2022-2027年中国电子阅读器行业市场研究与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：电子阅读器行业发展综述
1.1 电子阅读器的概念及定义
1.1.1 电子书阅读器产品定义
1.1.2 电子书阅读器产品分类
1.1.3 电子书阅读器功能特点
1.1.4 电子书阅读器工作原理
1.2 电子阅读器行业产业链构成分析
1.2.1 零部件组装厂商
1.2.2 品牌终端厂商
1.2.3 内容提供商
1.2.4 内容平台运营商
1.2.5 电信运营商
1.2.6 用户
1.3 电子阅读器行业上游市场分析
1.3.1 电子元器件市场发展分析
1.3.2 电子纸市场发展分析
1.3.3 触摸屏行业发展分析
1.4 电子阅读器行业下游市场分析
1.4.1 居民收入与消费分析
（1）居民收入水平分析
（2）居民消费水平分析
1.4.2 居民阅读方式分析
第2章：电子阅读器行业市场环境分析
2.1 电子阅读器行业政策环境分析
2.1.1 电子阅读器行业监管体制
2.1.2 电子阅读器行业相关政策及规划
2.2 电子阅读器行业经济环境分析
2.2.1 国际宏观经济环境分析
（1）国际宏观经济现状
（2）国际宏观经济预测
2.2.2 国内宏观经济环境分析
（1）国内宏观经济现状
（2）国内宏观经济展望
2.3 电子阅读器行业技术环境分析
2.3.1 电子阅读器行业技术特点分析
2.3.2 电子阅读器行业技术水平分析
2.3.3 电子阅读器行业技术发展趋势
（1）新技术发展动向
（2）新技术发展趋势
第3章：电子阅读器行业发展状况分析
3.1 国际电子阅读器行业发展状况
3.1.1 国际电子阅读器行业市场规模分析
3.1.2 国际电子阅读器行业发展概况
（1）全球电子阅读器行业重大事件回顾
（2）电子阅读器行业发展总结
3.1.3 国际电子阅读器行业发展趋势分析
3.1.4 国际电子阅读器行业重点企业发展分析
（1）国际电子阅读器行业主要生产商经营模式
（2）国际电子阅读器行业巨头成功的必要条件
3.2 国内电子阅读器行业发展状况分析
3.2.1 中国电子阅读器行业发展总体概况

3.2.2 中国电子阅读器市场销售情况
3.2.3 中国电子阅读器市场营收情况
3.2.4 中国电子阅读器行业发展主要特点
3.2.5 中国电子阅读器行业主要影响因素
3.3 国内电子阅读器行业经营模式分析
3.3.1 中国电子阅读器市场运营模式分析
3.3.2 中国电子阅读器市场盈利模式分析
3.3.3 中国电子阅读器市场发展模式分析
（1）亚马逊Kindle模式对中国电子阅读器市场模式影响分析
（2）中国电子阅读器市场的典型发展模式分析
3.4 国内电子阅读器行业竞争状况分析
3.4.1 中国电子阅读器行业市场竞争格局分析
3.4.2 中国电子阅读器行业议价能力分析
（1）对上游产业议价能力
（2）对下游产业议价能力
3.4.3 中国电子阅读器行业潜在进入者威胁分析
3.4.4 中国电子阅读器行业替代品威胁分析
（1）手机
（2）MP4
（3）平板电脑
第4章：电子阅读器行业主要产品市场分析
4.1 行业主要产品结构特征
4.2 行业产品发展瓶颈分析
4.2.1 内容服务
4.2.2 核心技术
4.2.3 环节流程
4.3 行业按技术分类主要产品市场分析
4.3.1 基于电子纸技术的电子阅读器
（1）产品概述
（2）产品优劣势分析
4.3.2 基于LCD等技术的电子阅读器
（1）产品概述
（2）产品优劣势分析
4.4 行业按应用市场分类主要产品市场分析
4.4.1 娱乐用电子阅读器产品市场分析
（1）产品市场发展概况
（2）产品市场前景预测
4.4.2 教育用电子阅读器产品市场分析
（1）产品市场发展概况
（2）产品市场前景预测
第5章：电子阅读器行业消费情况调查分析
5.1 调研背景资料介绍
5.1.1 年龄结构
5.1.2 学历结构
5.1.3 收入结构
5.1.4 职业结构
5.1.5 城市结构
5.2 电子阅读器行业整体消费市场调查
5.2.1 受访者读书量调查分析
5.2.2 受访者阅读电子书方式的调查
5.2.3 受访者对电子阅读器品牌认知度调查
5.3 电子阅读器行业消费偏好调查
5.3.1 受访者阅读电子书类型调查
5.3.2 受访者对电子书各附带功能重视度调查
5.3.3 受访者对下载电子书收费模式选择调查
5.3.4 受访者获得电子书阅读器信息渠道调查
5.3.5 受访者对电子书阅读器不满意因素调查
5.3.6 电子书阅读器吸引消费者的优点调查
5.4 电子阅读器行业购买偏好调查

5.4.1 受访者对电子书阅读器价格接受区间调查
5.4.2 受访者购买电子书阅读器的渠道选择调查
5.4.3 影响受访者购买电子书阅读器因素调查
5.4.4 吸引受访者购买阅读器的促销活动调查
第6章：电子阅读器行业市场营销分析
6.1 电子阅读器市场营销环境分析
6.1.1 行业需求特征分析
6.1.2 行业需求趋势分析
6.2 电子阅读器市场营销渠道分析
6.2.1 电子阅读器行业市场营销渠道分析
（1）直营零售
（2）百货商场
（3）电子商城
（4）网络销售
（5）书店
6.2.2 行业产品销售渠道存在的主要问题
6.3 电子阅读器营销制约因素分析
6.3.1 终端冲击明显
6.3.2 价格战日趋激烈
6.3.3 模式选择困惑
6.3.4 品牌认知度较低
6.3.5 智能手机影响
6.4 电子阅读器市场营销策略分析
6.4.1 市场调研
6.4.2 品牌策略
6.4.3 价格策略
6.4.4 促销策略
6.5 电子阅读器市场营销建议
6.5.1 付费方式的调整
6.5.2 不同类型厂商应发挥各自优势
6.5.3 建设全面多样化的内容平台
6.5.4 培养消费者付费下载正版书籍的习惯
6.5.5 改进技术得到与纸质书一样的阅读体验
6.5.6 将电子阅读器市场营销由小众礼品市场转向大众市场
第7章：中国电子阅读器行业重点企业分析
7.1 行业零部件生产重点企业分析
7.1.1 元太科技工业股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主要产品介绍
（3）企业产品技术水平分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业投资兼并与重组分析
（6）企业最新发展动向分析
