



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国文具市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国文具市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282556.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

近年来，随着儿童、学生、办公消费群体的扩大和消费能力的提升，中国文具市场规模呈扩大趋势。未来，伴随我国城镇化水平的不断提升、居民消费水平持续增长以及国家对教育事业的大力投入，我国文具市场预计以后年度仍将持续增长。

目前，我国文具行业历经长期发展、变革与完善，已形成了"小商品、大市场，小企业、大行业"的特点，逐渐步入平稳成熟阶段，行业规范化和集中度逐步提高。

2014年，我国城镇常住人口数量达74,916万，城镇化率达到54.77%。根据联合国统计局数据，2014年中国的城市化率为54.41%，而同年，美国、英国、法国、德国、韩国等国家的城市化率水平均在75%以上。

2014年我国城镇居民和农村居民人均年度现金消费支出分别为19,968.00元和8,383.00元，城镇居民人均年度消费支出是农村居民的2.38倍。随着我国城镇化建设的不断推进，文具消费群体尤其是城镇消费群体的持续扩大，为我国文具行业的发展奠定良好的消费者基础。

文具细分市场也将有一定规模。2014年我国书写工具市场规模已达264.48亿元。

2014年我国各教育阶段在校（园）生总数达到24,822.3万，庞大的学生群体成为拉动学生文具需求的重要动力。2015年我国学生文具市场规模达到135.70亿元。各阶段教育在校（园）生数量（万人）幼儿园4,050.7小学9,451.1初中4,384.6普通高中2,400.5中等职业教育1,802.9普通本专科2,547.7研究生184.8总计24,822.3

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 文具相关概述

1.1 文具基本概念

1.1.1 文具的起源与发展历程

1.1.2 文具主要类别

1.1.3 文具制造业介绍

1.2 文具行业三种业态简介

1.2.1 零售模式

1.2.2 批发分销模式

1.2.3 直销模式

第二章 2013-2015年世界文具行业的发展

2.1 日本

2.1.1 日本文具礼品市场概述

2.1.2 日本文具业发展形势分析

2.1.3 日本儿童文具发展趋向

2.1.4 日本政府部门推行统一购买文具方针

2.1.5 日本推出邮政主题文具商品

2.2 俄罗斯

2.2.1 俄罗斯文具市场简况

2.2.2 俄罗斯文具市场格局分析

2.2.3 俄罗斯文具市场发展分析

2.3 其它国家

2.3.1 印度文具行业状况分析

2.3.2 南非学生文具市场容量浅析

2.3.3 韩国文具市场现状透视

2.3.4 越南文具市场发展概况

2.3.5 泰国文具企业拟开拓网上市场

第三章 2013-2015年中国文具行业的发展

3.1 2013-2015年中国文具行业概况

3.1.1 国内文具行业发展综述

3.1.2 中国文具行业特征解析

3.1.3 中国文具行业的发展现状

3.1.4 我国学生文具国标解读

3.1.5 我国建设首个国家级文具产业示范区

3.2 中国文具产业链商业模式剖析

3.2.1 文具产业链发展概述

3.2.2 生产环节样本企业分析

3.2.4 文具产业链渠道控制分析

- 3.3 文具行业实施标准化战略分析
 - 3.3.1 文具行业实施标准化战略意义重大
 - 3.3.2 文具行业实施标准化战略作用表现
 - 3.3.3 文具行业实施标准化战略应注意的问题
- 3.4 动漫与文具合作开发探析
 - 3.4.2 文具与动漫行业合作开发市场探索
 - 3.4.3 文具企业卡通领域开发动态
- 3.5 文具业品牌化发展概况
 - 3.5.1 我国文具行业品牌发展分析
 - 3.5.2 中国文具业品牌突围战略
 - 3.5.3 文具行业品牌化提升措施
 - 3.5.4 文具行业品牌战略模式案例分析
- 3.6 文具行业发展面临的挑战
 - 3.6.1 我国文具行业存在的主要问题
 - 3.6.2 我国文具行业面临的新挑战
 - 3.6.3 文具行业管理的难点
 - 3.6.4 文具业经营的十大误区
 - 3.6.5 我国文具行业亟待规范整顿
- 3.7 文具行业的发展对策
 - 3.7.1 我国传统文具业应向高端转移
 - 3.7.2 中国文具企业市场开拓战略
 - 3.7.3 我国文具企业的运营策略
 - 3.7.4 文具市场的营销策略
 - 3.7.5 国内文具企业发展对策

