



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国打印耗材行业 市场运行态势与投资前景研究报 告

# 一、调研说明

《2013-2017年中国打印耗材行业市场运行态势与投资前景研究报告》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/227607.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

随着IT产业、数码产业、影像产业等的快速发展，国际上对打印耗材的市场需求越来越大，除了办公打印耗材的需求持续增长之外，家用打印机市场明显上升。由于中小型企业和移动办公人员对单色打印机需求的增加，单色打印机市场需求猛增，尤其是SOHU一族的发展，对家庭打印机需求贡献不小。

2010年中国打印耗材市场实际销售收入达到96.2亿元人民币，喷墨耗材出货量同比小幅增长3.0%，激光耗材市场继2009年的增长低迷之后，2010年同比增长为10.5%。在稳定增长的打印机保有量和逐步恢复的整体经济带动下，IDC依然看好打印耗材市场的未来发展，IDC预计喷墨和激光耗材整体市场出货量将保持10.6%的五年复合增长率，2015年销售收入将达到142.2亿元人民币。

随着打印耗材市场竞争的愈发激烈，快速有效的掌握市场发展情况成为企业决策成功与否的关键。近些年各行业市场的规模和特点都出现了很大的变革，如何从专业的眼光认识打印耗材行业的发展和市场的转变，将成为企业未来生存和发展的首要问题。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国打印耗材行业市场运行态势与投资前景研究报告》在对打印耗材产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对打印耗材产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对打印耗材产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

### 目录

#### 第一章 2011-2012年世界打印耗材行业整体运营状况分析 1

##### 第一节 2011-2012年世界打印机市场运行分析 1

###### 一、打印机国际能效将出台 1

###### 二、全球打印机、复印机及多功能产品产量及增长率分析 2

###### 三、全球品牌打印机销量同比分析 4

###### 1、惠普 4

###### 2、戴尔 5

###### 3、斑马打印机 6

##### 第二节 2010-2011年世界打印耗材行业市场格局 6

###### 一、世界打印耗材市场特征分析 6

二、世界打印耗材产量分析	6
三、世界主要打印耗材品牌综述	7
四、世界打印耗材市场发展动态分析	7
第三节 2010-2011年世界打印耗材品牌主要国家分析	9
一、意大利	9
二、美国	9
三、德国	10
第四节 2013-2017年世界打印耗材行业发展趋势分析	11
第二章 2011-2012年中国打印耗材行业市场发展环境分析	12
第一节 2011-2012年中国经济环境分析	12
一、GDP历史变动轨迹分析	12
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	19
三、2013年中国经济发展预测分析	21
第二节 2011-2012年中国打印耗材市场政策环境分析	22
一、《喷墨打印机墨盒通用技术规范》	22
二、《环境标志产品技术要求_喷墨盒》	33
三、《激光打印机鼓粉盒通用技术规范》	41
四、《环境标志产品技术要求---再生硒鼓粉盒》	56
第三节 2011-2012年中国打印耗材市场社会环境分析	67
第三章 2011-2012年中国打印机市场运行分析	68
第一节 2011-2012年中国打印机市场运行总况	68
一、中国打印机产量在世界所占比重	68
二、“绿色办公”成打印机热点	68
三、中国打印机处在产业链末端	68
四、国内厂家在大型打印机领域快速崛起	70
第二节 2010-2012年中国打印机产量统计分析	70
一、2010-2011年全国打印机产量分析	70
二、2012年全国及主要省份打印机产量分析	71
三、2012年全国打印机产量集中度分析	71
第三节 2011-2012年中国打印机市场动态分析	72

- 一、A3幅面打印机市场剖析 72
- 二、打印机厂商加速向二三级市场推进 73
- 三、中小企业成为打印机市场宠儿 74
- 四、营销与技术凸显打印机市场新格局 74
- 五、打印机品牌市场占有率调查 76

#### 第四章 2011-2012年中国打印耗材行业市场运行态势分析 78

##### 第一节 2011-2012年中国打印耗材行业发展动态分析 78

- 一、中国硒鼓网正式开通 78
- 二、中国耗材品牌首次领取环保"通行证" 78
- 三、打印耗材产业洗牌 79
- 四、耗材市场迎环保大考 假冒品占三成以上市场 81

##### 第二节 2011-2012年中国打印耗材市场发展现状分析 84

- 一、自主研发技术工艺找到出口 84
- 二、金融风暴带来洗牌机遇 85
- 三、中国耗材业在矛盾和摩擦中生存与成长 86
- 四、规模化或快字诀 耗材业走到十字路口 90

