2020-2026年中国PDA行业发展趋势与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国PDA行业发展趋势与发展前景报告》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/202008/180506.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

PDA（Personal Digital Assistant），又称为掌上电脑，可以帮助我们完成在移动中工作，学习，娱乐等。按使用来分类，分为工业级PDA和消费品PDA。工业级PDA主要应用在工业领域，常见的有条码扫描器、RFID读写器、POS机等都可以称作PDA；消费品PDA包括的比较多，智能手机、平板电脑、手持的游戏机等。

PDA(Personal Digital Assistant)，是个人数字助手的意思。顾名思义就是辅助个人工作的数字工具，主要提供记事、通讯录、名片交换及行程安排等功能。

随着科技的爆炸式发展，PDA的性能得到了快速地提高。进入20世纪90年代，欧美开始出现开放式的PDA，大部分人称之为掌上电脑。

掌上电脑最大的特点是具有开放式的操作系统，支持软硬件升级，集信息的输入、存储、管理和传递于一体，具备常用的办公、娱乐、移动通信等强大功能。因此，PDA完全可以称作一个移动办公室。当然，并不是任何PDA都具备以上所有功能；即使具备，也可能由于缺乏相应的服务而不能实现。但可以预见，PDA发展的趋势和潮流就是计算、通信、网络、存储、娱乐、电子商务等多功能的融合。

其实对于掌上电脑也没有一个确切的定义，也有人把记事本称作掌上电脑，一般情况下掌上电脑是指带有PalmOS、WindowsCE或者其他开放式操作系统，具有网络功能，并且可以由用户自由进行软硬件升级。也就是说，用户除了扩展硬件以外，还可以加装软件，甚至可以自己开发程序在它上面运行。

在使用上，它比台式电脑操作简单、移动方便，功能实用，消除了台式电脑的五大限制，即：移动的限制性、使用的复杂性、移动联网的困难性、价格的昂贵性、用途的闲置性。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国PDA行业发展趋势与发展前景报告》共十七章。首先介绍了PDA行业市场发展环境、PDA整体运行态势等，接着分析了PDA行业市场运行的现状，然后介绍了PDA市场竞争格局。随后，报告对PDA做了重点企业经营状况分析，最后分析了PDA行业发展趋势与投资预测。您若想对PDA产业有个系统的了解或者想投资PDA行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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、2019年中国PDA供给总量分析 56
二、2019年中国PDA供给结构分析 56
三、2019年中国PDA需求总量分析 57
四、2019年中国PDA需求结构分析 57
五、2019年中国PDA供需平衡分析 58

第四章 中国PDA所属行业进出口分析 59
第.一节 2019年中国PDA所属行业进出口分析 59
一、2019年中国PDA进口分析 59
二、2019年中国PDA出口分析 60
第二节 2019年中国PDA主要省市进出口分析 60
一、2019年中国PDA主要省市进口分析 60
二、2019年中国PDA主要省市出口分析 61
第三节 2019年中国PDA主要国家进出口分析 61
一、2019年中国PDA主要国家进口分析 61
二、2019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、2019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、2015-2019年我国PDA市场竞争趋势 184
二、2015-2019年PDA行业竞争格局展望 187
三、2015-2019年PDA行业竞争策略分析 193
四、2015-2019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、2019年经营状况 201
四、2015-2019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、2015-2019年经营状况 206
四、2015-2019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、2015-2019年经营状况 214
四、2015-2019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、2019年经营状况 220
四、2015-2019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、2015-2019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、2019年经营状况 232
四、2015-2019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、2015-2019年经营状况 243
四、2018-2105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、2015-2019年经营状况 248
四、2015-2019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、2019年经营状况 264
四、2015-2019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、2015-2019年经营状况 267
四、2015-2019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 2015-2019年PDA产业发展趋势分析 273

一、2015-2019年PDA产业政策趋向 273
二、2015-2019年PDA技术革新趋势 274
三、2015-2019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、2015-2019年PDA产品消费预测 279
二、2015-2019年PDA市场规模预测 279
三、2015-2019年PDA行业总产值预测 279
四、2015-2019年PDA行业销售收入预测 280
第二节 2015-2019年中国PDA行业供需预测 280
一、2015-2019年中国PDA供给预测 280
二、2015-2019年中国PDA产量预测 281
三、2015-2019年中国PDA需求预测 282
四、2015-2019年中国PDA供需平衡预测 282
五、2015-2019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 2019年PDA行业投资情况分析 283
一、2019年总体投资及结构 283
二、2019年投资规模情况 283
三、2019年投资增速情况 284
四、2019年分行业投资分析 285
第二节 2019年PDA行业投资情况分析 285
一、2018总体投资及结构 285
二、2018投资规模情况 286
三、2018投资增速情况 286
四、2019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 2015-2019年我国经济形势分析 288

一、2019年我国宏观经济运行情况分析 288
二、2019年我国宏观经济发展情况分析 292
三、2015-2019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 2019年中国PDA行业社会环境分析 313
一、2019年居民生活水平分析 313
二、2019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、2015-2019年PDA行业投资状况分析 345
二、2015-2019年PDA行业投资效益分析 347
三、2015-2019年PDA行业投资趋势预测 348
四、2015-2019年PDA行业的投资方向 351
五、2015-2019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 2015-2019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、2015-2019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 2015-2019年PDA行业风险分析 356

一、2015-2019年宏观经济波动风险 356
二、2015-2019年PDA行业政策风险 356
三、2015-2019年PDA行业供需风险 356
四、2015-2019年PDA行业技术风险 357
五、2015-2019年PDA行业经营风险 357
六、2015-2019年PDA相关行业风险 357
第五节 2015-2019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 2015-2019年PDA行业投资战略研究 374
一、PDA行业投资战略 374
二、2019年PDA行业投资战略 375
三、2015-2019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；2019年时不同计算系统的性能预测 41
图表：2015-2019年中国PDA市场规模 50
图表：2015-2019年各类PDA产品市场增长情况 52
图表：2015-2019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：2015-2019年我国PDA产值统计与预测 279
图表：2015-2019年我国PDA销售收入统计与预测 280
图表：2015-2019年我国PDA供给量统计与预测 280
图表：2015-2019年我国PDA产量统计与预测 282
图表：2015-2019年我国PDA需求量统计与预测 282

详细请访问：http://www.cction.com/report/202008/180506.html