

2015-2020年中国IT分销 市场深度研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国IT分销市场深度研究与投资策略报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/K77161NOMV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录

- 第一章 2014年中国IT分销市场运行环境解读 14
 - 第一节 2014年第二季度国际经济观察 14
 - 一、全球经济很可能进入“新危险期”，世界经济下行风险日渐增大 14
 - 二、定量宽松货币政策退出尚早，经济转型仍任重道远 24
 - 三、小结 26
 - 第二节 2010-2014年中国宏观经济环境分析 26
 - 一、中国GDP分析 26
 - 二、消费价格指数分析 27
 - 三、城乡居民收入分析 29
 - 四、社会消费品零售总额 31
 - 五、全社会固定资产投资分析 33
 - 六、进出口总额及增长率分析 37
 - 第三节 2013-2014年中国IT分销政策环境分析 39
 - 一、经济复苏态势增强经济形势向好 39
 - 二、货币信贷快速增长政策微调信号显现 40
 - 三、热钱流入加速政策面临两难选择 41
 - 四、贸易保护主义升温亟待产业结构升级 43
 - 五、产能问题日益突出政策重心开始调整 44
 - 六、人民币跨境结算全面推进 46
 - 第四节 2013-2014年中国IT分销社会环境分析 48
- 第二章 2013-2014年中国IT分销产业运行态势分析 50
 - 第一节 2013-2014年中国IT分销产业运行总况 50
 - 一、IT分销商将向高增值服务商转变 50
 - 二、IT分销利润空间 51
 - 三、销售规模获新突破 52
 - 四、IT分销商渠道及发展分析 53
 - 五、中国IT分销细化领域成主流、区域分销渐走红 54
 - 第二节 2013-2014年中国IT分销重点区域分析 54

- 一、西南 54
 - 1、IT分销：面向行业客户 强化增值服务 54
 - 2、厂商：承认渠道价值，深化网格管理 55
 - 3、分销商：面向行业客户，强化增值服务 55
- 二、华北 55
- 三、华南 57
- 四、西北 58
- 五、华东 59
- 六、华中 60
- 七、东北 60

第三章 2013-2014年中国IT分销市场供需形态调研 62

第一节 2013-2014年中国IT分销市场供给分析 62

- 一、市场供给需求 62
- 二、供给规模分析 63
- 三、渠道供给调研 65

第二节 2013-2014年IT分销市场成长趋缓面临转型抉择 66

- 一、IT硬件市场增长趋缓 66
- 二、偏爱零售商和系统集成商 67
- 三、电子商务系统还处于发展前期阶段 68
- 四、分销商两极分化 69
- 五、选好下游合作伙伴 70
- 六、转型是出路 71

第三节 2013-2014年中国IT分销商应对渠道冲击的策略 72

- 一、分销商在分销渠道中的角色 72
- 二、渠道成员功能执行能力 72
- 三、渠道的价值增加能力 73
- 四、分销渠道受到冲击 73
- 五、上、下游经销商对分销商的冲击 73
- 六、电子分销 74
- 七、其它应对策略 74

