2018年中国包装印刷市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究

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年中国包装印刷市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339943339943.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

在激烈的市场竞争中，品牌商和包装设计师竭尽全力来使货架上的产品变得和其他公司与众不同。这就导致现有产品迅猛地超出传统色彩再现范围，例如金属箔、特种清漆、软性加工材料等更多地被用于装饰效果所带来的颜色变化。同时，设计师还更喜欢采用大量的纯色、荧光色和炫彩色。与传统印刷相比，更多的装饰效果、专色以及后加工剂可被用于数字包装方案中，以便充分提供变化更加丰富的包装产品，并提升其缩短流程及更快交货的能力。

使用更加鲜艳度的颜色和装饰面来增强货架产品的吸引力，获取更多消费者的关注并激发他们的购买欲望。近期一个非常棒的案例就是采用国际色彩供应商Pantone公布的“Ultra Violet”（紫罗兰色，色号 18-3838），该颜色被Pantone预测为2018年度流行色。在快消市场、奢侈品市场与化妆品市场中的潮流品牌商，都在极力打造该流行色的产品包装以及新品宣传物，例如名噪一时的马拉喀什蜡烛。

但是，若是他们还没有采取相应措施做好足够准备时，这种趋势在2018年对普通包装分销商来说也意味着一系列新挑战。准确的选择产品颜色对包装供应商本身就是一件极大的挑战，然而又要大面积增加鲜艳纯色以及装饰色，促使这种设计意图对包装制造来说显得非常困难。对于那些能够成功应用这种流行色趋势的品牌商来说，这就包含了大量的商业增长机会。为此，本文针对包装印刷商与分销商提出了5个建议来帮助他们在2018年更好地理解与应用流行色与装饰色的新趋势。

图表：Pantone发布的2018年度流行色

图表来源：公开资料整理

建议一：过程控制是包装印刷的关键

过程控制在任何包装印刷中都非常重要，在处理专色与装饰色时更是如此。过程控制软件的配置就是一个可以加快工作进度的重要步骤，这可以为包装产品提供近似实时的色彩性能评估。自动生成的评估报告有助于生产部门经理解决生产时所遇到的颜色质量问题，同时所生成的评价报告还能给品牌商增添信心确保他们的期望能够实现。通常，过程控制软件的应用还可以最大限度地减少现场检查投入，并极大缩短包装生产商在评估色彩性能方面的时间。

建议二：选择合适的分光光度计

包装生产商通常用45∶0固定角度的分光光度计测量生产过程的各个阶段的颜色。但特殊饰面和装饰色需要选用不同的测量技术。这样才能够真实反映具有反射、镜面效果、金属光泽、珠光质感和纹理的表面，这些特征在包装中的应用越来越普及。

当测量光滑表面时，包装生产商一般采用常见45∶0 固定角度的仪器，这样虽然方便但会造成一定比例反射光丢失，进而导致光滑表面看起来变暗以及在哑光区域比同色样看起来更加饱和。另一方面，积分球式光度仪则具有更大的通用性，因为它允许测量任何表面色时

可以忽略被测量物本身材质的影响。还有另外一种分光光度计，那就是多角度分光光度计，通常被应用在表面装饰色丰富的汽车行业。多角度分光光度计或许可以满足带有装饰色（随观察角度变化而其颜色效果改变）的包装表面颜色精确测量需求。近来我们期望汽车行业内所有的装饰被应用在包装产品上，但随着时间的推移，我们相信在奢侈品与高档产品包装领域会有越来越多的应用。选择合适的分光光度计是包装印刷色彩管理工作流程的一个关键因素。

建议四：将期望的颜色转变为现实

这听起来似乎很惊讶，采用光谱值确定颜色是一回事，但实际实现它却是另外一回事。为什么？因为在产品印刷服务中，印刷工艺、油墨系统和所使用的基材都会影响产品最终的色彩呈现，其原理就像前面提到的一些先进的装饰技术一样。由于商店展示是由多个不同显色元素组成，如波纹显示、胶印或宽幅印刷标牌所构成的产品和包装，这些显色元素之间颜色都需要匹配。我们期望设计师们能更熟练地指定主色和从属色，也就是说，在设计过程中出现在屏幕上的颜色，以及考虑到基材和印刷过程的从属参考。现在基于云计算的工具，如一类由Adobe插件实现的Pantone在线设计，就能够被用于显示在不同的常见印刷条件与包装材料下的Pantone颜色随之改变后的特性。

