

## IDC：2019年上半年中国平板电脑市场同比增长3.1%，但商用市场低于预期

北京，2019年8月12日——国际数据公司（IDC）最新发布的平板电脑季度跟踪报告显示，2019年第二季度中国平板电脑市场出货量约561万台，同比保持2.3%的增长，但增速开始放缓。其中Slate Tablet(传统直板式平板电脑)出货量约470万台，同比下降7.1%；Detachable Tablet(可插拔键盘平板电脑)出货量约91万台，同比继续大幅增长111.3%。主要得利于苹果iPad Air和华为Matebook E (2019)的热销以及微软出货量的持续提升。整体来看，2019年上半年中国平板市场同比增长3.1%，其中商用市场下降12.5%，消费市场增长8.4%。

Figure 1



来源：《IDC中国季度平板市场跟踪报告，2019年第二季度》

二季度平板商用市场继续下滑。商用市场出货量约116万台，同比下降15.2%，下滑速度加快。只有教育行业保持快速增长。除智慧课堂，电子书包等传统普教项目外，在线教育的飞速发展成为教育行业采购增长的另一个助推力。但教育行业的增长无法掩盖整体商用市场的低迷。经济发展持续下行导致企业预算收紧，减少对商用平板的采购量或是直接取消采购。由于无全国性大项目开展，政府没有大量采购需求。整体来看，2019年第二季度商用市场商机明显减少，市场需求下降。

二季度平板消费市场稳定增长。借助“618”年中大促，2019年二季度平板消费市场出货量达到446万台，同比增长8.0%。消费者选购更加倾向苹果、华为、小米和微软等头部厂商，其他中小品牌生存压力较大。

Figure 2



来源:《IDC中国季度平板市场跟踪报告, 2019年第二季度》

### 2019年第二季度中国平板电脑市场前五大厂商概览：

苹果：稳固领先优势。iPad二季度出货量约233万台，同比增长0.7%，占据市场份额41.4%。经过一个季度的市场考验，iPad air相比iPad mini更受到消费者欢迎，再加上电商渠道的优惠补贴，iPad air的出货量远高于预期。但大部分消费者把苹果iPad Air主要作为Slate Tablet(传统直板式平板电脑)进行娱乐(视频/游戏等)体验使用，抢夺了一部分iPad 2018等Slate Tablet份额。苹果在软硬件上的持续研发投入，继续稳固在平板市场上的领先优势。随着下半年新款10.2寸产品的即将发布，苹果将进一步刺激消费市场的用户换机。

华为：延续增长势头。华为平板出货量约154万台，同比增长17.1%，出货量市场份额占比27.4%。华为目前已成为国内安卓平板市场的领导者，不论产品硬件配置设计，还是软件适配方面，都能够引领和带动市场发展。华为借助旗舰机型M6在高端市场与苹果竞争的同时，保持荣耀品牌在国内低级别城市的市场下沉趋势，双品牌策略将进一步开拓细分市场，并寻找新的增长点。

小米：表现稳定。小米平板出货量约34万台，由于去年6月才有产品上市，同比增长430.6%，出货量市场份额占比6.1%。极高的性价比使得小米平板4在已经发布一年，并且在无产品更新的情况下，依然保持较高的竞争力，季度出货量环比增长14.8%，稳居第三位。

联想：商用市场表现强势，消费市场开始恢复。联想平板出货量约22万台，同比下降33.8%，出货量市场份额占比3.8%。联想在商用市场二季度环比增长63.2%，环比增幅最大。在完成内部架构调整后，联想除继续推出更有市场吸引力的产品外，将加强与电商、运营商以及代理商等渠道的合作，拓展产品通路。

微软：消费市场保持快速增长。微软平板产品出货量约20万台，同比增长68.0%，出货量市场份额占比3.6%。微软与京东等线上渠道合作效果明显，“超级品牌日”等促销活动帮助消费市场同比增长89.8%，拉动整体出货量的提升。随着用户日常使用手机触摸屏使用习惯的养成，更多消费者会选择既能触摸又可插拔键盘的平板电脑作为日常办公用机。

