

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年电子元器件流通市场前景及趋势预测	4
第一节 电子元器件流通行业监管情况及主要政策法规	4
一、行业主管部门、监管体制	4
二、行业主要法律法规及政策	4
三、相关法律法规、行业政策的影响	7
第二节 电子元器件流通行业进入壁垒	7
一、数据壁垒	7
二、规模壁垒	7
三、技术壁垒	8
四、专业人才壁垒	8
五、资金壁垒	8
第三节 2022-2023 年中国电子元器件流通行业发展情况分析	8
一、电子元器件流通/分销领域概览	8
二、电子元器件流通/分销领域主要参与方及供应关系	10
三、电子元器件流通与产业互联网融合发展情况	11
(1) 概览	11
(2) 电子元器件分销领域主要创新型企业竞争情况	13
(3) 国内电子元器件流通/分销领域发展情况	14
第四节 2022-2023 年我国电子元器件流通行业竞争格局分析	16
一、行业竞争格局	16
二、行业内主要企业与同行业可比公司	17
第五节 企业案例分析：云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	20
一、竞争优势	20
二、竞争劣势	22
第六节 2023-2028 年电子元器件流通下游电子元器件行业发展情况	23
一、半导体器件行业发展情况	24
二、集成电路市场发展状况	25
三、分立器件、其他半导体器件市场发展状况	29
四、被动器件行业发展现状	32
五、连接器行业发展现状	35
第七节 2023-2028 年我国电子元器件流通行业面临的机遇与挑战	36
一、行业发展面临的机遇	36
(1) 国家产业政策支持，为行业的可持续发展提供了有力保证	36
(2) 电子元器件下游需求的不断增长，为行业发展提供了良好支撑	36
(3) 大数据、云计算等新兴技术的推广，为行业发展提供了新技术基础	37
(4) 国产电子元器件品牌的崛起，为行业发展提供了新的市场发展机遇	37
二、行业发展面临的挑战	37
(1) 服务应用场景待挖掘	37
(2) 复合型人才缺乏	37

第三章 电子元器件流通企业差异化运营策略及建议大全	38
第一节 打造脱颖而出的差异化.....	38
一、打造产品差异化.....	38
二、打造环境差异化.....	38
三、打造服务差异化.....	38
四、打造运营差异化.....	39
第二节 品牌差异化运营五大策略.....	39
一、渠道差异化，绕开别人的优势领域.....	40
二、场景差异化，在不同的地方讲不同的故事.....	41
三、传达差异化，我比别人对你更有价值.....	42
四、体验差异化，在我这里你欲罢不能.....	43
五、用户差异化，我和你都是不一样的人.....	44
第三节 差异化品类定位的方法.....	44
一、挖掘文化属性.....	45
二、挖掘自身优势.....	45
三、挖掘未被满足的用户需求.....	45
四、挖掘竞争对手的空白象限.....	45
五、寻求跨界创新.....	46
六、聚焦原材料方面的卖点.....	46
六、体验环境方面的卖点.....	46
七、打造研发制作工艺方面的卖点.....	47
八、寻找营销手段的卖点.....	47
第四节 打造差异化的具体策略.....	47
一、出品创新.....	47
二、改善功能.....	47
三、文化差异性.....	48
四、干净新鲜.....	48
五、品类细分.....	48
六、情感塑造.....	49
七、服务能力.....	49
八、打造爆品.....	49
九、营造场景.....	50
十、包装.....	50
十一、跨界营销.....	50
十二、创新.....	50
第五节 差异化品类定位的三大陷阱.....	51
一、自嗨式定位.....	51
二、过于小众化.....	51
三、恶意跟风抄袭.....	52
第四章 电子元器件流通企业《差异化运营策略》制定手册	52
第一节 动员与组织.....	52
一、动员.....	52
二、组织.....	53
第二节 学习与研究.....	54

一、学习方案	54
二、研究方案	54
第三节 制定前准备	55
一、制定原则	55
二、注意事项	56
三、有效战略的关键点	57
第四节 战略组成与制定流程	60
一、战略结构组成	60
二、战略制定流程	60
第五节 具体方案制定	61
一、具体方案制定	61
二、配套方案制定	63
第五章 电子元器件流通企业《差异化运营策略》实施手册	64
第一节 培训与实施准备	64
第二节 试运行与正式实施	64
一、试运行与正式实施	64
二、实施方案	65
第三节 构建执行与推进体系	66
第四节 增强实施保障能力	67
第五节 动态管理与完善	67
第六节 战略评估、考核与审计	68
第六章 总结：商业自是有胜算	68

