

2018年中国宣纸市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势研究

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《2018年中国宣纸市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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/fangzhi/339814339814.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

近年来，制定实施中国传统工艺振兴计划，扶持传统工艺项目在创意文化产业中至关重要。安徽宣纸是中国传统的古典书画用纸，是汉族传统造纸工艺之一，2006年被列入首批国家级非物质文化遗产，2009年被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产名录，在原产地宣城有着多家宣纸企业。虽然如此，但是宣纸的保护仍受到各方面的限制与威胁。如何更好的对宣纸进行传承和推广，值得我们思考。

图表：宣纸

图表来源：公开资料整理

一、宣纸营销“SWOT”分析

1、优势（Strength）

宣纸起源于唐朝，发源于安徽省宣城市泾县，是中国传统的古典书画用纸，居文房四宝之首，迄今已有1500多年的历史。宣纸作为徽文化的名片，文化底蕴深厚。

造纸术为中国古代四大发明之一，传统宣纸质地优良，做工精致，具有“韧而能润、光而不滑、洁白稠密、纹理纯净、搓折无损”等特点，耐老化、不易变质、寿命长。宣纸制作要经过100多道工序，传统制作技艺复杂精良。2006年被列入首批国家级非物质文化遗产，2009年被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产名录。

宣纸发源地泾县具有宣纸生产制造的资源与自然优势。泾县位于皖南山区，水源充沛，光照良好，其独特的地貌与地势利于宣纸重要的原材料——青檀树的种植，获取成本较低。

现今国内市场上宣纸企业众多，其中规模最大的是中国宣纸集团公司，建立标准化生产体系，生产优质高档宣纸和宣纸工艺产品。其“红星牌”宣纸被誉为“国宝”，远销海内外，质量上乘，深受广大消费者喜爱，收藏价值高，品牌影响力大。

2、缺陷（Weakness）

尽管对宣纸的生产技艺实施了各种保护，但是宣纸生产属于手工技艺，实行“现代学徒制”。工序复杂，技术要求高，需要大量的人力资源，且待遇不是很高。工作枯燥反复，环境较差。从年龄层次来看，从事宣纸生产的人员逐渐老龄化，年轻人对此兴趣并不是很浓，继承人较少，传承受阻。

宣纸生产过程中对原材料和资源的利用率较低，会产生一些废弃物，甚至会对环境产生不利影响，造成资源浪费。从长远的眼光来看，不利于可持续发展。这就要求宣纸企业树立绿色营销观念，发展循环经济，把对自然环境的不利影响降到最低。

宣纸主要用于书画创作和古籍保护、收藏，产品形式较为单一，附加价值低。作为实体产品，围绕宣纸的相关服务并未很好的开展。且产品销售以厂家直销为主，渠道较窄。宣纸品牌虽有很多，但是仍有一部分品牌未充分利用互联网线上平台进行宣传推广，企业文化

与形象建设未能及时适应市场及消费者需求的变化。

价格策略不合理，市场价格体系及相关制度不健全。“红星牌”宣纸有“纸中茅台”之称，因其生产周期长，从原材料制作到整个产品的完成要花将近三年的时间，而且每年产量有限，具有稀缺性，使得价格不断上涨。宣纸包装感官效果差强人意，在造型、结构的设计与色彩的选用上比较单一，整体缺乏美感，墨守成规。不具有鲜明的识别性，未及时跟进市场潮流。应在突出传统文化的同时兼顾时代性，体现整体包装系统的文化意境。

3、机会（Opportunity）

政策支撑。“十三五发展纲要”中提出制定实施中国传统工艺振兴计划，扶持传统工艺项目在创意文化产业中至关重要。宣纸制作技艺代表中华民族的一大特色技艺，它的发展与传承受到国家及有关部门的高度重视，位于泾县的多家宣纸企业受到国家原产地地域保护。

