

P04

大办公行业  
试水社交电商



P12

疫情之下  
成熟市场机遇何在？



P14

“我感觉我要发财了！”  
——胡贵的办公租赁创业故事



P30

后疫情时代  
耗材营销新模式



# ImagingWorld

值得信赖的打印行业媒体 | The Most Trusted Name In Print



# 再生时代数字产品一览

## 海内外社交媒体



再生时代  
超过1万7千粉丝



3D打印世界  
超过5万7千粉丝



再生时代RT



3D打印世界



累计超过76万阅读量



超过1万8千粉丝  
ID: Recycling\_Times



超过6万7千播放量  
ID: intouchnews



超过2万粉丝  
ID: recyclingtimes



超过8千粉丝  
ID: tonyleertm



超过2万2千播放量  
ID: Recycling Times Media

## 每周新闻邮件推送

超过5万用户，每周推送中文、英语及西语行业动态



联系我们

赵女士 / Victoria.Zhao@RTMworld.com / 0756-3919263

www.RTMworld.cn

# 创新之路无止境 KILIDER再获新专利

KLD-TNP79/80/81专利碳粉盒，中国发明专利号：202010518746.7



适用于 **KLD-TNP79/80/81**

适用机型: MINOLTA BIZHUB C3350i / C4050i  
BIZHUB C3320i  
BIZHUB C3300i / C4000i

中国发明专利号: 202010518746.7



**KLD-MX310**  
中国发明专利号: 201910495312.7  
美国发明专利号: 16451011  
欧盟发明专利号: 19182322.8

**KLD-TN-328**  
中国发明专利号: 201911341906.9

**KLD-W1108A-W1103A-W1143A**  
中国发明专利号: 201910813795.0  
美国发明专利号: 16575369

**KLD-IMC3500/MPC3503**  
中国发明专利号: 201911189749.4

**KLD-SP C352/C360/361**  
中国发明专利号: 201910204654.9

**KLD-NPG-73/GPR-57/C-EXV53**  
**KLD-NPG-71/GPR-55/C-EXV51**  
中国发明专利号: 2019104118810.1  
美国发明专利号: 16442587  
欧盟发明专利号: 19180456.6

**KLD-TK1200/1150/1160/1170**  
中国发明专利号: 201811374841.3

**KLD-OKI 310**  
中国发明专利号: 201910895742.8  
美国发明专利号: 16595517

如果您想了解我们的更多信息，欢迎访问我们的网站。▼

[www.kilider.com](http://www.kilider.com)



☎ +86-769-81154355 / 81154366

传真: +86-769-83116077

邮箱: sales6@kilider.com (John) info@kilider.com (Nate) sales9@kilider.com (Hebe)  
sales3@kilider.com (Catherine) sales8@kilider.com (Orange Chen)

工厂地址: 中国江西省上饶经济技术开发区黄源片区





## Tony Lee | 李广连

2020年已经过去大半，疫情的影响在全球很多地区仍然没有褪去，商业期盼着一切早日回归正常。纵使疫情过去，市场真的可以回归“正常”吗？

出于健康与安全的考虑，越来越多人适应了居家办公、远程协作。科技巨头公司 Facebook 和 Twitter 甚至推出政策允许员工长期居家办公。全球职场分析 (Global Workplace Analytics) 预计，未来全球超 25% 的员工将继续在家办公。

一季度，在线下实体陷于停滞的局面下，全国网络零售市场运行平稳，线上消费贡献了主要的经济增长点；本地生活服务电商及社交电商成为满足人们日常购物需求的主力军。

疫情改变的不仅是人们的工作方式和消费方式，更是对市场格局的一次重新洗牌。居家办公常态化意味着商用市场的打印设备和耗材未来增长乏力。打印设备厂商和耗材厂商需要做好准备应对中长期的商用市场打印量下降和设备需求的转变

(详情请阅览 P28—IDC 的疫情与居家办公的未来趋势)。另一方面，疫情也催生家用喷墨打印成为新的市场热点 (上半年家用打印机详情请阅览 P34)。

对耗材而言，安装要求不高但需求及时性较高，家庭用户的购买行为和耗材供应商的营销方式受疫情影响又发生了哪些新的变化？以惠普为例，它在打印线上渠道会上就明确提出未来新渠道的方向在于“采购渠道电商化”和“社交渠道电商化” (详情请阅览 P30)。

今年，许多传统电商和非电商企业纷纷试水直播，电商/企业直播热会催生出怎样新颖的商业模式？又会对未来的商业格局产生怎样的影响？作为行业媒体和展会主办方，如何利用直播更好地为行业企业提供最新的商业模式、政府资讯、渠道拓展服务等？这些是我们思考的问题，也希望本期的相关文章，可以给到您一些启发。

魔幻的 2020 将人们抛入了巨大的不确定与不安全感中。最初的不安过后，人们逐渐适应拥抱不确定性。纵使充满未知，依旧步履不停，十一月中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会，期待与你相遇，共同探寻新的商机。

### 出版人及董事长

李广连

### 董事

纪大伟（澳大利亚）、劳莉

### 高级编辑顾问

Tricia Judge（美国）

### 编辑

王莉 Maggie.Wang@RTMworld.com

关童、颜洁静

### 美术设计

彭妙灵

### 洽谈业务，请联系：

赵克薇 Victoria.Zhao@RTMworld.com

### 媒体公关，请联系：

关童 Amber.Guan@RTMworld.com

地址：广东省珠海市南湾北路 32 号 V12 创意产业园 2 栋 3 层 2302 室

电话：+86 (0)756 3959266

传真：+86 (0)756 3959299

电子邮箱：editor@RTMworld.com

## 空盒——行业之命脉

ITP 让空盒销售购买更简单

常年收购，常年销售，常伴左右！



欧洲最大的空盒经销商

### 英国和其他地区

电话：+44 (0) 118 943 8001

传真：+44 (0) 118 943 9001

邮箱：info@itp-group.com

网址：www.itp-empties.com

### 德国

电话：+49 (0) 6182 958880

传真：+49 (0) 6182 958877

邮箱：verkauf@itp-group.com

网址：www.itp-empties.com

# IMAGING WORLD

再生时代

No. 141 | 2020. 10

## 12 | 增长机遇

新冠疫情之下红海市场的增长机遇何在？

## 28 | 市场

疫情与居家办公的未来趋势

## 30 | 耗材营销

后疫情时代，耗材营销的新趋势

## 22 | 封面主题

国产品牌弯道超车 中国打印机崛起正当时



2020年7月26日下午，第二届“艾派克”杯耗材行业羽毛球团体赛正式落下了帷幕。此次赛事由珠海市耗材行业协会、中山市办公耗材行业协会、广州市办公耗材协会、珠海进出口商会复印机技术分会主办，珠海艾派克微电子有限公司冠名，珠海市拓佳科技有限公司、珠海市精印打印耗材有限公司、中山市鼎诚盛新材料有限公司赞助，珠海大唐印刷有限公司作为顾问单位，珠海市再生时代会展服务有限公司承办。

### 专题

#### 04 | 如何快速依靠直播搭建私域流量

— 岳迹

直播带货离不开运营和管理，企业应把运营重心放在如何合理利用内容来引导观众到直播间，最终把看播和加粉作为运营的目标。

#### 08 | 大办公行业试水社交电商的企业，如今怎样了？

— 王莉

不管如何创新，企业在设计与利益相关方的交易结构时需要兼顾各方需求，创造共赢局面，这样商业模式才能延续下去进而实现价值提升、成本节约、增长加速。

#### 14 | 如何通过一个机型、一个租赁项目年入百万——珠海佰彩胡贵的创业故事

— 魏樱樱

租赁这个项目不缺利润率，缺的是销售额，所以报价时应以成交为目的，租赁业务要的不是好看的报价而是成交。

## 33 | 再生时代直播

@大办公行业大咖！再生时代直播间嘉宾征集令

## 34 | 打印机盘点

消费市场新蓝海：2020上半年中国打印复印机市场出现了哪些新品？

## 40 | 广场





2020年这场疫情让互联网的巨大商业价值凸显，给企业数字化转型自救提供了便捷的途径。

在疫情这层阴影的笼罩下，首当其冲的就是零售业企业。从CCFA中国经营连锁协会获取的数据来看，疫情期间门店关店率高达70%以上，业绩普遍下滑超过90%，员工闲置在家的情况比比皆是。实体店难做，转投直播获取流量卖货，顺理成章成了重要选择。

尽管有人一场直播带货销售过亿，但也有不少惨遭滑铁卢，成交寥寥无几。归根结底这与精准流量息息相关，到底什么样的直播内容与商品更匹配？又该如何持续获得更多的私域流量呢？

#### To B 直播带货，平台怎么选？

很多新手入局直播带货面临的首

要问题就是：直播带货平台有哪些？我该如何选择这些平台？淘宝、抖音、快手作为头部直播平台，入驻用户更多，用户关注度更高。大部分经典直播带货案例也出自四大头部直播平台，但是他们均是偏C端直播，即针对的是终端消费者。能让消费者买单，一半是因为产品和价格，另外一半是“买人”，丰满的人设，有趣的风格，都能够让粉丝相信并买单。

而B端核心在于“产品”，让买家认可的不是直播的外贸业务员，而是产品的性能、资质、硬件和企业的专业度，而且供应链必须很强大，能给卖家带来一定的价格优势。所以相对而言选择公共流量为主的头部直播平台，需要强大的企业资金资源支撑，刚开始接触直播的企业可能并不太适合。

#### 1、了解客户群体的需求，选择合适的直播平台

企业在进行直播时，用户体验感非常重要，根据受众人群的使用习惯和需求，在To B的直播中更多企业会选择分析市场情况、商业模式、提供解决方案以及行业培训作为直播主题，同时兼顾娱乐互动的内容，潜移默化影响客户群体。

例如，小鹅通、微赞直播、企业微信直播等平台较为适合培训和教育内容的直播，平台视觉比较美观，有清晰的版块布局，适合商务人士风格。基本功能包含：

- 1、PPT和演讲者的画面切换
- 2、提前预约直播，多人同时视频会议
- 3、商品购买、课程购买
- 4、裂变海报引导转发

# 如何快速依靠直播 搭建私域流量

✍ 再生时代 岳迩

5、报名列表收集客户资料

6、小程序观看，无需下载 App

因此在进行直播脚本策划前，首先要分析目标客户需求，选择合适的直播产品，再在脚本中加入能够吸引他们的产品需求点，并融入到产品的互动展示环节中。应当避免重复以往的宣传产品信息和 PPT。更多的时候需要为买家创造“引子”，通过有吸引力的内容来激发起买家的兴趣。

## 2、小程序直播，引爆私域流量

网红主播和 MCN 机构这样的公域流量能带来强曝光，可以帮助品牌打

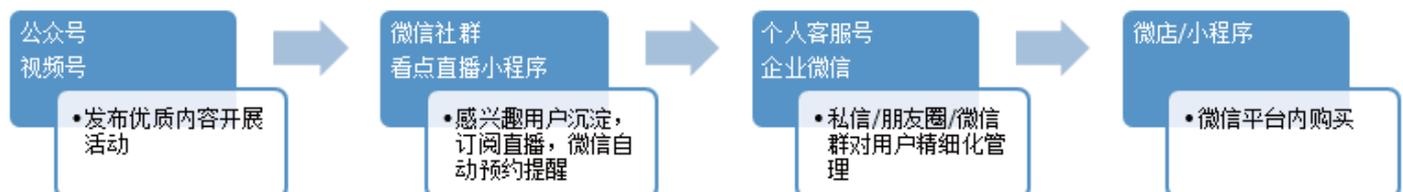
响品宣的第一枪，配合话题营销，很容易被广泛认识。但是对于中小企业来说，请主播的费用太昂贵，而运营和维护好属于自己的私域流量池，与用户进行有效的互动，实现用户留存转化，似乎是更为长久的目标。

以阿里、京东为代表的中心化电商平台开始面临 GMV（主要是指网站的成交金额）增长放缓的现实，平台流量放缓反而使其进一步加大对流量的控制。2012 年阿里开始大力推进天猫、改革聚划算等一系列动作，都加速了中小商家“出淘”。据统计，天

猫 & 淘宝头部商家贡献了 GMV 的 40% 以上，中小商家企业生存愈发困难。

当低转化率遇到高获客成本，传统花钱买流量的用户思维已经过时，以用户为中心，精细化运营，提升转化和留存的用户思维才是破局关键。而腾讯看点直播或许是私域流量运营的一个重要拐点。

腾讯看点直播是腾讯看点推出的直播小程序，为微信体系的内容创作者和商家提供专业、稳定、便捷的直播解决方案。内容创作者及商家可通过腾讯直播 app 开播并分享给微信内



