

2018年中国商品浆市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

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年中国商品浆市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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/339822339822.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

一、原料需求总趋势

2014年中国纸及纸板的产量为10071万吨，总共用了9484万吨浆，其中主要是回收浆(表1)。2010~2014年四年间，木浆和回收浆增长，非木浆持续下降，在各浆种需求占比中，非木浆占比从15%下降到8%，其中草浆降幅最大，蔗渣浆持平。

图表：中国造纸原料需求量变化

图表来源：公开资料整理

近年来大家感觉造纸产量增加不多，但是木浆的产量一年上一个台阶，其实，除了纸张产量增加使浆的需求增加以外，非木浆的产量下降是一个原因。

图表：中国非木浆产量变化

图表来源：公开资料整理

图表：中国造纸原料各浆种需求占比变化情况

图表来源：公开资料整理

再看进口方面，从2010年到2015年9月份，我国商品浆月均进口量增长至164万吨。我们来分析进口木浆的主要来源国，图2中六国的进口总量占了总进口量的84%。当谈到针叶浆的时候我们会关注智利、加拿大、俄罗斯、美国；当我们看阔叶浆的时候，我们最主要是关注巴西、印尼这两个国家市场的情况；如果谈到机械浆，我们最主要关注加拿大，因为有100多万吨的机械浆，来自加拿大。

图表：进口木浆的主要来源国(201年进口数据)

图表来源：公开资料整理

图表：我国商品浆月均进口量变化情况

图表来源：公开资料整理

中国正成为商品浆最大的市场。1992年商品浆用量占到全球总用量的1%，2004年中国的占比达到14%，到了2014年，中国占比已经达到29%，预计到2019年中国占比将达到33%。

图表：全球化学商品浆需求按地区市场比重

图表来源：公开资料整理

商品浆用在了哪些地方？全球范围内，生活用纸是全球化学商品浆的最大用户。书写印刷用纸的比重排在第二位，特种纸排在第三位。在中国，化学商品浆的目前最大用户依次是：书写印刷纸（P&W）、生活用纸（Tissue）、特种纸（Specialty）。而从加拿大的需求趋势显示，生活用纸的占比从1990年的17%增长到2014年的50%，文化用纸从1990年的63%减少到2014年的21%。我们可以预见，将来中国化学商品浆最大的用户也会是生活用纸。

图表：化学商品浆终端用途分布

图表来源：公开资料整理

图表：加拿大NBSK浆用途的变化

图表来源：公开资料整理

二、近年来中国纸张需求增速放缓

受宏观经济增速放缓的影响以及电子媒体普及的冲击，书写印刷类纸张的需求增长停滞；生活用纸的产能扩张速度远远快于需求的增长，导致产能严重过剩，开工率下降，成品库存高，纸价低迷，生活用纸增速明显放缓；造纸行业整体盈利下降，行业亏损企业占比达到15%；行业并购重组致产能集中度提高。

纸和纸板产量已进入低速增长期，增速逐年放缓。特种纸、箱纸板、瓦楞原纸和生活用纸是主要的增长源。

图表：2010～2014年我国纸和纸板需求量变化

图表来源：公开资料整理

“十二五”期间，我国各纸种需求增速不一。其中，生活用纸增速明显放缓，特种纸增速较高，但于特种纸板产量不高，所以对整个浆的需求的贡献不大。整体看来增长趋势并不乐观。

图表：2010～2014年我国各纸种需求增速

图表来源：公开资料整理

发达国家文化纸的需求情况如表。整体来看需求持续下降，书写印刷纸都是下降的；生活用纸方面，北美、韩国、日本都有小幅的增加，这个趋势跟中国相似。所以从国外市场和国内来看，这三种纸种对浆的需求起到的积极作用在减弱。

图表：发达国家文化纸的需求情况

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国商品浆市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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年中国商品浆行业发展概述

第一节 商品浆行业发展情况概述

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

第二节 中国商品浆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、商品浆行业产业链条分析
- 三、中国商品浆行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国商品浆行业生命周期分析

- 一、商品浆行业生命周期理论概述
- 二、商品浆行业所属的生命周期分析

第四节 商品浆行业经济指标分析

- 一、商品浆行业的赢利性分析
- 二、商品浆行业的经济周期分析
- 三、商品浆行业附加值的提升空间分析

第五节 国中商品浆行业进入壁垒分析

- 一、商品浆行业资金壁垒分析
- 二、商品浆行业技术壁垒分析
- 三、商品浆行业人才壁垒分析
- 四、商品浆行业品牌壁垒分析
- 五、商品浆行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球商品浆行业市场发展现状分析

