

การวิเคราะห์การแข่งขันเครื่องเขียนของจีนในตลาดต่างประเทศ

แหล่งที่มา

- [United Nations Statistics Division - Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE)]

- ศูนย์การของจีน

- สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน

ข้อมูลจากปี 2006 ถึง 2014

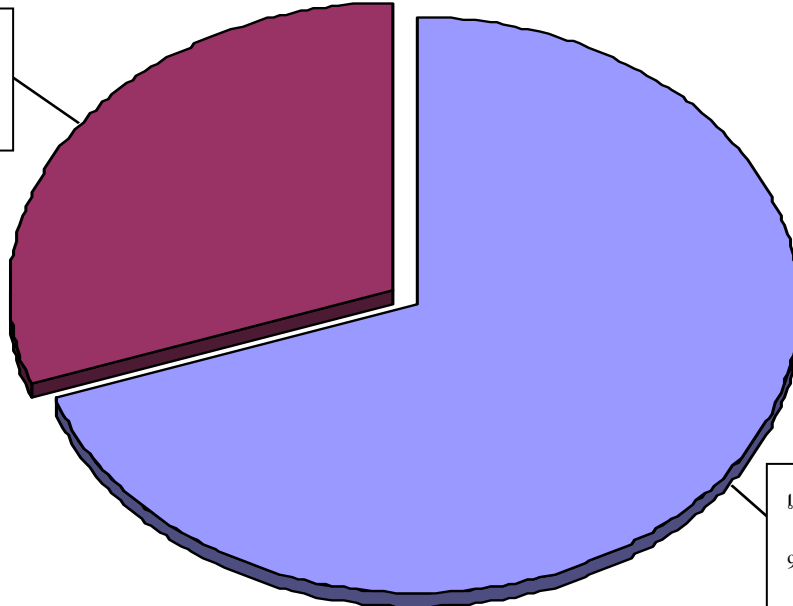
- เศรษฐกิจของจีนได้เข้าสู่ภาวะปกติใหม่อีกครั้ง กำลังเร่งปรับโครงสร้าง ศักยภาพในการเติบโตมีแนวโน้มที่ลดลง
- การค้าทั่วโลกเติบโตขึ้นอย่างช้าๆ อุปสงค์จากต่างประเทศมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง
- การลงทุนในประเทศมีการเติบโตถึงจุดสูงสุด ความเร็วในการเติบโตของการลงทุนกลับมาสู่ภาวะปกติ
- ในภาคการบริโภคก็ยังคงปกติ มีเสถียรภาพ
- อุตสาหกรรมเครื่องเขียนของจีนกำลังเผชิญกับปัญหาแรงจูงใจในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ยังไม่เพียงพอ ผลิตภัณฑ์ซ้ำกันมากเกินไป ระดับการจัดการต่ำ การผลิตสินค้ามากเกินไป การร่วมกลุ่มของอุตสาหกรรมยังไม่สูงพอ

สถานะการณ์ความเคลื่อนไหวทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเครื่องเขียนเครื่องเขียนของจีน

ประจำปีปี 2015

รายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องเขียนในปี 2015

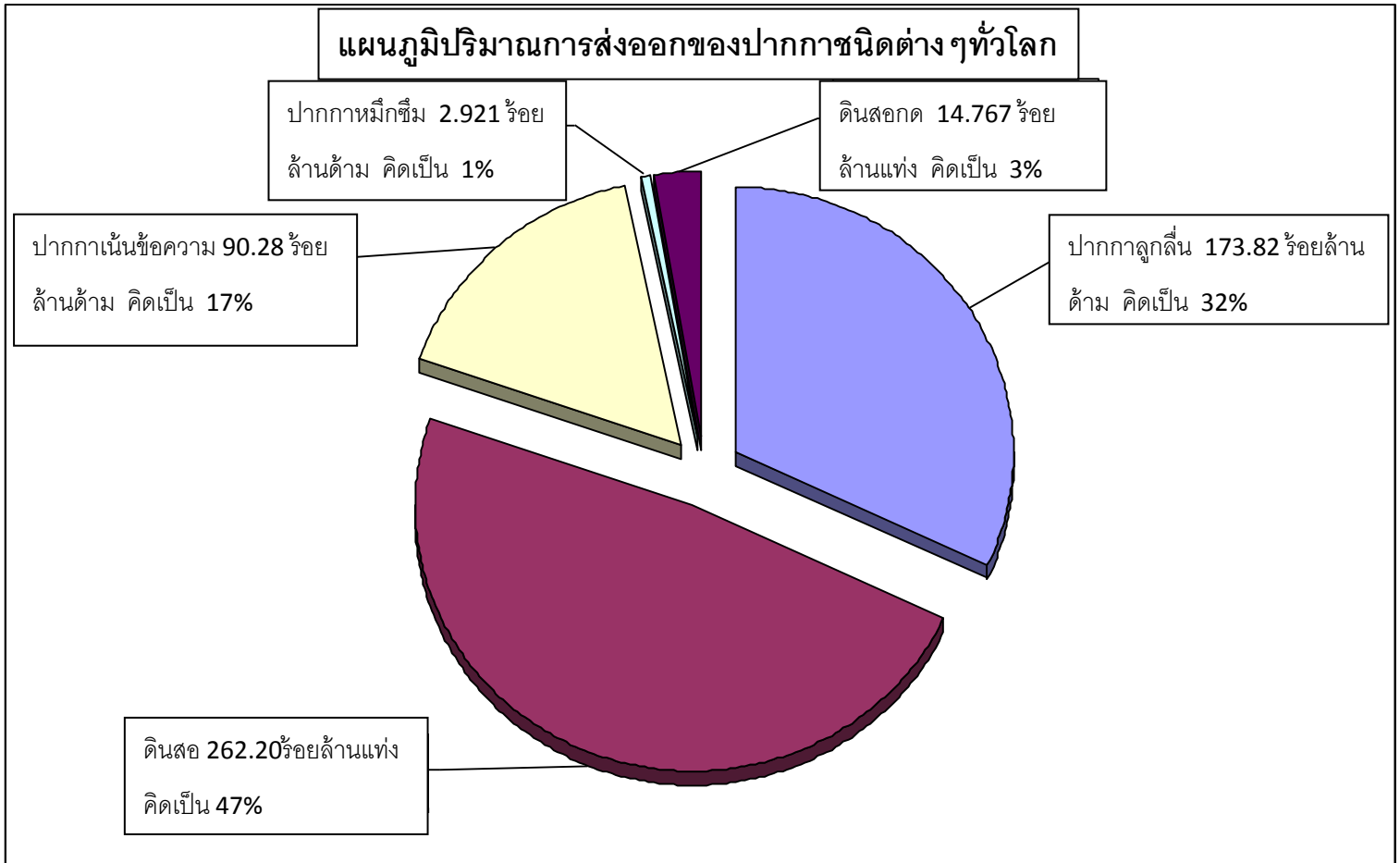
ซื้อสิ่งพิมพ์ 422.22 ร้อย
ล้านหยวน คิดเป็น 30%



เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน
970.83 ร้อยล้านหยวน คิดเป็น 70%

