2021-2027年中国办公用品
市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国办公用品市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/D57198GCG2.html

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元
【出版日期】2021-05-21
【交付方式】Email电子版/特快专递
【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630
博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国办公用品市场分析与投资前景研究报告》介绍了办公用品行业相关概述、中国办公用品产业运行环境、分析了中国办公用品行业的现状、中国办公用品行业竞争格局、对中国办公用品行业做了重点企业经营状况分析及中国办公用品产业发展前景与投资预测。您若想对办公用品产业有个系统的了解或者想投资办公用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

据调查数据显示，目前我国办公用品行业已形成完整体制，B2B客户总量高达800万户，范围涵盖各类企业以及政府部门。

据博思数据发布的《2021-2027年中国办公用品市场分析与投资前景研究报告》表明：2020年我国文化办公用品类商品零售类值累计值达3484.6亿元，期末产量比上年累计增长5.8%。

指标 2020年12月 2020年11月 2020年10月 2020年9月 2020年8月 2020年7月 文化办公用品类商品零售类值当期值(亿元) 380.5 424.1 285.7 323.4 290.6 264.3 文化办公用品类商品零售类值累计值(亿元) 3484.6 3103.8 2678.5 2386.4 2062.3 1769.4 文化办公用品类商品零售类值同比增长(%) 9.6 11.2 11.7 12.2 9.4 0.5 文化办公用品类商品零售类值累计增长(%)5.85.44.53.72.51.4

报告目录：

第.一章 世界办公用品行业发展情况分析
第.一节 世界办公用品行业调研
一、世界办公用品行业特点
二、世界办公用品产能状况
三、世界办公用品行业动态
第二节 世界办公用品市场调研
一、世界办公用品生产分布
二、世界办公用品消费情况

三、世界办公用品消费结构
四、世界办公用品价格分析
第三节 2019年中外办公用品市场对比

第二章 中国办公用品所属行业供给情况分析及趋势
第.一节 2015-2019年中国办公用品所属行业市场供给分析
一、办公用品整体供给情况分析
二、办公用品重点区域供给分析
第二节 办公用品行业供给关系因素分析
一、需求变化因素
二、厂商产能因素
三、原料供给状况
四、技术水平提高
五、政策变动因素
第三节 2021-2027年中国办公用品所属行业市场供给趋势
一、办公用品整体供给情况趋势分析
二、办公用品重点区域供给趋势分析
三、影响未来办公用品供给的因素分析

第三章 信息社会下办公用品行业宏观经济环境分析
第.一节 2015-2019年全球经济环境分析
一、2019年全球经济运行概况
二、2021-2027年全球经济形势预测
第二节 信息时代对全球经济的影响
一、国际信息时代发展趋势及其国际影响
二、对各国实体经济的影响
第三节 信息时代对中国经济的影响
一、信息时代对中国实体经济的影响
二、信息时代影响下的主要行业
三、中国宏观经济政策变动及趋势
四、2019年中国宏观经济运行概况
五、2021-2027年中国宏观经济趋势预测

第四章 2019年中国办公用品所属行业发展概况

第.一节 2019年中国办公用品所属市场发展现状分析

办公用品集成供应商深耕垂直领域，在技术以及仓储物流方面大力投入，进行电商化转型。齐心打造“硬件+软件+服务”企业办公服务平台；晨光科力普借力立体仓库优势搭建全国供应链体系，收购欧迪中国加快客户结构完整；史泰博中国依托早期服务影响力，对接政企客户采购系统；得力集团2014年推动向“办公整体解决方案”转型，ETC紧急服务方案满足企业特殊响应需求；领先未来积极拓展政府及军队物资采购市场；办公伙伴借助落地服务商积极探索S2B合伙人模式。

综合性电商借助C端流量切入市场，依靠C端供应链及平台技术优势满足大量中小企业电商化采购需求。在集采趋势下也参与了一些头部客户电商化集采项目，但在线下服务、B端供应链、大客户服务经验上还尚有欠缺。在综合性电商中，苏宁企业购以O2O方式切入B2B市场，突出本地化服务。京东企业购借助京东集团强大的技术支持和客户资源，致力于提供综合解决方案，大型、中性、小型客户全面覆盖。

