

2018年中国艺术纸市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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《2018年中国艺术纸市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/shengtaizaozhi/346474346474.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

近几年来，艺术纸在我国的书藉装帧设计中已被广泛运用。艺术纸在书藉装帧中的出现让设计师们手头又多了一种有效的编辑手段。然而缤纷多样的艺术纸也给广大的设计师们出了难题——如何选择并运用“各色各样”的艺术纸，使之与书藉内容和谐并产生美感，同时使艺术纸成为促进书藉销售的又一有力武器。图：书藉装帧设计中艺术纸 资料来源：互联网

一、书藉装帧设计中艺术纸应用的特点

本文所论述的艺术纸，是指区别于传统的各种普通印刷用纸，而用于文化包装的纸。这类纸张加工设备特殊、工艺特殊，纸张成形后具有丰富的色彩和独特的纹理。

艺术纸可根据纸浆、染色工艺、压花方式的不同，分为各个类别。然而对于设计师而言更多地应该关注艺术纸的纸质、色彩、纹理等方面。在书藉设计中，艺术纸的应用具有以下的特点。

（一）应用范围——商品外观设计范畴

书藉是商品，是一种特殊的商品，是满足大众精神需求的商品。书藉是商品，书藉装帧设计属于书藉这种商品的包装设计。而艺术纸在书藉装帧设计中是一个重要的构成要素，因此书藉装帧设计中艺术纸的运用属于对书藉这种商品的外观设计的范畴。明乎此，我们在实际应用中，就必须考虑到艺术纸最终是用来促进商品生产、销售、使用的。所以艺术纸的使用要考虑到在书藉流通过程中的各个要素，特别是读者要素。

（二）应用目标——形式的愉悦和内容的共鸣

这里所述的“形式的愉悦”是艺术纸与其它书藉装帧要素互相搭配而产生的美感。这样的美感主要是由于艺术纸的色彩、质感、纹理及载于其上的点、线、面、色彩等外在形式给人的美感。内容的共鸣则是指因书藉装帧设计对读者产生的心理影响，包括喜怒哀乐的情感的获得，这种情感与书藉内容思想能够产生共鸣，同时与人的心境产生共鸣，人们从中得到的美的享受。说白了，艺术纸应用的目标是“美”，形式与内容只不过是美的两方面。

爱美之心，人皆有之。美感是艺术纸应用所应达到目标。当初，每个出版社出版书藉应用艺术纸的目的在于使书藉更加好看，更能完整地传递信息，艺术纸的运用也提高了该书藉和其它相关书藉的市场竞争力。如果我们选用艺术纸后使书藉装帧不好看，甚至让读者厌烦，这样的结果显然与我们的初衷不相符合，也就失去了使用艺术纸的意义。

马克思说，“社会的进步就是人类对美的追求的结晶”，“人也按照美的规律来塑造物体”。从历史的纵向发展来看，美是书藉装帧设计发展总的追求目标，艺术纸的选用当然也不会脱离这个方向。

（三）应用条件——书藉本质属性、印刷技术等条件的限制

艺术纸的应用要受到书藉的本质属性、其他艺术要素、印刷技术等限制。

艺术纸的应用受到书藉本质属性的限制。我们上面提到书藉是一种商品，这是书藉的性质之一，然而书藉的本质属性在传播知识和思想。因而艺术纸的运用要为传播知识、传播思想这

一目的服务。我们首先必须保证信息传播的畅通。如果因为艺术纸的应用，使书籍的传播知识、思想的效率反而下降，那么艺术纸就失去了它在书籍装帧设计中的生命力。因而，我们不仅要按设计艺术本身所具有规律应用艺术纸，还必须按传播学的规律应用艺术纸。我们的艺术纸应用要成为知识思想传播过程中的“催化剂”，帮助传播产生良好的效果，而不是传播过程中的“噪音”。