第一章 前言

一切的产品或者服务都是围绕供需关系而定的，供小于需时，消费者只需要购买功能即可。供大于需时，消费者的需求便呈现多样化。

如何在激烈的同行竞争中胜出，打造差异化就显得尤为重要。

那么，如何电子元器件流通打造差异化，让你脱颖而出？

差异化品类定位的方法有哪些？

打造差异化的具体策略该怎么制定？

等等

下面，我们先从电子元器件流通行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年电子元器件流通市场前景及趋势预测

第一节 电子元器件流通行业监管情况及主要政策法规

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），电子元器件流通所属行业为“F51 批发业”大类下“5193 互联网批发”。

一、行业主管部门、监管体制

目前，国内电子元器件及分销行业基本上遵循市场化的发展模式，各企业面向市场自主经营。政府主管部门主要对市场准入、市场交易行为进行管理和监督，行业协会则履行自律规范和协调指导行业发展等职责。

政府主管部门主要包括国家工信部、国家市场监督管理总局、海关总署等。其中，国家工信部主要负责制定关于电子元器件行业的政策与规划，对产业布局与产业发展方向进行宏观调控，推进产业结构战略性调整和优化升级，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作等。与此同时，针对产业互联网领域，国家工信部还承担组织实施产业规划和政策，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作等职责。国家市场监督管理总局负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为。海关总署负责全国海关工作、海关监管工作、进出口关税及其他税费征收管理、进出口商品法定检验、海关风险管理、国家进出口货物贸易等海关统计等。

电子元器件流通所处行业的主要行业协会包括中国电子元件行业协会、中国互联网协会等，主要职能是促进政府主管部门与业内企业间的沟通，制订并实施业内规范和自律公约，充分发挥行业自律作用等。

二、行业主要法律法规及政策

（1）主要法律、法规、规范性文件

电子元器件流通所处行业的主要法律、法规、规范性文件包括《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国电子商务法》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国对外贸易法》、《中华人民共和国海关法》、《网络交易监督管理办法》、《互联网信息服务管理办法（2011 修订）》等。

（2）主要行业政策

行业政策	颁发部门	发布时间	主要相关内容
《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》	工业和信息化部、证监会等 6 部门	2021.6	加快推进新一代信息技术和制造业融合发展，培育一批综合性强、带动面广的示范场景，建设和推广工业互联网平台，开展百万工业 APP 培育行动，实施网络安全分类分级管理，积极发展服务型制造新模式新业态。
《关于加快推动制造服务业高质量发展的意见》	国家发改委等 13 部门	2021.3	加快发展工业软件、工业互联网，培育共享制造、共享设计和共享数据平台，推动制造业实现资源高效利用和价值共享。发展现代物流服务体系，促进信息资源融合共享，推动实现采购、生产、流通等上下游环节信息实时采集、互联互通，提高生产制造和物流一体化运作水平。
《基础电子元器件产业发展行动计划（2021-2023 年）》	工业和信息化部	2021.1	培育工业互联网平台。鼓励和支持产业基础较好的分支行业，探索工业互联网建设模式，鼓励龙头企业面向行业开放共享业务系统，带动产业链上下游企业开展协同设计和协同供应链管理。
《工业互联网创新发展行动计划（2021-2023 年）》	工业和信息化部	2021.1	统筹工业互联网发展和安全，提升新型基础设施支撑服务能力，拓展融合创新应用，深化商用密码应用，增强安全保障能力，壮大技术产业创新生态，实现工业互联网整体发展阶段性跃升，推动经济社会数字化转型和高质量发展。
《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	发改委等 15 部委	2019.11	优化供应链管理。提升信息、物料、资金、产品等配置流通效率，推动设计、采购、制造、销售、消费信息交互和流程再造，形成高效协同、弹性安全、绿色可持续的智慧供应链网络。

