



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国扫描仪市场研究年度报告

# 一、调研说明

《2004-2005年中国扫描仪市场研究年度报告》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/37759.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

### 主要结论

#### 一、2004年全球扫描仪市场发展概述

##### 3 (一) 市场现状

##### 3 1、全球扫描仪市场继续萎缩

##### 3 2、市场大幅萎缩，商业用户市场重回市场主导

##### 4 (二) 基本特点

##### 4 1、名片、胶片细分专业市场成扫描仪市场发展热点

##### 5 2、美日欧在全球市场中的比例日益下降，消费需求增长点逐渐向亚太和拉美地区转移

##### 5 (三) 主要国家和地区发展概要

##### 5 1、美国：注重时尚应用功能的全球领导者

##### 6 2、日本：经济的复苏带动了企业IT投资和个人用户投资的增加，同时也缓解了扫描仪市场的下降颓势

##### 6 3、欧洲：区域发展不平衡，东欧需求成长速度快于西欧 6 4、亚太(除日本)：增长速度放缓，价格竞争日益激烈

#### 二、2004年中国扫描仪市场规模与结构

##### 7 (一) 市场规模

##### 7 1、总量规模与增长

##### 8 2、2004年各季度市场规模

##### 10 (二) 产品市场结构

##### 10 1、扫描仪市场光学组件的构成

##### 11 2、扫描仪市场接口方式的构成

##### 12 3、扫描仪市场分辨率的构成

##### 13 4、扫描仪市场色彩位数的构成

##### 14 (三) 品牌市场结构

##### 16 (四) 垂直市场结构

##### 18 (五) 平行市场结构

##### 19 (六) 区域市场结构

##### 20 (七) 销售渠道结构

##### 21 (八) 用户市场结构

#### 三、2004年中国扫描仪市场供需分析

##### 23 (一) 需求分析

23	1、产品需求
25	2、价格需求
26	3、渠道需求
27	4、购买需求
29	(二) 供给分析
29	1、产品供给
35	2、价格供给
37	3、渠道供给
37	4、促销供给
41	(三) 市场特征分析
41	1、产品特征
42	2、价格特征
43	3、渠道特征
43	4、购买特征
	四、2004年中国扫描仪市场竞争格局与重点厂商市场竞争力评价
44	(一) 竞争格局分析
44	1、垂直市场竞争格局
47	2、平行市场竞争格局
50	3、区域市场竞争格局
53	(二) 主力厂商市场竞争力评价
53	1、产品竞争力
55	2、渠道竞争力
57	3、价格竞争力
59	4、促销竞争力
61	5、服务竞争力
63	6、品牌竞争力
64	(三) 成长性厂商市场竞争力评价
64	1、市场机会与风险
65	2、成长性厂商市场分布
65	3、成长性厂商市场竞争力评价
	五、影响2005 - 2009年中国扫描仪市场发展因素
70	(一) 有利因素
70	1、信息化“内容建设”带来大商机
70	2、产业成熟度的增加有利于扫描仪市场的稳定

- 71 3、细分专业市场的兴起为扫描仪提供了新的发展空间
- 71 4、厂商产品策略、市场策略的调整扩大了扫描仪的市场应用领域
- 72 (二) 不利因素
  - 72 1、产品技术的成熟加大了产品创新难度
  - 72 2、数码相机、多功能一体机的强劲冲击
  - 72 3、市场价格的下降和市场利润的摊薄影响厂商和渠道商的市场投入
- 六、2005 - 2009年中国扫描仪市场趋势分析
  - 74 (一) 产品发展趋势
    - 74 1、时尚便携式将成扫描仪发展方向
    - 74 2、名片、胶片等专业扫描仪将成为市场发展热点
    - 75 3、全方位扫描渐成趋势
  - 76 (二) 价格变化趋势
  - 76 (三) 渠道发展趋势
  - 76 (四) 用户需求趋势
  - 77 (五) 服务发展趋势
- 七、2005 - 2009年中国扫描仪市场发展预测
  - 78 (一) 市场规模预测
    - 78 1、总量规模
    - 79 2、增长速度
  - 80 (二) 市场结构预测
    - 80 1、产品市场结构
    - 81 2、渠道市场结构
    - 81 3、区域市场结构
    - 82 4、垂直市场结构
    - 83 5、平行市场结构
- 八、建议
  - 84 (一) 主力厂商策略建议
    - 84 1、产品策略
    - 85 2、价格策略
    - 86 3、渠道策略
    - 86 4、促销策略
    - 87 5、服务策略
  - 88 (二) 成长性厂商策略建议
    - 88 1、集中精力，紧抓优势细分市场

