

2017-2022年中国油墨行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国油墨行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/305217.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

油墨（ink，printing ink）是用于印刷的重要材料，它通过印刷将图案、文字表现在承印物上。油墨中包括主要成分和辅助成分，它们均匀地混合并经反复轧制而成一种黏性胶状流体。由连结料（树脂）、颜料、填料、助剂和溶剂等组成。用于书刊、包装装潢、建筑装饰及电子线路板材等各种印刷。随着社会需求增大，油墨品种和产量也相应扩展和增长。

油墨产品分类（按照印刷方式不同）

色料

包括颜料和染料，颜料分有机颜料和无机颜料，前者色调鲜艳，着色力强，放干时间短，所以在油墨中应用较广，如偶氮系、酞青系颜料；后者耐光性、耐热性、耐溶剂性、隐蔽力均较好，如钛白、镉红、铬绿、群青等。颜料以微粒态着色，并不溶解，是油墨中最常用的色料。而染料在使用时配制成溶液，呈分子态着色，效果不如颜料。色料能给油墨以不同的颜色和色浓度，并使油墨具有一定的粘稠度和干燥性。

连接料

是油墨的主要成分之一，起分散色料和辅助料的媒介作用，是由少量天然树脂、合成树脂、纤维素、橡胶衍生物等溶于干性油或溶剂中制得。有一定的流动性，使油墨在印刷后形成均匀的薄层，干燥后形成有一定强度的膜层，并对颜料起保护作用，使其难以脱落。

连结料对油墨的传递性、亮度、固着速度等印刷适性和印刷效果有很大影响，因此，选择合适的连接料是保证印刷良好的关键之一，要能根据包装材料、印刷要求等的不同，随时调整连结料的组成与配比。

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 中国油墨行业发展概述

第一节 油墨行业发展情况

一、油墨定义

二、油墨行业发展历程

2000年前作为印刷的物质基础之一的墨便已出现了，国际间公认中国是古代文明中最先使用墨的国家，早在西汉时期（公元前200年）就开始使用墨了，这种墨可以在竹帛上写字传递信息，其某些功能与当代油墨可以类比的。

公元1000年左右，北宋时期的毕升发明了胶泥活字印刷，大大提高了印刷效率。为了进

一步提高生产效率和降低成本，缩短刻周期，有些地方开始使用软木刻版，这种刻版容易制作，出书快，成本低。元代印刷技术除了在安徽江西有大的发展以外，福建与浙江也成为印刷发展地区。明代是我国封建社会后期的文化昌盛的时代，也是印刷术发展的时期。从印刷技术的角度看明代的发展有如下特点：

已经发展了多色套版技术；

制墨技术又有很大进步；

印刷技术使用范围进一步扩大，书刊、报纸、广告、信纸皆是明代著名的印刷品；

活字版印书也有很大发展；

线装书广泛应用。

第二节 油墨产业链分析

第三节 2016年中国油墨行业经济指标分析

一、产品盈利性和成长速度

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、竞争激烈程度指标

五、行业发展所属周期阶段

第四节 行业相关政策、法规、标准

第二章 中国油墨市场运行分析

第一节 油墨行业市场发展基本情况

美国是世界上最大油墨生产国和消费国，日本次之，德国第三，我国居第四位。随着我国国民经济的飞速发展，印刷包装业的繁荣带动了油墨制造业的快速成长，使得我国在最近的十几年间迅速崛起成为世界油墨制造大国之一，目前国内油墨产业规模正以10%以上的速度持续快速增长。

2006年1-12月，中国涂料、油墨、颜料以及类似产品制造业实现累计工业总产值191,934,746千元，比上年同期增长26.19%；实现累计产品销售收入185,825,254千元，比上年同期增长25.94%；实现累计利润总额12,513,338千元，比上年同期增长34.49%。

