

中国 文具行业发展趋势分析与投资前景预测报告 (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 文具行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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/202409/726801.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

1、文具概述

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

2、我国文具行业规模平稳增长，集中度存在进一步提升空间

随着在校学生人数高峰过去、义务教育高度普及，文具行业整体发展呈放缓趋势，市场规模增速下降至个位数，但市场依旧较为碎片化，集中度提升空间大。根据数据显示，2023年，中国文具行业规模以上企业营业收入约为1088亿元；规模以上文具行业企业数量约760家。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

从企业营收规模看，我国约90%的文具企业年营业收入小于1000万元，中小企业占比高。横向对比，美国、日本，2022年，我国书写工具市场前五大公司市占率仅为40.6%，美国与日本的CR5分别为62.3%和66.5%。整体来看，对标发达国家文具市场，我国文具市场集中度提升空间较大。

数据来源：观研天下整理

3、文具消费对附加值需求提升，人均文具消费存在进一步提升空间

不随着人均收入提高以及高性价比产品高度普及，消费者对文具附加值需求越发看重，如彩色胶带、手账等需求越来越大，有望为行业带来价的提升。根据数据，2022年，美国和日本书写工具人均消费额和消费量为12.0美元/25.2支、6.2美元/10.9支，而我国为2.5美元/8.6支，消费额与消费量均存在较大提升空间。

数据来源：观研天下整理

4、文创进军的文具

从文具本身产品来看，越来越多的消费者吐槽市面上的文具产品“内核几乎十年如一日”“换壳不换芯”，所以近几年文具大厂也开始寻找创新之法。

而现实问题是文具产品科技含量毕竟有限，那么该如何最快提高文具产品客单价？

答案是：造IP。

比如，晨光股份持续进行产品性能迭代升级并推出知名IP联名产品把握市场动向，在新品开发过去三年减量提质成效明显，在减少一半SKU数量的情况下继续保持增长，新品单款贡献显著提升。而旗下的观九木杂物社则选择与LULU猪、卓大王、迪士尼松松家族、软萌兔等IP联名，将15-29岁女性视为核心消费群体的他们把“少女心”写满品牌店的每一个角落。

2015-2022年晨光股份的文具产品升级和IP联名开发情况

年份

重要产品开发

知名IP联名产品

2015

(1) 晨光优握系列获中国红星设计奖 (2) 安全胶带座获台湾金点设计奖

晨光优品ONEBOX·无用之诗文具礼盒

2016

(1) 顺利量产热可擦水彩笔、成功开发热可擦荧光笔，充实热可擦系列 (2) 成功开发高价值针管笔头和直液式水性子弹笔头

《故宫猫》彩铅系列、《上海电影节》文具套装、《梵高系列》笔记本

2017

(1) 速干中性笔开发并投入生产，充实优握系列 (2) 推出M&G-KIDS和M&G-ARTS系列专业美术产品

大英博物馆系列、变形金刚系列、梵高系列单品及套装

2018

“悦写缓冲”中性笔荣获德国iF设计奖和日本G-Mark设计奖

海贼王联名，联合时尚芭莎，推出国粹系列文具礼盒套装

2019

(1) 收购安硕，与意大利文具品牌CARIOCA建立战略合作，打造食用级水彩、无木可擦彩铅等儿童艺术高端爆款产品 (2) 上线“小毛刷”中性笔，专利为“硅胶按摩点护套”，有效减缓书写疲劳、中指茧、手指出汗等问题

人民日报、《流浪地球》、喵屋、法国知名漫画形象“卡斯波与丽莎”等

2020

(1) 悦动·摇摇笔获德国iF设计奖，自动切胶带座同时获德国iF设计奖和红点奖 (2) 首创性地在文具上应用抗菌、高密度、免喷涂、可降解等新型材料

故宫文化、名侦探柯南、大英博物馆、玫瑰花园、金榜题名等

2021

(1) 磁悬浮中性笔获德国iF设计奖，自动圆规获日本G-mark大奖，TIKITAKA按动马克笔

获2021年文教创新奖 (2) 研发了秒干中性笔、超耐写铅笔、食品级美术画材等多种产品

樱花季、大桔大利、星辰宇宙、色彩研究室等

2022

PROFUTURE守护未来文具套装，该系列的材质及设计紧扣环保

鬼灭之刃、央视《大国品牌》等

资料来源：观研天下整理

其他国产文具品牌，像专注于政企物资集采服务的齐心也推出吾皇猫、国家宝藏、孔子爷爷等“承载中国文化特色”的IP联名，“以创意设计展现传统文化精髓，用年轻化、趣味性的产品与消费者实现情感链接”。