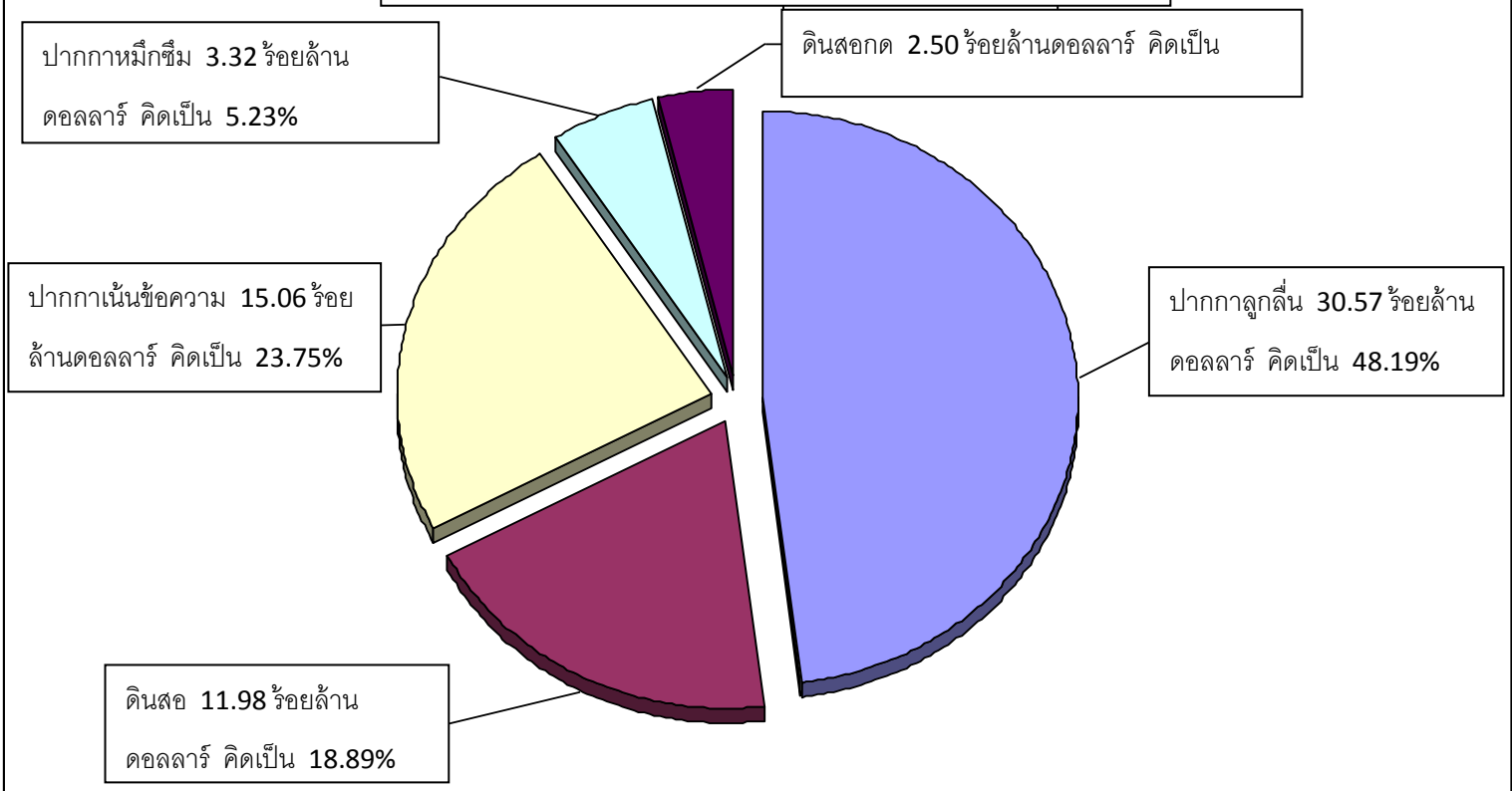
- อุตสาหกรรมเครื่องเขียนมีรายได้ทั้งหมด 1393.05 ร้อยล้านหยวน
- แบ่งเป็น : เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน 970.83 ร้อยล้านหยวน เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน
- ซื้อสิ่งพิมพ์ 422.22 ร้อยล้านหยวน เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

1. ภาพรวม



- ปี 2014 ปริมาณการส่งออกปากกาทุกชนิดทั่วโลกมีจำนวน 543.98 ร้อยล้าน
- ในนี้มีดินสอดส่งออก 262.20 ร้อยล้าน คิดเป็น 47%, เป็นอันดับที่ 1, ปากกาลูกกลิ้งส่งออก 173.82 ร้อยล้าน คิดเป็น 32%, เป็นอันดับที่ 2, อันดับที่ 3 คือปากกาเนื้อข้อความ ส่งออก 90.28 ร้อยล้าน คิดเป็น 17%; อันดับที่ 4 คือดินสอกด ส่งออก 14.77 ร้อยล้าน คิดเป็น 3%; อันดับที่ 5 คือปากกาหมึกซึม ส่งออก 2.92 ร้อยล้าน คิดเป็น 1%

แผนภูมิมูลค่าการส่งออกของปากกาชนิดต่างๆทั่วโลก



- ปี 2014 มูลค่าการส่งออกปากกาชนิดต่างๆทั่วโลกคือ 63.44 ร้อยล้านดอลลาร์ มูลค่าการส่งออกปากกากลูกลิ้นอยู่อันดับที่ 1, มูลค่าการส่งออกคือ 30.57 ร้อยล้านดอลลาร์ คิดเป็น 48.19% อันดับที่ 2 คือ ปากกาเน้นข้อความ, มูลค่าการส่งออกคือ 15.06 ร้อยล้านดอลลาร์ คิดเป็น 23.75%, ถึงแม้ว่าดินสอจะมีปริมาณการส่งออกมากที่สุด แต่เพราะราคาต่อหน่วยค่อนข้างต่ำ อยู่อันดับที่ 3 มีมูลค่าการส่งออกคือ 11.98 ร้อยล้านดอลลาร์, ปากกามีกี๊ซึ่มมูลค่าการส่งออกคือ 3.32 ร้อยล้านดอลลาร์ คิดเป็น 5.23% อยู่อันดับที่ 4, ดินสอกดมูลค่าการส่งออกคือ 2.50 ร้อยล้านดอลลาร์ คิดเป็น 3.94% อยู่อันดับที่ 5

2. การวิเคราะห์การส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนไปยังตลาดต่างประเทศ