办公集采龙头企业差异化竞争 类别 办公用品集成供应商 综合性电商 公司 齐心集团 晨光科力普 史泰博中国 得力办公 苏宁企业购 京东企业购 特色 优势 “硬件+软件+服务”平台优势 立体仓库优势；客户结构优势 品牌优势；对接政企客户 2014年“办公整体解决方案”转型 本地化服务优势 C端平台流量优势；技术优势 客户资源 120多家大型政企客户、超过5万家优质客户 超1万家有效客户，央企>500强及中小型客户>金融企业>政府 政府、世界500强、中国500强、中小企业 政府、机关、央企、国企、大型名企等数百家企业客户，央企为主 100万+中小企业客户、3万+大型企业客户 5000+大型集团企业客户、700万+中小企业客户 产品 品类 19个大类，50万+SKU 15大核心品类，7万+SKU 超13大核心品类，200万+SKU 14大类，87中类，1万+SKU OA办公、电脑及耗材、家电等4400多万SKU - 渠道 直销+品牌代理商做落地服务商 直销+代理商做落地服务商 直销+代理商 直销为主 直销模式，借助原有C端O2O物流及服务网络 直销模式，使用自身物流体系 仓储物流 26家子公司，配套30个地区仓库、近10万平米仓储面积和近百辆物流车辆，

实现了全国主要省市的交付服务全覆盖　　国内行业规模最大、

自动化程度最高的AS/RS现代化物流中心，5个中心仓覆盖全国供应链　　覆盖8大核心城市，31个省级仓储中心，仓储面积达30万+平米，实行7*24小时无间断运作　　56个配送中心，8小时订单处理周

期，48小时辐射配送范围　　零售物流网络覆盖352个地级城市及2910个区县城市；全国有4000多家门店、10万+服务人员　　C端物流实力强大，正在搭建企业级供应网络，计划在2022年，B2B

物流网络覆盖超过300个城市　　信息

技术　　前中后台一体化电商信息服务系统，可以提供API接口、LINK接口　　自建信息系统团队对接政府电商平台　　中前台以电商模式建设，中后台SAP模块支撑，可提供接口接入政府自有采购平台或企业内

部采购系统　　WMS、TMS系统实现全流程订单可视化　　针对不同客户需求开发了专属商城、API商城、苏宁易企购、移动商城　　开发“智”“慧”“云”“翼”四大平台；人工智能、区块链等技术助力

智能采购

第二节 2019年中国办公用品行业发展特点分析
第三节 2019年中国办公用品行业市场现状分析

第五章 2019年中国办公用品行业整体运行状况
第.一节 2019年办公用品行业盈利能力分析
第二节 2019年办公用品行业偿债能力分析
第三节 2019年办公用品行业营运能力分析

第六章 2015-2019年中国办公用品所属行业进出口市场调研
第.一节 2015-2019年办公用品所属行业进出口特点分析
第二节 2015-2019年办公用品所属行业进出口量分析
一、进口分析
二、出口分析
第三节 2021-2027年办公用品所属行业进出口市场预测
一、进口预测
二、出口预测

第七章 2019年中国办公用品行业竞争情况分析
第.一节 中国办公用品行业经济指标分析
一、赢利性
二、附加值的提升空间
三、进入壁垒／退出机制
四、行业周期
第二节 中国办公用品行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第三节 2021-2027年中国办公用品行业市场竞争策略展望分析
一、办公用品行业市场竞争趋势分析
二、办公用品行业市场竞争格局展望分析
三、办公用品行业市场竞争策略分析

第八章 2021-2027年办公用品行业投资价值及行业发展预测
第.一节 2021-2027年办公用品行业成长性分析
第二节 2021-2027年办公用品行业经营能力分析
第三节 2021-2027年办公用品行业盈利能力分析
第四节 2021-2027年办公用品行业偿债能力分析
第五节 2021-2027年我国办公用品行业产值预测
第六节 2021-2027年我国办公用品行业销售收入预测
第七节 2021-2027年我国办公用品行业总资产预测

第九章 2015-2019年中国办公用品产业行业重点区域运行分析
第.一节 2015-2019年华东地区办公用品产业行业运行情况
第二节 2015-2019年华南地区办公用品产业行业运行情况
第三节 2015-2019年华中地区办公用品产业行业运行情况
第四节 2015-2019年华北地区办公用品产业行业运行情况