色彩应用还受到其他设计要素的限制。我们要注意到艺术纸在书籍装帧设计中只是要素之一，而非全部。我们必须从书籍整体设计中去看待艺术纸。艺术纸只有与其他设计要素如附于其上点、线、面、字符等“和谐相处”，才能真正发挥其效用。

此外，艺术纸的运用还受到纸质及印刷机械、印刷技术的限制。如，当我们在电脑中完成所有的书籍装帧设计交付印刷厂去照排印刷时，照排印刷设备、选用的油墨、UV上光、水性上光，或者覆膜等工艺等都会成为最终产品好坏的决定性因素，中间某个环节出现误差，最后的结果就会和你的色彩设计原意相去甚远。

二、书籍装帧设计中艺术纸运用的原则

书籍装帧设计中艺术纸的运用应该遵循以下几个基本原则：一致性原则、有利传播原则、个性化原则。

（一）一致性原则

一致性原则包括与书籍装帧设计风格一致的原则、与书籍内容相一致的原则。

1、与书籍装帧设计风格一致的原则

有这样一个传说，有一次，罗丹的学生称赞他的《巴尔扎克》雕像说：“这手像极了。”听到这话后的罗丹立刻将这双手砍掉。学生大惑不解。罗丹说：“这双手太突出了！它们已有自己的生命，不属于这个雕像的整体了。一件真正完美的艺术品，没有任何一部分是比整体更重要的。”书籍装帧设计的风格特色是一个能给人留下深刻印象的整体，艺术纸的运用只有与这个整体相一致，统一在特定的风格下，才能与其他的要素一起构成一个和谐统一的书籍设计作品。任何与整个书籍设计风格相抵触的艺术纸的运用不仅会严重影响其风格特色，而且也使艺术纸失去了存在的价值。

具体来讲，艺术纸的重要特色在于其色彩、纹理和质感。在色彩上艺术纸的选用要与其他要素的色彩相互配合，形成统一的色调。在纹理上，艺术纸的纹理众多，要注意纹理线型与其他字符、图案线型的统一和对比。而在质感上，则需要与书名等其他字符内容的相互帮衬。

2、与书籍内容相一致的原则

艺术纸，属于书籍内容赖以呈现的物质形式。同时，书籍是因为知识、思想传播的需要而产生的，书籍的重要功能就是传播信息，因此对艺术纸的设计与选用也是对信息传播形式的设计。可见艺术纸的应用与书籍内容的关系归根结底还是形式与内容之间的关系。“内容决定形式”是自然和社会的一个普遍的原理。

有什么样的书籍内容决定什么样的装帧设计，因而就有什么样的艺术纸的运用。艺术纸给人带来的感受、让人产生的联想应该与书籍内容紧密联系。艺术纸的选用必须围绕内容

中心进行。

（二）有利传播原则

书籍装帧中的艺术纸的选用应该是有针对性的。这个原则是由书籍的本质属性所决定的。有的书籍专业性强，其受众面较狭窄，而有的书籍拥有广大的读者群，包含各行各业、各知识层次。在书籍装帧设计中的艺术纸的使用要尽量以书籍所面向的读者受众的喜好为标准，对人们普遍认为不美、引起读者反感的艺术纸要慎用。以期书籍给读者以美好的第一印象，并引导他们深入阅读其中的内容，从而有利于书中信息的传播。

有利于传播则意味着商品的销量更大，可以获取更多的利润。然而从另外一方面来讲，读者希望以最便宜的价格获得书籍商品，而艺术纸的运用在某种程度是增加书籍成本的，因而艺术纸的运用又是阻碍信息传播的。