行业政策	颁发部门	发布时间	主要相关内容
《关于开展供应链创新与应用试点的通知》	商务部、工信部等 8 部门	2018.4	提出，在全国范围内开展供应链创新与应用试点和企业试点，推动形成创新引领、协同发展、产融结合、供需匹配、优质高效、绿色低碳、全球布局的产业链供应链体系，促进发展实体经济。
《深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	国务院	2017.11	借助互联网推动传统工业转型升级，拓展网络经济发展空间。
《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》	国务院办公厅	2017.10	提出“以提高发展质量和效益为中心，以供应链与互联网、物联网深度融合为路径，以信息化、标准化、信用体系建设和人才培养为支撑，创新发展供应链新理念、新技术、新模式，高效整合各类资源和要素，提升产业集成和协同水平，打造大数据支撑、网络化共享、智能化协作的智慧供应链体系，推进供给侧结构性改革，提升我国经济全球竞争力。”
《工业电子商务发展三年行动计划》	工业和信息化部	2017.9	提出“加快培育装备和电子信息行业电子商务平台，支持零配件电子商务平台围绕用户个性化需求，与供应链上下游企业加强协作，完善零配件模型库、数据库，缩短个性化产品交货周期，提供订单交易、仓储物流、资金结算等一站式采购服务，降低采购成本。”
《发展服务型制造专项行动指南》	工业和信息化部、发改委、中国工程院	2016.7	提出“通过科技、制度等创新，激发企业发展服务型制造的活力和潜力。拓展新一代信息通信技术在创新服务方面的应用，深化制造业与“互联网+”融合发展，促进制造业与服务业资源整合、运营协同，以服务提升带动制造能力和制造水平提升。”
《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》	国务院	2016.5	支持重点行业骨干企建立在线采购、销售服务平台，推动建设一批第三方电子商务服务平台。
《关于积极推动“互联网+”行动的指导意见》	国务院	2015.7	提出大力发展行业电子商务，鼓励能源、化工、钢铁、电子、轻纺、医药等行业企业，积极利用电子商务平台优化采购、分销体系，提升企业经营效率。

三、相关法律法规、行业政策的影响

一方面，电子元器件领域系制造业的基础，是国民经济的重要组成部分，电子元器件分销行业是实现电子元器件在市场间有效配置的核心领域，对电子制造产业的发展和 innovation 有着重要意义；另一方面，产业互联网是互联网在产业流通、生产、服务全流程的深化应用，能够有效实现供应链协同创新，促进了资源配置效率优化，是推动制造业转型升级的重要手段。近年来，我国政府出台了一系列鼓励电子元器件流通行业与产业互联网深度融合的发展规划、政策和指导意见，有效推动了包括电子元器件领域在内的产业互联网的快速发展，在降低下游采购成本、提高效率、优化资源配置等方面具有良好社会意义。公司高度专注电子元器件分销领域与产业互联网的有效结合，相关鼓励政策为公司的发展带来了良好的生产经营环境和发展机遇，有助于公司进一步快速发展。

第二节 电子元器件流通行业进入壁垒

一、数据壁垒

数据与业务场景的有效结合，是提升产业互联网服务电子元器件分销在内的实体经济研发、生产、流通等各个环节效率的关键，也是综合竞争力的重要来源。在电子元器件分销与产业互联网融合领域，大数据可以应用于用户需求挖掘、物料匹配、产品替代推荐、交易授信、物流仓储、生产制造等全业务流程的多个场景中，实现对用户需求的精准把握，高效匹配供需资源，提高运营效率。大数据的积累与应用能力已经成为业内企业竞争的关键要素。

数据资源的积累需要以一定的业务规模为基础，并依赖长期的沉淀和探索，根据业务发展的需求，在运营产生的海量大数据中提炼出覆盖产品信息、市场需求信息、供应商信息等多方面、多维度的高价值关键数据资源，形成标准化的数据库资源。对于行业新进入者而言，很难在短期内获得海量优质数据资源的积累。因此，本行业具有较高的数据壁垒。