7.1.2 友达光电股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主要产品介绍
（3）企业产品技术水平分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业最新发展动向分析
7.1.3 鸿海科技集团公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主要产品介绍
（3）企业产品技术水平分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业投资兼并与重组分析
7.2 行业品牌终端重点企业分析
7.2.1 汉王科技股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析

（3）企业电子阅读器产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
（6）企业最新经营计划
7.2.2 方正科技集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析
（3）企业产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.3 大唐电信科技股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析
（3）企业电子阅读器产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
（6）企业发展战略
7.2.4 同方股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析
（3）企业电子阅读器产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.5 联想集团有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析
（3）企业电子阅读器产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
7.2.6 中国长城科技集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业财务指标分析
（3）企业电子阅读器产品分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.7 天津津科翰林电子有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
7.2.8 华为技术有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况SWOT分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.9 爱国者电子科技有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
7.2.10 北京纽曼腾飞科技有限公司经营分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况SWOT分析
7.2.11 广东欧加控股有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.12 广州金蟾软件研发中心有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.13 深圳市易万卷文化产业有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.14 广州博朗电子产品有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.15 广州文石信息科技公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.16 北京万物青科技有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.17 福昕软件开发有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.18 易狄欧电子科技有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
7.2.19 深圳市博阅科技股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况SWOT分析
（5）企业最新发展动向分析
7.2.20 深圳市学之友科技有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业电子阅读器产品分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业组织机构
（5）企业经营状况SWOT分析
7.3 行业内容提供重点企业分析
7.3.1 中文在线数字出版集团股份有限公司经营分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务结构
（3）企业经营状况SWOT分析
（4）企业最新发展动向分析
7.3.2 上海玄霆娱乐信息科技有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务结构
（3）企业经营状况SWOT分析
7.3.3 上海世纪出版股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务结构
（3）企业经营状况SWOT分析
第8章：中国电子阅读器行业投资与前景分析
8.1 中国电子阅读器行业前景预测
8.1.1 中国电子阅读器市场面临的机遇
8.1.2 中国电子阅读器市场面临的威胁
8.1.3 中国电子阅读器市场发展前景预测
8.2 电子阅读器行业投资特性分析
8.2.1 电子阅读器行业进入壁垒分析
8.2.2 电子阅读器市场生命周期分析
8.3 中国电子阅读器行业投资行为分析
8.3.1 中国电子阅读器市场融资分析
8.3.2 中国电子阅读器市场并购分析
