

2022-2028年中国办公用品 产业发展现状与未来前景预测报告

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年中国办公用品产业发展现状与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202112/259796.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。

目前大型政企客户在逐渐放出电商化集采的规模，据统计这些头部客户年采购量近万亿元，占办公用品采购总量约 50%。目前电商采购渗透率不足 30%，因此未来还有较大渗透率提升空间。以齐心为例，到 19 年 8 月公司已开拓省、市政府 80 家、央企 24 家等合计 150 家大型政企客户，大客户集采持续推进，渗透率快速提升。截至 2019 年 8 月头部客户数量及齐心开拓情况

中企顾问网发布的《2022-2028 年中国办公用品产业发展现状与未来前景预测报告》共十一章。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 2019 年中国办公用品行业概述第一节 办公用品行业界定一、产品定义二、分类第二节 发展历程第三节 2019 年办公用品行业上下游行业介绍一、产业链结构图二、上游原材料三、下游第四节 2015-2019 年中国办公用品所属行业市场运行总况一、办公用品行业的消费群体二、办公用品销售正当时三、办公用品市场发展新观念四、办公用品市场新品层出不穷 第二章 2015-2019 年办公用品所属行业国际概况第一节 全球办公用品行业概况一、办公用品行业发展概况二、主要国家和地区办公用品市场分析

传统的办公用品采购渠道主要是电商平台直购及线下经销分散式采购，经销模式有透明度低、价格相对较高、服务响应不够及时等痛点，行业集中度低。在过去十年综合型电商冲击下，线下经销模式逐渐式微，直销占比快速提升。直销满足了价格透明、方便快捷等需求点，参考美国这一办公用品发展相对成熟的市场，办公物资直销渠道收入占比达到 50%。以此估计，我国办公直销市场有望突破万亿。由于直销渠道对供应商的综合能力提出较高要求。目前国内年销售额在 10 亿元以上的办公直销企业仅有得力办公、齐心集团、晨光文具、欧菲斯办公伙伴、领先未来、京东苏宁等少数几家，鉴于综合优势明显，在招标投标方式下，入围大 B 客户供应商名单的一般都是龙头几家直销平台。美国办公用品销售渠道占比第二节 2022-2028 年全球发展趋势一、办公用品产业发展国际环境二、需求趋势观点：

传统的办公用品采购渠道主要是电商平台直购及线下经销分散式采购，经销模式有透明度低、价格相对较高、服务响应不够及时等痛点，行业集中度低。在过去十年综合型电商冲击下，线下经销模式逐渐式微，直销占比快速提升。直销满足了价格透明、方便快捷等需求点，参考美国这一办公用品发展相对成熟的市场，办公物资直销渠道收入占比达到 50%。以此估计，我国办公直销市场有望突破万亿。由于直销渠道对供应商的综合能力提出较高要求。目前国内年销售额在 10 亿元以上的办公直销企业仅有得力办公、齐心集团、晨光文具、欧菲斯办公伙伴、领先未来、京东苏宁等少数几家，鉴于综合优势明显，在招标投标方式下，入围大 B 客户供应商名单的一般都是龙头几家直销平台。美国办公用品销售渠道占比第二节 2022-2028 年全球发展趋势一、办公用品产业发展国际环境二、需求趋势观点：

传统的办公用品采购渠道主要是电商平台直购及线下经销分散式采购，经销模式有透明度低、价格相对较高、服务响应不够及时等痛点，行业集中度低。在过去十年综合型电商冲击下，线下经销模式逐渐式微，直销占比快速提升。直销满足了价格透明、方便快捷等需求点，参考美国这一办公用品发展相对成熟的市场，办公物资直销渠道收入占比达到 50%。以此估计，我国办公直销市场有望突破万亿。由于直销渠道对供应商的综合能力提出较高要求。目前国内年销售额在 10 亿元以上的办公直销企业仅有得力办公、齐心集团、晨光文具、欧菲斯办公伙伴、领先未来、京东苏宁等少数几家，鉴于综合优势明显，在招标投标方式下，入围大 B 客户供应商名单的一般都是龙头几家直销平台。美国办公用品销售渠道占比第二节 2022-2028 年全球发展趋势一、办公用品产业发展国际环境二、需求趋势观点：

传统的办公用品采购渠道主要是电商平台直购及线下经销分散式采购，经销模式有透明度低、价格相对较高、服务响应不够及时等痛点，行业集中度低。在过去十年综合型电商冲击下，线下经销模式逐渐式微，直销占比快速提升。直销满足了价格透明、方便快捷等需求点，参考美国这一办公用品发展相对成熟的市场，办公物资直销渠道收入占比达到 50%。以此估计，我国办公直销市场有望突破万亿。由于直销渠道对供应商的综合能力提出较高要求。目前国内年销售额在 10 亿元以上的办公直销企业仅有得力办公、齐心集团、晨光文具、欧菲斯办公伙伴、领先未来、京东苏宁等少数几家，鉴于综合优势明显，在招标投标方式下，入围大 B 客户供应商名单的一般都是龙头几家直销平台。美国办公用品销售渠道占比第二节 2022-2028 年全球发展趋势一、办公用品产业发展国际环境二、需求趋势观点：