二、规模壁垒

在电子元器件分销与产业互联融合领域，企业的盈利能力与所能连接的上游供应能力和下游客户资源有密切关系。通常只有当企业达到一定经营规模，企业才能够实现盈利。同时，行业还具有较为显著的“马太效应”特征，大量的供应商与客户将吸引更多的用户聚集，随着时间的推移将促使业内领先企业持续扩大优势。另外，随着供应商与客户的逐渐增多，业内企业将可以快速积累产业链各环节的海量数据，运用大数据、云计算等新兴技术打通产业链中的物流、信息流和资金流，并在此基础上通过不断拓宽业务领域、提升服务水平的方式增强用户粘性。

对于新进入者而言，由于运营前期需投入大量的开发和运营费用，再加上用户拓展难度较大且

耗时较长，导致企业发展初期面临较大的经营压力。另外，运营前期数据匮乏，缺失增强产业洞察、资源整合等服务能力的核心动力，也加大了其持续吸引用户的难度。因此，本行业具有较高的规模壁垒。

三、技术壁垒

一方面，产业互联网在服务电子元器件分销及相关制造业领域时，其建设与运用涉及网络通讯、软件工程、系统集成、信息安全等各方面的基础性技术支持，及与大数据、云计算、物联网等多领域技术的跨界融合；另一方面，产业互联网立足于垂直产业，业内企业需在深刻理解电子元器件分销及相关产业特征、商业模式、信息技术等基础上，有效整合各类设计、生产和市场资源，促进产业链上下游的高效对接与协同创新，确保互联网及相关技术在不同场景中的深度融合应用。因此，如何将互联网技术与新一代信息技术深度融合，加快数字化转型，并全面拓展在研发设计、生产制造、供应链管理、远程运维、客户服务等产业链环节中的场景应用，真正实现为产业赋能，成为对行业新进入者的壁垒。

四、专业人才壁垒

电子元器件分销与产业互联网融合涉及到 IT、通信、产业链等诸多领域，对从业人员的综合素质要求较高，部分岗位往往需要互联网技术、产业链知识兼备的复合型人才。由于目前我国产业互联网行业仍处于快速发展阶段，市场上人才供给并不充分，复合型人才大多集中在行业领先企业中；同时，高素质复合人才需要在长期技术研发和市场竞争中培养，新进企业难以在短期内培养出一批既深入理解垂直细分产业，又掌握相关技术的人才团队。因此，本行业具有较高的人才壁垒。

五、资金壁垒

在电子元器件分销与产业互联网融合领域，企业开展的基础是相关系统和架构，形成市场竞争力的核心是包括数据中台、协同制造、仓储物流、供应链金融等配套服务水平。新进入者一方面需要在业务运营初期投入大量的资金，搭建完善的技术架构并不断迭代更新，另一方面，在经营的过程中需要持续在配套服务等领域加大投入，构建企业护城河。除此以外，新进入者在初步布局后，将直接与已积累大量客户资源、具备规模效应的行业先行者竞争，面临前期无法盈利或盈利难以维持后期正常运营投入的境地。因此，本行业具有较高的资金壁垒。

第三节 2022-2023 年中国电子元器件流通行业发展情况分析

一、电子元器件流通/分销领域概览

在电子元器件领域，由于品类极为丰富且下游需求多样，采购订单相对分散，上游生产端通常

电子元器件流通企业差异化运营策略研究报告

难以完全直接对接海量下游需求。因此，在电子元器件上游原厂与下游需求方之间通常存在一个规模巨大的流通市场，其中，分销商在其中发挥了重要作用，具体情况如下：

行业特点	分销商主要作用
上游集中、下游分散	电子元器件上游原厂相对集中，而下游电子产品制造商高度分散，且品类众多、用途庞杂，整个产业链上、下游高度不对称，原厂受限于有限的销售能力和产品开发意愿，通常只能集中服务于少数全球性客户。众多型号的元器件产品在全球范围内推广涉及的绝大部分市场开拓和技术支持工作需要依赖分销商完成。同时，原厂也依赖于分销商庞大的销售网络，反馈下游需求实时变化的庞杂信息，及时改进生产计划、确定产品方向，但整体信息传导链条较长。
品类繁杂、流程冗长	一方面，电子产品日趋复杂，电子元器件品类需求也更加多样化，而在采购过程中往往对技术支持、物流、进口报关、仓储、结算等服务有较多需求，另一方面，电子产品市场竞争较为激烈，市场变化较快、分工极细，下游厂商主要专注于产品研发和制造，通常需要外部的专业的采购支持，需依赖分销商提供供应链服务。
上下游话语权不对等影响产业效率	大多数电子产品制造商的单体采购或单次采购订单规模通常较为有限，难以从上游原厂处取得有竞争力的交易价格和其他商务条件，分销商能够通过集合较多的采购需求，在细分市场得较大的市场份额，形成一定的规模优势，从而取得较好的价格和交期支持，帮助电子产品制造商降低产品成本，增强

