

# 2014-2020年中国PDA市 场调研与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国PDA市场调研与未来发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201404/103157.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

个人数码助理，即PDA，英文全称Personal Digital Assistant，一般是指掌上电脑。相对于传统电脑，PDA的优点是轻便、小巧、可移动性强，同时又不失功能的强大，缺点是屏幕过小，且电池续航能力有限。PDA通常采用手写笔作为输入设备，而存储卡作为外部存储介质。在无线传输方面，大多数PDA具有红外和蓝牙接口，以保证无线传输的便利性。许多PDA还能够具备Wi-Fi连接以及GPS全球卫星定位系统。随着人们对数码产品实用性提出更高的要求，那些被市场炒作出来的低端PDA产品逐渐被消费者冷落。中国的掌上电脑概念随着科技的发展，已由最初的记事本、电子词典和名片夹的角色，向一种新型的无线上网和通信工具转变。掌上电脑的功能正在演变得无比强大。掌上电脑已经突破原来的单纯商务型的概念，现在已经向以娱乐为代表的多媒体方面拓展。掌上电脑的发展大致有三个方向：一个是走向智能消费电子领域，成为信息家电，如机顶盒、车载电脑、网络电话机等；另一个方向则是满足个人移动办公的要求，成为集信息处理和数据通信功能于一体的手持式电脑设备；第三个方向，随着个人消费市场渐趋成熟，针对行业应用的开拓将成为未来的市场焦点。从长远来看，针对行业的高端掌上电脑的发展空间将会更大。掌上电脑作为数据传输、调用、查找、操作的便于移动的PC终端设备，其在一些行业中的应用范围十分宽广。

目前低端的GPS价格已经降至千元以内，PDA不具备竞争力。作为无线上网设备，PDA又受到网速和接入设备的限制。作为多媒体娱乐工具，MP3、MP4已经相当成熟，更重要的是，智能手机已具备了PDA的所有功能，并且有手机功能，PDA已无任何优势。照这种情形发展下去，PDA可能会像当初寻呼机一样，走上不归路。PDA厂商要想继续发展，就必须进行转型，实现PDA和手机的融合可能是出路。虽然PDA市场在不断萎缩，但是并不会马上消失。首先PDA依旧有一群非常忠实的消费者，尤其PDA市场现在某些行业市场还有较大的吸引力。例如：北京市城管执法局就向各区、县城管大队配备了执法型PDA执法终端，并在全市范围内逐步推广使用。此外，对消费力不高的新兴市场来说，PDA的吸引力正在从无到有逐步提高。当PDA发展陷入低谷的时候，有专家就指出，挽救PDA命运的“杀手级”应用是：蓝牙、Wi-Fi和蜂窝通信等无线连接功能；GPS导航功能；无线VoIP功能等，而这些功能都是手机的“强项”。如果传统的PDA融合进手机的功能，那么PDA在未来一段时间内仍有较好的前景。另外，由于PDA的研发、生产和手机研发、生产具有一定的相近性，所以PDA厂商转型生产具有PDA功能的手机相对容易。因此，PDA通过与手机的融合，能够“取长补短”，借手机的功能优势，重新确立自己的市场位置，找到自己未来发展的方向。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商

务部、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、中国计算机行业协会、中国行业研究网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息，结合深入的市场调查资料，以独特精辟的视角，对全球PDA市场的发展现状、我国PDA市场发展状况、以及我国PDA市场的发展趋势等内容进行了深入分析，探究我国PDA市场存在的缺陷，寻求中国PDA市场发展的有效策略。报告涵盖了PDA市场的研发、销售、以及发展趋势等重要板块，并对国家PDA相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是从事PDA行业研发、生产以及研究机构等准确了解中国PDA市场发展动态，把握企业定位和市场命脉不可多得的精品。

