



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国一次性筷子市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国一次性筷子市场发展现状及战略咨询报告》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/272975.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

一次性筷子指使用一次就丢弃的筷子，又称"方便筷"。一次性筷子是社会生活快节奏的产物。主要有一次性木筷和一次性竹筷。一次性木筷造成大量林地被毁；而且劣质木筷并不干净，只是一种卫生的错觉。而一次性竹筷由于是用可以再生的竹子制作，经济又环保，越来越被广泛使用，我国还利用出口退税的优惠政策，鼓励用一次性竹筷代替一次性木筷出口，减少木材的使用，保护森林。

一次性筷子指使用一次就丢弃的筷子，又称为"卫生筷"、"方便筷"。一次性筷子是社会快节奏，节约资源的生活产物,也是导致森林资源急剧下降的产物。主要有一次性木筷和一次性竹筷。一次性筷子由于卫生方便受到餐饮业的青睐，但是一次性木筷造成大量林地被毁的问题日益凸显。中国市场各类木制筷子消耗量十分巨大，其中每年消耗一次性木筷子450亿双（约消耗木材166万立方米）。每加工5000双木制一次性筷子要消耗一棵生长30年杨树，全国每天生产一次性木制筷子要消耗森林100多亩，一年下来总计3.6万亩。而且劣质木筷并不干净，只是给人一种卫生的错觉。

而一次性竹筷由于是用可以再生的竹子制作，经济又环保，越来越被广泛使用，我国还利用出口退税的优惠政策，鼓励用一次性竹筷代替一次性木筷出口，减少木材的使用，保护森林。

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。

报告目录：

第一章2012-2015年中国一次性筷子行业市场发展环境分析 17

第一节2012-2015年中国经济环境分析 17

一、国民经济运行情况GDP 17

二、消费价格指数CPI、PPI 17

三、全国居民收入情况 18

四、恩格尔系数 19

五、工业发展形势 20

六、固定资产投资情况 22

七、财政收支状况 23

八、中国汇率调整 24

九、货币供应量	26
十、中国外汇储备	26
十一、存贷款基准利率调整情况	26
十二、存款准备金率调整情况	27
十三、社会消费品零售总额	28
十四、对外贸易&进出口	28
十五、城镇人员从业状况	30
第二节2012-2015年中国一次性筷子行业政策环境分析	31
一、<一次性竹筷生产技术规范>	31
二、<一次性可降解餐饮具通用技术条件>	32
三、一次性筷子进出口贸易政策分析	33
四、相关产业政策、法规及影响分析	34
第三节2012-2015年中国一次性筷子社会环境分析	37
一、中国流动人口规模及集群分布	37
二、上班族就餐环境	38
三、中国人口老龄化进程	41
四、生态环境分析	43
第二章2012-2015年中国一次性餐具产业运行态势分析	45
第一节2012-2015年中国一次性餐具产业动态分析	45
一、中国一次性餐饮具行业会聚焦	45
二、中国一次性餐饮具行业发布会暨质量安全论坛召开	46
第二节2012-2015年中国一次性餐具产业现状分析	47
一、中国一次性餐具产业所处发展阶段	47
二、中国一次性餐具产业利润情况	48
三、中国一次性餐具生产企业规模	48
四、一次性餐饮具行业需整顿餐具革命势在必行	49
第三节2012-2015年中国一次性餐具市场分析	49
一、中国一次性餐具市场规模	49
二、中国一次性餐具市场消费量	50
第四节2012-2015年中国一次性餐具产业热点问题分析	51
一、违规使用有毒有害原材料	51
二、填充母料随意添加，有毒有害严重超标	52

三、添加剂标准存漏洞，随意滥用无法取证	53
四、致命苯类油墨占领主导市场	54
五、染色母料随意使用，安全隐患伴随一生	55
六、标准滞后又混乱失业，技术进步受局限	55
七、企业为获生产许可招拆招，上有政策下有对策灵活应对	56
八、产品包装标识混乱，以次充好小心受骗	57
九、为销售夸大宣传发展史，骗消费扰乱市场	60
十、一次性包装一次次污染	61
第三章2012-2015年中国餐具使用情况调研	63
第一节受访者基本情况	63
一、数据来源城市及分布占比（省会城市、直辖市、其它城市）	63
二、年龄段分布	64
三、性别占比	64
第二节消费者餐饮消费中一次性餐具的使用倾向	65
一、餐馆就餐时消费者是否会选择使用一次性餐具	65
二、外出就餐频繁促成餐饮行业一次性餐具用量增加	65
三、消费者一周平均外出就餐频率	66
四、社会消费风气影响消费者一次性餐具的使用习惯	66
五、生活中你会拒绝一次性餐具吗	66
第三节消费者在餐饮消费中使用一次性餐具原因分析	67
一、餐饮服务细节影响消费者使用一次性餐具的习惯	67
二、消费者选择使用一次性餐具的原因	67
三、消费者认可正规餐馆酒楼的卫生安全，一次性餐具的使用与餐饮消费模式相关。	68
四、哪种就餐形式会减少使用一次性餐具	69
第四节消费者对一次性餐具存在问题的认识与态度	69
一、如何看待一次性餐具合格率低的问题	69
二、对一次性餐具问题的看法	70
第四章2009-2015年中国一次性筷子制造行业数据监测分析	72
第一节2009-2015年中国一次性筷子制造行业规模分析	72
一、企业数量增长分析	72
二、从业人数增长分析	72
三、资产规模增长分析	73