而文具文创化后，品牌们可以理直气壮提价。比如，市面上普通款文具盒的售价不过20元左右，但如果是被印上动漫IP图案的“奥特曼联名款”“航海王联名款”产品，售价会是普通款的两倍以上，达到40元到60元之间。

5、功能化文具开辟新市场？

此外，有些品牌商还对文具产品进行功能化升级，以获得更高的客单价。例如手动削笔刀升级成全自动削笔器；手动橡皮擦装上电机变成电动橡皮擦，而且还出现专门清理橡皮屑的桌面吸尘器；文具盒也被加上了指纹解锁、密码解锁的功能，成为带有黑科技色彩的文具。

文创与功能化产品看上去提高文具客单价，却并没有给文具品牌增加多少核心竞争力，甚至

遭到一些家长的质疑。一方面，因为文具一旦被贴上功能化标签，价格就比普通文具贵上好几倍，另一方面，商家着力宣传的产品功能实际能够产生多大效果，家长难有直观感受。以正姿铅笔为例，不同品牌、不同款式的正姿铅笔价格，能够相差数十倍。比如，在天猫平台，晨光官方旗舰店售卖的30支装洞洞笔售价为18.9元，平均单支价格为0.63元；而思笔乐官方旗舰店售卖的5支装洞洞笔，优惠后价格为101元，平均单支售价达到20.2元，是晨光洞洞笔的32倍。对这两家的洞洞笔进行对比发现，思笔乐洞洞笔在握笔时会更贴合手型，容易培养正确握姿，但仅因为“洞洞”角度的一点差别就导致30倍的价格差距，这也引起了大部分家长质疑。

同时，在社交媒体平台上，关于洞洞笔的正姿效果也存在一些争议，如每个人的手部发育情况不同，“洞洞”点位无法完全贴合每一个人轻松写字时的手部状态，长时间使用反而容易造成夹笔、翘腕等错误握笔姿势，严重的甚至导致腱鞘炎。

再看护脊书包，在某些电商平台，普通书包的价格一般在一两百元左右，而带有护背、护脊功能的书包，定价从五六百元到上千元不等。而在国家卫健委发布《中小学生书包卫生要求》中，并未明确和肯定护脊书包的概念和功效，并且《要求》中明确书包重量不超过孩子体重的10%，而目前市面上大多数护脊书包都比普通书包要重。由此可见，护脊书包是否能对学生脊柱起到健康的作用，尚未明确，但护脊书包的概念则在市场上开辟出一个高端高价的新品类。

6、文具行业正在面临的转型阵痛，但消费群体升级带来新市场机遇

整体来看，无论是洞洞笔，还是护脊书包，都是文具品牌通过功能化的产品卖点吸引家长，包括品牌的传播和销售渠道也以线上为主，主打一个聚焦家长圈层，形成高效转化销售闭环，而由于家长并非产品的实际使用者，孩子也无法完全细致反馈文具的使用体验，这就导致文具产品的价格和价值之间也存在巨大的操作空间。

综上进行深入分析，可以发现无论是用功能化说服家长还是用娱乐化吸引学生，文具品牌的目标都是为了提高产品的价格。而在这些目的背后，透露出我国文具行业正在面临的转型阵痛。

一方面是企业数量逐渐增多，导致文具行业长期处于低价竞争局面。由于文具行业进入门槛较低，所以导致企业数量较多（根据上述内容可知，2023年约760家企业），尤其是低端文具领域的中小型企业凭借着价格优势占据大量的，对整个行业导致较大的竞争压力，而这也限制了产品和技术的创新，文具产业的发展从定价到定位水平一直较低。

另外一方面是，文具行业需求规模的缩减。自2017年起，我国出生人口持续快速下滑，从当年的1723万人降至2023年的902万人，这也直接对教育相关的文具产业产生了影响。因此，面对用户规模的缩减，文具企业将消费群体开始逐渐拓展到新一代家长群体。

这其实深入分析文具品牌们在进行文创、功能创新时的目标就可以看出来，其对产品价格的提升不是盲目的，而是精准面对“老用户”，那些印着奥特曼的文具盒、哈利·波特联名的自动铅笔，作为新一代家长的他们，仍然义无反顾地希望为下一代提供更优质的学习条件。由此

可见，受众群体的成长给文具品牌们提供了肥沃的市场土壤，也为行业迎来新的市场发展机遇。（WYD）

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 文具行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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) 华东地区 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/202409/726801.html>