## 质赢未来



遵循产品高质量的  
研发与设计

拥有国家认可委授权的  
第三方检测、检验实验室，  
并配备超过1000台测试机器



专业技术团队把关  
高质量产品生产



自动化生产确保  
产品品质和稳定性





的粉丝，粉丝可通过看点直播小程序预约，观看直播并进行互动和购买。在微信生态里，通过公众号、消息模板、菜单、小程序商城、社群、朋友圈都可以直接成为直播活动的流量入口，再配合微信的裂变和推广，还有门店海报的二维码，最终构成了小程序直播得天独厚的条件。中小企业通过个人号将粉丝沉淀在好友、社群里，并且充分借助微信生态的工具触达用户，实现用户的留存与转化。

### 拼流量更拼运营和管理

直播最关心的就是流量，直播间观看人数不够、主播带不动货、实时在线人数增长缓慢、直播间进来的粉丝不精准等问题也在困扰着直播企业人。

### 案例 1：绘众办公 B2M 反向采购的直播首秀

B2M 反向采购，B 代表渠道，M 代表工厂，传统的模式是工厂向渠道推销产品叫 M2B，而绘众直播联手创友集团，用直播的方式将向全国的渠道

商发起一场联盟采购，通过直播，汇集渠道的需求，再向工厂去争取资源，最终为大家争取到最大的利益！私域流量作为一种用户思维，绘众办公从客户角度出发，进行了用户分层、促销、信任经营，增强粉丝粘性，从而深度挖掘用户价值。

### 案例 2：中国新服务办公联盟系列直播

中国新服务办公联盟汇集了来自北京、上海、广州、深圳等全国各地 40 多家优秀的办公服务商。在疫情期间，3 月份联盟成员单位就开始为全国各地的经销商策划直播，直播内容涵盖生产商在疫情期间的居家办公产品、销售精英训练培训课、产品维修技术培训课等丰富的内容，持续有效的内容输出，敏锐快速的市场应变能力，让全国联盟的企业单位受益良多，从而认可联盟实力。

归根结底，直播带货离不开运营和管理，未曾有过直播相关经验的企业，应该把运营重心放在如何合理利

用内容来引导观众到直播间，最终把看播和加粉作为运营的目标。直播必须具有持续性和计划性，才能积累流量和产生价值。私域流量运营并非闭门造车，而要学会两条腿走路：一条腿需要思考流量来源，权衡流量的价格，计算投入产出比。另外一条腿需要强大的内容策划能力，策划出与客户情感接近、能够引起共鸣的内容，还需要训练亲善机智的客服人员，与客户进行日常的情感联系。卖任何产品都是卖信任，每一个精细化运营的环节都是为了获取用户的信任。私域流量不是要投入多大成本，它只是一种我们跟用户之间的关系，由原来纯线下的关系转到了线上关系这个体系里面。最终通过线上直播的形式能够买到货真价实、质优价廉的产品，是每位用户的核心诉求。■

文章参考：新榜《互联网私域流量行业研究报告》

对谈办公实体营销  
抓住二次创业红利!

本期对话嘉宾：侯海明 赵新 潘明

蜂巢数据网  
HONEY DATA NETWORK

WIZOR®



# 大办公行业 试水社交电商的企业 如今怎样了？

✍ 再生时代 王莉

突如其来的新冠疫情，给各行各业带来了始料不及的冲击，疫情倒逼企业不得不加速转型，发掘适应新形势的商业创新模式。

疫情之前，已有不少企业已经往线上转移探索新模式了，只是这种转型和探索还嗅不到生死存亡的紧迫感。疫情一来，线下消费普遍陷入停滞，兼具安全性和便利性的线上消费凸显压倒性的优势，成为人们释放抑制需求的重要出口。各种大大小小的电商平台，小商城、本地生活服务商城等在病毒的无情打击之下，迎来了需求大爆发。

## 电商直播，愈演愈热

在线上这一领域，电商直播更是凭借其即时性、真实性和互动性的优势，成为联结“等客上门”的商家与“足不出户”消费者的核心中枢。CNNIC发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年第一季度，我国网络购物用户规模达7.1亿，电商直播用户规模达2.65亿，占网购用户的37.2%，占直播用户的47.3%。2019年中国直播电商行业的总规模就达到了4338亿元，艾媒咨询预计，今年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人，市场规模将突破9000亿元。



电商直播让挣扎的企业在黑夜中看到了希望，很多企业纷纷试水直播。商务部大数据监测显示，2020年一季度电商直播超过400万场。而据淘宝公布的数据，今年2月该平台新开直播的商家数环比增长719%，每天有约3万新的直播商家入驻。直播商家的订单总量平均每周以20%的速度增长，成交金额跟去年同期相比翻倍。

### 直播+社群，精准高效品牌宣传

5月28日，大办公行业就见证了一场一炮而红的直播。绘众直播间的“办公实体营销”直播活动吸引了近2万人次的观看量，引发了行业的热烈讨论，绘众直播间的主办方珠海绘众办公耗材有限公司也因此获得了行业的高度关注。

对于传统办公渠道企业来说，一场直播下来私域流量观看人气达到近两万人，这无疑是一个惊人的数据。绘众总经理谭林先生告诉再生时代：“绘众之所以能在短时间内以极低的成本达到精准化的品牌推广，关键在于我们打出了一套创新组合拳：直播+品牌+政采平台+线下实体服务+社群的矩阵模式，用私域流量来构建商业手法，捆绑线下实体共同打造交易模式。”

据谭总介绍，直播是绘众在今年疫情影响下衍生出来的一个业务板块，

主要围绕办公行业的线下实体店为主题。“根据行业的特性，我们推出了直播+社群的组合模式。社群的作用，一是将流量私域化，二是可以集中宣传、精准宣传，此外还可以促进行业交流。目前我们的社群都是行业内的创业人。通过直播+社群这个模式，不仅可以解决品牌宣传的效率问题，也能够更好地赋能线下办公实体。”谭总介绍道。

6月13日，绘众直播间邀请来了五位湖南当地的办公行业实体店老板，忆当年、聊当下、思未来，共同探讨实体店的新方向。嘉宾的分享勾起了办公行业的集体创业回忆，引起了广泛共鸣，大家纷纷在直播评论区刷屏“致敬每一位在办公行业努力过的人，遇见过去的自己。”作为绘众（湖南）运营中心的负责人，同时也是分享嘉宾之一的长沙鑫湘数码科技有限公司老板李伏在直播之后表示“绘众的省运营战略联盟模式让他再一次看到了希望”。他相信进入利润分享模式时代，“用直播+社群+实体服务的模式构建私域直播生态，缩短宣传路径，降低运营成本，改变交易结构，携手构建私域池是贸易的未来。”一场直播下来，谭总也更加坚定了携手办公实体店共同构建私域直播新方向的信心。

### 赋能线下实体，转型落地服务商

跟其他行业一样，办公耗材行业的商业模式也经历了从传统的坐商时代（上门客户）到引流时代（业务模式），再到现在的新媒时代（电商与直播带货）的发展。每一次商业模式的创新无疑都在冲击传统的线下办公实体。近年，线上平台对线下业态的冲击有目共睹。不管从品牌资源、成本和价格任何一个方面来看，线下实体都不具备与电商对抗的竞争优势。那么，被碾压的线下实体是否唯有转型线上才能迎来希望的曙光呢？

随着近年来传统电商之间的竞争加剧，通过电商成交的流量费、获客单价水涨船高不断压缩利润空间，谭总向再生时代透露，现在一个晒鼓通过推广的成交费甚至高达几十元。“公域流量的门槛越来越高，这种情况下线下实体店现在如果再去布局线上几乎没有任何成功的可能性了。所以，我们选择赋能线下实体店老板，帮助他们二次创业。”谭总说道。

据谭总观察，电商企业的主流客户多以散户为主，也就是平时去实体店购买的上门客户，而大企业客户还是掌握在线下有引流能力的人的手里。“办公耗材行业是一个重服务的行业，实体店目前的优势就是近距离服务。所以，拥抱线上平台，成为落地服务商，是办公实体店的新出路。”



2015年,《国务院办公厅关于印发整合建立统一的公共资源交易平台工作方案通知》的国办63号下发,鼓励政府采购电商化发展,随后,全国50多个省市陆续建立政采电商平台,政采电商化已是大势所趋。“政采电商离不开线下实体的服务,因此线下实体店的大客户生意也将迎来新的变革。我们认为未来实体店的转型一定是侧重于服务板块,这也是实体店的优势所在,所以我们一方面希望能带动一部分实体店老板转型做服务,另外一方面也为自己将来布局政采平台寻找落地服务商!”谭总介绍道。

在直播中,绘众多次建议实体店战略性弱化贸易板块,加强服务板块,并且重点推荐租赁服务作为一个方向。绘众的合作伙伴珠海佰彩科技有限公司总经理胡贵先生还针对十人以下的初创租赁企业提供了中小型租赁项目落地执行方案建议。为了在直播之外营造更好的租赁学习交流氛围,胡总还顺势成立了一个全国性的租赁交流社群,不定期邀请行业租赁做得好的企业老板来社群分享,线上交流、线下培训相结合,帮助中小企业实现转型升级。

### 玩法升级,直播带动反向采购

进入物质过剩时代之后,产品供大于求,以厂商为中心的时代一去不复返,

取而代之的是零售为王的时代。特别是进入工业4.0时代后,商业模式越来越侧重以解决客户问题、满足客户个性化需求为主,通过软性制造+个性化定制开拓反向定制(C2M)市场成为制造企业的发展新方向。伴随着大数据技术的发展和消费升级,传统企业市场供应链逻辑也开始朝着“先有需求再有货”的拉式供应链转变。

7月8日,绘众联手OA圈颇有影响力的创友集团打造了一场“B2M反向采购”的直播带货首秀。这个通道融合、资源共享的新尝试在行业内引起了众多用户的反响。2个小时的直播共收到意向订单800单(产品包含耗材和机器),意向客户覆盖26个省,94个地市。“传统的模式是工厂向渠道推销产品(M2B),而绘众的B2M反向采购模式则是通过直播向全国的渠道商发起一场联盟采购,汇集渠道需求,集合订单,再去向工厂争取资源。这样的方式无论是对于厂家还是线下渠道来说,都是一种优势,厂家可以垂直销售,渠道可以去中心化采购,最终大家都能得到更大的利益,寻找到数量与价格的完美结合点。”谭总介绍道。

B2M反向采购模式是办公行业渠道电商化的一种预示,为品牌企业直达用户开辟了新的可能性。“从交易结构来

看,直播带货彻底改变了层级代理的模式,而B2M反向采购也将会是未来绘众直播间带货的一个重要的方向。”谭总介绍道。

### 结束语

从根本上而言,商业模式描述的是企业如何创造价值、传递价值和获取价值的基本原理,涉及多方的利益需求。不管如何创新,企业在设计与利益相关方的交易结构时需要兼顾各方需求,创造共赢局面,这样商业模式才能延续下去进而实现价值提升、成本节约、增长加速。

作为大办公生态圈的构建者,再生时代也在不断寻觅创新模式,促进行业发展,为给全国大办公行业经销商代理商提供创新的商业模式、商业理念、整体解决方案等,再生时代将结合自身渠道优势及多年展会累积的资源,邀请行业协会、大办公经销商、代理商、批发商、设备租赁商、电商平台、社交电商等作客再生时代直播间,探讨大办公市场未来发展方向。

希望跟大办公行业分享您的创新理念?再生时代直播间嘉宾火热征集中,详情请见P37,或联系关女士,电话:0756-3959286,邮箱:Amber.Guan@RTMworld.com! ■



不管您是否接受这一事实，打印耗材市场已经趋于饱和。全球打印量在下降，遗憾的是，业内许多高层管理人员也因既有经验而思维固化。他们现在最大的关注点是市场能否撑到他们退休。像鸵鸟那样将头埋在沙子里幻想一切顺利，这可不是发掘商机刺激发展的做法。别误会，我的意思是即使市场下行的情况下，仍然可以保持业务增长，只要管理团队有才干、有驱动力、能聚焦。

行业发展到夕阳阶段，制造商的利润空间不断被挤压。现在市场容量有限且透明，没有新的打印机销量增长。存量市场显而易见。制造商迫切地渴望更多的销量来维持生产线运转。为了那点儿存量，制造商展开激烈竞争。结果就是价格暴跌、利润锐减。在这场激烈的追逐中，失去销量的厂商只得减少产能。工厂与仓库使用

率不充分，开销回收变相放慢。这导致成本增加和产能富余。多余的库存被倾销，又导致价格进一步被压缩。周而复始，形成一个恶性循环。

新冠疫情加剧了这一恶性循环，也加速了变革。大家都知道全球打印量整体而言在减少，并且这一下降趋势还在加速。疫情之下很多人居家办公。但是我们是否真的设想过慢慢向居家办公主导的格局转移？我们知道，在网购的围剿之下，传统零售业和商业购物大道正承受着压力。疫情将电子商务推向了一个新高度。

