



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国打印机耗材市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国打印机耗材市场研究年度报告》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/37795.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

【 目录 】 主要结论

一、2004年全球打印机耗材市场发展概述

3 (一) 发展现状

3 (二) 基本特点

3 1、影像数码化催生照片级打印耗材市场发展

4 2、通用耗材比重增大

4 3、美日欧三足鼎立，亚太市场相对活跃

5 (三) 主要国家和地区发展概要

5 1、美国：耗材市场的领军者，墨盒市场容量居全球首位 5 2、欧洲：通用耗材快速增长的区域

5 3、日本：家用耗材市场萎靡不振

5 4、亚太地区(除日本)：市场重心向亚太转移 二、2004年中国打印机耗材市场规模与结构

7 (一) 市场规模与增长

7 1、市场规模

7 2、增长速度

8 3、各季度市场情况

9 (二) 中国激光打印机硒鼓市场规模与结构

9 1、市场规模与增长

10 2、品牌市场结构

12 3、区域市场结构

13 4、垂直市场结构

15 5、平行市场结构

17 (三) 中国喷墨打印机墨盒产品市场规模与结构

17 1、市场规模与增长

18 2、品牌市场结构

19 3、区域市场结构

21 4、垂直市场结构

22	5、平行市场结构	三、2004年中国打印机耗材市场供需分析
25	(一)	需求分析
25	1、	产品需求
26	2、	价格需求：行业用户价格敏感度低，家用用户侧重性价比
27	3、	购买需求
28	4、	渠道需求：用户需求多元化、专业化和便利化的渠道
30	(二)	供给分析
30	1、	产品供给：产品供给丰富，创新产品涌现
30	2、	价格供给：原装耗材保持价格高位，通用耗材低价打拼市场
31	3、	促销供给：原装耗材产品促销活动不断，通用耗材加大品牌促销力度
31	4、	渠道供给：专卖店构成主力终端渠道，网络 and OA 分销比重加大
32	(三)	市场特征分析
32	1、	原装耗材在竞争中保持强势地位
32	2、	国际品牌加入通用耗材阵营
33	3、	墨盒进入八色时代
33	4、	假冒伪劣及水货产品扰乱市场秩序
	四、2004年中国打印机耗材市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价	
34	(一)	竞争格局分析
34	1、	垂直市场竞争格局
35	2、	平行市场竞争格局
36	3、	区域市场竞争格局
37	(二)	原装厂商与通用厂商竞争力评价
38	1、	产品竞争力
39	2、	价格竞争力
40	3、	销售竞争力
42	4、	渠道竞争力
44	5、	服务竞争力
46	6、	品牌竞争力
	五、影响2005 - 2009年中国打印机耗材市场发展因素	
48	(一)	有利因素
48	1、	国际国内经济稳定发展为产业发展提供良好环境
48	2、	相关法律法规将规范市场秩序
49	3、	打印需求的扩张带动耗材市场发展
49	(二)	不利因素
49	1、	经济环境中仍存在不稳定因素

50	2、市场的不规范行为有碍市场发展	六、2005 - 2009年中国打印机耗材市场趋势分析	51
	(一) 产品发展趋势		
51	1、通用产品比重将加大		
51	2、照片级喷墨打印机墨盒逐渐成为家用耗材市场主力		
52	(二) 价格变化趋势		
52	(三) 渠道发展趋势		
52	1、营销渠道趋向扁平化和多元化		
52	2、渠道管理走向规范		
53	(四) 用户需求趋势		
53	1、降低总体打印成本		
53	2、网络服务诉求增大		
53	(五) 服务发展趋势		
53	1、品牌化与专业化		
54	2、网络化服务	七、2005 - 2009年中国打印机耗材市场发展预测	55
	(一) 市场规模预测		
55	1、2005 - 2009年激光打印机硒鼓市场定量预测		
56	2、2005 - 2009年喷墨打印机墨盒市场定量预测	(二) 市场结构预测	58
58	1、垂直市场预测		
59	2、平行市场预测		
59	3、区域市场预测	八、建议	61
	(一) 原装耗材厂商策略建议		
61	1、调整价格体系，实现价格的层次化		
61	2、加快产品更新换代，提高通用产品的跟进成本		
61	3、以增值服务降低打印成本		
62	4、加强渠道的建设和管理，提高经销商的行业自律和职业素质	(二) 通用耗材厂商策略建议	62
62	1、以吸引经销商加盟为渠道发展的起点		
62	2、以灵活的服务方式打开市场局面		
63	3、注重用户体验，加快产品认知与品牌推广		
63	4、杜绝急功近利行为，培育通用产品市场	报告说明	表目录
	表1 2002 - 2004年全球打印机耗材市场增长情况		
7	表2 2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量和销售额情况		
7	表3 2002 - 2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量增长情况		
9	表4 2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)各季度市场情况		