地区鼓励。泾县县委、县政府高度重视宣纸产业的发展，2015年在泾县乌溪建成并对外开放中国宣纸博物馆，包括技艺展示、体验区、宣纸原料观赏等区域，通过专业人员的讲解及参观者现场观看宣纸制作过程，进一步促进了宣纸产品的推广和宣纸文化的传播。且泾县对外旅游品牌的形象为“红色泾县，宣纸之乡”，拥有桃花潭、查济古镇、江南第一漂等旅游景点。可将宣纸作为一种旅游产品与该地区其他旅游景点相结合，把宣纸的经济价值扩大为当地的文化价值。将宣纸作为一种旅游文化产品进行塑造，更好的吸引目标消费群体，带来较大的经济效益与发展空间。

出口机遇。泾县先后形成了以“红星”、“红旗”、“汪六星”、“汪同和”等为代表的宣纸品牌与企业，产品出口至东南亚及欧美市场，其中日本的宣纸进口量最大。随着书画行业的繁荣，宣纸的收藏价值也在进一步扩大，国外市场前景乐观，总体发展潜力大。

4、威胁（Threat）

“大品牌，小产业”局面制约发展。据了解，在泾县，有约300多家宣纸生产企业，但获得宣纸生产资质的不过15家，年产宣纸约800吨左右。宣纸行业龙头企业“红星”产量占比90%以上，一家独大。产业规模小，发展速度慢，且大多企业仍停留在手工作坊阶段，难以满足国内外市场对宣纸产品日益增长的需求。

宣纸的品质非专业人士难以分辨，近年来，宣纸市场上产品质量良莠不齐，以次充好的现象普遍存在，价格管理机制不健全，不正当手段的竞争，使“仿冒之风”盛行。只顾眼前利益，不管长远发展。不利于宣纸品牌形象在国内外的塑造。

据资料显示，国外一些经济情报人员千方百计搜集宣纸传统生产技艺的情报，企图仿制，获取高额利润的同时，获取生产技艺的精髓。这给宣纸的保护带来很大的威胁与挑战。

二、营销创新策略

1、故事营销

人的一生是在故事中度过的，而戏剧是故事的高度提炼与表现。因此，将产品所具有的戏剧性注入品牌，使消费者在故事的戏剧性情节中被吸引、被感动。任何产品，不管其历史长短，经历如何，都蕴含着其自身的故事，企业要根据市场需求与品牌的核心价值挖掘积

极有益故事情节，并运用到营销之中。

宣纸迄今已有1500年的历史，底蕴深厚，应用“故事营销 e 品牌 营销”现代两个部分。古代部分可包含：东汉时期蔡伦改进造纸术；南唐后主李煜，曾亲自监制宣纸珍品——“澄心堂”纸；《旧唐书》和《宣州府志》中关于宣纸的记载等。现代部分有在2008年北京奥运会开幕式上场中央的画轴由宣纸制成；2011年上海世博会上对宣纸的运用；现当代作家和书画家关于宣纸的文学作品及书画作品、宣纸世家的传承等。在初期策划宣传的过程中，可以利用这些故事素材，融入徽文化的元素，设计关于“一张宣纸的故事”，用图片、视频等形式展现，利用线上线下的平台进行宣传推广，吸引消费者，同时也有利于宣纸的品牌文化及地域文化的塑造。

2、体验式营销

随着体验式经济的到来，不仅需要对用户深入和全方位的了解，而且还应把对使用者的全方位体验和尊重凝结在产品层面，让用户感受到被尊重、被理解和被体贴。充分刺激和调动消费者的感官、情感、思考、行动、关联等感性因素和理性因素，重新定义、设计，突破传统的局限，树立顾客导向的观念，增加顾客参与度。

