

# SuperBrand 打印机品牌报告

打印机和我们的生活和工作总是形影不离。消费者面对市场上多种多样的打印机品牌，应该如何选择呢？目前，打印机行业中的海外品牌占据了领先地位。为什么国产打印机品牌很少见？国产打印机品牌又该如何寻求自身的突破？

根据第三方测评机构消费者报告（Consumer Reports），图表一展示了美国市场上消费者评价最高的几款打印机机型。按照类别划分，具备打印机、复印机及扫描仪功能的多功能一体机受到较高关注，前四位的品牌分别为爱普生、Brother（兄弟）、佳能和惠普，制造商均来自美国和日本。常规打印机又分喷墨式打印机和激光打印机，关注度较高的品牌分别为美国的惠普、爱普生和韩国的三星。测评打印机性能的横向指标包括质量、速度、能耗和易用性等，同时也综合考虑了价格因素，最后得出各品牌的加权分。

图表1 Consumer Report打印机品牌排名

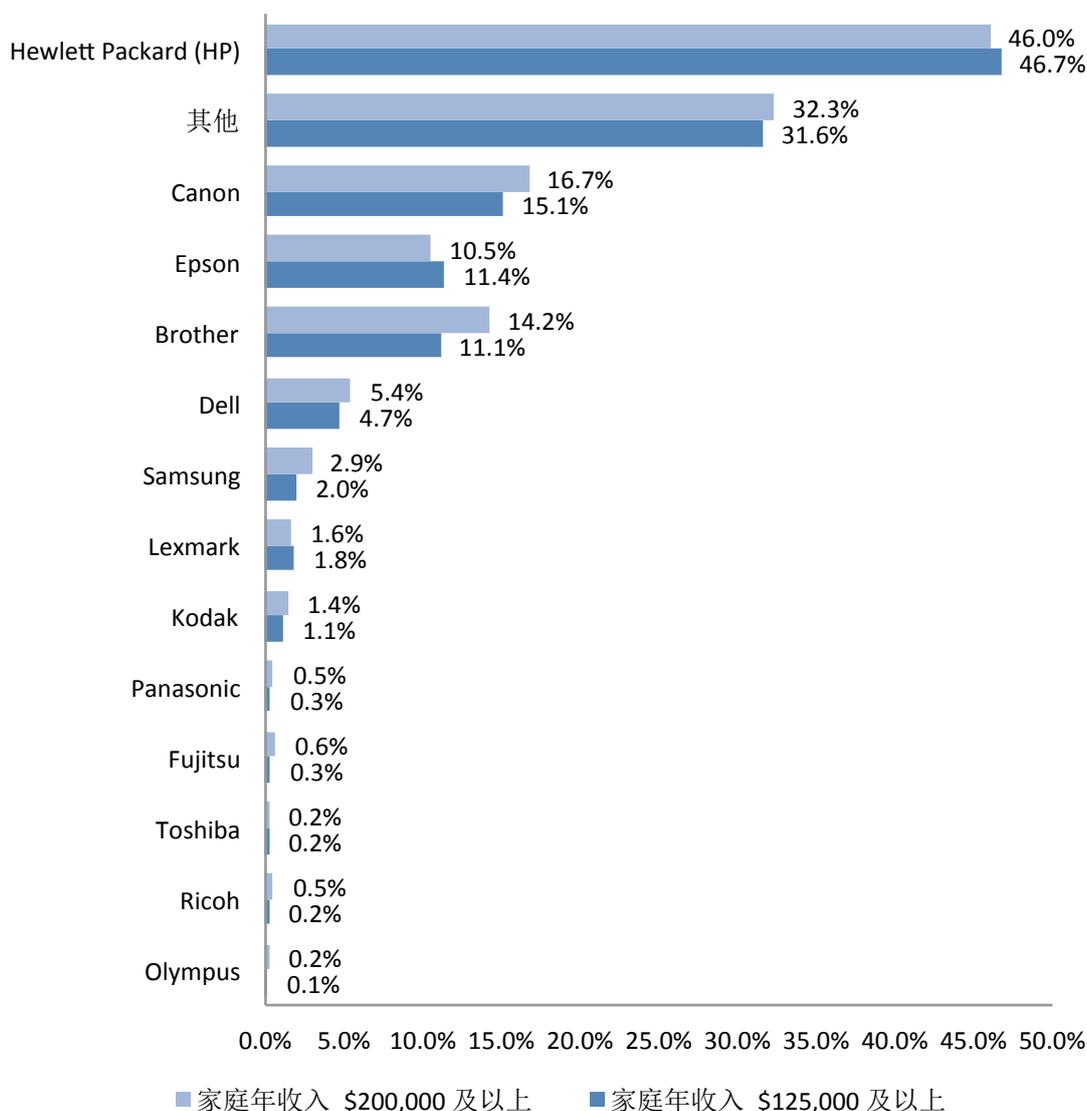
类别	排名	品牌	国家	加权分	型号	打印质量	速度	扫描质量	复印质量	能耗	易用性
All-in-one Printer 多功能打印机	1	爱普生 	美国	73	XP-640 XP-830 WF-5690 WF-4630	A	A++	A+	A+	A+	A+
	2	Brother 	日本	70	MFC-J680DW	A	A+	A+	A+	A+	A+
	3	佳能 	日本	70	Pixma MX532	A+	A+	A++	A+	A	A++
	4	惠普 	美国	69	Envy 5660 OfficeJet 250 Mobile	A+	A++	A+	A+	A+	A+