第二节2015年中国一次性筷子制造行业结构分析 74

一、企业数量结构分析 74

1、不同类型分析 74

2、不同所有制分析 74

二、销售收入结构分析 74

1、不同类型分析 74

2、不同所有制分析 75

第三节2009-2015年中国一次性筷子制造行业产值分析 75

一、产成品增长分析 75

二、工业销售产值分析 76

三、出口交货值分析 76

第四节2009-2015年中国一次性筷子制造行业成本费用分析 77

一、销售成本统计 77

二、费用统计 78

第五节2009-2015年中国一次性筷子制造行业盈利能力分析 78

一、主要盈利指标分析 78

二、主要盈利能力指标分析 79

第五章2012-2015年中国一次性筷子细分市场分析——一次性木筷 80

第一节一次性木筷产品及市场特点分析 80

第二节2012-2015年中国一次性木筷市场剖析 80

一、一次性木筷生产成本及利润情况 80

二、一次性木筷消费量分析 80

三、一次性木筷价格分析 81

四、一次性木筷征税及影响分析 81

第三节2012-2015年中国一次性木筷市场面临壁垒 84

一、环保与污染 84

二、应加强餐饮市场一次性木筷经营行为监管 85

第六章2012-2015年中国一次性筷子细分市场分析——一次性竹筷 87

第一节一次性竹筷产品及市场特点分析 87

第二节2012-2015年中国一次性木筷市场剖析 87

一、一次性竹筷生产成本及利润情况 87

二、一次性竹筷消费量分析 87

三、一次性竹筷价格分析	88
第三节2012-2015年中国一次性竹筷市场问题探析	89
一、卫生问题引关注	89
二、一次性竹筷市场发展引发思考	89
第七章2009-2015年中国木制一次性筷子进出口数据监测分析	90
第一节2009-2015年中国木制一次性筷子进口数据分析	90
一、进口数量分析	90
二、进口金额分析	90
第二节2009-2015年中国木制一次性筷子出口数据分析	91
一、出口数量分析	91
二、出口金额分析	91
第三节2009-2015年中国木制一次性筷子进出口平均单价分析	92
第四节2009-2015年中国木制一次性筷子进出口国家及地区分析	92
一、进口国家及地区分析	92
二、出口国家及地区分析	93
第八章2009-2015年中国酸竹制一次性筷子进出口数据监测分析	94
第一节2009-2015年中国酸竹制一次性筷子进口数据分析	94
一、进口数量分析	94
二、进口金额分析	94
第二节2009-2015年中国酸竹制一次性筷子出口数据分析	95
一、出口数量分析	95
二、出口金额分析	95
第三节2009-2015年中国酸竹制一次性筷子进出口平均单价分析	96
第四节2009-2015年中国酸竹制一次性筷子进出口国家及地区分析	96
一、进口国家及地区分析	96
二、出口国家及地区分析	97
第九章2012-2015年中国一次性筷子重点企业分析（企业可自选）	98
第一节大连维美家庭用品有限公司	98
一、企业概况	98
二、企业主要经济指标分析	98
三、企业盈利能力分析	99
四、企业偿债能力分析	99

五、企业运营能力分析	100
六、企业成长能力分析	100
第二节南昌三友实业有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	101
三、企业盈利能力分析	101
四、企业偿债能力分析	102
五、企业运营能力分析	102
六、企业成长能力分析	102
第三节大连市金州区明荣餐具有限公司	103
一、企业概况	103
二、企业主要经济指标分析	103
三、企业盈利能力分析	103
四、企业偿债能力分析	104
五、企业运营能力分析	104
六、企业成长能力分析	104
第四节营口涌商木业有限公司	105
一、企业概况	105
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	106
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	106
六、企业成长能力分析	106
第十章2012-2015年中国一次性筷子上游产业分析——木材	108
第一节中国林业资源概况	108
一、中国森林覆盖情况分析	108
二、人工林面积保持世界首位	109
三、中国人均森林面积同世界人均占有量同比分析	110
第二节2012-2015年中国木材加工市场现状透视	111
一、木材加工业的集聚效应	111
二、中国木材制品的现状分析	114
三、木材加工业有北移的趋势	115

