

9. 办公设备

中国办公设备市场概况

中国办公设备（OA设备）市场受2008年金融危机的影响，一度陷入低迷。此后，中国政府以内陆地区为中心积极开展投资，市场逐步复苏。2012年后，中国经济增速放缓，市场在短暂回落后，又进入稳健发展阶段。现政府推出“新常态”政策，开展经济结构改革，强调由投资主导向消费主导转型，促进了经济的发展。在2020年发生的新冠肺炎疫情的影响下，今年上半年低于上年水平，但中期以后，呈现复苏之势。尽管如此，市场依然未能恢复至疫情之前的水平。中国的办公设备市场非常庞大，从中期来看，仍然比欧美市场更有发展潜力。今后，各大办公设备厂商将继续把中国视为重要市场而投入力量。从产品细分来看，低价位的黑白机占据主流是中国办公设备市场的特点之一。近年来，彩色机的低价化愈演愈烈，彩色低速机销量大幅增长。为应对上述市场变化，各家厂商通过限定复合机性能，推出价格低廉的中国专用机型和OEM产品上市销售等方式，努力扩大销售。然而，在售后市场（墨粉、油墨、零部件）方面，不同于其他国家的一点是，受假冒产品等的影响，正品耗材销售并未与市场上设备销量的增长形成联动并随之增长，而各办公设备制造商多年来纷纷采取了各种防范措施，却依然不见改善的迹象，令企业疲惫不堪。

多样化销售渠道

对于办公设备的销售渠道，既有厂商直销，也有代理商销售。中国幅员辽阔，直销大多以沿海地区的大城市为主，内陆地区则主要是通过代理商销售。代理商也分直接销售给最终用户的直销和通过二级批发商销售等的情况。此外，还有其他多种销售渠道，例如，通过电脑城等电器街门店销售，配备销售员或服务人员开展上门销售，通过走访直接面对最终用户等。而近年，电子商务则成为重要的销售渠道，其市场地位越来越稳固。

向PP印刷领域拓展

各办公设备厂商正在积极向被称为Product Printing或Professional Printing（简称“PP”）的高速度、高质量、大批量印刷领域进军。该领域曾经以胶印技术为主，随着数字化发展，开始越来越多地运用办公设备厂商所擅长的电子照相技术。各公司积极进军PP印刷领域，尤其是企业内部印刷、版画等市场，不断拓展业务，这逐渐成为办公设备行业的潮流。近年，办公设备厂商也开始涉足工业印刷领域，并逐步向胶板印刷领域渗透。

顾客需求多样化

随着中国经济的发展，最终用户对办公设备领域的需求呈现多样化趋势。例如，通过分析印刷环境和合理配置设备削减总体拥有成本（TCO）；开发与IC卡认证联动的信息安全管理系统；建设包括计算机和服务器等在内的一站式IT综合服务环境等。有越来越多的最终用户要求实现和日本与欧美各国同样的办公环境。也正由于办公设备功能同质化的原因，为了摆脱传统的办公设备单机销售方式，厂商在

为创造附加价值而努力。此外，在政府类用户和中国大企业中，采用全国统一采购方式的企业也在逐渐增多。要求在采购规格上构建较为复杂系统的招标项目也越来越多，因此，各厂商必须能够应对高级的项目，建立售后支持系统。

中国办公设备市场的特点与问题

二手设备市场：对产品主机销售的影响

中国的办公设备市场有一大特点就是二手设备市场业务。二手设备市场的渠道为从海外进口二手设备翻新后销售以及回收国内设备后转卖。尤其是后者的回收国内设备，销售渠道多种多样，既有代理商自己回收后翻新销售，也有通过专门的二手设备商销售等方式建立长期、稳固的销售网络。据不完全统计，二手设备市场规模甚至超过了新品办公设备市场规模。此外，近年出现了一些为提高速度而对办公设备产品主机进行改装的改造设备，这对正品办公设备的销售亦造成了影响。由于对产品主机销售的影响最终也会影响到售后市场业务，因此，我们与各办公设备厂商一样高度关注二手设备市场的动向。

中国政府出台相关环保政策，要求企业针对包括生产、销售及回收在内的产品周期采取相应措施，《废弃电器电子产品回收处理管理条例》（中国版WEEE）将适用于办公设备产品主机。随着条例的施行，各办公设备厂商的社会责任将会增加。与此同时，预计今后还需继续完善现行的二手设备商、处理商和回收商之间的相关法律制度等。

假冒产品的存在：对售后市场业务的影响

办公设备市场以销售设备和提供相关售后服务业务为主。在中国，墨粉、油墨及零部件等耗材受假冒产品等的影响，与日本和欧美各国相比，难以提高售后市场的销售额和收益。虽然通过采取加大执法打击力度和完善法律制度等措施，公然制售假冒产品的企业有所减少，但市场上依然存在假冒产品。最近，由于假冒产品生产厂商的分工合作、花样翻新以及电商市场的扩大，和以前相比，打击难度加大。此外，日本和欧美各国普遍会签订办公设备全保合同（MC合同），但中资企业往往拒绝签订此类合同，这对各办公设备厂商保持稳定的售后服务业务造成了巨大影响。

