

2018年中国印刷行业市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国印刷行业市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/327610327610.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

包装印刷产业是国民经济体系的重要组成部分，在生产、流通、消费活动中发挥着不可或缺的作用。下游主要为快递物流、电子商务行业，根据实际从事的经营活动，隶属于印刷行业中的包装印刷子行业，细分领域为快递物流包装印刷，从材质构成上可分为纸包装印刷和塑料包装印刷，具体的行业分类及涉及的业务范围如下图所示：

图：行业分类及涉及的业务范围

（1）印刷行业发展现状

印刷业总体产值稳步增长

我国印刷业可分为出版印刷、包装印刷和其他印刷等，得益于国民经济、文化市场的刚性需求以及全球一体化的融合发展，我国印刷业取得了长足的发展。

根据国家新闻出版广电总局印刷企业年度统计数据，具体情况如下：

图：2011-2016年，我国印刷业总产值稳步增长

印刷行业市场集中度偏低

印刷行业已形成市场化的竞争格局，各企业面向市场自主经营。我国印刷行业的市场集中度较低，市场竞争程度较为激烈，缺乏规模较大的龙头企业，印刷行业的上市公司包括裕同科技、紫江企业、合兴包装、吉宏股份、界龙实业、东风股份、劲嘉股份、盛通股份等20多家企业。印刷行业上市公司营业收入多在20亿元左右，相对于万亿市场总量来说体量较小。

根据国家新闻出版广电总局印刷企业年度统计数据，截至2015年底，我国共有印刷企业10.4万家，市场集中度偏低，市场竞争激烈。从企业规模上看，印刷行业中规模较大的企业市场份额规模优势并不明显。根据《印刷经理人》杂志发布的中国印刷企业历年百强榜单及其营业收入数据，2011-2016年，百强企业营业收入总额从790.61亿元增加至1,039.01亿元，年均复合增长率为5.62%，低于印刷行业总产值年均复合增长率5.89%的水平。

图：2011-2016年印刷百强企业销售收入情况 根据分析，美国印刷业经过多年整合兼并，前四大印刷企业产值占行业总产值的17.6%，相比较而言，我国印刷业整体较分散，行业集中度较低。

市场同质化竞争问题突出

我国的印刷企业在某些细分领域各有特色，如报纸印刷、烟标印刷、标签印刷、票据印刷等，一般的商业印刷和包装印刷企业亦星罗棋布，同时存在数量庞大的中小印刷企业，产品同质化较高，从而加剧了市场竞争。根据《印刷经理人》杂志发布的2015年百强印刷企业榜单中，单一从事出版物印刷的企业有10家，单一从事包装印刷的企业有58家，从事混合经营业务的有27家，17家企业涵盖出版物印刷、包装印刷、其他印刷等各个业务种类。由于同类型可供选择的印刷企业众多且方便选择，客户往往更关注印刷品本身而不是企业品牌，客户转移成本较低，客户黏性不高。

行业形成区域中心，区域化发展不均衡

从市场布局上看，印刷行业企业呈现出明显的地域性特征，以广东为中心的珠三角、以上海和江浙为中心的长三角和以京津为中心的环渤海三大地区形成了三大产业带。上述三大区域亦是我国经济较具活力的区域，印刷出版、食品饮料、日化等行业较为发达。另外，闽南地区、胶东半岛一带作为电子、轻工业的聚集地，亦聚集了较多的包装印刷企业。

根据《印刷经理人》杂志发布的中国印刷企业历年百强榜单，百强企业中位于上述三大产业带企业数量常年稳定在70%左右，其销售占比接近80%。

图：2010-2016年印刷百强企业区域分布

图：2010-2016年印刷百强企业区域销售占比

包装印刷业发展迅速

作为印刷行业的第一大分支，包装印刷广泛服务于国民经济和居民生活中的各个行业，如食品饮料、日化、电子通讯、烟草、医药、服装等领域，服务领域广泛，其发展与其下游服务领域的发展状况息息相关。在“十二五”期间，随着我国食品工业、医药、电子信息、电子商务、物流等行业的快速发展，我国包装印刷行业得到了迅速发展。此外，由于包装印刷业投资规模相对较小，吸纳劳动力能力较强，对环境的破坏程度较低，从而受到诸多地方政府的青睐，政策性优惠与扶持推动了行业的发展。