Figure 3



2019年第二季度中国前五大平板电脑厂商——出货量/市场份额/同比增幅					
厂商	2019Q2出货量 (单位:万台)	2019Q2 市场份额	2018Q2出货量 (单位:万台)	2018Q2 市场份额	2019Q2 同比增幅
1.苹果	233	41.4%	231	42.1%	0.7%
2.华为	154	27.4%	131	23.9%	17.1%
3.小米	34	6.1%	6	1.2%	430.6%
4.联想	22	3.8%	32	5.9%	-33.8%
5.微软	20	3.6%	12	2.2%	67.2%
其他	99	17.7%	136	24.7%	-26.1%
合计	561	100.0%	549	100.0%	2.3%

来源：IDC中国，2019

注：数值均为四舍五入后的取值

IDC中国高级分析师郭天翔认为：2019年上半年，中国平板电脑市场整体依然保持增长，呈现出以下趋势：

### 1.10-11寸平板成为主流：

随着大屏智能手机的普及，消费者对大屏平板的需求随之上升，8寸左右屏幕已经成为最低要求，10-11寸平板电脑成为主流。IDC数据显示2019年第二季度10-11寸设备份额34.2%，9-10寸份额30.7%，8-9寸份额18.1%，分列整体市场份额的前三位。随着下半年苹果入门级新品由9.7寸向10.2寸升级，华为旗舰M6系列的大量出货，预计10-11寸产品市场份额将会超过65%，各厂商竞争将会进入白热化。10-11寸平板在娱乐影音、教育体验、轻办公与便携性上获得最佳体验感。而苹果产品升级之后，9-10寸市场份额将会大幅减少，未来8-9寸设备将成为除10-11寸以外最主要产品。高性能的8寸设备会在游戏玩家中获得一定支持。而政府普查项目也更为青睐8寸，支持LTE设备的平板电脑。

### 2.内存需求增大：

IDC数据显示，2019年第二季度中国平板市场2GB/3GB/4GB RAM运行内存出货份额分别为39.6%、27.6%和26.8%；而去年同期分别为65.7%、12.6%和15.8%；2019年第二季度16GB/32GB/64GB ROM存储容量出货份额分别为12.5%、29.4%和35.1%；去年同期分别为23.3%、42.5%和12.3%。由此可见，消费者跟随手机，对于平板内存的需求越来越高，消费市场基本4GB+64GB渐成主流，而商用市场也从一直以来的2GB+16GB升级到3GB+32GB起步。随着各种APP应用要求的提升，更大的运行空间能够保证运行速度的快捷；用户也需要更大的储存空间安装更多更新的APP，来获得更好的使用体验。

### 3.商用市场低于预期：

IDC数据显示，2019年上半年中国平板商用市场同比下降12.5%，也低于去年预测数据15.6%。主要原因是2019年上半年商用市场商机由于经济，政策等因素，市场需求下降，商机明显低于预期。而下半年尚未有全国性大项目能够拉动市场，预计2019年中国平板商用市场将会同比下降2.7%，甚至更多。但随着2020全国人口普查项目的开展，IDC预测，2020年平板商用市场出货量将会接近645万台，同比增长15.9%。未来随着5G时代的到来，平板将在医疗、政府、警用执法、教育、安全等方面扮演重要角色。

整体来看2019年上半年中国平板电脑市场要略好于预期，消费市场由于头部厂商新品的拉动表现较好，但商用市场受各方面影响明显低于预期。2019年下半年，消费市场将会主要依靠苹果新入门级产品的更新来带动。而商用市场受经济，政治等因素影响很难会有大的改观。随着市场份额愈加集中，未来消费市场增量将主要依靠苹果，华为等头部厂商的新品驱动。而教育行业将成为商用市场主要增长点。5G的发展暂时对平板市场不会有太大推动，只有在5G手机下探到2000元价位段之后，平板市场才会大量有支持5G平板出现。而折叠屏在技术成熟，成本下降到能够普及的程度后，将有极大可能代替平板。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。欲购买报告，请致电+86-10-58891666与IDC中国销售部联系，或发email至[frankwang@idc.com](mailto:frankwang@idc.com)

## 关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过 1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。

- # # # -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：frankwang@idc.com

谢静，IDC中国市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：mxie@idc.com

扫描微信二维码，关注IDC 研究成果，掌握ICT市场脉搏Figure 4



## **About IDC**

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at [www.idc.com](http://www.idc.com).

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

### **For more information contact:**

Maggie Xie  
mxie@idc.com  
+86-10-5889 1558  
Frank Wang  
fwang@idc.com  
+86-10-5889 1558