##### 第三节 2011-2012年中国打印耗材市场发展面临的挑战 91

#### 第五章 2010-2011年中国打印耗材市场深度剖析 95

##### 第一节 2010-2011年中国打印耗材市场新格局分析 95

- 一、市场容量分析 95
- 二、中国打印机耗材的产量分析 96
- 三、中国打印耗材销量占全球产量的市场份额分析 97
- 四、国外订单剧降出口增幅回落 97

##### 第二节 2010-2011年中国打印耗材市场结构分析 98

- 一、原装耗材 98
- 二、兼容耗材 98
- 三、原装硒鼓进行灌粉使用 99

#### 第六章 2010-2011年中国打印机耗材细分产品行业 100

##### 第一节 色带 100

- 一、色带的介绍 100
- 二、色带的优点和缺点 101
- 三、爱普生应市推出"节财"色带 102
- 四、色带常见问题及其应对策略 103
- 第二节 墨水 104
  - 一、墨水相关概述 104
  - 二、墨水使用知识介绍 104
  - 三、墨水技术水平简况 105
  - 四、喷墨打印机喷头与墨水的匹配性 105
  - 五、2012年散装染料墨水市场分析 107
  - 六、喷绘墨水市场应用及发展趋势 108
- 第三节 墨盒 109
  - 一、墨盒的定义 109
  - 二、墨盒的结构变化过程 109
  - 三、墨盒发展中的矛盾探析 110
  - 四、墨盒市场发展概况 111
  - 五、中国打印墨盒再生存在的问题 111
  - 六、中国墨盒企业陷入专利技术难题 112
- 第四节 硒鼓 113
  - 一、硒鼓概述 113
  - 二、硒鼓市场形成三分天下格局 113
  - 三、硒鼓市场洗牌进程加快 114
  - 四、金融危机下的中国硒鼓企业出路探讨 116
  - 五、硒鼓市场发展前景光明 120
- 第五节 碳粉 120
  - 一、碳粉的定义及用途 120
  - 二、日本佳能斥资13亿美元扩充碳粉匣产能 121
  - 三、美国数字碳粉市场动态分析 121
  - 四、环保碳粉市场走势分析 122
- 第六节 打印纸 122
  - 一、打印纸产业链透析 122
  - 二、打印纸市场供需分析 123

