



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国IT分销投资商机及未来发展盈利预测分析报告（2012-2015年）

一、调研说明

《中国IT分销投资商机及未来发展盈利预测分析报告（2012-2015年）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/204064.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

【报告目录】

第一章 2011年中国IT分销市场运行环境解读	14
第一节 2011年第三季度国际经济观察	14
一、全球经济很可能进入"新危险期", 世界经济下行风险日渐增大	14
二、定量宽松货币政策退出尚早, 经济转型仍任重道远	24
三、小结	26
第二节 2010-2011年中国宏观经济环境分析	26
一、中国GDP分析	26
二、消费价格指数分析	27
三、城乡居民收入分析	29
四、社会消费品零售总额	31
五、全社会固定资产投资分析	33
六、进出口总额及增长率分析	37
第三节 2009-2010年中国IT分销政策环境分析	39
一、经济复苏态势增强经济形势向好	39
二、货币信贷快速增长政策微调信号显现	40
三、热钱流入加速政策面临两难选择	41
四、贸易保护主义升温亟待产业结构升级	43
五、产能问题日益突出政策重心开始调整	44
六、人民币跨境结算全面推进	46
第四节 2009-2010年中国IT分销社会环境分析	48
第二章 2009-2010年中国IT分销产业运行态势分析	50
第一节 2009-2010年中国IT分销产业运行总况	50
一、IT分销商将向高增值服务商转变	50
二、IT分销利润空间	51
三、销售规模获新突破	52
四、IT分销商渠道及发展分析	53
五、中国IT分销细化领域成主流、区域分销渐走红	54
第二节 2009-2010年中国IT分销重点区域分析	54