产品的正品耗材率因公司和产品细分的不同存在一定的差异，要想保证企业稳定的中长期收益和稳固的事业基础，提高正品耗材的销售率无疑是关键。尤其是在中国市场，低价机型占了需求的一半以上，价格竞争非常激烈，靠办公设备主机提高利润的空间越来越小，通过售后服务带来稳定收益显得愈发重要。

中国办公设备市场的未来

今后的增长与拓展

从中长期来看，即使和发达市场相比，中国办公设备市场仍然巨大。虽然从目前来看，市场上以低价位的黑白低速机为主，但和发达国家过去的经历相同，随着经济的发展，黑白中速机和彩色机的比例有望逐渐增加。实际上，最近的中国市场也毫无例外地发生着变化，各办公设备厂商均倾其全力投入到黑白中速机和彩色机的销售以及提供与软件

等解决方案相结合的增值咨询服务当中。

随着中国国内以微信为代表的社交网络服务（SNS）和电商的迅速普及，要求各厂商采取能够灵活应对市场的销售和市场营销手法。在移动支付方面，中国建立在上述微信功能基础上的微信支付及支付宝等的用户人数位居世界第一。在办公设备的基本功能普遍化，价格竞争激化的形势下，随着人工成本的上升，售后市场业务的整体收益率难免下降。利用移动支付来支付印刷费等，通过提供附加价值实现差异化或将成为未来办公设备行业的发展趋势。日资企业基于对产业与市场的上述认识，开展日常商务活动，并就商务活动中面临的问题等，提出以下改进建议，恳望中国政府采纳。

<建议>

① 废止产品标识标注规定后的替代措施

- 随着该规定的废止，根据《产品质量法》的规定，进口产品也需要采用与国产产品相同的标识标注。例如，需要标注生产厂商名称及地址，但是委托国外生产产品时，与标注委托方的厂商名称及国外地址相比，标注规定允许的进口企业或销售企业的信息对消费者而言更有意义。希望研究制定废止产品标识标注规定后的替代措施。

② 《废弃电器电子产品回收处理管理条例》

- 办公设备产品不同于面向普通消费者的个人产品，已经形成了大规模的二手设备交易市场，设备主机制造企业难以实施回收。加上存在来自国外的水货，很难掌握实际情况。由于二手办公设备产品的回收企业、销售企业、处理企业等，即使没有补贴也能通过处理再利用价值较高的产品或零部件获利，所以不需要支付过多补贴。关于基金额的设定方法及用途，希望对其实际情况进行公开透明的说明，并制定关于信息公开的法规，从而完善相关制度。

③ 《电器电子产品有害物质限制使用管理办法》

- 虽然合格评定制度已开始正式实施，但对于电池，希望能够另行做出技术方面的规定。此外，无论将其认定为产品还是配件，都希望将其从相应的目录中删除，同时，在规则上尽量与欧盟及其他国家保持一致。

④ 查处仿冒产品（耗材）

- 虽然在建设知识产权强国的大方针下，政府部门加强了对侵权产品的查处，但是依然存在大量仿冒产品（耗材）。近年来仿冒产品的制造显现出组织化、分工合作的特点。仿冒产品由多个零部件组装而成，例如墨粉盒和墨水盒由专门的塑料成型工厂制造，再由其他工厂专门负责填充墨粉和墨水。这些塑料成型工厂一般使用极为廉价的盒子，即使被没收也不会对经营造成影响，且很快就可以重新投产，因此惩罚效果甚微，容易反复实施侵权行为。另一方面，塑料成型用的模具价格较高，制造模具本身耗费时间。为提高惩罚效果、防止反复实施侵权，希望有关部门能没收墨粉盒和墨水盒的塑料成型用模具。中国生产的

仿冒产品出口到海外后，可能会加剧侵权产品在海外市场上的流通。特别是在“一带一路”政策的带动下，出口海外的途径及出口量可能增多。据欧盟的相关报告，欧洲查获的仿冒产品，其发货地多为中国及香港。希望海关加强对仿冒产品出口的查扣工作。

⑤ 取缔非法改装设备

- 办公设备的改装设备涉及多个方面，包括变更外观名称进行虚假标注，通过改装办公设备主机的控制器提升速度或追加功能等。改装方法也日趋巧妙，并存在有组织地专门从事改装的企业，消费者大多难辨真伪。为了保护消费者权益，希望继续加强关闭和取缔非法改装企业等。

⑥ 技术标准和产品认证

- 虽然已经开始研究制定低碳产品、生态设计产品、绿色设计产品、绿色产品等新标准，但是旧标准依然有效，企业需要适用的标准不断增加，负担也不断增大。希望新标准与其他标准内容相协调，有计划地进行梳理和汇总。希望今后拟实施新标准时，预留足够的准备时间。
- 不同的认证会要求进行相同内容的试验。例如在申请中国强制认证（CCC认证）和电信设备进网许可证（NAL）时，均需要进行电磁兼容（EMC）测试和浪涌试验，相同的试验进行了2次。并且需要缴纳2次试验费用，给企业带来不必要的负担。希望允许各认证试验结果的通用。