



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国包装印刷市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国包装印刷市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/193475.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

包装印刷（package printing），以各种包装材料为主要产品的印刷。随着商品经济和科学技术的发展，平、凸、凹等印刷工艺和特种印刷工艺都会有所发展，不同印刷工艺特色和适印范围也不相同，它们会长期并存，互相补充，在包装印刷中占有一席之地。

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。

目录

第一章 包装印刷概述 1

1.1 包装 1

1.1.1 包装的定义 1

1.1.2 包装的作用 1

1.1.3 包装材料的定义及性能 2

1.2 印刷 3

1.2.1 印刷的定义 3

1.2.2 印刷的分类 3

1.2.3 特殊印刷的种类及利用 5

1.2.4 印刷材料的发展情况 11

1.3 包装印刷 12

1.3.1 包装印刷的定义 12

1.3.2 包装印刷术语 12

1.3.3 包装印刷的特征 14

第二章 2010年世界印刷行业营运局势分析 16

2.1 2010年世界印刷行业及市场概况 16

2.1.1 世界印刷市场发展总体概况 16

2.1.2 美国印刷行业发展现状及近期预测 17

2.1.3 近年来日本印刷业形势严峻企业数量骤减 17

2.1.4 未来国际印刷行业的变化趋势分析 19

| | |
|---------------------------|----|
| 2.2 2010年中国印刷行业运行形势解析 | 20 |
| 2.2.1 改革开放30年我国印刷业取得的成就综述 | 20 |
| 2.2.2 中国印刷业进入向中西部转移的重要时期 | 21 |
| 2.2.3 中国印刷产业主要经济指标情况 | 22 |
| 2.2.4 印刷行业最新利好政策解读 | 24 |
| 2.3 2010年中国印刷行业存在的问题分析 | 25 |
| 2.3.1 印刷行业亟待解决人才稀缺问题 | 25 |
| 2.3.2 印刷行业面临的对外贸易风险加大 | 29 |
| 2.3.3 金融风暴下印刷企业遭遇的危机 | 29 |
| 2.3.4 印刷行业面临的环境问题 | 31 |
| 2.4 2010年中国印刷行业发展的策略分析 | 36 |
| 2.4.1 印刷企业转型升级的方向及措施 | 36 |
| 2.4.2 印刷企业应对经济危机的策略 | 37 |
| 2.4.3 印刷产业的环保发展建议 | 40 |

第三章2010年世界包装印刷行业运营局势分析 45

| | |
|----------------------------|----|
| 3.1 2010年世界包装印刷行业分析概述 | 45 |
| 3.1.1 世界包装印刷行业发展概况 | 45 |
| 3.1.2 世界包装印刷已迎来数字时代 | 45 |
| 3.1.3 激光雕刻技术在世界包装印刷行业的重要作用 | 46 |
| 3.1.4 美国软包装印刷技术处于世界领先地位 | 46 |
| 3.2 2010年世界包装印刷市场运行现况分析 | 48 |
| 3.2.1 全球包装印刷市场的发展动态 | 48 |
| 3.2.2 世界包装印刷市场的两大趋势 | 50 |
| 3.2.3 凹印在欧洲包装印刷市场仍有较大份额 | 50 |
| 3.3 2010年中国香港包装印刷业发展状况分析 | 51 |
| 3.3.1 香港包装印刷业年均增长一成 | 51 |
| 3.3.2 香港包装印刷业的环保趋势 | 52 |
| 3.3.3 香烟包装印刷采用镭射全息防伪 | 52 |
| 3.3.4 香港包装印刷工业的发展趋势 | 53 |

