

2022-2028年中国办公用品 市场深度分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国办公用品市场深度分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202112/259794.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

办公用品，指人们在日常工作中所使用的辅助用品，主要被应用于企业单位，它涵盖的种类非常广泛，包括：文件档案用品、桌面用品、办公设备、财务用品、耗材等一系列与工作相关的用品。我国办公用品行业正逐步向产业化、规模化发展，生产的产品品质具备国际市场竞争力，随着需求市场的不断扩大以及出口增长，将迎来一个新的发展机遇。

广义的办公用品行业包括办公家具、办公设备、文具耗材、礼品卡券等细分市场。根据调查数据显示，大办公用品市场具有广阔的市场空间，2018年国内大办公市场规模达到1.9万亿，政府机构、央企国企以及各类民营企业是办公文具的主要消费群体。据估计未来5年复合增长率约9%，预计2022年有望达2.7万亿，按产品类型看，消耗类办公用品市场空间为5000亿元、资产设备类办公用品市场空间为15000亿元、员工福利用品市场空间为2000亿元、MRO标准产品市场空间为5000亿元。办公用品不同品类市场空间（亿元） 中企顾问网发布的《2022-2028年中国办公用品市场深度分析与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了中国办公用品行业市场发展环境、办公用品整体运行态势等，接着分析了中国办公用品行业市场运行的现状，然后介绍了办公用品市场竞争格局。随后，报告对办公用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国办公用品行业发展趋势与投资预测。您若想对办公用品产业有个系统的了解或者想投资中国办公用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一章 办公用品行业发展综述第一节 办公用品行业定义及分类一、行业定义二、行业主要产品分类 覆盖品类可分为消耗类办公用品、资产设备类办公用品、员工福利产品、MRO工业品（非生产原料性质的工业用品）等。根据调查数据显示，国内消耗类办公用品市场空间为5000亿元、资产设备类办公用品市场空间为15000亿元、员工福利用品市场空间为2000亿元、MRO标准产品市场空间为5000亿元。办公用品主要品类 主要种类 细分种类 主要商品品类 消耗类办公用品 办公耗材 打印机/传真机耗材、复合机耗材、印刷机耗材等 办公文具 本册纸品、文件管理、财务行政用品等 办公用纸 打印纸、复印纸、艺术纸等 资产设备类办公用品 办公设备 打印机、复印机及印刷机、财务设备、会议设备等 电脑及配件 电脑整机、外设产品、网络设备等 办公电器 生活家电等 办公家具 储物柜、桌台、座椅等 数码通讯设备 影像设备、影像配件、通讯设备等 员工福利产品 福利定制 办公礼品、节庆礼品、印刷品等 MRO工业品 MRO标准产品 电气设备、仪器仪表、照明设备、安防用品、消防工具等 三、行业特性及在国民经济中的地位第二节 办公用品行业产业链分析一、产业链结构分析二、主要环节的增

值空间三、与上下游行业之间的关联性四、行业产业链上游相关行业分析五、行业下游产业链相关行业分析六、上下游行业影响及风险提示 第二章 办公用品行业市场环境及影响分析

(PEST) 第一节 办公用品行业政治法律环境 (P) 一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规三、办公用品行业标准四、行业相关发展规划五、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析 (E) 一、宏观经济形势分析1、国际宏观经济形势分析2、国内宏观经济形势分析3、产业宏观经济环境分析二、宏观经济环境对行业的影响分析1、经济复苏对行业的影响2、货币政策对行业的影响3、区域规划对行业的影响第三节 行业社会环境分析 (S) 一、办公用品产业社会环境二、社会环境对行业的影响三、办公用品产业发展对社会发展的影响第四节 行业技术环境分析 (T) 一、办公用品技术分析二、办公用品技术发展水平三、办公用品技术发展分析四、行业主要技术发展趋势五、技术环境对行业的影响 第三章 国际办公用品行业发展分析及经验借鉴第一节 全球办公用品市场总体情况分析一、全球办公用品行业的发展特点二、2019年全球办公用品市场结构三、2015-2019年全球办公用品行业发展分析四

