



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国打印机耗材市场研究年度报告

## 一、调研说明

《2005-2006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/37709.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

### 【 描述 】

#### 报告推荐

2005年过去，回顾打印机耗材市场，发现打印机耗材市场在2004年的基础上进一步稳定增长，由于消费者强烈的打印成本降低的需求，假冒伪劣耗材的肆虐泛滥，以及通用耗材的大力度进军，打印机原装耗材厂商将面临更大的竞争压力，市场竞争也更为激烈，但是，只要及时准确地把握市场需求趋势，谁就能在激烈的竞争中抢得先机。针对2005年打印机耗材市场的特点和形势，分析未来几年打印机耗材市场的发展趋势，撰写了《2005 - 2006年中国打印机耗材市场研究年度报告》，力图帮助厂商了解未来市场，把握生产销售方向。

在本报告中，全面总结了2005年全球与中国打印机耗材市场发展情况，通过详实的数据和充分的论述，从多个角度揭示了中国打印机耗材市场结构与供需关系特点，以及各大厂商在不同细分市场的竞争格局，并对主力厂商的市场竞争力分别进行了综合评价。

本报告特别指出：2005年，中国打印机耗材市场继续保持增长态势，打印机市场容量的扩张带动了耗材市场的繁荣，激光打印机硒鼓和喷墨打印机墨盒的市场销量与销售额均实现了稳定增长。2005年，耗材市场竞争更为激烈，原装耗材厂商压力更大，消费者对通用耗材的需求有了明显的提高，通用耗材厂商未来将有比较大的发展空间。假冒伪劣耗材产品依然是市场打击的重点和难点，耗材的环保回收问题越来越被社会重视。

最后，本报告在深入分析了影响2006-2010年中国打印机耗材市场发展的主要因素的基础上，对市场发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测，并对主力厂商与成长性厂商分别提出了有针对性的市场发展策略与建议。

#### 报告亮点

本报告依赖庞大的产品销售数据库，监测了全球打印机耗材历年市场销量和销售额情况，全面掌握中国打印机耗材产品市场规模与特征，从产品结构、市场结构以及品牌结构等方面分析打印机耗材市场特征。

通过对2005年中国打印机耗材市场的供需分析，分别从产品需求、价格需求、渠道需求以及购买需求等方面进行深入考察，从深度和广度上预测打印机耗材市场发展的重点和热点。

本报告除了长期的数据积累和对消费市场的敏锐观察之外，深入分析了国内top10打印机耗材厂商市场历年市场销售情况和竞争格局态势，对比说明各主要厂商的优劣势，给厂商在未来生产销售等方面的改进上提供指导性意义。并通过评估预测，为业界提供中国打印机耗材规

模和结构的 market 发展趋势，为厂商策略规划提供专业的依据。

## 目录

研究对象	1
主要结论	1
一、2005年全球打印机耗材产品市场现状	3
(一) 市场现状	3
1、市场规模	3
2、市场特点	3
(二) 主要国家和地区发展概要	4
1、美国：最大的再生耗材市场	4
2、欧洲：环保的先行者	5
3、日本：大力发展照片级喷墨打印机	5
4、亚太地区(除日本)：通用耗材最大的生产基地	5
二、2005年中国打印机耗材产品市场规模与特征	7
(一) 市场规模	7
1、总量规模与增长	7
2、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	10
1、市场规模与增长	10
2、品牌市场结构	11
3、区域市场结构	16
4、垂直市场结构	18
5、平行市场结构	19
(三) 中国喷墨打印机墨盒市场规模与结构	21
1、市场规模与增长	21
2、品牌市场结构	22
3、区域市场结构	27
4、垂直市场结构	28
5、平行市场结构	30
(四) 市场特征	32

- 1、新产品带动新需求，耗材市场进一步细分 32
- 2、通用耗材份额扩大，品牌专业性凸显 32
- 3、市场经济秩序得到整顿和规范 33
- 4、渠道覆盖能力迅猛发展，渠道服务效能逐步提升 33

### 三、2005年主力厂商点评 35

#### (一) HP 35

- 1、霸主地位，不可动摇 35
- 2、专业打造，技术为先 36
- 3、耗材千家店，服务“三放心” 36
- 4、奖励升级，促销回馈用户 37

#### (二) 爱普生 38

- 1、EPSON：喷墨市场的领头羊 38
- 2、打击通用耗材，维护垄断利益 38
- 3、关注打印成本、贴近用户需求 39
- 4、加大环保力度，杜绝耗材污染 39

#### (三) CANON 40

- 1、技术革新，市场保护 40
- 2、推出防伪新技术 41
- 3、积分送好礼，营销新举措 41

#### (四) LENOVO 42

- 1、巩固国内市场优势，重拳出击海外市场 42
- 2、推出防伪系统，加大打假力度 42
- 3、促销形式多样，带动正品销售 43

#### (五) 天威 44

- 1、加大宣传力度，弘扬通用品牌 44
- 2、技术创新、专利打造专业 44
- 3、渠道扩展，服务升级 45

### 四、中国打印机耗材产品用户需求分析 46

#### (一) 产品功能 46

- 1、商业用户注重一体化解决方案 46
- 2、家庭用户对打印成本的关注上升 46

#### (二) 价格期望 46

(三) 促销手段	47
(四) 采购渠道	48
(五) 服务需求	49
1、用户获得服务方式的需求	49
2、用户关注的服务问题	50
(六) 品牌倾向	50
1、耗材品牌认知途径	50
2、用户选择耗材品牌主要的考虑因素	51
五、2006 - 2010年中国打印机耗材产品市场发展趋势分析与预测	52
(一) 市场趋势分析	52
1、产品发展趋势	52
2、价格变化趋势	53
3、渠道发展趋势	53
4、服务发展趋势	54
(二) 市场规模预测	54
1、2006 - 2010年激光打印机硒鼓市场定量预测	55
2、2006 - 2010年喷墨打印机墨盒市场定量预测	56
(三) 市场结构预测	58
1、区域市场结构	58
2、垂直市场结构	59
3、平行市场结构	60
六、市场发展策略建议	62
(一) 加强通用耗材技术研发力度，构建完善产品体系	62
(二) 采用合作双赢模式，打击假冒伪劣耗材	62
(三) 大力发展环保型耗材，建立良好的回收渠道	63
报告说明	64

