



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国石蜡产业发展 现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国石蜡产业发展现状及市场监测报告》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/278247.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

石蜡是从石油、页岩油或其他沥青矿物油的某些馏出物中提取出来的一种烃类混合物，主要成分是固体烷烃，无臭无味，为白色或淡黄色半透明固体。石蜡是非晶体，但具有明显的晶体结构。另有人造石蜡。

石蜡是石油加工产品的一种，是矿物蜡的一种，也是石油蜡的一种[1]。它是从原油蒸馏所得的润滑油馏分经溶剂精制、溶剂脱蜡或经蜡冷冻结晶、压榨脱蜡制得蜡膏，再经溶剂脱油、精制而得的片状或针状结晶。用于制高级脂肪酸、高级醇、火柴、蜡烛、防水剂、软膏、电绝缘材料等[2]

石蜡又称晶形蜡，通常是白色、无味的蜡状固体，在 $47^{\circ}\text{C}$ - $64^{\circ}\text{C}$ 熔化，密度约 $0.9\text{g}/\text{cm}^3$ ，溶于汽油、二硫化碳、二甲苯、乙醚、苯、氯仿、四氯化碳、石脑油等一类非极性溶剂，不溶于水和甲醇等极性溶剂。纯石蜡是很好的绝缘体，其电阻率为 $10^{13}$ - $10^{17}$ 欧姆·米，比除某些塑料（尤其是特氟龙）外的大多数材料都要高。石蜡也是很好的储热材料，其比热容为 $2.14\sim 2.9\text{J}\cdot\text{g}^{-1}\cdot\text{K}^{-1}$ ，熔化热为 $200\sim 220\text{J}\cdot\text{g}^{-1}$ 。

石蜡的主要性能指标是熔点、含油量和安定性。[3]

### 熔点

石蜡是烃类的混合物，因此它并不像纯化合物那样具有严格的熔点。所谓石蜡的熔点，是指在规定的条件下，冷却熔化了了的石蜡试样，当冷却曲线上第一次出现停滞期的温度。各种蜡制品都对石蜡要求有良好的耐温性能，即在特定温度不熔化或软化变形。按照使用条件、使用的地区和季节以及使用环境的差异，要求商品石蜡具有一系列不同的熔点。

影响石蜡熔点的主要因素是所选用原料馏分的轻重，从较重馏分脱出的石蜡的熔点较高。此外，含油量对石蜡的熔点也有很大的影响，石蜡中含油越多，则其熔点就越低。

### 含油量

含油量是指石蜡中所含低熔点烃类的量。含油量过高会影响石蜡的色度和储存的安定性，还会使它的硬度降低。所以从减压馏分中脱出的含油蜡膏，还需用发汗法或溶剂法进行脱油，以降低其含油量。但大部分石蜡制品中需要含有少量的油，这对改善制品的光泽和脱模性能是有利的。

### 安定性

石蜡制品在造型或涂敷过程中，长期处于热熔状态，并与空气接触，假如安定性不好，就容易氧化变质、颜色变深，甚至发出臭味。此外，使用时处于光照条件下石蜡也会变黄。因此，要求石蜡具有良好的热安定性、氧化安定性和光安定性。

影响石蜡安定性的主要因素是其所含有的微量的非烃化合物和稠环芳烃。为提高石蜡的安定性，就需要对石蜡进行深度精制，以脱除这些杂质。

### 主要用途

粗石蜡由于含油量较多，主要用于制造火柴、纤维板、篷帆布等。石蜡中加入聚烯烃添加剂后，其熔点增高，粘附性和柔韧性增加，广泛用于防潮、防水的包装纸、纸板、某些纺织品的表面涂层和蜡烛生产。

将纸张浸入石蜡后就可制取有良好防水性能的各种蜡纸，可以用于食品、药品等包装、金属防锈和印刷业上；石蜡加入棉纱后，可使纺织品柔软、光滑而又有弹性；石蜡还可以制得洗涤剂、乳化剂、分散剂、增塑剂、润滑脂等[5]。

全精炼石蜡和半精炼石蜡用途很广，主要用做食品、口服药品及某些商品（如蜡纸、蜡笔、蜡烛、复写纸）的组分及包装材料，烘烤容器的涂敷料，用于水果保鲜[6]，电器元件绝缘，提高橡胶抗老化性和增加柔韧性等[7]。也可用于氧化生成合成脂肪酸。

GB 2760-96规定允许用于胶姆糖基础剂，限量50.0g/kg。国外亦用于糯米纸生产的防粘，用量6g/kg。此外，还广泛用于食品包装材料的防潮、防粘和防油等。适用于食品口香糖、泡泡糖和药物正金油等组分以及热载体、脱模、压片、打光等直接接触食品和药物的用蜡（由石油或页岩油的含蜡馏分经冷榨等方法制成）。

