

2020年中国标识牌行业分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2020年中国标识牌行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/zhuanongshebei/374269374269.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、行业发展现状分析

标识牌的下游应用领域广泛，因此难以受到单个领域需求波动影响，但是总体来看，标识牌行业与宏观经济的波动呈相关性，改革开放以来，我国经济水平不断增长，基础设施和公共设施不断增加，极大的推动了我国标识牌的下游需求。

截止2018年我国标识牌行业市场规模已经达到45.65亿元，近年来的复合增长率超过5%。具体如下：

2014-2018年我国标识牌行业市场规模走势

资料来源：观研天下数据中心整理

2018年，我国标识牌行业产量大约为1460万件，基本同上年度持平。由于产品普遍采用按需定制的生产模式，因此往往企业当年的生产安排都是根据市场需求和往年度的市场表现来安排产能。

2014-2018年我国标识牌行业产量走势

资料来源：观研天下数据中心整理

总体来看，由于标识牌普遍使用寿命长，且长期使用成本较低，大部分市场需求都来自于市场新增，存量客户的需求往往比增量客户低。近年来，标识牌行业的市场需求总体趋于平缓，2018年市场销量为1358万件。

2014-2018年我国标识牌行业销量走势

资料来源：观研天下数据中心整理

二、产业链情况分析

标识牌行业的上游主要是原材料行业如木材、钢铁、涂料和模具等，下游行业主要是应用场所，包括政府、医院、学校以及企业等。

标识牌行业产业链结构 资料来源：观研天下数据中心整理

1、上游产业

木材行业

国内木材产量方面，由于我国森林资源结构不合理，用材林的成熟林过少、质量差，森林覆盖率远低于全球31%的平均水平，人均森林面积仅为世界人均水平的1/4，人均森林蓄积只有世界人均水平的1/7，木材产量增长后劲不足，2014年开始已进入下行通道。2018年全年中国木材产量8432万立方米，比上年增长0.4%。

2014-2018年中国木材产量

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

钢铁行业

2018年，钢铁行业持续推进供给侧结构性改革，产业结构不断优化，市场秩序明显改善，全行业经济效益创历史最好水平。

粗钢产量再创历史新高。2018年我国生铁、粗钢和钢材（含重复材）产量分别为7.71亿吨、9.28亿吨和11.06亿吨，同比分别增加3.0%、6.6%和8.5%，粗钢产量创历史新高。2018年国内粗钢表观消费量8.7亿吨，同比增长14.8%，达到历史最高水平，其中国产自给率超过98%。

2014-2018年我国粗钢产量情况

资料来源：工信部原材料工业司

2014-2018年我国粗钢表观消费量情况

资料来源：工信部原材料工业司

钢材出口继续显著下降。2018年我国出口钢材6934万吨，同比下降8.1%；出口金额3985亿元，同比增长7.7%；平均出口价格5747元/吨，同比增长17.2%。2018年我国进口钢材1317万吨，同比下降1.0%；进口金额1083亿元，同比增长5.5%；平均价格8225元/吨，同比增长6.5%。预计2019年钢材出口将逐步趋稳。

2014-2018年钢材进出口情况

年份

进口量（万吨）

出口量（万吨）

2014年

1443

9378

2015年

1278

11240

2016年

1350

10800

2017年

1330

7453

2018年

1317

6934资料来源：工信部原材料工业司

钢材价格总体高位运行。延续2017年下半年价格走势，2018年钢材价格总体处于相对高位，钢材综合价格指数平均为115.8点，同比增长7.6%。2018上半年钢材价格指数基本稳定在110-120点，7月起价格持续上涨，至11月钢材价格开始快速下跌，截至12月底钢材综合价格指数跌至107.1点，较年内最高点下降13%。

2014年12月-2018年12月我国钢铁价格指数变动情况

资料来源：工信部原材料工业司

涂料行业

2018年中国涂料行业1336家规上企业产量达1759.79万吨，同比增长5.9%（2017年涂料产量数据修正为1661.8万吨）。2018年，主营业务收入方面，1998家规模以上工业企业总额达3268.1亿元，同比增长6.5%，实现利润总额236.48亿元，同比增长5.1%。

