

2018年中国塑料食品包装材料行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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年中国塑料食品包装材料行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/339675339675.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

食品包装是包装工业的大户，占包装工业的70%左右。在食品包装材料中，塑料用量最大，占到塑料总产量的1/4；在方便休闲和膨化食品包装中的使用量更是稳居第一；近年在美国市场流行的高温杀菌、无菌、高阻隔、柔性和集装等新食品包装中，塑料更是主要包装材料。塑料食品包装材料虽然具有优良的使用性能，但资源和生态环境性能却不好——消耗石油资源多；在生产、运输等生命周期全过程中向环境排放污染严重；一次性使用也导致废弃物多，废弃物既不能降解也不易回收再利用；塑料中有害化合物可能向食品迁移从而影响食品安全等。因此，塑料食品包装材料生态化，即对其进行生态设计，改善资源和生态性能十分重要。

图表：塑料

图表来源：公开资料整理

一、塑料食品包装材料生态化（生态设计）的依据

（1）EUP要求用能产品须进行生态设计：2005年欧盟颁布《用能产品生态设计框架指令》（简称EUP指令）。生态设计要将节能放在首位、并把环境因素融入到产品的设计中，从源头入手，在包括设计、制造、使用、回收、后期处理的生命周期内，不仅要考虑功能、性能、材料、结构、外观、成本等常规因素，同时还要考虑产品在生命周期内对能源、环境、自然资源的影响，目的是全方位监控产品对环境的影响，减少对环境的破坏，改善和提高产品的环境性能。

（2）“绿色化学”提出的绿色高分子材料生态设计原则：“绿色化学”兴起于上世纪90年代初，其宗旨是利用化学原理从源头上减少和消除工业生产对环境的污染，使反应物的原子全部转化为期望的最终产物。它提出进行绿色高分子材料（又称生态高分子材料）生态设计时的原则是：节约能源和资源，采用无毒、无害、可再生的原料；在无毒、无害的条件下进行反应，减少废物向环境排放，降低整个生命周期内对环境的冲击负荷；获得的制品对环境友好，在生命周期终结后，其废弃物能够低成本的多次再利用或再生利用，或能通过反应加工技术或还原技术还原成原料。

二、塑料食品包装材料生态化（生态设计）的准则和方法

1、塑料食品包装材料生态化（生态设计）的准则

依据EUP对耗能产品须进行生态设计的要求和“绿色化学”提出的绿色高分子材料生态设

计原则，塑料食品包装材料在进行以节能为中心的生态化（生态设计）时应遵循如下准则：

（1）强调采用资源茂盛、不破坏生态的天然高分子材料。塑料最早是以天然高分子材料和煤焦油等为原料、经改性后制成；随着技术进步，近代才以石油、天然气为原材料，提取其分离物如乙烯、丙烯等气体作为树脂，再添加各种助剂后经聚合反应成为聚乙烯、聚丙烯等塑料。石油是关系国家能源和国防的战略物资，用于能源消耗和交通运输的石油占总消耗量34%；同时也是化工产品的重要原料，其消耗量占总消耗量42%。而我国是个缺油大国，近10年来石油消费年均增长率达到6%以上，而石油产量年均增长率却只有1.8%，形成巨大的供给缺口；包括塑料食品包装材料在内的塑料制品大多由石油加工而成，其石油消耗量约占我国石油消耗总量的8~10%。因此为了不与能源和国防争夺资源，开发研究以原生态天然高分子材料（淀粉、纤维素、甲壳素等）为原料、节能型的塑料食品包装材料十分重要。

（2）生态设计贯穿生命周期全过程。“生态高分子材料”设计不仅涉及“生态化学”（主要指原料和高分子聚合过程），而且也涉及“生态生产”（主要指生产环境）、“生态使用”和“生态回收和再生利用”，以及残留在生态环境中可能产生的“深远影响”等。塑料食品包装材料在聚合生产过程中向外界排放“三废”严重，仅塑料固体废物在国内已超过400万吨；塑料食品包装材料又多属一次性使用，在大自然中既不易降解，又因其收集、分类、运输成本高于商业化回收利用价值而不易回收再利用，从而对环境造成严重的白色污染。故塑料食品包装材料进行生态设计时，必须在其生命周期全过程具备良好的生态性能，在生产过程中排放污染要少，使用完后能易回收再利用或能自行降解。