但是，变化也意味着机遇。幸运的是，大多数高层管理者不是逃避问题的鸵鸟。他们不舍昼夜花费时间和精力制定新策略以从激烈的竞争中获取市场份额，降低生产成本，最大程度的提高利润，维护健康的经营基础。他们四处寻找策略挖掘变局

之下蕴含的新机遇。企业对私人用户（B2P）市场就是其中一个新兴机遇。它是企业对企业（B2B）与企业对用户（B2C）模式的融合。

历经三十年的发展，打印耗材行业掌舵人和首席财务官们终于有了核算和控制办公打印费用的能力。大约在2010年左右，打印管理服务应运而生推向市场。疫情期间，一批高层居家办公，他们用公司或个人信用卡购买可缓解背痛的办公椅、预防颈椎僵硬的显示器支架、纸笔，以及打印机和耗材。要给这些采购物品做申购报销单真是一场噩梦。会计文员要按企业资源计划（ERP）中正确的分类账代码给规定的部门制定合适的成本预算也根本不可能。单纯计算出所需的费用就足够让人头大了，况且这些全都需要手动操作，情况完全失控。



# 新冠疫情之下 红海市场的增长机遇何在？

✍ Mark Dawson



Mark Dawson 是再生时代欧洲及中东地区合作伙伴，在成像行业拥有超过 30 年从业经验，曾在美国和欧洲多家公司担任高层管理，随后在欧洲、中东及非洲创立了 MSE 品牌。Mark 拥有国际商学院工商管理学位，经常担任行业会议的演讲嘉宾。<mwdawson@zeelandnet.nl>

三个多月前，我们还在谈论桌面机到多功能一体机的加速转移，现在那些单页打印成本最低的多功能一体机被闲置得最厉害。那些本来快被挤出市场的打印速度偏慢且单页打印成本偏高的小型机却在居家办公风潮下备受欢迎。部门领导、首席财务官和首席技术官们完全搞不懂这对预算和支出意味着什么。

机遇在于向用户提供可再次控制打印成本且能带来新收入的全新解决方案。试想如果经销商有这个能力向企业及中小型用户做出这一承诺的话会是怎样的情形？

“有了文档管理套餐，你就可以让员工在居家办公的环境之下享受到与在办公室办公一样的体验。专业的多功能复合机群组可让你的员工放心打印、复印、扫描、存档及分发文档。这些被重新定义的设备可为你的公司带来最优价值。员工通过手机端 app 即可通过家庭 wifi 使用任何一个多功能复合机，通过获取所需的数据即可准时将硒鼓 / 墨盒等送到每一个使用者手上，无需单独采购。合同价格囊括了机器、软件和耗材，这些费用都清晰可见，并且还会接入你的企业资源计划 ERP 系统或电商平台系统。”

目前，我们行业内已有一些软件厂商拥有这种 App / 云解决方案了。现行厂商已有充足的可满足居家办公的翻新机器。

这些机器并非 150 欧元的入门级产品（单页打印成本可想而知），而是能真正满足所需功能的高性价比产品。当然，也有一些现行厂商指导如何提供配套的再生 / 兼容耗材。

拥抱这个套餐的经销商将会瞬间提升竞争优势。这样一来控制打印费用成了客户的事情。打印费用再次变得可测量、可管理，可优化。之前为总部公司及地区性办公室供货的经销商，现在通过自助购买和送货的模式也可以在疫情之下为分散的居家办公人士供货。

更为重要的是，这些办公设备经销商第一次有机会接触到成千上万个家庭用户，这意味着令人难以置信的多元化机会。要知道，此前只有亚马逊和商业购物大道才有这样的机会。

通过雇主，家庭用户跟办公设备经销商也形成了 B2B 的关系。与此同时，该家庭用户与该经销商还是 B2C 的关系。经销商则有机会成为家庭用户（集居家办公于一体）的一站式供应商。如果员工知道通过该经销商采购家庭用产品不仅对雇主有利，自己也可以享受优惠，他肯定不会犹豫的。经销商可以通过折扣刺激忠诚度，对于企业或个人增加的花费则可给予返点奖励。这就是企业向私人用户模式（B2P）。这一模式是疫情之下 B2B 与 B2C 融合产生

的新模式。这一新模式对经销商渠道而言是一个巨大的发展机遇。

对制造商和再生商而言，一个明显的增加毛利润的途径就是接近终端用户。今天，许多商家仍然还是太依赖批发商。传统的老旧的获取市场份额的路径是制造商到进口商 / 批发分销商再到经销商最后到终端用户。

经销商掌握着王牌，他们跟大企业和中小型用户都有业务联系。海外制造商要想进入经销渠道，需要有本地的基础设施、灵活性和敏捷性。满足这一需求的配套物流至关重要。隔日送达不应是奢侈或一个竞争优势。相反，这应是一项基本要求，做不到这一点生意就无法进行下去。直接与渠道做生意使得制造商更靠近终端客户，因此可以获得更多毛利润。但是，这需要给力的物流和仓储支持。在与美国情况明显不同的欧非中东地区，尤其如此。此外，还需要克服语言、文化和地区差异等障碍。

应对变化一直都至关重要。改变的节奏也在继续加快。奖赏属于那些看到机遇并能快速调整拥抱机遇的人。

达尔文的进化论也同样适用于商业：“存活下来的不是最强大的物种，而是最能适应变化的物种。” ■



金猪迎春

共赢

同心共 20  
筑梦远

同心同行

佰彩科技有限公司全

# 如何通过一个机型 一个租赁项目年入百万 ——珠海佰彩胡贵的创业故事

再生时代 魏樱樱

2020年初疫情来袭，许多企业面临现金流困境，重资产已经成为制约部分企业发展的枷锁，而企业日常经营所需的办公设备通过“以租代买”方式，据统计数据显示，能够有效减轻企业运营中的现金流压力。办公设备租赁的火爆因为其在一定程度上解决了企业的痛点，再者，也得益于国内B端市场的增长空间足够庞大：据人民日报海外版分析，截至2018年底，中国中小企业的数量超过3000万家。2019年上半年，中国平均每天新登记的企业数已达到1.94万户，其中绝大多数都是中小企业，且仍在持续增加，企业级市场红利非常丰厚。据DBI数据服务公司分析：在美国，办公设备采用租赁的方式占比58.74%；在中国，办公设备租赁的市场渗透率只有4.9%。如果达到美国市场的渗透率，中国至少存在着上百亿规模的市场空间。

对于商家而言，如此广阔的市场前景固然吸引，但对于希望进入租赁行业的新手来说，即使有一定的销售经验，面对的也是一种完全不同商业形态的销售。如何选择机型？启动资金需要多少？如何锁定第一批客户？哪些推广



共创未来  
全体员工拓展活动



精品质 印天下

诚信  
高效  
合作  
共赢



精品质 印天下

2011年-2020年

9年



专业精品硒鼓生产厂家

珠海市精印打印耗材有限公司

ZHUHAI JINGYIN PRINTING CO.,LTD

地址：广东珠海市香洲区南屏科技园屏北二路3号3楼精印耗材

销售热线：18688187727 / 18688183032

公司诚招代理，可承接OEM订单，如果您想了解更多，欢迎联系我们。





渠道有效？销售增长点在哪里？这些都是办公设备租赁新手迫切寻求引导的问题。

珠海佰彩科技有限公司（以下简称珠海佰彩）总经理胡贵先生就选择了办公行业实体的二次创业。珠海佰彩主营复印机租赁项目，并且是只租不卖、只租赁一个型号、只做租赁一个项目。这与业界商家不断追求产品SKU（产品类目）的增长相比十分罕见。事实上，短短三年时间，单这一个项目已年入百万，目前还保持着业务的高速增长。胡总与再生时代分享了他独特的办公设备租赁业务模式。

### 设备租赁的风险以及前期准备

首先来说一说租赁行业的风险。胡总认为租赁行业的风险主要有两点。第一点是设备选型。这个风险是包括了设备质量是否稳定，耗材、配件、售后服务是否到位，上游厂商是否可靠等因素，这些是设备租赁行业内最大的风险。

租赁模式与传统销售模式不同，传统的销售如果设备发生问题了，部分商家会选择低价出售，出售后这台设备基本与商家没什么关系了。但是一旦选择了租赁，这台机器就永远是商家的。市面上很多租赁公司没盈利的原因就是设备选型没做好，后期维护费用高。部分商家刚开始出租机器，租个几次后才发现这个机型是有问题的，使用问题比较多的机型，可能只能做到刚好回本或者亏本。另一点就是与客户之间维持关系

的风险，起码要保证租出去的机器不被客户给搬走了。不过对于后者，胡总认为这是极小概率事件，可以通过收取押金止损。

那么如何降低租赁设备选型这一问题带来的风险呢？前面也提到胡总做设备租赁业务只做一个型号的业务，他在珠海租赁市场上做的唯一型号就是他认为最稳当的产品——基士得耶GESTETNER DSc1120。它是一款复印速度（张/分）20cpm的彩色数码复合机，搭配两个纸盒（一个A3一个A4），以及高品质的再生输稿器，有作为A3机器必备的硬盘。其实在选择这个型号之前，胡总也尝试过行业里市场占有率很高的机器，打了十多万张纸就打废了。在同样的价位，胡总认为基士得耶DSc1120这款机型的配置性价比最高。其耗材成本低，比其他大品牌的复印机能够省30%的耗材消耗量。开展单一型号机器租赁业务的优势还体现在单一型号，配件整套更换，一个技术人员服务在200台以上，大大节省售后人力成本。

胡总强调，开展租赁业务前必不可少的工作是市场调查。他在珠海开始做租赁业务的时候，首先了解了A3机器的市场保有量。当时珠海的A3机器的保有量在8-10万台，接下来便开始了解当地的企业数量，如中小型企业、外资企业、上市企业的数量等才能够确定与自身能力匹配的目标客户群体。竞争对手分析更是必不可少：当地市场做租

赁项目公司的数量、租赁商出租的价格、套餐、模式（包括押金、月租、缴费模式等），他们用的是哪种设备等细节。想要了解这些消息，可以尝试向同行了解、扫楼或从百度、58同城等，排名前几位的在当地市场都是有一定占有率的。通过掌握当地市场情况，才能做出有针对性的推广方式。胡总坚信，从多维度去了解才能更全面、真实地掌握当地市场情况。只有知己知彼，才能百战不殆。

### 如何锁定第一批客户，达成销售目标？

胡总认为，当下其实大部分公司都更适合办公设备租赁。胡总以自己的经验告诉再生时代，其实选择租赁模式的也有很多大印量的客户，包括企业、工厂、政府机关，因为设备相对来说还是比较贵的；印量小的更需要租，可以快速释放企业现金流的压力。基本上，只要需要打印复印的公司都可以成为珠海佰彩的目标客户群体。

面对如今的成绩，胡总感慨，他刚来珠海的时候，没有人脉也没有知名度。有办公设备需求的客户如珠海的工厂、政府机关，他们也进不去。经过分析，当时决定以最简单的方式，从个企、临街商铺开始跑业务，收获了一些广告公司、照相馆、快印店的客户。公司经营一段时间后，胡总发现这类客户群体虽然利润较高，但他们印刷出来的商品是他们的利润来源，相对来说要求就会比较高，需要更加注意后续服务。随着公



# 洞察全球成像市场先机

—携手探索无限商机及可能

## 商情观察室

—线上视频让你足不出户  
尽享一手资讯



## 全球智囊团

—为您的市场开拓保驾护航



请联系: 赵女士

© 0756-3919263

✉ Victoria.Zhao@RTMworld.com



公司的发展，珠海佰彩瞄准了写字楼客户群体，胡总跟写字楼物业谈合作，通过物业为珠海佰彩介绍客户，以及引导客户认可租赁这种模式。

关于启动资金，如果制定了一个一年做 100 台机器的目标，胡总的建议是需要三个工作人员：一个做服务，两个做业务，大概 10 万元就能起步了。一般机器出租预收押金 3000 元、新机器收 5000 元，甚至可以采取客制化服务，缴款方式依客户需求量身规划，做到方式多样、资金周期灵活。胡总告诉再生时代，他的 1 台机器的盈利大概在 800 元左右，而前期成本大部分是用在了人工上。大约 30 台机器就能达到收支平衡点，如果能早点租出去那盈利的时间也就变早了。胡总提及，做租赁的人必须有一个坚定的信念，要目光长远，舍得眼前的利益，毕竟比起销售机器，租赁回本速度相对较慢。

