

2018年中国包装市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势预测

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年中国包装市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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/339913339913.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

包装行业是一门重要的生产服务行业，为国内产品和出口产品提供重要的配套包装服务。根据统计，我国包装行业在 2015 年，完成利税总额 3407 亿元，上缴税收 1180 亿元，完成进出口总额 498 亿美元。表明我国包装行业已经对国民经济的贡献力度巨大。

图表：包装

图表来源：公开资料整理

一、我国包装行业的现状分析

改革开放近 40 年来，伴随着我国经济的飞速发展，我国包装行业也取得了突飞猛进的进步。较为完整、门类齐全的包装工业体系已经基本建立起来。中国包装联合会最新发布的数据显示，我国包装产业总产值从 1980 年的 72 亿元，增长到 2016 年的 1.7 万亿元，年均增长率超过 16%。我国从一个包装工业较为薄弱的国家，跃升为世界第二的包装大国。包装行业在国民经济中的地位也不断攀升，从上世纪 80 年代全国 40 个行业的最后一名，上升到 2016 年的第 14 名。

从行业结构来看，我国包装产业形成了以包装材料、包装印刷和包装机械为主导产业的独立、综合的工业体系。截止去年年底，我国包装企业已经超过 25 万家。

从产业布局上看，我国已经形成了以长三角、珠三角和环渤海地区为代表的三大重点包装产业中心。各区域的包装产业与当地经济协同发展，区域内部产业特色突出。

2016 年，纸包装领域，我国箱纸板产量 1043.92 万吨，年增长 4.69%，纸制品产量 7037.8 万吨，年增长 21.2%，瓦楞纸箱产量 4031.51 万吨，年增长 3.35%；塑料包装领域，预计我国 2017 年塑料薄膜年产量达 1957.86 万吨，年增长超过 15%；2015 年，我国玻璃包装容器年产量 2046.99 万吨，年增长 5.54%；2015 年全国包装设备年产量 10.05 万台，全年累计增长 4.2%。

从我国包装近 10 年的发展轨迹来看，我国包装行业既有积极进步的一面，又有亟待重视的消极影响。

1、我国包装行业发展的积极方面

(1) 上升空间较大。我国包装行业虽然经历了较为飞速的发展，但是仍然有极大的上升空间。主要体现在这样两个方面：第一，发达国家包装行业在各行业的经济排名中处于第 8-10 位，我国仅为第 14 名，因此发展势头仍然不可小觑。第二，我国人均用纸量仍然远低于发达国家。在纸、塑料、金属、玻璃四大支柱包装材料中，纸张是比较环保，耗能较小的包装材料。因此纸张的人均消耗量是衡量一个国家社会发展以及包装工业发达的重要指标。我国的年人均用纸量仅为美国的三分之一，日本的五分之一。

(2) 促进就业，吸收剩余劳动力。我国包装行业目前仍然属于劳动密集型产业，包装从业限制较少，能够吸收大量的剩余劳动力，对促进就业有重要的意义。

(3) 我国初步建立一套完整的包装工业体系。我国包装工业体系从无到有，以包装材

料、包装设备、包装设计、包装检测为内涵的包装工业已经基本建立。

2、我国包装行业发展的消极影响

(1) 能源、材料消耗大。我国包装行业的增长有目共睹，增速也令人瞩目，但是需要注意的一点是，我国包装行业的增长属于粗放型模式，依靠大量的人力成本、资源和材料的投入来维持增长。从长期看，这种发展并不属于可持续发展。特别突出的一点是，我国包装产业耗能惊人，而且所耗费的能源多属于不可再生的能源。以玻璃材料的生产为例，我国每生产 1 吨玻璃，耗煤 413 千克，消耗纯碱 155 千克。煤炭的产出效率不及美国的三成，欧洲的两成，仅仅为日本的一成多一点。材料消耗更是如此，发达国家纷纷开发新型包装复合材料，如在纸包装领域，许多国家开发出微型瓦楞纸板，这种瓦楞纸板不仅质量轻，用料省而且机械强度高。

