



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国PDA行业投资分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国PDA行业投资分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125372.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

→内容简介

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。

本研究咨询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、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 行业发展现状

第一章 PDA行业主要经济特性 1

第一节 产品特性 1

一、产品分类 1

二、产品发展背景 1

三、产品原理 2

四、主要功能 2

五、产业链概述 3

第二节 PDA行业特征分析 6

一、PDA行业所处生命周期 6

二、进入 / 退出难度 8

三、PDA行业技术变革与产品革新 10

四、差异化 / 同质化分析 13

第三节 PDA行业运行经济环境分析 17

一、2008-2009年中国宏观经济经济运行分析 17

二、金融危机对中国经济影响 67

三、全球经济危机对PDA行业的影响 94

第二章 PDA的生产分析 96

第一节 全球PDA行业发展现状分析 96

一、PDA行业发展困局分析 96

二、智能手机对PDA行业的冲击 97

- 三、PDA与手机融合走势分析 97
- 四、PDA行业龙头退市状况分析 98
- 第二节 PDA行业发展分析 100
 - 一、应用在行业分析 101
 - 二、产品用户分析 102
 - 三、产品厂商分析 103
 - 四、产品渠道拓展分析 104

第二部分 行业市场发展状况

第三章 PDA行业市场分析 107

第一节 PDA市场发展现状分析 107

- 一、全球PDA市场发展现状 107
- 二、PDA市场发展发展问题 107
- 三、PDA市场多样化发展分析 108
- 四、PDA市场发展障碍分析 108

第二节 PDA行业应用分析 109

- 一、PDA行业应用分析 109
- 二、PDA行业应用前景 111
- 三、PDA产品行业应用发展方向 111

第三节 PDA行业发展走向分析 112

- 一、高端PDA行业发展走向 112
- 二、掌上电脑市场发展走向 113
- 三、戴尔退出对PDA市场影响 114
- 四、2008-2009年微型计算机产量分析 114

第四章 PDA行业市场价格分析 118

- 一、中、低端掌上电脑价格分析 118
- 二、CPU类型分析 118
- 三、CPU主频分析 120
- 四、操作系统分析 121
- 五、ROM容量分析 122
- 六、RAM容量分析 124

七、通信端口分析 125

第五章 PDA市场渠道分析 127

第一节 PDA渠道分析 127

一、专业PDA厂商渠道 127

二、非专业PDA厂商渠道 127

三、消费类PDA产品的渠道 128

四、PDA渠道问题分析 129

第二节 PDA市场渠道创新分析 130

一、创新对市场影响 130

二、渠道对PDA市场影响 131

第三节 名人PDA分销渠道与网络 132

一、网络营销发展分析 132

二、价格对渠道的影响 133

三、运作分销商策略 137

第六章 PDA用户分析 144

第一节 PDA消费者类型 144

一、实用型 144

二、性能型 144

三、娱乐型 144

第二节 PDA用户消费特征分析 145

一、PDA用户特点分析 145

二、消费者选择PDA产品考虑因素分析 146

三、用户对手机和PDA融合的态度调查 149

第三节 PDA细分用户分析 149

一、PDA企业用户分析 149

二、娱乐型掌上电脑消费者分析 151

第三部分 相关行业发展分析

第七章 2009-2012年我国3G市场分析 153

第一节 2009年我国3G业务现状分析 153

- 一、2009年我国3G业务应用现状分析 153
- 二、3G网络运维需求分析 155
- 三、2009年3G业务应用亮点分析 163
- 四、3G业务的实现及发展趋势 167
- 五、3G技术发展与手机文化产业开发研究 172
- 第二节 我国3G市场发展状况 177
 - 一、我国3G市场发展分析 177
 - 二、2009年我国3G行业发展走势分析 182
 - 三、我国目前主流3G网络标准解析 188
 - 四、我国主要3G业务分析 192
- 第三节 我国3G市场发展趋势分析 194
 - 一、“十一五”期间我国电信业与3G发展规划与趋势 194
 - 二、2009-2012年我国3G市场发展趋势分析 204
 - 三、2009-2015年我国3G用户发展趋势与预测 227
- 第四节 3G行业投资分析 229
 - 一、国内外3G投资机遇与展望 229
 - 二、我国3G投资现状分析 233
 - 三、2009-2012年国内外3G投资趋势分析 255

