

2011-2015年中国IT分销市场深度调查及市场前景 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国IT分销市场深度调查及市场前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitait/112774112774.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

对于IT市场未来的发展前景，有22%的分销商认为未来的IT市场发展将保持高速增长，40%的分销商认为会缓慢增长，只有4%的分销商认为会出现负增长。具体到对IT分销未来发展的认识，认为未来IT分销领域将高速增长和缓慢增长的合计共有63%，只有10%的分销商认为会出现负增长。同时，随着国美、苏宁、宏图三胞等各种零售企业的高速成长，IT分销企业的危机感也越来越强烈。

中国报告网发布的《2011-2015年中国IT分销市场深度调查及市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国IT分销行业市场发展环境、中国IT分销整体运行态势等，接着分析了中国IT分销行业市场运行的现状，然后介绍了中国IT分销市场竞争格局。随后，报告对中国IT分销做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国IT分销行业发展趋势与投资预测。您若想对IT分销产业有个系统的了解或者想投资IT分销行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

第一章 中国IT分销运行环境分析

第一节 国内IT分销经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国IT分销经济发展预测分析

第二节 中国IT分销行业政策环境分析

第二章 中国IT分销产业运行态势分析

第一节 2009-2010年中国IT分销产业运行总况

- 一、IT分销商将向高增值服务商转变
- 二、IT分销利润空间
- 三、销售规模获新突破
- 四、IT分销商渠道及发展分析
- 五、中国IT分销细化领域成主流、区域分销渐走红

第二节 2009-2010年中国IT分销重点区域分析

- 一、西南地区
- 二、华北地区
- 三、华南地区
- 四、西北地区
- 五、华东地区

六、华中地区

七、东北地区

第三章 中国IT分销市场供需形态调研分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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

四、分销商两极分化

五、转型是出路

第三节 2009-2010年中国IT分销商应对渠道冲击的策略

一、分销商在分销渠道中的角色

二、渠道成员功能执行能力

三、渠道的价值增加能力

四、分销渠道受到冲击

五、上、下游经销商对分销商的冲击

六、电子分销

第四章 中国IT分销市场营销策略点评

第一节 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

第二节 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

第五章 中国IT分销产业竞争新格局透析

第一节 2009-2010年中国IT分销行业竞争格局总况

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

第二节 2009-2010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

第三节 2009-2010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

第四节 2009-2010年中国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 2009-2010年中国IT分销产业竞争趋势分析

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

第六章 中国百强IT分销商调研分析

第一节 神州数码（中国）有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 佳杰科技（中国）有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 英迈（中国）商业有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七章 2011-2015年中国IT分销投资热点跟踪分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国IT分销行业盈利水平分析

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

第八章 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 2009-2010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 未来中国IT分销行业下游行业发展及影响预测分析

一、中国IT分销行业下游行业运行预测趋势分析

二、视点对IT分销行业整体预测分析

第九章 2011-2015年中国IT分销行业发展趋势预测

第一节 2011-2015年政策变化趋势预测

一、普遍加快发展节奏

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 2011-2015年供求趋势预测

一、供给预测

二、需求预测

第十章 2011-2015年IT分销行业投资潜力与价值分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年我国IT分销行业投资潜力分析

第四节 2011-2015年我国IT分销行业前景展望分析

第五节 2011-2015年我国IT分销行业盈利能力预测

第十一章 2011-2015年中国IT分销行业投资风险预警

第一节 2011-2015年中国IT分销政策和体制风险分析

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 2011-2015年中国IT分销宏观经济波动风险分析

一、金融危机对我国宏观经济的影响

二、后金融危机对IT分销投资影响分析

第三节 2011-2015年中国IT分销市场风险分析

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 2011-2015年中国IT分销技术风险分析

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 2011-2015年中国IT分销原材料压力风险分析

第六节 2011-2015年中国IT分销市场竞争风险分析

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 2011-2015年中国IT分销营销风险分析

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

第十二章 2011-2015年IT分销产业投资机会及投资策略分析

第一节 2011-2015年IT分销企业区域投资机会

第二节 2011-2015年IT分销企业主要产品投资机会

第三节 2011-2015年中国IT分销行业投资策略分析

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

第十三章 2011-2015年中国IT分销市场投资活力与投资收益分析

第一节 IT分销市场活力系数比较及分析

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

第十四章 2011-2015年中国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、分销细化

二、分销客户化

三、更加重视二三级分销

第二节 2011-2015年中国IT分销产业前景展望

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

图表目录（部分）：

图表 2005-2011年国内生产总值

图表 2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表 2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2011年国家外汇储备

图表 2005-2011年财政收入

图表 2005-2011年全社会固定资产投资

图表 2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表 南京神州数码三商信息系统设备有限公司盈利指标走势图

图表 南京神州数码三商信息系统设备有限公司负债情况图

图表 南京神州数码三商信息系统设备有限公司负债指标走势图

图表 南京神州数码三商信息系统设备有限公司运营能力指标走势图

图表 南京神州数码三商信息系统设备有限公司成长能力指标走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司主要经济指标走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司经营收入走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司盈利指标走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司负债情况图

图表 杭州英迈克电子有限公司负债指标走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司运营能力指标走势图

图表 杭州英迈克电子有限公司成长能力指标走势图

图表：.....

中国报告网发布的《2011-2015年中国IT分销市场深度调查及市场前景预测报告》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitait/112774112774.html>