

中国 LFP(CAD/GIS 用)市場調査報告

2003 年 6 月
GSM 株式会社
中国市場調査グループ

目次

調査概要	1
本報告書で使用するブランド名と中国語略称の対照	2
第 1 章 中国 LFP(CAD/GIS 用)市場規模	3
1.1 2000 年～2005 年全体市場規模及び予測	3
1.2 2000 年～2005 年印字方式別市場規模及び予測	5
1.2.1 インクジェット	9
1.2.2 レーザー/LED	11
●MFP	13
1.3 2002 年～2005 年業種別 LFP 市場規模	15
1.4 2002 年～2005 年用途別市場規模	20
1.5 2000 年～2005 年出力サイズ別 LFP 市場規模	23
1.5.1 インクジェット	27
1.5.2 レーザー/LED	31
1.6 2002 年～2003 年価格帯別 LFP(CAD/GIS 用)市場規模	35
1.6.1 インクジェット	35
1.6.2 レーザー/LED	39
●MFP	42
1.7 2002 年～2003 年ブランド別市場規模	45
1.7.1 インクジェット方式 LFP ブランド別市場規模	49
●出力サイズ別ブランド別市場規模	53
◆A1 サイズ	53
◆A0 サイズ	56
◆A0 以上	59
1.7.2 レーザー/LED 方式 LFP ブランド別市場規模	62
●出力サイズ別ブランド別市場規模	66
◆A1	66
◆A0	69
第 2 章 中国 LFP(CAD/GIS 用)消耗品市場規模	72
2.1 インク市場規模	72
●販売チャネル別市場規模	74
2.2 トナー市場規模	78
2.3 LFP 用メディア市場規模	80
●種類別市場規模	82
第 3 章 LFP 販売チャネル分析	86
3.1 中国 LFP(CAD/GIS)販売チャネル概要	86
3.2 中国 LFP(CAD/GIS)主要代理商	88
3.2.1 西安迪高科技有限公司(迪高)	88
3.2.2 神州数碼(中国)有限公司	89
3.2.3 清華紫光股份有限公司	91
3.2.4 中国大恒(集团)有限公司	92
3.2.5 北京泰利興業科技有限公司	94

3.2.6 北京科都図文弁公設備有限公司	95
3.2.7 北京航天佳捷計算機技術有限公司	96
第 4 章 主要ベンダー販売戦略分析	98
4.1 HP	98
4.2 Epson	105
4.3 Oce	111
4.4 Fuji Xerox	115
4.5 Kip	120
第 5 章 主要 LFP(CAD/GIS)製品/消耗品価格一覧	123
5.1 LFP(CAD/GIS)ハードウェア製品価格	123
5.1.1 インクジェット方式 LFP 製品	123
5.1.2 レーザー/LED 方式 LFP 製品	126
5.2 LFP(CAD/GIS)用消耗品価格	128
5.2.1 インクジェット方式 LFP(CAD/GIS)用インクカートリッジ価格	128
5.2.2 レーザー/LED 方式 LFP(CAD/GIS)用トナー価格	130
5.2.3 LFP(CAD/GIS)用メディア価格	131
● トレーシングペーパー	131
● 普通紙	134
● フォト紙	135
第 6 章 ユーザー調査分析	137
6.1 CAD/GIS 用 LFP 製品ユーザー	137
6.1.1 機械	137
6.1.2 電機	138
6.1.3 出力センター	139
● 広州図書館輸出中心	139
● 俊翔印務	140
● 上海恒中科技有限公司	141
● 上海同絵図文制作公司	142
6.1.4 建設業	144
6.1.5 設備	146
6.1.6 土木	147
6.1.7 地理、天気予報業	150
6.2 グラフィック用 LFP 製品ユーザー	151
6.2.1 写真現像業	151
6.2.2 看板業	152
6.2.3 展示会・イベント会社	155
6.2.4 広告業	156
6.2.5 出力センター	157
6.2.6 出版、印刷業	159

調査概要

1、調査目的

中国大陸における LFP(CAD/GIS 用)製品の市場状況の把握

2、調査対象製品

中国大陸市場で販売されているエンジニアリング(CAD/GIS)用 LFP 製品

*LFP(Large Format Printer)は、最大対応メディアサイズが A1(24 インチ)以上の大判プリンタを指す。

3、調査対象企業

- a. LFP 製品及びその消耗品ベンダー及び中国国内の支社機構：13 社
(北京 5 社、上海 4 社、広州 4 社)
- b. LFP 製品及びその消耗品の中国一次代理：20 社
(北京 9 社、上海 6 社、広州 5 社)
- c. LFP 大型販売店：25 社
(北京 11 社、上海 8 社、広州 6 社)
- d. 関連業界協会：1 社 (信息产业部電子第 52 研究所)

4、調査対象期間及び範囲

- a. 調査対象期間：2000 年～2002 年実績、2003 年～2005 年予測
- b. 調査対象地域：香港、マカオ、台湾を除く中国大陸（以下「中国」とする）

5、調査方法

- a. 調査対象に対する直接訪問インタビュー調査
- b. 調査対象に対する電話調査
- c. ベンダー、販売店のパンフレット及びコンピュータ、プリンタ関連専門誌紙広告調査
- d. 政府関連機関の発表による統計データ調査

6、調査期間

2003 年 2 月 20 日～2003 年 5 月 10 日

注：本報告書の表中にある数値は表示以下の桁を四捨五入したものである。合計や比率計算は表示されない桁数値を含めた実数で行っている為、表示上の数値により計算した合計、比率と多少異なる場合もある。尚、「販売台数」は中国国内製品の場合はベンダーの販売部門からの出荷台数、輸入品の場合は中国国内販売子会社または一次代理からの出荷台数とした。売り上げ金額は国産品、輸入品ともに小売価格ベースとした。