他强调，无论是做租赁还是做其他项目，企业经营应该有一个目标，有目标才有方向。租赁这个项目不缺利润率，缺的是销售额，所以报价时应以成交为目的，租赁业务要的不是好看的报价而是成交。当然能给予经营者动力的不仅是目标，还有压力。胡总在珠海的仓库中随时保持着 60 台左右的机器，一个重要的原因就是给自己一个动力，迫使自己想法设法地将设备租赁出去。所谓有压力才有动力，置之死地而后生就是这个道理。

### 租赁行业的有效推广渠道有哪些？

度过了起步阶段，该考虑如何提高自己的公司在行业里提高知名度，最基础也最简单直接的方式就是地推。胡总刚开始也是亲自到大街小巷里去跑，去写字楼内跑业务，相对来说还是比较难进入市场的。跑了半年左右，胡总推测中小型企业或者工厂负责采购办公设备的决策者是人事负责人。那么人事还会做些什么呢？他们还会负责招聘。基于这个推测，胡总主动去参加珠海的大型招聘会，与招聘会主办方合作，现场免费提供打复印服务。他推测，能够花 3000-5000 元参加招聘会的公司都是上规模、有实力的公司，而负责本次招聘会的都是各公司的人事负责人。在这种优质公司聚集的招聘会上，对珠海佰彩而言是一个绝佳的宣传机会。胡总透露，招聘会的推广策略效果不错，当时珠海佰彩只有 2 个人，基本每天都在装机或在装机的路上，最多的一个月差不多装 20 台。因为客户集中所以大大节省了成本。

胡总在尝试过传统地推、传统互联网推广的方式后，现阶段已开始涉足新媒体运营了。在今年 7 月绘众直播间上，胡总首次尝试了社群推广这种新营销模式。胡总认为社群营销的用户精准性高，大家可以进行租赁相关知识的交流、学习，比如客户群体特点、设备的功能要求（专业知识培训）、了解客户、分享前沿技术、产品和各地案例，还会进行

不定期的销售培训、厂家培训，并且有群友福利活动——不定期促销活动。

面对潜在的同行竞争，胡总体现出极大的格局，他认为市场很大，需要大家一起构建一个良好的行业生态。社群的意义就是推广、提升品牌影响力，社群把有相同的目标的群体，打破地域的限制，尽情地信息进行交换，加入的人越多，边际成本就越低。胡总表示，租赁行业也应该与时俱进，多学习当下最火的营销模式，勇于创新，自我颠覆，积极应用大数据、新媒体等互联网时代下的产物，探索创新营销策略，激活企业新的增长动力。

谚曰：“绳解木断，水滴石穿”，胡总认为，成功者从来不半途而废，成功者从来不投降，成功者总是不断鼓励自己、鞭策自己，并反复去实践，直到成功。在 B2B 类的共享经济模式迸发的当下，IT 办公设备租赁方式日渐成熟，资源（根据企业需求提供的配置）、资金（减轻企业固定资产投入压力）、服务（下单、配送、上门安装、使用培训、日常维护、故障排除等一站式服务）的优势也逐渐凸显，市场前景广阔。再生时代作为大办公生态圈的构建者，期待设备租赁行业能够“破茧成蝶”，拓展更多可能性。

更多大办公创新商业模式，欢迎莅临 2020 年 11 月 20-21 日在珠海国际会展中心举办的中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会。■

2020  
RemaxWorld  
11月20-21日

RT RemaxWorld  
SUMMIT

× CCIA

# 疫情 大办公

## 2020中国（珠海）国际办公 中国计算机行业协

2020珠海展

### 活动名称

2020中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会

中国计算机行业协会耗材专委会年会

办公租赁行业破局新思路—办公设备租赁论坛

疫情之后，大办公电商突围之路—大办公高峰论坛

\*日程以当天实际活动情况为准

最新展会资讯，敬请关注：



再生时代RT



Tony李广连



再生时代

参观展会：谭先生

展位咨询：赵女士

媒体合作：关女士

11月20-21日  
珠海国际会展中心

# 后 工业之路

## 设备及耗材行业峰会暨展览会 会耗材专委会年会

### 活动一览表

时间	地点
11月20-21日 9:00-17:00	珠海国际会展中心
11月20日 9:00-17:00	
11月20日 13:00-16:00	
11月21日 9:00-17:00	

Kim.Tan@RTMworld.com / 0756-3959285

Victoria.Zhao@RTMworld.com / 0756-3919263

Amber.Guan@RTMworld.com / 0756-3959286



www.RTMworld.cn

# PANTUM

The New Era for Printing

SOHO

## Efficient Work Companion

**SPEEDY SMART STABLE SIMPLE**

High printing speed    Mobile printing with PantumAPP    High maximum monthly printing volume    One-step wire less IP address installation

# 4S



**FLAGSHIP**

Experience Total Pantum

WWW.PANTUM.COM

## Pantum



# 国产品牌弯道超车 中国打印机崛起正当时

✍ 再生时代 关童

纵观全球市场的发展脉络，工业革命推动了西方国家的崛起，率先完成工业革命的西方资本主义国家逐步确立起对世界的统治，世界形成了西方先进、东方落后的局面。这种局面同样体现在全球打印机市场，美国、日本等率先通过持续不断的重大发明和科技创新迅速崛起，同时利用知识产权制度发展本国的优势产业。专利与资本的先入优势使打印机及打印耗材技术被美国及日本巨头垄断三十余年，韩国在约十年前加入该阵营。

三十余年后，中国第一台拥有自主核心技术的激光打印机面世，它结束了中国无自主知识产权激光打印机的时代，中国成为全球第四个掌握激光打印机核心技术的国家。这三十余年，面对海外巨头的专利壁垒和资本壁垒，国产品牌破釜沉舟、不忘初心。如今，奔图、联想、得力、得实、映美、沧田等国产品牌在国内市场活跃度日益提升，其中，奔图等早已布局海外多年，成功走向国际市场。与此同时，多个智能制造打印机研发、生产基地在中国投建，依托全球潜在第一大消费市场，中国打印机品牌崛起正当时！

## 美国施乐率先开启数字印刷新纪元

谈及世界打印技术发展历程，美国企业施乐作为复印技术“鼻祖”，率先开启数字印刷新纪元。1955年施乐在静电复印技术基础上，推出了“第一台完全自动化的静电印刷机”Copyflo。四年后，914复印机诞生，该机型标志着复印机本身由模拟式转化为数字式，由单功能变成多功能。



施乐在复印机行业拥有 500 多项专利，施乐也因此垄断世界复印机长达十年之久。

施乐对数字印刷的影响远不止于此。1977 年施乐在激光扫描成像鼓并转印纸张的技术基础上，研发出第一台激光打印机 Xerox 9700。这个型号在之后的十年中广泛用于信用卡账单、银行单据、公用事业账单的打印，直到 1997 年才停产。

数家美国企业紧随施乐其后，并在多年后后来居上。日本企业佳能在 1979 年推出第一款台式激光打印机 LBP-10。后来苹果和惠普正是与佳能合作，研发出了各自的小型桌面激光打印机。

1990 年惠普推出第一台 1000 美元（约合 4783 元人民币）以内的激光打印机 LaserJet IIP，开创中低价格激光打印机的先河。后来打印机价格一路下降，激光打印机开始普及。

在打印机和打印耗材领域，惠普的全球领先地位十分明显，2016 年，按销售额计算其市场份额高达 45-50%。2017 年，为进一步巩固市场地位，惠普斥资 10.5 亿美元（约合 69.5 亿元人民币）收购韩国三星全球打印机业务，加速颠覆价值 550 亿美元（约合 3640 亿元人民币）的 A3 复合机市场，同时还获得了三星打印机的超过 6500 项专利。

惠普成为打印机市场的王者。据 IDC 报告显示，2018 年全年打印机市场单位出货量排名前五的企业为惠普、佳能、爱普生、兄弟和京瓷。

### 两大喷墨打印技术统领市场

激光与喷墨这两种主流打印技术，几乎同时面世。西门子在 1951 年申请全球最早的喷墨打印专利，然而，全球第一款

喷墨打印机 IBM 4640 由 IBM 在 1976 年率先推出。一年后，西门子推出了按需喷墨 DoD 技术的打印机 PT-80。

与此同时，佳能、惠普等企业都展开了喷墨打印相关的研究，并获得了相关专利。1979 年佳能发明了气泡喷射打印技术（BubbleJet），惠普也发明了类似的打印技术，并命名为热发泡喷墨打印（Thermal InkJet）。

惠普 ThinkJet 桌面喷墨打印机和佳能 BJ-80 桌面喷墨打印机分别在 1984 和 1985 年面世，此时，喷墨打印机还是黑白喷墨技术一统天下，直到 1991 年惠普推出首款彩色喷墨 DeskJet 500C，彩色喷墨打印才开始普及。

直到 1993 年，日本企业爱普生发明出微压电打印技术（MicroPiezo），推出第一台应用微压电技术的喷墨打印机 Epson Stylus 800。此后二十多年时间里，爱普生、佳能和惠普在喷墨打印领域展开了漫长而激烈的竞争，彩色打印、照片打印、影像输出，六色、八色、十二色，给消费者带来了眼前一亮的喷墨打印机产品。

### 针式打印机发展见证日本企业精密制造实力

相较于激光和喷墨打印技术，针式打印技术的面世时间更早。1968 年，日本冲电气公司（OKI）研发了全球第一台串行接触式点阵打印机 OKI Wiredot，它在政府、科研、教育等行业收获了大量订单，用来记录文字信息。美国数字设备公司 DEC 的点阵式打印机 LA 30 和 Centronics 公司的点阵式打印机 Centronics 101 在 1970 年先后面世。

1968 年，爱普生整合其手表制造发展

出的精密加工技术的经验和资源，推出全球第一台微型电子打印机 EP-101。随后，爱普生在 1980 年推出 MX-80 针式打印机，这台小型化的九针打印机支持双向打印，精度高而且打印速度也更快，在日本成为广受欢迎的通用型打印机，一度占据了日本 60% 的市场份额。

IBM、东芝、松下、富士通、NEC 等都曾推出针式打印机产品。随着激光和喷墨打印机的普及，如今，针式打印机主要用在发票、单据打印上，字符打印和多联复写能力使它在行业专用中仍有不可替代的地位。

惠普、爱普生和佳能等海外巨头在三十余年的时间里，申请了十几万项打印机及打印耗材技术专利，形成庞大的专利壁垒，使打印行业成为一个高技术、高专利保护的行业。科技创新是大国崛起的基石，从引进模仿到自主创新是一个国家科技创新能力建设必经的过程和捷径。如今，在激光打印机、喷墨打印机、针式打印机和数码复印机等主要市场垄断被打破，国产品牌通过科技创新，话语权日益增强。

### 三大巨头稳坐激打前列 中国新玩家崭露头角

相较于喷墨，激光打印市场规模更大，国内外打印机企业竞争激烈。据观研天下统计，截止至 2018 年，中国打印机行业市场规模已经达到 1249.87 亿元，同比增长 12%。其中，激光打印机市场规模已经达到 383.84 亿元。预计到 2025 年中国激光打印机市场规模将达到 640.18 亿元。

2018 年，惠普、兄弟、佳能仍主导激光打印机国内市场，联想仅次于三大巨头之后排名第四，其市场份额占比为 6.8%，



奔图激光打印机市场份额增速加快，得力、小米、华为等新玩家纷纷入场。

市场竞争趋白热化，为提高产品性价比，2016-2019年间，惠普和佳能推出鼓粉分离耗材，兄弟推出按需供粉，惠普推出智能闪充。国产品牌不甘示弱，联想推出无芯片耗材，奔图推出开放型耗材，旨在通过耗材策略抢占市场。

自1993年联想推出全球第一台中文激光打印机LJ3A以来，其他国内玩家姗姗来迟。2010年，奔图（纳思达）发布了中国第一台拥有自主核心技术的P1000系列激光打印机，填补中国自主技术激光打印机产业的空白。据称，奔图不仅攻克了主控芯片和主控程序，以及激光扫描成像处理芯片等激光打印机核心技术，而且还形成了自己的打印机专利体系。2018年，得力举办打印机全阵容上市发布会，发布了涵盖激光、喷墨、针式、标签等全阵容打印机品类，据称，得力已经完全掌握打印领域里的芯片技术、自主研发喷墨、激光自主打印头、连供技术等。

除了文具企业得力，越来越多跨界玩家进场。2018年，小米、华为以个人手机和家用照片打印需求提前切入打印机市场，“中国打印机战队”初具雏形。国内企业对打印机自主技术的掌握，宣告日美对全球打印机技术领域近三十年的垄断被打破。国产品牌通过科技创新，跻身全球第四个掌握激光打印机核心技术的国家。