三、三菱高科技制纸宣布零售业的热敏打印纸涨价 123

四、哥本哈根大会对双面打印机的影响分析 124

第七章 2011-2012年中国打印耗材行业市场销售渠道运行态势分析 125

第一节 2011-2012年中国打印耗材行业市场销售渠道特点 125

第二节 2011-2012年中国打印耗材行业市场销售渠道分类 126

一、大型商场专柜 126

二、中小型专卖店 126

三、流通批发市场 126

第三节 2011-2012年中国打印耗材行业独特的特许连锁模式 126

第四节 2011-2012年打印耗材渠道的升级状况分析 127

一、网络营销成为打印耗材营销最佳选择 127

二、打印耗材企业网络营销之策 128

第五节 2011-2012年打印耗材策略解析 129

一、打印耗材营销&mdash;淡季做宣传，旺季做销售 129

二、“IKON”打印耗材闯出一片新天地 129

第八章 2011-2012年中国打印耗材市场竞争格局分析 130

第一节 2011-2012年中国打印耗材行业竞争总况 130

一、品牌竞争分析 130

二、技术革新让价格战稍息 131

三、营销方式竞争分析 132

第二节 2011-2012年中国打印耗材市场竞争动态分析 134

一、原装耗材厂依靠专利、频繁推出新品来固守自己的阵地 134

二、假冒耗材混水摸鱼，边走边看 135

三、通用耗材在夹缝中寻求突破 135

四、国际打印耗材大腕珠海论道 136

第三节 2013-2017年中国打印耗材行业竞争趋势分析 137

第九章 2011-2012年世界品牌打印耗材企业营运状况分析 140

第一节 正印良品(INK-PRO) 140

一、公司概况 140

二、2011-2012年在华市场销售情况 140

三、品牌竞争力分析 140

四、国际化发展战略分析 140

第二节STATIC CONTROL 141

一、公司概况 141

二、2011-2012年在华市场销售情况 141

三、品牌竞争力分析 141

四、国际化发展战略分析 141

第三节LEXMARK 142

一、公司概况 142

二、2011-2012年在华市场销售情况 142

三、品牌竞争力分析 143

四、国际化发展战略分析 143

第十章 2010-2011年中国打印耗材优势企业竞争力分析 144

第一节 珠海纳思达电子科技有限公司 144

一、企业概况 144

二、企业主要经济指标分析 144

三、企业盈利能力分析 145

四、企业偿债能力分析 145

五、企业运营能力分析 146

六、企业成长能力分析 146

第二节 天威打印机耗材制造厂 147

一、企业概况 147

二、企业主要经济指标分析 147

三、企业盈利能力分析 148

四、企业偿债能力分析 148

五、企业运营能力分析 148

六、企业成长能力分析 149

第三节 珠海中润靖杰打印机耗材有限公司 149

一、企业概况 149

二、企业主要经济指标分析 149



- 三、企业盈利能力分析 150
- 四、企业偿债能力分析 150
- 五、企业运营能力分析 151
- 六、企业成长能力分析 151
- 第四节 嘉兴天马打印机耗材有限公司 151
  - 一、企业概况 151
  - 二、企业主要经济指标分析 152
  - 三、企业盈利能力分析 153
  - 四、企业偿债能力分析 153
  - 五、企业运营能力分析 154
  - 六、企业成长能力分析 154
- 第五节 珠海市正天打印机耗材有限公司 154
  - 一、企业概况 154
  - 二、企业主要经济指标分析 155
  - 三、企业盈利能力分析 155
  - 四、企业偿债能力分析 155
  - 五、企业运营能力分析 156
  - 六、企业成长能力分析 156
- 第六节 宁波熙合打印机耗材有限公司 156
  - 一、企业概况 156
  - 二、企业主要经济指标分析 157
  - 三、企业盈利能力分析 157
  - 四、企业偿债能力分析 158
  - 五、企业运营能力分析 158
  - 六、企业成长能力分析 158
- 第七节 广州麦普打印机耗材制造有限公司 159
  - 一、企业概况 159
  - 二、企业主要经济指标分析 159
  - 三、企业盈利能力分析 160
  - 四、企业偿债能力分析 160
  - 五、企业运营能力分析 161
  - 六、企业成长能力分析 161

## 第八节 珠海美绿达打印机耗材有限公司 161

- 一、企业概况 161
- 二、企业主要经济指标分析 162
- 三、企业盈利能力分析 162
- 四、企业偿债能力分析 163
- 五、企业运营能力分析 163
- 六、企业成长能力分析 163

## 第九节 大庆市鸿庆打印机耗材制造有限公司 164

- 一、企业概况 164
- 二、企业主要经济指标分析 164
- 三、企业盈利能力分析 165
- 四、企业偿债能力分析 165
- 五、企业运营能力分析 165
- 六、企业成长能力分析 166

## 第十节 天杭办公耗材（杭州）有限公司 166

- 一、企业概况 166
- 二、企业主要经济指标分析 166
- 三、企业盈利能力分析 167
- 四、企业偿债能力分析 167
- 五、企业运营能力分析 168
- 六、企业成长能力分析 168

## 第十一章 2013-2017年中国打印耗材行业发展前景与投资预测分析 169

### 第一节 2013-2017年中国打印耗材行业发展前景分析 169

- 一、打印耗材市场前景展望 169
- 二、通用耗材发展有潜力 171
- 三、激光打印机耗材升温前景看好 171
- 四、国产通用耗材有望更顺畅地分享政府采购数百亿蛋糕 172

### 第二节 2011-2015年中国打印耗材行业趋势探析 175

- 一、兼容耗材倡导绿色理念 175
- 二、打印耗材网络营销成宠儿 176
- 三、通用耗材品牌战略 引领耗材未来发展 176

第三节 2013-2017年中国打印耗材行业投资机会分析 178

第四节 2013-2017年中国打印耗材行业投资风险分析 179

第五节 专家投资建议 180

图表目录：（部分）

图表：世界主要打印耗材品牌份额

图表：2008-2012年美国零售耗材市场总额（单位：百万美元）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010-2011年全国打印机产量数据

图表：2012年重点省市打印机产量数据

图表：2012年全国打印机产量集中度分析

图表：2012年7-8月中国激光打印机市场不同幅面产品关注比例走势

图表：2007-2012年我国打印耗材市场容量分析

图表：2011-2012年中国主要打印机耗材的产量

图表：2012年中国打印耗材销量占全球产量的市场份额

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

通过《2013-2017年中国打印耗材行业市场运行态势与投资前景研究报告》，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/227607.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](http://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提供投资咨询报告、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。