一、西南 54

1、IT分销：面向行业客户 强化增值服务 54

2、厂商：承认渠道价值，深化网格管理 55

3、分销商：面向行业客户，强化增值服务 55

二、华北 55

三、华南 57

四、西北 58

五、华东 59

六、华中 60

七、东北 60

第三章 2009-2010年中国IT分销市场供需形态调研 62

第一节 2009-2010年中国IT分销市场供给分析 62

一、市场供给需求 62

二、供给规模分析 63

三、渠道供给调研 65

第二节 2009-2010年IT分销市场成长趋缓面临转型抉择 66

一、IT硬件市场增长趋缓 66

二、偏爱零售商和系统集成商 67

三、电子商务系统还处于发展前期阶段 68

四、分销商两极分化 69

五、选好下游合作伙伴 70

六、转型是出路 71

第三节 2009-2010年中国IT分销商应对渠道冲击的策略 72

一、分销商在分销渠道中的角色 72

二、渠道成员功能执行能力 72

三、渠道的价值增加能力 73

四、分销渠道受到冲击 73

五、上、下游经销商对分销商的冲击 73

六、电子分销 74

七、其它应对策略 74

第四章 2009-2010年中国IT分销市场营销策略点评 77

第一节 2008-2009年中国IT分销发展及投资分析 77

- 一、行业春天已到 IT分销利好频出 77
- 二、挑战与机遇共存 IT分销须求新求变 77
- 三、长虹佳华分销业务 78

第二节 2008-2009年中国IT分销市场营销策略分析 78

- 一、个性化策略 79
- 二、产品组合策略 80
- 三、突显品牌策略 80

第五章 2009-2010年中国IT分销产业竞争新格局透析 82

第一节 2009-2010年中国IT分销行业竞争格局总况 82

- 一、战略调整悄然完成 82
- 二、消费数码分销获加强 83

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 94

- 一、渠道策略比较 94
- 二、物流能力比较 97
- 三、客服能力比较 99

第三节 2009-2010年中国IT分销行业主要优势分析 104

- 一、扩展传统分销渠道 104
- 二、打通传统分销链信息流 104
- 三、扁平化传统分销渠道 105
- 四、降低交易成本 105

第四节 2009-2010年中国IT分销行业进入和退出壁垒分析 106

- 一、分销商两极分化 106
- 二、转型是出路 107

第五节 2009-2010年中国IT分销产业竞争趋势分析 108

- 一、企业需求急迫规模巨大 108
- 二、厂商新的竞争起点 109
- 三、继续追求系统运行效率和效果 109
- 四、与IT增值服务相互促进与发展 110

第六章 2009-2010年中国百强IT分销商调研 111

第一节 神州数码（中国）有限公司 111

第二节 佳杰科技（中国）有限公司 111

第三节 英迈（中国）商业有限公司 112

第四节 长虹佳华 113

第七章 2009-2012年中国IT分销投资热点跟踪分析 115

第一节 2009-2012年中国IT分销行业投资环境分析 115

一、生命周期分析 115

二、行业增长性分析 115

三、产业成熟度整合渠道营销模式 115

四、新渠道竞争方式 116

第二节 2009-2012年中国IT分销投资潜力分析 116

一、从客户价值开始 116

二、风险分析 116

第三节 2009-2012年中国IT分销行业吸引力分析 118

一、行业成长潜力 118

二、行业的竞争力量变动趋势 119

第四节 2009-2012年中国IT分销行业盈利IT分销分析 119

一、行业盈利驱动因素带来的影响 119

二、主要企业在行业中的竞争地位 120

三、实力企业变动趋势延深 121

第八章 2010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 123

第一节 2010中国IT分销行业上游行业发展及影响分析 123

一、2010中国IT分销行业上游行业运行现状分析 123

二、对本行业产生的影响现状分析 124

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 124

一、中国IT分销行业下游行业运行预测趋势分析 124

二、IT分销行业整体预测分析 124

第九章 2012-2015年中国IT分销行业发展趋势预测 126

- 第一节 2012-2015年政策变化趋势预测 126
 - 一、普遍加快发展节奏 126
 - 二、建立战略利益集团 126
 - 三、以会员制为代表的战略性顾客管理 126
 - 四、以品牌战略提升标准化管理水平 126
 - 五、以单品管理为目标的营销模式创新 126
 - 六、以进军房地产为代表的营销风险控制 127
 - 七、以信息化平台为基础的电子商务起步 127
 - 八、价格战在重点区域仍将是重要的营销手段 127

第二节 2012-2015年供求趋势预测 127

- 一、供给预测 127
- 二、需求预测 128

第十章 2012-2015年IT分销行业投资潜力与价值分析 130

第一节 2012-2015年IT分销行业投资环境分析 130

- 一、成本控制 130
- 二、客户服务 130
- 三、买方市场 130

第二节 2012-2015年IT分销行业SWOT模型分析 130

- 一、优势 130
- 二、劣势 131
- 三、机会 131
- 四、威胁 132

第三节 2012-2015年我国IT分销行业投资潜力分析 132

第四节 2012-2015年我国IT分销行业前景展望分析 133

第五节 2012-2015年我国IT分销行业盈利能力预测 134

第十一章 2012-2015年中国IT分销行业投资风险预警 136

第一节 2012-2015年中国IT分销政策和体制风险分析 136

- 一、积极财政政策体制风险的理论分析 136
- 二、积极财政政策体制风险的现实分析 137

第二节 2012-2015年中国IT分销宏观经济波动风险分析 140

第三节 2012-2015年中国IT分销市场风险分析 141

一、裁减IT合同工 141

二、压缩咨询、硬件定向投资 142

三、自身结构优化 142

第四节 2012-2015年中国IT分销技术风险分析 143

一、IT应该成为公司治理的工具 143

二、IT可以增加利益相关者的价值 143

三、IT是实现业务目标的基本要素 143

四、IT占用大量的投资并给组织带来巨大风险 144

第五节 2012-2015年中国IT分销原材料压力风险分析 144

第六节 2012-2015年中国IT分销市场竞争风险分析 144

一、渠道精耕 144

二、窄众传播 145

三、看人定价 146

第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁 146

第八节 2012-2015年中国IT分销营销风险分析 147

一、高成本、高风险营销转嫁于消费者市场萎缩 147

二、营销价值缺乏创新 148

第十二章 2012-2015年IT分销产业投资机会及投资策略分析 150

第一节 2012-2015年IT分销企业区域投资机会 150

第二节 2012-2015年IT分销企业主要产品投资机会 150

第三节 2012-2015年IT分销企业出口市场投资机会 150

第四节 2012-2015年中国IT分销行业投资策略分析 153

一、产品定位策略 153

二、产品开发策略 155

三、渠道销售策略 156

四、品牌经营策略 159

五、服务策略 160

第十三章 2012-2015年中国IT分销行业发展趋势分析 162

第一节 未来IT分销行业发展趋势分析 162

- 一、分销细化 162
- 二、分销客户化 162
- 三、更加重视二三级分销 162
- 第二节 2012-2015年中国IT分销产业前景展望 162
 - 一、IT企业冲破金融危机束缚探寻良策 162
 - 二、IT市场的未来机会 163
 - 三、IT要扮演重要角色 163
 - 四、企业创新是硬道理 164
- 第三节 权威专家投资建议 165