■ ปี 2014 ทั่วโลกมี 117 ประเทศที่ส่งออกปากกาลูกกลิ้ง

■ ปริมาณการส่งออกคือ 173.82 ร้อยล้านด้าม

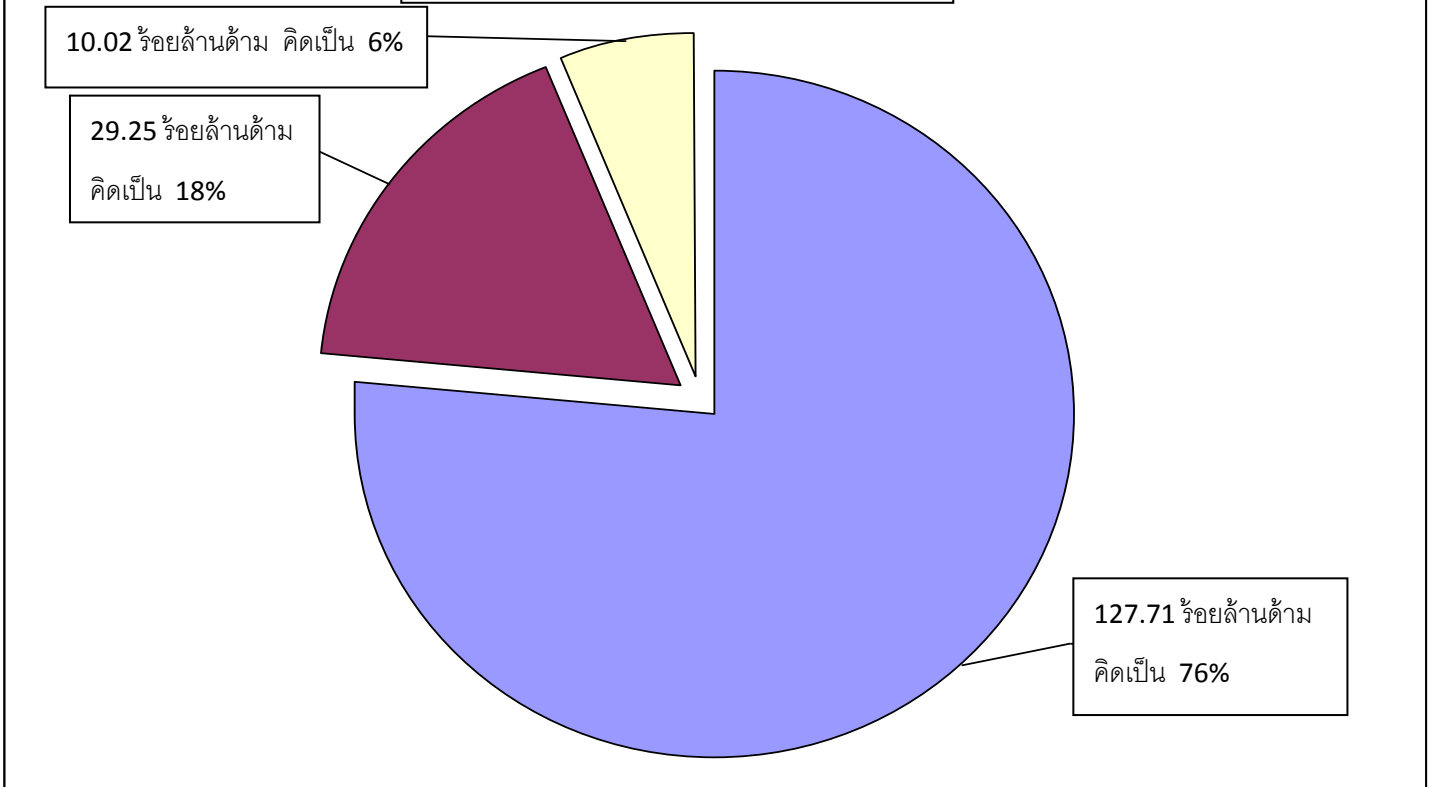
(ทั่วโลกมีจำนวนประชากร 73 ร้อยล้านคน, เฉลี่ยคนละ 2.4 ด้าม)

■ มูลค่าการส่งออก 35.07 ร้อยล้านดอลลาร์

ใน 117 ประเทศที่ส่งออกปากกาลูกกลิ้ง มีประเทศที่มีปริมาณการส่งออกมากกว่า 1 ร้อยล้านด้ามอยู่ 15 ประเทศ, ปริมาณการส่งออกคือ 166.99 ร้อยล้านด้าม คิดเป็น 96.07% ของปริมาณการส่งออกปากกา ลูกกลิ้งทั้งหมด

ประเทศ	ปริมาณ (ร้อยล้านด้าม)
จีน	83.71
อินเดีย	26.61
เม็กซิโก	17.46
ฝรั่งเศส	9.89
ญี่ปุ่น	8.81
สหรัฐอเมริกา	8.42
อิตาลี	2.13
มาเลเซีย	1.46
บราซิล	1.35
โปแลนด์	1.31
ไทย	1.28
เปรู	1.23
สเปน	1.19
เนเธอร์แลนด์	1.11
สิงคโปร์	1.09

โครงสร้างกลุ่มส่งออกปากกาตุ๊กตั้น

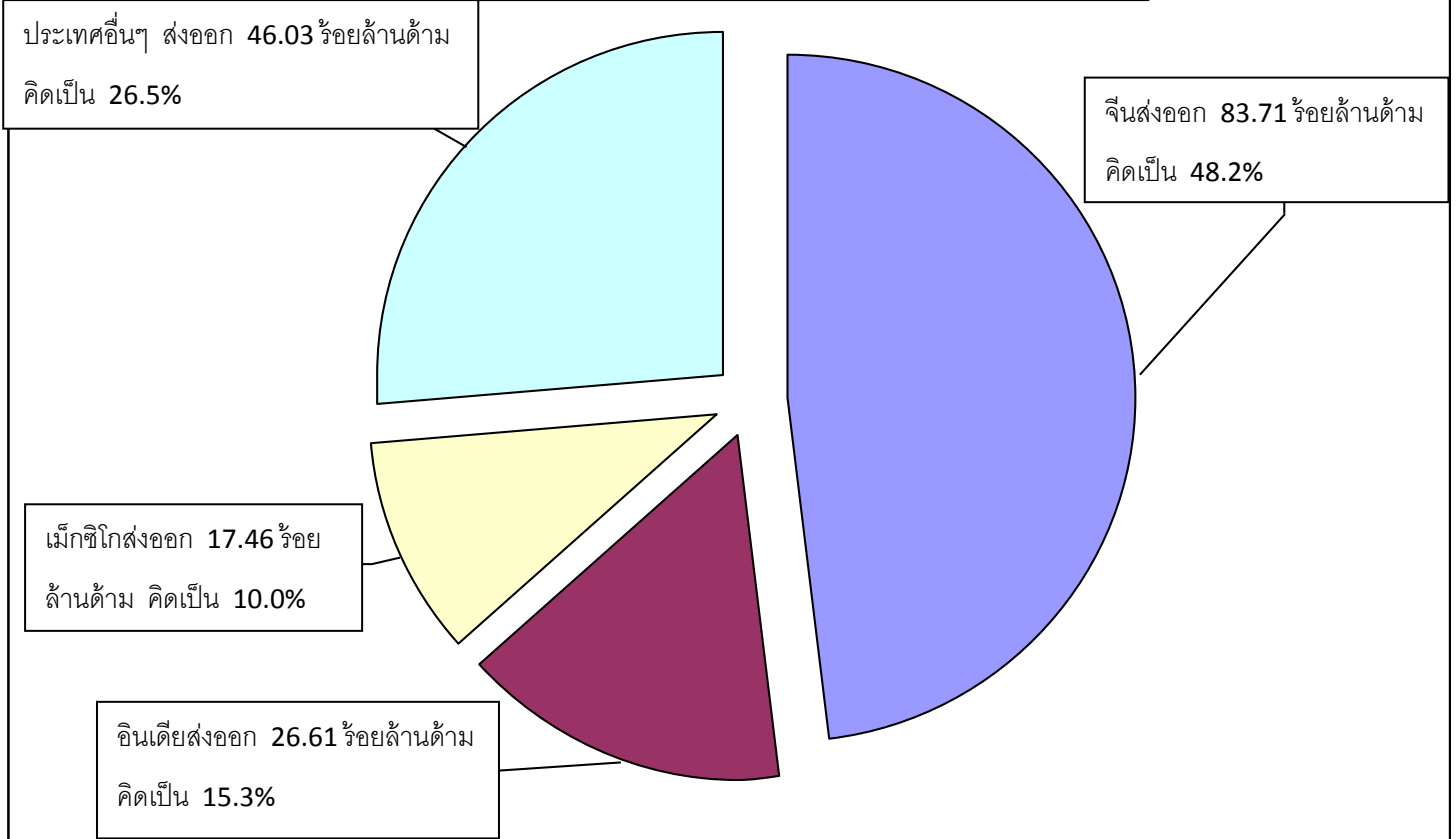


กลุ่มที่ 1 : จีน อินเดีย กับเม็กซิโก ส่งออกมากกว่า 10 ร้อยล้านด้ามขึ้นไป

กลุ่มที่ 2 : ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี ส่งออก 2 – 10 ร้อยล้านด้าม