根据国家统计局数据显示，我国包装印刷行业销售收入自2009年以来呈现逐年上升的趋势。2014年我国包装印刷行业的销售收入突破2,600亿元，如下：

图：2009-2014年，我国包装印刷行业的具体销售规模及增长情况

根据预计，2016年全球包装市场将达到8,200亿美元，2017年我国将取代美国成为全球最大的包装市场。以纸和纸板为基材的包装市场有着显著的增长，对人们生活方式、可持续发展和循环回收利用、技术进步有着积极的驱动。

（2）印刷行业发展趋势

印刷企业综合服务能力加强

我国包装印刷产业的企业长期以单种产品的“生产-运输”的传统业务模式为主，综合服务能力较弱。包装一体化是全球包装产业未来发展的趋势，且随着全球制造业不断地向我国转移，对我国的包装工业的包装一体化和综合服务能力亦提出了越来越高的要求。对于尚不具备包装一体化和综合服务能力的企业，将面临较大的转型压力。目前，已有企业实现了业务模式的拓展，能为客户提供多种产品的“设计-生产-物流”的包装综合服务。

绿色印刷成为重要的发展方向

2011年10月，原国家新闻出版总署与环境保护部联合发出《关于实施绿色印刷的公告》，并在印刷行业相继发布一系列绿色印刷相关标准，如《环境标志技术产品技术要求-印刷-第二部分-商业票据印刷》、《绿色印刷-通用技术要求与评价方法》、《绿色印刷-产品合格判定标准》等，逐步在票据票证、食品药品包装等领域推广绿色印刷。此外，随着人们消费心理的绿色化，绿色印刷成为行业发展的重要主题，要求印刷技术更加环保，包装耗材

不断环保和节约，印刷品废弃后易于回收再利用、可自然降解，实现无污染、低污染包装。

包装印刷行业仍然维持稳步快速发展

随着我国国民经济的快速发展和城镇化建设的加快，我国城乡居民的购买力和生活品质将不断提高，从而带动我国消费品市场的持续快速增长，并通过产业链传导进一步带动我国包装印刷产业的快速发展。当前中国经济处于转型期，新兴行业如电子商务、快递物流、电子通信等行业成为国民经济增长点，在此带动下，特定领域的包装印刷呈现出快速发展的势头。总体上看，我国包装印刷行业的市场需求仍将继续保持稳步快速增长的发展势头，且高端包装印刷市场的需求将进一步增大。

观研天下发布的《2018年中国印刷行业市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、农资流通T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 2015-2017年中国印刷行业发展概述

