



Тренды развития канцелярской отрасли в мире

**Демография, продажи в штуках
и новые сценарии покупки**

Обзор подготовлен на основе анализа открытых источников, экспертизы и данных Группы «Илим» в сотрудничестве с Лабораторией стратегического брендинга deerip.ru.
Сентябрь 2026



Факт. «Штуки закончились» Тренд на уменьшение продаж отрасли в штуках

-2,8%

США · 2026

Продаж в штуках по Circana.

-2,8% продаж в штуках. Рост только в цене + 2,8%.
Рынок офисных товаров 11,1 млрд.\$.

7,2 → 5,9

Россия · 2021–2025

Млрд штук по BusinesStat.

+8%

Аргентина · 2026

Штук по прогнозу

при росте школьной корзины +12% в
реальном выражении прироста нет. Integral
Maya



Базы, периоды и охват разные. Направление одно.

Детей стало меньше – и это ..навсегда?

Аргентина

–46,8%



Россия

≈ –37,1%



Спад продаж можно списать на кризис. Спад рождений – нельзя. Школьник перестаёт быть якорем категории не на время, а структурно.

Демография меняет горизонт планирования

Эффект с задержкой

Меньшее поколение новорождённых достигает школьного возраста примерно через 6–7 лет.

Спрос неоднороден

Расходы на ученика, миграция и локальная структура населения меняют картину спроса.

Ответ бизнеса

Развивать взрослые, творческие и корпоративные сценарии наряду со школьным сезоном.



Аналитический вывод: демография — фактор спроса, но не готовый прогноз продаж.

Услуга создаёт повод для покупки, не полка

Печать тянет за собой бумагу. Отправка — упаковку. Хобби — материалы и помещение.

Реализация услуги в крупнейшей розничной сети мира и на масштабе двадцати квадратных метров.



FedEx Office

Печать, упаковка и отправка помогают клиенту решить конкретную задачу. В отдельных Walmart услуги FedEx Office доступны рядом с повседневными покупками.



Librería de barrio · Аргентина

Магазин как центр активностей на районе.

Базовый аргентинский формат: небольшая лавка на первом этаже жилого дома, где рядом стоят книги, тетради, ручки — и работает копировальный аппарат.

Мастер-классы. Возможность аренды под свой мастер-класс помещения. Вечернее занятие на четыре-шесть человек прямо в торговом зале или в подсобке: леттеринг, скрапбукинг, переплёт, акварельный скетчинг. Материалы включены в стоимость и закупаются у самого магазина.

Богатый рынок и бедный назвали одного и того же покупателя — взрослого

Школьник даёт один пик в год и уходит. Взрослый с привычкой покупает двенадцать месяцев подряд и не торгуется. К этому выводу два рынка пришли независимо и разными путями.



Papier · Великобритания

Персонализированные блокноты: дизайн и страницы под личные задачи.

Британский бренд бумажной канцелярии, основанный в 2015 году Таймуром Атигетчи. Начали с поздравительных открыток; сегодня главный товар — ежедневники и планеры, которые покупатель сам собирает на сайте: обложка, разлиновка, имя на переплёте. Продают через свой сайт и через 4 300 розничных партнёров в 13 странах, включая Liberty, Selfridges и Target.



Monoblock · Аргентина

Ежедневники и планеры как часть творческой жизни и подарочного предложения.

Издательство и магазин из Буэнос-Айреса. Основано супругами-дизайнерами: первый прототип тетради они напечатали на свободном месте чужого типографского листа, который им подарили, и много лет вкладывали в проект деньги своего дизайн-агентства. Сегодня это собственные магазины в Аргентине и Перу, оптовая витрина для других магазинов и продажи через концепт-магазины.

Материалы и обучение дополняют друг друга

Batería Creativa

Магазин предлагает творческие наборы вместе с обучающими занятиями. Покупатель получает материалы и идеи для их использования.

Канцелярский магазин без магазина: помещения нет вообще, только сайт с доставкой по стране и соцсети. Ассортимент собран не по школьной логике, а под взрослые увлечения — стикеры, блокноты Midori, планеры, штампы, готовые наборы для творчества.



Возможности: развивать тематические наборы и повторные покупки материалов для взрослой аудитории

Знакомый продукт — более широкая задача

Kokuyo Campus

Kokuyo расширила позиционирование Campus: от бренда тетрадей к бренду способов учиться. Продукт связывается с учебными привычками пользователя.

Kokuyo — японский производитель канцелярии, работающий больше ста лет. Campus — их школьная тетрадь, выпущенная в 1975 году: она стала стандартом японской школы благодаря клеевому переплёту вместо сшивания нитками и бумаге, которая не пропускает чернила.

3 700 000 000 тетрадей и 5 поколений дизайна за 50 лет



Campus · Antonio Tajuelo · CC BY 2.0



Возможность: объяснять назначение линейки через задачу покупателя, увеличивая ценность предложения

И еще немного о канцелярском рынке США

Четыре места, где американец сегодня покупает тетрадь и бумагу. Только одно из них — собственно канцелярский магазин, и именно оно уходит.

Возможности для корпоративного канала и крупных игроков на примере Amazon Business: для поставщика важны надёжность снабжения и простота взаимодействия.



Фото: Harrison Keely · CC BY 4.0
СУПЕРСТОР ПРИ ТРАССЕ

Магазин на 1 500–2 000 м² с парковкой — формат 1990-х. Staples и Office Depot: около 1 750 таких магазинов на двоих, обе компании выкуплены инвестфондами и закрывают точки.