（3）保障食品安全。塑料食品包装材料含有多种对人体有毒害的化学物质，在一定条件下可能向食品迁移，从而危害人体。故在进行生态设计时必须采取针对性措施，保证对人体无毒害。如天然高分子材料需用增塑剂等助剂进行改性塑化，这时就应采用不含苯类及环状结构体、重金属等有毒有害成份的环保无苯型增塑剂（如我国山东生产的柠檬酸酯类增塑剂）。

（4）具备足够的机械力学性能和低成本。天然高分子材料虽具有优良的完全生物降解特性，但是它的耐高温性能不好，由它制备的生物降解塑料在50~55℃就会发生变形；另外它的抗拉及柔韧性也较差；故必须经过化学及物理改性。天然高分子与纳米添加剂复合后制得的食品包装材料能很好解决天然高分子材料机械强度和阻隔性能差的缺陷，但其价格一般是传统塑料的3~5倍，须通过改进制备工艺和扩大产量来降低生产成本。

2、塑料食品包装材料生态化（生态设计）的方法

依据上述准则，塑料食品包装材料生态化的主要途径是以天然高分子为原料，无毒且

能在大自然中能自行降解的生物降解塑料。为此须采用高分子设计方法对天然高分子进行改性设计。高分子设计是一门崭新的学科，其目的是为了摆脱开发新聚合物中的大量实验工作，寻找一条新的捷径：即按指定性能设计高分子，用新的合成方法合成预定结构和指定性能的高分子化合物。随着量子化学、分子力学和分子生物学的发展和计算机技术进入化学领域，使高分子材料有可能利用分子设计原理，根据已积累的相关数据和规律，建立一个数理统计模型（建模方法可采用功能模拟或结构模拟），再用数学公式的形式把新聚合物的物性—分子结构设计—理想的合成方法和加工条件关联起来，形成崭新的高分子设计模式：即物性—结构—合成。

在 高 分 子 设 计 中 ， 由 单 体 小 分 子 聚 合 成 高 分 子 采 用 的 合 成 方 法 按 其 反 应 可 分 为 自 由 基 聚 合 、 离 子 型 聚 合 、 开 环 聚 合 、 缩 合 聚 合 等 ； 而 对 天 然 / 合 成 高 分 子 材 料 进 行 改 性 ， 以 获 得 良 好 的 加 工 和 使 用 性 能 ， 采 用 的 改 性 技 术 则 有 ： 嵌 段 、 接 枝 、 交 联 、 互 穿 网 络 等 合 成 聚 合 方 法 ； 对 淀 粉 、 纤 维 素 、 甲 壳 素 、 壳 聚 糖 等 天 然 高 分 子 则 更 多 采 用 共 混 或 接 枝 方 法 进 行 改 性 。 聚 合 或 改 性 的 聚 合 物 均 可 依 据 织 态 结 构 和 微 区 结 构 、 乃 至 高 分 子 链 的 立 体 异 构 ， 分 子 量 和 分 子 量 分 布 ， 通 过 改 变 加 工 、 退 火 、 拉 伸 方 法 提 高 其 力 学 性 能 ； 高 分 子 合 金 与 复 合 材 料 的 发 展 ， 更 使 其 力 学 性 能 和 耐 热 性 能 进 一 步 提 高 。

高 分 子 设 计 方 法 加 快 了 具 有 特 定 性 能 的 聚 合 物 的 研 发 速 度 ， 使 航 天 、 国 防 、 能 源 上 需 要 的 新 材 料 相 继 涌 现 ； 也 加 快 了 食 品 包 装 、 环 境 工 程 等 领 域 上 需 求 的 非 石 油 基 生 物 降 解 塑 料 的 研 发 进 程 。