2007年1-12月，中国涂料、油墨、颜料以及类似产品制造业实现累计工业总产值248,717,505千元，比上年同期增长27.59%；2008年1-10月，中国涂料、油墨、颜料以及类似产品制造业实现累计工业总产值239,770,951千元，比上年同期增长20.49%。

一、市场现状分析

我国油墨工业发展较快。2010年全国油墨年总产量共计58.99万吨，首次超过德国、日本，位居全球第二。2011年1-12月我国油墨及类似产品制造业实现工业总产值305.85亿元，同比增长17%；销售产值303.3亿元，同比增长18%。

虽然我国油墨产品的质量和数量发生了巨大的变化，但是我国仍然是发展中的国家，印刷品人均消费量仍很低，仅为发达国家的人均消费量的5%，油墨的使用量也很低，未来5-10年我国国民经济保持高速发展，油墨的大发展也是显而易见的。

二、市场规模分析

三、市场技术发展状况

第二节 行业市场工业总产值分析

一、2016年市场工业总产值分析

二、2016年不同规模企业工业总产值分析

三、2016年不同所有制企业工业总产值比较

四、2016年行业市场工业总产值地区分析

第三章 2016年中国油墨行业的国际比较分析

第一节 中国油墨行业的国际比较分析

一、中国油墨行业竞争力指标分析

二、国际油墨行业竞争力指标分析

第二节 全球油墨行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、市场前景展望

第四章 中国油墨行业经济运行指标分析

第一节 2016年中国油墨行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2016年中国油墨行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2016年中国油墨行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四节 油墨产业链的分析

一、主要环节的增值空间

二、行业进入壁垒和驱动因素

三、上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 油墨行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第二节 油墨重点地区销售分析

一、油墨华北地区销售分析

二、油墨华中地区销售分析

三、油墨华南地区销售分析

四、油墨华东地区销售分析

五、油墨东北地区销售分析

六、油墨西南地区销售分析

七、油墨西北地区销售分析

第六章 油墨市场竞争格局分析

第一节 2016年行业竞争结构分析

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、用户认知度和关注因素

第二节 行业集中度分析

第三节 油墨企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国油墨市场竞争趋势

二、2017-2022年油墨行业竞争格局展望

三、2017-2022年油墨行业竞争策略分析

第七章 领先企业发展分析

第一节 A企业

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 B企业

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

……

第五节 E企业

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八章 2017-2022年油墨行业发展趋势及影响因素

第一节 油墨市场前景分析

一、油墨行业利好利空政策

三、油墨行业发展前景分析

第二节 油墨未来发展预测分析

第三节 2017-2022年油墨行业供需预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、新产品研发及替代技术进展

三、影响企业销售关键趋势

四、油墨行业存在的问题

第九章 2017-2022年油墨行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的空白点分析

第二节 油墨行业投资潜力与机会

第三节 新进入者应注意的障碍因素

第四节 2017-2022年中国油墨行业投资风险分析

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、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十章 油墨行业发展环境与渠道分析

第一节 2016年全国经济与政策环境分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十一章 2017-2022年油墨行业市场策略分析

第一节 营销分析与营销模式推荐

第二节 行业多元化及上下游策略分析

第三节 广告投放策略分析

第四节 品牌策略分析

部分图表目录：

图表：2016年中国油墨市场规模及增速

图表：2017-2022年中国油墨市场规模及增速预测

图表：2016年中国油墨行业重点企业经营优劣势分析

图表：2015年中国油墨行业区域结构

图表：2015年中国油墨行业渠道结构

图表：2016年中国油墨市场需求总量

图表：2017-2022年中国油墨市场需求总量预测

图表：2016年中国油墨市场需求集中度

图表：2016年中国油墨市场需求增长速度

图表：2016年中国油墨市场饱和度

图表：2016年中国油墨市场供给总量

图表：2016年中国油墨市场供给增长速度

图表：2017-2022年中国油墨行业供给量预测

图表：2016年中国油墨行业供给集中度

图表：2016年中国油墨行业销售量

图表：2016年中国油墨行业库存量

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305217.html>