

2013-2018年中国IT分销 产业竞争现状及市场前景研究报告

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

《2013-2018年中国IT分销产业竞争现状及市场前景研究报告》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/201311/100052.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

IT分销指IT产品从生产出来一直到消费者手中的整个传递过程所涉及的一系列活动。随着电脑等IT产品市场的日渐成熟以及产品种类和规模的扩大，IT产品的销售面临着越来越大的压力。为缓解IT产品制造商的销售压力，20世纪90年代初期，IT分销开始出现，主要是指依托分销商强大的现金流、物流、渠道体系，把厂商的产品输送到终极市场上。IT分销行业是指从事IT分销的企业的总和。

作为IT行业供应链的重要组成部分，IT分销行业具有鲜明的行业特点：一是客户种类多。IT分销行业处于IT产品供应链的中游，面对的客户（合作伙伴）既有上游的制造商，也有下游的渠道商、代理商、零售商等；二是需要充足的现金支持企业运转，IT产品价格都相对比较高，分销行业需要有强大的资金实力来“进货”；三是机构或工作人员分散在各地，注定了IT分销是一种跨地域的并发业务；四是物流机制完善，IT分销行业需要完善的物流机制来保证产品流通能力；五是广泛的渠道网络，对于IT分销行业来说，渠道越多，卖出去的产品便越多。

IT分销行业转型最根本在于经营理念的转变，即由过去的销售产品逐渐向销售服务转型。“表面上看，分销商经营的是IT产品；实际上，分销商提供给下游渠道商的是他们的服务”。在这个“以客户为中心”的消费时代，IT分销商的转型工作就应该从降低服务成本、提高各种情况下的服务能力入手，即从传统意义上的产品分销，转型为厂商与经销商之间沟通服务的桥梁。

中企顾问发布的《2013-2018年中国IT分销产业竞争现状及市场前景研究报告》共十四章，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我公司对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章 2012年中国IT分销市场运行环境解读	9
第一节 2012年国际经济走势观察	9
一、2013年世界经济增速将略高于2012年，但复苏动力不足	9
二、主要经济体经济缓慢回升，但走势继续分化	9
三、贸易和投资保护升温，世界贸易和投资仍将低速增长	9

四、大宗商品价格走低，通胀压力有所缓解	9
五、全球失业人口继续增加，主要经济体失业率居高不下，欧元区青年人失业问题尤为严重	10
第二节 2012年中国宏观经济环境分析	10
一、国民经济运行情况GDP	10
二、居民消费价格指数CPI、PPI	11
三、全国居民收入情况	12
四、工业发展形势	12
五、固定资产投资情况	13
第三节 2012年中国IT分销政策环境分析	15
一、经济复苏态势增强经济形势向好	15
二、货币信贷快速增长政策微调信号显现	16
三、热钱流入加速政策面临两难选择	17
四、贸易保护主义升温亟待产业结构升级	18
五、产能问题日益突出政策重心开始调整	19
六、人民币跨境结算全面推进	22
第四节 2012年中国IT分销社会环境分析	24
第二章 2011-2012年中国IT分销产业运行态势分析	25
第一节 2011-2012年中国IT分销产业运行总况	25
一、IT分销商将向高增值服务商转变	25
二、IT分销利润空间	26
三、销售规模获新突破	27
四、IT分销商渠道及发展分析	28
五、中国IT分销细化领域成主流、区域分销渐走红	29
第二节 2011-2012年中国IT分销重点区域分析	30
一、西南	30
二、华北	31
三、华南	32
四、西北	33
五、华东	34
六、华中	36