#### 喷打三足鼎立格局有望打破

相较于激光，喷墨打印市场的增长速度更快，国内外打印机企业纷纷布局，旨在抢占市场制高点。据IDC报告显示，2018年中国喷墨打印机出货量为491万

部，同比增长了14.2%；近三年中国喷墨打印机市场规模逐年上升，2018年达4.76亿美元（约合32.59亿元人民币）。

2018年中国打印设备市场出货量排名前五的厂商分别是惠普（32.3%）、爱普生（16.9%）、佳能（13.6%）、兄弟（8.5%）和联想（6.9%），其中排名第一的惠普出货量是爱普生的两倍。惠普、爱普生、佳能在喷墨打印机市场上三足鼎立多年，伴随着众多国产品牌的面世，这个局面有望被打破。

与激光打印机的耗材策略类似，为了在白热化的市场竞争中胜出、提高产品性价比，爱普生和兄弟分别在2011年和2015年推出墨仓式喷墨打印机并持续进行产品迭代。国产品牌方面，联想2003年推出中国首款国产喷墨打印机，随后，方正2011年推出首套桀鹰宽幅喷墨印刷机，得力也于2018年发布会上推出墨仓式喷墨打印机。小米在未来也可能会推出针对家庭用户的喷墨打印机产品。未来，爱普生、惠普、佳能三足鼎立的局面有望被打破，科技创新助力国产品在开拓喷墨市场的道路上乘风破浪。

#### 全球第一大针打市场赋能国产品牌

针打技术在中国有着得天独厚的市场优势，造就了一批颇具实力的国产品牌。回顾2016年，自从5月1日营业税改征增值税（营改增）试点全面推开后，办税系统的升级带动了针式打印机更新换代的需求。2016年中国针式打印机市场全年出货量达到357万台，创造了历史最高。

尽管2017年中国针式打印机市场出货量有所回落，但是从世界范围来看，近五年，中国针式打印机出货量占全球市场

份额超过70%。票据存根，发票报账制度的存在使得中国一直保持着全球第一大针式打印机市场大国的地位。

近年针打市场稳中有升让更多国内外品牌瞄准国内市场。爱普生、OKI、富士通等扩张市场的步伐未停。2006年，OKI在北京成立独资公司，升级中国战略，并且首次携手神州数码，回归总代销售模式。爱普生更是连续中标邮政、林业、制造业等金额逾百万的大单。在2004年，实达推出了国内第一款具有自主知识产权的票据打印机，此后，国内针式打印机品牌映美、沧田、中航信息、得实、得力、联想、标拓、佳博、迅普科技等也不断开疆拓土，与日系品牌进行角逐。依托科技创新以及对本土市场的了解，国产品在针打市场实力彰显，从而提升了国产品在打印机领域的话语权。

#### 国产品牌悄然布局数码复合机市场

定位在中高端的数码复合机市场，市场规模十分可观，对企业技术研发能力要求极高。据IDC报告显示，2018年，富士施乐在中国A3数码复合机市场份额中排名第一，富士施乐、理光、佳能在A3整体、A3彩色和A3黑白三大细分市场份额显著。柯尼卡美能达、惠普、东芝等积极参与市场竞争。惠普收购三星打印机业务之后，在A3数码复合机领域的市场份额快速飙升，2018年第三季度已经突破10%。

为了巩固市场地位，各品牌迎合市场需求，革新产品和技术，除了激光复印机之外，页宽智能复印机、墨仓阵列复印机等新产品、新形态登场。

纵观国产品牌，早在1972年，国营汉光厂（已改制为河北汉光重工有限责任



公司，中国船舶重工集团有限公司直属军工企业）成功研制硒静电复印机。2000年，为建设国家“863”计划的重大项目“OPC鼓产业化项目”，由河北汉光重工有限责任公司、中国科学院化学研究所、中国船舶重工集团公司等单位共同出资组建中船重工汉光科技股份有限公司，专业从事多功能复合机、安全增强复印机、OPC鼓、碳粉等产品的研发和生产。近年，这家低调的军工企业与市场的互动增加，悄然布局这个约90万台市场容量的A3数码复合机商业市场。国产品牌再一次通过技术创新，跻身全球为数不多的具备数码复合机研发能力企业行列。

面对错综复杂的国际形势、与时俱进的政策以及核心技术的攻关等挑战，国产打印机品牌披荆斩棘、志存高远，积极应对市场变化。道阻且长，行则将至。

### 核心技术攻关 产业化生产是关键

对国产品牌而言，核心技术攻关为当务之急。在全球产业分工体系中，中国境内的打印机企业基本上都是从事组装生产，处于产业链的末端，高技术含量和高附加值环节均由发达国家掌握。在打印机元器件方面，打印机的核心部件如喷墨头及引擎、激光鼓及重要的元器件基本上都从国外进口，其他外围部件多在中国加工完成。

在喷墨打印头知识产权数量方面，全球专利申请量排名前十位的机构申请人中，七家为日本企业，其他三家为美国惠普、澳大利亚Memjet、韩国三星（其打印事业部已被惠普收购），日本机构占据主导优势。排名前十位机构的专利申请量占专利申请总量的73.1%、占主要机构（前二十五位）专利申请总和的89.9%。中国

企业在喷墨打印技术专利申请数量上远远落后于海外企业。

部分国产品牌曾试水喷墨打印头研发，但实现产业化生产的为数极少。2005年，台湾明基与半导体业者亚太优势、新磊合作，成功研发喷墨打印头，但是该产品从未实现产业化生产。2018年，苏州锐发发布中国首款国产工业级MEMS喷墨打印头：SUREjet-T7680工业级热发泡喷墨打印头。据称，苏州锐发的热汽泡和压电喷墨打印头已经进入产业化生产阶段。除此，还有北京奥润、广州爱司凯、杭州宏华、昆山海斯等。这些公司大多采用压电喷头技术，制造方法以传统机械加工为主，尚未实现产业化生产。

### 无纸化办公浪潮 打印机企业革故鼎新之路

“无纸化浪潮”的冲击迫使国内打印机品牌寻求新出路。据《华尔街日报》报道，办公室使用的复印纸总数在2007年达到顶峰。截止至2016年，办公室用纸量较2007年减少了10%。办公室用纸量在以每年1%-2%的速度减少。“无纸化办公”正在成为现实。

“无纸化办公”直接冲击的势必是打印机和耗材市场，据IDC报告显示，全球打印机市场单位出货量在2018年在第四季度同比下降4.8%，至2670万台。市场需求的转变，迫使打印机企业自我革新和转型。

老牌打印机企业最先迈出转型的步伐，早在2004年，富士施乐率先推出MPS打印管理服务。近年，理光、佳能、东芝、利盟等频频与软件开发商合作推出办公软件，配合硬件产品及管理打印服务，力求向信息管理解决方案提供商转型。

国产品牌近年也在商业模式方面不断

创新。台湾虹光与武汉小马云印、宜联达成战略合作，构建自助云印网络、内容输出平台，旨在实现用内容来推动打印，构建打印机全新商业模式。奔图推出互联网云平台服务系统——云打印，这个云平台系统构建在阿里云上，包含了云打印、云运维、云运营三大系统，平台涵盖了与打印服务、打印设备、打印管理与服务相关的完整功能与服务。

挑战与机遇并存，逆境与创新同行。把握世界第四次工业革命和国家时代机遇是新兴大国崛起的成功之道，国产打印机企业应把握机遇、砥砺前行，实现产业腾飞。中国打印机品牌崛起正当时！

### 智能制造抢占全球制造业新一轮竞争制高点

2015年5月，国务院印发《中国制造2025》，计划在未来30年的时间里将中国从制造大国转变为制造强国，其中将“智能制造”定位成中国制造业转型的主攻方向，也是实现《中国制造2025》国家战略的重要抓手，中国高端装备制造业迎来了高速发展期。

随着国内打印机企业的生产能力不断增强，惠普、爱普生、利盟、佳能等海外企业纷纷登陆中国，年产各类打印机超过5000万台。全球每2.5台打印机中就有一台是中国制造的。正如早年在家用电器、手机通讯等领域产业链向中国的转移，以及华为、格力、小米等中国企业的崛起，全球打印机产业链也将重构，中国正在成为全球打印机产业重要研发、生产基地。

目前，在珠江三角洲、长江三角洲和福厦沿海地区已经形成了三个主要的打印机及耗材生产基地。其中，珠江三角洲集中了爱普生、利盟、佳能等打印机生产厂，其打印机产量约占全国总产量的10%左右。



2019年，惠普与山东威海市正式签署共建全球激光打印机基地合作协议。

除此，国产打印机企业动作频频。宜联在江西宜春独资建设打印产业园，项目全部建成后，可年产激光复印机5万台、激光智能打印机80万台、打印耗材1000万套。纳思达投资在广东珠海新建激光打印机高端装备智能制造产业园。据称，未来五年设计年产打印机约400万台，年产值超过200亿元。

### 国产品牌撬动三万亿政府采购市场

自2003年1月1日《政府采购法》实施以来，中国的政府采购发展迅猛。2018年全国政府采购规模达35861.4亿元，较上年增长11.7%。

网络时代，信息安全自主可控对国家安全至关重要。中兴、华为断供事件使信息安全部署上升至一个前所未有的高度。2014年开始，我国逐步推行网络与信息安全战略。2016年国家发布《中华人民共和国网络安全法》，要求到2020年，80%的大型中国公司安全开销落在本土产品上。国产品牌在政府采购中优势渐露，今年4月，由中船重工汉光科技股份有限公司生产的一款安全增强型复印机首度入围中央国家机关信息类产品协议供货补充采购项目。无独有偶，据中央国家机关政府采购中心发布的公告显示，今年8月打印机批量集中采购中，奔图以1027台A4激光黑白双面机型领先富士施乐。

未来，将有更多的国产品牌撬动这个三万亿的市场。

### 坐拥全球潜在最大消费市场 增长未来可期

据国家统计局数据显示，2018年中国社会消费品零售总额同比增长9.0%，达38.10万亿元人民币，对比美国全国社

会消费品零售总额6.04万亿美元（约合39.95万亿元人民币），差距仅为2800亿美元（约合1.85万亿元人民币）。按照目前的发展速度，中国有望在2020年超越美国，成为世界第一大消费市场。

依托这个体量巨大的消费市场，近年国内打印机市场规模保持稳定增长。据观研天下统计，截止至2018年，国内打印机市场规模达1249.87亿元，同比增长12%。目前国内打印机市场中，激光打印机在商用办公领域渗透率较高，喷墨打印机在家用市场渗透率较高，受益于我国中小企业数量不断增长，激光打印机市场稳步增长。随着两种技术互相渗透，喷墨打印机向商用领域不断扩张，激光打印机也逐步渗透家庭市场。

在中国经济高质量发展过程中，城镇化、信息化、供给侧结构性改革为中国消费市场的成长提供强劲动力，未来可期，预计中国打印机市场规模将保持稳定增长。

### 打造全产业链生态圈 助力国产打印机腾飞

中国（珠海）国际办公设备及耗材展览会（下称：珠海展 RemaxWorld Expo）自2007年首次在“世界打印耗材之都”——珠海面世以来，已成功举办了十三届，并连续十年蝉联全球最大的办公设备及耗材展览会。依托珠海的产业地理优势，展会发展迅速，已成为全球办公设备及耗材产业极具规模与影响力的专业展览会。

自2019年起珠海展全面升级，全方位布局中国打印机及耗材全产业链生态圈，汇集9大产品类目、450多家展商、15000多名专业买家，助力国产品牌腾飞。奔图、映美、虹光、汉光、沧田、复峰、玉樵夫、标拓、普贴等超过20家国产打

印机企业参展。参展打印机产品种类涵盖激光打印机、喷墨打印机、针式打印机、标签打印机、工程蓝图打印机、证卡打印机、3D打印机、UV平板打印机等。除此，纳思达、艾派克、鼎龙、恒久、名图、旗捷、上福全球、加迪、史丹迪等打印耗材、复印耗材、芯片、碳粉、墨水等国内外耗材成品及配件企业也在展会上亮相。

展会主办方再生时代集团董事长李广连先生在2019珠海展上提出：“中国高端装备制造蓄势待发，全球打印机产业链重构格局基本形成，中国打印元年开启。国产打印机企业要顺势而为、把握机遇、走向国际，力争实现弯道超车。”

2020年突如其来的疫情，改变了传统的办公模式，居家办公成为新常态。加之各地纷纷出台政策延迟开学，大量的作业打印需求与居家办公的文件打印需求拉动了家用办公设备尤其是喷墨打印机的新刚需，刺激了打印机销量的增长，打印机消费市场整体出货量同比增长率高达153.2%，市场上一度出现一“机”难求的火爆场面。由于疫情影响物流停摆，外资打印机品牌疫情期间供应不足，为国产打印机品牌切切实实地提供了一个弯道超车的机会。

