



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年特种涂布纸行业发展趋势

## 一、调研说明

《2008-2010年特种涂布纸行业发展趋势》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/57900.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

2008-2010年特种涂布纸行业发展趋势

报告目录

第一章全球与中国纸及纸品发展影响因素分析-8-

第一节2006—2007年全球纸业总体发展状况-8-

一全球纸产品分类市场概况-8-

二亚洲纸与纸板产量分析-9-

三欧洲纸与纸板产量分析-10-

第二节几大产纸国纸与纸板业发展现状-11-

一加拿大-11-

二德国-12-

三法国-12-

四意大利-13-

第三节中国纸业外部影响因素分析-14-

一中国将成为全球纸业发展的重要力量-14-

二中国将从纸业进口大国逐步演变成出口大国-15-

三环保专项行动将成为中国纸业产业提升的助推器-15-

四中国纸业走向世界是中国纸业发展的必然成果-15-

第二章全球、中国各种特种涂布纸产、销量的影响因素-17-

第一节国际涂布纸市场现状分析及趋势预测-17-

第二节中国涂布纸产量及消费量分析-17-

一中国涂布纸生产不能满足市场需求-17-

二涂布纸市场形成垄断格局-20-

三近几年国内涂布纸进出口量分析-21-

四国内涂布纸行业SWOT分析-21-

第三章2003年-2010年全球纸及纸品生产总量及消费总量趋势分析-24-

第一节全球纸及纸品总体趋势-24-

一世界人均纸与纸板消费量-24-

二主要品种纸品的产能趋势-28-

第二节世界纸业现状-30-

第三节世界三大纸国现状分析-31-

一中国纸业现状分析-31-
二美国纸业现状分析-35-
三日本纸业现状分析-36-
第四章2003年-2010年全球各类特种涂布纸生产总量及消费总量趋势分析-38-
第一节热敏纸-38-
第二节无碳纸-39-
第三节彩色喷墨打印纸-40-
第四节特种标签纸-42-
第五章2003年-2010年中国纸及纸品生产总量及消费总量趋势分析-45-
第一节中国纸及纸品产销总体情况-45-
第二节中国各类纸及纸品产销结构-46-
第三节中国纸及纸品的进出口贸易-50-
第六章2003年-2010年中国特种涂布纸生产总量及消费总量趋势分析-55-
第一节热敏纸-55-
第二节无碳纸-56-
第三节彩色喷墨打印纸-58-
一中国彩喷纸的消费量-58-
二目前彩喷纸在中国主要应用在以下领域中-59-
第四节不干胶标签纸-60-
一中国不干胶标签纸的消费情况-60-
二中国不干胶标签纸的产品结构-62-
三中国不干胶变迁市场竞争格局-63-
四不干胶标签印刷市场-63-
第七章各类特种涂布纸终端市场-66-
第一节热敏纸主要企业市场收入规模以及市场份额分析-66-
一安妮纸业集团-66-
二王子特殊纸（上海）有限公司-71-
三安兴纸业有限公司-78-
四合肥天爱纸业-81-
五鹤壁汇中纸业-84-
六合肥普众纸品厂-85-
七苏州三威纸业科技有限公司-87-

八广东中联纸业有限公司-88-
第二节无碳纸主要企业市场收入规模以及市场份额分析-89-
一金华盛纸业（苏州工业园）-89-
二石家庄中康纸业-90-
三新乡思达纸业-92-
四福建省邵武市天马复写纸厂-92-
第三节彩色喷墨打印纸主要企业市场收入规模以及市场份额分析-93-
一泛太克（中国）有限公司-93-
二南京旗森企业-95-
三珠海森智企业-96-
四杭州骏马企业-97-
五合肥赛诺企业-97-
第四节不干胶标签纸主要企业市场收入规模以及市场份额分析-98-
一温州佳利士不干胶纸业-98-
二广州欣创计算机科技公司-98-
三上海镁钰标签有限公司-101-
四艾利中国-102-
五深圳市伟能达纸品有限公司-103-

## 图表目录

图表1：2001-2010年亚洲纸与纸板产量及增长趋势-8-
图表2：2000-2007年中国纸与纸板产量占亚洲市场份额-9-
图表3：2005—2007年全球各大洲纸与纸板产量市场份额-10-
图表4：2005—2007年世界主要产纸国产量及增长率-10-
图表5：2005—2007年世界各洲及主要国家纸品消费量及增长率-11-
图表6：2005—2007年德国纸与纸板产量及增长率-12-
图表7：2005—2007年法国纸与纸板产量及增长率-13-
图表8：2005—2007年意大利纸与纸板产量及增长率-14-
图表9：2006—2007年主要涂布纸消费国人均消费量-18-
图表10：2003-2010年中国涂布纸产量及增长率-19-
图表11：2003-2010年中国涂布纸消费量及增长率-20-
图表12：2003-2007年中国涂布纸进出口量及增长趋势-21-