传统的办公用品采购渠道主要是电商平台直购及线下经销分散式采购，经销模式有透明度低、价格相对较高、服务响应不够及时等痛点，行业集中度低。在过去十年综合型电商冲击下，线下经销模式逐渐式微，直销占比快速提升。直销满足了价格透明、方便快捷等需求点，参考美国这一办公用品发展相对成熟的市场，办公物资直销渠道收入占比达到 50%。以此估计，我国办公直销市场有望突破万亿。由于直销渠道对供应商的综合能力提出较高要求。目前国内年销售额在 10 亿元以上的办公直销企业仅有得力办公、齐心集团、晨光文具、欧菲斯办公伙伴、领先未来、京东苏宁等少数几家，鉴于综合优势明显，在招标投标方式下，入围大 B 客户供应商名单的一般都是龙头几家直销平台。美国办公用品销售渠道占比第二节 2022-2028 年全球发展趋势一、办公用品产业发展国际环境二、需求趋势观点：

办公用品项目投资国际环境相对成熟 第三章 2015-2019年中国办公用品所属行业经济指标发展情况第一节 2015-2019年中国办公用品所属行业成熟度分析一、行业周期分析二、办公用品所处发展阶段特点三、办公用品市场价格波动第二节 2015-2019年办公用品所属行业规模数据指标一、办公用品销售规模/市场容量增长趋势二、办公用品产值规模增长趋势三、办公用品投资趋势第三节 2015-2019年办公用品盈利能力指标一、利润总额二、销售利润率三、销售毛利率四、资产利润率五、利税总额六、产值利税率 第四章 2015-2019年中国办公用品所属行业市场供需分析第一节 2015-2019年办公用品供应第二节 2015-2019年办公用品需求第三节 2015-2019年办公用品所属行业供需缺口及投资机会一、市场缺口二、投资需求第四节 2015-2019年办公用品进出口统计一、进口量值表二、出口量值表三、进口主要来源地四、主要出口市场（国家/地区）第五章 2015-2019年中国办公用品市场区域情况第一节 2019年中国办公用品市场区域分布第二节 2019年办公用品主要客户群体区域分析一、华北二、东北三、华东四、华中五、华南六、西南七、西北第三节 2015-2019年中国办公用品区域整体趋势 第六章 中国办公用品主要拟在建项目及厂商第一节 中国办公用品拟在建项目一、主要项目介绍二、项目规模第二节 中国办公用品竞争状况第三节 主要企业及经营状况一、北海石基信息技术有限公司（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析二、东阳市新艺文教卫生用品有限公司（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析三、上海协益办公用品有限公司（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析四、天津市赢事达办公用品厂（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析五、佛山市禅城区文海纸品厂（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析六、广州巧登文化用品有限公司（1）企业概况（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析七、上海尚舒工贸有限公司（1）企业概况 订购电话（2）企业主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业产值状况分析（6）企业成本费用构成分析 第七章 2022-2028年办公用品行业投资经济及政策环境第一节 2015-2019年中国经济环境分析一、GDP增长分析二、CPI、PPI走势三、恩格尔系数走低四、国内外贸易环境第二节 2019年中国办公用品行业政策环境一、国家对办公用品产业的规划二、办公用品银行贷款政策三、办公用品环保政策四、办公用品税收政策五、办公用品出口退税政策第三节 2019年中国技术环境第四节 2019年中国生态环境 第八章 2022-2028年中国办公用

品市场前景及供需预测第一节 2022-2028年办公用品市场前景预测一、2022-2028年办公用品产品消费预测二、2022-2028年办公用品市场规模预测三、2022-2028年办公用品行业总产值预测四、2022-2028年办公用品行业总资产预测第二节 2022-2028年中国办公用品市场供需预测一、2022-2028年中国办公用品供给预测二、2022-2028年中国办公用品需求预测三、2022-2028年中国办公用品供需平衡预测第三节 2022-2028年办公用品市场价格波动预测第九章 2022-2028年办公用品投资战略研究第一节 办公用品行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第二节 对中国办公用品品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、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三节 2022-2028年办公用品投资风险及控制策略一、市场风险及控制策略二、政策风险及控制策略三、经营风险及控制策略四、技术风险及控制策略五、同业竞争风险及控制策略第十章 2022-2028年办公用品投资可行性分析第一节 市场第二节 技术第三节 政策第四节 盈利能力（办公用品经济效益分析）（）第五节 社会效益第十一章 办公用品项目总体评价及建议（）图表目录：图表 2015-2019年全球发达经济体综合领先指数走势图 2019年美国预测图表 全球PMI显示制造业有衰退迹象图表 2015-2019年美国通胀水平从峰值回落图表 2015-2019年美国失业率维持高位图表 2015-2019年美国铜下游产业保持稳定图表 2015-2019年欧债将于2019年集中到期图表 欧债2019年集中到期图表 欧洲五国债务负债率将在2019年达到峰值图表 2015-2019年中国GDP及其增长率统计表图表 2019年中国不同产业增加值对比情况图表 2015-2019年中国居民消费价格涨跌幅度图表 2015-2019年中国居民消费价格涨跌幅度（月度同比增长）图表 2019年居民消费价格主要数据图表 2015-2019年农村居民人均收入及其增长速度图表 2015-2019年城镇居民人均收入及其增长速度图表 2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图图表 2019年社会消费品零售总额主要数据图表 2015-2019年中国社会零售市场增长趋势图图表 2015-2019年中国社会固定资产投资额走势图图表 2019年中国固定资产投资细分产业增长情况图表 2015-2019年中国固定资产投资（不含农户）增速图表 2015-2019年中国固定资产投资资金来源增速图表 2015-2019年中国房地产开发投资增速图表 办公用品替代品市场图表 办公用品产业链结构图图表 办公用品产品界定图表 办公用品分类图表 主要国家和地区办公用品市场状况图表 办公用品工艺流程图 2015-2019年全球办公用品需求趋势图表 2015-2019年办公用品产业发展周期及所处阶段图表 2015-2019年办公用品行业销售规模/市场容量增长趋势

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/259796.html>