

中国文具行业现状深度研究与发展前景分析报告 (2024-2031年)

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《中国文具行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202404/704818.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

文具是给书写及其辅助工具的一个统称，包括学生文具以及办公文具、礼品文具等。其中学生文具是文具用品一个最重要的分支，是指学生使用的文具总称，包括笔袋、笔盒、铅笔、自动铅笔、水彩笔、白板笔、圆珠笔、中性笔、油画棒、油性笔、蜡笔、钢笔、书包、橡皮擦、削笔机、笔削、液体胶水、固体胶、尺类、圆规、美工刀、剪刀、书套、修正带、文件夹、本册、文件袋、画板、笔芯等。

文具分类 分类 相关定义 具体种类 适用人群 学生文具 学生文具是指学生使用的文具总称 包括笔袋、笔盒、铅笔、自动铅笔、水彩笔、白板笔、圆珠笔、中性笔、油画棒、油性笔、蜡笔、钢笔、书包、橡皮擦、削笔机、笔削、液体胶水、固体胶、尺类、圆规、美工刀、剪刀、书套、修正带、文件夹、本册、文件袋、画板、笔芯等 学生 办公文具 顾名思义就是办公用的文具 包括三针一钉，会计用品，文管用品，单据凭证等 企业，事业单位，工厂，政府机关等 礼品文具

主要是指在中国特有文化背景下，以礼品、馈赠的行式而产生的文具系列

书写工具、笔筒、办公用品、桌面收纳品、绘图类文具、学生用品等 各种群体

资料来源：观研天下整理

一、市场开始缓慢回暖，但长期隐忧仍存

在经历2020-2022年受疫情影响发展降速后，进入2023年，受益于政策红利推动，办公直采业务的爆发，门店学生文具和办公用品的生意有所回暖，销售额也超过2019年同期，但增长幅度有限。以制笔市场为例，根据中国制笔协会数据显示，2023年1~11月我国制笔协会245家规模以上企业实现营业收入136亿，同比增长2.9%。

数据来源：公司财报，观研天下整理

从上市公司晨光股份的业绩来看，也体现出了这一点。具体来看，2020年受疫情影响，晨光股份书写工具、学生文具两者增速都有下滑分别为4.3%和2.3%。2022年疫情和双减影响则更为明显，特别是下半年受全国学校非正常开学和上网课等因素的影响，文具市场需求减弱。晨光股份传统核心业务收入84.9亿元，同比减少4%，书写工具收入21.7亿元，同比减少了23.1%。到2023年全年晨光股份实现收入233.5亿元，同比增长16.8%，实现归母净利润15.3亿元，同比增长19.1%。其中书写工具、学生文具业务恢复增长，收入分别为22.7亿元和34.7亿元，同比增长了4.8%和8.6%。

数据来源：公司财报，观研天下整理

虽然2023年市场得到缓慢回暖，但由于办公直采不断下降的毛利率以及近两年出生人口的快速下滑，让文具市场隐忧仍存。一方面是消费者的购买行为更加谨慎；另一方面更早几年前时文具生意还行，而且入行门槛较低，所以引来了众多进入者，超市、便利店甚至五金店、

小卖部都增加了文具销售，也分流了不少生意。而且疫情后，也有少部分消费者改在线上购买文具，使得市场整体竞争加剧。

二、行业呈现高端化和高价化，精品文创类产品需求进一步凸显

近年来随着社会的发展，文具店的高端化和玩具化现象愈发明显，比如一支品质较好的自动铅笔价格从十几元到几十元不等，普通的修正胶带也要8~10元/个，贵的动辄20元/个左右。这既是消费升级和多元化需求的体现，也反映了人们对生活品质的不断追求。高端的笔、特色的本子，不仅满足实际需求，更具有娱乐性和创造性。这种变化不仅吸引了年轻人和学生，也让文具本身变得更有魅力。

此外进口文具也一枝独秀，独占高价领地多年。在电商平台，一支日本进口的哈利·波特联名限定款自动铅笔售价为88元，一套共有4支；天堂马里奥进口联名款单支售价为99元；玛丽猫联名款单支为86元……。根据业内人士指出，进口文具定价包含了关税、运费等，且“科技含量”确实比某些国内产品高，主导了高端市场，溢价也在情理之中。

整体来看，目前国内文具消费呈现品牌化、创意化、个性化和高端化的趋势，精品文创类产品需求进一步凸显，推动从文具到文创生活的升级转型。例如晨光部分也推出了零售大店业务，包括晨光生活馆和九木杂物社两种商业形态，试图从文具向文创生活转型。2023年晨光生活馆（含九木杂物社）实现营业收入13.4亿元，同比增长51%，其中九木杂物社实现营业收入12.4亿元，同比增长52%，实现净利润2572万元，对整体业务贡献还不高。