8.4 中国电子阅读器行业投资风险分析
8.4.1 电子阅读器行业政策风险
8.4.2 电子阅读器行业技术风险
8.4.3 电子阅读器行业供求风险
8.4.4 电子阅读器行业宏观经济波动风险
8.4.5 电子阅读器行业关联产业风险
8.5 中国电子阅读器行业投资建议
8.5.1 电子阅读器行业投资机会分析
（1）中国电子阅读存在很大市场空间
（2）快速增长的市场将进入盘整期，之后将理性回归并稳步增长
（3）国家将加大对电子阅读器产业的扶持，市场将进一步规范发展
8.5.2 电子阅读器行业主要投资建议
（1）电子阅读器类纸显示屏技术行业集中度较高，不利于终端价位降低
（2）中国电子阅读器市场品牌销量集中度较高，打破集中仍需时间
（3）版权内容资源较为匮乏，且缺乏统一的行业标准
（4）相关替代产品对电子阅读器终端形成威胁

图表目录

图表1：电子书阅读器产品分类
图表2：电子书阅读器功能特点
图表3：电子阅读器行业产业链结构图
图表4：2014-2018年电子元器件行业销售情况（单位：亿元，%）
图表5：2013-2018年华强北电子元器件价格指数变化情况
图表6：2013-2018年华强北集成电路价格指数变化情况
图表7：2013-2018年华强北半导体分立器件价格指数变化情况
图表8：2013-2018年电子组件价格指数变化情况
图表9：2013-2018年全国居民人均可支配收入变化情况（单位：元，%）
图表10：2018年中国城乡居民人均消费支出及其构成情况（单位：元，%）
图表11：《“十三五”信息产业发展指南》规划目标（单位：万亿元，万件，家，%）
图表12：《智能硬件产业创新发展专项行动（2016-2018年）》重点任务分析
图表13：2013-2018年美国GDP（不变价）同比变化情况（单位：%）
图表14：2013-2018年欧元区GDP（不变价）同比变化情况（单位：%）

图表15：2013-2018年日本GDP（现价）同比变化情况（单位：%）
图表16：2016-2018年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
图表17：2013-2018年我国GDP及同比增速（单位：万亿元，%）
图表18：2016-2018年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）
图表19：2013-2018年中国货物进出口总额情况（单位：万亿元人民币）
图表20：2018年我国宏观经济指标预测（单位：%）
图表21：电子纸显示技术分析
图表22：电子阅读器产品特性及市场发展情况
图表23：2013-2018年电子阅读器销量情况（单位：万台，%）
图表24：2013-2018年电子阅读器市场规模变化情况（单位：亿元）
图表25：中国电子阅读器市场盈利模式分析
图表26：中国电子阅读器行业盈利模式
图表27：Kindle模式发展战略分析
图表28：亚马逊Kindle运营模式示意图
图表29：亚马逊Kindle模式的运营特点分析
图表30：亚马逊Kindle模式的运营理念分析
图表31：汉王“终端+内容”运营模式示意图
图表32：盛大文学多版权运营模式示意图
图表33：盛大文学移动阅读产业链优势分析
图表34：中国移动移动阅读模式示意图
图表35：2018年中国电子阅读器市场份额（单位：%）
图表36：2013-2018年中国手机用户数量及增长率（单位：亿户，%）
图表37：2013-2018年中国智能手机销量情况（单位：亿部）
图表38：2018年新华书店、出版社自办发行单位图书销售构成（单位：%）
图表39：受访者调研年龄结构（单位：%）
图表40：受访者学历结构（单位：人，%）
图表41：受访者收入结构（单位：元，%）
图表42：受访者职业结构（单位：%）
图表43：受访者所在城市结构占比（单位：%）
图表44：不同年龄段受访者读每月阅读纸质书籍（包括杂志）量调查结果（单位：%）
图表45：不同收入受访者读每月阅读纸质书籍（包括杂志）量调查结果（单位：%）
图表46：不同读电子书方式受访者数量情况（单位：个）
图表47：受访者读电子书方式占比调查（单位：个，%）
图表48：受访者读电子书方式占比调查（单位：%）
图表49：不同城市受访者读阅读电子书方式调查（单位：个，%）
图表50：受访者对电子书阅读器品牌认知度调查（单位：个，%）
图表51：受访者阅读电子书种类及热衷度对比（单位：个，%）
图表52：受访者对电子书阅读器各附带功能重视度对比（单位：个，%）
图表53：受访者对下载电子书收费模式选择对比（单位：%）
图表54：受访者获得电子书阅读器信息渠道统计（单位：%）
图表55：不同城市受访者获得电子书阅读器信息渠道统计（单位：%）
图表56：受访者对电子书阅读器不满意因素统计及占比（单位：个，%）
图表57：受访者对电子书阅读器不同优点认可度（单位：个，%）
图表58：45岁以上受访者对电子书阅读器不同优点认可度（单位：个，%）
图表59：受访者对功能齐全的电子书阅读器能接受的价格区间占比（单位：元，%）
图表60：受访者愿意购买电子书阅读器的渠道占比（单位：%）
图表61：影响受访者购买电子书阅读器因素统计（单位：个，%）
图表62：吸引受访者购买阅读器销售促销活动种类统计对比（单位：%）
图表63：元太科技工业股份有限公司基本信息表
图表64：元太科技工业股份有限公司销售渠道
图表65：友达光电股份有限公司基本信息表
图表66：鸿海科技集团公司基本信息表
图表67：鸿海科技集团公司销售区域
图表68：汉王科技股份有限公司基本信息表
图表69：截至2018年汉王科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图（单位：%）
图表70：2014-2018年汉王科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表71：2018年汉王科技股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表72：2014-2018年汉王科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表73：2018年汉王科技股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表74：2014-2018年汉王科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表75：2014-2018年汉王科技股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表76：2014-2018年汉王科技股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表77：2018年汉王科技股份有限公司的产品结构（单位：%）
