

2015-2020年中国IT分销 市场市场监测及趋势预测分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国IT分销市场市场监测及趋势预测分析报告》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.bosidata.com/qtIT1502/V35043OYDW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-05-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国IT分销市场市场监测及趋势预测分析报告》，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前景研究。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，以及我中心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，规避经营和投资前景，制定正确竞争和投资规划建议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。

博思数据是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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。

报告目录：

第一章 IT分销市场概述

第一节 IT分销市场发展现状分析

- 一、同行业市场重要动态及发展方向
- 二、IT分销相关行业市场发展现状分析

第二节 IT分销市场政策环境分析

- 一、IT企业冲破金融危机束缚探寻良策
- 二、IT市场的未来机会
- 三、IT要扮演重要角色
- 四、企业创新是硬道理

第三节 IT分销市场容量分析

- 一、分销细化
- 二、分销客户化
- 三、更加重视二级分销

第四节 IT分销市场特征分析

一、市场界定及行业定义

二、市场现状特征分析及建议

第五节 相关原材料市场供应变化状况分析

一、按原材料定额消耗量比例分配原材料费用

二、计算公式

第二章2013-2014年1-11月份IT分销市场运营状况分析

第一节2013-2014年1-11月份IT分销行业运行数据分析

第二节2013-2014年1-11月份中国IT分销市场营销策略及行业竞争分析

一、微利时代的IT分销战略

二、微利时代的长虹佳华战略

第三节2013-2014年1-11月份中国IT分销市场营销策略分析

一、个性化策略

二、产品组合策略

三、突显品牌策略

第四节2013-2014年1-11月份中国IT分销发展及投资分析

一、行业春天已到IT分销利好频出

二、挑战与机遇共存IT分销须求新求变

三、长虹佳华分销业务

第五节2013-2014年中国IT分销区域市场监测分析

一、细化区域成主流

二、区域分销渐走红

第三章2013-2014年中国IT分销行业发展现状及预测分析

第一节 2014年中国IT分销行业发展现状分析

一、2013年IT分销市场回顾

二、2014年创新理念对行业发展产生革新意义

第二节 2014年中国IT分销行业政策及现状分析

一、2014年1季度中国IT分销政策及盘点

二、好伙伴理念，困境突围的企业明灯

三、增值化服务，IT分销商成长之道

四、良性风险管控，打破分销业发展瓶颈

第三节 2014年中国IT分销行业竞争格局分析

一、战略调整悄然完成

二、消费数码分销获加强

三、业绩超过英迈

第四节 2014年中国IT分销行业主要优势分析

一、扩展传统分销渠道

二、打通传统分销链信息流

三、扁平化传统分销渠道

四、降低交易成本

第五节 2013-2014年中国IT分销行业发展趋势分析

一、企业需求急迫规模巨大

二、厂商新的竞争起点

三、继续追求系统运行效率和效果

四、与IT增值服务相互促进与发展

第四章 2014年中国IT分销行业PEST（环境）分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

第四节 技术环境分析

第五章 中国IT分销行业发展情况分析

第一节 中国IT分销行业发展分析

一、2014年IT分销行业运行情况及特点分析

二、2013-2014年IT分销行业投资情况分析

三、中国IT分销行业产品结构分析

四、中国IT分销行业与宏观经济相关性分析

五、中国IT分销行业生命周期分析

第二节 对IT分销市场区域性发展分析及建议

一、行业重点区域分布特点及变化

二、国内各省直辖市区域分析

第六章 2011-2014年中国IT分销市场供需调查分析

第一节 2014年中国IT分销市场供给分析

一、市场供给需求

二、价格供给分析

三、渠道供给调研

第二节 2011-2014年IT分销市场成长趋缓面临转型抉择

- 一、IT硬件市场增长趋缓
- 二、偏爱零售商和系统集成商
- 三、选好下游合作伙伴

第三节 2014年中国IT分销商应对渠道冲击的策略

- 一、2014年分销商在分销渠道中的角色
- 二、2014年渠道成员功能执行能力
- 三、2014年渠道的价值增加能力
- 四、2014年分销渠道受到冲击
- 五、2014年上、下游经销商对分销商的冲击
- 六、分销商的应对策略