所以我们在艺术纸的运用中，一定要把握好度，既要有利传播，又要为出版单位赢得效益，既要读者满意，又要自己受益。

在这个度的把握中，读者定位和调查是重要的信息支撑。要对其喜好、心理价位作充分的了解才能把握好这个度。

（三）个性化原则

艺术纸选用的个性化原则是艺术设计的自身要求，同时也是书籍销售对艺术纸选择提出的要求。

1、艺术纸色彩的个性化

色彩自身具有能动作用。色彩能传递信息，能表达情感，还能表现象征意义，与其它设计要素相比，色彩更能显示报纸的个性。马克思说：“色彩的感觉是美感的最普及的形式。”人们视觉的第一印象是色彩，色彩往往具有先声夺人的力量。“色彩对视觉刺激的印象比事物的其他因素如形状、质地等更为深刻，更为迅速，它不需要任何的分析、推论，即可在一瞬间直接地、直觉地作用于人的生理和心理。”《经济观察报》采用浅橙色新闻纸，相对于一般的白底色的报纸，它最显眼，并显示出了自己独特的个性，给读者留下很深刻的印象。现在只要提到《经济观察报》，大多数读者会在脑中现出它那独特的浅橙色的印象。同样在书籍装帧中选择具有独特色彩的艺术纸，也会取得《经济观察报》色彩运用的效果。

因此书籍装帧设计的风格需要艺术纸的色彩个性来实现，书籍销售还需要色彩的自身个性来促进。美国著名传播学者施拉姆曾列出过一个计算读者对信息选择率的公式，说明读者对信息的选择率与他们所能获得的报偿成正比，与他们所要付出的努力即代价成反比。在材料、质量、成本基本相同的情况下，色彩设计精美、具有特殊色彩魅力的书籍一定会脱颖而出。因为消费者购买的不仅是具有阅读价值的商品，而且购买的具有审美价值的色彩。

书籍内容可以通过艺术纸的色彩个性来表达。这个原理在许多色彩书籍中都有一定的涉及，本文不再赘述，下面有具体案例可供参考。

2、艺术纸纹理和质感的个性化

艺术纸独特的纹理和质感是艺术纸最具吸引力的地方，也是艺术纸最能表达个性的地

方。艺术纸的纹理有仿古的、现代的，有的纹理有规则展开，有的纹理随意自然，其所呈现的质感各不相同，有木质的，有金属质感的，有粗糙的，有光滑的。这些纹理和质感往往给读者不同的联想，不同的心理反映。它们能使某一书籍在众书中脱颖而出。

同时这些个性化的纹理和质感正可反映不同书籍的不同内容、不同情感，让读者未睹正文，则略知其大概。它们同色彩一样，是最先应人心声的外在形式，是成功销售的关键第一步。

3、个性化的制约

我们必须提倡充分发挥艺术纸的个性。但个性化却又是在其他原则制约下的个性化。俄国著名寓言作家克雷洛夫说：“不要过分的醉心放任自由，一点也不加以限制的自由，它的害处与危险实在不少。”他虽然讨论的是自由，但这样的道理同样适用于对艺术纸的运用上。

同时，个性化还是建立在设计者对艺术纸特性和书籍装帧设计熟练掌握的基础之上。马克思认为：“人类只有真正认识和控制了对人起制约作用的客观规律，利用它来为人类自身服务，才能由必然王国进到自由王国。”可以想象，如果对艺术纸特性不了解，对书籍装帧设计不了解，又能如何充分发挥色彩的个性？综合上述三个原则，我们认为，在书籍装帧时对艺术纸应用的要求是，在保持总体风格的同时，充分发挥个性力争创造出美丽、和谐、阅读方便的装帧设计，与其他元素一起促进书籍知识、思想的传播。

三、艺术纸在书籍装帧设计中的运用举例

（一）繁星纸的运用

繁星纸是一款全新概念的艺术纸，纸张直观给人以经典和美感，纸本身突破传统、保持了高级纸张质感，又有着创意独具的金属质感，华而不俗，张扬而不失稳健，突现出迥异的现代气息，为书籍设计融入新时尚。

