

# 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

## 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](mailto: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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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) 企业基本概况 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>