กลุ่มที่ 3 : มาเลเซีย บราซิล โปแลนด์ ไทย เปรู สเปน เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ ส่งออก 1 – 2 ร้อยล้านด้าม

แผนภูมิแสดงส่วนการส่งออกปากกาลูกโลกของกลุ่มแรกปี 2014



	ปี 2006	ปี 2007	ปี 2008	ปี 2009	ปี 2010	ปี 2011	ปี 2012	ปี 2013	ปี 2014
จีน	51.7%	59.3%	55.3%	57.4%	59.3%	52.9%	52.5%	48.6%	48.2%
อินเดีย	4.7%	5.3%	4.6%	7.7%	8.9%	9.6%	12.5%	12.7%	15.3%

- ปัจจุบันจีนมีโรงงานผลิตปากกา 3000 กว่าโรงงาน ปี 2014 ปริมาณการส่งออกทั่วโลกคือ 544 ร้อยล้านด้าม เฉลี่ยโรงงานละ 1813 หมิ่นด้าม (ปี 2014 จีนผลิตปากกาทุกชนิดรวม 426 ร้อยล้านด้าม คิดเป็น 78% ของปริมาณการส่งออกทั่วโลก)
- ตามข้อมูลของ TRADESTATS ปี 2010 อินเดียมีโรงงานผลิตปากกา 80 กว่าโรงงาน และใน 80% ของปริมาณการผลิตจะไปรวมอยู่ในมือของโรงงานผลิตแต่ไม่ถึง 10 โรงงาน ดังนั้นการผลิตปากกาลูกโลกของกลุ่มโรงงานผลิตของอินเดียจะมีศักยภาพสูงกว่าจีน
- GDP ของอินเดียในไตรมาสแรกของปี 2016 คือ 7.9%
- GDP ของจีนในไตรมาสแรกของปี 2016 คือ 6.7%

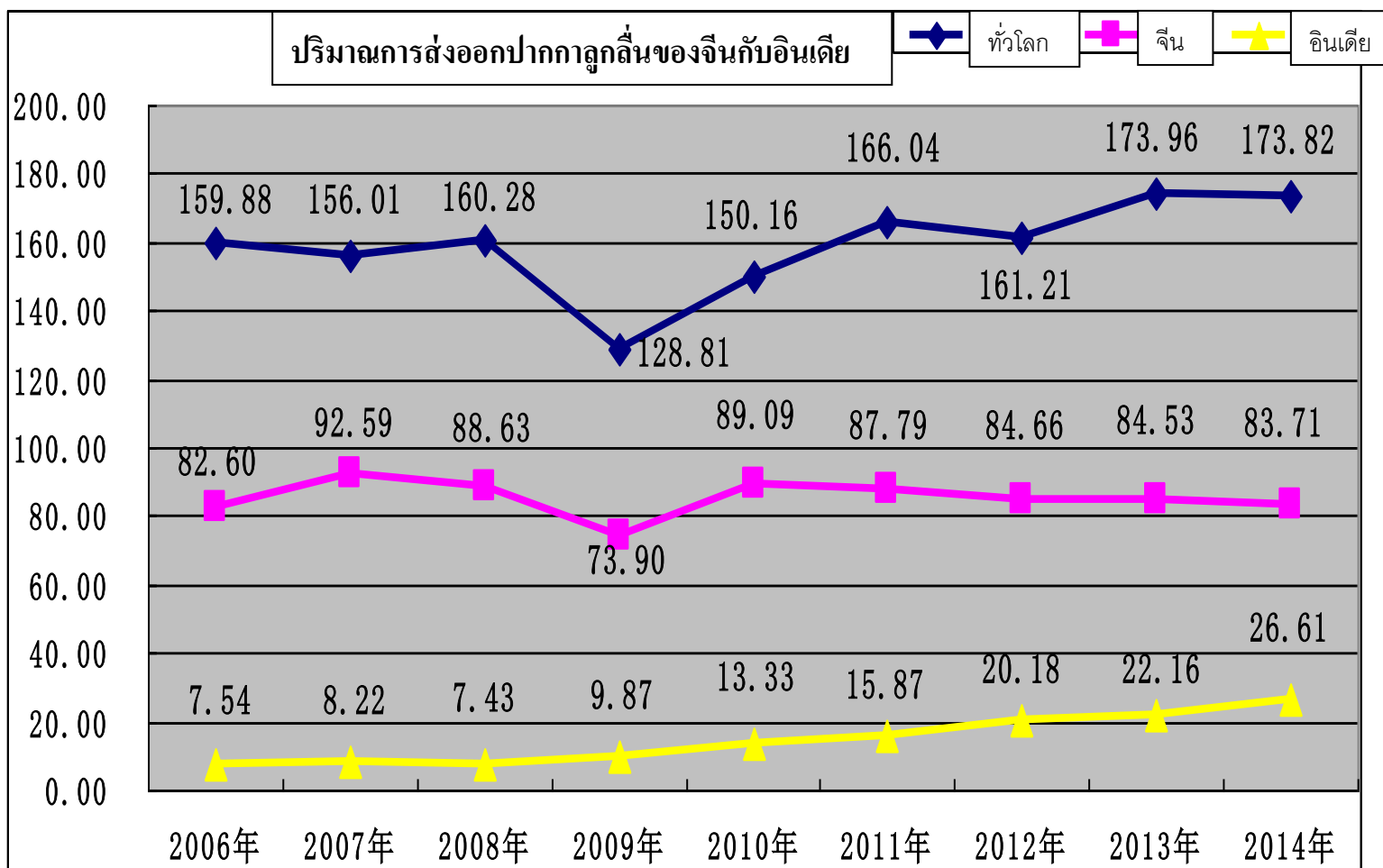
ตารางสถานการณ์การส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนกับอินเดีย ในไม่กี่ปีที่ผ่านมา

จำนวน : ร้อยล้านด้าม มูลค่า : ร้อยล้านดอลลาร์

	ปี 2006		ปี 2007		ปี 2008		ปี 2009		ปี 2010	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทั่วโลก	159.88	23.60	156.01	27.92	160.28	29.12	128.81	22.76	150.16	27.05
จีน	82.60	5.34	92.59	6.71	88.63	7.71	73.90	5.91	89.09	7.46
อินเดีย	7.54	0.65	8.22	0.71	7.43	0.72	9.87	0.77	13.33	1.09
	ปี 2011		ปี 2012		ปี 2013		ปี 2014		ปี 2015	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทั่วโลก	166.04	29.52	161.21	29.41	173.96	29.49	173.82	30.57		
จีน	87.79	8.15	84.66	8.70	84.53	8.94	83.71	9.12		
อินเดีย	15.87	1.30	20.18	1.46	22.16	1.51	26.61	1.63		

