

2021年中国文具市场调研报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国文具市场调研报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/535272535272.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

文具行业是我国轻工产业发展最迅速、最完善的行业之一，在经历20世纪90年代至2012年的高速发展阶段后，我国文具市场现已不如平稳增长的成长后期，2019年中国文具市场规模达到726.1亿元，其中办公文具市场规模为550.1亿元，同比增长4.4%；学生文具市场规模为176.0亿元，同比增长6.75%。

2015-2019年中国文具市场规模 数据来源：公开资料

一、供应商的议价能力

目前，我国企业已在书写工具设计、笔芯制造、模具开发等环节达到成熟或国际领先的技术水平，并实现了笔头和墨水自主生产，但在笔头和墨水的制造设备研发、原材料及核心部件制造方面仍较国际企业有一定差距，并且对外依赖较强，因此，国外原材料价格和人民币汇率仍是主要的影响因素，而龙头企业更容易凭借规模优势压低进口价格，从而获得成本优势。

二、购买者的议价能力

除了办公市场，学生群体是我国文具消费的第二大来源。文具是学生必不可少的学习用品，是刚需。目前我国在校生超过2亿人，文具制造业500多个亿，可见行业本身需求巨大。而对于学生而言，单买的较多，团购较少，因此对于价格判断能力较低，总体议价能力更弱。

2015-2020年我国在校学生人数（万人） 数据来源：国家教育部

三、新进入者的威胁

文具行业竞争激烈，进入壁垒较低，但成为行业龙头企业并获得较高的盈利水平，则主要存在品牌壁垒、营销网络壁垒、技术及设计壁垒。总体来看，新进入者的威胁较大。文具行业主要进入壁垒

壁垒

特征

品牌壁垒

市场认知度和美誉度是品牌竞争力的综合表现。就文具行业的两大需求市场而言，学生消费人群更喜好新颖性、时尚性的文具品牌，办公消费人群则更青睐于功能性和专业性的文具品牌。领先企业通过多年的产品定位和市场推广，已经建立了比较牢固的品牌优势和较高的市场知名度，且拥有了广泛的消费人群，而新的进入者想要为不同消费人群所接受并形成一定的粘性，不仅需要投入高额的品牌推广费用，还需要长时间的积累

营销网络壁垒

文具产品属于快速消费品，因此兼具广度和深度的营销网络是企业产品及时高效实现销售的重要保证。对终端全覆盖的营销网络能全面提升企业品牌形象，迅速抢占并巩固其市场份额，并能对行业需求变化做出及时和快速的反应。但营销网络的建设和维护需要投入大量的人

力、物力和财力，而稳定、高效的销售队伍建设更是需要建立一套完善、科学的管理体系。行业的新进入者很难在短时间内搭建健全而完善的营销体系

技术及设计壁垒

文具产品的生产包括笔头的制造、墨水、各种颜色料等的制备以及笔头、墨水的匹配技术、精密模具及注塑加工等，其核心技术涉及精密制造和精细化工研究领域，难度较高。此外，文具生产企业需具有较高的工业造型和外观设计水平才能满足不同消费人群对文具产品的需求，如果没有长期的技术积累和专业的研发、设计队伍，企业很难从众多竞争者中脱颖而出

资料来源：公开资料

四、替代品的威胁

电脑、智能手机等的智能产品，可以替代文具进行记录、教学等。但是也只能代替部分功能，不可能完全替代文具本身的作用，因此替代品的威胁不是很大。因此，文具的替代性更多来自同类型品牌的替代。

五、同业竞争者的竞争程度

文具生产技术与行业进入壁垒较低，目前我国从事文具行业制造的企业接近万家，而整条文具产业链上下游企业多达10万余家，可见虽然文具行业本身市场巨大，行业竞争异常激烈。

2010-2020年H1我国文具用品相关企业注册量 数据来源：企查查

我国文具行业TOP5晨光、齐心、得力、广博、真彩均为本土企业，年销售规模均达到10亿元以上，但集中度较低，CR4不到17%

我国文具行业品牌市占率 数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国文具市场调研报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国文具行业发展概述

第一节 文具行业发展情况概述

- 一、文具行业相关定义
- 二、文具行业基本情况介绍
- 三、文具行业发展特点分析
- 四、文具行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、文具行业需求主体分析