建议三：同时采用物理参考和数字参考

物理参考多年来一直是颜色工作流程中的重要组成部分。特别是在设计阶段，设计师喜欢使用他们能触摸和感受的东西作为物理参考，并经常通过实物来获得灵感。在印刷制作与包装生产中，物理参考能够有效地帮助设计师、品牌商和印刷服务商来传达期望和管理结果。然而，老化、褪色和非正当保养都可能导致物理参考随着时间的推移而发生改变，甚至出现颜色不稳定的现象。

虽然物理参考仍然是颜色工作流程的一个重要组成部分，但是数字参考却可以提供更复杂化的颜色信息。与物理参考相比，是可追踪的、精确的和可重复的，而且这些数值不会随着时间的推移而改变。可管理的数字工作流程的另一个好处是，如果需要的话，颜色总是可以被验证和更新的。

数字颜色参考为在不同承印物、油墨与印刷工艺所形成的颜色一致性提供了桥梁保障，可以与多个物理参考协同工作，从而更有效地协调多个印刷设备并参与更大项目中的部分工作。数字参考当被表示为光谱值或DNA的颜色，确保同一页上的颜色都满足每个人的期望。精明的包装生产商已经在包装印刷中同时采用物理参考与数字参考，我们很快可以看到这种模式在短期内变得更加普遍。

建议五：利用标准实现更好的色彩再现

我们可以看到，更多的标准机构越来越注重更好的颜色信息沟通。新兴标准正被品牌商通过标准化流程用于印刷颜色质量交流，这包括打印要求交换（PRX）和打印质量交换（PQX）等，都是为了包装生产商针对颜色进行更有效的双向沟通。越来越多的品牌商与印刷制造商将接纳CXF/X型数据交流标准作为颜色信息交换的媒介，用他们的方式实现更好的色

彩信息再现。这些趋势应该被包装生产商重点关注，并结合自己的特色适当地应用到现有的包装生产流程中。很快你还将看到更多标准机构的进一步活动，这将有助于我们在包装制作流程上保持一致，进而帮助品牌商简化他们现有的复杂供应链。

观研天下发布的《2018年中国包装印刷市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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年中国包装印刷行业发展概述
第一节 包装印刷行业发展情况概述
一、包装印刷行业相关定义
二、包装印刷行业基本情况介绍
三、包装印刷行业发展特点分析
第二节中国包装印刷行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、包装印刷行业产业链条分析
三、中国包装印刷行业产业链环节分析

1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国包装印刷行业生命周期分析
一、包装印刷行业生命周期理论概述
二、包装印刷行业所属的生命周期分析
第四节 包装印刷行业经济指标分析
一、 包装印刷行业的赢利性分析
二、 包装印刷行业的经济周期分析
三、包装印刷行业附加值的提升空间分析
第五节 国中包装印刷行业进入壁垒分析
一、包装印刷行业资金壁垒分析
二、包装印刷行业技术壁垒分析
三、包装印刷行业人才壁垒分析
四、包装印刷行业品牌壁垒分析
五、包装印刷行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球包装印刷行业市场发展现状分析
第一节 全球包装印刷行业发展历程回顾
第二节全球包装印刷行业市场区域分布情况
第三节 亚洲包装印刷行业地区市场分析
一、亚洲包装印刷行业市场现状分析
二、亚洲包装印刷行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲包装印刷行业市场前景分析
第四节 北美包装印刷行业地区市场分析
一、北美包装印刷行业市场现状分析
二、北美包装印刷行业市场规模与市场需求分析
三、北美包装印刷行业市场前景分析
第五节 欧盟包装印刷行业地区市场分析
一、欧盟包装印刷行业市场现状分析
二、欧盟包装印刷行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟包装印刷行业市场前景分析
第六节 2018-2024年世界包装印刷行业分布走势预测
第七节 2018-2024年全球包装印刷行业市场规模预测