被疫情打开的巨大家庭打印市场铺设了国产打印机蓬勃发展的快车道。为推动国产打印机厂商更好地抓住这一高速发展机遇，2020年11月20-21日再生时代将在珠海国际会展中心举办2020中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会，邀请重量级嘉宾一起探讨新形势下新的发展之道，同期还将举办中国计算机行业协会耗材专委会年会。

更多详情，敬请关注再生时代官网 [www.RTMworld.cn](http://www.RTMworld.cn)



2020年开年以来爆发的新冠肺炎疫情对中国的影响似乎正在逐渐淡去，但新冠肺炎疫情带给市场和用户的冲击和变化将远远超过2003年的“非典”和2008年的金融危机。疫情将传统的人与人的交往以及人们的工作方式撕开了一道缺口——保持距离！

出于健康和降低损失的考虑，很

多企业建议员工居家办公。于是这些新的“SOHO一族”开启了新的工作体验：与客户和同事的交流转为在线视频、电话会议以及邮件等“无接触式”形态；工作中的文档若非必要将尽量不再打印分发，以避免纸质文档对病毒的传播；由于居家办公远离办公室，必要的打印文档只能在家打印，更多的数据和文档转为通过云端获取和分

发。这些新的变化对打印市场带来的冲击可想而知。

IDC 2020年第一季度的打印外设产品研究报告显示，2020年第一季度中国商用打印外设产品（喷墨+激光）出货量同比下降25.9%，其中，小于100人规模的小型企业出货量同比下降44.0%，而消费打印外设产品出货量同比增长了153.2%。消费市场出货量的增长主要由家庭教育及居家办公的需求驱动。IDC认为在2020年下半年及2021年，随着疫情影响的消退，消费市场的增速将逐步放缓，但出货量增长绝对值仍将维持高位；大中型企业的商用采购逐步恢复，并有望在2020年下半年恢复至正常水平；而小于100人规模的小型企业采购需求在2020年甚至2021年上半年都难以恢复至正常水平。

在消费市场，短期的增长主要由在家学习在线上上课的教育需求以及



# 疫情与居家办公的未来趋势

IDC 巴珊珊



巴珊珊女士现任 IDC 中国成像、打印与文档解决方案研究高级研究经理，专注于打印市场相关研究工作。她的研究领域涉及中国办公类打印机，生产型打印机，大幅面打印机，3D 打印机及管理打印服务等领域的深入分析和预测，并为国内外知名 IT 企业客户提供相关的研究与咨询服务。巴珊珊有超过 15 年的 ICT 市场的研究经验。在重新加入 IDC 之前，她曾任职于联想集团负责市场研究工作，具备非常深厚的 ICT 市场研究经验，尤其是硬件设备市场，且具备对消费市场的深入洞察。

居家办公需求驱动，中长期的增长主要由用户使用习惯的改变拉动。个人用户在疫情期间培养了在家打印的习惯，家用打印设备将逐步成为家庭必备的耐用消费品之一，这其中喷墨打印机是消费客户的首选。传统小墨盒打印机由于价格较低一直是消费市场主流，而随着墨仓式打印机单价的下探以及较低的彩色打印成本，在消费市场的增速更快。

而在小型企业市场，短期及中长期的需求增长都较为不乐观。一方面，短期来看由于小型企业抗风险能力较弱，疫情期间经营受到严重冲击，大量小型企业破产倒闭不再有采购需要，而幸存下来的小型企业采购需求也被抑制，换机周期明显拉长。此外，海外疫情尚未出现明显的缓和拐点，预计 2021 年进出口还会受到冲击，对中国国内经济大环境仍是不利因素。另一方面，从中长期来看，小型企业

的数字化转型进程正在加快。餐饮住宿、旅游娱乐、文化体育等服务行业正在加速发展线上业务。政府在两会期间工作报告中也明确表示：电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，政府将继续出台支持政策全面推进“互联网+”，把数字技术和互联网与传统产业深度融合，推进产业的数字化，打造数字经济新优势。因此，我们相信无接触式商业活动将快速兴起，机器人、协同办公、云服务、AR/VR 等技术领域将加速发展，这会使得商业活动中打印量持续降低并带来设备需求的减少。对小型企业来说，打印量的降低意味着以往可能需要一台中高速激光打印机或复印机支持的日常办公打印需求未来仅一台家用喷墨设备即可支持，毕竟喷墨的单页打印成本更低，且能兼顾彩色打印的需要。甚至对于一些数字原生代小企业来说，在线工作已经基本

没有打印需求，也没有设备的采购需求。

IDC 认为，打印设备厂商和耗材厂商需要做好准备应对中长期的商用市场打印量下降和设备需求的转变。未来商用市场的打印设备和耗材增长较为乏力，基于云端的解决方案和个性化服务或许是新的业务增长机会；而消费市场可能成为新的蓝海：中国家庭有学习资料的打印刚需。欧美国家由于使用字母语言，并没有特别高的书写需求，学生学习可以通过在线程序完成，因此家庭教育对打印的驱动作用不明显；而在中国以及其他华人较多的国家地区，中文书写需求较多，尤其中国在政府推动中华文化复兴的大环境下，中小学生学习作业多，语文学习占比增大，对打印有较强需求。设备厂商和耗材厂商或可尝试驱动家庭打印量的增长获得新的业务成长机会。■



由于疫情的影响，在过去的六个月里“居家学习”和“远程办公”成为了一种新常态。在这一新常态下，以往曾被打印机厂商认为“可望而不可及”的家用市场骤然爆发，打印机迅速成为了家庭必备的电子设备。

当打印机走入家庭之后，接下来自然就会产生对耗材的需求。今天我们就来聊聊新常态下耗材营销模式会出现哪些变化。

要想分析“后疫情时代”耗材营

销的模式，首先要弄清这些打印机是通过什么方式进入千家万户的。

在疫情最严重的时期，实体店自然是早已经关闭。同时，由于严格的人员流动管控，各地区的快递也基本停滞。没有了快递支撑，那些在京东、天猫等平台电商上销售打印机的网店，也就无法准时送货。于是，彼时包括厂商自营店在内的很多打印机店铺，都采取了打烊或者下架商品的应对方式。

那么，不得不购买打印机的买家，最终是通过什么渠道获得商品的呢？

答案是：“本地生活服务电商”和“社交电商”。在居家为主的日子里，由于平台电商和实体店大多数都暂停营业，人们的日常购物需求大都依赖于“美团外卖”、“饿了么”、“每日优鲜”、“叮当快药”等本地生活服务电商，以及“盒马鲜生”、“多点”等实体店的线上商城。

这些生活服务电商，在本地设有仓库，借助“美团”、“蜂鸟”、“闪送”、“达达”等本地配送，可以顺利的将商品送达买家。

一些先知先觉的办公文具店，也看到了“生活服务电商”的优势。它们在美团和饿了么上开设了自己的店铺，借助这些“生活服务电商”的流量和本地配送能力，来拓展自己的业务。

除了入驻“生活服务电商”之外，一些拥有庞大粉丝群体的“社交电商”也在疫情期间获得了众多买家的青



# 后疫情时代 耗材营销的新趋势

✍ 郑子冀



郑子冀先生深耕打印行业 25 年。曾主导爱普生多款打印机等进入中国市场的营销策划工作，并参与了兄弟激光打印机早期的渠道体系搭建工作，还曾带领日本 Star 中国业务区团队达到中国发票打印机市场份额第二。2009 年创立了酷电科技，成功为“航天信息 Aisino”、“震旦 AURORA”等多家品牌建立了稳定的销售网络。

睐。以疫情期间热卖的“爱普生小白智慧打印机”为例，很多买家就是通过“凯叔商城”、“妈妈心选”、“小白商城”等社交电商进行购买的。

如果说，入驻“生活服务电商”和“知名社交电商”仍然属于“公域流量”的话，还有相当多的线下文具店，通过开设自己的“微商城”布局“私域流量”。虽然疫情导致他们的实体店不能开门营业，但借助线上的微商城，这些文具卖家可以继续向老客户进行销售，并通过老客户的推荐分享，获得了新很多新的客户。

为期数月的疫情，培养了人们对本地服务电商的依赖。相比平台电商，本地服务电商具有“依托实体店背书”、“配送时效快”的优势。而这些优势在购买耗材时，显得更为突出。

如果说，很多买家考虑到打印机的安装、售后等问题，在购买时会倾向于选择到实体店购买的话，那么客单价低且服务属性不强的耗材则购买渠道更为广泛。

下面我们就从家用打印机用户的使用习惯，来比较一下几种耗材购买渠道的特点。

## 专业打印机及耗材渠道

在打印机及耗材产品领域的专业性，是这类渠道商的优势。但是由于它们的经营更多的集中于电脑城，因此无法实现对用户就近便捷的配送。

## 传统平台电商渠道

平台电商的购物流程简洁、方便，但短板在于不能提供本地化的服务。同时借助快递的物流方式，使得大多数买家要在第二天或第三天才能收到货物。

## 文具店渠道

相较于上述两种渠道，文具渠道依托实体店，可以为半径 3 公里范围内的用户提供上门配送和技术服务。尤其是对于希望立刻获得产品的家庭用户来说，这一渠道最为便捷。

现实场景中，当机器发生故障或耗材用完需要更换时，家庭用户往往

都希望立即解决问题。能够满足用户这一诉求的，只有社区周边的文具用品卖家。而要想联系到卖家，当然要求助于互联网社交工具。

可以预见，在后疫情时代，那些拥有打印机的家庭用户，在耗材的购买行为上，将会更多地倾向于本地就近购买。在这一趋势下，势必会催生耗材营销模式的变革。

从今年 6 月 10 日惠普公司的“2020 打印线上渠道会”所公开的数据看，惠普在家用市场的增长率高达 83%。基于“居家学习”和“远程办公”这一新常态，惠普公司明确提出了未来新渠道的方向在于“采购渠道电商化”和“社交渠道电商化”。

个人认为：2020 年将是耗材品牌商布局文具渠道的元年。当然能够获得品牌商认可的，应该是同时拥有线上微商城和线下门店的文具渠道，而不是固守传统模式的实体店。因此，建议耗材品牌商把握这一趋势，尽快引导自己的销售渠道向“社交电商”转型。■

# 提高企业品牌全球能见度



- 这可能是最强有力的市场营销武器!
- 富有视觉冲击力和感染力的视频推广

## RT inTouch 视频赞助或视频定制服务

我们有的远不止这些



超过8万6千播放量



超过5万3千播放量



超过6万7千播放量



超过2万2千播放量

广告投放，请联系：赵女士

☎ 0756-3919263

✉ Victoria.Zhao@RTMworld.com

www.RTMworld.cn

# @大办公行业大咖！ 再生时代直播间嘉宾征集令

## 大办公行业的朋友们：

2020什么最火？毋庸置疑肯定是直播！随着直播形式越来越火爆，办公行业也有不少企业在布局，有老总带亲自货的，有找流量主播带货的，也有企业文化宣讲的，也有行业培训的等等，但是效果有好有坏，前期投入大量的准备却收效甚微的比比皆是。究竟什么样的直播才能获得高人气和高回报呢？

### 择行业匹配KOL和高互动性话题

KOL（关键意见领袖）通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。所以，不是流量越高的主播就越好，而应该选择所在行业的关键意见领袖。好比专攻彩妆行业的李佳琦如果去给办公设备带货，虽然有人气，但是成交量不见得会好。

直播要具有话题性即让观众引起共鸣的内容。纵观众多企业直播带货，角度基本上是从厂商品牌自身出发，讲品

### 再生时代直播间嘉宾征集

再生时代作为大办公行业专业媒体，创办了全球最大的打印耗材展览会并在全球举办相关产业峰会，展览、杂志、网站都稳居业内全球第一的位置。在这特殊的一年，再生时代希望通过自身渠道优势及多年展会累积的全国专业买家，邀请行业协会、政府采购中心、具有一定规模的办公类产品经销（代理）商、电商平台商做客再生时代直播间，通过近距离接触，面对面与行业商家沟通交流，为全国大办公行业经销（代理）商提供最新的商业合作模式、政府采购资讯、渠道拓展服务等，通过求同存异，找到市场可行性解决方案。

**征集时间** 即日起-12月底

### 征集要求

- 1、大办公行业协会、政府采购中心、具有一定规模的办公类产品经销（代理）商、电商平台商
- 2、在大办公行业从业多年，拥有自己从业心得体会，愿意广交朋友，分享成功营销案例或商业模式