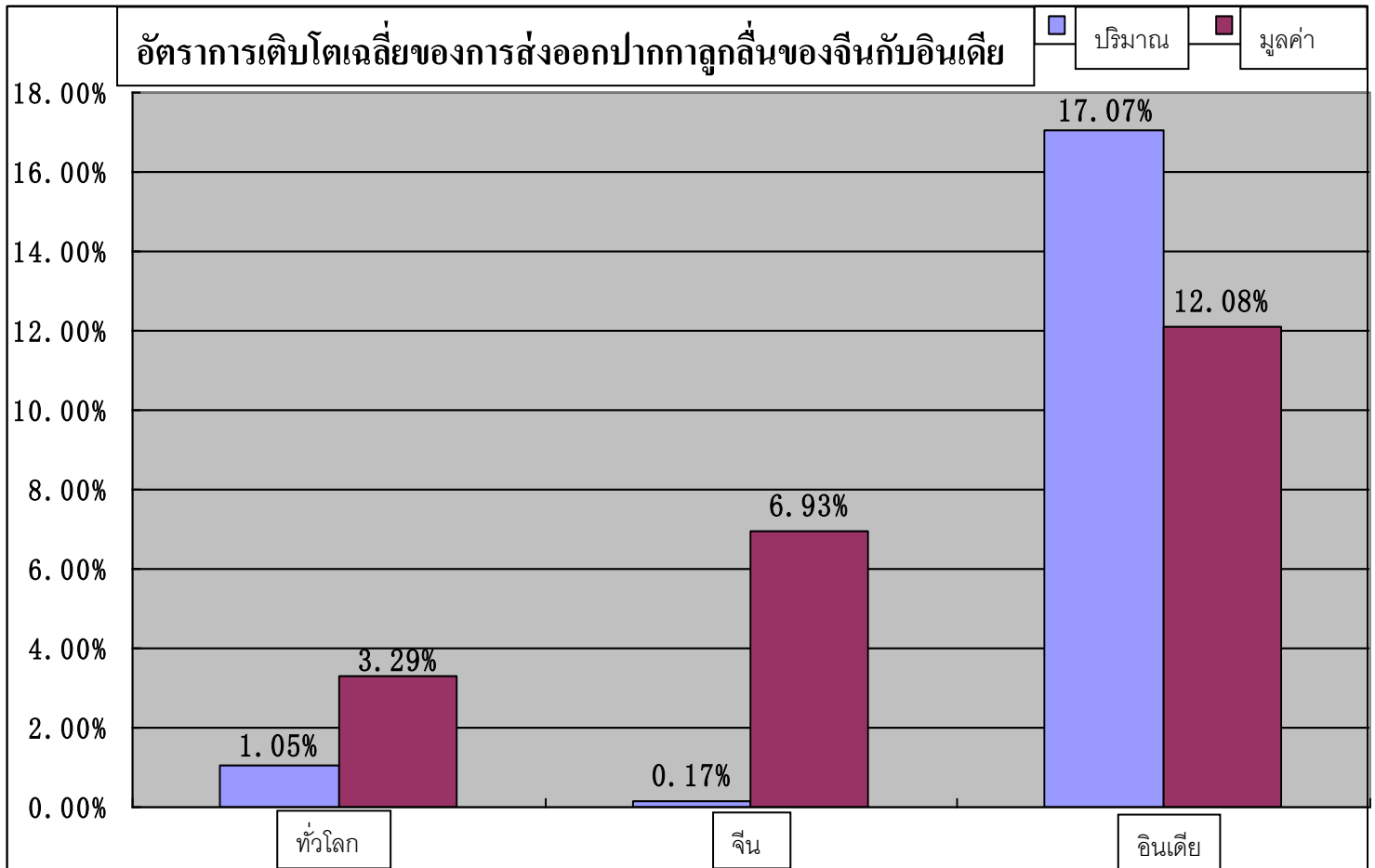
ปี 2006 อินเดียอยู่อันดับที่ 5 ของโลก ของประเทศที่ส่งออกปากกาลูกกลิ้งทั่วโลก, ถึงปี 2012 ก็กระโดดมาเป็นอันดับที่ 2 เมื่อมองในมุมมองของจีนแล้ว เป็นการท้าทายจีนที่เป็นประเทศที่ส่งออกปากกาลูกกลิ้งเป็นอันดับที่ 1 ของโลก

ปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนกับอินเดีย



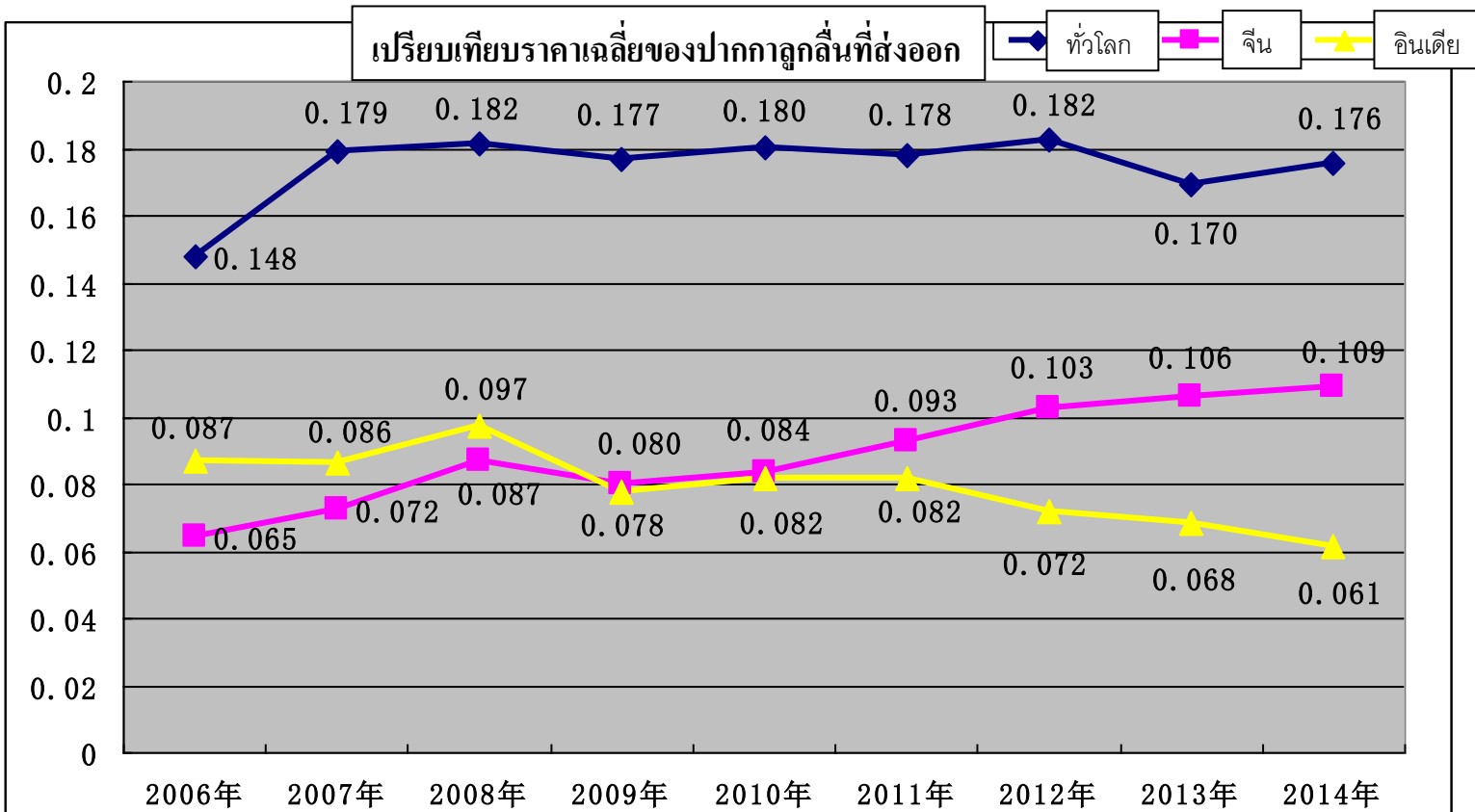
■ ปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนค่อยๆชะลอลง

■ ปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของอินเดียค่อยๆเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ



- อัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งทั่วโลก คือ 1.05%, อัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกคือ 3.29%
- อัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนน้อยกว่าทั่วโลกอยู่ 0.88%, แต่ ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกมากกว่าทั่วโลกอยู่ 3.64%
- อัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของอินเดียมากกว่าทั่วโลกอยู่ 16.02% และอัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกมากกว่าทั่วโลกอยู่ 8.79%
- ปริมาณการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของอินเดียคิดเป็นเพียง 31.78% กับ 17.87% ของจีน แต่ ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกกับมูลค่าการส่งออกของอินเดียกลับสูงกว่าจีน 100 เท่า กับ 1.74 เท่า ตามลำดับ, และเป็น 16.25 เท่า กับ 3.68 เท่า ของอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั่วโลก

- ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของอินเดียจะเป็น 100 เท่าของจีน แต่อัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกมากกว่าจีนเพียง 1.74 เท่า จากความแตกต่างที่เห็นได้ชัดนี้ แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของอินเดียจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ว่าราคาส่งออกจะเน้นที่ราคาต่ำเป็นหลัก, อัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนถึงแม้ว่าจะเสียเปรียบ แต่ในด้านราคาจีนมีความได้เปรียบอย่างเห็นได้ชัด
- การส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนกับอินเดียในตลาดต่างประเทศนั้น มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากในด้านของคุณภาพกับปริมาณ, ถ้าจีนอยากชนะในการส่งออกปากกาลูกกลิ้งต้องเน้นไปด้านคุณภาพของสินค้า ห้ามไปแข่งด้านราคาต่ำแบบเดิม



- ราคาเฉลี่ยของปากกาลูกกลิ้งที่ส่งออกของจีนกับอินเดียมีราคาเฉลี่ยที่ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของทั่วโลกด้วยกันทั้งคู่
- ปี 2006 ราคาเฉลี่ยของปากกาลูกกลิ้งที่ส่งออกของอินเดียสูงกว่าจีน 1.3 เท่า
- ปี 2014 ราคาเฉลี่ยของปากกาลูกกลิ้งที่ส่งออกของจีนสูงกว่าอินเดีย 1.78 เท่า
- ราคาเฉลี่ยของปากกาลูกกลิ้งที่ส่งออกของจีนเพิ่มขึ้น 6.76% และค่อยๆเพิ่มขึ้น แต่ราคาเฉลี่ยของปากกาลูกกลิ้งที่ส่งออกของอินเดียลดลง 4.46% และค่อยๆลดลง

จำนวนประเทศที่จีนและอินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้ง

	ปี 2006	ปี 2007	ปี 2008	ปี 2009	ปี 2010	ปี 2011	ปี 2012	ปี 2013	ปี 2014
จีน	183	187	189	194	197	197	206	205	203
อินเดีย	144	139	148	148	146	150	156	152	162

- ปี 2006 ประเทศที่จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้งมีทั้งหมด 183 ประเทศ เมื่อมาถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 203 ประเทศ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 1.30%
- ปี 2006 ประเทศที่อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งมีทั้งหมด 144 ประเทศ เมื่อมาถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 162 ประเทศ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 1.48%
- ประเทศที่อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งน้อยกว่าจีนอยู่ 41 ประเทศ แต่อัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงกว่าจีนอยู่ 0.18%

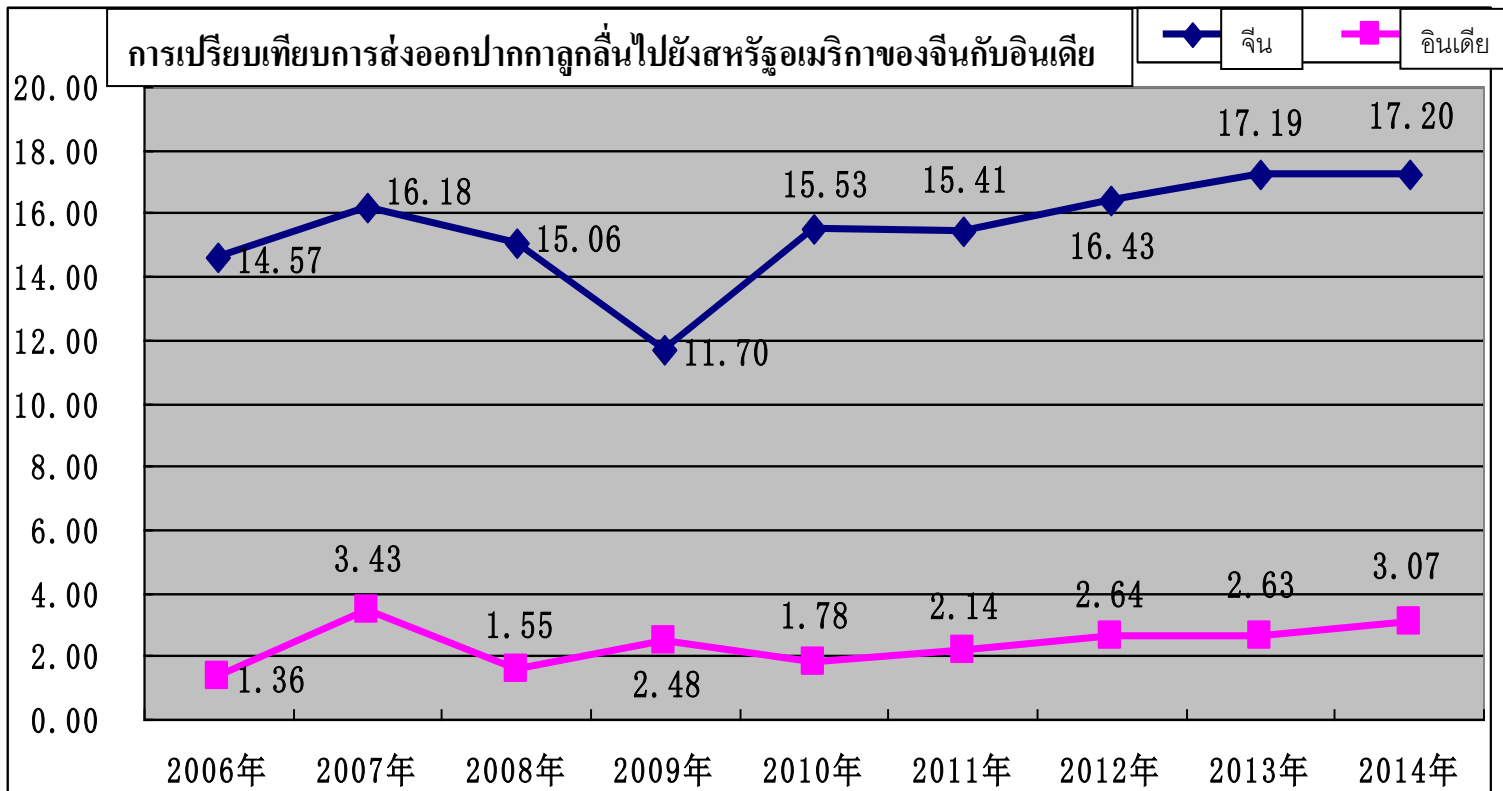
10 ประเทศแรกที่อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้ง