第三节2012-2015年中国木材加工市场分析	116
一、中国木材加工成本与效益分析	116
二、中国木材场供求关系影响	120
三、中国木材市场价格分析	120
四、中国木材进出口贸易分析	122
第四节2012-2015年中国木材加工行业存在的问题	123
一、低成本的优势正在失去	123
二、进口原木质量问题严重	123
三、国外木制品有可能打入中国市场	124
四、质量管理水平低下，缺乏危机意识	124
五、森林资源紧张	125
第十一章2012-2015年中国一次性筷子上游产业分析——竹产业	126
第一节中国竹产业基础概述	126
一、中国竹资源概况	126
二、中国竹材开发利用情况	126
第二节中国竹产业现状分析	137
一、竹产业已成为发展潜力巨大的新兴产业	137
二、国内竹行业发展的主要优势	138
三、中国竹业产业化发展模式研究分析	139
第三节2016-2022年中国竹业发展方向及预测分析	140
一、我国竹业产业化发展方向	140
二、2016-2022年中国竹业市场规模预测分析	141
第十二章2012-2015年中国快餐行业餐具与包装透析	143
第一节2012-2015年中国快餐行业整体发展概况	143
一、中国快餐业增长迅猛	143
二、中国快餐利润情况分析	143
三、中国中式快餐迎来品牌时代	144
三、饮业服务水平和餐饮卫生质量	145
五、方便快捷的要求	149
第二节2012-2015年中国快餐行业现状综述	150
一、快餐需求走向多样化，快餐企业不断拓宽经营空间	150
二、相关行业间的联合更加深入，出现新产业业态	151

三、西式快餐连锁企业迅速扩张，中西融合趋势增强	151
四、营销举措日益多样化，品牌意识明显增强	152
五、快餐存在营养缺陷，不利于扩大市场需求	152
六、菜价上涨对中式快餐的影响	153
第三节2012-2015年中国快餐餐具与包装业分析	153
一、一次性快餐餐具 - 筷子	153
二、快餐餐具 - 发泡塑料盒	154
三、纸质快餐餐具——纸杯纸碗	154
第四节快餐包装的发展	156
一、快餐包装应实施发泡与环保餐具并举的方针	156
二、小麦淀粉及其秸秆纤维成为快餐包装新材料	158
三、卫生、方便、实用、成本低廉	158
第十三章2016-2022年中国一次性筷子产业发展趋势分析	159
第一节2016-2022年中国一次性餐具产业发展前景	159
一、设计工艺发展趋势分析	159
二、加工技术方向分析	163
三、行业未来规划	164
第二节2016-2022年中国一次性筷子市场预测分析	165
一、市场供给预测分析	165
二、产品需求预测分析	166
三、进出口预测分析	166
第三节2016-2022年中国一次性筷子市场盈利预测分析	167
第十四章2016-2022年中国一次性筷子产业投资机会与风险分析	168
第一节2012-2015年中国一次性筷子产业投资概况	168
一、一次性筷子产业投资特性	168
二、一次性筷子产业投资价值研究	168
三、一次性筷子投资环境分析	168
第二节2016-2022年中国一次性筷子产业投资机会分析	170
一、一次性筷子投资潜力	170
二、区域投资机会分析	171
三、与产业链相关的投资机会分析	171
第三节2016-2022年中国一次性筷子产业投资风险分析	172

- 一、市场竞争风险 172
- 二、政策风险 172
- 三、环境风险 172
- 四、进入退出风险 173
- 第四节专家建议 173

图表目录：

- 图表1：2009-2015年国内生产总值及其增长速度 17
- 图表2：2015年居民消费价格月度涨跌幅度 18
- 图表3：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度 18
- 图表4：2009-2015年农村居民人均纯收入 19
- 图表5：2009-2015年城镇居民人均纯收入 19
- 图表6：2015年规模以上工业增加值增速 20
- 图表7：2015年主要工业产品产量及其增长速度 21
- 图表8：2015年固定资产投资增速 22
- 图表9：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 22
- 图表10：2015年固定资产投资新增主要生产能力 23
- 图表11：2009-2015年全国公共财政收入 23
- 图表12：2009-2015年年末国家外汇储备 26
- 图表13：2015年社会消费品零售总额 28
- 图表14：2009-2015年货物进出口总额 29
- 图表15：2015年货物进出口总额及其增长速度 29
- 图表16：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 29
- 图表17：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 30
- 图表18：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 30
- 图表19：2009-2015年城镇新增就业人数 31
- 图表20：2011-2015年中国一次性餐具产业利润情况 48
- 图表21：2011-2015年中国一次性餐具市场规模 49
- 图表22：2011-2015年中国一次性餐具市场消费量 50
- 图表23：受访者数据来源城市及分布占比 63
- 图表24：受访者年龄段分布占比 64
- 图表25：受访者性别占比 64

