

2007-2008年中国办公用品 市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2007-2008年中国办公用品市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/200806/16-2431.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 国际办公用品行业发展现状 1

一、国际办公用品行业发展概况 1

(一) 行业发展现状及趋势 1

(二) 国际办公用品市场特点 1

二、欧洲 3

(一) 欧洲办公用品市场概述 3

(二) 欧洲办公用品消费状况 4

(三) 欧洲礼品文具市场竞争情况 4

三、亚太 11

(一) 亚太文具市场现状分析 11

(二) 电子笔 - 日本文具新增长点 12

(三) 日本办公用品应对外来冲击 14

(四) 亚太办公用品市场设计趋势分析 14

四、美国 15

(一) 美国纸品文具市场概况分析 15

(二) 美国书写工具市场销路仍然看好 21

(三) 美国数码笔入市 21

第二章 中国办公用品行业发展环境分析 25

一、经济发展环境分析 25

(一) 国民生产总值 25

(二) 工业/农业发展 26

(三) 固定资产投资 27

二、政策法规环境分析 28

(一) 国内宏观政策 28

(二) 行业产业政策 31

(三) 国内金融政策 34

三、技术发展环境分析 40

(一) 行业技术现状 40

(二) 行业技术发展趋势 40

四、社会发展环境分析 41

- (一) 国内消费水平 41
- (二) 国内消费观念 42
- (三) 其它社会环境对其的影响 46

第三章 2008年中国办公用品市场运行现状分析 54

一、中国办公用品市场发展现状分析 54

- (一) 办公用品行业的消费群体 54
- (二) 办公用品销售正当时 54
- (三) 办公用品市场发展新观念 54
- (四) 办公用品市场新品层出不穷 55

二、中国办公用品在国际市场竞争力分析 59

- (一) 我国办公用品在新加坡概况 59
- (二) 我国办公用品大举占领巴基斯坦市场 61
- (三) 中国办公用品走俏法国市场 61

三、各地区办公用品市场现状 62

- (一) 北京办公用品品牌销售概况及发展趋势 62
- (二) 上海办公用品安全性能让人放心 64
- (三) 温州文化用品市场打造经营新模式 64
- (四) 广州兴起办公用品连锁超市 67

四、拓展办公用品市场的建议 70

- (一) 进入美国市场关键在于知己知彼 70
- (二) 办公用品礼品打入美国市场建议 76

第四章 办公文具市场分析 78

一、办公文具市场现状 78

- (一) 我国办公用品市场容量巨大 78
- (二) 我国已成为世界最大办公用品消费国 78
- (三) 国际办公文具业巨头力拓我国市场 79

二、办公文具销售渠道分析 80

- (一) 办公文具企业的渠道之争 80
- (二) 办公文具行业市场渠道解析 84

(三) 办公用品超市为连锁业注入新活力 91

(四) 新的办公用品零售巨头即将诞生 93

三、办公文具的市场前景及预测 95

(一) 办公文具市场发展前景广阔 95

(二) 专业办公文具业前景展望 95

(三) 2008年中国办公用品市场预测 96

第五章 办公设备市场分析 98

一、打印机 98

(一) 2007年国内打印机市场回顾 98

(二) 网络打印机市场格局剖析 99

(三) 强势引领国内打印机市场 103

(四) 彩色激光打印机市场呈现新亮点 104

(五) 21世纪国产打印机畅销市场 105

二、复印机 107

(一) 复印机市场发展简述 107

(二) 中国复印机市场回顾 108

(三) 进口复印机激增原因分析 111

(四) 中国彩色复印机市场概况及预测 112

三、传真机 113

(一) 我国传真机市场概览 113

(二) 新品传真机层出不穷 114

(三) 国外品牌抢占传真机市场 114

(四) 传真机出路遇阻 115

第六章 制笔业发展分析 117

一、中国制笔业发展概述 117

(一) 我国制笔业的现况和发展 117

(二) 我国制笔装备的现况和发展 123

(三) 我国制笔业在世界中的地位 126

二、各地区制笔行业概况 127

(一) 丽水制笔业期待重塑辉煌 127

- (二) 桐庐县制笔业概况及发展对策 128
- (三) 温州制笔业已获全国半壁江山 133
- (四) 义乌制笔业发展概述 135
- 三、制笔行业动态分析 137
 - (一) 制笔业构筑产业圈 137
 - (二) 制笔业通过会展实现跨越发展 138
 - (三) 我国制笔业有了“提速器” 139
 - (四) 制笔业着力以科技武装自身 140
 - (五) 我国制笔业着意构思出口文章 142
- 四、各种笔类市场概况 144
 - (一) 铅笔 144
 - (二) 中性笔 145
 - (三) 钢笔 146
- 五、制笔业发展建议 148
 - (一) 我国制笔名牌战略的剖析 148
 - (二) 中国制笔业必须国产化配套 151
 - (三) 中国制笔业需注重知识产权 153
 - (四) 培育制笔业特色区域经济 155