类别	排名	品牌	国家	加权分	型号	打印质量	速度	墨盒性能	能耗	易用性	
Regular Printer 常规打印机	喷墨式打印机	1	惠普 	美国	70	Officejet 200 Mobile	A+	A++	A+	A- -	A++
		2	爱普生 	韩国	65	WF-5190 WF-100	A	A+	A	A+	A+
	黑白激光打印机	1	三星 	韩国	82	M2835DW	A++	A++	A++	A++	A++
		2	惠普 	美国	77	M501dn	A++	A++	A++	A+	A++
	彩色激光打印机	1	三星 	韩国	68	C2620DW C430W	A+	A++	A++	A+	A
		2	惠普 	美国	65	M252dw M452nw	A	A++	A++	A+	A+

\* 其中加权分以及各项指标评分由 SuperBrand 根据每个产品的评分以及排名加权获得

根据Ipsos和Statista发布的2017年美国富裕家庭喜爱打印机品牌数据显示（见图表2），约46%的富裕家庭（年收入高于20万美元）会选择惠普牌的打印机，佳能占16.7%，其次是Brother（兄弟）、爱普生（10.5%）、戴尔（5.4%）和三星（2.9%）。这些打印机品牌主要来自美国、韩国和日本这三个国家。

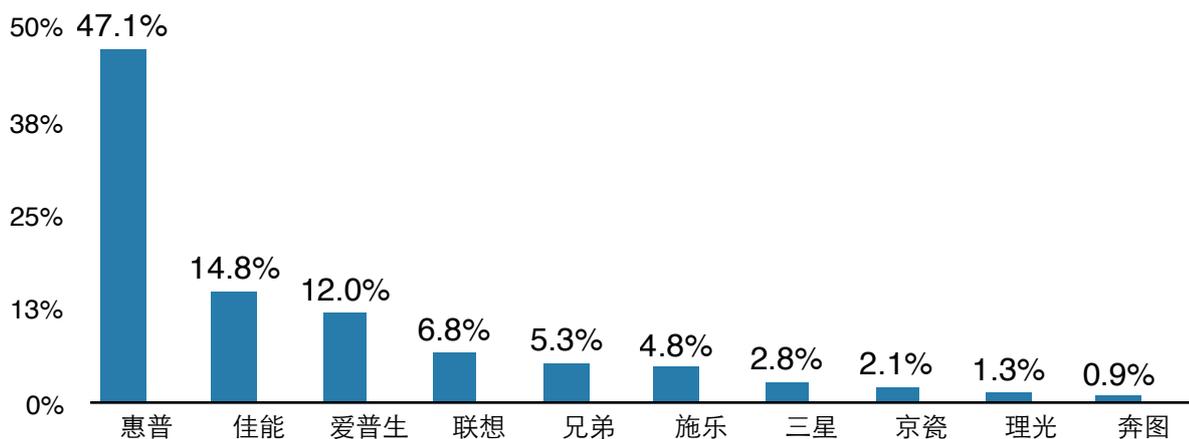
图表3 2017年美国富裕家庭喜爱打印机品牌排行



数据来源: Ipsos

打印机行业中，品牌关注度受品牌市场份额的影响较大。中国内销市场份额上（见图表3），据运营商数据网2017年度统计，惠普占据了半壁江山（47.1%），其次是佳能（14.8%）和爱普生（12%）；国产品牌联想占6.8%，市场份额位列第四；其余品牌还包括兄弟（5.3%）、施乐（4.8%）、三星（2.8%）、京瓷（2.1%）、理光（1.3%）和国产品牌奔图（0.9%）。惠普作为一个老派IT巨头，中国市场是他们艰难转型期间重获增长的机会。惠普的成功也很大程度上归功于品牌睿智的本土化策略和长久以来塑造的品牌资产，使得旗下的激光打印机、多功能一体化设备机销量逐年上升。

图表3 2017年中国市场打印机品牌份额占比



数据来源：World Wide Web- 2017年度中国数码行业研究报告

### 打印机市场多变，国产厂商需寻求新发展

近年来，中国打印机企业的生产能力不断提升，中国打印机在出货量和进出口方面均表现出良好态势。惠普、爱普生、佳能等世界著名跨国企业纷纷在中国建立生产基地。据统计，全球每2.5台打印机中就有一台来自“中国制造”。从打印机的全球市场竞争格局看，目前的打印机除了惠普和爱普生等几个欧美厂商，市场完全被日韩厂商占据。同时，打印产业行业格局特殊，研发投入大大且技术壁垒高，整机利润基本为零。在此背景下，国产打印机商家如联想、佳博集团、映美和新北洋等，生存空间狭小，品牌知名度也不够。近几年来，这些厂商通过核心技术研发和并购重组等方式不断突破壁垒，逐渐打开国内外市场，但同国外的打印机巨头品牌仍有巨大的差距。

但我们也看到，随着移动设备的日益普及和企业办公无纸化的发展趋势，人们对传统打印的需求正逐年下降。同时，复合打印机、3D打印机、移动办公解决方案等名词正成为打印机市场的新的增长点。打印机品牌重点倾向于用户体验和消费者需求。国产打印机品牌可以把握住当下的机遇，寻求技术突破，从低端为海外厂商贴牌和规模化生产向高端技术制造转变，掌握新消费趋势下的核心技术和产业链。与此同时，还需针对国内外多元化的市场需求，与特定的细分市场和消费人群制定合理的品牌战略和营销策略。未来，国产的打印机品牌还有更长远的路要走。