

# 2016-2022年中国IT分销 行业监测及投资趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国IT分销行业监测及投资趋势研究报告》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/201608/137918.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。

报告目录：

### 第一章 2015年中国IT分销市场运行环境解读 9

#### 第一节 2015年国际经济走势观察 9

一、2015年世界经济增速将略高于2014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 2015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 2015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2015年中国IT分销社会环境分析 24

## 第二章 2014-2015年中国IT分销产业运行态势分析 25

### 第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国IT分销市场供需形态调研 38

### 第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国IT分销产业竞争新格局透析 59

第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国IT分销行业进入和退出壁垒分析 84

第五节 2014-2015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 2015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 北京晓通信息科技有限公司 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 2015年中国IT分销投资热点跟踪分析 96

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2016-2022年中国IT分销行业发展趋势预测 106

### 第一节 2016-2022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 2016-2022年供求趋势预测 107

#### 一、供给预测 107

#### 二、需求预测 108

## 第十章 2016-2022年IT分销行业投资潜力与价值分析 110

### 第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年我国IT分销行业投资潜力分析 112

#### 第四节 2016-2022年我国IT分销行业前景展望分析 112

#### 第五节 2016-2022年我国IT分销行业盈利能力预测 113

### 第十一章 2016-2022年中国IT分销行业投资风险预警 114

#### 第一节 2016-2022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 2016-2022年中国IT分销宏观经济波动风险分析 118

#### 第三节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国IT分销原材料压力风险分析 122

#### 第六节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年IT分销产业投资机会及投资策略分析 131

### 第一节 2016-2022年IT分销企业区域投资机会 131

### 第二节 2016-2022年IT分销企业主要产品投资机会 132

### 第三节 2016-2022年IT分销企业出口市场投资机会 132

### 第四节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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

#### 图表目录：

- 图表 1 2015年2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 2014-2015年5月规模以上工业增加值同比增长速度 13
- 图表 5 2014-2015年5月固定资产投资（不含农户）同比增速 14
- 图表 6 2003-2015年中国IT分销商百强销售规模增长趋势图 27
- 图表 7 2008-2015年分销商40~100强销售额占百强营业额比重 29
- 图表 8 2008-2015年我国电子信息产业收入规模 38
- 图表 9 2015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 2015年电子信息产业固定资产投资增速 39
- 图表 11 2015年电子信息产业主要指标完成情况 40
- 图表 12 2015年电子信息制造业主要行业发展态势对比 42
- 图表 13 2015年电子信息制造业内外销产值累计增速对比 43
- 图表 14 2015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 2015年东、中、西、东北部电子信息制造业发展态势对比 43
- 图表 16 2015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 2014-2015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 2015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2015年提高最低工资标准的省市 124

图表 32 2008-2015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 2004-2015年中国IT分销行业增长情况 146

图表 36 2015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 2003-2015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/201608/137918.html>