第七章 其它类型办公文具 162

- 一、打印纸 162
 - (一) 打印纸的分类 162
 - (二) 彩色喷墨打印纸定义及分类 164
 - (三) 立体名片打印纸市场可行性解析 165
 - (四) 打印纸市场格局分析 166
- 二、墨水 167
 - (一) 喷墨打印的墨水特性 167
 - (二) 溶剂型颜料墨水的行业发展前景 168
 - (三) 喷绘墨水的市场应用及趋势预测 171
- 三、墨盒 173
 - (一) 第二代国产墨盒市场分析 173
 - (二) 墨盒市场怪圈透析 174

(三) 国产品牌墨盒渐成市场新贵 176

四、纸制文具 178

(一) 纸制文具市场现状 178

(二) 纸制文具发展趋势 179

第八章 办公用品营销状况概述 181

一、销售渠道分析 181

(一) 大型综合超市成为办公用品销售主力 181

(二) 办公用品加盟市场现状解析 182

(三) 办公用品市场连锁出现新业态 194

二、办公用品营销策略分析 195

(一) 办公用品企业的行业整合策略解析 195

(二) 办公用品营销之大客户管理 199

(三) 办公用品营销套路 208

三、品牌营销策略分析 209

(一) 办公用品品牌成为销售冠军战略 209

(二) 办公用品品牌步入专业化组合时代 214

(三) 品牌国际化战略要领透析 217

第九章 2008年中国办公用品行业竞争现状分析 225

一、行业竞争结构分析 225

(一) 现有企业间竞争 225

(二) 潜在进入者分析 225

(三) 替代品威胁分析 226

(四) 供应商议价能力 226

(五) 客户议价能力 226

二、行业集中度分析 227

(一) 市场集中度分析 227

(二) 品牌集中度分析 227

(三) 企业集中度分析 229

(四) 区域集中度分析 229

第十章 中国办公用品行业内优势企业运营分析 232

一、中国第一铅笔股份有限公司 232

(一) 企业基本情况 232

(二) 经营状况与财务分析 232

(三) 竞争策略分析 235

(四) 发展战略和前景展望 235

二、深圳齐心文具股份有限公司 237

(一) 企业基本情况 237

(二) 经营状况与财务分析 238

(三) 竞争策略分析 244

(四) 发展战略和前景展望 244

三、青岛昌隆文具有限公司 245

(一) 企业基本情况 245

(二) 经营状况与财务分析 245

(三) 竞争策略分析 248

(四) 发展战略和前景展望 248

四、宁波贝发集团有限公司 249

(一) 企业基本情况 249

(二) 经营状况与财务分析 249

(三) 竞争策略分析 252

(四) 发展战略和前景展望 252

五、上海丰华股份有限公司 253

(一) 企业基本情况 253

(二) 经营状况与财务分析 253

(三) 竞争策略分析 256

(四) 发展战略和前景展望 257

六、得力集团 258

(一) 企业基本情况 258

(二) 经营状况与财务分析 259

(三) 竞争策略分析 262

(四) 发展战略和前景展望 263

七、浙江广博集团股份有限公司 263

- (一) 企业基本情况 263
- (二) 经营状况与财务分析 264
- (三) 竞争策略分析 266
- (四) 发展战略和前景展望 267
- 八、上海乐美文具有限公司 268
 - (一) 企业基本情况 268
 - (二) 经营状况与财务分析 269
 - (三) 乐美文具的发展概况 272
 - (四) 真彩欲开拓全球市场 274
- 九、高域办公设备系统有限公司 274
 - (一) 企业基本情况 274
 - (二) 竞争策略分析 275
 - (三) 发展战略和前景展望 275
- 十、深圳盛天办公设备有限公司 275
 - (一) 企业基本情况 275
 - (二) 竞争策略分析 276
 - (三) 发展战略和前景展望 276