### 报告目录：

## 第一章 石蜡相关概述

### 第一节 石蜡定义及特性

#### 一、定义

#### 二、特性

### 第二节 石蜡生产工艺及应用

#### 一、生产工艺

#### 二、应用

## 第二章 中国石蜡行业发展环境分析

### 第一节 中国石蜡行业发展经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况

#### 二、中国人均收入增长情况

### 第二节 中国石蜡行业发展社会环境分析

### 第三节 中国石蜡行业发展政策环境分析

## 第三章 中国石蜡行业发展现状分析

### 第一节 中国石蜡行业发展概述

## 第二节 2012-2016年中国石蜡产品市场规模变化情况

## 第三节 近年来中国石蜡产品消费需求变化趋势

## 第四节 中国石蜡行业发展所面临的主要问题

## 第四章 2012-2016年中国石蜡市场供需态势分析

### 第一节 2012-2016年中国石蜡市场供给增长情况

### 第二节 2012-2016年中国石蜡市场需求增长情况

### 第三节 2012-2016年中国石蜡市场供需平衡性分析

### 第四节 中国石蜡行业进入退出壁垒分析

#### 一、进入壁垒

#### 二、退出壁垒

## 第五章 2012-2016年中国石蜡产品进出口状况分析

### 第一节 进口

#### 一、2012-2016年中国石蜡产品进口数量分析

#### 二、2012-2016年中国石蜡产品进口金额分析

### 第二节 出口

#### 一、中国石蜡产品出口数量分析

#### 二、中国石蜡产品出口金额分析

## 第六章 行业运行状况分析

### 第一节 行业情况背景

#### 一、参与调查企业及其分布情况

#### 二、典型企业介绍

### 第二节 总体效益运行状况

#### 一、总体销售效益

#### 二、2012-2016年石蜡行业总体盈利能力

#### 三、2012-2016年石蜡行业总体税收能力

#### 四、2012-2016年石蜡行业市场总体产值能力

### 第三节 不同地区行业效益状况对比

#### 一、不同地区销售效益状况对比

#### 二、不同地区行业盈利能力状况对比

#### 三、不同地区行业税收能力状况对比

#### 四、不同地区行业产值状况对比

### 第四节 类型运行效益对比

- 一、行业不同类型销售效益状况对比
- 二、不同类型盈利能力状况对比
- 三、不同类型税收能力状况对比
- 四、不同类型产值状况对比

#### 第五节 规模运行效益对比

- 一、行业不同规模销售效益状况对比
- 二、不同规模盈利能力状况对比
- 三、不同规模税收能力状况对比
- 四、不同规模产值状况对比

### 第七章 石蜡区域市场情况分析

#### 第一节 华北地区

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、市场潜在需求分析
- 五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第二节 东北地区

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、市场潜在需求分析
- 五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第三节 华东地区

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析
- 四、市场潜在需求分析
- 五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第四节 中南地区

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、市场规模情况分析

#### 四、市场潜在需求分析

#### 五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第五节 西南地区

##### 一、行业发展现状分析

##### 二、市场需求情况分析

##### 三、市场规模情况分析

##### 四、市场潜在需求分析

##### 五、2016-2022年行业发展趋势分析

#### 第六节 西北地区

##### 一、行业发展现状分析

##### 二、市场需求情况分析

##### 三、市场规模情况分析

##### 四、市场潜在需求分析

##### 五、2016-2022年行业发展趋势分析

### 第八章 中国石蜡行业市场竞争格局分析

#### 第一节 中国石蜡行业竞争现状分析

##### 一、石蜡产品技术竞争分析

##### 二、产品价格竞争分析

##### 三、品牌竞争分析

#### 第二节 中国石蜡行业集中度分析

#### 第三节 中国石蜡行业竞争策略分析

### 第九章 石蜡行业市场竞争策略分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 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 石蜡市场竞争策略分析

