

2018-2023年中国包装产业分析与发展趋势评估报告

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《2018-2023年中国包装产业分析与发展趋势评估报告》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/296281296281.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

世界卫生组织把营养（保健）品分为四类：营养型、强化型、机能型和机能因子型，划分标准主要是是否有明确疗效、是否有明确针对器官和是否适宜长期服用作为分类标准，我们根据市场消费频率、包装繁简程度，将以上分类简化为“健康型”和“机能型”。由于“健康型”营养品之间没有在功效上的特别差异，靠高档包装建立的品牌归属成为此类营养品附加值中重要的组成部分。

营养品种类按包装市场划分

资料来源：中国报告网整理

目前“健康型”营养品受到人均可支配收入和医疗保健支出意愿的双重上升的影响，市场增长动力强劲，前景广阔。在目前我国保健需求上升，消费者愿意为认可的营养品支付“溢价”的情况下，各品牌通过打造部分包高档装产品以提升品牌的消费层次，博取消费者的长期认可，其包装市场前景可期。

大健康时代利好营养保健品，惠及高端纸包装产业 近年来中国消费者的健康意识不断提升，有意愿且有能力在能够促进自身健康的医疗保健方面投入更多。根据国家统计局从2013年起，开展的新口径城乡一体化住户收支与生活状况调查，2013-2016年我国城乡居民人均可支配收入以近10%的年均增速上升；与此同时，居民人均医疗保健消费支出以13%的年均增速迅速上升，人均医疗保健消费支出占人均可支配收入的比例，也从2013年的不到5%稳步攀升至5.5%。可见，医疗保健市场正由于收入水平提升、健康意识增强带来的需求攀升而逐步扩容发展，“大健康”时代已经来临。

居民人均可支配收入及人均医疗保健消费支出（元）

数据来源：中国报告网整理

2013-2016年居民人均医疗保健支出占人均可支配收入比例及趋势

数据来源：中国报告网整理

从居民消费端来对医疗保健品消费市场进行宏观层面的估计，我们假设人均可支配收入和人均医疗保健消费支出按照2013-2016年的CAGR增长，则到2017年人均医疗保健收入将达到1474元，占居民可支配收入比例将达到5.67%，按国家统计局最新的全国人口数据（2015年）13.75亿计算，则2017年总体医疗保健行业规模将超过2万亿元。

其中，营养品作为医疗保健行业中与居民生活更高频率接触的相关产品，拥有高产品附加值和广大受众，随着医疗保健行业整体扩容和居民消费水平的提高，其市场不容小觑。根据美国波士顿咨询公司2014年2月25日发布的报告《从洞察到行动：掘金中国保健消费市场》，截止2013年，中国的营养保健品市场在1950亿人民币左右，未来将以每年11%的

速度增长，则到2017年，预计规模将达到2960亿人民币，占我们测算的整体医疗保健行业的比例接近15%，其行业增速与我们测算的2013-2016年医疗保健人均支出CAGR（12.74%）接近。

营养品包装市场与营养保健品的产量和市场规模密切相关，在营养保健品市场整体拥有较高增速的情况下，高端纸包装市场享受到的发展红利十分可观。随着居民医疗保健相关产品支付意愿和支付能力的双重增加，市场发展红利将会通过营养品产品销量增加和营养品礼盒消费升级传导至包装市场。

营养品市场红利提升高端纸包装需求，市场规模达 50-80 亿

1、营养品市场营收稳健，高端包装产品销量可观 在“全民保健”的当下潮流中，“健康类”营养品以其各具特色的产品和精美打造的高端礼盒吸引消费者的注意，在健康产业整体上升的趋势中，分享到了市场上升带来的红利，除部分市场产品竞争激烈而带来的营收业绩下滑，其余企业均出现了较为迅速的增长，而这样的增长将带动营养品包装市场进一步发展。

2016 年分市场代表企业营收规模及市场份额（单位：百万元）

数据来源：中国报告网整理

在以上数据中，我们对于各个分市场的企业的市场份额做了一定的调查和估计，其中辉瑞制药根据其在官方旗舰店上钙尔奇和善存两大主要营养品的销售比例，钙尔奇累计销售额43,868,761元，善存58,916,528元，网络旗舰店总销量102,785,289元，即钙尔奇和善存比例相近，则辉瑞制药营养品占维生素及钙类市场份额可近似为16.6%（13.2%和20%的均值）；同时，考虑到汤臣倍健作为一家生产综合类营养品的企业，将其单独加入总市场规模的核算；黄金搭档的产品分类与其他分市场有重合，故可并入其他分市场考虑。美元兑人民币汇率取6.83。