三、适用食品包装的天然高分子生物降解塑料类型

从 上 世 纪 80 年 代 以 来 ， 许 多 国 家 都 以 天 然 高 分 子 材 料 为 原 料 ， 研 发 在 使 用 时 具 有 足 够 强 度 和 货 架 期 ， 而 在 废 弃 后 能 在 大 自 然 中 迅 速 分 解 成 CO_2 和 H_2O 的 完 全 生 物 降 解 塑 料 ， 取 得 了 许 多 重 要 成 果 。 日 本 、 美 国 、 欧 洲 认 为 生 态 高 分 子 材 料 是 使 用 性 能 同 于 普 通 高 分 子 材 料 、 用 后 能 通 过 自 然 界 微 生 物 和 酶 分 解 为 水 和 CO_2 的 高 分 子 材 料 ； 并 定 义 生 物 降 解 塑 料 即 是 生 态 高 分 子 材 料 ， 或 称 “ 生 态 塑 料 ” 。 这 种 非 石 油 基 的 天 然 高 分 子 生 物 降 解 塑 料 目 前 已 有 许 多 应 用 于 食 品 包 装 材 料 ， 推 进 了 食 品 包 装 材 料 向 生 态 化 方 向 发 展 。

目 前 常 用 于 食 品 包 装 材 料 的 天 然 高 分 子 生 物 降 解 塑 料 可 以 划 分 为 全 淀 粉 型 、 化 学 （ 人 工 ） 合 成 型 和 天 然 高 分 子 与 合 成 高 分 子 共 混 型 等 三 种 类 型 。

（ 1 ） 全 淀 粉 型 的 天 然 高 分 子 生 物 降 解 塑 料 ： 天 然 高 分 子 具 有 多 种 功 能 基 团 ， 可 以 通 过 化 学 、 物 理 方 法 改 性 塑 化 而 成 为 可 降 解 塑 料 。 与 有 限 的 石 油 资 源 比 较 ， 天 然 高 分 子 植 物 只 要

通过光合作用就可以合成，因而具有资源的可持续获得性，同时其废弃物可逐步水解成小分子化合物，并且最终分解成二氧化碳和水，因此全淀粉型的天然高分子生物降解塑料受到世界各国的高度重视，广泛应用于食品包装。近年以淀粉、蛋白、纤维、脂类等食品级天然高分子为原料，采用先进的专用设备和工艺制备出可食性与全降解的食品内包装膜、可食性涂膜、一次性食品包装膜，获得了广泛的应用，发展速度迅速。

(2) 化学(人工)合成生物降解塑料：天然高分子生物降解塑料的物理化性能较差，所以使用范围受到限制。而采用高分子设计方法开发的可生物降解合成高分子化合物，则既能满足较广泛的使用要求，又能在废弃后因生物降解而与自然环境同化，因此它在绿色高分子材料中占有举足轻重的地位。这类生物降解塑料有聚己内酯(PCL)和聚丁二酸丁二醇酯(PBS)等，最具发展前景的是用淀粉制造的可降解塑料-聚乳酸(PLA)。聚乳酸以玉米、甘蔗、甜菜、土豆等农副产品为原料，一般首选玉米，将玉米磨成粉，分离出淀粉，再从淀粉中提取出原始的葡萄糖，通过发酵工艺将葡萄糖转化成乳酸，乳酸经过聚合反应制成最终聚合物—聚乳酸。聚乳酸使用后的降解分为两个阶段：首先是纯化学水解成乳酸单体，乳酸单体在微生物作用下再降解成二氧化碳和水，降解产物经光合作用能再形成淀粉原料，从而实现“洁净的碳循环”，被称为“二十一世纪的环境循环材料”。