第四章2010年中国包装印刷产业运营态势分析 54

4.1 2010年中国包装印刷行业发展综合状况分析 54

4.1.1 中国包装印刷工业发展综述 54

4.1.2 中国包装印刷市场发展概况 58

4.1.3 我国包装印刷在经济大环境中快速发展 58

4.1.4 现代纸包装印刷市场发展及进步 59

4.2 2010年中国包装印刷行业技术分析 60

4.2.1 包装印刷技术的发展历程 60

4.2.2 包装印刷产品特性对印刷技术的要求 61

4.2.3 包装印刷技术的发展现状及动向 65

4.3 2010年中国包装印刷设备市场局势分析 67

4.3.1 包装印刷设备企业发展情况良好 67

4.3.2 我国药品包装印刷机械的发展状况解析 68

4.3.3 包装印刷机械设计发展趋向 70

4.4 2010年中国包装印刷行业存在问题分析 71

4.4.1 我国包装印刷业发展不平衡现象解析 71

4.4.2 妨碍我国包装印刷业健康发展的因素 71

4.4.3 包装印刷行业存在发展瓶颈 73

4.4.4 我国包装印刷企业存在的问题 75

4.5 2010年中国印刷包装行业发展对策分析 76

4.5.1 印刷业需要更加重视包装印刷的发展 76

4.5.2 包装印刷企业要扬长避短增强竞争能力 78

4.5.3 包装印刷行业需要与文化创意相结合 81

4.5.4 包装印刷人才培养的发展对策 82

第五章 2010年中国主要省市包装印刷业发展情况分析 83

5.1 广东省 83

5.1.1 广东省的包装印刷工业已成规模 83

5.1.2 广东国际包装印刷城介绍 84

5.1.3 广东中山包装印刷行业发展的优势 85

5.1.4 成本上涨中山市包装印刷企业纷纷降耗缩产 87

5.2 安徽省 88

5.2.1 安徽包装印刷业发展概况 88

- 5.2.2安徽包装印刷业发展存在的问题 90
- 5.2.3安徽包装印刷业发展的有利条件 91
- 5.2.4安徽桐城市着力打造全国第一包装印刷基地 91
- 5.2.5实现安徽包装印刷快速发展的建议 92
- 5.3湖北省 93
- 5.3.1湖北省欲将包装印刷业打造成武汉支柱产业 93
- 5.3.2湖北包装印刷业招商引资亮点频现 93
- 5.3.3华中包装印刷工业园落户武汉 94
- 5.4山东省 94
- 5.4.1山东泗水包装印刷业积极应对金融危机 94
- 5.4.2山东青岛包装印刷企业积极谋求新出路 95
- 5.4.3山东丽鹏填补酒类包装印刷行业空白 96
- 5.5福建省 97
- 5.5.1福建安溪将积极拓展茶叶包装印刷产业链 97
- 5.5.2福建省石狮包装印刷业成为支柱产业 97
- 5.5.3促进福建省包装印刷业发展的建议 98
- 5.6其他地区 99
- 5.6.1宁夏吴忠包装印刷产业基地瞄准西部最大 99
- 5.6.2云南烟草包装印刷市场分析 99
- 5.6.3沈阳胡台新城打造包装印刷产业基地 101
- 5.6.4包装装潢印刷成为江西印刷业支柱 102
- 5.6.5山西包装印刷业成为经济新增长点 102

第六章2010年中国瓦楞纸印刷工业运行格局分析 105

- 6.1 2010年中国瓦楞纸印刷市场发展现况分析 105
- 6.1.1中国瓦楞纸箱印刷发展沿革 105
- 6.1.2瓦楞纸箱的主要印刷方法 109
- 6.1.3瓦楞纸板柔性印刷的相关要求及工艺 109
- 6.1.4柔印在瓦楞纸箱中的应用与发展 113
- 6.1.5瓦楞纸印刷中水性油墨应用状况 115
- 6.1.6预印工艺在瓦楞纸箱印刷的新发展 118
- 6.2 2010年中国瓦楞纸印刷问题及应对分析 119

- 6.2.1瓦楞纸箱印刷中存在的几个问题 119
- 6.2.2瓦楞纸板印刷中应重视的问题 121
- 6.2.3瓦楞纸箱印刷工艺选择及成本控制要素 122
- 6.2.4提高瓦楞纸箱的印刷质量的途径 126
- 6.2.5决定瓦楞纸盒印刷成败的因素 126
- 6.3 2012-2016年中国瓦楞纸印刷行业前景展望分析 128
- 6.3.1薄版技术将是瓦楞纸箱印刷的发展趋势 128
- 6.3.2瓦楞纸箱印刷工艺及市场预测 129

第七章2010年中国标签印刷产业营运形势分析 132

- 7.1 标签印刷阐释 132
 - 7.1.1标签印刷的种类 132
 - 7.1.2标签印刷技术多工艺组合方式 133
 - 7.1.3标签印刷品印前处理环节 134
 - 7.1.4标签印刷的先烫金与后烫金工艺 135
- 7.2 2010年中国标签印刷行业的发展态势分析 136
 - 7.2.1中国标签印刷行业发展概况 136
 - 7.2.2中国标签印刷市场状况分析 136
 - 7.2.3我国标签印刷业产值情况 137
 - 7.2.4标签印刷业技术发展 137
- 7.3 2010年中国各种印刷方式在标签印刷中的应用分析 140
 - 7.3.1标签印刷中胶印与柔性版印刷的比较 140
 - 7.3.2无水胶印在标签印刷中的应用 143
 - 7.3.3轮转网印在标签印刷中的应用 144
- 7.4 2010年中国不干胶标签印刷发展局势分析 145
 - 7.4.1不干胶标签印刷不同方式的比较 145
 - 7.4.2不干胶标签柔版印刷工艺特点 147
 - 7.4.3国际不干胶标签印刷的现状 151
 - 7.4.4我国不干胶标签印刷行业分析 151
 - 7.4.5中国不干胶标签印刷产业链形成 155
 - 7.4.6小批量不干胶标签印刷的几个要点 157
 - 7.4.7企业投资不干胶标签印刷设备的策略分析 159