9	表5	2002 - 2004年中国硒鼓市场销量及增长情况	
11	表6	2004年中国激光打印机硒鼓市场品牌结构	
12	表7	2004年中国激光打印机硒鼓市场区域结构	
14	表8	2004年中国激光打印机硒鼓垂直市场结构	
15	表9	2004年中国激光打印机硒鼓销量平行市场结构	
17	表10	2002 - 2004年中国墨盒市场销量及增长情况	
18	表11	2004年中国喷墨打印机墨盒市场品牌结构	
20	表12	2004年中国喷墨打印机墨盒市场区域结构	
21	表13	2004年中国喷墨打印机墨盒垂直市场结构	
23	表14	2004年中国喷墨打印机耗墨盒销量平行市场结构	25
	表15	2004年商业用户产品需求关注指标	
28	表16	打印机耗材(硒鼓和墨盒)产品促销需求统计	
29	表17	打印机耗材(硒鼓和墨盒)主要的购买渠道分布情况	
34	表18	2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)垂直市场销量品牌格局	
35	表19	2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)平行市场销量品牌格局	
36	表20	2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)区域市场销量品牌格局	
37	表21	2004年打印机耗材主力厂商综合竞争力得分情况	38
	表22	2004年打印机耗材主力厂商市场产品竞争	
41	表23	2004年打印机耗材主力厂商主要市场活动	
43	表24	2004年打印机耗材主力厂商市场渠道策略	
45	表25	2004年打印机耗材主力厂商市场服务策略	
55	表26	2005 - 2009年激光打印机硒鼓市场销量与销售额预测情况	
56	表27	2005 - 2009年喷墨打印机墨盒市场销量与销售额预测情况	
58	表28	2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)垂直市场结构	
59	表29	2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)平行市场销量预测	
59	表30	2005年打印机耗材(硒鼓和墨盒)销量市场销量区域情况预测	图目录
8	图1	2002 - 2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量情况	
8	图2	2002 - 2004年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销售额增长情况	10
	图3	2002 - 2004年中国硒鼓市场销量及增长情况	
10	图4	2002 - 2004年中国硒鼓市场销售额及增长情况	
11	图5	2004年中国硒鼓市场销量品牌结构	
12	图6	2004年中国硒鼓市场品牌增长情况	

- 13 图7 2004年中国激光打印机硒鼓市场销量区域结构
- 13 图8 2004年中国激光打印机硒鼓区域市场增长情况
- 14 图9 2004年中国激光打印机硒鼓销量垂直市场结构
- 15 图10 2004年中国激光打印机硒鼓垂直市场销量增长情况
- 16 图11 2004年中国激光打印机硒鼓销量垂直市场结构
- 16 图12 2004年中国激光打印机硒鼓平行市场销量增长情况
- 17 图13 2002 - 2004年中国墨盒市场销量及增长情况
- 18 图14 2002 - 2004年中国墨盒市场销售额及增长情况
- 19 图15 2004年中国墨盒市场销量品牌结构
- 19 图16 2004年中国墨盒市场品牌增长情况
- 20 图17 2004年中国喷墨打印机墨盒市场销量区域结构
- 21 图18 2004年中国喷墨打印机墨盒区域市场增长情况
- 22 图19 2004年中国喷墨打印机墨盒销量垂直市场结构
- 22 图20 2004年中国喷墨打印机墨盒垂直市场销量增长情况
- 23 图21 2004年中国喷墨打印机墨盒销量垂直市场结构
- 24 图22 2004年中国喷墨打印机墨盒平行市场销量增长情况
- 26 图23 商业用户产品需求关注指标统计
- 27 图24 用户对获取相关产品信息途径需求
- 28 图25 打印机耗材(硒鼓和墨盒)产品促销需求统计
- 29 图26 打印机耗材(硒鼓和墨盒)主要的购买渠道分布情况
- 31 图27 2004年中国耗材市场硒鼓和墨盒季度价格变化状况
- 35 图28 2004年打印机耗材主力厂商垂直市场份额比较
- 36 图29 2004年打印机耗材主力厂商平行市场份额比较 37 图30 2004年打印机耗材主力厂商区域市场份额比较
- 39 图31 2004年打印机耗材主力厂商产品竞争力评价
- 40 图32 2004年打印机耗材主力厂商价格竞争力评价
- 42 图33 2004年打印机耗材主力厂商销售竞争力评价
- 44 图34 2004年打印机耗材主力厂商渠道竞争力评价
- 46 图35 2004年打印机耗材主力厂商服务竞争力评价
- 47 图36 2004年打印机耗材主力厂商品牌竞争力评价
- 55 图37 2005 - 2009年中国激光打印机硒鼓市场销量预测情况
- 56 图38 2005 - 2009年中国激光打印机硒鼓市场销售额预测情况

- 57 图39 2005 - 2009年中国喷墨打印机墨盒市场销量预测情况
- 57 图40 2005 - 2009年中国喷墨打印机墨盒市场销售额预测情况
- 58 图41 2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)垂直市场结构预测
- 60 图42 2005年打印机耗材(硒鼓和墨盒)销量市场区域结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37795.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。