2017-2022年中国IT分销行业运营格局现状及十三五投资战略分析报告

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《2017-2022年中国IT分销行业运营格局现状及十三五投资战略分析报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/274694274694.html

报告价格：电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

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。

中国报告网发布的《2017-2022年中国IT分销行业运营格局现状及十三五投资战略分析报告》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、市场前景、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。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。

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。

第一章 2015年中国IT分销市场运行环境解读
第一节 2015年国际经济走势观察
一、2015年世界经济增速将略高于2015年，但复苏动力不足
二、主要经济体经济缓慢回升，但走势继续分化
三、贸易和投资保护升温，世界贸易和投资仍将低速增长
四、大宗商品价格走低，通胀压力有所缓解
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
第二节 2015年中国宏观经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP

二、居民消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、工业发展形势
五、固定资产投资情况
第三节 2015年中国IT分销政策环境分析
一、经济复苏态势增强经济形势向好
二、货币信 贷快速增长政策微调信号显现
三、热钱流入加速政策面临两难选择
四、贸易保护主义升温亟待产业结构升级
五、产能问题日益突出政策重心开始调整
六、人民币跨境结算全 面推进
第四节2015年中国IT分销社会环境分析
第二章 2014-2015年中国IT分销产业运行态势分析
第一节 2014-2015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 2014-2015年中国IT分销重点区域分析
一、西南
二、华北
三、华南
四、西北
五、华东
六、华中
七、东北
第三章 2014-2015年中国IT分销市场供需形态调研
第一节 2014-2015年中国IT分销市场供给分析
一、市场供给需求
二、供给规模分析
三、渠道供给调研
第二节 2014-2015年IT分销市场成长趋缓面临转型抉择
一、IT硬件产业结构调整分析
二、偏爱零售商和系统集成商

三、电子商务发展阶段及趋势
四、分销商两极分化
五、选好下游合作伙伴
六、转型是出路
第三节 2014-2015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
七、其它应对策略
第四章 2014-2015年中国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 2014-2015年中国IT分销产业竞争新格局透析
第一节 2014-2015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
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
一、渠道策略比较
二、物流能力比较
三、客服能力比较
第三节 2014-2015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 2014-2015年中国IT分销行业进入和退出壁垒分析

第五节 2014-2015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 2015年中国百强IT分销商调研（可zi选）
第一节 神州数码（中国）有限公司
第二节 佳杰科技（中国）有限公司
第三节 英迈（中国）商业有限公司
第四节 紫光数码有限公司
第五节 长虹佳华
第六节 北京方正世纪信息系统有限公司
第七节 翰林汇信息产业股份有限公司
第八节 北京晓通信息网络科技有限公司
第九节 北京讯宜创新电子有限公司
第十节 北京富通东方科技有限公司
第七章 2015年中国IT分销投资热点跟踪分析
第一节 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 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 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 2015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
第一节 2015年中国IT分销行业上游行业发展及影响分析
一、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、IT分销行业整体预测分析
第九章 2017-2022年中国IT分销行业发展趋势预测
第一节 2017-2022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 2017-2022年供求趋势预测
一、 供给预测
二、 需求预测
第十章 2017-2022年IT分销行业投资潜力与价值分析
第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年我国IT分销行业投资潜力分析
第四节 2017-2022年我国IT分销行业前景展望分析
第五节 2017-2022年我国IT分销行业盈利能力预测
第十一章 2017-2022年中国IT分销行业投资风险预警
第一节2017-2022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 2017-2022年中国IT分销宏观经济波动风险分析

第三节 2017-2022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、自身结构优化
第四节2017-2022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 2017-2022年中国IT分销原材料压力风险分析
第六节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年IT分销产业投资机会及投资策略分析
第一节 2017-2022年IT分销企业区域投资机会
第二节 2017-2022年IT分销企业主要产品投资机会
第三节 2017-2022年IT分销企业出口市场投资机会
第四节 2017-2022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 2017-2022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、相关产业活力系数比较
二、行业活力系数分析
三、综合观点
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2017-2022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 2017-2022年中国IT分销产业前景展望
一、IT行业软硬件一体化趋势
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 权威专家投资建议
图表目录：
图表 1 2015年2季度国内生产总值初步核算数据
图表 2 GDP环比增长速度
图表 3 全国居民消费价格涨跌幅
图表 4 2014-2015年5月规模以上工业增加值同比增长速度
图表 5 2014-2015年5月固定资产投资（不含农户）同比增速
图表 6 2003-2015年中国IT分销商百强销售规模增长趋势图
图表 7 2004-2016年分销商40~100强销售额占百强营业额比重
图表 8 2004-2016年我国电子信息产业收入规模
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
图表 10 2015年电子信息产业固定资产投资增速
图表 11 2015年电子信息产业主要指标完成情况
图表 12 2015年电子信息制造业主要行业发展态势对比
图表 13 2015年电子信息制造业内外销产值累计增速对比
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
图表 15 2015年东、中、西、东北部电子信息制造业发展态势对比
图表 16 2015年中国IT分销商100强的业务构成分布
图表 17 电子商务的发展
图表 18 2014-2015年中国B2C 占比将越来越高
图表 19 O2O消费价值链分析
图表 20 O2O已细分到多个行业
（GYZX）
图表详见正文·····

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/274694274694.html