第一节 印刷行业发展情况概述

- 一、印刷行业相关定义
- 二、印刷行业基本情况介绍
- 三、印刷行业发展特点分析

第二节 中国印刷行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、印刷行业产业链条分析

三、中国印刷行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国印刷行业生命周期分析

一、印刷行业生命周期理论概述

二、印刷行业所属的生命周期分析

第四节 印刷行业经济指标分析

一、印刷行业的赢利性分析

二、印刷行业的经济周期分析

三、印刷行业附加值的提升空间分析

第五节 中国印刷行业进入壁垒分析

一、印刷行业资金壁垒分析

二、印刷行业技术壁垒分析

三、印刷行业人才壁垒分析

四、印刷行业品牌壁垒分析

五、印刷行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球印刷行业市场发展现状分析

第一节 全球印刷行业发展历程回顾

第二节 全球印刷行业市场区域分布情况

第三节 亚洲印刷行业地区市场分析

一、亚洲印刷行业市场现状分析

二、亚洲印刷行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲印刷行业市场前景分析

第四节 北美印刷行业地区市场分析

一、北美印刷行业市场现状分析

二、北美印刷行业市场规模与市场需求分析

三、北美印刷行业市场前景分析

第五节 欧盟印刷行业地区市场分析

一、欧盟印刷行业市场现状分析

二、欧盟印刷行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟印刷行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界印刷行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球印刷行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国印刷产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国印刷行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国印刷产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、印刷环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国印刷行业运行情况

第一节 中国印刷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 中国印刷行业市场规模分析

第三节 中国印刷行业供应情况分析

第四节 中国印刷行业需求情况分析

第五节 中国印刷行业供需平衡分析

第六节 中国印刷行业发展趋势分析

第五章 中国印刷所属行业运行数据监测

第一节 中国印刷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 中国印刷所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国印刷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 2015-2017年中国印刷市场格局分析

第一节 中国印刷行业竞争现状分析

一、中国印刷行业竞争情况分析

二、中国印刷行业主要品牌分析

第二节 中国印刷行业集中度分析

一、中国印刷行业市场集中度分析

二、中国印刷行业企业集中度分析

第三节 中国印刷行业存在的问题

第四节 中国印刷行业解决问题的策略分析

第五节 中国印刷行业竞争力分析

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 2015-2017年中国印刷行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国印刷行业消费特点

第二节 中国印刷行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 印刷行业成本分析

第三节 印刷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

第四节 中国印刷行业价格现状分析

第五节 中国印刷行业平均价格走势预测

一、中国印刷行业价格影响因素

二、中国印刷行业平均价格走势预测

三、中国印刷行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国印刷行业区域市场现状分析

第一节 中国印刷行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地印刷市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区印刷市场规模分析

四、华东地区印刷市场规模预测

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、华中地区印刷市场规模分析

四、华中地区印刷市场规模预测

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、华南地区印刷市场规模分析

第九章 2015-2017年中国印刷行业竞争情况

第一节 中国印刷行业竞争结构分析（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 中国印刷行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国印刷行业竞争环境分析（印刷T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 印刷行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国印刷行业发展前景分析与预测

第一节 中国印刷行业未来发展前景分析

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

第二节 中国印刷行业未来发展趋势预测

第三节 中国印刷行业市场发展预测

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

第四节 中国印刷行业盈利走势预测

- 一、中国印刷行业毛利润同比增速预测
- 二、中国印刷行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国印刷行业投资风险与营销分析

第一节 印刷行业投资风险分析

- 一、印刷行业政策风险分析
- 二、印刷行业技术风险分析
- 三、印刷行业竞争风险
- 四、印刷行业其他风险分析

第二节 印刷行业企业经营发展分析及建议

- 一、印刷行业经营模式
- 二、印刷行业销售模式
- 三、印刷行业创新方向

第三节 印刷行业应对策略

- 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 2018-2024年中国印刷行业发展策略及投资建议

第一节 中国印刷行业品牌战略分析

- 一、印刷企业品牌的重要性

- 二、印刷企业实施品牌战略的意义
- 三、印刷企业品牌的现状分析
- 四、印刷企业的品牌战略
- 五、印刷品牌战略管理的策略
- 第二节中国印刷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
- 第三节中国印刷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

第十四章 2018-2024年中国印刷行业发展策略及投资建议

- 第一节中国印刷行业产品策略分析
 - 一、服务产品开发策略
 - 二、市场细分策略
 - 三、目标市场的选择
- 第二节中国印刷行业定价策略分析
- 第二节中国印刷行业营销渠道策略
 - 一、印刷行业渠道选择策略
 - 二、印刷行业营销策略
- 第三节中国印刷行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国印刷行业重点投资区域分析
 - 二、中国印刷行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/327610327610.html>