《红星颂》作品集这本书，封面采用了繁星纸的白金系列，加上印刷技术的特殊工艺，尤其是金属烫金和局部UV的表现。打破传统的超前理念，以全新的概念赋予纸张，不必拘谨于狭小的想象空间，使设计师尽情发挥想法和创意，给读者一个前所未有的视觉感受。

（二）彩烙纸的运用

彩烙纸是一种特殊的艺术纸，起高雅的色彩和肌理，纸质平整，坚挺。热熔变色的特征，使产品出现不同凡响的效果。

《清朝掌故丛编》和《扬州丛刻》这两本书全是影印的纸面精装书，这些古籍书销售周期长，封面要求沉重点，时间长不易磨损。所以封面采用了彩烙纸，在简单的印刷点文字外，主要把一些图案与文字，做成雕刻铜版，用烫金机加温，所需的图案与文字会随之变色，变幻出不同的烙印效果。从而很好地诠释书籍的精神内涵，丰富了书籍的情感和质感肌理。

（三）硫酸纸的运用

硫酸纸，是一种半透明状的厚纸，纸质坚韧，纸页的气孔少、紧密，而且可以对其进行起皱、压花、上蜡或涂布等加工工艺，可以使画面透明化，产生一种梦幻的效果。在书籍中一般会用它做书封面的护封，用在软精装上。或者用做书腰的设计，把图案印在上面，非常的梦幻，非常高雅。有时还会粘在图书内文中，更加会诠释书的内容。

（四）压纹纸的运用

压纹纸更具质感，增加了书籍的手感，用手触及时柔软且有凹凸感，给人以内敛而细腻的质感肌理和情感体验。

（五）古仿纸的运用

不少设计师独钟于古仿纸带有的素色非涂层，它具有温暖丰润的感觉。用古仿纸设计出的书籍让人感觉古朴、美观、高雅。艺术纸的个性与书籍形成完美的回应。江苏广陵书社出版的《中国墓葬史》这本书就采用了古仿纸，通过纸与设计师表现，淋漓尽致的地展显了内容的厚重感，本书获得2009年“中国最美的书”的称号。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国艺术纸市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国艺术纸行业发展概述

第一节 艺术纸行业发展情况概述

一、艺术纸行业相关定义

二、艺术纸行业基本情况介绍

三、艺术纸行业发展特点分析

第二节 中国艺术纸行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、艺术纸行业产业链条分析

三、中国艺术纸行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国艺术纸行业生命周期分析

一、艺术纸行业生命周期理论概述

二、艺术纸行业所属的生命周期分析

第四节 艺术纸行业经济指标分析

一、艺术纸行业的赢利性分析

二、艺术纸行业的经济周期分析

三、艺术纸行业附加值的提升空间分析

第五节 中国艺术纸行业进入壁垒分析

一、艺术纸行业资金壁垒分析

二、艺术纸行业技术壁垒分析

三、艺术纸行业人才壁垒分析

四、艺术纸行业品牌壁垒分析

五、艺术纸行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球艺术纸行业市场发展现状分析

第一节 全球艺术纸行业发展历程回顾

第二节 全球艺术纸行业市场区域分布情况

第三节 亚洲艺术纸行业地区市场分析

一、亚洲艺术纸行业市场现状分析

二、亚洲艺术纸行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲艺术纸行业市场前景分析

第四节 北美艺术纸行业地区市场分析

一、北美艺术纸行业市场现状分析

二、北美艺术纸行业市场规模与市场需求分析

三、北美艺术纸行业市场前景分析

第五节 欧盟艺术纸行业地区市场分析

一、欧盟艺术纸行业市场现状分析

二、欧盟艺术纸行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟艺术纸行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界艺术纸行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球艺术纸行业市场规模预测

第三章 中国艺术纸产业发展环境分析

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、全社会消费品艺术纸总额

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 中国艺术纸行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国艺术纸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 中国艺术纸行业运行情况