7.5 2010年中国数字标签及RFID标签印刷运行态势分析 160

7.5.1 数字标签印刷的优势 160

7.5.2 数码标签印刷技术的发展 162

7.5.3 实施个性化标签的数字印刷要点 165

7.5.4 印刷技术在RFID标签中的应用探析 168

7.6 2010年中国标签印刷行业面临的挑战及应对分析 170

7.6.1 中国标签印刷行业存在的问题 170

7.6.2 中国标签印刷企业存在的问题及发展对策 171

7.6.3 欧洲标签印刷经验借鉴 175

7.6.4 降低标签印刷成本的措施 176

7.7 2012-2016年中国标签印刷行业展望分析 179

7.7.1 标签市场发展空间广阔 179

7.7.2 中国标签印刷行业的发展趋势 179

7.7.3 不干胶标签印刷的发展趋势 179

第八章 2010年中国包装印刷重点企业经营动态分析 181

8.1 EDELMANN包装印刷集团 181

8.1.1 企业简介 181

8.1.2 药品包装领域注重专业化 182

8.1.3 多层复合包装纸盒及海外市场的开发 184

8.1.4 集团与其他伙伴的合作与联盟 185

8.2 天津环球磁卡股份有限公司 186

8.2.1 企业概况 186

8.2.2 企业主要经济指标分析 187

8.2.3 企业盈利能力分析 188

8.2.4 企业偿债能力分析 189

8.2.5 企业运营能力分析 190

8.2.6 企业成长能力分析 190

8.3 深圳劲嘉彩印集团股份有限公司 191

8.3.1 企业概况 191

8.3.2 企业主要经济指标分析 192

8.3.3 企业盈利能力分析 193

| | |
|----------------------------|-----|
| 8.3.4 企业偿债能力分析 | 194 |
| 8.3.5 企业运营能力分析 | 195 |
| 8.3.6 企业成长能力分析 | 195 |
| 8.4 鹤山雅图仕印刷有限公司 | 196 |
| 8.4.1 公司介绍 | 196 |
| 8.4.2 包装印刷技术的发展情况 | 197 |
| 8.4.3 逐鹿BI助力鹤山雅图仕提升企业绩效 | 197 |
| 8.5 广东金盛卢氏集团有限公司 | 198 |
| 8.5.1 企业简介 | 198 |
| 8.5.2 金盛彩印包装分厂重整资源迈入新的发展阶段 | 199 |
| 8.5.3 金盛集团再次步入"中国民营500强"行列 | 200 |
| 8.5.4 企业发展目标 | 200 |
| 8.6 山东鸿杰印务有限公司 | 201 |
| 8.6.1 企业简介 | 201 |
| 8.6.2 山东鸿杰集团高精品包装印刷项目启动 | 201 |
| 8.6.3 山东鸿杰印务采取措施积极应对金融危机 | 201 |
| 8.7 上海包装造纸（集团）有限公司 | 203 |
| 8.7.1 企业简介 | 203 |
| 8.7.2 集团划转普陀所面临的机遇 | 204 |

第九章 2012-2016年中国包装印刷的投资机会及前景 205

| | |
|-------------------------------|-----|
| 9.1 2012-2016年中国包装印刷行业投资机会分析 | 205 |
| 9.1.1 包装印刷业投资环境向好 | 205 |
| 9.1.2 主要行业持续发展给包装印刷业带来广阔的市场空间 | 205 |
| 9.1.3 网络兴起给包装印刷行业带来发展契机 | 207 |
| 9.1.4 组合印刷投资前景看好 | 208 |
| 9.1.5 未来包装印刷行业投资机会在高档印刷领域 | 209 |
| 9.2 2012-2016年中国包装印刷行业的未来前瞻 | 210 |
| 9.2.1 未来包装印刷业发展的四大方向 | 210 |
| 9.2.2 三大包装印刷方式未来发展趋势评析 | 215 |
| 9.2.3 包装印刷业向规模化全球化前进 | 218 |
| 9.3 2012-2016年中国包装印刷细分行业趋势分析 | 218 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 9.3.1中国包装装潢印刷的发展方向 | 218 |
| 9.3.2烟草包装印刷发展的三个走向 | 222 |
| 9.3.3酒包装印刷未来发展趋势 | 223 |
| 9.4 2012-2016年中国包装印刷行业发展的环保趋势分析 | 224 |
| 9.4.1中国环保包装印刷后加工的发展趋势 | 224 |
| 9.4.2未来包装印刷发展将弃"塑"求"纸" | 227 |
| 9.5 2012-2016年中国包装印刷技术发展方向展望 | 229 |
| 9.5.1 21世纪我国包装印刷技术发展趋势 | 229 |
| 9.5.2现代包装印刷技术未来发展趋势 | 231 |
| 9.5.3CTCP技术在包装印刷行业的发展潜力大 | 232 |

附录 236

附录一：印刷业管理条例 236

附录二：印刷业经营者资格条件暂行规定 246

附录三：印刷品承印管理规定 249

附录四：设立外商投资印刷企业暂行规定 253

附录五：印刷行业公约（试行） 257

附录六：中国包装印刷行业公约 259

通过《2012-2016年中国包装印刷市场分析及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/193475.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。