### 报送方式

以“再生时代直播”为邮件名，发送公司名+姓名+职位及从业经历自述到指定邮箱。



魏小姐

Sarah.Weiz@RTMworld.com

# 征集

再生时代直播间嘉宾

快来报名吧

WAIT  
YOU

# 消费市场新蓝海：2020 上半年中国打印复印机市场出现了哪些新品？

✍ 再生时代 颜洁静

相信很多人还对年初国内打印机缺货的现象记忆犹深。在线教育及居家办公导致打印需求激增，从而促进打印机销量的增长，中国打印机消费市场因此被激活。

那么，在全球打印量骤降的大环境下，老牌打印机厂商以及崛起中的国产打印机厂商似乎都无意放过中国市场。那么，2020 上半年，中国打印机市场出现了哪些新品机型呢？

今天就让我们来一窥究竟。

## A4 幅面 / 桌面型打印机



### 兄弟黑白激光打印多功能一体机

兄弟 DCP-B7535DW 激光一体机支持打印、复印和扫描三合一功能，打印和复印速度达到每分钟 34 页，标配 50 页容量的 ADF 自动输稿器，多页文件扫描和复印更高效快捷，并支持自动双面打印功能。

DCP-B7535DW 支持多种扫描方式，可扫描到邮件、图像、文件、FTP 服务器等，另外还具备 N 合一复印、缩放复印以及身份证一键复印功能。



### 理光黑白激光打印机

理光称黑白激光打印机 RICOH P 200/P 201W/M 340/M 340W/M 340F/M340FW 可满足截然不同的居家办公及学习环境。其中 RICOH P 200/M 340/M 340F 为基础版，RICOH P 201W/M 340W/M 340FW 为网络版。

两个版本机型均提供高达 34ppm 的连续打印速度，首页输出时间仅需 8.5 秒，可满足大量习题作业打印需求，实现快速输出使用，打印分辨率可高达 1200\*1200dpi。同时标配自动双面打印功能，达到节约纸张、降低办公文印开支目的。



### 厦门汉印作业试卷打印机 MT800

汉印作业试卷打印机 MT800 体积为 310.5×63.5×39.5mm，比学生文具盒略大，达到小学生也可以单手拿的迷你程度。

MT800 支持蓝牙连接，打印步骤简单，只需“开启打印机—手机选择文件打印”简单的步骤，即可实现随时随地打印。MT800 的电池续航时间长，充一次电可以打印 70 张，足以应付一天学习的打印量。

不止可以打试卷做作业，MT800 还可以满足一般家庭办公的打印需求。



### 惠普自身最小 mini 打印机 M29a

惠普 M29a mini 最高支持 8000 页的月打印负荷，相当于 4000 张试卷 / 200 份讲义 / 80 本习题集，首页输出速度为 8.2 秒，最高打印速度为 20 页 / 分钟，打印精度达 600x600dpi，文本呈现清晰真实，满足企业合同、ID 证件的打印留档。

M29a 支持双面复印及一键证件复印，无需翻页即可完成讲义资料的连续复印及 ID 证件的快捷复印。

M29a 采用自动开关机技术，非工作状态下自动进入睡眠模式，节能省电更环保；一键唤醒后，8.2 秒即刻完成首页打印文档的输出，随用随打，无需等待。



### 惠普 2679 喷墨无线打印机

惠普 2679 是一款三合一的家用普及型打印机，具备打印、复印、扫描功能，支持黑白及彩色打印，机器重量只有约 3.4 公斤，尺寸为 425×304×149mm。

打印速度黑白 20 页 / 分钟、彩色 16 页 / 分钟，首页最佳时间黑白 14 秒、彩色 18 秒，最佳分辨率黑白 1200×1200DPI、彩色 4800×1200DPI。

复印速度最高黑白 6cpm、彩色 3cpm，分辨率黑白 / 彩色均为 600×300 dpi。扫描分辨率硬件 1200×1200DPI、光学 1200DPI，灰阶支持 256。

惠普 2679 支持手机、电脑、平板等多终端多系统兼容无线打印，可通过 HP Smart APP 或者微信小程序“惠普云打印”远程操控、打印。



### 得力黑白激光打印机 DP28DN

得力 DP28DN 黑白激光打印机打印速度为 28 页 / 分钟，支持高速 USB2.0 以及网络连接打印。随机耗材容量为 3700 页，有效降低更换频率。

另外，得力称，DP28DN 黑白激光打印机支持多种全新软硬件平台，人性化的设置使操作更简单，使用体验与在 Windows 系统上几乎一致。

得力多年来独立研发激光打印机核心零部件，自主开发打印机固件、软件，目的是为国家信息安全领域建设出力，并保障各类客户信息安全，服务消费者。



### 得力激光打印机 D20 系列

得力 D20 系列 A4 黑白激光打印全新上市。本次上市的 D20 系列打印机，共有 8 款，其中 4 款为黑白激光打印机、4 款多功能一体机。打印速度为每分钟 25 页，打印分辨率为 1200dpi。据介绍，P2000 系列单功能打印机配备了一英寸中文显示屏，M2000 系列多功能一体机更是配备了 2.4 英寸彩色液晶屏，操作更便利，各项功能清晰呈现，方便用户进行各类操作。

### 利盟 A4 幅面激光打印机 6 款

利盟春季新品包括 4 款 A4 幅面中小型工作组黑白单功能及多功能打印机及 2 款 A4 幅面中小型工作组彩色单功能及多功能打印机。黑白单功能激光打印机：MS331dn/ MX331adn/MS431dn/MX431adn。MS331dn/ MX331adn A4 打印速度高达 38 页 / 分钟，首页输出速度为 6.2 秒，推荐打印量高达 500-5000 页 / 月。

MS431dn/MX431adn A4 打印速度高达 40 页 / 分钟，首页输出速度为 5.9 秒，推荐打印量高达 800-8000 页 / 月。

其中 MX331adn/MX431adn 打印分辨率为 600dpi×600dpi。

彩色单功能激光打印机 CS431dw/CX431adw A4 打印速度均高达 24.7 页 / 分钟，推荐打印量高达 750-5000 页 / 月，均配备 2.8 英寸彩色触摸屏，推荐打印量高达 750-5000 页 / 月。其中 CX431adw A4 打印分辨率为 600dpi×600 DPI。



Lexmark MS331dn



Lexmark MS431dn



Lexmark MX331adn



Lexmark MX431adn



Lexmark CS431dw



Lexmark CX431adw



### 奔图彩色激光打印 CP2200DW/CM2200FDW

奔图彩色激光打印系列 CP2200DW/CM2200FDW 采用双核 1.0 GHz 处理器、512MB 内存，月打印负荷高达 50000 页，碳粉盒支持标容 1500 页、高容量达到 3500 页，标配自动双面打印单元。CP2200DW/CM2200FDW 标配有线和无线双网络，支持开启定制特色功能“以黑色打印文本”，开启选项后打印彩色图文时文本将自动以黑色打印，而打印图形图像时使用彩色。

奔图彩色激光打印系列 CP2200DW/CM2200 支持密码打印。FDW 的密码打印功能提升文档安全性，防止文件错拿或涉密文件被窃取。使用密码打印发送任务后并不会立刻打印出来，只有打印者在打印机操作面板上输入正确的密码才会启动打印任务，打印完毕立刻取走，确保文档落实到权限所有人的手中。



imageCLASS MF913wz

imageCLASS LBP913wz

### 佳能推出商用办公激光打印机

两款商用办公新品包括 1 款 A4 幅面黑白激光多功能一体机 imageCLASS MF913wz 和 1 款 A4 幅面黑白激光打印机 imageCLASS LBP913wz，目标市场为 SOHO 及中小企业用户。

佳能激光多功能一体机 MF913wz 和激光打印机 LBP913wz 的打印速度每分钟 22 页，首页输出时间仅 6.5 秒左右。其中 MF913wz 打印机支持 N 合 1、分套复印、ID 卡复印等多种复印功能，并具有智能扫描功能，可以高质量还原原稿的画质及尺寸，扫描时还可选择 PDF 压缩模式或可搜索的 PDF 模式，满足用户不同的办公需求。



### 佳能无线便携式打印机腾彩 PIXMA TR150

佳能腾彩 PIXMA TR150 机身小巧，尺寸约 322mm（宽）×185mm（深度）× 66（高）mm、重量仅约 2.1kg，支持智能手机和平板电脑等各类移动终端打印，以及外接电池组件方便户外打印，旨在为商务人士提供一款时尚小巧、随身携带、智能便捷、快速打印的移动办公利器。

打印机配备清晰的 1.44 英寸（3.7cm）OLED 屏幕，配合新的 UI 操作界面，专为习惯于使用智能手机的用户设计，用户可以轻松完成打印设置。TR150 无线便携打印机采用 5 色混合墨水，黑白打印约 9.0ipm，彩色打印约 5.5ipm。支持不同类型、尺寸的纸张，实现高速高品质打印，满足用户在不同场景下的图文打印需求。

### Brother 兄弟黑白激光无线一体机 4 款

四款机型为：DCP-L2535DW/DCP-L2550DW /DCP-7090DW/DCP-7190DW。打印速度高达 34 页 / 分钟，标配自动双面打印功能。

四款机型均配置无线网络连接功能，同时支持 WiFi-Direct 功能，无需网络就可与打印机直连。DCP-7190DW/DCP-L2550DW 同时还配置有线网络，适应多变的办公环境



DCP-L2535DW



DCP-L2550DW



DCP-7090DW



DCP-7190DW



### 米家喷墨打印机

小米旗下米家喷墨打印机一体机具备打印、复印和扫描功能，支持局域网打印及无线直连打印，支持无线可通过电脑、手机和平板多个终端连接打印。

该款打印机可以使用米家喷墨打印机助手 APP 进行打印，在微信 /QQ/ 钉钉文档以外，为移动打印提供更多便捷性。随机耗材支持约 480 页黑白打印，约 150 页彩色打印。

小米称，该款米家喷墨打印机原装墨盒采用优质进口墨水，并且打印机与墨盒均符合 RoHS 环保标准，用户可安心打印。

## 复印机

iR C3120L



### 佳能多款数码复合机

佳能三款数码复合机产品：彩色多功能数码复合机 imageRUNNER C3120L、imageRUNNER C3125 以及黑白多功能数码复合机 imageRUNNER 2600。

两款入门级彩色多功能数码复合机 imageRUNNER C3120L 与 imageRUNNER C3125。这两款彩色多功能数码复合机的推出，将进一步降低彩色文印输出的门槛，为消费者带来更具性价比的产品选择。

黑白多功能数码复合机 imageRUNNER 2600 则面向文印任务量较大的大型企业办公室、大型工作组，佳能中国则推出黑白多功能数码复合机 imageRUNNER 2600 可实现每分钟 25/30/35/45 页不同速度段的高速输出，充分满足不同用户需要。



iR C3125



iR 2600 系列



### 长城复合机四款

长城针对中国市场正式推出四款复合机产品。

主打安全功能的 GMX-40B1A 数码安全复合机，取消了硬盘配置及 WiFi 功能，防止数据被窃、从无线网络被攻入。同时，用户还可以设置维修模式密码，杜绝维修过程中数据流失。此外，长城 GMX-40B1A 还能无缝对接国产文印解决方案，实现全文档周期的安全性。

针对彩色需求的 GMX30C1A、高速 75 张的 GMX-75B1A 以及入门级的产品 GMX-23B1A。

除了主打数码文印安全的产品之外，为中国用户考虑，长城推出的复合机新品配置了 Linux 驱动程序，支持银行麒麟 Kylin、中标麒麟 KylinNeo、方德桌面操作系统等国产系统，实现与国产 OS 的无缝对接，方便中国政府机关等使用。



长城 GMX-401BA 数码安全复合机



长城 GMX-30C1A 彩色数码复合机



长城 GMX-23B1A 数码复合机



长城数码复合机 GMX-75B1A



### 理光彩色智慧办公复合机

Ricoh IM C400F 为四合一复合机型，标配复印、打印、扫描、传真功能。Ricoh IM C400F 复印打印输出速度提高，首页输出时间仅需 6.2 秒（黑白）、7.4 秒（彩色），打印速度可达 43 页 / 分钟黑白输出、40 页 / 分钟彩色输出，可有效帮助用户获得更高效的工作及高生产力。

主要针对零售业、制造业及金融业三大类目标客户群体。



### 震旦中速彩色复合机

震旦 ADC369/309 针对企业类办公设备对彩色输出的需求，打印速度为 36/30 页每分钟，标配进纸容量达到 1150 张，通过选配可以达到 6650 页，完全可以满足企业对输出量的需求，并且可通过扩展性，实现打孔、装订、封面插入、内页插入、折叠等一系列功能。