第四章 2013-2014年中国IT分销市场营销策略点评 77

第一节 2008-2009年中国IT分销发展及投资分析 77

- 一、行业春天已到 IT分销利好频出 77
- 二、挑战与机遇共存 IT分销须求新求变 77
- 三、长虹佳华分销业务 78

第二节 2008-2009年中国IT分销市场营销策略分析 78

- 一、个性化策略 79
- 二、产品组合策略 80
- 三、突显品牌策略 80

第五章 2013-2014年中国IT分销产业竞争新格局透析 82

第一节 2013-2014年中国IT分销行业竞争格局总况 82

- 一、战略调整悄然完成 82
- 二、消费数码分销获加强 83

第二节 2013-2014年中国IT分销行业主要优势企业竞争力综合评价 94

- 一、渠道策略比较 94
- 二、物流能力比较 97
- 三、客服能力比较 99

第三节 2013-2014年中国IT分销行业主要优势分析 104

- 一、扩展传统分销渠道 104
- 二、打通传统分销链信息流 104
- 三、扁平化传统分销渠道 105
- 四、降低交易成本 105

第四节 2013-2014年中国IT分销行业进入和退出壁垒分析 106

- 一、分销商两极分化 106
- 二、转型是出路 107

第五节 2013-2014年中国IT分销产业竞争趋势分析 108

- 一、企业需求急迫规模巨大 108
- 二、厂商新的竞争起点 109
- 三、继续追求系统运行效率和效果 109
- 四、与IT增值服务相互促进与发展 110

第六章 2013-2014年中国百强IT分销商调研 111

第一节 神州数码（中国）有限公司 111

第二节 佳杰科技（中国）有限公司 111

第三节 英迈（中国）商业有限公司 112

第四节 长虹佳华 113

第七章 2009-2012年中国IT分销投资热点跟踪分析 115

第一节 2009-2012年中国IT分销行业投资环境分析 115

一、生命周期分析 115

二、行业增长性分析 115

三、产业成熟度整合渠道营销模式 115

四、新渠道竞争方式 116

第二节 2009-2012年中国IT分销投资潜力分析 116

一、从客户价值开始 116

二、风险分析 116

第三节 2009-2012年中国IT分销行业吸引力分析 118

一、行业成长潜力 118

二、行业的竞争力量变动趋势 119

第四节 2009-2012年中国IT分销行业盈利IT分销分析 119

一、行业盈利驱动因素带来的影响 119

二、主要企业在行业中的竞争地位 120

三、实力企业变动趋势延深 121

第八章 2014年中国IT分销行业上下游产业链发展情况及行业的影响分析 123

第一节 2014年中国IT分销行业上游行业发展及影响分析 123

一、2014年中国IT分销行业上游行业运行现状分析 123

二、对本行业产生的影响现状分析 124

第二节 未来中国IT分销行业下游行业发展及影响预测分析 124

一、中国IT分销行业下游行业运行预测趋势分析 124

二、IT分销行业整体预测分析 124

第九章 2015-2020年中国IT分销行业发展趋势预测 126

- 第一节 2015-2020年政策变化趋势预测 126
 - 一、普遍加快发展节奏 126
 - 二、建立战略利益集团 126
 - 三、以会员制为代表的战略性顾客管理 126
 - 四、以品牌战略提升标准化管理水平 126
 - 五、以单品管理为目标的营销模式创新 126
 - 六、以进军房地产为代表的营销风险控制 127
 - 七、以信息化平台为基础的电子商务起步 127
 - 八、价格战在重点区域仍将是重要的营销手段 127

第二节 2015-2020年供求趋势预测 127

- 一、供给预测 127
- 二、需求预测 128

第十章 2015-2020年IT分销行业投资潜力与价值分析 130

第一节 2015-2020年IT分销行业投资环境分析 130

- 一、成本控制 130
- 二、客户服务 130
- 三、买方市场 130

第二节 2015-2020年IT分销行业SWOT模型分析 130

- 一、优势 130
- 二、劣势 131
- 三、机会 131
- 四、威胁 132

第三节 2015-2020年我国IT分销行业投资潜力分析 132

第四节 2015-2020年我国IT分销行业前景展望分析 133

第五节 2015-2020年我国IT分销行业盈利能力预测 134

第十一章 2015-2020年中国IT分销行业投资风险预警 136

第一节 2015-2020年中国IT分销政策和体制风险分析 136

- 一、积极财政政策体制风险的理论分析 136
- 二、积极财政政策体制风险的现实分析 137

第二节 2015-2020年中国IT分销宏观经济波动风险分析 140

第三节 2015-2020年中国IT分销市场风险分析 141

一、裁减IT合同工 141

二、压缩咨询、硬件定向投资 142

三、自身结构优化 142

第四节 2015-2020年中国IT分销技术风险分析 143

一、IT应该成为公司治理的工具 143

二、IT可以增加利益相关者的价值 143

三、IT是实现业务目标的基本要素 143

四、IT占用大量的投资并给组织带来巨大风险 144

第五节 2015-2020年中国IT分销原材料压力风险分析 144

第六节 2015-2020年中国IT分销市场竞争风险分析 144

一、渠道精耕 144

二、窄众传播 145

三、看人定价 146

第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁 146

第八节 2015-2020年中国IT分销营销风险分析 147

一、高成本、高风险营销转嫁于消费者市场萎缩 147

二、营销价值缺乏创新 148

第十二章 2015-2020年IT分销产业投资机会及投资策略分析 150

第一节 2015-2020年IT分销企业区域投资机会 150

第二节 2015-2020年IT分销企业主要产品投资机会 150

第三节 2015-2020年IT分销企业出口市场投资机会 150

第四节 2015-2020年中国IT分销行业投资策略分析 153

一、产品定位策略 153

二、产品开发策略 155

三、渠道销售策略 156

四、品牌经营策略 159

五、服务策略 160

第十三章 2015-2020年中国IT分销行业发展趋势分析 162

第一节 未来IT分销行业发展趋势分析 162

- 一、分销细化 162
- 二、分销客户化 162
- 三、更加重视二三级分销 162
- 第二节 2015-2020年中国IT分销产业前景展望 162
- 一、IT企业冲破金融危机束缚探寻良策 162
- 二、IT市场的未来机会 163
- 三、IT要扮演重要角色 163
- 四、企业创新是硬道理 164
- 第三节 权威专家投资建议 165