图表13：国内涂布纸行业SWOT分析-22-

图表14：2005—2007年世界各国纸人均消费量排名-24-

图表15：2005—2007年世界各大洲纸浆产量及增长率-25-

图表16：2005—2007年全球纸浆产量超过1000万吨的7个国家-25-

图表17：2005—2007年全球纸浆消费量超过1000万吨的国家-26-

图表18：2005—2007年全球纸浆进口量最多的国家-26-

图表19：2005—2007年世界各大洲废纸回收量及增长率-27-

图表20：2005—2007年全球废纸回收量较大的国家-27-

图表21：200—2007年年世界各大洲废纸消费量-28-

图表22：2005—2007年世界各国废纸消费量-28-

图表23：2003-2010年世界各国主要品种纸品产能趋势-29-

图表24：2003-2010年世界纸产量走势分析-30-

图表25：2003-2007年亚洲纸产量及增长趋势-31-

图表26：2006—2007年中国各种纸产量情况-32-

图表27：2005—2007年中国造纸工业分品种生产消费统计结果-32-

图表28：2005—2007年中国造纸工业主要产品生产量及增长率-33-

图表29：2005—2007年中国造纸工业主要产品消费量及增长率-34-

图表30：2001-2007年美国纸产量及增长率-35-

图表31：2005—2007年美国各种纸产量分布情况-36-

图表32：2003-2007年日本纸产量及增长率-37-

图表33：2002-2010年世界热敏纸产量-38-

图表34：2003-2010年世界无碳复写纸产量-40-

图表35：彩色喷墨打印机的顾客群体-41-

图表36：2004-2010年世界彩喷纸产销量-42-

图表37：2004-2010年世界标签纸产销量-43-

图表38：世界标签生产的各种工艺方法分布-44-

图表39：2007年世界各地区不干胶标签生产的年增长率-44-

图表40：2003-2010年中国纸产量及增长率-45-

图表41：2003-2010年中国纸消费量及增长率-46-

图表42：2006—2007年中国造纸行业主要产品产量-47-

图表43：2007年中国造纸行业主要经济指标-47-

图表44：2005—2007年中国造纸工业主要产品生成量及增长率-48-

图表45：2005—2007年中国造纸工业主要产品消费量及增长率-49-

图表46：2007年中国各省市纸及纸板产量比例-49-

图表47：2006—2007年中国纸产品进出口统计单位：万吨\万美元-50-

图表48：2005—2007年中国纸浆、废纸、纸及纸板、纸制品进口情况单位：万吨-51-

图表49：2005—2007年中国纸浆、废纸、纸及纸板、纸制品出口情况单位：万吨-51-

图表50：2004-2007年中国新闻纸的进出口量对比万吨-52-

图表56：2003-2010年中国热敏纸产销-55-

图表57：2004-2007年安妮热敏纸市场占有率-56-

图表58：2003-2010年中国无碳纸产量-57-

图表59：2003-2010年中国无碳纸消费量-57-

图表60：2004-2007年安妮无碳纸市场占有率-58-

图表61：2003-2010年中国彩喷纸消费量-59-

图表62：2003-2010年中国不干胶标签纸消费量-61-

图表63：中国不干胶标签的主要应用市场-61-

图表64：中国主要的不干胶标签产品-62-

图表65：中国不干胶标签企业的竞争态势-63-

图表66：中国不干胶印刷企业分类特征-64-

图表67：2004-2007年安妮纸业热敏纸产销量吨-67-

图表68：2006—2007年安妮纸业各产品产量比重吨-67-

图表69：2006—2007年安妮纸业各产品系列产销率-68-

图表70：2004-2007年安妮纸业热敏纸系列产能吨-69-

图表71：2004-2007年安妮纸业双胶纸系列产能吨-69-

图表72：2004-2007年安妮热敏纸市场占有率-70-

图表73：2004-2007年安妮双胶纸市场占有率-70-

图表74：王子制纸集团产品结构-71-

图表75：王子制纸集团2003-2007年度收入规模-72-

图表76：王子制纸集团合并资产负债表百万日元-72-

图表77：王子制纸集团基本经营目标-73-

图表78：王子集团产品市场份额-77-

图表79：王子制纸集团在中国投资情况-77-

图表80：安兴纸业有限公司在中国大陆分公司列表-79-

图表81：安兴品牌金字塔结构-80-

图表82：安兴纸业有限公司近三年财务报表-81-  
图表83：券商对安兴纸业有限公司模拟合并的财务数据-81-  
图表84：2007年天爱纸业产品规格及市场价格-82-  
图表85：天爱纸业公司合作伙伴-83-  
图表86：天爱纸业公司营销网络-84-  
图表87：合肥普众纸品厂自有品牌和代理产品系列-85-  
图表88：合肥普众制品厂产品系列-86-  
图表89：合肥普众制品厂营销范围-87-  
图表90：中联纸业有限公司产品结构-89-  
图表91：金华盛纸业盈利能力指标-90-  
图表92：金华盛纸业运营能力指标-91-  
图表93：石家庄中康纸业产品目录-91-  
图表94：泛太克公司部分彩色喷墨用纸系列-95-  
图表95：泛太克在中国投资情况-95-  
图表96：珠海森智纸业销售网络-97-  
图表97：广州欣创计算机科技公司品牌代理产品-100-  
图表98：不干胶标签纸产品一览表-100-  
图表99：2002-2007年美国艾利公司销售收入-103-  
图表100：2002-2007年美国艾利公司毛利润-103-  
B002

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57900.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提供专业投资咨询报告、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。