10 ประเทศแรกที่จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้ง

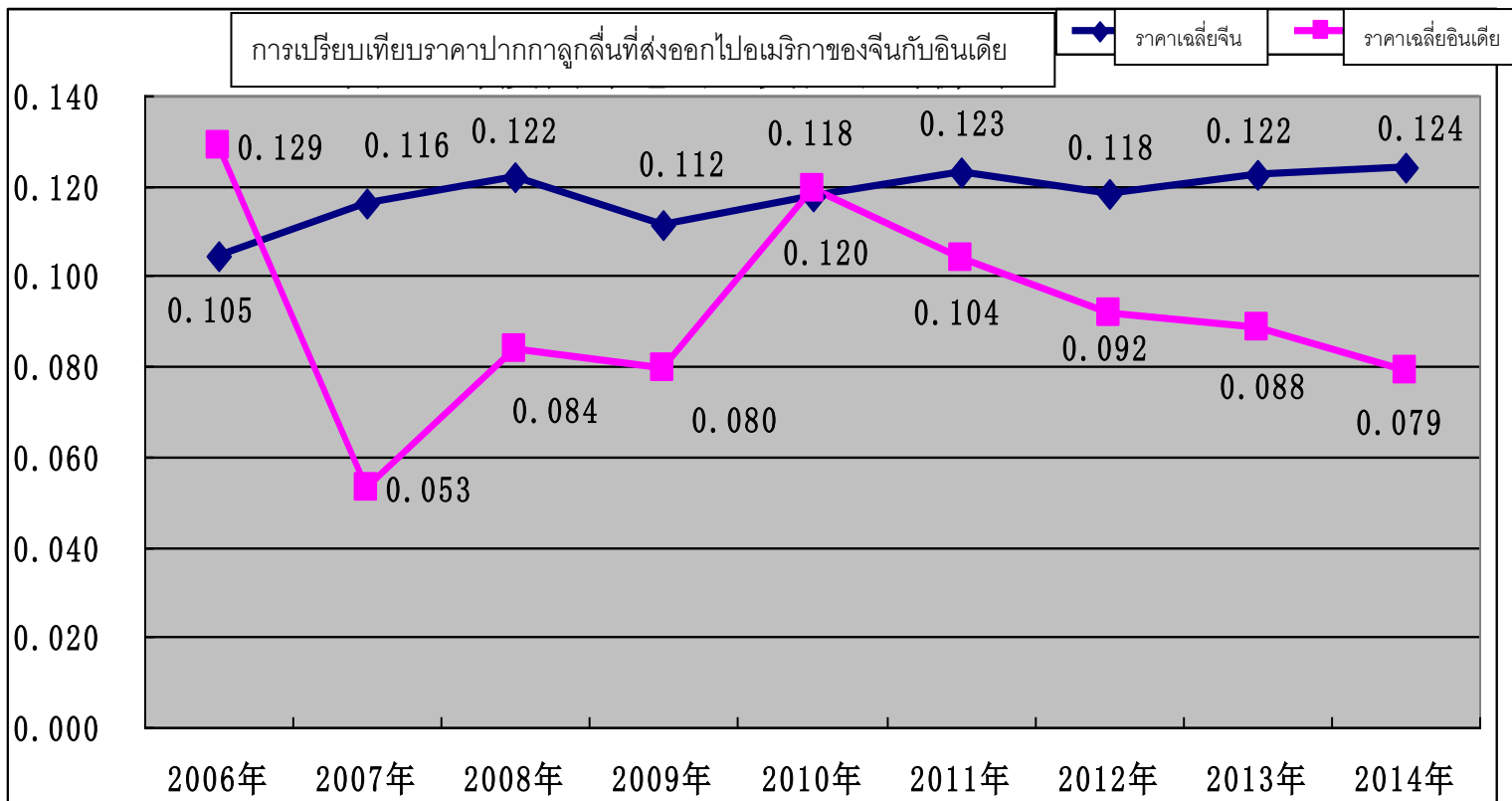
อินเดีย / ปี 2006		อินเดีย / ปี 2014		จีน / ปี 2006		จีน / ปี 2014	
ประเทศ	ปริมาณ	ประเทศ	ปริมาณ	ประเทศ	ปริมาณ	ประเทศ	ปริมาณ
ปริมาณส่งออกทั้งหมด	7.54	ปริมาณส่งออกทั้งหมด	26.61	ปริมาณส่งออกทั้งหมด	82.61	ปริมาณส่งออกทั้งหมด	83.71
อเมริกา	1.36	อเมริกา	3.07	อเมริกา	14.57	อเมริกา	17.20
U.A.E	0.84	U.A.E	2.88	อังกฤษ	5.18	อังกฤษ	6.15
คีร์กีซสถาน	0.60	ไทย	1.67	U.A.E	3.89	เยอรมัน	2.85
ฝรั่งเศส	0.54	เม็กซิโก	1.35	เยอรมัน	3.03	เนเธอร์แลนด์	2.71
เยอรมัน	0.43	พม่า	1.24	บราซิล	2.64	รัสเซีย	2.63
อังกฤษ	0.31	อิหร่าน	1.02	รัสเซีย	2.56	เม็กซิโก	2.60
แทนซาเนีย	0.29	ตุรกี	0.92	ฮ่องกง	2.45	ฟิลิปปินส์	1.86
ตุรกี	0.22	โคลัมเบีย	0.91	ฟิลิปปินส์	1.99	อินโดนีเซีย	1.75
พม่า	0.20	แอลจีเรีย	0.83	เม็กซิโก	1.99	มาเลเซีย	1.69
เนเมน	0.18	บราซิล	0.75	สเปน	1.84	สเปน	1.59
10อันดับแรกคิดเป็น	66.01%	10อันดับแรกคิดเป็น	54.97%	10อันดับแรกคิดเป็น	48.59%	10อันดับแรกคิดเป็น	49.02%

■ ปี 2006 ประเทศ 10 อันดับแรกที่อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งคิดเป็น 66.01% พอมาถึงปี 2014 ลดลงเหลือ 54.97% , ปี 2006 ประเทศ 10 อันดับแรกที่อินเดียส่งออกมีประเทศแถบยุโรปกับอเมริกาคิดเป็น 50% พอมาถึงปี 2014 ลดลงเหลือ 20% , ปี 2006 เป็นประเทศแถบเอเชียคิดเป็น 30% พอถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 40%, ประเทศแถบอเมริกาใต้คิดเป็น 30%

■ ปี 2006 ประเทศ 10 อันดับแรกที่จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้งคิดเป็น 48.59% พอมาถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 49.02% , ปี 2006 ประเทศ 10 อันดับแรกที่จีนส่งออกมีประเทศแถบยุโรปกับอเมริกาคิดเป็น 50% พอมาถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 60% , ปี 2006 เป็นประเทศแถบเอเชียคิดเป็น 20% พอถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 30%, ปี 2006 ประเทศแถบอเมริกาใต้คิดเป็น 20% พอถึงปี 2014 ลดลงเหลือ 10%



- จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้งไปยังสหรัฐอเมริกาจากปี 2006 ถึงปี 2014 มีอัตราการเติบโตคิดเป็น 2.10%, อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งไปยังสหรัฐอเมริกาจากปี 2006 ถึงปี 2014 มีอัตราการเติบโตคิดเป็น 10.68%, อัตราการเติบโตของอินเดียสูงกว่าจีนอยู่ 5.08 เท่า
- ในปี 2006 อินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งไปยังอเมริกาคิดเป็น 18.03% ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด, ปี 2014 ลดลงเหลือ 11.53%
- ในปี 2006 จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้งไปยังอเมริกาคิดเป็น 17.63% ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด, ปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 20.55%
- จีนมีผลตอบรับที่ดีจากตลาดอเมริกามากกว่าอินเดีย, นี้แสดงให้เห็นว่าตลาดอเมริกามีความต้องการปากกาลูกกลิ้งคุณภาพกลาง-สูงของจีนมากกว่าปากกาลูกกลิ้งคุณภาพต่ำของอินเดีย



- ราคาเฉลี่ยของปากกาถูกลิ้นที่จีนส่งออกไปยังอเมริกาเพิ่มขึ้น 2.17%
- ราคาเฉลี่ยของปากกาถูกลิ้นที่อินเดียส่งออกไปยังอเมริกาลดลง -5.94%
- ราคาปากกาถูกลิ้นที่อินเดียส่งออกไปยังอเมริกาค่อยๆลดลง ผลิตภัณฑ์ฟิงพาซินค้าเกรดต่ำ ราคาถูกในการรุกรตลาดอเมริกา
- ราคาปากกาถูกลิ้นที่จีนส่งออกไปยังอเมริกาค่อยๆเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ฟิงพาซินค้าที่มีคุณภาพในการครอบครองตลาดชั้นกลาง-บนของอเมริกา

ในตลาดอเมริกาการแข่งขันของจีนกับอินเดียค่อยๆปรากฏให้เห็นถึงความแตกต่าง

การเปรียบเทียบประเทศอันดับแรกที่ประเทศจีนกับประเทศอินเดียได้ส่งออกปากกาถูกลื่น

■ ตลาดตะวันออกกลาง

- ประเทศอันดับที่สองที่อินเดียส่งออกปากกาถูกลื่นคือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนประเทศอันดับที่สองที่จีนส่งออกปากกาถูกลื่นคือ อังกฤษ เริ่มปรากฏความแตกต่างให้เห็น
- ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังคงเป็นประเทศอันดับที่สองที่อินเดียส่งออกปากกาถูกลื่น ปริมาณการส่งออกจากปี 2006 ที่ 0.84 ร้อยล้านด้าม เพิ่มขึ้นเป็น 2.88 ร้อยล้านด้าม เพิ่มขึ้น 3.42 เท่า ปริมาณที่เพิ่มขึ้นในส่วนของอินเดียก็คือปริมาณที่ลดลงในส่วนของจีน
- ปี 2006 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังคงเป็นประเทศอันดับที่สองที่จีนส่งออกปากกาถูกลื่น แต่พอปี 2014 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ไม่ได้อยู่ใน 10 อันดับแรก ของการส่งออกปากกาถูกลื่นของจีนแล้ว การส่งออกปากกาถูกลื่นในตลาดตะวันออกกลางจีนแพ้ให้กับอินเดีย

■ ตลาดยุโรป

- ปริมาณการส่งออกที่จีนส่งออกไปยังประเทศแถบยุโรปจาก 40% ในปี 2006 เพิ่มขึ้นเป็น 50% ในปี 2014 ปริมาณการส่งของเพิ่มขึ้น 3.32 ร้อยล้านด้าม
- ตลาดยุโรปของอินเดีย ในระยะเวลา 10 ปี การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือปริมาณการส่งออกไปยังประเทศแถบยุโรปของอินเดียจากปี 2006 ที่ 40% ลดลงจนถึงปี 2014 ประเทศในแถบยุโรปเหลือเพียงแค่ประเทศตุรกีประเทศเดียว ปริมาณการส่งออกลดลง 70 ล้านด้าม

■ ตลาดเอเชีย อเมริกาใต้ และแอฟริกา

- ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อินเดียพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว จากปี 2006 ประเทศใน 10 อันดับแรก มีอยู่ 5 ประเทศ ปริมาณการส่งออก 2.11 ร้อยล้านด้าม ถึงปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็น 8 ประเทศ ปริมาณการส่งออก 10.64 ร้อยล้านด้าม ประเทศที่ส่งออกเพิ่มขึ้น 60% ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 404.3%

- ประเทศจีนเป็นไปในทางตรงกันข้ามกัน จากปี 2006 ประเทศใน 10 อันดับแรก มีอยู่ 5 ประเทศ ปริมาณการส่งออก 12.97 ร้อยล้านดัม พอลถึงปี 2014 ลดลงเหลือ 4 ประเทศ ปริมาณการส่งออกเหลือ 7.9 ร้อยล้านดัม ประเทศที่ส่งออกลดลง 20% ปริมาณการส่งออกลดลง 39.1%
- การพัฒนาที่แตกต่างกันของตลาดส่งออกปากกาลูกกลิ้งของจีนกับอินเดีย คือจุดเด่นของจีนกับอินเดียในการแข่งขันกันในอนาคต
- จีนส่งออกปากกาลูกกลิ้งเกรดกลาง-สูงในตลาดยุโรป ส่วนแบ่งในตลาดยุโรปค่อยๆเพิ่มขึ้น
- ส่วนอินเดียส่งออกปากกาลูกกลิ้งเกรดต่ำ ส่วนแบ่งในตลาดเอเชีย อเมริกาใต้ กับตะวันออกกลางก็ยังคงเพิ่มอย่างต่อเนื่อง
- นี่ก็คือรูปแบบการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของตลาดปากกาลูกกลิ้ง

สรุป

- ตลาดปากกาลูกกลิ้งมีการเติบโตที่ช้าลง จากปี 2006 ถึง ปี 2014 ตลาดส่งออกปากกาลูกกลิ้งทั่วโลกเพิ่มขึ้นเพียง 1.05%
- คาดว่าในปี 2020 ปริมาณการส่งออกจะอยู่ที่ 183.13 ร้อยล้านดัม เปรียบเทียบกับปี 2014 เพิ่มขึ้น 9.32 ร้อยล้านดัม
- ช่องว่างของตลาดส่งออกปากกาลูกกลิ้งแคบลง มีการแข่งขันสูง
- จีนคือประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งในการส่งออกปากกาลูกกลิ้ง ซึ่งกำลังได้รับการท้าทายจากอินเดีย
- อินเดียอาศัยข้อได้เปรียบที่ต้นทุนค่าแรงถูก เน้นปริมาณมาก คุณภาพต่ำ พัฒนาในตลาดระดับล่าง
- จีนใช้นวัตกรรมที่มีความก้าวหน้า คุณภาพดีในการครอบครองตลาดยุโรปและอเมริกา
- ความแตกต่างของการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของจีนกับอินเดียคือแนวโน้มของตลาดปากกาลูกกลิ้งในอนาคต