(3) 天然高分子与合成高分子共混型的生物降解塑料：天然高分子材料(淀粉、纤维素、甲壳素等)与可降解的合成高分子材料(如PLA、PCL、PBS、聚乙烯醇PVA、聚乙二醇PEG等)各具优缺点，前者降解性能较后者快和好，后者则具有更好的理化使用性能。如将两者混合并加入化学连结剂与化学连接促进剂及其他助剂进行共混，则制得的塑料比无化学连接时的强度大为提高，又较原合成高分子具有更好的生物降解性能，还能节约石油资源和降低成本。目前，这种生物质复合材料已成为食品包装复合材料研究领域的新热点，如利用纤维素和聚乳酸PLA通过挤出-注射模塑工艺获得的共混物，与纯的PLA相比，纤维素纤维的加入增大了弹性模量和弯曲弹性模量，故可应用于生产食品和饮料包装盒。

观研天下发布的《2018年中国塑料食品包装材料行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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、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 2016-2018年中国塑料食品包装材料行业发展概述

第一节 塑料食品包装材料行业发展情况概述

- 一、塑料食品包装材料行业相关定义
- 二、塑料食品包装材料行业基本情况介绍
- 三、塑料食品包装材料行业发展特点分析

第二节 中国塑料食品包装材料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、塑料食品包装材料行业产业链条分析
- 三、中国塑料食品包装材料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国塑料食品包装材料行业生命周期分析

- 一、塑料食品包装材料行业生命周期理论概述
- 二、塑料食品包装材料行业所属的生命周期分析

第四节 塑料食品包装材料行业经济指标分析

- 一、塑料食品包装材料行业的赢利性分析
- 二、塑料食品包装材料行业的经济周期分析
- 三、塑料食品包装材料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国塑料食品包装材料行业进入壁垒分析

- 一、塑料食品包装材料行业资金壁垒分析
- 二、塑料食品包装材料行业技术壁垒分析

- 三、塑料食品包装材料行业人才壁垒分析
- 四、塑料食品包装材料行业品牌壁垒分析
- 五、塑料食品包装材料行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球塑料食品包装材料行业市场发展现状分析

- 第一节 全球塑料食品包装材料行业发展历程回顾
- 第二节 全球塑料食品包装材料行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲塑料食品包装材料行业地区市场分析
 - 一、亚洲塑料食品包装材料行业市场现状分析
 - 二、亚洲塑料食品包装材料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲塑料食品包装材料行业市场前景分析
- 第四节 北美塑料食品包装材料行业地区市场分析
 - 一、北美塑料食品包装材料行业市场现状分析
 - 二、北美塑料食品包装材料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美塑料食品包装材料行业市场前景分析
- 第五节 欧盟塑料食品包装材料行业地区市场分析
 - 一、欧盟塑料食品包装材料行业市场现状分析
 - 二、欧盟塑料食品包装材料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟塑料食品包装材料行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界塑料食品包装材料行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球塑料食品包装材料行业市场规模预测

第三章 中国塑料食品包装材料产业发展环境分析

- 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、全社会消费品塑料食品包装材料总额
 - 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 中国塑料食品包装材料行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国塑料食品包装材料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 中国塑料食品包装材料行业运行情况

第一节 中国塑料食品包装材料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 中国塑料食品包装材料行业市场规模分析

第三节 中国塑料食品包装材料行业供应情况分析

第四节 中国塑料食品包装材料行业需求情况分析

第五节 中国塑料食品包装材料行业供需平衡分析

第六节 中国塑料食品包装材料行业发展趋势分析

第五章 中国塑料食品包装材料所属行业运行数据监测

第一节 中国塑料食品包装材料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 中国塑料食品包装材料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 中国塑料食品包装材料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 2016-2018年中国塑料食品包装材料市场格局分析

