

2021年中国包装市场调研报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2021年中国包装市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/533590533590.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

包装是指为在流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定的技术方法所用的容器、材料和辅助物等的总体名称；也指为达到上述目的在采用容器，材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。在广义上，一切进入流通领域的拥有商业价值的事物的外部形式都可以称作包装。

1、产业链

在包装行业产业链中，上游部分为原材料供应，包括纸、塑料、玻璃、铝材、钢铁等；行业中游包括纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装、木质包装等；下游应用方面，行业主要应用于医药、食品饮料、日化、化工、家电等领域。

包装行业产业链

数据来源：公开资料整理

2、政策环境

近年来，我国政府及主管部门陆续出台一系列相关政策，将绿色包装、智能包装、安全包装确定为行业的“三大方向”，促进我国包装产业持续、健康发展。2019年5月，相关部门发布《绿色包装评价方法与准则》，针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式，并定义了“绿色包装”的内涵。

2016-2019年中国包装行业相关政策

日期

政策名称

主要内容

2019.5

《绿色包装评价方法与准则》

针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式，并定义了“绿色包装”的内涵。

2018.9

《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》

要求壮大绿色消费,推动绿色流通发展,倡导流通环节减量包装、使用可降解包装。

2017.1

《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》

倡导绿色消费理念,培育绿色消费市场。鼓励流通环节推广节能技术,加快节能设施设备的升级改造,培育一批集节能改造和节能产品销售于一体的绿色流通企业。要求开发应用绿色包装材料,建立绿色物流体系。

2016.12

《中国包装工业发展规划(2016-2020年)》

将绿色包装、智能包装、安全包装确定为包装工业的“三大方向”，并确定“十三五”时期中国包装工业的主要自标是包装工业规模持续增长，质量素质增强，区域协调发展，结构调整优化，动力逐步转换;“十三五”时期包装业的核心自标是提升对国民经济和社会发展的支撑能万和贡献能力，提升品牌影响力和国际竞争力。

2016.12

《关于加快我国包装产业转型升级发展的指导意见》

提出到2020年实现“包装产业年主营业务收入达到2.5万亿元，形成15家以上年产值超过50亿元的企业或集团，上市公司和高新技术企业大幅增加”的发展目标;进一步明确了未来全国包装产业发展的总体思路奋斗目标 and 主要任务，采取更具针对性、可操作性的工作措施，加快形成转型升级的倒逼机制，促进产业持续、健康发展。数据来源：公开资料整理

3、市场分析

据统计，我国包装行业市场规模在2017年达到10676.81亿元，随后大幅度下降，在2018年中国包装行业市场规模降至8531.36亿元，同比下降20.09%；2019年中国包装行业市场规模为8586.73亿元，同比增长0.65%，出现小幅增长。

2017-2019年中国包装行业市场规模

数据来源：公开资料整理

细分市场来看，在我国包装行业中纸和纸板类营业收入占比最大，达到28.88%；其次是塑料薄膜类，占整体行业营业收入的26.96%；然后是塑料包装与金属包装，占比分别为15.87%、11.64%；其他类别包装占比较低，均在10%以下。

2019年中国包装行业营业收入细分占比

数据来源：公开资料整理

4、需求分析

虽然我国包装行业整体发展较好，但与全球主要国家及地区相比，人均包装消费仍存在较大差距。目前我国人均包装消费仅为12美元/人，远低于日本（460美元/人）、欧洲（385美元/人）、美国（311美元/人）等国家/地区，行业仍有较大发展潜力。

全球主要国家级地区人均包装消费情况

数据来源：公开资料整理

5、技术分析

由于中国包装行业市场具有较大潜力，不少国际包装企业来华投资，想拓展在中国的市场份额，国内包装企业也纷纷强强联合。自2015年来，中国包装行业投资兼并事件时有发生，在2019年便发生三起，标的方所在行业分别为金属与玻璃容器、金属与玻璃容器及容器与包装。

2015-2019年中国包装行业主要投资兼并事件

时间

买方

标的

标的方所在行业

2015.11.10

奥瑞金

中粮包装27%股权

金属与玻璃容器

2016.1.13

奥瑞金

永新股份4.92%股权

金属与玻璃容器

2017.1.13

奥瑞金

纪鸿包装70%股权

金属与玻璃容器

中粮包装

2017.8.28

昇兴股份公司参与设立的太平洋制罐(漳州)并购基金福州兴瑞丰

太平洋制罐(漳州) 99.5%股权、太平洋制罐(武汉)99.5%股权、制罐(肇庆)64.5%股权、太平洋制罐(青岛)64.5%股权

金属与玻璃容器

2018.12.14

奥瑞金

波尔佛山100%股权;波尔北京100%股权;波尔青岛100%股权;波尔湖北95.69%股权

金属与玻璃容器

2019.3.15

中粮包装

纪鸿包装14.1%股权

金属与玻璃容器

2019.5.28

昇兴股份

太平洋制罐漳州及武汉公司100%股权及债权

金属与玻璃容器数据来源：公开资料整理(LJ)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国包装市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