图表78：2018年汉王科技股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）
图表79：汉王科技股份有限公司SWOT分析
图表80：方正科技集团股份有限公司基本信息表
图表81：截至2018年方正科技集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图（单位：%）
图表82：2014-2018年方正科技集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表83：2014-2018年方正科技集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表84：2014-2018年方正科技集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表85：2014-2018年方正科技集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表86：2014-2018年方正科技集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表87：方正科技集团股份有限公司SWOT分析
图表88：大唐电信科技股份有限公司基本信息表
图表89：截至2018年大唐电信科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图（单位：%）
图表90：2014-2018年大唐电信科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表91：2014-2018年大唐电信科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表92：2014-2018年大唐电信科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表93：2014-2018年大唐电信科技股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表94：2014-2018年大唐电信科技股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表95：2018年大唐电信科技股份有限公司产品销售区域分布（单位：亿元，%）
图表96：大唐电信科技股份有限公司SWOT分析
图表97：同方股份有限公司基本信息表
图表98：截至2018年同方股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图（单位：%）
图表99：2014-2018年同方股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表100：2014-2018年同方股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表101：2014-2018年同方股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表102：2014-2018年同方股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表103：2014-2018年同方股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表104：同方股份有限公司SWOT分析
图表105：联想集团有限公司基本信息表
图表106：2013-2018年联想集团有限公司主要经济指标分析（单位：万美元）
图表107：2013-2018年联想集团有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表108：2013-2018年联想集团有限公司运营能力分析（单位：次）
图表109：2013-2018年联想集团有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表110：2013-2018年联想集团有限公司发展能力分析（单位：%）
图表111：联想集团有限公司SWOT分析
图表112：中国长城科技集团股份有限公司基本信息表
图表113：截至2018年中国长城科技集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图（单位：%）
图表114：2014-2018年中国长城科技集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表115：2014-2018年中国长城科技集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表116：2014-2018年中国长城科技集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表117：2014-2018年中国长城科技集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表118：2014-2018年中国长城科技集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表119：2018年中国长城科技集团股份有限公司的产品结构（单位：亿元，%）
图表120：2018年中国长城科技集团股份有限公司产品销售区域分布（单位：亿元，%）
略・・・・完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！