- 第八章 智能手机行业发展分析 262
 - 第一节 2009-2012年全球智能手机市场分析 262
 - 一、2009年一季度全球智能手机市场销售状况分析 262
 - 二、2009年全球智能手机市场发展走势 265
 - 三、2010年全球智能手机产量预测 266
 - 四、2012年全球智能手机市场发展预测 267
 - 第二节 2009年我国智能手机市场分析 267
 - 一、2009年一季度中国智能手机市场分析 267
 - 二、智能手机在中国3G战略中地位分析 270
 - 三、2009年我国智能手机市场分析预测 272
 - 四、2009年我国智能手机市场流行趋势 274
 - 第三节 2009年智能手机企业动向 277
 - 一、联通与Acer合推智能手机 277

- 二、2009年诺基智能手机动向 279
- 三、中兴制造4G标准智能手机 280
- 四、谷歌智能手机销售新平台 280
- 五、Apple智能手机市场份额分析 282
- 六、2009年Android智能手机出货量预测 282
- 第四节 2009年智能手机市场竞争分析 283
 - 一、智能手机跨界竞争分析 283
 - 二、3G对智能手机市场竞争影响 285
 - 三、2009年智能手机市场竞争预测 288

第九章 2009年我国笔记本市场分析 290

第一节 2009年第一季度中国笔记本市场分析 290

- 一、市场概述 290
- 二、市场结构动向分析 292
- 三、市场价格走势分析 301
- 四、市场发展趋势预测 309

第二节 2009年上网本用户消费行为分析 311

- 一、上网本用户分析 311
- 二、上网本市场概况 313
- 三、上网本市场用户消费行为分析 315

第三节 2009年商务笔记本市场分析 327

- 一、商务笔记本经销商分析 327
- 二、2009年商务笔记本新技术分析 329
- 三、2009年惠普与联想在商务笔记本市场竞争分析 331

第四部分 行业竞争与趋势分析

第十章 PDA行业内竞争分析 335

第一节 PDA行业竞争分析 335

- 一、高端掌上电脑 335
- 二、中端掌上电脑 336
- 三、低端掌上电脑 336
- 四、行业竞争和产业分析 337

第二节 PDA行业竞争4P分析 338

一、产品分析 338

二、渠道 339

三、价格 339

四、促销 340

五、竞争走势 340

第十一章 PDA行业品牌固守与退出分析 341

第一节 PDA行业品牌固守分析 341

一、摩托罗拉巩固PDA市场领导地位 341

二、苹果重返PDA市场 342

三、智能手机与PDA融合趋势分析 342

第二节 PDA行业品牌退出分析 344

一、2007年富士通-西门子退出PDA市场 344

二、2008年戴尔退出PDA市场 344

三、2008年索尼退出PDA市场 345

四、2009年夏普退出PDA市场 345

第十二章 企业分述 347

第一节 恒基伟业公司 347

一、公司简介 347

二、公司产品发展历程 347

第二节 权智（国际）有限公司 348

一、公司简介 348

二、公司产品 349

三、东莞生产厂房基地 350

第三节 中山名人数码科技有限公司 352

一、公司简介 352

二、名人公司首创实录 353

第四节 汉王科技股份有限公司 354

一、公司简介 354

二、汉王技术授权 354

第十三章 PDA行业市场预测 355

一、PDA行业应用发展方向 355

二、PDA厂商发展方向 360

三、中国PDA市场发展趋势分析 364

图表目录

图表：2008年1-4季度国内生产总值 18

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 18

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 19

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 19

图表：2008年2-11月我国CPI情况 21

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 21

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 22

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 22

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 23

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 23

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 23

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 24

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 24

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 24

图表：2008年2月工业增加值增长速度 25

图表：2008年3月工业增加值增长速度 25

图表：2008年4月工业增加值增长速度 26

图表：2008年5月工业增加值增长速度 26

图表：2008年6月工业增加值增长速度 27

图表：2008年7月工业增加值增长速度 27

图表：2008年8月工业增加值增长速度 28

图表：2008年9月工业增加值增长速度 28

图表：2008年10月工业增加值增长速度 29

图表：2008年11月工业增加值增长速度 29

图表：2008年12月工业增加值增长速度 30

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 32

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 32

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 33

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 33

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 34

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 34

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 35

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 35

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 36

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 37

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 37

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 40

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 42

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 44

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 44

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 44

图表：2008年7月我国前十位出口市场 45

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 45

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 46

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 46

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 46

图表：2008年8月我国前十位出口市场 47

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 47

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 47

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 48

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 48

图表：2008年9月我国前十位出口市场 48

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 49

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 49

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 49

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 50

图表：2008年10月我国前十位出口市场 50

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 51

图表：2008年11月我国前十位出口市场 51

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 52

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 52

图表：2008年12月我国前十位出口市场 53

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 53

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 54

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 55

图表：2008年我国月度进出口总值情况 55

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 56

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 56

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 56

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 56

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 56

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 57

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 57

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 57

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 57

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 57

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 58

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 58

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 58

图表：2009年1月我国宏观经济景气指数 60

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 60

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 60

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 60

图表：2009年1月我国消费者景气指数 61

图表：2009年2月我国消费者景气指数 61

图表：2009年3月我国消费者景气指数 61

图表：2009年4月我国消费者景气指数 61

图表：2009年1月我国制造业采购经理指数 61

图表：2009年2月我国制造业采购经理指数 62

图表：2009年3月我国制造业采购经理指数 62

图表：2009年4月我国制造业采购经理指数 62

图表：2008-2009年微型计算机产量全国统计 114

图表：2008-2009年微型计算机产量北京市统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量天津市统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量山西省统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量辽宁省统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量吉林省统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量黑龙江省统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量上海市统计 115

图表：2008-2009年微型计算机产量江苏省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量浙江省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量安徽省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量福建省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量山东省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量广东省统计 116