而我们对市场规模和营收的估计，是立足在包装供应商能够接触到的市场作为基础，并非针对单个市场；其中辉瑞制药的营收选取其在新兴市场的营收711.7亿人民币，乘以该企业2016年医疗保健产品总营收（1994亿人民币）占总营收（3608亿）的比例55.27%，得到393.36亿元人民币。为了通过总营收对营养品包装市场做出合理的估计，我们测算了各品牌中，高档和中高档产品的销售规模，并用“包装单价/该包装产品均价”来对每种大类营养品的包装价格比进行了测算。

2、包装市场受益全民健康观念红利 根据我们所测算出的各分行业代表企业高档、中高档包装产品的营收规模，按照之前各分市场代表企业高档、中高档包装的营收占比，取中高档纸包装单个5-10元，高档纸包装单个18-22元，我们估算得2016年的营养品高端纸

包装市场（中高档包装+高档包装）规模为44-69亿元。以营养品行业的平均年增长率11%作为纸包装市场增长率计算，2017年、2018年的营养品高端纸包装市场规模预计达到48-76、54-85亿元。

2016 年营养品高端纸包装市场规模估计（单位：百万元）

数据来源：中国报告网整理

大健康时代无需医嘱的普惠式保健为“健康型”营养品市场注入了发展动力，并有效带动了营养品高端包装市场。在未来“健康型”营养品持续打造品牌实力的竞争中，高端纸包装的市场的前景值得期待。