第四章 中国文具制造业财务状况分析

- 4.1 中国文具制造业经济规模
 - 4.1.1 2010-2014年文具制造业销售规模2011-2015.10规模以上文具制造公司营业收入
 - 4.1.2 2010-2014年文具制造业利润规模
 - 4.1.3 2010-2014年文具制造业资产规模
- 4.2 中国文具制造业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2010-2014年文具制造业亏损面

- 4.2.2 2010-2014年文具制造业销售毛利率
- 4.2.3 2010-2014年文具制造业成本费用利润率
- 4.2.4 2010-2014年文具制造业销售利润率
- 4.3 中国文具制造业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2010-2014年文具制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2014年文具制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2014年文具制造业总资产周转率
- 4.4 中国文具制造业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2010-2014年文具制造业资产负债率
 - 4.4.2 2010-2014年文具制造业利息保障倍数
- 4.5 中国文具制造业财务状况综合评价
 - 4.5.1 文具制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 影响文具制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2013-2015年文具市场分析

- 5.1 2013-2015年文具市场概况
 - 5.1.1 中国文具市场发展综述
 - 5.1.2 我国文具市场面临的形势分析
 - 5.1.3 推动我国文具市场发展的新因素
 - 5.1.4 品牌文具厂商经营模式谋变
 - 5.1.5 文具市场产品发展的新动向
- 5.2 文具行业渠道分析
 - 5.2.1 国内文具渠道的发展变革
 - 5.2.2 文具行业传统与新兴渠道的博弈
 - 5.2.3 文具商品与批发市场的关联性
 - 5.2.4 我国三大文具批发市场介绍
 - 5.2.5 中国文具批发市场调查分析
- 5.3 办公文具市场
 - 5.3.1 办公用品市场发展概况
 - 5.3.2 中国办公文具批发市场分析
 - 5.3.3 办公文具企业营销策略分析
 - 5.3.4 浅析办公用品营销之大客户管理策略