(2) 包装废弃物没有形成完整的回收利用体系。包装在给人类带来便捷的同时，也给人类带来了驱之不尽的麻烦——这就是包装废弃物。商品包装的一个特点是，绝大多数包装在使用后便成为废弃物，包装的生命周期较短。我国每年产生的包装废弃物增速惊人，年均超过 9%。包装废弃物的回收尚未形成完整体系，各方面的法制法规很不健全。包装废弃物的回收率往往取决废弃物本身的经济价值。有较高经济价值的金属包装废弃物回收率较高，回收率超 80%。对环境污染较大，且为白色垃圾来源的塑料包装，目前常采用的处理方法有三种：回收、填埋和焚烧。其中对环境破坏最大的一种是填埋，我国的填埋率高达 89%，回收率为 10%，焚烧率仅为 1%，与之相比，日本塑料包装废弃物的回收率、焚烧率和填埋率分别为 13%，64% 和 23%。对于纸质废弃物来说，我国每年回收 133 万吨纸质包装废弃物，回收率为 30% 和 47%，均低于发达国家和地区，甚至低于一些发展中国家。如墨西哥，其纸张回收率为 41%，利用率竟高达 90% 以上。造成以上问题的主要原因就是我国尚未形成一套完整的包装废弃物回收处理体系，仅仅依靠居民、回收公司的自发行为。

(3) 过度包装的势头难以遏制。过度包装指的是包装材料使用过度，包装成本过高，体积过大，重量过重的包装。我国目前的过度包装主要有两类，一类是技术水平受限情况下的过度包装，属于被动过度包装，如在缺乏相应的包装检测设备，或者产品本身过于复杂，为了保证包装的保护性能，保险起见，使用过多的或者过好的包装材料。另一种是主动的过度包装，主要存在于礼品包装、奢侈品包装、化妆品包装。后者是资源浪费更为严重，影响更恶劣的一种过度包装。典型的过度包装的一个例子就是月饼包装。中国每年月饼市场的规模超过 200 亿元，包装开销占月饼生产总成本的 1/3 以上，每年用于月饼包装的费用已达 25 亿元，加上搭车销售的茶叶、酒、金银珠宝等其他商品，过度包装费用占总成本的比例最高可达 80%。不仅仅月饼，补品、药品甚至是一些小商品都陷入到“过度包装”的怪圈，包装后的体积竟然膨大数倍乃至几十倍。

二、我国包装行业发展的挑战和机遇

1、挑战

(1) 我国包装工业大而不强，包装企业多为中小企业，发展空间有限。虽然我国已成

为世界第二的包装大国，但是我国的包装行业大而不强。在先进的包装材料的开发领域，自动化装填、灌装生产线设备等包装行业的高精尖领域，我国仍与发达国家存在一定的差距。我国包装企业虽然较多，但是多属于中小型企业，没有足够的影响力，缺乏世界包装行业的领军企业。中小企业在产品研发，科技创新方面先天不足，无法投入足够的资金，因此在全世界包装产业链中，我国包装企业属于产业链下游企业，利润率较低，有的甚至无法盈利。

(2) 包装从业人员素质普遍偏低。人才是企业创新的关键，是生产率提高的重要因素，更是企业间竞争的决定性因素，但我国包装行业从业人员素质普遍不高。目前，我国很多企业可以进口世界最好的包装机械，引进世界一流的包装技术，仍然无法做出世界一流的包装，其主要原因就是人才的匮乏。目前我国包装专业技术人员仅占从业人员的 4.9%，低于 6% 的全国平均水平，而发达国家同专业技术人员占从业人员的 30%，我国远低于这一水平。产生这一问题的主要原因是，我国包装行业的高等职业教育和本科教育所培养的人才与市场需求完全脱节。