图表：2008-2009年微型计算机产量陕西省统计 116

图表：按照CPU类型分析产品价格段分布 119

图表：按CPU主频分析产品价格段分布 120

图表：按照操作系统分析产品价格段分布 122

图表：按ROM容量分析产品价格段分布 123

图表：按PAM容量分析产品价格段分布 124

图表：按通信端口分析产品价格段分布 125

图表：3G运维需求分析框架 156

图表：3G网络结构 159

图表：3G业务构架 168

图表：VHE逻辑模型 170

图表：国内的3G建设将会加速发展 178

图表：3G将带来丰富多彩的应用 178

图表：3G给运营商带来新的盈利增长 179

图表：运营商重组及3G牌照发放预测 179

图表：2007-2010年3G受益公司时间序列 180

图表：2002-2007年电信、联通和移动行业增长率比较 195

图表：2007年1H07运营商收入占有比例 195

图表：2007年1-11月移动和联通的市场占有比率 196

图表：电信技术产业间融合分析 196

图表：电信技术产业内融合分析 196

图表：2005-2007年中国及周边国家/地区移动电话普及率 197

图表：2005-2010年电信收入和移动用户将稳步增长 197

图表：2005-2010年宽带业务发展分析及预测 198

图表：2005-2010年宽带增值业务发展分析及预测 198

图表：2010年中国电信、移动和联通市场发展预测 199

图表：2002-2011年中国电信投资预测 199

图表：2002-2011年3G投资与非3G投资预测 200

图表：1997-2007年GDP增长率与电信业务收入增长率 200

图表：2003-2007年中国电信业CAPEX/业务收入比 200

图表：运营商重组与博弈进程 201

图表：2007-2011年3G投资CAPEX预测 201

图表：2005-2011年中国移动未来投资计划分析与预测 202

图表：2005-2011年中国电信收购C网设备投资支出分析与预测 202

图表：2005-2011年中国联通并网后电信设备投资支出分析与预测 203

图表：2005-2011年国电信设备投资支出分析与预测 203

图表：2002-2007年全球3G用户发展情况 207

图表：3G在中国的发展需求 209

图表：2007-2011年中国的3G用户数量发展预测 210

图表：国家对TD产业政策的支持 211

图表：TD主设备供应商 214

图表：TD建设阶段描述表 215

图表：2007-2011年中国移动TD用户数量发展预测 216

图表：国内CDMA终端厂家份额 218

图表：CDMA关闭网络风潮原因分析 219

图表：2007-2011年中国电信的CDMA2000发展迅速 221

图表：WCDMA芯片主要供应商 222

图表：2007-2011年中国联通WCDMA用户数量预测 224

图表：2008-2011年中兴通讯收入预测 225

图表：3G牌照发放后2年内新联通WCDMA市场份额预测 235

图表：未来几年电信信息化建设的主要驱动力 236

图表：2006-2011年我国电信4大运营商软件与服务支出规模预测 237

图表：电信硬件与服务产业链受益公司 238

图表：CDMA2000基站区域需求预测 238

图表：2009-2011年CDMA2000基站年度需求预测 239

图表：WCDMA基站区域需求预测 239

图表：2009-2011年WCDMA基站年度需求预测 240

图表：TD-SCDMA基站区域需求预测 241

图表：2009-2011年TD-SCDMA基站年度需求预测 241

图表：2009-2011年新建3G基站规模需求预测 242

图表：2009-2011年3G基站扩建规模需求预测 242

图表：2009-2011年3G基站设备价格需求预测 243

图表：2009-2011年3G基站设备市场规模预测 244