第一节 中国艺术纸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 中国艺术纸行业市场规模分析

第三节 中国艺术纸行业供应情况分析

第四节 中国艺术纸行业需求情况分析

第五节 中国艺术纸行业供需平衡分析

第六节 中国艺术纸行业发展趋势分析

第五章 中国艺术纸所属行业运行数据监测

第一节 中国艺术纸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 中国艺术纸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 中国艺术纸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 2016-2018年中国艺术纸市场格局分析

第一节 中国艺术纸行业竞争现状分析

一、中国艺术纸行业竞争情况分析

二、中国艺术纸行业主要品牌分析

第二节 中国艺术纸行业集中度分析

一、中国艺术纸行业市场集中度分析

二、中国艺术纸行业企业集中度分析

第三节 中国艺术纸行业存在的问题

第四节 中国艺术纸行业解决问题的策略分析

第五节 中国艺术纸行业竞争力分析

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 2016-2018年中国艺术纸行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国艺术纸行业消费特点

第二节 中国艺术纸行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 艺术纸行业成本分析

第四节 艺术纸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 中国艺术纸行业价格现状分析

第六节 中国艺术纸行业平均价格走势预测

一、中国艺术纸行业价格影响因素

二、中国艺术纸行业平均价格走势预测

三、中国艺术纸行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国艺术纸行业区域市场现状分析

第一节 中国艺术纸行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区艺术纸市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区艺术纸市场规模分析

四、华东地区艺术纸市场规模预测

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、华中地区艺术纸市场规模分析

四、华中地区艺术纸市场规模预测

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、华南地区艺术纸市场规模分析

第九章 2016-2018年中国艺术纸行业竞争情况

第一节 中国艺术纸行业竞争结构分析（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 中国艺术纸行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国艺术纸行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 艺术纸行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国艺术纸行业发展前景分析与预测

第一节 中国艺术纸行业未来发展前景分析

一、艺术纸行业国内投资环境分析

- 二、中国艺术纸行业市场机会分析
- 三、中国艺术纸行业投资增速预测
- 第二节中国艺术纸行业未来发展趋势预测
- 第三节中国艺术纸行业市场发展预测
 - 一、中国艺术纸行业市场规模预测
 - 二、中国艺术纸行业市场规模增速预测
 - 三、中国艺术纸行业产值规模预测
 - 四、中国艺术纸行业产值增速预测
 - 五、中国艺术纸行业供需情况预测
- 第四节中国艺术纸行业盈利走势预测
 - 一、中国艺术纸行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国艺术纸行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国艺术纸行业投资风险与营销分析

- 第一节 艺术纸行业投资风险分析
 - 一、艺术纸行业政策风险分析
 - 二、艺术纸行业技术风险分析
 - 三、艺术纸行业竞争风险分析
 - 四、艺术纸行业其他风险分析
- 第二节 艺术纸行业企业经营发展分析及建议
 - 一、艺术纸行业经营模式
 - 二、艺术纸行业销售模式
 - 三、艺术纸行业创新方向
- 第三节 艺术纸行业应对策略
 - 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 2018-2024年中国艺术纸行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国艺术纸行业品牌战略分析
 - 一、艺术纸企业品牌的重要性
 - 二、艺术纸企业实施品牌战略的意义
 - 三、艺术纸企业品牌的现状分析
 - 四、艺术纸企业的品牌战略
 - 五、艺术纸品牌战略管理的策略

第二节中国艺术纸行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国艺术纸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

第十四章 2018-2024年中国艺术纸行业发展策略及投资建议

第一节中国艺术纸行业产品策略分析

- 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 中国艺术纸行业定价策略分析

第三节中国艺术纸行业营销渠道策略

- 一、艺术纸行业渠道选择策略
- 二、艺术纸行业营销策略

第四节中国艺术纸行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国艺术纸行业重点投资区域分析
- 二、中国艺术纸行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shengtaizaozhi/346474346474.html>