## 表目录

表1 2002 - 2005年全球打印机耗材市场增长情况	3
表2 2005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 - 2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量增长情况	8
表4	2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)各季度市场情况	9
表5	2002 - 2005年中国硒鼓市场销量及增长情况	10
表6	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌结构	11
表7	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌垂直结构销量情况	13
表8	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌垂直结构销售额情况	13
表9	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌平行结构销量情况	14
表10	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌平行结构销售额情况	15
表11	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌区域结构销量情况	15
表12	2005年中国激光打印机硒鼓市场品牌区域结构销售额情况	16
表13	2005年中国激光打印机硒鼓市场区域结构	16
表14	2005年中国激光打印机硒鼓垂直市场结构	18
表15	2005年中国激光打印机硒鼓销量平行市场结构	20
表16	2002 - 2005年中国墨盒市场销量及增长情况	21
表17	2005年中国墨盒市场品牌结构	23
表18	2005年中国墨盒市场品牌垂直结构销量情况	24
表19	2005年中国墨盒市场品牌垂直结构销售额情况	25
表20	2005年中国墨盒市场品牌平行结构销量情况	25
表21	2005年中国墨盒市场品牌平行结构销售额情况	26
表22	2005年中国墨盒市场品牌区域结构销量情况	26
表23	2005年中国墨盒市场品牌区域结构销售额情况	27
表24	2005年中国喷墨打印机墨盒市场区域结构	27
表25	2005年中国喷墨打印机墨盒垂直市场结构	29
表26	2005年中国喷墨打印机耗墨盒销量平行市场结构	31
表27	2005年联想耗材促销活动	43
表28	用户对耗材产品的价格需求	47
表29	打印机耗材(硒鼓和墨盒)产品促销需求统计	48
表30	2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量与销售额预测情况	54
表31	2006 - 2010年激光打印机硒鼓市场销量与销售额预测情况	55
表32	2006 - 2010年喷墨打印机墨盒市场销量与销售额预测情况	56
表33	2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒)区域市场销量情况预测	58
表34	2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒)区域市场销售额情况预测	58

表35 2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒) 垂直市场销量情况预测	59
表36 2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒) 垂直市场销售额情况预测	59
表37 2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒) 平行市场销量情况预测	60
表38 2006 - 2010年打印机耗材(硒鼓和墨盒) 平行市场销售额情况预测	61

## 图目录

图1 2002 - 2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销量及增长情况	8
图2 2002 - 2005年中国打印机耗材(硒鼓和墨盒)市场销售额及增长情况	9
图3 2002 - 2005年中国硒鼓市场销量及增长情况	10
图4 2002 - 2005年中国硒鼓市场销售额及增长情况	11
图5 2005年中国硒鼓市场销量品牌结构	12
图6 2005年中国硒鼓市场品牌增长情况	12
图7 2005年中国激光打印机硒鼓市场销量区域结构	17
图8 2005年中国激光打印机硒鼓区域市场增长情况	17
图9 2005年中国激光打印机硒鼓销量垂直市场结构	19
图10 2005年中国激光打印机硒鼓垂直市场销量及销售额增长情况	19
图11 2005年中国激光打印机硒鼓销量平行市场结构	20
图12 2005年中国激光打印机硒鼓平行市场销量及销售额增长情况	21
图13 2002 - 2005年中国墨盒市场销量及增长情况	22
图14 2002 - 2005年中国墨盒市场销售额及增长情况	22
图15 2005年中国墨盒市场销量品牌结构	23
图16 2005年中国墨盒市场品牌增长情况	24
图17 2005年中国喷墨打印机墨盒市场销量区域结构	28
图18 2005年中国喷墨打印机墨盒区域市场增长情况	28
图19 2005年中国喷墨打印机墨盒销量垂直市场结构	29
图20 2005年中国喷墨打印机墨盒垂直市场销量及销售额增长情况	30
图21 2005年中国喷墨打印机墨盒销量平行市场结构	30
图22 2005年中国喷墨打印机墨盒平行市场销量及销售额增长情况	31
图23 2005年中国耗材市场销量品牌结构	35
图24 HP积分换奖计划登记用户增长情况	37



图25 打印机耗材(硒鼓和墨盒)产品促销需求统计	48
图26 用户采购耗材的渠道需求	49
图27 用户对服务方式的需求	49
图28 用户关注的服务问题	50
图29 用户对获取耗材厂商品牌相关产品信息途径需求	51
图30 用户选择耗材品牌主要的考虑因素	51
图31 2006 - 2010年中国激光打印机硒鼓市场销量预测情况	55
图32 2006 - 2010年中国激光打印机硒鼓市场销售额预测情况	56
图33 2006 - 2010年中国喷墨打印机墨盒市场销量预测情况	57
图34 2006 - 2010年中国喷墨打印机墨盒市场销售额预测情况	57

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37709.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。