三、办公直销红火，但毛利率却处于较低的水平

根据相关资料显示，2023年不少头部文具企业看起来整体业绩有所增长，主要依靠的是B端业务。从晨光股份、齐心集团、广博股份等主流文具类上市公司的收入上看，近年来文具企业的业绩依然保持了一定的增长。

例如2019-2023年中，晨光股份收入分别增长了17.9%、34%、13.6%和16.8%。从结构上看，其相当大一部分收入增长是来自于办公直销业务带动。数据显示，2023年晨光股份办公文具业务的营业收入35.1亿元，同比增长8.9%，办公直销的营收133.1亿元，更是同比增长21.8%。

齐心集团几乎公司所有的营收和净利润都有赖于B2B办公物资业务。2023年半年报显示，公司B2B办公物资及品牌新文具实现营业占公司所有收入的99.02%。

广博股份最新财报显示，2023年其文教办公用品业务合计实现营业收入25.2亿元，同比上升30.2%，其中办公直销类收入达到16.4亿元，同比增长了6成，占到总收入的61.1%。而2020年，办公直销类收入只占广博股份收入的11.2%，

值得注意的是，办公直销也带来了更高的应收账款。2022年晨光股份的应收账款为29.6亿元，同比大涨71.81%，这主要就是科力普应收账款增加所致，2023年，应收账款增长至36.6亿元，当年还计提了应收账款信用减值损失6905.2万元。

而且办公直销虽然红火，但毛利率却处于较低的水平，且还有呈现逐年下降的趋势。2023

年，晨光股份办公直销的毛利率为7.2%，远低于其他业务27%到44%的毛利率水平。广博股份的办公直销类业务毛利率也从2022年的4.5%下降到2023年的4.2%。

四、线上销售渠道占比持续提升，文具/办公用品商店仍是主要渠道

销售渠道主要分为经销商、KA(文具超市)和直销三种。文具的小商品特性决定了它的销售地点十分分散，自建营销网络的成本较高，因此传统文具销售以经销商为主，学校商圈是各种经销终端聚集的区域。KA销售是指文具制造企业直接将文具销售给大润发、沃尔玛、家乐福等全国性的连锁销售商，通过这些销售商广泛的销售网络、较强的销售能力和跨区域销售的特点，实现销量的上升。直销模式主要是通过电子商务和规模化采购的形式，为大中小客户提供一站式的购买服务，目前该模式在国外发达市场已经较为成熟，在我国尚处于发展阶段。目前我国文具/办公用品商店（属于非杂货零售商）仍是主要渠道，其2022年占比36%。得益于互联网的不断渗透，线上销售渠道占比持续提升，2022年线上销售渠道增长至24.4%。

我国文具行业销售渠道特点分析

销售渠道

特点

普通文具店

数量庞大，文具零售的主流终端。

位于学校周边、闹市区和客流量较多地段，消费群体覆盖广，学校周边是主要集散地。

单店规模小，自给自足，缺乏有效管理，抗风险能力弱。

经营众多类型产品和品牌，没有约束。

连锁文具店

数量相对少于普通文具店，近年来发展迅速

位于学校周边、闹市区和客流量较多低端消费群体覆盖广

单店规模高于普通文具店，专业化管理，抗风险能力强。

授权经营品牌产品，专一品牌至多品牌不等。

便利店、超市（KA）

规模及资金实力雄厚。

渠道成本高，导致产品最终售价较高。

文具产品在整个商超体系中价格竞争激烈。

线上电商平台销售

由于省去门店环节，售价往往要低于上述三种业态。

网购是未来消费重要趋势，线上线下结合的模式将充分打通传统与网络渠道。

一站式零售服务

综合客户多方面需求、利用掌握的研发设计、产能及营销网络资源，为客户提供一站式、定制化的整体服务。

在办公文具领域该模式取得较大成功。

资料来源：观研天下整理

五、行业内卷快速加剧，龙头企业优势明显

随着整体市场的回暖，行业内卷也在快速加剧。特别是在低端文具领域，积聚着大量中小型企业，以区域市场为主要市场，主要以价格优势取胜，对全国性文具企业造成较大的竞争压力，此外部分品牌具有极高的企业竞争力及规模优势，整体来看存在较大的竞争威胁。

目前我国文具行业数量众多，依据企业的文具产品业务收入划分，可分为3个竞争梯队。其中晨光文具处于第一梯队，其业务收入超过100亿元；得力集团、广博股份、齐心集团、真彩文具属于第二梯队，年业务收入在10亿元以上；第三梯队企业有天星股份、贝发集团、创源股份等。

资料来源：观研天下整理

企业格局较为分散。有相关资料显示，目前国内8000多家文具企业，销售额超过10亿的企业仅有5家，分别为晨光文具、得力集团、齐心集团、广博股份和真彩文具。其中目前最大的公司晨光文具市占率仅为7.3%，前五大公司市占率仅为17%。另外对比美国文具行业CR5市占率67%和日本文具行业CR5市占率62.5%，国内的头部企业还有3倍多的差距，头部企业的成长空间还是有的。而晨光股份是文具行业“自主品牌+内需市场”的领跑者，在文具行业零售终端网络覆盖的广度和深度方面具有明显的先发优势与领先优势。