##### 一、石蜡市场增长潜力分析

##### 二、石蜡产品竞争策略分析

##### 三、典型企业产品竞争策略分析

### 第三节 石蜡企行业发展趋势分析

#### 一、2016-2022年我国石蜡市场发展趋势

#### 二、2016-2022年石蜡行业销售额变化预测

### 第十章 石蜡产业用户认知度分析

#### 第一节 产品目标客户群体调查

#### 第二节 不同客户产品消费特点

#### 第三节 分产品客户满意度调查

#### 第四节 客户对产品指标的偏好调查

#### 第五节 客户对产品发展的建议

### 第十一章 2016-2022年石蜡行业发展趋势及投资风险分析

#### 第一节 当前石蜡存在的问题

#### 第二节 石蜡未来发展预测分析

##### 一、中国石蜡发展方向分析

##### 二、2016-2022年石蜡行业产值变化预测

#### 第三节 2016-2022年中国石蜡行业投资风险分析

##### 一、市场竞争风险

##### 二、原材料压力风险分析

##### 三、技术风险分析

##### 四、政策和体制风险

##### 五、进入退出风险

### 第十二章 石蜡行业发展趋势与投资战略研究

#### 第一节 石蜡市场发展潜力分析

##### 一、市场空间广阔

##### 二、竞争格局变化

##### 三、高科技应用带来新生机

#### 第二节 石蜡行业发展趋势分析

##### 一、品牌格局趋势

##### 二、渠道分布趋势

##### 三、消费趋势分析

#### 第三节 石蜡行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略



### 三、区域战略规划

### 四、产业战略规划

### 五、营销品牌战略

### 六、竞争战略规划

## 第十三章 市场预测及行业项目投资建议

### 第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

### 第二节 外销与内销优势分析

#### 一、投资对象

#### 二、投资营销模式

### 第三节 2016-2022年全国市场规模趋势

### 第四节 2016-2022年全国投资规模预测

### 第五节 2016-2022年市场盈利预测

### 第六节 HJSD专家投资策略与建议

#### 一、企业资本结构选择

#### 二、企业战略选择

### 第七节 项目投资建议

#### 一、产品技术应用注意事项

#### 二、项目投资注意事项

#### 三、产品生产开发注意事项

#### 四、产品销售注意事项(AK GS)

### 图表目录：

图表：2012-2016年中国石蜡行业市场规模变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业销售收入变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业销售投资收益率变化

图表：中国主要营销模式结构图

图表：2012-2016年中国石蜡行业潜在需求量变化

图表：2015年中国各种经销模式市场份额对比图

图表：2012-2016年中国石蜡行业市场容量变化

图表：2012-2016年中国石蜡供给量变化

图表：2012-2016年中国石蜡供需平衡分析

图表：2012-2016年中国石蜡市场供需分析

图表：2012-2016年中国石蜡行业产销分析

图表：2012-2016年中国石蜡行业利润率变化

图表：2012-2016年中国石蜡出口量占产量的份额

图表：2012-2016年中国石蜡进口量占需求量的份额

图表：2012-2016年中国石蜡进口量变化

图表：2012-2016年中国石蜡出口量变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业产值规模变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业产能变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业产量变化

图表：2012-2016年中国石蜡行业产能利用率变化

图表：2012-2016年华北地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年华北地区石蜡行业需求情况分析

图表：2016-2022年华北地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年东北地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年东北地区石蜡行业需求情况分析

图表：2012-2016年东北地区石蜡行业市场规模分析

图表：2016-2022年东北地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年华东地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年华东地区石蜡行业需求情况分析

图表：2012-2016年华东地区石蜡行业市场规模分析

图表：2016-2022年华东地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年中南地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年中南地区石蜡行业需求情况分析

图表：2012-2016年中南地区石蜡行业市场规模分析

图表：2016-2022年中南地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年西南地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年西南地区石蜡行业需求情况分析

图表：2012-2016年西南地区石蜡行业市场规模分析

图表：2016-2022年西南地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年西北地区石蜡行业发展现状分析

图表：2012-2016年西北地区石蜡行业需求情况分析

图表：2012-2016年西北地区石蜡行业市场规模分析

图表：2016-2022年西北地区石蜡行业发展预测

图表：2012-2016年石蜡各地区销售比例变化

图表：2015年中国石蜡市场不同因素的价格影响力对比

图表：2016-2022年中国石蜡平均价格走势预测

图表：2012-2016年中国石蜡出口量及增长情况

图表：2012-2016年中国石蜡进口量及增长情况

图表：2016-2022年中国石蜡总产能规模预测

图表：2016-2022年中国石蜡消费量预测

图表：2016-2022年中国石蜡市场赢利净值规模预测

图表：2016-2022年中国石蜡平均价格走势预测

图表：2016-2022年中国石蜡区域需求结构变化

图表：中国石蜡生产厂家主要经营模式

图表：2016-2022年中国石蜡进口量预测

图表：2016-2022年中国石蜡出口量预测

图表：2016-2022年中国石蜡行业产值预测

图表：2016-2022年中国石蜡行业销售收入预测

图表：2016-2022年中国石蜡行业总资产预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278247.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](http://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。