5.4 学生文具市场

5.4.1 我国学生文具30年发展变化

5.4.2 国内最大学生文具研发中心启用

5.4.3 学生文具市场消费情况分析

5.4.4 学生文具市场调查分析

5.4.5 学生文具市场发展潜力大

第六章 2013-2015年笔类文具市场分析

6.1 2013-2015年制笔行业概况

6.1.1 中国制笔行业发展成就

6.1.2 2012年制笔行业经济运行分析

6.1.3 2012年中国制笔行业发展盘点

6.1.4 2013年我国制笔行业标准发布情况

6.1.5 2013年墨西哥对我国铅笔发起反倾销调查

6.1.6 2014年制笔行业发展态势

6.2 2012-2014年中国笔类产品进出口数据分析

6.2.1 2012-2014年中国笔类产品进出口总量分析

6.2.2 2012-2014年主要省市笔类产品进出口情况分析

6.2.3 2012-2014年主要贸易国笔类产品进出口情况分析

6.3 2013-2015年制笔业主要区域分析

6.3.1 浙江温州

6.3.2 浙江省桐庐县分水镇

6.3.3 江西文港镇

6.3.4 浙江丽水

6.3.5 浙江宁波

6.3.6 浙江义乌

6.3.7 上海

6.4 笔类市场发展综述

6.4.1 国际笔类市场发展特点

6.4.2 国内笔类市场剖析

6.4.3 笔类市场品牌效应分析

6.4.4 我国可擦笔市场概述

6.5 制笔行业发展面临的问题及对策

6.5.1 国内制笔业发展的困惑

6.5.2 我国制笔产业集群建设的思考

6.5.3 国内制笔工业名牌战略分析

6.5.4 我国制笔业技术改造目标

第七章 2013-2015年纸制品文具发展分析

7.1 纸制品文具相关概述

7.1.1 纸制品文具简介

7.1.2 纸制品文具发展的有利因素

7.1.3 纸制品文具发展的不利因素

7.2 纸制品文具行业概况

7.2.1 中国纸制品生产和消费情况

7.2.2 我国纸制品文具行业发展概况

7.2.3 纸制品文具行业特点浅析

7.2.4 纸制品文具行业技术水平

7.2.5 纸制文具未来发展趋向

7.3 纸制文具市场分析

7.3.1 纸制文具市场特点

7.3.2 国际纸制品文具市场概况

7.3.3 国内纸制品文具市场剖析

7.3.4 纸制品文具市场竞争状况

7.4 2012-2014年纸制品文具行业进出口数据分析

7.4.1 2012-2014年中国纸制品文具进出口总量分析

7.4.2 2012-2014年主要省市纸制品文具进出口情况分析

7.4.3 2012-2014年主要贸易国纸制品文具进出口情况分析

第八章 2013-2015年浙江宁波文具行业发展分析

8.1 2013-2015年宁波文具产业发展综述

8.1.1 宁波文具产业圈介绍

8.1.2 宁波文具业发展优势分析

8.1.3 宁波文具产业的发展壮大

- 8.1.4 宁波文具产业发展现状分析
- 8.1.5 宁波文具产业发展建议
- 8.2 宁波文具产业发展规划
 - 8.2.1 宁波文具产业总体发展思路
 - 8.2.2 宁波文具产业区域布局重点
 - 8.2.3 宁波文具产业发展重点
- 8.3 2013-2015年宁海县文具产业分析
 - 8.3.1 宁海文具产业发展状况
 - 8.3.2 宁海文具产品出口情况
 - 8.3.3 宁海借创意提升文具产业发展
 - 8.3.4 宁海文具企业纷纷进军电商市场
- 8.4 宁海文具产业发展的目标与挑战
 - 8.4.1 宁海与先进文具制造业基地的差距
 - 8.4.2 宁海文具产业发展存在的主要问题
 - 8.4.3 宁海文具产业转型升级发展重点

第九章 2013-2015年广东文具行业发展分析

- 9.1 广州
 - 9.1.1 广州文具行业发展简况
 - 9.1.2 广州文具市场发展规模
 - 9.1.3 广州文具市场商圈分析
 - 9.1.4 广州文具批发市场管理升级分析
- 9.2 深圳
 - 9.2.1 深圳文具行业发展总体状况
 - 9.2.2 深圳罗湖区文具市场概况
 - 9.2.3 深圳福田区文具市场概况
 - 9.2.4 深圳南山区文具市场概况
- 9.3 汕头
 - 9.3.1 汕头文具行业发展初具规模
 - 9.3.2 汕头文具行业发展的优势条件
 - 9.3.3 汕头潮南区逐渐成为全国文具重要生产基地
 - 9.3.4 汕头潮南区大力推动文具产业的发展

第十章 2013-2015年中国文具对外贸易分析

10.1 2013-2015年中国文具出口概况

10.1.1 中国文具用品进出口状况

10.1.2 中国文具出口的量价特征

10.1.3 我国学生文具出口态势分析

10.2 2013-2015年中国文具外销市场分析

10.2.1 中国文具占据马来西亚市场的90%

10.2.2 中国文具出口欧洲探索

10.2.3 欧盟市场新规开始实施

10.2.4 文具出口美国市场面临新规限制

10.3 技术性贸易壁垒对文具行业出口影响分析

10.3.1 技术性贸易壁垒相关概述

10.3.2 技术性贸易壁垒对我国文具行业出口的影响

10.3.3 中国文具行业应对技术性贸易壁垒的措施

10.4 中国文具出口的相关问题及策略分析

10.4.1 文具行业出口面临的主要挑战

10.4.2 文具出口产品包装有待加强

10.4.3 我国文具出口的发展出路与对策

第十一章 文具行业投资分析

11.1 中国文具业SWOT分析

11.1.1 优势 (Strength)

11.1.2 劣势 (Weakness)

11.1.3 机会 (Opportunity)

11.1.4 威胁 (Threat)

11.2 文具行业投资形势及建议

11.2.1 文具行业投资形势分析

11.2.2 文具行业投资面临的风险

11.2.3 文具行业的投资建议

11.3 文具行业加盟连锁投资分析

11.3.1 文具品牌连锁专卖店的理念剖析

11.3.2 专业办公文具加盟连锁店可行性分析

11.3.3 办公用品企业加盟连锁细节分析

第十二章 2017-2022年文具行业发展的前景预测

12.1 2017-2022年中国文具制造行业预测分析

12.1.1 影响中国文具制造业发展因素分析

12.1.2 2017-2022年中国文具制造行业销售收入预测

12.1.3 2017-2022年中国文具制造行业利润预测

12.1.4 2017-2022年中国文具制造行业产值预测

12.2 文具业发展趋势分析

12.2.1 文具行业未来发展趋势

12.2.2 新形势下我国文具行业的发展趋向

12.2.3 文具行业的发展出路

12.2.4 文具产品的发展趋势

第十三章 文具行业重点企业

13.1 浙江广博集团股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 未来前景展望

13.2 深圳市齐心文具股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望

13.3 中国第一铅笔有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 运营状况分析

13.3.3 企业发展动态

图表目录：

图表 印度文具对外贸易情况

图表 近年来史泰博营收情况

图表 史泰博各项业务占比

图表 近年来史泰博盈利指标

图表 2010-2014年文具制造业销售收入

图表 2010-2014年文具制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2013年文具制造业不同规模企业销售额

图表 2013年文具制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2014年文具制造业不同规模企业销售额

图表 2014年文具制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2012-2013年文具制造业不同所有制企业销售额