【报告目录】

第一章中国包装业运行现状综述

第一节包装行业的发展分析

一、中国包装业发展历程

二、中国包装工业产值情况

三、包装行业技术创新取得的成就

四、包装产业分布及发展

五、中国包装业的发展注重环保

六、亚包中心的发展模式研究

第二节部分地区包装业发展状况分析

一、贵州包装业继续保持较快增长

二、陕西省包装业发展循环经济

三、山东建成造纸包装企业循环产业链

四、浙江温州市包装产业发展良好

五、亚包中心带给杭州包装产业新机遇

第三节中国包装行业竞争分析

一、西部包装产业竞争力需要提升

（一）提升西部包装工业竞争力面临的困境

（二）提高西部包装工业竞争力的对策思考

二、探析包装企业国际化竞争策略及创新

三、以信息化提升包装产业竞争力

四、包装行业竞争引发包装机技术改革

第四节中国绿色包装产业的发展分析

一、绿色包装产业发展片面性

二、绿色包装业的发展困境

三、绿色包装行业发展必要性

四、绿色包装业的发展措施

五、绿色包装产业发展可期

第五节中国包装业信息化分析

一、包装业信息化的涵义

二、包装业信息化的意义

三、包装业信息化的主要内容

四、包装业信息化建设中存在的问题

五、促进包装业信息化发展的策略

第六节包装行业存在的问题与差距

一、中国过度包装问题严峻

二、包装工业迅猛发展中的问题

三、中国食品包装机械的国际差距

（一）国产食品包装机械与国际的主要差距

（二）外国包装机械的发展现状

第七节包装业的发展对策与建议分析

一、中国包装工业的发展战略

二、中国包装产业的发展建议

三、我国包装产业应着重技术创新

四、包装业需要构建绿色包装体系

五、解决过度包装需依靠市场和法律

六、中国包装业的可持续发展分析

第二章中国纸包装行业市场发展环境分析

第一节中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节中国纸包装行业政策环境分析

一、中国包装国家标准目录

二、纸包装行业政策分析

三、环保标准规范造纸包装业发展

第三节中国纸包装行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、生态环境分析

六、中国城镇化率

第三章中国纸包装业运行动态分析

第一节纸包装行业简介

一、包装用纸特性

二、瓦楞纸箱特点

三、纸包装新技术

四、瓦楞纸箱产业链

第二节中国纸包装业生产规模分析

一、中国箱纸板生产规模

二、中国瓦楞纸箱生产规模

第三节中国纸包装业发展动态分析

一、规模化发展促进纸包装业升级

二、纸包装功能发展趋向多元化

三、微型瓦楞纸版包装风靡市场

四、纸包装一体化经营兴起

第四节中国纸包装行业面临的问题

一、纸包装工业结构比例失调

二、瓦楞纸箱包装浪费问题

三、纸包装工业区域发展失调

第五节中国纸包装业发展对策分析

第四章中国纸包装行业市场局势研究

第一节全球纸包装市场现状分析

一、全球瓦楞纸箱市场发展分析

二、全球瓦楞纸箱市场区域格局

三、全球瓦楞纸箱下游市场格局

四、全球瓦楞纸箱人均消费分析

第二节中国纸包装市场现状分析

- 一、我国纸包装市场两极分化
- 二、中国纸包装销售模式转变
- 三、瓦楞包装市场规模

第三节中国主要地区纸包装市场分析

- 一、大珠三角纸箱包装业的发展
- 二、长三角整合纸包装和印刷业
- 三、温州纸制品包装业大起大落
- 四、湖北建成最大高档包装纸基地

第五章中国纸和纸板容器的制造行业主要数据监测分析

第一节中国纸和纸板容器的制造行业发展分析

- 一、中国纸和纸板容器的制造行业发展概况
- 二、中国纸和纸板容器的制造行业发展概况

第二节中国纸和纸板容器的制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 三、销售规模增长分析
- 四、利润规模增长分析

第三节中国纸和纸板容器的制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、资产规模结构分析
- 三、销售规模结构分析
- 四、利润规模结构分析

第四节中国纸和纸板容器的制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口交货值分析

第五节中国纸和纸板容器的制造行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、主要费用统计

第六节中国纸和纸板容器的制造行业运营效益分析

- 一、偿债能力分析
- 二、盈利能力分析
- 三、运营能力分析

第七节中国纸和纸板容器的制造行业集中度分析

- 一、资产集中度分析
- 二、销售集中度分析
- 三、利润集中度分析

第六章中国纸包装行业相关产品进出口贸易数据监测分析

第一节中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣进出口分析

- 一、中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣进口分析
- 二、中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣出口分析
- 三、中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣进出口均价分析
- 四、中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣进出口流向分析
- 五、中国瓦楞纸或纸板制的箱、盒、匣进出口省市分析

第二节中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣进出口分析

- 一、中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣进口分析
- 二、中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣出口分析
- 三、中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣进出口均价分析
- 四、中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣进出口流向分析
- 五、中国非瓦楞纸或纸板制的可折叠箱、盒、匣进出口省市分析

第三节中国底宽 40CM的纸袋进出口分析

- 一、中国底宽 40CM的纸袋进口分析
- 二、中国底宽 40CM的纸袋出口分析
- 三、中国底宽 40CM的纸袋进出口均价分析
- 四、中国底宽 40CM的纸袋进出口流向分析
- 五、中国底宽 40CM的纸袋进出口省市分析

第四节中国其他纸袋进出口分析

- 一、中国其他纸袋进口分析
- 二、中国其他纸袋出口分析
- 三、中国其他纸袋进出口均价分析
- 四、中国其他纸袋进出口流向分析
- 五、中国其他纸袋进出口省市分析

第五节中国其他纸包装容器进出口分析

- 一、中国其他纸包装容器进口分析
- 二、中国其他纸包装容器出口分析
- 三、中国其他纸包装容器进出口均价分析
- 四、中国其他纸包装容器进出口流向分析

五、中国其他纸包装容器进出口省市分析

第七章中国纸包装行业发展销售预测分析

第一节中国纸包装业波特五力竞争模型

- 一、市场竞争分析
- 二、新进入者威胁
- 三、替代品威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节中国纸包装行业集中度分析

- 一、纸包装市场集中度分析
- 二、纸包装企业集中度分析
- 三、纸包装行业集中度趋势

第三节中国纸包装业提升竞争力策略分析

第八章中国纸包装行业市场优势企业竞争力分析

第一节玖龙纸业(控股)有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节正业国际控股有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节华侨城(亚洲)控股有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节深圳市美盈森环保科技股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第五节 厦门合兴包装印刷股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六节 佛山市高明三圣彩色包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第七节 湖南望城出口包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八节 济南金百利包装用品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九节 康美包(苏州)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十节 利乐包装(北京)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一节 利乐华新(佛山)包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二节 辽宁宝树包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十三节 宁波亚洲绿色纸品包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十四节 荣德昌包装制品(佛山)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十五节 山东省阳谷县宏信包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十六节 上海紫丹印务有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十七节 深圳市荣丰包装制品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十八节 沈阳济丰包装纸业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十九节浙江大华包装集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二十节浙江大胜达包装有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二十一节重庆东威包装材料有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九章中国包装印刷业市场动态分析

