



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国办公用纸市场 研究年度报告

## 一、调研说明

《2004-2005年中国办公用纸市场研究年度报告》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/48943.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

【目录】	主要结论	一、2004年全球办公用纸市场现状与特点	2
		(一) 市场现状与特点	
2	1、	需求总量持续扩大，市场规模稳步增长	
2	2、	产地高度集中，欧、亚、北美三足鼎立	
3	3、	纸浆和纸的价格在国际范围内呈周期性涨落	
4	4、	跨国公司主导国际市场竞争	
5	(二)	主要国家和地区发展概要	
5	1、	美国	
6	2、	欧洲	
		二、2004年中国办公用纸市场规模与结构	9
		(一) 市场规模	
9	1、	规模快速扩大，需求潜力巨大	
9	2、	技术装备改善，产能逐步提高	
10	3、	原料进口快速增长，高档纸种依赖进口	
10	(二)	产品市场结构	
10	1、	原料结构落后，木浆比重太低	
11	2、	产品品种单一，品质档次较低	
12	3、	企业规模偏小，技术装备落后	
12	4、	区域集中度日益提高	
13	(三)	品牌市场结构	
13	1、	不同品牌产品的性能和竞争力差异较大	
14	2、	基于品质差异的品牌等级	
14	3、	品牌市场结构	
		三、2004年中国办公用纸市场供需分析	16
		(一) 需求分析	
16	1、	市场需求保持快速、平稳增长	
16	2、	复印纸市场：需求稳步增长	
17	3、	打印纸市场：单层打印纸需求下降	
18	4、	轻涂纸市场：新的市场利润区	
18	(二)	供给分析	
18	1、	市场供给将保持增长	
18	2、	高档纸供给上升	
19	(三)	市场特征分析	

- 19 1、产业结构从资源和劳动密集型向资本和技术密集型升级
  - 19 2、企业结构从小规模生产向大型化集团经营发展
  - 19 3、产业特点从高耗、高污染的“黑色工业”向“清洁工业”转变
  - 20 4、产品技术从传统机械化作业向高新技术应用渗透方向发展
  - 20 5、产业模式从传统林纸分离向“林纸一体化”转变
  - 20 6、产业转移从以贸易出口为主向以投资建厂为主转变
- #### 四、2004年中国办公用纸市场竞争格局分析与主力厂商市场竞争力评价
- 21 (一) 市场竞争格局分析
  - 21 1、龙头企业规模日益扩大，市场集中度不断提高
  - 23 2、外资大举进入中国办公用纸市场，市场竞争日趋白热化
  - 24 3、企业改善技术装备、降低生产成本，以提高市场竞争力
  - 24 (二) 主力厂商市场竞争力评价
  - 25 1、晨鸣纸业
  - 27 2、博汇纸业集团
  - 27 3、芬欧汇川(常熟)纸业
  - 29 4、太阳纸业
  - 29 5、亚龙纸制品(昆山)
- #### 五、影响2005 - 2009年中国办公用纸市场发展因素分析
- 31 (一) 有利因素
  - 31 1、国民经济快速增长，有力拉动纸张需求
  - 31 2、产业政策重点扶持，享受国债贴息支持
  - 32 3、“林纸一体化”工程实施，缓解原料紧缺状况
  - 32 4、高档办公用纸的需求快速增长，为企业提供新的增长点
  - 33 5、新一轮国际产业转移步伐加快
  - 33 (二) 不利因素
  - 33 1、纤维原料与项目建设资金短缺制约市场发展
  - 34 2、原材料涨价给造纸行业带来不利影响
  - 34 3、国际资本的进入所带来的冲击
  - 34 4、环保政策的严格限制
  - 35 5、新的“数字纸张技术”的替代效应
- #### 六、2005 - 2009年中国办公用纸市场发展趋势
- 36 (一) 市场规模
  - 36 1、市场规模将以超过国民经济的速度增长
  - 36 2、“林纸一体化”工程推动企业规模化经营
  - 37 (二) 市场结构
  - 37 1、废纸在原料中的比重日益增大

39	2、市场消费结构由低向高攀升
40	3、外资企业的市场份额将日益加大
41	(三) 竞争格局
41	1、企业竞争呈现“大者愈大，强者愈强”的态势
41	2、竞争日趋白热化，平均利润率下降
42	3、先进的技术成为重要的竞争手段
七、2005 - 2009年中国办公用纸市场发展预测	43
(一) 市场规模预测	44
(二) 市场结构预测	44
1、原料结构预测	44
2、市场结构预测	44
八、建议	46
(一) 加强废纸回收利用	46
(二) 实施规模化经营	46
(三) 推动产品结构的多元化和高档化	47
(四) 细分市场占领高档小纸种	47
(五) 加快技术装备更新，提高企业效率和竞争力	47
报告说明	表目录
4	表1 2002年世界十大造纸跨国公司年销售额及产量
6	表2 2004年欧洲A4(B级)复印纸FOEX指数
12	表3 2001 - 2003年纸产量100万吨以上省份
15	表4 部分品牌复印纸的市场报价
21	表5 2001 - 2003年销售收入10亿元以上的中国造纸企业
22	表6 2003年中国造纸企业产量排名前20名
25	表7 办公用纸企业竞争力评价
26	表8 2004年晨鸣纸业中报主要财务数据
37	表9 美、英、欧盟与中国再生纸使用情况比较
43	表10 2005 - 2009年中国办公用纸产量预测
45	表11 2009年中国办公用纸产品结构预测
图目录	2
图1 1995 - 2004年全球办公用纸总需求量	
3	图2 2003年全球纸浆产量分布
7	图3 2004年欧洲A4(B级)复印纸FOEX指数
11	图4 2004年中国造纸原料结构
43	图5 2005 - 2009年中国办公用纸产量预测
44	图6 2005 - 2009年中国办公用纸原料结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48943.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。