图表 2013年文具制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2014年文具制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年文具制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2010-2014年文具制造业利润总额

图表 2010-2014年文具制造业利润总额增长趋势图

图表 2012-2013年文具制造业不同规模企业利润总额

图表 2013年文具制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2014年文具制造业不同规模企业利润总额

图表 2014年文具制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2012-2013年文具制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年文具制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年文具制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2010-2014年文具制造业资产总额

图表 2010-2014年文具制造业总资产增长趋势图

图表 截至2014年底文具制造业不同规模企业总资产

图表 截至2014年底文具制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2014年底文具制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2014年底文具制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2010-2014年文具制造业亏损面

图表 2010-2014年文具制造业亏损企业亏损总额

图表 2010-2014年文具制造业销售毛利率趋势图

图表 2010-2014年文具制造业成本费用率

图表 2010-2014年文具制造业成本费用利润率趋势图

图表 2010-2014年文具制造业销售利润率趋势图

图表 2010-2014年文具制造业应收账款周转率对比图

图表 2010-2014年文具制造业流动资产周转率对比图

图表 2010-2014年文具制造业总资产周转率对比图

图表 2010-2014年文具制造业资产负债率对比图

图表 2010-2014年文具制造业利息保障倍数对比图

图表 文具生产厂家不同销售渠道所占比例均值比较图

图表 批发市场商家客户构成情况

图表 经营者主要客户来源的区域分析

图表 批发市场经营者的销售模式

图表 结算方式统计表

图表 商家在经营中了解市场信息与进行产品推广的途径选择分析

图表 选择经营地址考虑的因素

图表 对批发市场的满意度分析

图表 中国文具行业批发市场发展趋势调查

图表 文具采购地点比例分布

图表 客户服务的组成

图表 组织关系架构图

图表 儿童对不同产品的消费决策权与家长影响力

图表 学生文具主要购买场所

图表 八项制笔行业标准编号、名称一览表

图表 2012-2014年中国笔类产品对外贸易总量

图表 2012-2014年中国笔类产品对外贸易总量趋势图

图表 2012-2014年中国笔类产品进口总量

图表 2012-2014年中国笔类产品进口总量趋势图

图表 2012-2014年中国笔类产品出口总量

图表 2012-2014年中国笔类产品出口总量趋势图

图表 2012-2014年中国笔类产品进、出口数量对比图

图表 2012-2014年中国笔类产品进、出口金额对比图

图表 2012年主要省市笔类产品进口情况

图表 2013年主要省市笔类产品进口情况

图表 2014年主要省市笔类产品进口情况

图表 2012年主要省市笔类产品出口情况

图表 2013年主要省市笔类产品出口情况

图表 2014年主要省市笔类产品出口情况

图表 2012年主要贸易国笔类产品进口情况

图表 2013年主要贸易国笔类产品进口情况

图表 2014年主要贸易国笔类产品进口情况

图表 2012年主要贸易国笔类产品出口情况

图表 2013年主要贸易国笔类产品出口情况

图表 2014年主要贸易国笔类产品出口情况

图表 2005-2012年纸制品生产和消费情况

图表 2012年纸制品生产企业经济类型与规模结构

图表 2013年纸制品生产企业主要经济指标情况

图表 2012-2014年中国纸制品文具对外贸易总量

图表 2012-2014年中国纸制品文具对外贸易总量趋势图

图表 2012-2014年中国纸制品文具进口总量

图表 2012-2014年中国纸制品文具进口总量趋势图

图表 2012-2014年中国纸制品文具出口总量

图表 2012-2014年中国纸制品文具出口总量趋势图

图表 2012-2014年中国纸制品文具进、出口数量对比图

图表 2012-2014年中国纸制品文具进、出口金额对比图

图表 2012年主要省市纸制品文具进口情况

图表 2013年主要省市纸制品文具进口情况

图表 2014年主要省市纸制品文具进口情况

图表 2012年主要省市纸制品文具出口情况

图表 2013年主要省市纸制品文具出口情况

图表 2014年主要省市纸制品文具出口情况

图表 2012年主要贸易国纸制品文具进口情况

图表 2013年主要贸易国纸制品文具进口情况

图表 2014年主要贸易国纸制品文具进口情况
图表 2012年主要贸易国纸制品文具出口情况
图表 2013年主要贸易国纸制品文具出口情况
图表 2014年主要贸易国纸制品文具出口情况
图表 宁海县文具行业转型升级的龙头企业
图表 2017-2022年中国文具制造行业产品销售收入预测
图表 2017-2022年中国文具制造行业累计利润总额预测
图表 2017-2022年中国文具制造行业产值预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282556.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。