第七章 2011-2014年中国IT分销行业市场竞争格局分析

第一节 2011-2014年中国IT分销行业集中度分析

第二节 2011-2014年中国IT分销行业规模经济情况分析

第三节 2011-2014年中国IT分销行业格局以及竞争力分析

- 一、行业整体竞争格局及态势分析
- 二、区域市场竞争格局及态势分析

第四节 IT分销行业进入和退出壁垒分析

- 一、分销商两极分化
- 二、转型是出路

第五节 2009年中国IT分销行业主要优势企业竞争力综合评价

- 一、渠道策略比较
- 二、物流能力比较
- 三、客服能力比较

第八章 2011-2014年中国IT分销投资热点跟踪分析

第一节 2011-2014年中国IT分销行业投资环境分析

- 一、生命周期分析
- 二、行业增长性分析
- 三、产业成熟度整合渠道营销模式
- 四、新渠道竞争方式

第二节 2011-2014年中国IT分销投资潜力分析

- 一、从客户价值开始

二、风险分析

第三节2011-2014年中国IT分销行业吸引力分析

一、行业成长潜力

二、行业的竞争力量变动趋势

第四节 2011-2014年中国IT分销行业盈利IT分销平分析

一、行业盈利驱动因素带来的影响

二、主要企业在行业中的竞争地位

三、实力企业变动趋势延深

第九章 2015-2020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

第一节 2009中国IT分销行业上游行业发展及影响分析

一、2009中国IT分销行业上游行业运行现状分析

二、对本行业产生的影响现状分析

第二节 2015-2020中国IT分销行业下游行业发展及影响预测分析

一、2015-2020中国IT分销行业下游行业运行预测趋势分析

二、对IT分销行业整体预测分析

第十章2015-2020年中国IT分销行业发展趋势预测

第一节2015-2020年政策变化趋势预测

一、普遍加快发展奏

二、建立战略利益集团

三、以会员制为代表的战略性顾客管理

四、以品牌战略提升标准化管理水平

五、以单品管理为目标的营销模式创新

六、以进军房地产为代表的营销风险控制

七、以信息化平台为基础的电子商务起步

八、价格战在重点区域仍将是重要的营销手段

第二节 2015-2020年供求趋势预测

一、供给预测

二、需求预测

第十一章2015-2020年IT分销行业投资潜力与价值分析

第一节2015-2020年IT分销行业投资环境分析

一、成本控制

二、客户服务

三、买方市场

第二节2015-2020年IT分销行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节2015-2020年我国IT分销行业投资潜力分析

第四2015-2020年我国IT分销行业前景展望分析

第五节2015-2020年我国IT分销行业盈利能力预测

第十二章 2015-2020年IT分销行业投资前景预警

第一节 政策和体制风险

一、积极财政政策体制风险的理论分析

二、积极财政政策体制风险的现实分析

第二节 宏观经济波动风险

一、美国金融危机对我国的正面影响

二、美国金融危机对我国的负面影响

第三节 市场风险

一、裁减IT合同工

二、压缩咨询、硬件定向投资

三、运算引起关注但不会获得更大投资

第四节 技术风险

一、IT应该成为公司治理的工具

二、IT可以增加利益相关者的价值

三、IT是实现业务目标的基本要素

四、IT占用大量的投资并给组织带来巨大风险

第五节 原材料压力风险分析

第六节 市场竞争风险

一、渠道精耕

二、窄众传播

三、看人定价

第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁

第八节 营销风险

一、高成本、高风险营销转嫁于消费者市场萎缩

二、营销价值缺乏创新

第十三章 2015-2020年IT分销产业投资机会及投资前景研究分析

第一节 2015-2020年IT分销企业区域投资机会

第二节 2015-2020年IT分销企业主要产品投资机会

第三节 2015-2020年IT分销企业出口市场投资机会

第四节 2015-2020年中国IT分销行业投资前景研究分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第十四章 IT分销市场投资活力与投资收益分析

第一节 IT分销市场景气指数比较及分析

一、相关产业景气指数比较

二、行业景气指数分析

第二节 IT分销市场投资收益率比较及分析

一、相关产业投资收益率比较

二、行业投资收益率分析

第十五章 2015年我国IT分销行业发展趋势分析

第一节 未来IT分销行业发展趋势分析

一、2015行业发展分析

二、2015行业技术开发方向

三、总体行业“十五”整体规划及预测

第二节 2015年IT分销行业运行状况预测

一、2015年行业总产值预测

二、2015年行业销售收入预测

三、2015年行业利润总额预测

四、2015年行业总资产预测

图表目录：

图表 1 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表2 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表3 2009年人口数量及其构成

图表4 2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表5 2001-2009年我国广播和电视目综合人口覆盖率走势图

图表6 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表7 行业生命周期曲线图

图表8 中国IT分销商区域分布图

图表9 北京、上海、广州百强IT分销商的数量对比

图表10 2004-2010年我国贷款需求景气指数季度走势图

图表11 2009-2010年我国家电产业景气指数季度走势图

图表12 2009-2010年我国IT产业景气指数季度走势图

图表13 2006-2009年通信设备、计算机及其他电子设备制造业投资收益率走势图

图表14 2006-2009年IT分销行业投资收益率走势图

图表15 2010-2012行业总产值预测

图表16 2010-2012年行业销售收入预测

图表17 2010-2012年行业利润总额预测

图表18 2010-2012年行业总资产预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtIT1502/V35043OYDW.html>