



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国文具市场运营 态势与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2017年中国文具市场运营态势与投资前景预测报告》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/224608.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

文具是笔、墨、纸、砚等文化用品的总称，包括学生文具以及办公文具、礼品文具等。现代的释义应该指办公室内常用的一些现代文具：签字笔、水笔、钢笔、铅笔、圆珠笔等；以及笔筒等配套用品。其他办公用品还包括：办公用纸、裁纸刀、尺、笔记本、文件袋、文件封套、计算器等。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国文具市场运营态势与投资前景预测研究报告》共十八章。首先介绍了国际文具行业发展状况、中国文具行业运行环境等，接着分析了中国文具行业运行的现状，然后介绍了中国文具细分产业分析、中国文具行业市场竞争格局。随后，报告对中国文具行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国文具业投资及发展前景趋势。您若想对文具产业有个系统的了解或者想投资文具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 2012年国际文具行业发展状况分析

第一节 2012年国际文具行业发展概述

- 一、国际文具市场特点及进口状况
- 二、全球原油价格波动对文具业的影响
- 三、国际文具消费市场呈现多样化

第二节 2012年国际文具行业市场运行情况分析

- 一、国际知名文具品牌分析
- 二、国际文具市场竞争分析
- 三、全球制笔行业发展剖析

第三节 2013-2017年国际文具行业发展趋势分析

第二章 2012年世界主要国家及地区文具行业发展情况解析

第一节 日本

- 一、日本本土文具与外来文具市场竞争分析
- 二、日本文具市场走势分析

三、复古风令日本铅笔再度走红

第二节 中国台湾地区

一、透析台湾文具产业状况

二、台湾文具业市场分析

三、台湾文具企业概述

第三节 捷克

一、捷克共和国文化用品市场情况分析

二、浅析捷克礼品文具消费状况

三、浅析捷克礼品文具市场竞争状况

第四节 其他国家文具业

一、印度文具行业状况分析

二、智利文具市场潜力很大

三、俄罗斯文具用品需求大

四、浅析菲律宾文具市场

第三章 2012年中国文具行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国文具行业发展政策环境分析

一、产业政策分析

二、进出口政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2012年中国文具行业发展社会环境分析

第四章 2012年中国文具行业运行形势透析

第一节 2012年中国文具业总体概述

一、近现代文具发展概况

二、中国文具行业发展特点

三、中国文具行业发展成绩卓著

第二节 2012年中国文具行业发展现状分析

- 一、国内文具行业分析
 - 二、文具行业积极实行突围政策
 - 三、中国小文具打造世界品牌大市场
 - 四、文具全球中心朝中国移动
 - 五、中国文具业日益繁荣吸引海外投资增加
- 第三节 2012年中国文具行业面临的问题及挑战透析

- 一、中国尚无文具业巨头
- 二、中国文具业发展障碍
- 三、文具行业发展背后的隐患
- 四、文具业经营的十大误区
- 五、文具行业所面临的挑战

第四节 2012年中国文具行业的发展策略探讨

- 一、中国文具业以整合促发展
- 二、文具业自主创业要会独辟新径
- 三、文具业资源整合方法

第五章 2012年中国文具行业市场运行动态分析

第一节 2012年中国文化用品市场分析

- 一、中国文化用品市场分析
- 二、文化用品进攻"数字化"
- 三、中国文化用品市场规模分析

第二节 2012年中国文具市场发展概况

- 一、中国文具市场发展特点
- 二、中国文具市场迈入品牌时代
- 三、中国文具市场容量巨大
- 四、文具市场产品发展特点

第三节 2012年中国文具市场存在的问题及挑战

- 一、文具市场所存在的问题
- 二、文具业成本上涨利润下降
- 三、文具市场大企业做强不易

第六章 2012年中国文具行业市场销售渠道及营销策略分析

第一节 2012年中国文具市场销售渠道分析

- 一、中国文具市场渠道剖析
- 二、文具销售渠道呈多样化发展特点
- 三、上海工业品批发市场打造文具礼品国际分销渠道

第二节 2012年中国文具营销策略分析

- 一、文具促销策略分析
- 二、让品牌文具成销售冠军战略解析
- 三、文具业品牌突围策略分析

第三节 2012年中国文具批发市场发展分析

- 一、商家最重视的销售渠道
- 二、批发市场客户构成情况
- 三、市场辐射范围分析
- 四、批发市场交易方式分析
- 五、了解市场信息及推广产品的渠道分析
- 六、选择经营地址考虑的因素
- 七、对批发市场的满意度分析
- 八、文批市场发展趋势调查