第二节 中国文具行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、文具行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国文具行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国文具行业生命周期分析

- 一、文具行业生命周期理论概述
- 二、文具行业所属的生命周期分析

第四节 文具行业经济指标分析

- 一、文具行业的赢利性分析

二、文具行业的经济周期分析

三、文具行业附加值的提升空间分析

第五节 中国文具行业进入壁垒分析

一、文具行业资金壁垒分析

二、文具行业技术壁垒分析

三、文具行业人才壁垒分析

四、文具行业品牌壁垒分析

五、文具行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球文具行业市场发展现状分析

第一节 全球文具行业发展历程回顾

第二节 全球文具行业市场区域分布情况

第三节 亚洲文具行业地区市场分析

一、亚洲文具行业市场现状分析

二、亚洲文具行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲文具行业市场前景分析

第四节 北美文具行业地区市场分析

一、北美文具行业市场现状分析

二、北美文具行业市场规模与市场需求分析

三、北美文具行业市场前景分析

第五节 欧洲文具行业地区市场分析

一、欧洲文具行业市场现状分析

二、欧洲文具行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲文具行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界文具行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球文具行业市场规模预测

第三章 中国文具产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品文具总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国文具行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国文具产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国文具行业运行情况

第一节 中国文具行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国文具行业市场规模分析

第三节 中国文具行业供应情况分析

第四节 中国文具行业需求情况分析

第五节 我国文具行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国文具行业供需平衡分析

第七节 中国文具行业发展趋势分析

第五章 中国文具所属行业运行数据监测

第一节 中国文具所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国文具所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国文具所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国文具市场格局分析

第一节 中国文具行业竞争现状分析

一、中国文具行业竞争情况分析

二、中国文具行业主要品牌分析

第二节 中国文具行业集中度分析

一、中国文具行业市场集中度影响因素分析

二、中国文具行业市场集中度分析

第三节 中国文具行业存在的问题

第四节 中国文具行业解决问题的策略分析

第五节 中国文具行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国文具行业需求特点与动态分析

第一节 中国文具行业消费市场动态情况

第二节 中国文具行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 文具行业成本结构分析

第四节 文具行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国文具行业价格现状分析

第六节 中国文具行业平均价格走势预测

一、中国文具行业价格影响因素

二、中国文具行业平均价格走势预测

三、中国文具行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国文具行业区域市场现状分析

第一节 中国文具行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区文具市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区文具市场规模分析

四、华东地区文具市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区文具市场规模分析

四、华中地区文具市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区文具市场规模分析

四、华南地区文具市场规模预测

第九章 2017-2020年中国文具行业竞争情况

第一节 中国文具行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国文具行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国文具行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 文具行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国文具行业发展前景分析与预测

第一节 中国文具行业未来发展前景分析

一、文具行业国内投资环境分析

二、中国文具行业市场机会分析

三、中国文具行业投资增速预测

第二节 中国文具行业未来发展趋势预测

第三节 中国文具行业市场发展预测

一、中国文具行业市场规模预测

二、中国文具行业市场规模增速预测

三、中国文具行业产值规模预测

四、中国文具行业产值增速预测

五、中国文具行业供需情况预测

第四节 中国文具行业盈利走势预测

一、中国文具行业毛利润同比增速预测

二、中国文具行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国文具行业投资风险与营销分析

第一节 文具行业投资风险分析

一、文具行业政策风险分析

二、文具行业技术风险分析

三、文具行业竞争风险

四、文具行业其他风险分析

第二节 文具行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国文具行业发展战略及规划建议

第一节 中国文具行业品牌战略分析

一、文具企业品牌的重要性

二、文具企业实施品牌战略的意义

三、文具企业品牌的现状分析

四、文具企业的品牌战略

五、文具品牌战略管理的策略

第二节 中国文具行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国文具行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 文具行业竞争力提升策略

一、文具行业产品差异性策略

二、文具行业个性化服务策略

三、文具行业的促销宣传策略

四、文具行业信息智能化策略

五、文具行业品牌化建设策略

六、文具行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国文具行业发展策略及投资建议

第一节 中国文具行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国文具行业营销渠道策略

一、文具行业渠道选择策略

二、文具行业营销策略

第三节 中国文具行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国文具行业重点投资区域分析

二、中国文具行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/535272535272.html>