- 第十一章 中国办公用品行业相关联产业分析 277
 - 一、中国塑料制品业发展现状 277
 - (一) 我国塑料制品业概述 277
 - (二) 我国塑料制品产品结构及产量 282
 - (三) 中国塑料制品业发展透析 283
 - 二、中国塑料制品业态势分析 284
 - (一) 中国塑料制品业竞争能力分析 284
 - (二) 塑料制品业经营新特点 288
 - (三) 塑料制品业需求增大步入快车道 293
 - 三、包装业现状分析 295
 - (一) 包装业市场竞争解析 295
 - (二) 外资垄断我国包装业 299
 - (三) 包装产业面临战略重组历史机遇 302
 - (四) 包装业生产与市场双重过度 307

四、包装业发展前景与趋势 310

- (一) 包装业行业发展前景展望 310
- (二) 透析包装业发展的明天 312
- (三) 2008年我国包装业发展趋势 317
- (四) 四大趋势打造包装业未来 322

第十二章 2008-2012年中国文化、办公用机械制造业前景展望分析 326

一、文化、办公用机械制造行业发展环境分析 326

- (一) 国家政策环境分析 326
- (二) 主要宏观政策趋势及其影响分析 331
- (三) 消费、投资及外贸形势展望 333

二、文化、办公用机械制造行业供求形势预测 338

- (一) 文化、办公用机械制造供应形势预测 343
- (二) 文化、办公用机械制造需求形势预测 343
- (三) 文化、办公用机械制造行业产能预测 344
- (四) 进出口形势预测 344

三、文化、办公用机械制造行业发展前景展望 345

四、未来几年文化、办公用机械制造行业发展趋势预测 346

五、存在问题及对策分析 346

- (一) 运营风险以及不确定性 346
- (二) 发展面临的各种问题 346
- (三) 发展对策及建议 347

第十三章 2008-2012年中国办公用品行业发展前景展望 348

一、发展环境展望 348

- (一) 宏观经济形势展望 348
- (二) 政策走势及其影响 352
- (三) 国际行业走势展望 354

二、相关行业发展展望 355

- (一) 办公用品上游原料行业展望 355
- (二) 办公用品包装行业展望 356

三、行业发展趋势展望 361

- (一) 技术发展趋势展望 361
- (二) 产品发展趋势展望 362
- (三) 行业竞争格局展望 363
- 四、办公文化用品市场发展五大趋势透析 363
 - (一) 市场潜力大, 购买力增加 363
 - (二) 消费结构呈多元化、多层次, 产品日益高档化 363
 - (三) 电脑网络技术带来新的市场机遇 364
 - (四) 政府采购范围的文化用品呈增长趋势 364
 - (五) 市场多元化, 外资、民营等企业同台竞争 364

第十四章 2008-2012年中国办公用品行业市场预测 366

- 一、市场消费能力预测 366
 - (一) 主要产品需求规模预测 366
 - (二) 主要产品市场规模预测 366
- 二、市场供应能力预测 367
 - (一) 行业产能扩张分析 367
 - (二) 主要产品产量预测 367
- 三、进出口预测 367
 - (一) 主要产品进口预测 367
 - (二) 主要产品出口预测 368
- 四、主要产品价格走势预测 368
 - (一) 主要产品市场价格现状 368
 - (二) 主要产品价格走势预测 369

第十五章 2008-2012年中国办公用品行业投资机会与风险分析 370

- 一、行业投资环境评价 370
 - (一) 行业固定资产投资状况 370
 - (二) 投资吸引力分析 370
- 二、行业投资机会分析 371
 - (一) 行业内部优势分析 371
 - (二) 外部利好环境分析 371
- 三、行业投资风险分析 371

- (一) 市场风险 371
- (二) 政策风险 372
- (三) 经营风险 372
- 四、行业投资建议及策略 372
- 五、办公用品企业电子商务发展SWOT分析 374
 - (一) 优势分析 374
 - 1、市场极度分散，网上贸易提高效率 374
 - 2、企业信息化成本逐渐降低 375
 - 3、企业联系更紧密，交易更方便 375
 - (二) 劣势分析 375
 - 1、大部分企业规模较小 375
 - 2、产品品牌化程度较低 376
 - (三) 机遇分析 376
 - 1、行业发展十分迅猛，市场潜力巨大 376
 - 2、互联网的蓬勃发展，电子商务的兴起 376
 - (四) 挑战分析 377
 - 1、国外办公用品超市强势渠道 377
 - 2、国内诚信制度不健全 377

详细图表见正文

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/200806/16-2431.html>