第一节 全球商品浆行业发展历程回顾

第二节 全球商品浆行业市场区域分布情况

第三节 亚洲商品浆行业地区市场分析

一、亚洲商品浆行业市场现状分析

二、亚洲商品浆行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲商品浆行业市场前景分析

第四节 北美商品浆行业地区市场分析

一、北美商品浆行业市场现状分析

二、北美商品浆行业市场规模与市场需求分析

三、北美商品浆行业市场前景分析

第五节 欧盟商品浆行业地区市场分析

一、欧盟商品浆行业市场现状分析

二、欧盟商品浆行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟商品浆行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界商品浆行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球商品浆行业市场规模预测

第三章 中国商品浆产业发展环境分析

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、全社会消费品商品浆总额

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 中国商品浆行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国商品浆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 中国商品浆行业运行情况

第一节 中国商品浆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 中国商品浆行业市场规模分析

第三节 中国商品浆行业供应情况分析

第四节 中国商品浆行业需求情况分析

第五节 中国商品浆行业供需平衡分析

第六节 中国商品浆行业发展趋势分析

第五章 中国商品浆所属行业运行数据监测

第一节 中国商品浆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 中国商品浆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 中国商品浆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年中国商品浆市场格局分析

第一节 中国商品浆行业竞争现状分析

一、中国商品浆行业竞争情况分析

二、中国商品浆行业主要品牌分析

第二节 中国商品浆行业集中度分析

一、中国商品浆行业市场集中度分析

二、中国商品浆行业企业集中度分析

第三节 中国商品浆行业存在的问题

第四节 中国商品浆行业解决问题的策略分析

第五节 中国商品浆行业竞争力分析

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年中国商品浆行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国商品浆行业消费特点

第二节 中国商品浆行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 商品浆行业成本分析

第四节 商品浆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 中国商品浆行业价格现状分析

第六节 中国商品浆行业平均价格走势预测

一、中国商品浆行业价格影响因素

二、中国商品浆行业平均价格走势预测

三、中国商品浆行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国商品浆行业区域市场现状分析

第一节 中国商品浆行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地商品浆市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区商品浆市场规模分析

四、华东地区商品浆市场规模预测

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、华中地区商品浆市场规模分析
- 四、华中地区商品浆市场规模预测

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、华南地区商品浆市场规模分析

第九章 2016-2018年中国商品浆行业竞争情况

第一节 中国商品浆行业竞争结构分析（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 中国商品浆行业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 中国商品浆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 商品浆行业企业分析（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年中国商品浆行业发展前景分析与预测

第一节 中国商品浆行业未来发展前景分析

一、商品浆行业国内投资环境分析

二、中国商品浆行业市场机会分析

三、中国商品浆行业投资增速预测

第二节 中国商品浆行业未来发展趋势预测

第三节 中国商品浆行业市场发展预测

一、中国商品浆行业市场规模预测

二、中国商品浆行业市场规模增速预测

三、中国商品浆行业产值规模预测

四、中国商品浆行业产值增速预测

五、中国商品浆行业供需情况预测

第四节 中国商品浆行业盈利走势预测

一、中国商品浆行业毛利润同比增速预测

二、中国商品浆行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国商品浆行业投资风险与营销分析

第一节 商品浆行业投资风险分析

一、商品浆行业政策风险分析

二、商品浆行业技术风险分析

三、商品浆行业竞争风险

四、商品浆行业其他风险分析

第二节 商品浆行业企业经营发展分析及建议

一、商品浆行业经营模式

二、商品浆行业销售模式

三、商品浆行业创新方向

第三节 商品浆行业应对策略

- 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年中国商品浆行业发展策略及投资建议

第一节 中国商品浆行业品牌战略分析

- 一、商品浆企业品牌的重要性
- 二、商品浆企业实施品牌战略的意义
- 三、商品浆企业品牌的现状分析
- 四、商品浆企业的品牌战略
- 五、商品浆品牌战略管理的策略

第二节 中国商品浆行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国商品浆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年中国商品浆行业发展策略及投资建议

第一节 中国商品浆行业产品策略分析

- 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 中国商品浆行业定价策略分析

第三节 中国商品浆行业营销渠道策略

一、商品浆行业渠道选择策略

二、商品浆行业营销策略

第四节中国商品浆行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国商品浆行业重点投资区域分析

二、中国商品浆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/339822339822.html>