它是业内企业、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。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国包装行业发展概述

第一节 包装行业发展情况概述

- 一、包装行业相关定义
- 二、包装行业基本情况介绍
- 三、包装行业发展特点分析
- 四、包装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、包装行业需求主体分析

第二节 中国包装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、包装行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国包装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国包装行业生命周期分析

一、包装行业生命周期理论概述

二、包装行业所属的生命周期分析

第四节 包装行业经济指标分析

一、包装行业的赢利性分析

二、包装行业的经济周期分析

三、包装行业附加值的提升空间分析

第五节 中国包装行业进入壁垒分析

一、包装行业资金壁垒分析

二、包装行业技术壁垒分析

三、包装行业人才壁垒分析

四、包装行业品牌壁垒分析

五、包装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球包装行业市场发展现状分析

第一节 全球包装行业发展历程回顾

第二节 全球包装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲包装行业地区市场分析

一、亚洲包装行业市场现状分析

二、亚洲包装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲包装行业市场前景分析

第四节 北美包装行业地区市场分析

一、北美包装行业市场现状分析

二、北美包装行业市场规模与市场需求分析

三、北美包装行业市场前景分析

第五节 欧洲包装行业地区市场分析

一、欧洲包装行业市场现状分析

二、欧洲包装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲包装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界包装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球包装行业市场规模预测

第三章 中国包装产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品包装总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国包装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国包装产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国包装行业运行情况

第一节 中国包装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 中国包装行业市场规模分析

第三节 中国包装行业供应情况分析

第四节 中国包装行业需求情况分析

第五节 我国包装行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国包装行业供需平衡分析

第七节 中国包装行业发展趋势分析

第五章 中国包装所属行业运行数据监测

第一节 中国包装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 中国包装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 中国包装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

第六章 2017-2020年中国包装市场格局分析

第一节 中国包装行业竞争现状分析

一、中国包装行业竞争情况分析

二、中国包装行业主要品牌分析

第二节 中国包装行业集中度分析

一、中国包装行业市场集中度影响因素分析

二、中国包装行业市场集中度分析

第三节 中国包装行业存在的问题

第四节 中国包装行业解决问题的策略分析

第五节 中国包装行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国包装行业需求特点与动态分析

第一节 中国包装行业消费市场动态情况

第二节 中国包装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 包装行业成本结构分析

第四节 包装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国包装行业价格现状分析

第六节 中国包装行业平均价格走势预测

一、中国包装行业价格影响因素

二、中国包装行业平均价格走势预测

三、中国包装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国包装行业区域市场现状分析

第一节 中国包装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区包装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区包装市场规模分析

四、华东地区包装市场规模预测

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、华中地区包装市场规模分析

四、华中地区包装市场规模预测

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、华南地区包装市场规模分析

四、华南地区包装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国包装行业竞争情况

第一节 中国包装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国包装行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国包装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 包装行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国包装行业发展前景分析与预测

第一节 中国包装行业未来发展前景分析

- 一、包装行业国内投资环境分析
- 二、中国包装行业市场机会分析
- 三、中国包装行业投资增速预测

第二节 中国包装行业未来发展趋势预测

第三节 中国包装行业市场发展预测

- 一、中国包装行业市场规模预测
- 二、中国包装行业市场规模增速预测
- 三、中国包装行业产值规模预测
- 四、中国包装行业产值增速预测
- 五、中国包装行业供需情况预测

第四节 中国包装行业盈利走势预测

- 一、中国包装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国包装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国包装行业投资风险与营销分析

第一节 包装行业投资风险分析

- 一、包装行业政策风险分析

二、包装行业技术风险分析

三、包装行业竞争风险分析

四、包装行业其他风险分析

第二节 包装行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国包装行业发展战略及规划建议

第一节 中国包装行业品牌战略分析

一、包装企业品牌的重要性

二、包装企业实施品牌战略的意义

三、包装企业品牌的现状分析

四、包装企业的品牌战略

五、包装品牌战略管理的策略

第二节 中国包装行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国包装行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 包装行业竞争力提升策略

一、包装行业产品差异性策略

二、包装行业个性化服务策略

三、包装行业的促销宣传策略

四、包装行业信息智能化策略

五、包装行业品牌化建设策略

六、包装行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国包装行业发展策略及投资建议

第一节 中国包装行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国包装行业营销渠道策略

一、包装行业渠道选择策略

二、包装行业营销策略

第三节 中国包装行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国包装行业重点投资区域分析

二、中国包装行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/533590533590.html>