

2020-2026年中国互联网+打印机耗材行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+打印机耗材行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201911/802969.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

打印耗材是指打印机所用的消耗性产品。如常见的OfficeMate办公伙伴墨盒、碳粉、打印纸等等。

现阶段我国打印耗材市场空间具有800亿元左右，行业内以中小企业为主，集中度偏低，前三家企业总市占率没超过25%，由此可见未来行业或出现巨头收购合并整合，从而抬高市场准入壁垒。

打印耗材行业产业链从上游至下游依次为：化学原料——碳粉（墨水）——硒鼓（墨盒）——打印机。行业参与者可以分为原装厂商和兼容产品厂商。终端打印机为耐用品，市场需求很庞大。

目前我国打印机耗材按应用耗材属性的不同分为原装耗材和通用耗材，相应的打印耗材芯片可分为原装打印耗材芯片和通用打印耗材芯片。前者指由生产设备的厂商生产，只适用于该品牌下部分系列产品的耗材芯片，与打印机的品牌相同。后者指专业打印机耗材芯片生产厂家生产的，适合某些打印机型号使用的通用耗材芯片，与打印机的品牌不同。国内外耗材芯片市场广阔，通用耗材芯片稳健增长。目前，全球打印耗材芯片市场规模约为20亿美元左右，其中通用耗材芯片与原装耗材芯片市场规模约为1:4，市场较为成熟。国内打印耗材芯片市场规模相对较小，约为35亿元左右，其中通用耗材芯片市场规模约20亿，纳思达约占其中70%，为市场绝对龙头。

全球打印耗材市场较为成熟，我国打印耗材市场稳健增长，通用耗材潜力较大。打印行业经过多年的发展，趋于稳定缓慢增长。全球打印耗材市场出货量在750亿美元以上，并维持缓慢增长，年复合增长率在1%以下。稳定的市场也为公司海外业务的拓展减少了各种行业震荡的不确定性，有利于公司利用全球销售渠道实现营业范围的扩展。近年来全球经济增速明显放缓，各国企业面临的各种成本压力随之上升，为公司高性价比的通用耗材业务发展提供了机遇。目前我国打印耗材市场规模约为1400-1500亿元左右，在近年来维持了2%以上的复合增长率，而通用耗材市场规模约占其中的20%左右，发展空间较大。

2014-2018年全球打印耗材市场（亿美元）

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+打印机耗材行业市场供需规模及竞争策略建议分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网+打印机耗材行业市场发展环境、互联网+打印机耗材整体运行态势等，接着分析了中国互联网+打印机耗材行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+打印机耗材市场竞争格局。随后，报告对互联网+打印机耗材做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+打印机耗材行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+打印机耗材产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+打印机耗材行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下打印机耗材行业的机会与挑战

第一节 中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下打印机耗材行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网打印机耗材行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 打印机耗材与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 打印机耗材所属行业发展现状分析

第一节 打印机耗材行业发展现状分析

- 一、打印机耗材行业产业政策分析
- 二、打印机耗材行业发展现状分析

2014-2018年我国打印耗材市场情况（亿元）

- 三、打印机耗材行业主要企业分析
- 四、打印机耗材行业市场规模分析

第二节 打印机耗材行业市场前景分析

- 一、打印机耗材行业发展机遇分析
- 二、打印机耗材行业市场规模预测
- 三、打印机耗材行业发展前景分析

第四章 打印机耗材所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 打印机耗材电商所属行业市场规模与渗透率

- 一、打印机耗材电商总体开展情况
- 二、打印机耗材电商交易规模分析
- 三、打印机耗材电商渠道渗透率分析

第二节 打印机耗材电商所属行业盈利能力分析

- 一、打印机耗材电子商务发展有利因素
- 二、打印机耗材电子商务发展制约因素
- 三、打印机耗材电商行业经营成本分析
- 四、打印机耗材电商行业盈利模式分析
- 五、打印机耗材电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

- 一、打印机耗材电商行业市场空间测算

二、打印机耗材电商市场规模预测分析

三、打印机耗材电商发展趋势预测分析

第五章 打印机耗材企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 打印机耗材企业转型电商构建分析

一、打印机耗材电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、打印机耗材企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节 打印机耗材企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 打印机耗材企业转型电商平台选择分析

一、打印机耗材企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

- (一) 电商平台的优劣势
- (二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

- (一) 电商服务外包的优势
- (二) 电商服务外包可行性
- (三) 电商服务外包前景

五、打印机耗材企业电商平台选择策略

第六章 打印机耗材行业电子商务运营模式分析

第一节 打印机耗材电子商务B2B模式分析

一、打印机耗材电子商务B2B市场概况

二、打印机耗材电子商务B2B盈利模式

三、打印机耗材电子商务B2B运营模式

四、打印机耗材电子商务B2B的供应链

第二节 打印机耗材电子商务B2C模式分析

一、打印机耗材电子商务B2C市场概况

二、打印机耗材电子商务B2C市场规模

三、打印机耗材电子商务B2C盈利模式

四、打印机耗材电子商务B2C物流模式

五、打印机耗材电商B2C物流模式选择

第三节 打印机耗材电子商务C2C模式分析

一、打印机耗材电子商务C2C市场概况

二、打印机耗材电子商务C2C盈利模式

三、打印机耗材电子商务C2C信用体系

四、打印机耗材电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 打印机耗材电子商务O2O模式分析

一、打印机耗材电子商务O2O市场概况

二、打印机耗材电子商务O2O优势分析

三、打印机耗材电子商务O2O营销模式

四、打印机耗材电子商务O2O潜在风险

第七章 打印机耗材主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 打印机耗材企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 打印机耗材企业电子商务市场投资要素(ZY GXH)

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 打印机耗材企业转型电商物流投资分析

一、打印机耗材企业电商自建物流分析

- (一) 电商自建物流的优势分析
- (二) 电商自建物流的负面影响

二、打印机耗材企业电商外包物流分析(ZY GXH)

第三节 打印机耗材企业电商市场策略分析

图表目录（部分）：

图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统打印机耗材消费存在的“痛点”

图表 打印机耗材电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年打印机耗材电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年打印机耗材电商市场渗透率趋势图

图表 2020-2026年打印机耗材电商交易规模预测趋势图

图表 2020-2026年打印机耗材电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/802969.html>