、2015-2019年全球办公用品行业市场规模五、2019年全球办公用品市场区域分布六、国际重点办公用品企业运营分析第二节 全球主要国家(地区)市场分析一、日本1、日本办公用品行业发展概况2、日本办公用品行业发展历程3、日本办公用品行业竞争情况4、日本办公用品行业热点分析5、日本办公用品行业发展趋势二、美国1、美国办公用品行业发展概况2、美国办公用品行业发展历程3、史泰博收购欧迪办公战略分析4、美国办公用品超市发展分析5、美国办公用品行业发展趋势三、俄罗斯1、俄罗斯办公用品行业发展概况2、俄罗斯办公用品行业市场规模3、俄罗斯办公用品行业发展历程4、俄罗斯办公用品所属行业进出口情况5、俄罗斯办公用品行业市场结构6、俄罗斯办公用品行业竞争格局7、俄罗斯办公用品行业发展趋势四、德国1、德国办公用品行业发展概况2、德国办公用品行业市场规模3、德国办公用品电商发展情况4、德国办公用品行业供应链特点5、德国办公用品行业兼并重组分析6、德国办公用品行业发展趋势 第四章 中国办公用品行业运行现状分析第一节 中国办公用品所属行业发展状况分析一、中国办公用品行业发展阶段二、中国办公用品行业发展概况及特点三、中国办公用品行业发展存在的问题四、中国办公用品行业商业模式分析第二节 中国办公用品所属行业市场运行现状分析一、中国办公用品行业市场规模二、中国办公用品产品结构分析三、中国办公用品行业产销分析四、中国办公用品行业利润总额分析第三节 中国办公用品企业发展分析一、企业数量及增长分析二、不同规模企业结构分析三、行业从业人员数量分析第四节 中国办公用品所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析第五节 中国办公用品所属行业市场价格走势分析一、办公用品市场定价机制组成二、办公用品市场价格影响因素三、2015-2019年办公用品产品价格走势分析四、2022-2028年办公用品产品价格走势预测 第五章 中国办公用品所属行业市场供需

形势及进出口分析第一节 中国办公用品所属行业市场供需平衡分析一、中国办公用品行业市场供给分析二、中国办公用品行业市场需求分析1、产品需求结构分析2、地区需求差异分析三、中国办公用品行业市场供需平衡分析第二节 中国办公用品所属行业进出口分析一、办公用品所属行业出口市场分析1、行业出口整体情况2、行业出口总额分析3、行业出口产品结构二、办公用品所属行业进口市场分析1、行业进口整体情况2、行业进口总额分析3、行业进口产品结构三、中国办公用品出口面临的挑战及对策四、办公用品行业进出口前景及建议 部分市场全景调研第六章 中国办公用品重点细分市场分析及预测第一节 办公文具市场发展分析一、中国办公文具发展分析1、办公用品市场特点2、中国办公文具行业零售直销商分析3、中国办公文具批发市场分析4、中国办公文具生产厂家分析5、中国各地办公文具发展情况二、中国办公文具市场规模1、中国办公文具营收规模2、中国人均文具消费额3、中国办公文具企业数量三、中国办公文具产业链商业模式剖析1、办公文具产业链发展概述2、生产环节样本企业分析3、零售环节样本企业分析4、办公文具产业链渠道控制分析四、中国办公文具市场格局分析1、中国办公文具品牌格局分析2、中国办公文具市场结构分析3、中国办公文具品牌知名度分析五、办公文具行业渠道分析1、国内办公文具渠道的发展变革2、办公文具行业传统与新兴渠道的博弈3、办公文具商品与批发市场的关联性4、中国重点办公文具批发市场介绍5、中国办公文具批发市场调查分析第二节 办公耗材市场发展分析一、办公耗材行业概况1、办公耗材行业定义2、办公耗材行业认证3、办公耗材行业相关规定二、办公耗材主要产品分析1、墨盒2、硒鼓3、碳粉4、色带三、办公耗材行业市场规模四、办公耗材产品结构五、办公耗材所属行业出口分析1、办公耗材所属行业出口额2、出口贸易方式和出口企业类型3、办公耗材主要出口市场4、办公耗材行业国内主要出口地5、办公耗材国际市场需求六、办公耗材行业发展前景分析第三节 办公设备市场发展分析一、办公设备行业概况1、行业监管体制2、行业发展概况二、办公设备行业市场规模1、办公设备行业营收规模2、办公设备行业利润总额三、行业经济运行情况1、主要经济指标完成情况2、主要产品产量完成情况3、进出口完成情况4、主要产品进出口情况四、办公设备市场运行情况1、生产增速分析2、不同资本企业生产情况五、办公设备行业发展现状分析1、行业发展情况分析2、中国办公设备市场竞争力3、数字化推广应用情况4、三资利用情况分析5、内资企业发展情况6、行业技术发展分析六、办公设备行业发展前景1、办公设备行业前景2、办公设备行业发展趋势第四节 办公家具所属行业市场发展分析一、中国办公家具行业发展综况1、中国办公家具业增长状况分析2、中国办公家具行业发展格局3、中国办公家具行业发展焦点4、中国办公家具行业关注度状况5、外企进军中国办公家具市场方式二、中国政府办公家具采购分析1、国家政府办公家具采购概况2、国家政府采购办公家具特点3、国家政府采购办公家具情况4、政府批量采购办公家具分析三、中国办公家具对外贸易概况1、中国办公家具外贸市场发展态势分析2、中国