第十四章 2012-2015年中国IT分销市场投资活力与投资收益分析 166

- 第一节 IT分销市场活力系数比较及分析 166
 - 一、相关产业活力系数比较 166
 - 二、行业活力系数分析 169
 - 三、综合观点 169
- 第二节 IT分销市场投资收益率比较及分析 169
 - 一、相关产业投资收益率比较 169
 - 二、行业投资收益率分析 174

【图表目录】

- 图表 1 2008年以来美国GDP季度环比增长率 14
- 图表 2 美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长 14
- 图表 3 2008-2011年2季度各因素对美国经济增长的贡献度 15
- 图表 4 美国工业产值增长及产能利用率变化 16
- 图表 5 2008-2011年9月美国CPI&PPI变化趋势 16
- 图表 6 2008年9月—2011年9月美国月度失业率情况 17
- 图表 7 欧盟16国GDP季度同比增长率 18
- 图表 8 2008-2011年6月欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化 19
- 图表 9 2008年9月-2011年9月欧元区CPI、PPI同比增长变化 20
- 图表 10 欧盟16国失业率率变化 21
- 图表 11 2008-2011年3季度（季调后）日本实际GDP环比年率变化 21
- 图表 12 2011年1月-2011年6月日本工业产值情况 23

- 图表 13 2009-2011年9月日本CPI增长变化（单位：%） 23
- 图表 14 2009-2011年9月日本失业率变化（单位：%） 24
- 图表 15 2000-2011年第三季度中国GDP及其增长率统计表 26
- 图表 16 2011年1-3季度中国不同产业增加值对比情况 27
- 图表 17 2006-2010年中国居民消费价格涨跌幅度 28
- 图表 18 2010-2011年11月中国居民消费价格涨跌幅度（月度同比增长） 28
- 图表 19 2011年11月份居民消费价格主要数据 29
- 图表 20 2006-2010年农村居民人均收入及其增长速度 29
- 图表 21 2006-2010年城镇居民人均收入及其增长速度 30
- 图表 22 2003-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图 31
- 图表 23 2011年11月份社会消费品零售总额主要数据 31
- 图表 24 2010-2011年11月中国社会零售市场增长趋势图 32
- 图表 25 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图 33
- 图表 26 2010年1-11月中国固定资产投资细分产业增长情况 34
- 图表 27 2010-2011年11月中国固定资产投资（不含农户）增速 36
- 图表 28 2010-2011年11月中国固定资产投资资金来源增速 36
- 图表 29 2010-2011年11月中国房地产开发投资增速 37
- 图表 30 2010年货物进出口总额及其增长速度 37
- 图表 31 2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度 38
- 图表 32 2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度 38
- 图表 33 2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 39
- 图表 34 2003-2010年中国IT分销商百强销售规模增长趋势图 52
- 图表 35 2008-2010年分销商40~100强销售额占百强营业额比重 54
- 图表 36 2011年1-11月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况 62
- 图表 37 2010年中国IT分销商百强榜单 63
- 图表 38 2010年中国IT分销商100强产品线结构分布变化 66
- 图表 39 2010年中国IT分销商100强的业务构成分布 68
- 图表 40 2010年中国IT分销商100强建立电子商务系统的比例 68
- 图表 41 2010年中国IT分销商100强增长速度区间分布 69
- 图表 42 国内消费电子商销售渠道一览表 83
- 图表 43 特许经营体系模型图 88
- 图表 44 OPPO数码产品列表 89

图表 45 三大分销商对比表	94
图表 46 2009-2010年中国IT分销商TOP20与TOP100销售额规模	119
图表 47 2008-2010年分销商40~100强销售额占100强营业额比重	121
图表 48 2008-2010年中国IT分销商100强入围门槛	131
图表 49 2008-2010年中国IT分销商TOP20与TOP100销售额规模	132
图表 50 2008-2010年中国IT分销商百强增长速度区间分布	133
图表 51 2004-2010年中国IT分销行业增长情况	169
图表 52 2010年规模以上电子信息制造业与全国工业增加值月增速对比	170
图表 53 2010年各季度规模以上电子信息制造业收入、利润完成情况对比	170
图表 54 2010年电子信息产品月度出口额情况	170
图表 55 2010年电子信息产业固定资产投资完成情况	171
图表 56 2011年1-10月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（一）	172
图表 57 2011年1-10月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（二）	172
图表 58 2011年1-10月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（三）	173
图表 59 2011年1-10月规模以上电子信息制造业主要效益指标完成情况（四）	173
图表 60 2003-2010年中国IT分销利润走势情况	174

通过《2012-2015年中国IT分销投资商机及未来发展盈利预测分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/204064.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。