第一节 中国塑料食品包装材料行业竞争现状分析

- 一、中国塑料食品包装材料行业竞争情况分析
- 二、中国塑料食品包装材料行业主要品牌分析
- 第二节 中国塑料食品包装材料行业集中度分析
 - 一、中国塑料食品包装材料行业市场集中度分析
 - 二、中国塑料食品包装材料行业企业集中度分析
- 第三节 中国塑料食品包装材料行业存在的问题
- 第四节 中国塑料食品包装材料行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国塑料食品包装材料行业竞争力分析
 - 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 2016-2018年中国塑料食品包装材料行业需求特点与价格走势分析

- 第一节 中国塑料食品包装材料行业消费特点
- 第二节 中国塑料食品包装材料行业消费偏好分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
- 第三节 塑料食品包装材料行业成本分析
- 第四节 塑料食品包装材料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 中国塑料食品包装材料行业价格现状分析
- 第六节 中国塑料食品包装材料行业平均价格走势预测
 - 一、中国塑料食品包装材料行业价格影响因素
 - 二、中国塑料食品包装材料行业平均价格走势预测
 - 三、中国塑料食品包装材料行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国塑料食品包装材料行业区域市场现状分析

- 第一节 中国塑料食品包装材料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地塑料食品包装材料市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区塑料食品包装材料市场规模分析
- 四、华东地区塑料食品包装材料市场规模预测

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、华中地区塑料食品包装材料市场规模分析
- 四、华中地区塑料食品包装材料市场规模预测

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、华南地区塑料食品包装材料市场规模分析

第九章 2016-2018年中国塑料食品包装材料行业竞争情况

第一节 中国塑料食品包装材料行业竞争结构分析（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 中国塑料食品包装材料行业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 中国塑料食品包装材料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 塑料食品包装材料行业企业分析（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年中国塑料食品包装材料行业发展前景分析与预测

第一节 中国塑料食品包装材料行业未来发展前景分析

一、塑料食品包装材料行业国内投资环境分析

二、中国塑料食品包装材料行业市场机会分析

三、中国塑料食品包装材料行业投资增速预测

第二节 中国塑料食品包装材料行业未来发展趋势预测

第三节 中国塑料食品包装材料行业市场发展预测

一、中国塑料食品包装材料行业市场规模预测

二、中国塑料食品包装材料行业市场规模增速预测

三、中国塑料食品包装材料行业产值规模预测

四、中国塑料食品包装材料行业产值增速预测

五、中国塑料食品包装材料行业供需情况预测

第四节 中国塑料食品包装材料行业盈利走势预测

一、中国塑料食品包装材料行业毛利润同比增速预测

二、中国塑料食品包装材料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国塑料食品包装材料行业投资风险与营销分析

第一节 塑料食品包装材料行业投资风险分析

一、塑料食品包装材料行业政策风险分析

二、塑料食品包装材料行业技术风险分析

三、塑料食品包装材料行业竞争风险分析

四、塑料食品包装材料行业其他风险分析

第二节 塑料食品包装材料行业企业经营发展分析及建议

一、塑料食品包装材料行业经营模式

二、塑料食品包装材料行业销售模式

三、塑料食品包装材料行业创新方向

第三节 塑料食品包装材料行业应对策略

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年中国塑料食品包装材料行业发展策略及投资建议

第一节 中国塑料食品包装材料行业品牌战略分析

一、塑料食品包装材料企业品牌的重要性

二、塑料食品包装材料企业实施品牌战略的意义

三、塑料食品包装材料企业品牌的现状分析

四、塑料食品包装材料企业的品牌战略

五、塑料食品包装材料品牌战略管理的策略

第二节 中国塑料食品包装材料行业市场的关键客户战略实施

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 中国塑料食品包装材料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年中国塑料食品包装材料行业发展策略及投资建议

第一节 中国塑料食品包装材料行业产品策略分析

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 中国塑料食品包装材料行业定价策略分析

第三节 中国塑料食品包装材料行业营销渠道策略

一、塑料食品包装材料行业渠道选择策略

二、塑料食品包装材料行业营销策略

第四节 中国塑料食品包装材料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国塑料食品包装材料行业重点投资区域分析

二、中国塑料食品包装材料行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339675339675.html>