办公家具对外贸易状况四、中国办公家具行业品牌与竞争分析1、中国办公家具品牌发展现状2、办公家具行业品牌意识分析3、办公家具行业新进入者情况五、中国办公家具行业存在的问题1、制约中国办公家具业快速发展的因素剖析2、中国办公家具业发展存在弊端3、中国办公家具发展存在的不足4、中国办公家具厂家面临的困扰六、中国办公家具行业发展的对策1、中国办公家具行业发展策略解析2、中国办公家具行业走出困境的思路3、中国办公家具企业赢得市场的对策七、中国办公家具行业发展前景第五节 其他细分市场发展分析一、财务用品市场发展分析二、办公用纸市场发展分析 第七章 中国办公用品行业营销趋势及策略分析第一节 办公用品行业销售渠道分析一、营销分析与营销模式推荐1、渠道构成2、销售贡献比率3、覆盖率4、销售渠道效果5、价值流程结构6、渠道建设方向二、办公用品营销环境与评价1、国际环境下的办公用品2、企事业需求下的办公用品三、销售渠道存在的主要问题四、营销渠道发展趋势与策略第二节 办公用品行业营销策略分析一、中国办公用品营销概况二、办公用品营销策略探讨1、中国办公用品产品营销策略浅析2、办公用品新产品的市场推广策略3、办公用品细分产品营销策略分析第三节 办公用品营销的发展趋势一、未来办公用品市场营销的出路二、中国办公用品营销的趋势预测第四节 办公用品市场营销模式与面临的挑战 第八章 中国办公用品行业重点区域市场分析第一节 东北地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第二节 华北地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第三节 华东地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第四节 西北地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第五节 华中地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第六节 华南地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景第七节 西南地区办公用品行业发展分析一、行业发展现状及特点二、主要集中区域分析三、产品结构特征分析四、行业市场需求分析五、行业发展趋势及前景 第九章 2022-2028年办公用品行业竞争形势及策略第一节 行业总体市场竞争状况分析一、办公用品行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、办公用品行业SWOT分析1、办公用品行业优势分析2、办公用品行业劣势分析3、办公用品行业机会分析4、办公用品行业威胁分析第二节 办公用品行业竞争格局分析一、企业竞争格局分析二、市场竞争格局分析三、产品竞争格局分析第三节 办公用品行业集

中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析

第四节 办公用品市场竞争策略分析一、市场领导者竞争策略二、市场挑战者竞争策略三、市场追随者竞争策略四、市场拾遗补缺者竞争策略

第十章 办公用品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国办公用品企业总体发展状况分析一、办公用品企业主要类型二、办公用品企业创新及品牌建设三、办公用品行业品牌排名分析

第二节 中国领先办公用品企业经营形势分析

一、史泰博（上海）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

二、欧迪办公网络技术有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

三、国誉商业（上海）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

四、欧菲斯办公伙伴控股有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

五、北京志诚泰和科技股份有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

第三节 中国领先办公耗材企业经营形势分析

一、佳能（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

二、东芝泰格信息系统（深圳）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

三、夏普商贸（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

四、理光（中国）投资有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

五、中国惠普有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

第四节 中国领先办公家具企业经营形势分析

一、东莞美时家具有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

二、世楷贸易（上海）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

三、震旦（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

四、广州市百利文仪实业有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销渠道分析

五、优比（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业主营业务分析3、企业主要产品分析4、企业经营情况分析5、企业营销网络分析6、企业营销