配备 10 寸触摸式液晶屏，接近日常使用的平板电脑产品。触摸屏可以自由的调整屏幕角度，方便不同身材用户舒适使用，并支持插入 U 盘。



夏普数码复合机  
AR-2821R

夏普数码复合机  
AR-2421D

### 夏普商用数码复合机 AR 系列 6 款

夏普面向中国市场推出 6 款 AR 系列数码复合机：AR-2421X/AR-2421D/AR-2221R/AR-2421R/AR-2821R/AR-3121R。

全系产品均标配复印、打印、扫描一体化功能。

输出速度方面，AR-2421X/2421/AR-2421R 输出速度为 24 页 / 分钟，AR-2221R 输出速度为 22 页 / 分钟、AR-2821R 输出速度为 28 页 / 分钟、AR-3121R 输出速度为 31 页 / 分钟，首页输出时间及预热时间均有提升。此外，AR 系列数码复合机全系标配 64M 复印内存，支持连续 999 张连续复印操作。

AR 系列数码复合机新品标配彩色扫描功能，其中 AR-2221R/AR-2421R/AR-2821R/AR-3121R 额外标配 100 张 RSPF 双面输稿器，可以帮助用户快速提升纸质文件的处理能力。



京瓷 A3 黑白激光复印机 TASKalfa 9003i

### 京瓷 A3 高速旗舰复印机

京瓷 A3 高速旗舰复印机五款，分别是 A3 黑白激光复印机 TASKalfa 7003i/8003i/9003i 系列、A3 彩色激光复印机 TASKalfa 7353ci/8353ci 系列。

五款机型均标配复印、打印、彩色扫描功能，可以选购传真功能，输出速度分别为 90/80/70ppm。

其中，TASKalfa 9003i 打印输出高达每分钟 90 页，输出速度是京瓷目前在售激光类复印机产品中的王者。



bizhub C3350i  
A4 彩色复合机

bizhub C3300i  
A4 彩色激光打印机

### 柯尼卡美能达彩色复合机

作为柯尼卡美能达中高速 A4 彩色复合机 / 打印机的升级产品，bizhubC3350i/C3300i 系列在软硬件上均进行了全面的升级。bizhubC3350i 首页输出速度为：彩色 6.3 秒，黑白 5.6 秒；bizhub C3300i 首页输出速度为彩色 9.6 秒，黑白 8.7 秒。

在供纸容量方面，bizhubC3350i/C3300i 系列的标准供纸容量为 600 页，bizhubC3350i 最多可实现 3 个纸盒，1600 页的超大容量供纸；bizhubC3300i 最多可实现 2 个纸盒，1100 页的超大容量供纸。



DEVELOP 德凡 neo+ 250i

DEVELOP 德凡全新  
A3 彩色多功能复合机  
ineo+550i

### DEVELOP 德凡 A3 彩色多功能复合机

DEVELOP 德凡 neo+ 250i A3 彩色多功能复合机复印和打印输出速度达到 25 页 / 分钟（黑白、彩色同速），还可选配双面自动输稿器，扫描速度达 200 页 / 分钟，可轻松满足用户日常大批量的扫描作业需求。

ineo+ 250i 配备 10.1 英寸超大操作面板，且仅保留了唯一物理按键——电源键，从而保证了操作屏的占比更大，外观时尚、科技感显著提升。在操作面板侧面机身以及纸盒位置创新性地增加了 LED 灯光提示功能，用不同颜色表示复合机所处的不同状态，让用户对复合机状态一目了然，增强了人机交互。

Develop 德凡 A3 彩色多功能复合机 ineo+550i/ineo+450i 系列，可实现最大 300 页纸张的承载量。扫描速度方面，可在 200dpi 的分辨率下，实现 140 页 / 280 页每分钟（单面 / 双面）的作业能力。纸盒方面，ineo+550i 系列新品标配两个纸盒，供纸容量达 1, 150 页。若选购大容量纸仓，则最大可实现 6, 650 页的供纸能力。

### 全新ApeosPort系列 倾情巨献 诚意之作



### 富士施乐旗舰级数码多功能一体机

富士施乐 6 月 16 日举行线上发布会一举推出了多款新一代 ApeosPort 旗舰新品，包括 A3 智能型彩色数码多功能一体机 ApeosPortC7070/C6570/C5570 /CA570/C3570VC3070 和 ApeosPortC2560/C2060，A3 智能型数码多功能打印机 ApeosPort5570/4570 和 ApeosPort3560/3060/2560。

智能型彩色数码多功能一体机 ApeosPortC7070/C6570/C5570/C4570/C3570/C3070 彩色打印分辨率为 1200×2400 DPI，打印 / 复印速度分别为每分钟 70/65/55/45/35/30 页，一次进纸双面扫描速度高达每分钟 270 页。



### 佳能紧凑型彩色数码印刷系统

佳能 imagePRESS C165 打印速度高达 65 页 / 分钟，既可实现日常办公环境便利安装，又兼具彩色数码印刷的需求。

佳能 imagePRESS C165 快速启动模式预热时间低至约 4 秒内，扫描速度可达 240/220 ipm（黑白 / 彩色，分辨率 300 DPI），最大供纸量可达 7050 张且最多可配置 6 种不同类型纸张，同时，可以为混合纸张的作业加载不同的纸张类型，这种灵活易用的特性不仅保障了高效生产，还实现了在办公室内即可打印小册子、名片或海报等产品。



佳能数码复合机 iR-ADV DX

### 佳能数码复合机

佳能新一代数码复合机 imageRUNNER ADVANCE DX 包括 5 个系列在内的 16 款新产品。其中，彩色数码复合机包括：iR-ADV DX C3700 系列、iR-ADV DX C5700 系列、iR-ADV DX C7700 系列；黑白数码复合机包括：iR-ADV DX 4700 系列、iR-ADV DX 6700 系列。

iR-ADV DX 标配新型双面同步输稿器，扫描 A4 文档速度为 270 页 / 分钟，比上一代产品（imageRUNNER ADVANCE III 系列机型）速度提升近 70%。新型双面输稿器支持的原稿尺寸更加广泛，不仅可以扫描常规的 A3、A4、A5 尺寸的文档，还可以轻松对应 A6、名片、支票以及发票等小尺寸原稿的扫描。

# 2020惠普固件升级知多少

## 3月

惠普向 OfficeJet Pro 7740/8702/8710/8715/8720/8725/8730/874/6978型号打印机推送了最新固件2006/2007，以上型号使用90X/95X系列耗材。固件升级后，市面上所有兼容芯片无法在打印机上使用。

## 5月

惠普在意大利上市的新出厂的W1106A/106A原装耗材，其芯片具有升级打印机固件的功能。固件升级后，市面上现有的所有兼容耗材芯片将无法在打印机上继续使用。W1106A/106A耗材适用于HP Laser MFP135a/135w/137fnw及HP Laser 107a/107w系列激光打印机。

## 6月

惠普针对中国市场推出W2080A/118A原装耗材，其芯片在无需联网的情况下可与打印机建立通信并对打印机进行固件升级，从而导致市面上可替代耗材芯片上机不识别，打印机屏幕报错“X色墨盒问题”，除了仅可继续使用原装耗材外，其他无论任何类型/品牌的耗材产品均无法使用。

## 7月

惠普针对全球各区域的HP 95X/90X/63/65系列打印机，通过WiFi推送全新固件2024/2025/2026，再次进行升级，导致市面上的可替代芯片均出现不同程度不认机现象，具体打印机报错为“墨盒问题”。WiFi推送后第二天，惠普在7月14日通过官网陆续开始发布同一系列新固件。

2020  
11月20-21日RT  
RTM World Summit

CCIA

# 疫情之后 大办公突围之路

11月20-21日  
珠海国际会展中心

2020中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会  
中国计算机行业协会耗材专委会年会

2020珠海展活动一览表

活动名称	时间	地点
2020中国（珠海）国际办公设备及耗材行业峰会暨展览会	11月20-21日 9:00-17:00	珠海国际会展中心
中国计算机行业协会耗材专委会年会	11月20日 9:00-17:00	
办公租赁行业破局新思路 —办公设备租赁论坛	11月20日 13:00-16:00	
疫情之后，大办公电商突围之路 —大办公高峰论坛	11月21日 9:00-17:00	

\*日程以当天实际活动情况为准

时再  
再生

www.RTMworld.cn

## 轻松一刻

“这个宝贝可以复印、扫描、传真、还具有安全性能、WiFi、蓝牙功能，甚至还可以泡咖啡。”

Barto





# ImagingWorld

The Most Trusted Name in Print in 5 Languages

## 深度挖掘行业资讯

特刊 (多语种)



阿拉伯语

俄语

西语

中文

行业目录

英语

[www.RTMworld.cn](http://www.RTMworld.cn)

杂志广告投放, 请联系: 赵女士

☎ 0756-3919263

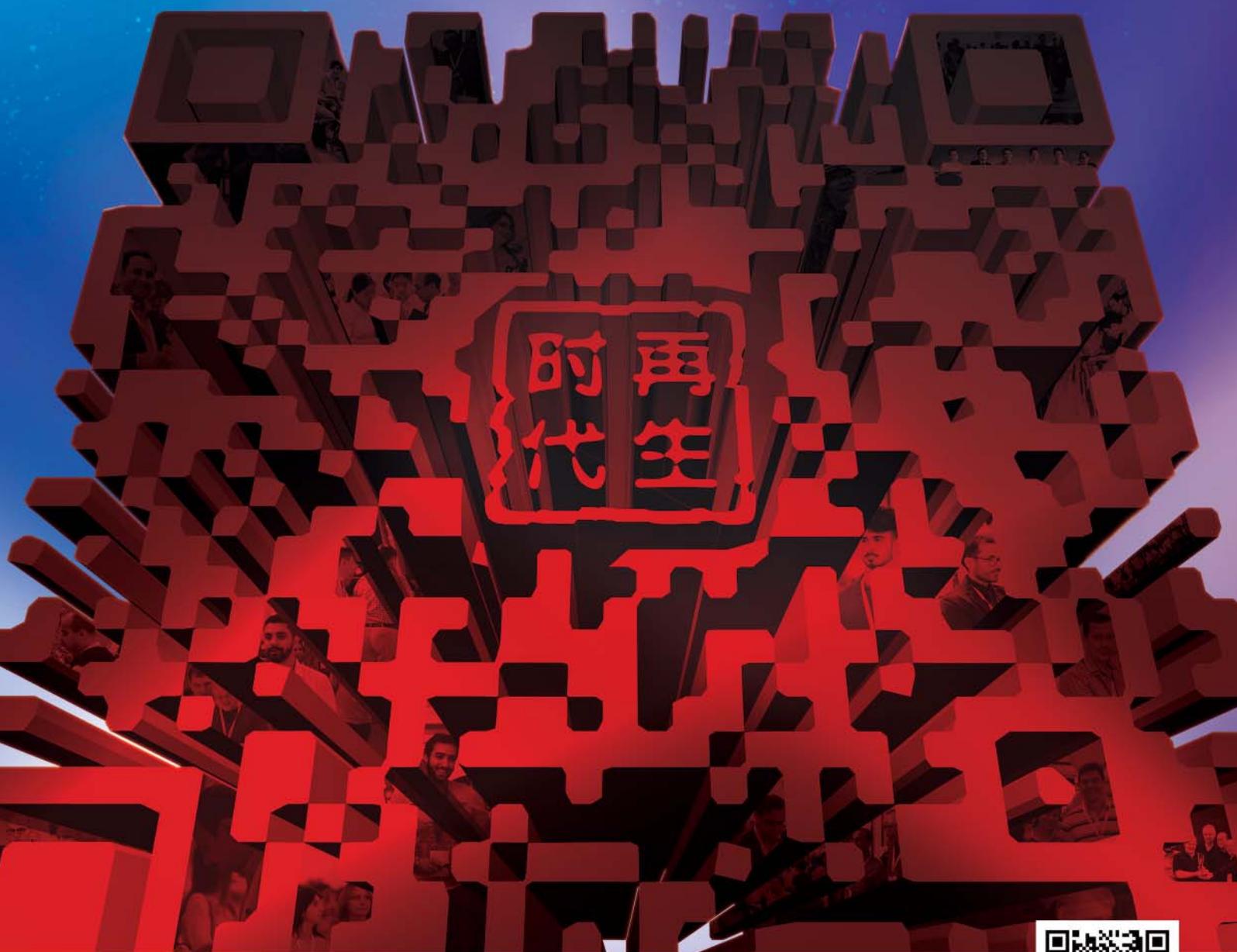
✉ Victoria.Zhao@RTMworld.com

# 微信公众号 再生时代RT

20,000+ 行业精英共同关注

日均阅读人次达 3,000+

助您抓住每一个碎片时间 反复触达经销商人群



广告洽谈热线：0756-3919263 赵女士

微信搜一搜

Q 再生时代RT