第七章 2010-2012年中国文具制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国文具制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国文具制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国文具制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国文具制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国文具制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国文具制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国文具制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国文具制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国文具制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国文具制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国文具制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国文具制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2010-2012年中国新闻纸产量数据统计分析

第一节 2010-2011年中国新闻纸产量数据分析

- 一、2010-2011年新闻纸产量数据分析
- 二、2010-2011年新闻纸重点省市数据分析

第二节 2012年中国新闻纸产量数据分析

- 一、2012年全国新闻纸产量数据分析
- 二、2012年新闻纸重点省市数据分析

第三节 2012年中国新闻纸产量增长性分析

- 一、产量增长
- 二、集中度变化

第九章 2010-2012年中国铅笔产量数据统计分析

第一节 2010-2011年中国铅笔产量数据分析

- 一、2010-2011年铅笔产量数据分析
- 二、2010-2011年铅笔重点省市数据分析

第二节 2012年中国铅笔产量数据分析

- 一、2012年全国铅笔产量数据分析
- 二、2012年铅笔重点省市数据分析

第三节 2011年中国铅笔产量增长性分析

- 一、产量增长
- 二、集中度变化

第十章 2012年中国文具细分产业分析——办公文具

第一节 2012年中国办公文具发展分析

- 一、办公用品市场特点
- 二、中国办公文具行业零售直销商分析
- 三、中国办公文具批发市场分析
- 四、中国办公文具生产厂家分析
- 五、中国成全球最大办公用品消费国

第二节 2012年中国办公文具市场竞争及营销策略分析

- 一、中国办公用品市场呈现重新洗牌态势
- 二、办公文具企业之行业整合营销策略解析

三、浅析办公用品营销之大客户管理策略

第三节 2012年中国办公文具发展策略及市场前景趋势

- 一、办公用品企业自主创新求发展
- 二、中国办公用品市场需求分析
- 三、办公文具市场拥有广阔前景
- 四、办公文具用品行业发展趋势分析

第十一章 2012年中国文具细分产业分析——学生文具

第一节 2012年中国学生文具市场概述

- 一、学生文具市场发展分析
- 二、学生文具市场消费情况分析
- 三、农村学生急需中低档学习用品
- 四、中国学生文具逐步走向世界

第二节 2012年中国学生市场热销文具及所出现的问题

- 一、贵族文具热销开学市场
- 二、卡通类文具走俏市场
- 三、学生用品消费迈入"品牌时代"
- 四、香味浓烈文具大都含有甲醛
- 五、涂改液有毒中小学生要少用