2、机遇

(1) 政策方向的发展扶持，是企业转型的关键。2015 年 5 月，国务院发布《中国制造 2025》规划，坚持“创新驱动、质量为先、绿色发展、结构优化、人才为本”的基本方针，为企业升级转型提供必要的政策支持。中央政府和地方政府纷纷围绕“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，加快推进包装业转型升级。2016 年工信部、商务部两部委印发了《关于加快我国包装产业转型升级的指导意见》，对中国未来包装行业的整体发展，提出了转型升级的指导意见。

(2) 城镇化建设为我国包装工业带来发展机遇。中国包装工业的迅速发展实际上是我国城镇化建设带动起来的，因为农村经济的特点决定了农村绝不是包装行业的主要市场。随着我国城镇化建设的不断发展，人们对饮料、乳制品、休闲零食等的需求不断增加，带动了对先进的无菌灌装技术、真空包装技术的需求，从而增大了相关材料、设备的研发，为包装行业的发展带来了机遇。

(3) 电子商务的蓬勃发展将为包装行业提供广阔市场。近年来，我国电子商务蓬勃发展，2016 年“双十一”期间，网络零售额达到 1207 亿元。支付宝、网银等先进、高效、快捷支付手段的普及，物流和快递公司的网点建设，使得地理距离不再是障碍，这对运输包装来说是一个极大的机遇。

(4) 智能化和自动化生产的实现为包装行业创新提供技术支持。2013 年，德国总理默克尔提出工业 4.0 概念，她认为现在正在如火如荼进行着第四次工业革命，这次工业革命的特点是生产智能化和自动化。在这一潮流的带动下，发达国家先进包装企业不断提高包装机械的智能化和自动化水平，包装机械的更新速度不断加快，既能满足大规模用户的一般要求，也能满足极少数用户的个性要求。包装行业正在步入一个崭新的时代。

(5) 军品包装、军民融合包装是包装行业发展的一个新着力点。长期以来，我国军用

品包装独立发展，与我国包装行业的飞速发展相比，军用品包装存在着人才不足，发展滞后的现状。国家适时提出了军民融合包装的新概念，2012年，我国成立军民融合包装发展建设工作委员会，促进我国包装行业技术、人才等优势充分利用于军用物资包装，促进军用品包装的发展。“一带一路”国家战略的实施，为实现我国军用物资实现“走出去”战略提供了发展机遇，也为我国包装产业军民融合发展提供了广阔的发展空间。

(6) 绿色包装为我国包装行业发展注入了活力。随着我国经济的发展，资源、环境与经济发展的矛盾突显，低碳经济、可持续发展等理念日益受到重视。

绿色包装是遵循可持续发展理念，是低能耗、低排放、无污染的适度包装。由于我国单位产值耗能超出世界平均水平的一倍多，远远落后于发达国家，因此在国家大力倡导低碳经济的现代，绿色包装的发展潜力是巨大的，而且发展势头迅猛。根据估计，我国绿色包装的年总产值，按照达到A级绿色包装的要求计算，约占中国包装总产值的30%~50%，达到3000~5000亿元人民币。

观研天下发布的《2018年中国包装市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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

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、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 国中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 2016-2018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 欧盟包装行业地区市场分析

一、欧盟包装行业市场现状分析

二、欧盟包装行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟包装行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界包装行业分布走势预测

第七节 2018-2024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 中国包装行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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分析

二、中国包装行业企业集中度分析

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年中国包装行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国包装行业消费特点

第二节 中国包装行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 包装行业成本分析

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 2016-2018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

第九章 2016-2018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
 - 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 2018-2024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

四、包装行业其他风险分析

第二节 包装行业企业经营发展分析及建议

一、包装行业经营模式

二、包装行业销售模式

三、包装行业创新方向

第三节 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 2018-2024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

第十四章 2018-2024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 中国包装行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国包装行业价格策略

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（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339913339913.html>