## 报告目录

### 第一部分 PDA行业发展现状

#### 第一章 PDA行业发展概述 1

##### 第一节 PDA的概念 1

###### 一、PDA的定义 1

###### 二、PDA的特点 1

###### 三、PDA产业链 5

##### 第二节 PDA行业发展成熟度 8

###### 一、行业发展周期分析 8

###### 二、行业中外市场成熟度对比 10

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析 10

##### 第三节 PDA市场特征分析 15

###### 一、市场规模 15

###### 二、产业关联度 15

###### 三、影响需求的关键因素 15

###### 四、国内和国际市场 17

###### 五、主要竞争因素 19

###### 六、生命周期 25

#### 第二章 全球PDA行业发展分析 28

##### 第一节 世界PDA行业市场情况 28

###### 一、世界PDA产业发展现状 28

###### 二、国际PDA产业发展态势 31

###### 三、国际PDA行业研发动态 33

##### 第二节 美国PDA发展分析 34

##### 第三节 日本PDA发展分析 35

### 第三章 我国PDA行业发展现状 37

#### 第一节 我国PDA行业发展情况 37

##### 一、我国PDA行业发展现状 37

##### 二、我国PDA行业发展的机遇与挑战 38

#### 第二节 中国PDA市场规模分析 50

##### 一、中国PDA市场总体规模 50

##### 二、中国PDA市场销售量 52

#### 第三节 中国PDA行业供需分析 56

##### 一、2010年中国PDA供给总量分析 56

##### 二、2010年中国PDA供给结构分析 56

##### 三、2010年中国PDA需求总量分析 57

##### 四、2010年中国PDA需求结构分析 57

##### 五、2010年中国PDA供需平衡分析 58

### 第四章 中国PDA行业进出口分析 59

#### 第一节 2010年中国PDA行业进出口分析 59

##### 一、2010年中国PDA进口分析 59

##### 二、2010年中国PDA出口分析 60

#### 第二节 2010年中国PDA主要省市进出口分析 60

##### 一、2010年中国PDA主要省市进口分析 60

##### 二、2010年中国PDA主要省市出口分析 61

#### 第三节 2010年中国PDA主要国家进出口分析 61

##### 一、2010年中国PDA主要国家进口分析 61

##### 二、2010年中国PDA主要国家出口分析 61

### 第五章 PDA的生产分析 63

#### 第一节 全球PDA行业发展现状分析 63

##### 一、PDA行业发展困局分析 63

##### 二、智能手机对PDA行业的冲击 63

##### 三、PDA与手机融合走势分析 64

##### 四、PDA行业龙头退市状况分析 65

#### 第二节 PDA行业发展分析 67

##### 一、应用在行业分析 67

##### 二、产品用户分析 68

三、产品厂商分析	69
四、产品渠道拓展分析	70
第六章 PDA行业市场分析	72
第一节 PDA市场发展现状分析	72
一、全球PDA市场发展现状	72
二、PDA市场发展发展问题	72
三、PDA市场多样化发展分析	73
四、PDA市场发展障碍分析	78
第二节 PDA行业应用分析	81
一、PDA行业应用分析	81
二、PDA行业应用前景	83
三、PDA产品行业应用发展方向	89
第三节 PDA行业发展走向分析	97
一、高端PDA行业发展走向	97
二、掌上电脑市场发展走向	101
三、戴尔退出对PDA市场影响	102
第七章 PDA市场渠道分析	105
第一节 PDA渠道分析	105
一、专业PDA厂商渠道	105
二、非专业PDA厂商渠道	105
三、消费类PDA产品的渠道	106
四、PDA渠道问题分析	107
第二节 PDA市场渠道创新分析	108
一、创新对市场影响	108
二、渠道对PDA市场影响	109
第三节 名人PDA分销渠道与网络	110
一、网络营销发展分析	110
二、价格对渠道的影响	111
三、运作分销商策略	114
第八章 PDA用户分析	122
第一节 PDA消费者类型	122
一、实用型	122

二、性能型	122
三、娱乐型	122
第二节 PDA用户消费特征分析	123
一、PDA用户特点分析	123
二、消费者选择PDA产品考虑因素分析	124
三、用户对手机和PDA融合的态度调查	127
第三节 PDA细分用户分析	127
一、PDA企业用户分析	127
二、娱乐型掌上电脑消费者分析	129
第二部分 PDA行业竞争格局	
第九章 PDA行业竞争格局分析	131
第一节 PDA行业历史竞争格局概况	131
一、PDA行业集中度分析	131
二、PDA行业竞争程度分析	131
第二节 PDA行业竞争分析	132
一、行业竞争概况	132
二、中国PDA产业集群分析	135
三、中外PDA企业竞争力比较	136
四、PDA行业品牌竞争分析	137
五、PDA行业竞争的SWOT分析	150
第三节 PDA行业市场竞争格局分析	153
一、区域集中度分析	153
二、重点省市竞争分析	153
三、我国PDA市场竞争分析	155
四、国内主要PDA企业动向	156
第十章 PDA企业竞争策略分析	164
第一节 PDA市场竞争策略分析	164
一、PDA市场增长潜力分析	164
二、2010年PDA主要潜力品种分析	165
三、潜力PDA品种竞争策略选择	166
四、典型企业产品竞争策略分析	167
第二节 PDA企业竞争策略分析	184