第五节 2015-2019年西北地区办公用品产业行业运行情况
第六节 2015-2019年西南地区办公用品产业行业运行情况
第七节 2015-2019年东北地区办公用品产业行业运行情况
第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第十章中国办公用品行业重点企业竞争力分析
第.一节 上海晨光文具股份有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第二节 得力集团有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第三节 真彩文具股份有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第四节 深圳齐心集团股份有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第五节 史泰博(上海)有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第六节 国誉商业(上海)有限公司

一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第七节 欧迪办公网络技术有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第八节 欧菲斯办公伙伴控股有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第九节 北京志诚泰和信息科技股份有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析
第十节 北京赛格立诺办公科技股份有限公司
一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析

第十一章 2021-2027年中国办公用品行业消费市场调研
第.一节 办公用品市场消费需求分析
一、办公用品市场的消费需求变化
二、办公用品行业的需求情况分析
三、2019年办公用品品牌市场消费需求分析
第二节 办公用品消费市场状况分析
一、办公用品行业消费特点

二、办公用品行业消费分析
三、办公用品行业消费结构分析
四、办公用品行业消费的市场变化
五、办公用品市场的消费方向
第三节 办公用品行业产品的品牌市场运营状况分析
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、办公用品行业品牌忠诚度调查
六、办公用品行业品牌市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研

第十二章 中国办公用品行业投资趋势分析分析
第.一节 2015-2019年中国办公用品行业投资环境分析
第二节 2015-2019年中国办公用品行业投资收益分析
第三节 2015-2019年中国办公用品行业产品投资方向
第四节 2021-2027年中国办公用品行业投资收益预测
一、预测理论依据
二、2021-2027年中国办公用品行业工业总产值预测
三、2021-2027年中国办公用品行业行业销售收入预测
四、2021-2027年中国办公用品行业利润总额预测
五、2021-2027年中国办公用品行业总资产预测

第十三章 中国办公用品行业投资前景分析
第.一节 中国办公用品行业内部风险分析
一、市场竞争风险分析
二、技术水平风险分析
三、企业竞争风险分析
四、企业出口风险分析
第二节 中国办公用品行业外部风险分析
一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析
三、关联行业风险分析

第十四章 办公用品行业发展趋势与投资前景建议研究
第.一节 办公用品市场发展潜力分析
一、市场空间广阔
二、竞争格局变化
三、高科技应用带来新生机
第二节 办公用品行业发展趋势分析
一、品牌格局趋势
二、渠道分布趋势
三、消费趋势分析
第三节 办公用品行业投资趋势分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、区域战略规划
四、产业战略规划
五、营销品牌战略
六、竞争战略规划

第十五章 2021-2027年办公用品行业市场策略分析
第.一节 办公用品行业营销策略分析及建议
一、办公用品行业营销模式
二、办公用品行业营销策略
三、外销与内销优势分析
第二节 办公用品行业企业经营发展分析及建议
一、办公用品行业经营模式
第三节 多元化策略分析
一、行业多元化策略研究
二、现有竞争企业多元化业务模式
三、上下游行业策略分析
第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、重点客户战略管理
四、重点客户管理功能

第十六章 行业发展趋势及投资建议分析
第.一节 2021-2027年全国市场规模及增长趋势
第二节 2021-2027年全国投资规模预测
第三节 2021-2027年市场盈利预测
第四节 中国营销企业投资运作模式分析
第五节 项目投资建议
一、项目投资注意事项
二、销售注意事项

图表目录：

图表：办公用品行业生命周期
图表：办公用品行业产业链结构
图表：2015-2019年全球办公用品行业市场规模
图表：2015-2019年中国办公用品行业市场规模
图表：2015-2019年办公用品行业重要数据指标比较
图表：2015-2019年中国办公用品市场占全球份额比较
图表：2015-2019年办公用品行业竞争力分析
图表：2015-2019年办公用品行业产能分析
图表：2015-2019年办公用品行业产量分析
图表：2015-2019年办公用品行业需求分析
图表：2015-2019年办公用品行业集中度
图表：2021-2027年办公用品行业市场规模预测
图表：2021-2027年办公用品行业营业收入预测
图表：2021-2027年中国办公用品行业供给预测
图表：2021-2027年中国办公用品行业需求预测
图表：2021-2027年中国办公用品行业供需平衡预测
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/D57198GCG2.html