第一节中国包装印刷行业的发展

一、中国包装印刷工业发展综述

二、包装印刷业引领印刷企业转型路

三、增值税改革助推包装印刷业发展

四、包装印刷业转型低碳环保成为热点

五、包装印刷业需求稳定且兼具成本下移特征

第二节主要地区包装印刷业的发展

一、河南省重点印刷包装项目

二、贵州力推包装印刷业发展

三、湖南打造绿色包装印刷产业

四、广东省包装印刷行业发展综述

五、湖北产销一体化包装印刷产业基地

第三节中国包装印刷业存在的问题分析

一、印刷包装业的营销弊端分析

二、包装印刷行业存在的问题分析

三、中国包装印刷业发展不平衡现象解析

四、妨碍我国包装印刷业健康发展的因素

第四节中国包装印刷业的发展对策分析

- 一、包装印刷业规避营销风险的策略
- 二、包装印刷业提高营销能力的策略
- 三、提升包装印刷业整体水平的举措
- 四、农村印刷包装业实现升级的对策

第五节包装印刷业发展前景与趋势

- 一、未来包装印刷走向两大趋势
- 二、未来包装印刷业发展的四大方向
- 三、包装印刷业走向国际化转型趋势
- 四、三大包装印刷方式未来发展趋势评析
- 五、中国环保包装印刷后加工的发展趋势
- 六、个性化设计成为包装印刷业发展趋势

第十章中国包装机械业市场解析

第一节国际包装机械行业分析

- 一、全球包装机械市场发展状况
- 二、世界包装机械业的技术现状和发展
- 三、浅析德国包装机械工业的发展
- 四、美国不断研究创新包装机械新品
- 五、俄罗斯包装机械市场发展状况

第二节中国包装机械行业分析

- 一、中国包装专用设备制造行业发展概况
- 二、中国包装专用设备产量分析
 - (一) 中国包装专用设备制造生产供给情况
 - (二) 中国主要省区包装专用设备制造产量
 - (三) 中国包装专用设备制造生产集中度分析
- 三、中国包装机械市场发展特点
- 四、包装制袋机械的现状及走势
- 五、包装机械工业的信息化发展
- 六、包装机械发展需引进高科技
- 七、中国包装机械业结构调整分析
- 八、“十三五”期间包装机械保持稳定增长

第三节中国包装机械业面临的问题与发展对策

- 一、包装机械走出国门迎来新挑战
- 二、包装机械业存在的问题与发展建议

三、促进包装机械业的发展策略分析

四、中国食品包装机械行业品牌战略

第四节包装机械业发展趋势与前景分析

一、今后包装机械制造发展重点

二、中国食品包装机械发展趋势

三、数字化包装机械市场潜力广阔

四、中国的包装机械行业前景可期

五、软包装机械发展呈现出新趋势

第十一章中国纸包装产业发展趋势预测分析

第一节中国纸包装产业发展趋势分析

一、瓦楞纸箱发展趋势分析

二、包装用纸材料的发展动向

三、包装用纸企业服务模式发展趋势

四、纸包装绿色化合高科技数码化趋势

第二节中国纸包装产业市场预测分析

一、纸包装市场供给预测分析

二、纸包装市场需求预测分析

三、纸和纸板容器行业预测分析

四、纸包装进出口预测分析

第三节中国纸包装产业市场盈利预测分析

第十二章中国纸包装行业投资机会与风险分析

第一节中国纸包装行业投资环境分析

一、“十三五”时期宏观经济发展规划分析

二、“十三五”时期造纸工业发展规划分析

（一）发展目标

（二）主要任务

（三）政策措施

第二节中国纸包装行业投资机会分析

一、纸包装发展前景分析

二、纸包装投资吸引力分析

第三节中国纸包装行业投资风险分析

一、宏观经济风险分析

二、市场竞争风险分析

三、原材料供给风险

第四节中国纸包装行业发展策略分析

附：报告说明

图表目录

图表1中国包装工业总产值趋势图

图表2包装行业荣格技术创新奖”获奖名单

图表3中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表4中国人均国内生产总值变化趋势图

图表5中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表6规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表7中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表8分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表9中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表10中国社会消费品零售总额同比增长趋势图

图表11城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表12农村居民纯收入及增长情况统计

图表13中国进出口总额增长趋势图

更多图表详见正文（GY GSL）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/296281296281.html>