

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年金融危机和2012年以后中国经济增速放缓等因素影响,增长一度放缓。现政府推出“新常态”政策,强调由从投资主导向消费主导转型,促进了经济的发展,办公设备市场进入稳健发展阶段。2020年新冠疫情爆发后,中国政府一度采取了“动态清零”政策,陆续实施了大规模封城措施,所有企业的产销均受到这一政策长期且严重的影响,“动态清零”政策于2022年12月突然取消。2023年上半年,由于“动态清零”政策的结束,办公设备行业的表现相对较好,但从下半年开始,经济下行趋势变得更加明显,无论政府部门还是民间部门都在努力削减开支,导致许多地区的印刷量(Print Volume)减少,设备使用期限延长,设备换新谈判减少,办公设备制造商进入了真正的寒冬期。

中国办公设备市场非常庞大,从中期来看,CL设备在这里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。低价位的黑白机占据主流是中国办公设备市场的主要特点。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。自2019年左右开始,以中美贸易摩擦为契机,在政府相关的商务谈判中,大量出现了要求产品为“中国产”或“中国厂商制造”的“国产”现象,并正逐渐成为行业新趋势。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,受仿冒产品和第三方产品的影响,正品耗材销售并未与市场上主机销量的增长形成联动并随之增长,而各办公设备厂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,既有厂家直销,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。代理商销售可分为直接销售给终端用户和通过二级批发商销售等。近年来,借助系统集成商(System Integrator,简称SI)和京东等巨头平台展开的电子商务,正逐渐成为新的销售渠道,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和喷墨打印技术。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,并逐步向胶印领域渗透。

顾客需求多样化

随着中国经济的发展,终端用户对办公设备领域的需求呈现多样化。例如,通过分析印刷环境和合理配置设备来降低总拥有成本(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。有越来越多的终端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,采用全国统一采购的企业也在逐渐增多。在推进办公室数字化转型的过程中,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

中国办公设备市场的显著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。二手设备的销售渠道多种多样,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、稳固的销售网络和服务方略。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,近年出现了一些对办公设备产品主机进行提速的改装设备,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)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。

仿冒产品的存在: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仿冒产品等的影响,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,公然制售仿冒产品的企业有所减少,但市场上依然存在仿冒产品。最近,由于制售假冒伪劣产品企业的分工合作、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),但中资企业往往很难签订此类合同,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业务基

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。

厂商遵守各种认证和国家标准或公告的负担加重

近年来,有关部门陆续推出了大量的认证、国家标准等规定,即使这些规定不是强制性的,而是推荐性的,但在政府采购中多被作为加分项,让各厂商应对时颇感吃力。很多情况下,新的认证、标准和公告从颁布之日到实施之日的过渡期都非常短暂,企业必须在短时间内做出应对,这一点在后面章节“⑤技术标准及产品认证”的建议中也有提及。

中国办公设备市场的未来

今后的增长与拓展

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进一步提高。实际上,如今的中国市场也不例外,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结合软件等解决方案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。政府主导的商务洽谈,往往会指定中国企业参加,这种情况逐渐增多,而外资制造商无法参加其中的一些商务洽谈,导致每家制造商都需要为获得参与机会做出努力。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

- 随着产品标识标注规定的废止,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。
- 供设备维修服务使用的零部件基本上仅在经销商和最终用户(合同当事人)之间销售。零部件基本上是由具有专业能力的服务人员经手的产

品,希望这些零部件产品包装标签上的标注内容比提供给最终用户的标签内容更为简要,并规定可根据当事人之间合同提供。

② 《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,希望能够另行作出技术方面的规定。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。
- 在新增了管控物质或修订标识要求时,希望考虑到企业应对所需的准备,设置充足的过渡期(至少一年)。

③ 查处仿冒产品(耗材)

- 虽然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)。为提高惩罚效果、防止反复实施侵权,希望有关部门没收墨粉盒和墨水盒的塑料成型模具(这些模具造价高且制造周期较长)。
- 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。根据欧盟的相关报告,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。

④ 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。

⑤ 技术标准及产品认证

- 2016年国务院办公厅印发了《关于建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系的意见》。然而,从实际情况来看,包括低碳产品、生态设计产品、绿色设计产品、绿色产品认证在内,有关新的产品环境标准和认证的探讨从未停止,原有的标准和认证也依然存在。我们担心,随着企业所需应对内容的增加,其负担也将不断加重。希望公开统一规划的相关信息,并进行梳理和整合。
- 建议对强制性标准的实施期做出以下三点修正。最近,中国政府推出了一系列新的强制性标准。自新强制性标准实施之日起,无论是在中国境内生产的产品,还是在境外生产的进口通关产品,其生产企业必须努力在规定期限内达到新的强制性标准。另一方面,对于在新强制性标准实施日之前按照旧标准在中国境内生产或从境外正规进口的产品(以下简称“库存产品”),我们提出以下三点建议:(一)由于此类产品完全符合生产时(进口产品:通关时)执行的强制性标准,因此希望允许继续销售经销商的库存产品。如果在新强制性标准的实施日之后,出于保障健康和财产安全等特殊原因,需要禁止销

售库存产品,则希望根据其内容分别出台相应的法律法规。(二)如果建议(一)在执行层面确有困难,则希望在新强制性标准实施日之后进行的市场抽查中,按照生产时(进口产品:通关时)执行的标准对库存产品进行检查,并规定库存产品经销商不应因销售不符合新强制性标准的产品而承担法律责任。(三)或者,为新强制性标准的执行设置一个过渡期(标准颁布日至实施日),使企业有足够的时间消化库存产品。具体而言,应设置充分的过渡期,过渡期间新版和旧版标准均有效,允许生产(进口)和销售符合新版或旧版任一标准的产品。目前,从标准颁布日到实施日的过渡期通常为一年或更短,有些企业无法在过渡期内完成全面转换,不得不在工厂报废部分库存产品所用零部件,以适应新标准,这给企业带来巨大困扰。同时,过渡期间也不足以让企业消化已采购的库存产品。如果不能提供足够的过渡期,则希望针对上述(一)或(二)做出明确规定。

背景:近期,市场监督管理总局发布意见称,“新强制性标准实施后,不符合新标准要求的产
品,不能再销售。”在这种情况下,新标准从颁布到实施的过渡期通常只有一年,而实际留给生产企业只有几个月的时间,给企业的应对带来极大困难。这是因为企业调整设计和生产本身不易,同时还必须要考虑近年来极为严峻的中国市场上经销商的库存周转率。禁止销售库存产品可能会导致生产企业承担更多的成本,从而将这一负担转嫁给中国消费者,损害消费者利益。希望从保护消费者的立场出发,采纳以上三点建议。

⑥ “安可”与“信创”

希望将“安可”或“信创”制度相关名单予以公开,同时明确所适用的产品范围、要求内容和标准,保证市场准入的透明性和可预见性。特别是在信息安全领域,如果不对准入标准和条件作出明确规定,则使海外企业准入的实际难度增加。此外,从提高可预见性的角度出发,希望公开相关认证产品的信息。

⑦ 信息安全领域的国产化要求

希望不要以中国企业开发和制造作为满足信息安全要求的必要条件。如果仅仅因为是外国企业的产品或者仅仅因为并非中国制造,就将外资企业的产品排除在政府采购之外,那么即使是高安全品质的产品也将被排除在政府采购的范围之外,这是不合理的差别对待,与中国的对外开放政策并不相符。