这一方法可与选址发源地——泾县当地的旅游业结合起来，将宣纸作为一种文化旅游产品来打造，对宣纸进行文化形塑。位于乌溪的中国宣纸博物馆有部分为宣纸技艺展示与体验区，但该区域具有环境嘈杂，位置指示不够明显，工作人员服务引导不到位等缺点。可以此为基础，进行体验再设计，细化体验程序，优化环境与周边交通，提高人员的服务意识。还可针对游客、小孩等群体进行体验分类，将最终制成的纸张加入一些专属的个性化符号、图形、文字等，进行精美的包装，丰富体验环节。这样一来，不仅可以使顾客体验到宣纸的生产过程，发掘宣纸的文化价值，扩大影响力，还可带来可观的经济效益。

3、品牌营销

尽管宣纸企业数量多，但是品牌影响力大的却很少，价格浮动大，且宣纸市场因难以分辨品质优劣，“仿冒之风”盛行。因此，需要进行品牌建设。最重要的莫过于产品质量，设立防伪标识，加强质量检测体系建设，建立稳定的价格机制，合理定价，防止价格在一定时期内极限浮动，保障消费者的合法权益，同时在消费者心中树立良好的企业形象。

在充分进行市场分析的基础之上，全面检视品牌现状，了解品牌的竞争力与健康程度，进行品牌识别设计。包括品牌的“Logo”、“Slogan”设计，针对不同的产品进行个性化定制，例如将“文房四宝”进行组合营销，建立良好的品牌视觉形象。使宣纸企业在市场上树立一个明确的、有别于竞争对手的、符合消费者需求的形象。利用线下实体店及线上互联网平台进行宣纸品牌的传播与推广，维护和提升宣纸品牌的形象。

4、产品组合与网络营销

安徽宣城被誉为“中国文房四宝之乡”，指我国文房四宝最正宗的原产地。多数宣纸企业位于宣城，具备原产地地理优势，且宣纸、宣笔、徽墨和宣砚之间的关联性极强，是最重要的书写绘画用具。因此，宣纸企业可针对不同顾客对于产品的需求，对“文房四宝”进行产品组

合。例如设计文房四宝礼盒，将徽文化特有的色彩、图案等要素融入到礼盒的包装中，还可在其中附有小册子，内容可包括徽州故事、企业文化等内容。该礼盒可作为礼品，也可作为当地的一种旅游产品，与宣城的旅游资源相结合，赋予礼盒以独特的文化内涵。一方面，产品组合销售可降低企业用于营销推广等方面的成本；另一方面，在一定程度上也可推动宣纸企业品牌的打造。

当前宣纸产品销售以厂家直销为主，渠道较窄。现今科技水平发展迅速，宣纸企业应充分利用淘宝、京东、微博等互联网平台，拓宽销售渠道，加快网店建设，进行在线销售与产品宣传，打破地域和时间的限制，从而扩大信息覆盖面，提高企业及产品的知名度。

观研天下发布的《2018年中国宣纸市场分析报告-行业深度分析与发展趋势研究》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年中国宣纸行业发展概述

第一节 宣纸行业发展情况概述

一、宣纸行业相关定义

二、宣纸行业基本情况介绍

三、宣纸行业发展特点分析

第二节 中国宣纸行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、宣纸行业产业链条分析

三、中国宣纸行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国宣纸行业生命周期分析

一、宣纸行业生命周期理论概述

二、宣纸行业所属的生命周期分析

第四节 宣纸行业经济指标分析

一、宣纸行业的赢利性分析

二、宣纸行业的经济周期分析

三、宣纸行业附加值的提升空间分析

第五节 中国宣纸行业进入壁垒分析

一、宣纸行业资金壁垒分析

二、宣纸行业技术壁垒分析

三、宣纸行业人才壁垒分析

四、宣纸行业品牌壁垒分析

五、宣纸行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球宣纸行业市场发展现状分析

第一节 全球宣纸行业发展历程回顾

第二节 全球宣纸行业市场区域分布情况

第三节 亚洲宣纸行业地区市场分析

一、亚洲宣纸行业市场现状分析

二、亚洲宣纸行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲宣纸行业市场前景分析

第四节 北美宣纸行业地区市场分析

一、北美宣纸行业市场现状分析

二、北美宣纸行业市场规模与市场需求分析

三、北美宣纸行业市场前景分析

第五节 欧盟宣纸行业地区市场分析

一、欧盟宣纸行业市场现状分析

二、欧盟宣纸行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟宣纸行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界宣纸行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球宣纸行业市场规模预测