从涂料产量来看，2018年3月份产量低于同期，增速-5.0%。第4-12月份累计产量增速也在逐步增长，二、三、四季度，我国涂料行业及下游行业供需平稳，产量增速均较为合理，七、八月份为涂料施工最集中的时间段，增速最高达到10.8%。

模具行业

中国模具市场中，根据《中国模具信息》（2016年第6期）的公布数据显示，我国模具制造厂点约30,000家，从业人员约100万人。2015年全国模具总销售额约1,718亿元（未计自产自销未进入流通环节的模具，下同），企业自用模具产值约400亿元。2016年全国模具总销售额预计能达到1,800亿元。2013年至2015年，我国模具总销售额的年均复合增长率达到6.1%，随着我国未来几年产业升级的推进，按5%的年均复合增长率保守估计，2018年我国模具销售总额达到1985亿元。

2013-2018年中国模具行业市场规模（亿元）

资料来源：观研天下数据中心整理

2、下游产业

医院

2018年，我国共有100.4万个医疗卫生机构，其中医院3.2万个（公立医院1.2万个，民营医院2.0万个）；基层医疗卫生机构95.0万个，其中乡镇卫生院3.6万个，社区卫生服务中心（站）3.5万个，门诊部（所）24.8万个，村卫生室63.0万个；专业公共卫生机构1.9万个，其中疾病预防控制中心3469个，卫生监督所（中心）3141个。医疗卫生机构床位845万张，其中医院656万张，乡镇卫生院134万张。

全国共有各类提供住宿的社会服务机构3.3万个，其中养老服务机构3.0万个，儿童服务机构664个。社会服务床位782.4万张，其中养老服务床位746.3万张，儿童服务床位10.4万张。年末共有社区服务中心2.7万个，社区服务站14.5万个。

学校

(1)、综合

2017年全国共有各级各类学校51.38万所，比上年增加2105所，增长0.41%；各级各类学历教育在校生2.70亿人，比上年增加545.54万人，增长2.06%；专任教师1626.89万人，比上年增加48.72万人，增长3.09%。

(2)学前教育

全国共有幼儿园25.50万所，比上年增加1.51万所，增长6.31%。学前教育入园儿童19

37.95万人，比上年增加15.87万人，增长0.83%；在园儿童4600.14万人，比上年增加186.28万人，增长4.22%。幼儿园教职工419.29万人，比上年增加37.50万人，增长9.82%；专任教师243.21万人，比上年增加20.01万人，增长8.96%。学前教育毛入园率达到79.6%，比上年提高2.2个百分点。

1978年、2012年、2015-2017年学前教育在园幼儿和毛入园率 资料来源：教育部，观研天下数据中心整理

(3) 义务教育

全国共有义务教育阶段学校21.89万所，招生3313.78万人，在校生1.45亿人，专任教师949.36万人，九年义务教育巩固率[5]93.8%。

(4)、高中阶段教育

全国高中阶段教育共有学校2.46万所，比上年减少93所，下降0.38%；招生1382.49万人，比上年减少13.78万人，下降0.99%；在校学生3970.99万人，比上年增加0.93万人，增长0.02%。高中阶段毛入学率88.3%，比上年提高0.8个百分点。

高中阶段在校生规模结构

资料来源：教育部，观研天下数据中心整理

(5) 民办教育

全国共有各级各类民办学校17.76万所，比上年增加6668所，占全国比重34.57%；招生1721.86万人，比上年增加81.63万人，增长4.98%；各类教育在校生达5120.47万人，比上年增加295.10万人，增长6.12%。其中：

民办教育在校生规模结构

资料来源：教育部，观研天下数据中心整理（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国标识牌行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

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家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 2017-2020年中国标识牌行业发展概述

第一节 标识牌行业发展情况概述

- 一、标识牌行业相关定义
- 二、标识牌行业基本情况介绍
- 三、标识牌行业发展特点分析

第二节 中国标识牌行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、标识牌行业产业链条分析
- 三、中国标识牌行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国标识牌行业生命周期分析

- 一、标识牌行业生命周期理论概述
- 二、标识牌行业所属的生命周期分析

第四节 标识牌行业经济指标分析

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

第五节 中国标识牌行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2020年全球标识牌行业市场发展现状分析