- 一、2014-2020年我国PDA市场竞争趋势 184
- 二、2014-2020年PDA行业竞争格局展望 187
- 三、2014-2020年PDA行业竞争策略分析 193
- 四、2014-2020年PDA企业竞争策略分析 194
- 第十一章 PDA重点品牌竞争分析 197
- 第一节 惠普 197
- 一、企业概况 197
- 二、竞争优势分析 198
- 三、2010年经营状况 201
- 四、2014-2020年发展战略 202
- 第二节 戴尔 203
- 一、企业概况 203
- 二、竞争优势分析 204
- 三、2010-2011年经营状况 206
- 四、2009-2012年发展战略 208
- 第三节 华硕 210
- 一、企业概况 210
- 二、竞争优势分析 211
- 三、2010-2011年经营状况 214
- 四、2009-2012年发展战略 215
- 第四节 奔迈 217
- 一、企业概况 217
- 二、竞争优势分析 219
- 三、2010年经营状况 220
- 四、2009-2012年发展战略 221
- 第五节 多普达 222
- 一、企业概况 222
- 二、竞争优势分析 222
- 三、经营状况 224
- 四、2014-2020年发展战略 226
- 第六节 宏基 229
- 一、企业概况 229



二、竞争优势分析	229
三、2010年经营状况	232
四、2014-2020年发展战略	232
第七节 神达	241
一、企业概况	241
二、竞争优势分析	242
三、2010-2011年经营状况	243
四、2011-2105年发展战略	243
第八节 日立	246
一、企业概况	246
二、竞争优势分析	247
三、2010-2011年经营状况	248
四、2014-2020年发展战略	249
第九节 富士通	251
一、企业概况	251
二、竞争优势分析	251
三、2010年经营状况	264
四、2014-2020年发展战略	265
第十节 西门子	266
一、企业概况	266
二、竞争优势分析	266
三、2010-2011年经营状况	267
四、2009-2012年发展战略	269
第三部分 PDA行业前景预测	
第十二章 PDA行业发展趋势分析	271
第一节 我国PDA产业的发展趋势	271
一、PDA市场潜力和需求发展趋势	271
二、PDA产品进口和市场竞争趋势	272
第二节 2014-2020年PDA产业发展趋势分析	273
一、2014-2020年PDA产业政策趋向	273
二、2014-2020年PDA技术革新趋势	274
三、2014-2020年PDA价格走势分析	277

第十三章 未来PDA行业发展预测	279
第一节 未来PDA需求与消费预测	279
一、2014-2020年PDA产品消费预测	279
二、2014-2020年PDA市场规模预测	279
三、2014-2020年PDA行业总产值预测	279
四、2014-2020年PDA行业销售收入预测	280
第二节 2014-2020年中国PDA行业供需预测	280
一、2014-2020年中国PDA供给预测	280
二、2014-2020年中国PDA产量预测	281
三、2014-2020年中国PDA需求预测	282
四、2014-2020年中国PDA供需平衡预测	282
五、2014-2020年中国PDA产品价格预测	282
第四部分 PDA行业投资战略研究	
第十四章 PDA行业投资现状分析	283
第一节 2010年PDA行业投资情况分析	283
一、2010年总体投资及结构	283
二、2010年投资规模情况	283
三、2010年投资增速情况	284
四、2010年分行业投资分析	285
第二节 2011年PDA行业投资情况分析	285
一、2011总体投资及结构	285
二、2011投资规模情况	286
三、2011投资增速情况	286
四、2011年PDA行业分行业投资分析	287
第十五章 PDA行业投资环境分析	288
第一节 2014-2020年我国经济形势分析	288
一、2009年我国宏观经济运行情况分析	288
二、2010年我国宏观经济发展情况分析	292
三、2014-2020年我国宏观经济形势分析	296
第二节 中国PDA行业政策环境分析	300
一、产业政策分析	300
二、相关行业政策影响分析	301