六、未来市场仍有很大发展空间，大学生群体将带来较大动能

展望未来，我国文具市场仍有着较大发展空间。一是文具产品的主要消费人群是学生和办公人士。在出生率、国家教育经费投入、高等教育扩招等条件的共同作用下，未来几年文具消费的主力人群数量会有小幅度波动，但整体将保持稳定。数据显示，2023年各级各类学历教育在校生2.91亿人。尤其是大学生方面，随着高校扩招规模提升，大学生数量将进一步增加，这一群体具有相当可观的消费能力，能够给行业发展带来较大动能。

数据来源：观研天下整理

二是对比美日来看，未来我国文具消费额与消费量均存在较大提升空间。根据相关资料显示，2022年美国和日本书写工具人均消费额和消费量为12美元/25.2支、6.2美元/10.9支，而我国为2.5美元/8.6支，均存在较大提升空间。预计未来文具行业增长驱动有望从渗透率提升带来的量的增长转为附加值提升带来的价的提升。

三是海外市场出现新机会。近几年在内卷之下，不少文具企业开始寻找海外市场商机。例如齐心集团品牌产品销往海外100多个国家和地区，除线下渠道外，还通过亚马逊，沃尔玛，Shopee，Lazada等跨境电商平台进行销售，热销品类包括文化用品、综合文具、办公设备等。据中国海关统计，2023年1-12月，我国文教办公用品累计出口额389.3亿美元，同比增长5.5%，是自2020年大幅下降后，连续三年实现增长，达到近五年来最高水平。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国文具行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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，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。
行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、文具特点分析
- 三、文具行业基本情况介绍
- 四、文具行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、文具行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况
- 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 2024-2031年世界文具行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球文具行业市场规模预测

第三章 中国文具行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对文具行业的影响分析
- 第三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
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对文具行业的影响分析
- 第五节中国文具行业产业社会环境分析

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

一、影响中国文具行业市场规模的因素

二、中国文具行业市场规模

三、中国文具行业市场规模解析

第三节中国文具行业供应情况分析

一、中国文具行业供应规模

二、中国文具行业供应特点

第四节中国文具行业需求情况分析

一、中国文具行业需求规模

二、中国文具行业需求特点

第五节中国文具行业供需平衡分析

第五章 中国文具行业产业链和细分市场分析

第一节中国文具行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、文具行业产业链图解

第二节中国文具行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对文具行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对文具行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国文具行业市场竞争分析

第一节中国文具行业竞争现状分析

一、中国文具行业竞争格局分析

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竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国文具行业模型分析

第一节中国文具行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国文具行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国文具行业SWOT分析结论

第三节中国文具行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国文具行业平均价格趋势分析

二、中国文具行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国文具行业所属行业运行数据监测

第一节中国文具行业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

第二节中国文具行业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

第三节中国文具行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响文具行业区域市场分布的因素

二、中国文具行业区域市场分布

第二节中国华东地区文具行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区文具行业市场分析

- (1) 华东地区文具行业市场规模
- (2) 华南地区文具行业市场现状
- (3) 华东地区文具行业市场规模预测

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、华中地区文具行业市场分析
 - (1) 华中地区文具行业市场规模
 - (2) 华中地区文具行业市场现状
 - (3) 华中地区文具行业市场规模预测

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、华南地区文具行业市场分析
 - (1) 华南地区文具行业市场规模
 - (2) 华南地区文具行业市场现状
 - (3) 华南地区文具行业市场规模预测

第五节 华北地区文具行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区文具行业市场分析
 - (1) 华北地区文具行业市场规模
 - (2) 华北地区文具行业市场现状
 - (3) 华北地区文具行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区文具行业市场分析
 - (1) 东北地区文具行业市场规模
 - (2) 东北地区文具行业市场现状
 - (3) 东北地区文具行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区文具行业市场分析

- (1) 西南地区文具行业市场规模
- (2) 西南地区文具行业市场现状
- (3) 西南地区文具行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区文具行业市场分析
 - (1) 西北地区文具行业市场规模
 - (2) 西北地区文具行业市场现状
 - (3) 西北地区文具行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测
 - 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

第十三章 2024-2031年中国文具行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一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
- 第二节文具行业风险分析
 - 一、文具行业宏观环境风险
 - 二、文具行业技术风险
 - 三、文具行业竞争风险
 - 四、文具行业其他风险
- 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

第十四章 2024-2031年中国文具行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国文具行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节中国文具行业进入策略分析
 - 一、行业目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择

第三节文具行业营销策略分析

一、文具行业产品策略

二、文具行业定价策略

三、文具行业渠道策略

四、文具行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/704818.html>