第三章 中国包装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、全社会消费品包装印刷总额
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 中国包装印刷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 中国包装印刷行业运行情况
第一节 中国包装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 中国包装印刷行业市场规模分析
第三节 中国包装印刷行业供应情况分析
第四节 中国包装印刷行业需求情况分析
第五节 中国包装印刷行业供需平衡分析
第六节 中国包装印刷行业发展趋势分析

第五章 中国包装印刷所属行业运行数据监测
第一节 中国包装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 中国包装印刷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 2016-2018年中国包装印刷市场格局分析
第一节 中国包装印刷行业竞争现状分析
一、中国包装印刷行业竞争情况分析
二、中国包装印刷行业主要品牌分析
第二节 中国包装印刷行业集中度分析
一、中国包装印刷行业市场集中度分析
二、中国包装印刷行业企业集中度分析
第三节 中国包装印刷行业存在的问题
第四节 中国包装印刷行业解决问题的策略分析
第五节 中国包装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 2016-2018年中国包装印刷行业需求特点与价格走势分析
第一节 中国包装印刷行业消费特点
第二节 中国包装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
第三节 包装印刷行业成本分析
第四节 包装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
第五节 中国包装印刷行业价格现状分析
第六节中国包装印刷行业平均价格走势预测
一、中国包装印刷行业价格影响因素
二、中国包装印刷行业平均价格走势预测
三、中国包装印刷行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国包装印刷行业区域市场现状分析
第一节 中国包装印刷行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地包装印刷市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区包装印刷市场规模分析
四、华东地区包装印刷市场规模预测
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、华中地区包装印刷市场规模分析
四、华中地区包装印刷市场规模预测
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、华南地区包装印刷市场规模分析

第九章 2016-2018年中国包装印刷行业竞争情况
第一节 中国包装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 中国包装印刷行业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 中国包装印刷行业竞争环境分析（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年中国包装印刷行业发展前景分析与预测
第一节中国包装印刷行业未来发展前景分析
一、包装印刷行业国内投资环境分析
二、中国包装印刷行业市场机会分析
三、中国包装印刷行业投资增速预测
第二节中国包装印刷行业未来发展趋势预测
第三节中国包装印刷行业市场发展预测
一、中国包装印刷行业市场规模预测

二、中国包装印刷行业市场规模增速预测
三、中国包装印刷行业产值规模预测
四、中国包装印刷行业产值增速预测
五、中国包装印刷行业供需情况预测
第四节中国包装印刷行业盈利走势预测
一、中国包装印刷行业毛利润同比增速预测
二、中国包装印刷行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国包装印刷行业投资风险与营销分析
第一节 包装印刷行业投资风险分析
一、包装印刷行业政策风险分析
二、包装印刷行业技术风险分析
三、包装印刷行业竞争风险分析
四、包装印刷行业其他风险分析
第二节 包装印刷行业企业经营发展分析及建议
一、包装印刷行业经营模式
二、包装印刷行业销售模式
三、包装印刷行业创新方向
第三节 包装印刷行业应对策略
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年中国包装印刷行业发展策略及投资建议
第一节 中国包装印刷行业品牌战略分析
一、包装印刷企业品牌的重要性
二、包装印刷企业实施品牌战略的意义
三、包装印刷企业品牌的现状分析
四、包装印刷企业的品牌战略
五、包装印刷品牌战略管理的策略
第二节中国包装印刷行业市场的重点客户战略实施
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年中国包装印刷行业发展策略及投资建议
第一节中国包装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 中国包装印刷行业定价策略分析
第三节中国包装印刷行业营销渠道策略
一、包装印刷行业渠道选择策略
二、包装印刷行业营销策略
第四节中国包装印刷行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国包装印刷行业重点投资区域分析
二、中国包装印刷行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/339943339943.html