行业特点	分销商主要作用
	其在市场中的竞争力。
行业存在一定波动性	电子元器件受产业上游供应和下游需求影响较大，生产端的供应需要经过一段时间，而需求端经常出现短期或长期的波动性。在上述背景下，分销商通常能够调节电子元器件市场库存情况，从而起到类似“蓄水池”的作用，并协助上游供应商实现电子元器件的有效调配。

目前，约 44%的电子元器件采购规模系下游电子产品制造商直接与原厂进行采购，主要采用该模式的主要下游厂商（通常称为“蓝筹超级客户”，主要为大型电子制造商）占电子产品制造商比重约 1%，剩余 56%的电子元器件采购规模主要依赖分销商渠道，99%以上的电子产品制造商主要采用此方式采购物料，在流通领域，分销商承担了极为重要的角色。

具体而言，全球电子元器件流通领域中主要公司包括艾睿（Arrow）、大联大控股（WPG Holding）、安富利（Avnet）、文晔科技（WT Microelectronics）、富昌电子（Future Electronics）、TTI、得捷电子（Digi-Key）、贸泽（Mouser）等，其中三大分销商艾睿（Arrow）、大联大控股（WPG Holding）、安富利（Avnet）2020 年合计营收近 700 亿美元、2021 年合计营收突破 800 亿美元。从地域来看，主要厂商均来自于北美、西欧和东亚。目前，中国大陆外的主要的电子元器件分销商情况如下：

电子元器件流通企业差异化运营策略研究报告

单位：亿美元

序号	企业名	所在国家/区域	2020 营收规模	2021 营收规模	2022 营收规模
1	艾睿 (Arrow)	美国	286.70	344.77	371.24
2	大联大控股 (WPG Holding)	中国台湾	216.48	262.38	260.86
3	安富利 (Avnet)	美国	178.61	215.93	263.30
4	文晔科技 (WT Microelectronics)	中国台湾	125.36	150.94	192.21
5	富昌电子 (Future Electronics)	加拿大	60.00	-	70.00
6	TTI	美国	30.00	34.00	39.00
7	得捷电子 (Digi-Key)	美国	28.70	47.00	50~70

序号	企业名	所在国家/区域	2020 营收规模	2021 营收规模	2022 营收规模
8	Electrocomponentsplc	英国	23.26	-	36.99
9	贸泽 (Mouser)	美国	20.20	32.00	40.71
10	Smith	美国	13.90	34.00	48.00
11	Rutronik	德国	13.00	11.91	15 以下
12	Farnell	英国	12.94	-	18.00
13	Fusion Worldwide	美国	12.64	24.99	30.00
14	Excelpoint	新加坡	11.08	15.98	-
15	Heilind	美国	10.00	11.93	15 以下

注 1：上述数据选取自《国际电子商情》发布的 2020 年度、2021 年度、**2022 年度**全球电子元器件分销商营收排名，其中富昌电子 (Future Electronics)、Electrocomponentsplc、Farnell 未披露 2021 年营收规模。

注 2：得捷电子 (Digi-Key)、Rutronik、Heilind 未披露 2022 年营收规模，上表中数据为国际电子商情推算。

注 3：Excelpoint 已于 2022 年被文晔科技 (WT Microelectronics) 收购，其 2022 年数据已并入文晔科技 (WT Microelectronics) 中披露。

近年来，随着电子产业的快速成长，中国大陆也不断涌现出包括中电港、泰科源、深圳华强、信和达、唯时信、力源信息等在内的一批大型电子元器件分销商。

二、电子元器件流通/分销领域主要参与方及供应关系

在传统电子元器件流通领域，根据是否取得原厂授权，分销商通常可分为授权分销商、独立分

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/086020211130010133>