第三节 2012年中国学生文具发展策略及前景趋势分析

- 一、开展文具连锁经营促进学生文具销售
- 二、学生儿童文具尺寸将有大改观
- 三、中国学生文具拥有巨大市场潜力

第十二章 2012年中国文具细分产业分析——笔类文具

第一节 2012年中国制笔业基本概况

- 一、中国制笔业发展综述
- 二、中国制笔装备的发展概况
- 三、中国制笔业在世界中的地位

第二节 2012年中国制笔业动态分析

- 一、中国制笔业着力提升科技水平
- 二、制笔业借力会展实现跨越发展

三、中国制笔业着意谋划出口领域

四、中国文具笔攻破美国贸易壁垒

第三节 2012年中国部分地区笔业状况分析

一、义乌笔业面临考验

二、金华笔类文具出口势头看好

三、温州笔类文具出口呈强势

四、桐庐县制笔业的发展概况

第四节 2012年中国制笔业市场运行形势分析

一、笔业市场分析

二、各种笔类市场概况

三、中国笔在国际市场上咄咄逼人

四、中国制笔市场欲进行渠道变革

第五节 2012年中国制笔业发展建议及策略分析

一、中国制笔业亟需树立品牌

二、中国制笔业亟需知识产权建设

三、中国制笔业融入国际发展策略

第十三章 2012年中国文具细分产业分析——纸制文具

第一节 纸制文具市场概述

一、纸制文具市场现状

二、中国办公纸品市场概述

三、国内纸品市场供需结构分析

第二节 新闻纸

一、浅析中国新闻纸产品市场需求

二、新闻纸市场竞争更加激烈

三、中国新闻纸质量达到世界水平

第三节 打印纸

一、打印纸的分类

二、打印纸市场现状

三、彩色商务打印纸之现状及前景剖析

第四节 其他纸类文具

一、中国特种纸市场之现状及前景剖析

二、浅析合成纸的现状及应用

三、上海复印纸市场浅析

第十四章 2012年中国文具细分产业分析——其他类型文具

第一节 墨水

一、墨水的组成和分类

二、喷墨打印机的墨水特性

三、溶剂型颜料墨水的行业发展前景

第二节 墨盒

一、墨盒市场怪圈透析

二、柯达推低价墨盒给市场巨大冲击

三、惠普采取硬式棒球策略欲清扫喷墨墨盒市场威胁

第三节 书包

一、书包的分类

二、帆布书包实用时尚市场好

三、书包市场的特点和发展趋势

第十五章 2012年中国文具行业市场竞争格局分析

第一节 2012年中国文具业竞争概况

一、文具批发业竞争激烈

二、国内外文具商争抢奥运商机

三、中国文具在新加坡市场竞争力分析

四、中国文具产业迈入后竞争时代

第二节 2012年中国文具区域竞争分析

一、宁波文具企业争夺国内市场

二、文具巨头以品牌争抢广州市场

三、厦门文具业竞争状态快速升级

第三节 2012年中国文具行业竞争策略分析

一、打造品牌掌控文具业后竞争时代

二、文具市场应从价格战步入价值战

三、文具类奥运特许商家打赢"奥运战争"策略分析

第十六章 2012年中国重点地区文具业运行态势分析

第一节 宁波

- 一、宁波文具业发展综述
- 二、宁波文具产业和国内著名产地比较
- 三、宁波文具企业借助义乌开拓国内市场
- 四、宁波欲着力打造"中国文具之都"国贸中心
- 五、宁波文具产业发展对策分析

第二节 汕头

- 一、汕头文具产业发展简况
- 二、汕头文具行业协会宣告成立
- 三、汕头文具企业主动接轨义乌市场谋发展

第三节 深圳

- 一、深圳文具业发展特点
- 二、深圳福民文具玩具批发市场透析
- 三、深圳文具业拥有无限商机

第四节 广西

- 一、广西文具业分析
- 二、广西打造中国与东盟国际文具贸易中心
- 三、广西文具市场发展预测

第十七章 2012年中国文具行业重点企业竞争力与关键性数据分析

第一节 上海中韩晨光文具制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 东莞虎门南栅国际文具制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 顺德工业（江苏）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 樱花（福建）包装文具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 东莞南栅利高文具制品厂有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 佛山市高明新时代办公用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 美邦玩具制品(深圳)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 百花（福建）文具有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十八章 2013-2017年中国文具业投资及发展前景趋势分析

第一节 2013-2017年中国文具行业加盟连锁投资分析

- 一、文具品牌连锁专卖店的理念剖析
- 二、专业办公文具加盟连锁店可行性分析
- 三、办公用品企业加盟连锁细节分析

第二节 2013-2017年中国文具行业投资机会及前景分析

- 一、电动文具市场具有巨大消费潜力
- 二、文具连锁店高投入高收益
- 三、文具业利润减少前景依然广阔

第三节 2013-2017年中国文具行业发展趋势分析

- 一、多功能化
- 二、高档化
- 三、简洁实用化
- 四、玩具化

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国文具市场运营态势与投资前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/224608.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提供专业投资咨询报告、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。