

2018年中国商品浆市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

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年中国商品浆市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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/339941339941.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、全球商品浆供需展望

1、化学商品浆产能将继续增长

据P P P C 预测：2015 ~ 2019年，全球漂针浆供应量将增加347万吨，比2014年增长13%；漂阔浆供应量增加661万吨，比2014年增长20%。

图表：全球化学商品浆产能变化

图表来源：公开资料整理

2、化学商品浆需求增长乏力

P P P C 预测：2015 ~ 2019年，全球漂针浆需求量仅会增加104万吨，比2014年增长4%；漂阔浆需求量增加399万吨，比2015年增长13%。需求增长的动力将来自中国和亚洲其它地区（除日本外）。

图表：全球化学商品浆需求量变化

图表来源：公开资料整理

图表：全球化学商品浆分区域需求量预测

图表来源：公开资料整理

从供需数据角度看，全球商品浆市场将出现供大于求，然而市场是动态的，在分析预测的时候我们无法预测很多的变量，如：

(1) 新产能推迟或取消；

(2) 汇率变化（美国的货币政策和产浆国汇率）；

(3) 商品浆市场低迷导致现有产能关停，目前针叶浆价格已跌至2009年7月的水平，会不会导致低成本生产商的退出；

(4) 溶解浆和造纸浆产能的转换：国内有太阳和骏泰；

(5) 绒毛浆和造纸浆产能的转换：主要是集中在美国。

中国小厂关停，大厂开工率提升，可能会导致木浆用量增加；不同浆种的非正常价差会导致不同的供需结果；一些市场中，厂家从买家变成卖家。

二、商品浆采购变化

宏观经济背景：全球经济不景气，中国经济正处于低谷，GDP年增长率已经低于7%，造纸行业也处于近年来的行业谷底，总体形势不容乐观。

总体上看：作为全球最大的商品浆采购国，在未来供大于求的市场条件下，买家将有更大的定价话语权，采购模式、策略将随之发生变化：

(1) 采购渠道方面，直接对外采购的比例会加大，并采取多种手段降低风险；贸易商整合会加剧（市场投机性降低，只有具备竞争优势的贸易商赚取合理利润）；

(2) 用户与供应商关系由原来的讨价还价的零和游戏转变成风雨与共的战略合作；

(3) 市场对成品纸特性化、差异化的要求日益增强，大中型纸厂对原料的要求从单纯

成本向“原料特性+供应稳定”转变；

(4) 供应商的服务（定制化生产、港口延伸、船期保障等）；

(5) 汇率风险方面，随着人民币兑美元汇率波动的加剧，以及产浆国货币兑美元的大幅波动，为了把握产浆成本，也为了规避汇率波动带来的风险，对汇率的关注度会大大提高，急需套期保值等工具以降低汇率风险；

(6) 市场及环保因素造成的停机减产已演变为“新常态”，国内企业的采购难度加大。

中国正成为全球商品浆新增需求的主驱动力，国内企业需用战略思维提高话语权；关注环境，可持续发展，要做负责任的企业；商品浆对外依存度高一定要实施走出去战略；中国纸业投资有限公司正致力于此，与各位同行一起布局全球，为行业的健康发展贡献力量

观研天下发布的《》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 中国华东地区商品浆市场分析

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分析
 - 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/339941339941.html>