七、东北 36

第三章 2011-2012年中国IT分销市场供需形态调研 38

第一节 2011-2012年中国IT分销市场供给分析 38

一、市场供给需求 38

二、供给规模分析 40

三、渠道供给调研 41

第二节 2011-2012年IT分销市场成长趋缓面临转型抉择 42

一、IT硬件产业结构调整分析 42

二、偏爱零售商和系统集成商 44

三、电子商务发展阶段及趋势 45

四、分销商两极分化 47

五、选好下游合作伙伴 47

六、转型是出路 48

第三节 2011-2012年中国IT分销商应对渠道冲击的策略 50

一、分销商在分销渠道中的角色 50

二、渠道成员功能执行能力 50

三、渠道的价值增加能力 50

四、分销渠道受到冲击 51

五、上、下游经销商对分销商的冲击 51

六、电子分销 51

七、其它应对策略 52

第四章 2011-2012年中国IT分销市场营销策略点评 54

第一节 中国IT分销发展及投资分析 54

一、行业春天已到 IT分销利好频出 54

二、挑战与机遇共存 IT分销须求新求变 55

三、长虹佳华分销业务 55

第二节 中国IT分销市场营销策略分析 56

一、个性化策略 56

二、产品组合策略 58

三、突显品牌策略 58

第五章 2011-2012年中国IT分销产业竞争新格局透析	59
第一节 2011-2012年中国IT分销行业竞争格局总况	59
一、战略调整悄然完成	59
二、消费数码分销获加强	60
第二节 2011-2012年中国IT分销行业主要优势企业竞争力综合评价	71
一、渠道策略比较	71
二、物流能力比较	75
三、客服能力比较	77
第三节 2011-2012年中国IT分销行业主要优势分析	81
一、扩展传统分销渠道	81
二、打通传统分销链信息流	82
三、扁平化传统分销渠道	83
四、降低交易成本	83
第四节 2011-2012年中国IT分销行业进入和退出壁垒分析	84
第五节 2011-2012年中国IT分销产业竞争趋势分析	85
一、企业需求急迫规模巨大	85
二、厂商新的竞争起点	87
三、继续追求系统运行效率和效果	87
四、与IT增值服务相互促进与发展	87
第六章 2012年中国百强IT分销商调研（可自选）	89
第一节 神州数码（中国）有限公司	89
第二节 佳杰科技（中国）有限公司	89
第三节 英迈（中国）商业有限公司	90
第四节 紫光数码有限公司	90
第五节 长虹佳华	91
第六节 北京方正世纪信息系统有限公司	92
第七节 翰林汇信息产业股份有限公司	93
第八节 北京晓通网络科技有限公司	93
第九节 北京讯宜创新电子有限公司	94
第十节 北京富通东方科技有限公司	94

第七章 2012年中国IT分销投资热点跟踪分析	96
第一节 2012年中国IT分销行业投资环境分析	96
一、生命周期分析	96
二、行业增长性分析	96
三、产业成熟度整合渠道营销模式	96
四、新渠道竞争方式	96
第二节 2012年中国IT分销投资潜力分析	97
一、从客户价值开始	97
二、风险分析	97
第三节 2012年中国IT分销行业吸引力分析	99
一、行业成长潜力	99
二、行业的竞争力量变动趋势	100
第四节 2012年中国IT分销行业盈利IT分销平分析	100
一、行业盈利驱动因素带来的影响	100
二、主要企业在行业中的竞争地位	101
三、实力企业变动趋势延深	102
第八章 2012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	104
第一节 2012年中国IT分销行业上游行业发展及影响分析	104
一、中国IT分销行业上游行业运行现状分析	104
二、对本行业产生的影响现状分析	104
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	104
一、中国IT分销行业下游行业运行预测趋势分析	104
二、IT分销行业整体预测分析	105
第九章 2013-2018年中国IT分销行业发展趋势预测	106
第一节 2013-2018年政策变化趋势预测	106
一、普遍加快发展节奏	106
二、建立战略利益集团	106
三、以会员制为代表的战略性顾客管理	106
四、以品牌战略提升标准化管理水平	106

五、以单品管理为目标的营销模式创新	107
六、以进军房地产为代表的营销风险控制	107
七、以信息化平台为基础的电子商务起步	107
八、价格战在重点区域仍将是重要的营销手段	107
第二节 2013-2018年供求趋势预测	107
一、供给预测	107
二、需求预测	108
第十章 2013-2018年IT分销行业投资潜力与价值分析	110
第一节 2013-2018年IT分销行业投资环境分析	110
一、成本控制	110
二、客户服务	110
三、买方市场	110
第二节 2013-2018年IT分销行业SWOT模型分析	110
一、优势	110
二、劣势	111
三、机会	111
四、威胁	111
第三节 2013-2018年我国IT分销行业投资潜力分析	112
第四节 2013-2018年我国IT分销行业前景展望分析	112
第五节 2013-2018年我国IT分销行业盈利能力预测	113
第十一章 2013-2018年中国IT分销行业投资风险预警	114
第一节 2013-2018年中国IT分销政策和体制风险分析	114
一、积极财政政策体制风险的理论分析	114
二、积极财政政策体制风险的现实分析	115
第二节 2013-2018年中国IT分销宏观经济波动风险分析	118
第三节 2013-2018年中国IT分销市场风险分析	119
一、裁减IT合同工	119
二、压缩咨询、硬件定向投资	119
三、自身结构优化	120
第四节 2013-2018年中国IT分销技术风险分析	120

