



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国税控收款机市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国税控收款机市场研究年度报告》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/37799.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年全球税控收款机市场现状与特点

2 (一) 发展现状

2 1、全球税控收款机市场稳步增长

3 2、银税一体机应用增多

3 (二) 基本特点

3 1、技术已成熟，标准更科学

4 2、市场主要集中在发展中国家

5 (三) 主要国家和地区发展概要

5 1、意大利：市场先行者，税控产品推广成绩显著

6 2、土耳其：税控装置推广与发票管理有机结合，共同推动税收征管

二、2004年中国税控收款机市场规模与结构

7 (一) 市场规模

7 1、总量规模

8 2、增长速度

8 3、各季度市场情况

9 (二) 产品结构

9 1、产品种类

9 2、价格段

10 (三) 品牌市场结构

12 (四) 行业市场结构

13 (五) 区域市场结构

15 (六) 销售渠道结构

三、2004年中国税控收款机市场供需分析

16 (一) 需求分析

16 1、产品需求：产品需求多元化特征明显

16 2、价格需求：用户消费更加理性，在够用的基础上选择相应价位的产品

17 3、促销需求：税务局成为产品信息的重要载体

18 4、渠道需求：渠道需向广度与深度发展

18 (二) 供给分析

- 18 1、产品供给：以客户为导向，产品细分满足用户差异化需求
- 26 2、价格供给：不同档次产品价格透明
- 27 3、促销供给：充分利用报刊、电视、广播等媒体广泛宣传，为产品推广应用创造一个良好的社会氛围
- 27 4、渠道供给：积极拓展产品营销渠道，建立技术支持与服务体系
- 28 (三) 市场特征分析
- 28 1、市场进入门槛加高，新一轮洗牌在即
- 29 2、整体市场处于试点阶段，实际销售出现明显下滑
- 30 3、区域市场发展不平衡
- 30 4、产品质量及服务能力成为市场核心竞争力
- 31 5、代理制在税控收款机的推广中得到广泛应用 四、2004年中国税控收款机竞争格局分析与重点厂商市场竞争力评价
- 32 (一) 竞争格局分析
- 32 1、行业市场竞争格局
- 35 2、区域市场竞争格局
- 37 (二) 主力厂商市场竞争力评价
- 37 1、产品竞争力
- 39 2、价格竞争力
- 40 3、渠道竞争力
- 41 4、促销竞争力
- 42 5、服务竞争力
- 44 6、品牌竞争力
- 45 (三) 成长性厂商竞争力评价
- 45 1、市场机会与风险
- 46 2、成长性厂商市场分布
- 47 3、成长性厂商市场竞争力评价 五、影响2005 - 2009年中国税控收款机市场发展因素 52
- (一) 有利因素
- 52 1、政府加大推广力度，促使整个产业健康有序地发展
- 53 2、行业标准出台，使市场趋于规范化进而带动税控收款机产业的繁荣
- 54 3、生产许可证制度的即将实施，淘汰一些手工作坊式的生产企业，使真正有实力的厂商凸显出来
- 54 4、存在巨大市场潜力，税控收款机市场井喷在即

| | | |
|----|--------------------------------|-----------------------------|
| 55 | (二) 不利因素 | |
| 55 | 1、国民纳税意识相对薄弱 | |
| 55 | 2、税控收款机的替换具有一定的难度 | |
| 56 | 3、产业成熟度差 | |
| 56 | 4、各地税务信息化建设差距大 | 六、2005 - 2009年中国税控收款机市场趋势分析 |
| 57 | (一) 产品发展趋势 | |
| 57 | (二) 价格变化趋势 | |
| 58 | (三) 渠道发展趋势 | |
| 58 | (四) 用户需求趋势 | |
| 58 | 1、用户需要产品具有更多可管理性、稳定性和安全性 | |
| 58 | 2、按需定制满足用户多样化的需求 | |
| 59 | (五) 服务发展趋势 | 七、2005 - 2009年中国税控收款机市场发展预测 |
| 60 | (一) 市场规模预测 | |
| 60 | 1、总量规模 | |
| 60 | 2、增长速度 | |
| 61 | (二) 市场结构预测 | |
| 61 | 1、产品市场结构 | |
| 62 | 2、行业市场结构 | |
| 63 | 3、区域市场结构 | |
| 64 | 4、营销渠道结构 | 八、建议 |
| 66 | (一) 主力厂商策略建议 | |
| 66 | 1、产品策略：加快技术创新步伐，保持产品技术与品质的领先 | |
| 66 | 2、渠道策略：加快渠道的资源整合步伐，使各种渠道产生优势互补 | |
| 66 | 3、促销策略：建立“用户培训部门”赢得顾客，赢得市场 | |
| 67 | 4、服务策略：提升服务附加值，打造服务核心竞争力 | |
| 67 | 5、品牌策略：树立品牌形象，扩大品牌影响力 | |
| 68 | (二) 成长性厂商策略建议 | |
| 68 | 1、产品策略：加强自主研发能力提升产品核心竞争力 | |
| 68 | 2、渠道策略：多元化复合渠道提高销售和服务的效率 | |
| 68 | 3、促销策略：加强与客户的沟通，为企业的经营决策提供依据。 | |
| 69 | 4、服务策略：建立完善的服务体系，一站式服务满足最终用户需要 | |
| 69 | 5、品牌策略：根据各自市场地位采取相应的品牌推广活动 | 报告说明 表目录 2 表1 2003 |

| | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| - 2004年全球服务器市场销量和销售额比较 | |
| 7 表2 2002 - 2004年中国税控收款机市场规模 | |
| 8 表3 2003 - 2004年中国税控收款机市场增长率 | |
| 8 表4 2004年1 - 4季度中国税控收款机市场规模情况 | |
| 10 表5 2004年中国税控收款机市场产品价格段结构 | |
| 11 表6 2004年中国税控收款机市场各品牌销售及市场份额情况 | |
| 12 表7 2004年中国税控收款机行业市场结构与变化情况 | |
| 14 表8 2004年中国税控收款机区域市场结构情况 | |
| 15 表9 2004年中国税控收款机销售渠道市场段销售量情况 | |
| 17 表10 2004年中国用户获取税控收款机产品信息的途径 | 20 表11 2004年中国税控收款机市场产品供给情况 |
| 27 表12 2004年中国税控收款机产品的平均价格 | |
| 32 表13 2004年中国税控收款机行业市场销量竞争结构 | |
| 33 表14 2004年中国税控收款机行业市场竞争结构销售比例 | |
| 34 表15 2004年中国税控收款机行业市场销售额竞争结构 | 34 表16 2004年中国税控收款机行业市场竞争结构销量额比例 |
| 35 表17 2004年中国税控收款机区域市场销量竞争结构 | |
| 36 表18 2004年中国税控收款机区域市场销量比例 | |
| 37 表19 2004年中国税控收款机区域市场销售额竞争结构 | 37 表20 2004年中国税控收款机区域市场销量额比例 |
| 38 表21 2004年中国税控收款机厂商产品竞争力分析 | |
| 40 表22 2004年中国税控收款机主力厂商市场渠道策略 | |
| 42 表23 2004年中国税控收款机主力厂商市场服务策略及服务体系 | |
| 47 表24 2004年中国税控收款机成长性厂商产品竞争力分析 | |
| 49 表25 2004年中国税控收款机成长性厂商市场渠道策略 | 50 表26 2004年中国税控收款机成长性厂商市场服务策略 |
| 60 表27 2005 - 2009年中国税控收款机市场规模预测 | |
| 61 表28 2005 - 2009年中国税控收款机市场增长速度预测 | 61 表29 2005 - 2009年中国税控收款机市场产品销量比例预测 |
| 62 表30 2005 - 2009年中国税控收款机市场产品销售额比例预测 | |
| 63 表31 2005 - 2009年中国税控收款机行业市场结构预测 | 64 表32 2005 - 2009年中国税控收款机区域市场结构预测 |
| 65 表33 2005 - 2009年中国税控收款机市场渠道结构销售量预测 | |
| 图目录 | |

2 图1 2004年全球税控收款机市场市场规模与增长
7 图2 2002 - 2004年中国税控收款机市场规模
9 图3 2004年中国税控收款机市场产品种类销售量构成比例
10 图4 2004年中国税控收款机产品价格段销售构成比例
11 图5 2004年中国税控收款机市场品牌结构
13 图6 2004年中国税控收款机产品行业市场结构
13 图7 2004年中国税控收款机产品行业市场结构
14 图8 2004年中国税控收款机销量区域市场结构
33 图9 2004年中国税控收款机行业市场竞争结构销量比例
36 图10 2004年中国税控收款机行业市场销量竞争结构
39 图11 2004年中国税控收款机主力厂商产品竞争力对比 41 图12 2004年中国税控收款机主力厂商渠道竞争力对比 42 图13 2004年中国税控收款机主力厂商促销竞争力对比 44 图14 2004年中国税控收款机主力厂商服务竞争力对比 45 图15 2004年中国税控收款机主力厂商品牌竞争力对比 48 图16 2004年中国税控收款机成长性厂商产品竞争力对比
49 图17 2004年中国税控收款机成长性厂商渠道竞争力对比
50 图18 2004年中国税控收款机成长性厂商促销竞争力对比
51 图19 2004年中国税控收款机成长性厂商服务竞争力对比
51 图20 2004年中国税控收款机成长性厂商品牌竞争力对比
62 图21 2005 - 2009年中国税控收款机产品市场结构预测 63 图22 2005 - 2009年中国税控收款机行业市场结构预测 64 图23 2005 - 2009年中国税控收款机区域市场结构预测 65 图24 2005 - 2009年中国税控收款机渠道市场结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37799.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。