88 2、加强渠道扁平化建设，提升服务的效能 报告说明 表目录 3 表1 2003 - 2004年全球扫描仪市场销量

4 表2 2003 - 2004年全球扫描仪用户市场销量

7 表3 2001 - 2004年中国扫描仪市场销量

7 表4 2001 - 2004年中国扫描仪市场销售额

9 表5 2004年各季度中国扫描仪市场销量

10 表6 2004年中国扫描仪市场的光学组件构成

11 表7 2004年中国扫描仪市场的接口构成

12 表8 2004年中国扫描仪市场的分辨率构成

13 表9 2004年中国扫描仪市场色彩位数构成

15 表10 2003年与2004年中国扫描仪市场各品牌销售量市场份额对比

16 表11 2003年与2004年中国扫描仪市场各品牌销售额市场份额对比

17 表12 2003 - 2004年中国扫描仪垂直市场销量结构

18 表13 2003 - 2004年中国扫描仪平行市场销量结构

19 表14 2003 - 2004年中国扫描仪区域市场销量结构

20 表15 2003 - 2004年中国扫描仪市场销售渠道构成

21 表16 1999 - 2004年中国扫描仪市场用户构成

23 表17 扫描仪的分辨率需求统计

24 表18 扫描仪的光学组件需求统计

25 表19 扫描仪的接口需求统计

26 表20 扫描仪的心理价位统计

27 表21 扫描仪销售渠道需求统计

28 表22 扫描仪的购买需求统计

29 表23 2004年各厂商推出的主要扫描仪新品

36 表24 2004年扫描仪产品价格变化情况

45 表25 2004年中国扫描仪垂直市场各品牌销量

45 表26 2004年中国扫描仪市场垂直—品牌格局

46 表27 2004年中国扫描仪市场品牌—垂直格局

48 表28 2004年中国扫描仪平行市场各品牌销量

48 表29 2004年中国扫描仪市场平行—品牌格局

49 表30 2004年中国扫描仪市场品牌—平行格局

51 表31 2004年中国扫描仪区域市场各品牌销量

- 51 表32 2004年中国扫描仪市场区域—品牌格局
- 52 表33 2004年中国扫描仪市场品牌—区域格局
- 54 表34 2004年扫描仪主力厂商产品竞争力分析
- 56 表35 2004年扫描仪主力厂商渠道竞争力分析
- 59 表36 2004年扫描仪主力厂商市场促销策略
- 61 表37 2004年扫描仪主力厂商服务体系及规模
- 78 表38 中国扫描仪市场2005 - 2009年市场销量预测
- 79 表39 中国扫描仪市场2005 - 2009年增长率预测
- 80 表40 2005年中国扫描仪市场的光学组件构成预测
- 80 表41 2005年中国扫描仪市场接口方式构成预测
- 80 表42 2005年中国扫描仪市场分辨率构成预测
- 81 表43 2005年中国扫描仪市场色彩位数构成情况
- 81 表44 2005年中国扫描仪销售渠道结构预测
- 82 表45 2005年中国扫描仪区域结构预测
- 82 表46 2005年中国扫描仪垂直市场结构预测
- 83 表47 2005年中国扫描仪市场行业应用情况预测 图目录 8 图1 2001 - 2004年中国扫描仪市场销量
- 8 图2 2001 - 2004年中国扫描仪市场销售额
- 9 图3 2004年各季度中国扫描仪市场销量
- 10 图4 2004年中国扫描仪市场光学组件构成
- 11 图5 2004年中国扫描仪市场接口方式构成
- 12 图6 2004年中国扫描仪市场分辨率构成
- 13 图7 2004年中国扫描仪市场色彩位数构成
- 15 图8 2003年与2004年中国扫描仪市场各品牌销售量市场份额对比
- 16 图9 2003年与2004年中国扫描仪市场各品牌销售额市场份额对比
- 17 图10 2002 - 2004年中国扫描仪垂直市场销量结构对比 20 图11 2002 - 2004年中国扫描仪区域市场销量结构对比 21 图12 2004年中国扫描仪市场销售渠道构成
- 22 图13 1999 - 2004年中国扫描仪市场用户构成
- 24 图14 扫描仪的分辨率需求统计
- 24 图15 扫描仪的光学组件需求统计
- 25 图16 扫描仪的接口需求统计
- 26 图17 扫描仪的心理价位统计

- 27 图18 扫描仪销售渠道需求统计
- 28 图19 扫描仪的购买需求统计
- 36 图20 2004年扫描仪产品价格变化情况
- 46 图21 2004年中国扫描仪市场垂直—品牌格局
- 47 图22 2004年中国扫描仪市场品牌—垂直格局
- 49 图23 2004年中国扫描仪市场平行—品牌格局
- 50 图24 2004年中国扫描仪市场品牌—平行格局
- 52 图25 2004年中国扫描仪市场区域—品牌格局
- 53 图26 2004年中国扫描仪市场品牌—区域格局
- 55 图27 2004年中国扫描仪主力厂商产品竞争力对比
- 57 图28 2004年中国扫描仪主力厂商渠道竞争力对比
- 58 图29 2004年各主力厂商产品价格段分布
- 58 图30 2004年中国扫描仪主力厂商价格竞争力对比
- 61 图31 2004年中国扫描仪主力厂商促销竞争力对比
- 63 图32 2004年中国扫描仪主力厂商服务竞争力对比
- 64 图33 2004年中国扫描仪主力厂商品牌竞争力对比
- 66 图34 2004年中国扫描仪成长性厂商产品竞争力对比
- 66 图35 2004年中国扫描仪成长性厂商价格竞争力对比
- 67 图36 2004年中国扫描仪成长性厂商渠道竞争力对比
- 68 图37 2004年中国扫描仪成长性厂商促销竞争力对比
- 68 图38 2004年中国扫描仪成长性厂商服务竞争力对比
- 69 图39 2004年中国扫描仪成长性厂商品牌竞争力对比
- 78 图40 中国扫描仪市场1996 - 2009年销量趋势图
- 79 图41 中国扫描仪市场1996 - 2009年增长率趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37759.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。