一、 IT应该成为公司治理的工具	120
二、 IT可以增加利益相关者的价值	121
三、 IT是实现业务目标的基本要素	121
四、 IT占用大量的投资并给组织带来巨大风险	121
第五节 2013-2018年中国IT分销原材料压力风险分析	122
第六节 2013-2018年中国IT分销市场竞争风险分析	125
一、 渠道精耕	125
二、 窄众传播	126
三、 看人定价	127
第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁	127
第八节 2013-2018年中国IT分销营销风险分析	128
一、 高成本、高风险营销转嫁于消费者市场萎缩	128
二、 营销价值缺乏创新	129
第十二章 2013-2018年IT分销产业投资机会及投资策略分析	131
第一节 2013-2018年IT分销企业区域投资机会	131
第二节 2013-2018年IT分销企业主要产品投资机会	132
第三节 2013-2018年IT分销企业出口市场投资机会	132
第四节 2013-2018年中国IT分销行业投资策略分析	134
一、 产品定位策略	134
二、 产品开发策略	137
三、 渠道销售策略	138
四、 品牌经营策略	141
五、 服务策略	142
第十三章 2013-2018年中国IT分销市场投资活力与投资收益分析	144
第一节 IT分销市场活力系数比较及分析	144
一、 相关产业活力系数比较	144
二、 行业活力系数分析	145
三、 综合观点	146
第二节 IT分销市场投资收益率比较及分析	146
一、 相关产业投资收益率比较	146

二、行业投资收益率分析 147

第十四章2013-2018年中国IT分销行业发展趋势分析 149

第一节未来IT分销行业发展趋势分析 149

一、分销细化 149

二、分销客户化 149

三、更加重视二三级分销 149

第二节 2013-2018年中国IT分销产业前景展望 149

一、IT行业软硬件一体化趋势 149

二、IT市场的未来机会 151

三、IT要扮演重要角色 151

四、企业创新是硬道理 152

第三节 权威专家投资建议 153

报告图表目录

图表 1 2013年1季度国内生产总值初步核算数据 10

图表 2 GDP环比增长速度 11

图表 3 全国居民消费价格涨跌幅 12

图表 4 2012-2013年3月规模以上工业增加值同比增长速度 13

图表 5 2012-2013年3月固定资产投资（不含农户）同比增速 14

图表 6 2003-2012年中国IT分销商百强销售规模增长趋势图 27

图表 7 2008-2012年分销商40~100强销售额占百强营业额比重 29

图表 8 2008-2012年我国电子信息产业收入规模 38

图表 9 2012年电子信息制造业与全国工业增加值累计增速对比 38

图表 10 2012年电子信息产业固定资产投资增速 39

图表 11 2012年电子信息产业主要指标完成情况 40

图表 12 2012年电子信息制造业主要行业发展态势对比 42

图表 13 2012年电子信息制造业内外销产值累计增速对比 43

图表 14 2012年电子信息制造业不同性质企业销售产值累计增速对比 43

图表 15 2012年东、中、西、东北部电子信息制造业发展态势对比 43

图表 16 2012年中国IT分销商100强的业务构成分布 44

图表 17 电子商务的发展 45

图表 18	2013-2015年中国B2C 占比将越来越高	45
图表 19	O2O消费价值链分析	46
图表 20	O2O已细分到多个行业	47
图表 21	中国IT分销商100强增长速度区间分布	47
图表 22	国内消费电子商销售渠道一览表	60
图表 23	特许经营体系模型图	65
图表 24	OPPO数码产品列表	66
图表 25	三大分销商对比表	71
图表 26	各国平均工资比较	122
图表 27	2012年全国主要地区最低工资水平差异示意图	122
图表 28	日本60年实施国民收入倍增计划后，工资增长率明显加快	123
图表 29	我国制造业劳动力成本逐年上升	123
图表 30	1951-2050年中国劳动力人口规模及增长	124
图表 31	已公布2012年提高最低工资标准的省市	124
图表 32	2008-2012年国内重点行业IT投资规模	144
图表 33	中国重点行业数据中心发展历程	144
图表 34	巨头在大数据时代的业务布局	145
图表 35	2004-2012年中国IT分销行业增长情况	146
图表 36	2012年我国规模以上电子信息制造业收入及利润情况	146
图表 37	2003-2012年中国IT分销利润走势情况	147
图表 38	软硬一体化公司的净利润率远超行业平均水平	150
图表 39	以智能手机市场为例，软硬一体化苹果和三星攫取了绝大部分的行业利润	150

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201311/100052.html>