第三节 2010年中国PDA行业社会环境分析	313
一、2010年居民生活水平分析	313
二、2010年零售市场情况分析	329
第四节 中国PDA行业技术环境分析	334
一、技术发展现状	334
二、新技术的发展	339
三、技术发展趋势	341
第十六章 PDA行业投资机会与风险	345
第一节 PDA行业投资效益分析	345
一、2009-2010年PDA行业投资状况分析	345
二、2009-2012年PDA行业投资效益分析	347
三、2014-2020年PDA行业投资趋势预测	348
四、2014-2020年PDA行业的投资方向	351
五、2014-2020年PDA行业投资的建议	352
六、新进入者应注意的障碍因素分析	352
第二节 2014-2020年中国PDA行业投资机会分析	353
一、规模的发展及投资需求分析	353
二、总体经济效益判断	353
三、与产业政策调整相关的投资机会分析	354
第三节 影响PDA行业发展的主要因素	354
一、影响PDA行业运行的有利因素分析	354
二、2009-2012年影响PDA行业运行的不利因素分析	355
三、我国PDA行业发展面临的挑战分析	355
四、我国PDA行业发展面临的机遇分析	355
第四节 2014-2020年PDA行业风险分析	356
一、2014-2020年宏观经济波动风险	356
二、2014-2020年PDA行业政策风险	356
三、2014-2020年PDA行业供需风险	356
四、2014-2020年PDA行业技术风险	357
五、2014-2020年PDA行业经营风险	357
六、2014-2020年PDA相关行业风险	357
第五节 2014-2020年PDA行业风险控制	358