第十四章 2015-2020年中国IT分销市场投资活力与投资收益分析 166

- 第一节 IT分销市场活力系数比较及分析 166
- 一、相关产业活力系数比较 166
- 二、行业活力系数分析 169
- 三、综合观点 169
- 第二节 IT分销市场投资收益率比较及分析 169
- 一、相关产业投资收益率比较 169
- 二、行业投资收益率分析 174

【图表目录】

- 图表 1 2008年以来美国GDP季度环比增长率 14
- 图表 2 美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长 14
- 图表 3 2008-2014年2季度各因素对美国经济增长的贡献度 15
- 图表 4 美国工业产值增长及产能利用率变化 16
- 图表 5 2008-2014年6月美国CPI&PPI变化趋势 16
- 图表 6 2008年9月—2014年6月美国月度失业率情况 17
- 图表 7 欧盟16国GDP季度同比增长率 18
- 图表 8 2008-2014年6月欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化 19
- 图表 9 2008年9月-2014年6月欧元区CPI、PPI同比增长变化 20
- 图表 10 欧盟16国失业率率变化 21
- 图表 11 2008-2014年3季度（季调后）日本实际GDP环比年率变化 21
- 图表 12 2014年1月-2014年6月日本工业产值情况 23

- 图表 13 2009-2014年6月日本CPI增长变化（单位：%） 23
- 图表 14 2009-2014年6月日本失业率变化（单位：%） 24
- 图表 15 2000-2014年第二季度中国GDP及其增长率统计表 26
- 图表 16 2014年1-2季度中国不同产业增加值对比情况 27
- 图表 17 2006-2013年中国居民消费价格涨跌幅度 28
- 图表 18 2010-2014年6月中国居民消费价格涨跌幅度（月度同比增长） 28
- 图表 19 2014年6月份居民消费价格主要数据 29
- 图表 20 2006-2013年农村居民人均收入及其增长速度 29
- 图表 21 2006-2013年城镇居民人均收入及其增长速度 30
- 图表 22 2003-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图 31
- 图表 23 2014年6月份社会消费品零售总额主要数据 31
- 图表 24 2010-2014年6月中国社会零售市场增长趋势图 32
- 图表 25 2005-2013年我国社会固定资产投资额走势图 33
- 图表 26 2013年1-11月中国固定资产投资细分产业增长情况 34
- 图表 27 2010-2014年6月中国固定资产投资（不含农户）增速 36
- 图表 28 2010-2014年6月中国固定资产投资资金来源增速 36
- 图表 29 2010-2014年6月中国房地产开发投资增速 37
- 图表 30 2013年货物进出口总额及其增长速度 37
- 图表 31 2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 38
- 图表 32 2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 38
- 图表 33 2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 39
- 图表 34 2003-2013年中国IT分销商百强销售规模增长趋势图 52
- 图表 35 2008-2013年分销商40~100强销售额占百强营业额比重 54
- 图表 36 2014年1-11月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况 62
- 图表 37 2013年中国IT分销商百强榜单 63
- 图表 38 2013年中国IT分销商100强产品线结构分布变化 66
- 图表 39 2013年中国IT分销商100强的业务构成分布 68
- 图表 40 2013年中国IT分销商100强建立电子商务系统的比例 68
- 图表 41 2013年中国IT分销商100强增长速度区间分布 69
- 图表 42 国内消费电子商销售渠道一览表 83
- 图表 43 特许经营体系模型图 88
- 图表 44 OPPO数码产品列表 89

- 图表 45 三大分销商对比表 94
- 图表 46 2013-2014年中国IT分销商TOP20与TOP100销售额规模 119
- 图表 47 2008-2013年分销商40~100强销售额占100强营业额比重 121
- 图表 48 2008-2013年中国IT分销商100强入围门槛 131
- 图表 49 2008-2013年中国IT分销商TOP20与TOP100销售额规模 132
- 图表 50 2008-2013年中国IT分销商百强增长速度区间分布 133
- 图表 51 2004-2013年中国IT分销行业增长情况 169
- 图表 52 2013年规模以上电子信息制造业与全国工业增加值月增速对比 170
- 图表 53 2013年各季度规模以上电子信息制造业收入、利润完成情况对比 170
- 图表 54 2013年电子信息产品月度出口额情况 170
- 图表 55 2013年电子信息产业固定资产投资完成情况 171
- 图表 56 2014年1-6月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（一） 172
- 图表 57 2014年1-6月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（二） 172
- 图表 58 2014年1-6月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（三） 173
- 图表 59 2014年1-6月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（四） 173
- 图表 60 2003-2013年中国IT分销利润走势情况 174

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/K77161NOMV.html>