渠道分析 第十一章 2022-2028年办公用品行业前景及趋势预测第一节 2022-2028年办公用品市场发展前景一、2022-2028年办公用品市场发展潜力二、2022-2028年办公用品市场发展前景展望三、2022-2028年办公用品细分行业发展前景分析第二节 2022-2028年办公用品市场发展趋势预测一、2022-2028年办公用品行业发展趋势1、品牌办公用品逐渐占据市场主导地位2、办公用品消费终端连锁化的特征逐渐加强3、创意和个性已成为办公用品消费的重要趋势4、高端办公用品成为推动办公用品消费的新亮点二、2022-2028年办公用品市场规模预测1、办公用品行业市场容量预测2、办公用品行业销售收入预测三、2022-2028年办公用品行业应用趋势预测四、2022-2028年细分市场发展趋势预测第三节 2022-2028年中国办公用品行业供需预测一、2022-2028年中国办公用品行业供给预测二、2022-2028年中国办公用品行业产量预测三、2022-2028年中国办公用品市场销量预测四、2022-2028年中国办公用品行业需求预测五、2022-2028年中国办公用品行业供需平衡预测 第十二章 2022-2028年办公用品行业投资特性及风险防范第一节 办公用品行业投资特性分析一、办公用品行业进入壁垒分析二、办公用品行业盈利因素分析三、办公用品行业盈利模式分析第二节 办公用品行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、办公用品行业投资现状分析第三节 2022-2028年办公用品行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、办公用品行业投资机遇第四节 2022-2028年办公用品行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范第五节 中国办公用品行业投资建议一、办公用品行业未来发展方向二、办公用品行业主要投资建议三、中国办公用品企业融资分析 第十三章 2022-2028年办公用品行业面临的困境及对策第一节 办公用品行业面临的困境一、传统销售模式遭遇困境二、产品结构单一三、缺乏品牌主导产业四、缺乏行业规范第二节 中国办公家具行业存在的问题及对策一、办公家具行业存在的问题1、品牌集中度不高2、产品同质化现象严重3、精英人员自行发展4、营销模式存在缺陷二、办公家具行业发展的对策建议1、拓宽销售渠道2、更加注重品牌的打造3、更加注重品牌的创新4、创新营销模式三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能第三节 中国办公用品市场发展面临的挑战与对策一、中国办公用品市场发展面临的挑战二、中国办公用品市场发展对策分析三、市场规划建议 第十四章 办公用品行业发展战略及发展建议（一）第一节 对中国办公用品品牌的战略思考一、办公用品品牌的重要性二、办公用品实施品牌战略的意义三、办公用品企业品牌的现状分析四、中国办公用品企业的品牌战略五、办公用品品牌战略管理的策略第二节 办公用品经营策略分析一、办公用品市场细分策略二、办公用品市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、办公用品新产品差异化战略第三节 办公用品行业投资战略研究一、2019年办公用品企业

投资战略二、2022-2028年办公用品行业投资战略三、2022-2028年细分行业投资战略第四节办公用品行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议（）三、行业投资方式建议 图表目录：图表：2015-2019年全球办公用品行业市场规模图表：2015-2019年俄罗斯办公用品行业市场规模图表：2015-2019年俄罗斯办公用品进出口规模图表：2015-2019年德国办公用品行业市场规模图表：2015-2019年中国办公用品行业营收规模图表：2015-2019年中国办公用品行业利润规模图表：2015-2019年中国办公用品行业产品产量图表：2019年办公用品重点企业市场占有率图表：2015-2019年人员规模状况图表：2015-2019年中国办公用品行业工业总产值图表：2015-2019年中国办公用品行业工业销售产值图表：2015-2019年办公用品行业出口产品结构图表：2015-2019年办公用品行业进口总额分析图表：2015-2019年办公用品行业进口产品结构图表：2015-2019年中国办公文具营收规模图表：2015-2019年中国办公文具企业数量图表：2015-2019年办公设备行业营收规模图表：2015-2019年办公设备行业利润总额图表：2015-2019年办公耗材出口额图表：2015-2019年办公设备进出口完成情况图表：2015-2019年办公设备主要产品进出口情况图表：2022-2028年办公用品行业市场容量预测图表：2022-2028年办公用品行业销售收入预测图表：2022-2028年中国办公用品行业产量预测图表：2022-2028年中国办公用品市场销量预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/259794.html>