## 第十七章 PDA行业投资战略研究 360

### 第一节 PDA行业发展战略研究 360

#### 一、战略综合规划 360

#### 二、技术开发战略 360

#### 三、业务组合战略 361

#### 四、区域战略规划 361

#### 五、产业战略规划 361

#### 六、营销品牌战略 361

#### 七、竞争战略规划 365

### 第二节 对我国PDA品牌的战略思考 365

#### 一、企业品牌的重要性 365

#### 二、PDA实施品牌战略的意义 366

#### 三、PDA企业品牌的现状分析 369

#### 四、我国PDA企业的品牌战略 370

#### 五、PDA品牌战略管理的策略 371

### 第三节 PDA行业和企业发展策略分析 373

#### 一、PDA行业发展策略 373

#### 二、PDA行业技术发展策略 373

#### 三、PDA企业发展策略 374

### 第四节 2014-2020年PDA行业投资战略研究 374

#### 一、PDA行业投资战略 374

#### 二、2011年PDA行业投资战略 375

#### 三、2014-2020年PDA行业投资战略 375

## 图表目录

图表：PDA产品生命周期 25

图表；2011年时不同计算系统的性能预测 41

图表：2000-2002年中国PDA市场规模 50

图表：2000-2002年各类PDA产品市场增长情况 52

图表：2004-2008年全球PDA出货量走势 74

图表：目标产品模型 188

图表：消费者对不同类别PDA产品的需求 189

图表：消费者/潜在消费者对PDA产品的功能需求 189

图表：各类PDA产品的发展阶段和态势产品类别 190

图表：不同市场特征的具体表现 193

图表：微笑曲线 243

图表：武藏曲线 244

图表：2010-2015年我国PDA产值统计与预测 279

图表：2010-2015年我国PDA销售收入统计与预测 280

图表：2010-2015年我国PDA供给量统计与预测 280

图表：2010-2015年我国PDA产量统计与预测 282

图表：2010-2015年我国PDA需求量统计与预测 282

图表：2009年1月国民经济指标 288

图表：2009年2月国民经济指标 288

图表：2009年3月国民经济指标 289

图表：2009年4月国民经济指标 289

图表：2009年5月国民经济指标 289

图表：2009年6月国民经济指标 290

图表：2009年7月国民经济指标 290

图表：2009年8月国民经济指标 290

图表：2009年9月国民经济指标 291

图表：2009年10月国民经济指标 291

图表：2009年11月国民经济指标 291

图表：2009年12月国民经济指标 292

图表：2010年1月国民经济指标 292

图表：2010年2月国民经济指标 293

图表：2010年3月国民经济指标 293

图表：2010年4月国民经济指标 293

图表：2010年5月国民经济指标 293

图表：2010年6月国民经济指标 294

图表：2010年7月国民经济指标 294

图表：2010年8月国民经济指标 294

图表：2010年9月国民经济指标 295

图表：2010年10月国民经济指标 295

图表：2010年11月国民经济指标 295

图表：2010年12月国民经济指标 296  
图表：2010年北京城镇居民收入 313  
图表：2010年天津城镇居民收入 313  
图表：2010年河北城镇居民收入 313  
图表：2010年山西城镇居民收入 314  
图表：2010年内蒙古城镇居民收入 314  
图表：2010年辽宁城镇居民收入 314  
图表：2010年吉林城镇居民收入 314  
图表：2010年黑龙江城镇居民收入 315  
图表：2010年上海城镇居民收入 315  
图表：2010年江苏城镇居民收入 315  
图表：2010年浙江城镇居民收入 315  
图表：2010年安徽城镇居民收入 316  
图表：2010年福建城镇居民收入 316  
图表：2010年江西城镇居民收入 316  
图表：2010年山东城镇居民收入 316  
图表：2010年河南城镇居民收入 317  
图表：2010年湖北城镇居民收入 317  
图表：2010年湖南城镇居民收入 317  
图表：2010年广东城镇居民收入 317  
图表：2010年广西城镇居民收入 318  
图表：2010年海南城镇居民收入 318  
图表：2010年重庆城镇居民收入 318  
图表：2010年四川城镇居民收入 318  
图表：2010年贵州城镇居民收入 319  
图表：2010年云南城镇居民收入 319  
图表：2010年西藏城镇居民收入 319  
图表：2010年陕西城镇居民收入 319  
图表：2010年甘肃城镇居民收入 320  
图表：2010年青海城镇居民收入 320  
图表：2010年宁夏城镇居民收入 320  
图表：2010年新疆城镇居民收入 320

图表：2010年北京农村居民收入 321  
图表：2010年天津农村居民收入 321  
图表：2010年河北农村居民收入 321  
图表：2010年山西农村居民收入 321  
图表：2010年内蒙古农村居民收入 322  
图表：2010年辽宁农村居民收入 322  
图表：2010年吉林农村居民收入 322  
图表：2010年黑龙江农村居民收入 322  
图表：2010年上海农村居民收入 323  
图表：2010年江苏农村居民收入 323  
图表：2010年浙江农村居民收入 323  
图表：2010年安徽农村居民收入 323  
图表：2010年福建农村居民收入 324  
图表：2010年江西农村居民收入 324  
图表：2010年山东农村居民收入 324  
图表：2010年河南农村居民收入 324  
图表：2010年湖北农村居民收入 325  
图表：2010年湖南农村居民收入 325  
图表：2010年广东农村居民收入 325  
图表：2010年广西农村居民收入 325  
图表：2010年海南农村居民收入 326  
图表：2010年重庆农村居民收入 326  
图表：2010年四川农村居民收入 326  
图表：2010年贵州农村居民收入 326  
图表：2010年云南农村居民收入 327  
图表：2010年西藏农村居民收入 327  
图表：2010年陕西农村居民收入 327  
图表：2010年甘肃农村居民收入 327  
图表：2010年青海农村居民收入 328  
图表：2010年宁夏农村居民收入 328  
图表：2010年新疆农村居民收入 328  
图表：2010年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 329

图表：2010年1月社会消费品零售总额 329  
图表：2010年2月社会消费品零售总额 330  
图表：2010年3月社会消费品零售总额 330  
图表：2010年4月社会消费品零售总额 331  
图表：2010年5月社会消费品零售总额 331  
图表：2010年6月社会消费品零售总额 332  
图表：2010年7月社会消费品零售总额 332  
图表：2010年8月社会消费品零售总额 333  
图表：2010年9月社会消费品零售总额 333  
图表：2010年10月社会消费品零售总额 334  
图表：2009-2010年我国社会消费品零售总额 334  
图表：部分掌上电脑CPU厂家及型号 335

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103157.html>