图表26：餐馆就餐时消费者是否会选择使用一次性餐具 65

图表27：消费者一周平均外出就餐频率 66

图表28：生活中你会拒绝一次性餐具吗 66

图表29：消费者选择使用一次性餐具的原因 67

图表30：哪种就餐形式会减少使用一次性餐具 69

图表31：如何看待一次性餐具合格率低的问题 69

图表32：对一次性餐具问题的看法 71

图表33：2009-2015年我国一次性筷子制造行业企业数量增长分析 72

图表34：2009-2015年我国一次性筷子制造行业从业人数增长分析 72

图表35：2009-2015年我国一次性筷子制造行业资产规模增长分析 73

图表36：2015年我国一次性筷子制造行业不同类型企业数量结构分析 74

图表37：2015年我国一次性筷子制造行业不同所有制企业数量结构分析 74

图表38：2015年我国一次性筷子制造行业不同类型企业销售收入结构分析 74

图表39：2015年我国一次性筷子制造行业不同所有制企业销售收入结构分析 75

图表40：2009-2015年我国一次性筷子制造行业产成品增长分析 75

图表41：2009-2015年我国一次性筷子制造行业工业销售产值分析 76

图表42：2009-2015年我国一次性筷子制造行业出口交货值分析 76

图表43：2009-2015年我国一次性筷子制造行业销售成本分析 77

图表44：2009-2015年我国一次性筷子制造行业费用分析 78

图表45：2009-2015年我国一次性筷子制造行业主要盈利指标分析 78

图表46：2009-2015年我国一次性筷子制造行业主要盈利能力指标分析 79

图表47：2011-2015年中国一次性木筷市场消费量 80

图表48：2011-2015年中国一次性木筷市场价格分析 81

图表49：2011-2015年中国一次性竹筷市场消费量 87

图表50：2011-2015年中国一次性竹筷市场价格分析 88

图表51：2009-2015年我国木制一次性筷子行业进口总量分析 90

图表52：2009-2015年我国木制一次性筷子行业进口金额分析 90

图表53：2009-2015年我国木制一次性筷子行业出口总量分析 91

图表54：2009-2015年我国木制一次性筷子行业出口金额分析 91

图表55：2009-2015年我国木制一次性筷子行业进出口平均单价分析 92

图表56：2015年我国木制一次性筷子行业进口国家及地区分析 92

图表57：2015年我国木制一次性筷子行业出口国家及地区分析 93

图表58：2009-2015年我国酸竹制一次性筷子行业进口总量分析 94

图表59：2009-2015年我国酸竹制一次性筷子行业进口金额分析 94

图表60：2009-2015年我国酸竹制一次性筷子行业出口总量分析 95

图表61：2009-2015年我国酸竹制一次性筷子行业出口金额分析 95

图表62：2009-2015年我国酸竹制一次性筷子行业进出口平均单价分析 96

图表63：2015年我国酸竹制一次性筷子行业进口国家及地区分析 96

图表64：2015年我国酸竹制一次性筷子行业出口国家及地区分析 97

图表65：企业主要经济指标分析 98

图表66：企业盈利能力分析 99

图表67：企业偿债能力分析 99

图表68：企业运营能力分析 100

图表69：企业成长能力分析 100

图表70：企业主要经济指标分析 101

图表71：企业盈利能力分析 101

图表72：企业偿债能力分析 102

图表73：企业运营能力分析 102

图表74：企业成长能力分析 102

图表75：企业主要经济指标分析 103

图表76：企业盈利能力分析 103

图表77：企业偿债能力分析 104

图表78：企业运营能力分析 104

图表79：企业成长能力分析 104

图表80：企业主要经济指标分析 105

图表81：企业盈利能力分析 106

图表82：企业偿债能力分析 106

图表83：企业运营能力分析 106

图表84：企业成长能力分析 106

图表85：家具产品分类比例 112

图表86：家具种类的比例 112

图表87：中国家具人造板消耗比例 113

图表88：人造板深加工附加值 113

图表89：2016-2022年中国竹业市场规模预测 141

- 图表90：2016-2022年中国一次性筷子行业供给预测 165
- 图表91：2016-2022年中国一次性筷子行业需求预测 166
- 图表92：2016-2022年中国一次性筷子行业进出口预测 166
- 图表93：2016-2022年中国一次性筷子制造行业盈利能力预测 167
- 图表94：中国一次性筷子项目风险控制建议与收益潜力提升措施 174
- 图表95：一次性筷子产品技术应用注意事项分析 174
- 图表96：一次性筷子产品项目投资注意事项图 175
- 图表97：一次性筷子产品行业生产开发注意事项 176
- 图表98：一次性筷子产品销售注意事项 177

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272975.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。