图表：2009-2011年3G基站升级投资市场规模预测 244

图表：2009-2011年核心网络设备投资预测 244

图表：2009-2011年3G核心网络设备市场规模预测 245

图表：2009-2011年3G项目投资规模预测 246

图表：2005-2011年新联通移动业务资本投资规模预测 246

图表：2006-2011年新联通固定业务资本投资规模预测 247

图表：2006-2008年中国移动投资结构占比分析 247

图表：2007年中国移动GSM网络建设投资构成比例 248

图表：2007年中国移动资本投资项目占比分析 248

图表：中国联通投资结构 248

图表：2007年电信资本投资结构占比分析 249

图表：2006-2008年网通累计资本投资结构占比分析 250

图表：通信设备制造业细分行业归类 251

图表：移动网络优化设备细分产品归类 251

图表：2003-2008年国内电信投资总额和移动加联通资本开支总额及增长比较 253

图表：2006-2012年中国及全球运营商对无限基础设施的投资 256

图表：国内3G发牌后三年每年3G投资规模及细分预测 258

图表：2007-2009年通信行业及软件与集成行业通信相关公司估值 261

图表：2009年3月中国智能手机市场不同价格区间用户关注分布图 275

图表：2008年10月～2009年3月中国市场2000元以下智能手机用户关注度走势图 276

图表：2009年第一季度中国市场最受关注的15大笔记本电脑品牌分布 293

图表：2009年第一季度中国市场七大区域笔记本电脑关注比例分布 294

图表：2009年第一季度七大区域最受关注的十大笔记本电脑品牌排行 295

图表：2009年第一季度不同产品定位笔记本电脑关注比例分布 296

图表：2009年第一季度不同屏幕尺寸笔记本电脑关注比例分布 297

图表：2009年第一季度不同处理器配置笔记本电脑关注比例分布 298

图表：2009年第一季度不同显卡类型笔记本电脑关注比例分布 299

图表：2009年第一季度不同价格区间笔记本电脑关注比例分布 300

图表：2009年1月-3月不同价格区间笔记本关注比例走势 300

图表：2009年1月-3月中国笔记本电脑市场价格指数走势 302

图表：2009年1月-3月中国笔记本电脑市场均价走势 303

图表：2009年1月-3月14.1英寸与15.4英寸笔记本市场均价走势 304

图表：2009年1月-3月中国迅驰2笔记本电脑市场均价走势 305

图表：2009年第一季度中国笔记本市场主流品牌均价对比 306

图表：2009年第一季度笔记本市场主流品牌14.1英寸产品均价对比 307

图表：2009年第一季度笔记本市场主流品牌15.4英寸产品均价对比 308

图表：2009年第一季度笔记本市场主流品牌迅驰2产品均价对比 309

图表：Netbook与Notebook的区别 313

图表：调查对象年龄分布 315

图表：调查对象月收入分布 316

图表：调查对象职位分布 317

图表：消费者是否近期会考虑购买上网本调查 318

图表：消费者选购上网本最看重的因素分布 319

图表：消费者认为上网本的主要用途分布 320

图表：消费者认为上网本合理的价位分布 321

图表：消费者认为上网本理想的尺寸分布 322

图表：消费者最看好的上网本处理器配置分布 323

图表：消费者认为合适的上网本存储设备分布 324

图表：消费者能够接受的上网本最大重量分布 325

图表：消费者期望的上网本电池续航时间分布 325

图表：消费者选购上网本的地点分布 326

图表：2012年全球MID市场出货份额预测 343

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125372.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。