第一节 全球标识牌行业发展历程回顾

第二节 全球标识牌行业市场区域分布情况

第三节 亚洲标识牌行业地区市场分析

- 一、亚洲标识牌行业市场现状分析
- 二、亚洲标识牌行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲标识牌行业市场前景分析
- 第四节 北美标识牌行业地区市场分析
 - 一、北美标识牌行业市场现状分析
 - 二、北美标识牌行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美标识牌行业市场前景分析
- 第五节 欧盟标识牌行业地区市场分析
 - 一、欧盟标识牌行业市场现状分析
 - 二、欧盟标识牌行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟标识牌行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界标识牌行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球标识牌行业市场规模预测
- 第三章 中国标识牌产业发展环境分析
 - 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、全社会消费品标识牌总额
 - 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 中国标识牌行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国标识牌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 中国标识牌行业运行情况
 - 第一节 中国标识牌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 中国标识牌行业市场规模分析

第三节 中国标识牌行业供应情况分析

第四节 中国标识牌行业需求情况分析

第五节 中国标识牌行业供需平衡分析

第六节 中国标识牌行业发展趋势分析

第五章 中国标识牌所属行业运行数据监测

第一节 中国标识牌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 中国标识牌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 中国标识牌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 2017-2020年中国标识牌市场格局分析

第一节 中国标识牌行业竞争现状分析

一、中国标识牌行业竞争情况分析

二、中国标识牌行业主要品牌分析

第二节 中国标识牌行业集中度分析

一、中国标识牌行业市场集中度分析

二、中国标识牌行业企业集中度分析

第三节 中国标识牌行业存在的问题

第四节 中国标识牌行业解决问题的策略分析

第五节 中国标识牌行业竞争力分析

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 2017-2020年中国标识牌行业需求特点与动态分析

第一节 中国标识牌行业消费市场动态情况

第二节 中国标识牌行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 标识牌行业成本分析

第四节 标识牌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 中国标识牌行业价格现状分析

第六节 中国标识牌行业平均价格走势预测

一、中国标识牌行业价格影响因素

二、中国标识牌行业平均价格走势预测

三、中国标识牌行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国标识牌行业区域市场现状分析

第一节 中国标识牌行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区标识牌市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区标识牌市场规模分析

四、华东地区标识牌市场规模预测

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、华中地区标识牌市场规模分析

四、华中地区标识牌市场规模预测

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、华南地区标识牌市场规模分析

四、华南地区标识牌市场规模预测

第九章 2017-2020年中国标识牌行业竞争情况

第一节 中国标识牌行业竞争结构分析（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 中国标识牌行业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 中国标识牌行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 标识牌行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国标识牌行业发展前景分析与预测

第一节 中国标识牌行业未来发展前景分析

一、标识牌行业国内投资环境分析

二、中国标识牌行业市场机会分析

三、中国标识牌行业投资增速预测

第二节 中国标识牌行业未来发展趋势预测

第三节 中国标识牌行业市场发展预测

一、中国标识牌行业市场规模预测

二、中国标识牌行业市场规模增速预测

三、中国标识牌行业产值规模预测

四、中国标识牌行业产值增速预测

五、中国标识牌行业供需情况预测

第四节 中国标识牌行业盈利走势预测

一、中国标识牌行业毛利润同比增速预测

二、中国标识牌行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国标识牌行业投资风险与营销分析

第一节 标识牌行业投资风险分析

一、标识牌行业政策风险分析

二、标识牌行业技术风险分析

三、标识牌行业竞争风险

四、标识牌行业其他风险分析

第二节 标识牌行业企业经营发展分析及建议

一、标识牌行业经营模式

二、标识牌行业销售模式

三、标识牌行业创新方向

第三节 标识牌行业应对策略

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 2021-2026年中国标识牌行业发展战略及规划建议

第一节 中国标识牌行业品牌战略分析

一、标识牌企业品牌的重要性

二、标识牌企业实施品牌战略的意义

三、标识牌企业品牌的现状分析

四、标识牌企业的品牌战略

五、标识牌品牌战略管理的策略

第二节 中国标识牌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 中国标识牌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 2021-2026年中国标识牌行业发展策略及投资建议

第一节 中国标识牌行业产品策略分析

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 中国标识牌行业定价策略分析

第三节 中国标识牌行业营销渠道策略

一、标识牌行业渠道选择策略

二、标识牌行业营销策略

第四节 中国标识牌行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国标识牌行业重点投资区域分析

二、中国标识牌行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/374269374269.html>