Фото: Chris Yarzab · CC BY 2.0
КУРЬЕРСКАЯ СТОЙКА

Печать, копии, упаковка и отправка посылок — внутри чужого магазина. FedEx Office открыла 300+ таких точек прямо в супермаркетах Walmart; у The UPS Store 5 500 отдельных точек.



Фото: Phillip Pessar · CC BY 4.0
АПТЕКА И ДРОГЕРИ

В США канцелярию и школьные товары продают сетевые аптеки CVS и Walgreens — там же печатают документы и фото. В Германии ту же роль играет drogери Müller: 970 магазинов, 170 тыс. позиций.



Фото: Tony Webster · CC BY 2.0
ЗАКУПОЧНАЯ ПЛАТФОРМА

Корпоративный отдел закупок ничего не выбирает в магазине: он заказывает на платформе с лимитами, согласованиями и автопополнением. Amazon Business — более \$60 млрд оборота и 11 млн организаций.

— **Специализированный магазин как формат закончился.** Staples частная с 2017 года, Office Depot ушла с биржи в декабре 2025 — обе куплены инвестфондами, а не ритейлерами.

— **Канцелярию продают не канцелярщики.** Курьеры, аптеки, дискаунтеры, супермаркеты — везде она идёт прицепом к услуге или к основному походу за покупками.

— **Рынок растёт только ценой.** \$11,1 млрд в 2026 году: минус 2,8% в штуках, плюс 2,8% в цене — и это в рекордный по тратам школьный сезон.

— **Те магазины, кто остался - стали сервисными хабами.** Печать, отправка, ремонт, фото на паспорт, приём возвратов, коворкинг, студии для подкастов — товар там уже не главное.

Китай: производитель развивает закупочный сервис

M&G / Colipu

Китайский производитель канцелярии M&G развивает Colipu — сервис корпоративных закупок. Он объединяет товары разных брендов, цифровые инструменты и доставку.

M&G — крупнейший производитель канцелярии в мире, китайский. Colipu — его отдельная компания, которая не производит ничего: она обслуживает закупку офисных и хозяйственных товаров для крупных корпораций. Каталог собирается из товаров тысяч чужих поставщиков; сам M&G — лишь один из них.

Работает это не как интернет-магазин, а как слой внутри чужого процесса. Каталог подключается к системе закупок заказчика тремя способами: через программный интерфейс, через собственную платформу клиента и через механизм Punch-Out, когда сотрудник корпорации нажимает кнопку в своей учётной системе и попадает в каталог поставщика, не выходя из неё. За 2025 год через это прошло 5,28 млн заказов.



Магазин M&G · Huangdan2060 · CC BY 3.0



Возможность: расширять бизнес от отдельного товара до комплексного снабжения.

Colipu: масштаб через комплексное снабжение

15,05 млрд

юаней выручки Colipu

≈ 60%

отношение к выручке M&G

+ 8,8%

рост выручки Colipu к 2024

Ассортимент

Офисные товары, промышленное снабжение, подарки и льготы сотрудникам.

Цифровая закупка

Корпоративные платформы и интеграция с системами заказчиков.

Исполнение заказа

Управление поставками, складская обработка и доставка.



Вывод для бизнеса: ценность создаётся на всём пути от закупки до доставки.

Возможности для российского рынка

Для розницы

Тематические подборки, творческие занятия и печать при подтверждённом спросе.

Для дистрибьюторов

Удобный повторный заказ и регулярные поставки.

Для производителей

Понятные продуктовые линейки и партнерское взаимодействие.



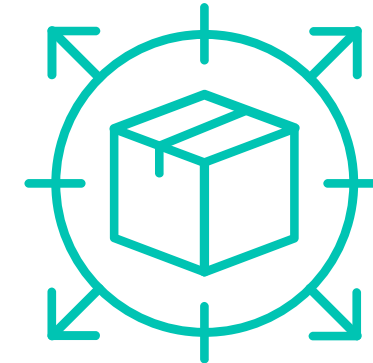
Рост искать в конкретных сценариях, проверяя объёмы в штуках и экономику.

Качество продукта + понятная польза + удобство покупки

Демография меняет будущую аудиторию.

Покупатель взрослеет.

Международные кейсы помогают искать новые поводы и гипотезы для роста.



Выбрать сценарий для своей аудитории — и проверить его результат.

Источники данных и примеров

[\[1\] Circana · прогноз США на 2026 год · 09.07.2026](#)

[\[2\] BusinesStat · продажи в России, 2021–2025](#)

[\[3\] ICMR \(«ГФК Русь»\) · розничная панель, 2025 · 26.02.2026](#)

[\[4\] Trade & Retail · интервью Integral Maya · 23.02.2026](#)

[\[5\] UNICEF Argentina · рождения 2014–2024 · 02.09.2026](#)

[\[6\] Саратовстат · сборник 2024, том 1 · рождения в РФ в 2014 году](#)

[\[7\] Росстат · рождения в РФ за январь–декабрь 2024 · таблица 1.2](#)

[\[8\] FedEx Office · услуги внутри Walmart](#)

[\[9\] Papier · персонализированные блокноты](#)

[\[10\] Monoblock · товары для творческой жизни](#)

[\[11\] Bateria Creativa · наборы и занятия](#)

[\[12\] Kokuyo · развитие Campus · 01.12.2025](#)

[\[13\] Amazon Business · автоматизация закупок](#)

[\[14\] Sylvamo · портфель бумажных брендов](#)

[\[15\] Офисная бумага «Илим» · применение продуктов](#)

[\[16\] BusinesStat / РБК · производство в РФ, 2024 · 15.05.2025](#)

[\[17\] M&G · годовой отчёт 2025 · текст отчёта на Sina Finance](#)

Спасибо за внимание