第三章 中国宣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、全社会消费品宣纸总额

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 中国宣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 中国宣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 中国宣纸行业运行情况

第一节 中国宣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 中国宣纸行业市场规模分析

第三节 中国宣纸行业供应情况分析

第四节 中国宣纸行业需求情况分析

第五节 中国宣纸行业供需平衡分析

第六节 中国宣纸行业发展趋势分析

第五章 中国宣纸所属行业运行数据监测

第一节 中国宣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 中国宣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 中国宣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年中国宣纸市场格局分析

第一节 中国宣纸行业竞争现状分析

一、中国宣纸行业竞争情况分析

二、中国宣纸行业主要品牌分析

第二节 中国宣纸行业集中度分析

一、中国宣纸行业市场集中度分析

二、中国宣纸行业企业集中度分析

第三节 中国宣纸行业存在的问题

第四节 中国宣纸行业解决问题的策略分析

第五节 中国宣纸行业竞争力分析

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年中国宣纸行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国宣纸行业消费特点

第二节 中国宣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 宣纸行业成本分析

第四节 宣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 中国宣纸行业价格现状分析

第六节 中国宣纸行业平均价格走势预测

一、中国宣纸行业价格影响因素

二、中国宣纸行业平均价格走势预测

三、中国宣纸行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国宣纸行业区域市场现状分析

第一节 中国宣纸行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区宣纸市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区宣纸市场规模分析

四、华东地区宣纸市场规模预测

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、华中地区宣纸市场规模分析

四、华中地区宣纸市场规模预测

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、华南地区宣纸市场规模分析

第九章 2016-2018年中国宣纸行业竞争情况

第一节 中国宣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 中国宣纸行业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 中国宣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 宣纸行业企业分析（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年中国宣纸行业发展前景分析与预测

第一节 中国宣纸行业未来发展前景分析

一、宣纸行业国内投资环境分析

二、中国宣纸行业市场机会分析

三、中国宣纸行业投资增速预测

第二节中国宣纸行业未来发展趋势预测

第三节中国宣纸行业市场发展预测

一、中国宣纸行业市场规模预测

二、中国宣纸行业市场规模增速预测

三、中国宣纸行业产值规模预测

四、中国宣纸行业产值增速预测

五、中国宣纸行业供需情况预测

第四节中国宣纸行业盈利走势预测

一、中国宣纸行业毛利润同比增速预测

二、中国宣纸行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国宣纸行业投资风险与营销分析

第一节 宣纸行业投资风险分析

一、宣纸行业政策风险分析

二、宣纸行业技术风险分析

三、宣纸行业竞争风险分析

四、宣纸行业其他风险分析

第二节 宣纸行业企业经营发展分析及建议

一、宣纸行业经营模式

二、宣纸行业销售模式

三、宣纸行业创新方向

第三节 宣纸行业应对策略

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年中国宣纸行业发展策略及投资建议

第一节 中国宣纸行业品牌战略分析

一、宣纸企业品牌的重要性

二、宣纸企业实施品牌战略的意义

三、宣纸企业品牌的现状分析

四、宣纸企业的品牌战略

五、宣纸品牌战略管理的策略

第二节中国宣纸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 中国宣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年中国宣纸行业发展策略及投资建议

第一节中国宣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 中国宣纸行业定价策略分析

第三节中国宣纸行业营销渠道策略

- 一、宣纸行业渠道选择策略
- 二、宣纸行业营销策略

第四节中国宣纸行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国宣纸行业重点投资区域分析
- 二、中国宣纸行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339814339814.html>