

2014-2019年中国软木塞市 场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国软木塞市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/baozhuang1404/278029G8ZP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国软木塞市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了软木塞行业相关概述、中国软木塞产业运行环境、分析了中国软木塞行业的现状、中国软木塞行业竞争格局、对中国软木塞行业做了重点企业经营状况分析及中国软木塞产业发展前景与投资预测。您若想对软木塞产业有个系统的了解或者想投资软木塞行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

软木塞素有葡萄酒“守护神”的美誉，一直以来都被认为是理想的葡萄酒瓶塞。它的密度和硬度要适中、柔韧性和弹性要好、还要有一定的渗透性和粘滞性，葡萄酒一旦装瓶后，酒体与外界接触的唯一通道便由软木塞把守着。

木塞地长度有38、44、49、54毫米几种规格，一般来说，葡萄酒的等级越高，使用的软木塞长度就越长（当然，使用了较长地软木塞地酒，不一定是高等级的酒）。软木塞通常印有酒庄名号、酒的年份、酒庄标识、城堡图案等信息，可以说是“第二酒标”，既是葡萄酒爱好者收藏的对象，也是鉴定酒真伪的重要途径。

目录

第一章 2013年世界软木塞行业市场运行形势分析 1

第一节 2013年全球软木塞行业发展概况 1

第二节 世界软木塞行业发展走势 1

一、全球软木塞行业市场分布情况 1

软木塞的主要供应国是葡萄牙，产量超过全球的60%，世界上最大的软木塞生产商阿莫林集团（Amorim Group），目前已经占据了全球软木塞市场的30%，按照软木塞在全球瓶塞市场70%的份额计算，差不多每5瓶葡萄酒中就有1瓶的瓶塞是由阿莫林生产的，2012年出售的软木塞数量超过了33亿只。

软木塞消费国主要是意大利、法国、西班牙、美国等国家，具体分布如下图所示：

二、全球软木塞行业发展趋势分析 2

第三节 全球软木塞行业重点国家和地区分析 3

一、北美 3

二、亚洲	3
三、欧盟	3

第二章 2013年中国软木塞产业发展环境分析 4

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 4

一、GDP历史变动轨迹分析 4

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 12

三、2014年中国经济发展预测分析 15

第二节 软木塞行业主管部门、行业监管体 17

第三节 中国软木塞行业主要法律法规及政策 19

一、软木塞标准将于2009年12月1日起实施

由国家葡萄酒及白酒、露酒产品质量监督检验中心负责组织，烟台麒麟包装有限公司、烟台华顶包装有限公司等单位共同参与制定的《酒类及其他食品包装用软木塞》国家标准已经发布，并将于今年12月1日正式实施。届时，直接影响葡萄酒质量的软木塞将结束无检验依据的历史。

近年来，中国葡萄酒行业发展迅速，但对于被称为“葡萄酒生命卫士”的软木塞却很少有人去研究，导致我国一直没有软木塞的国家标准、行业标准，软木塞行业无序竞争现象严重。为了改变这一现状，国家葡萄酒及白酒、露酒产品质量监督检验中心历时两年多，制定了《酒类及其他食品包装用软木塞》国家标准，该标准在适用范围、专业术语的运用、格式的统一性方面均经过专家严格审查，内容详实，科学规范，具有极强的可操作性。

该标准的制定实施，有利于规范和统一软木塞行业的技术标准，将为软木塞产品的出厂检验、型式检验和用户的产品验收检验提供依据，稳定和提高产品的质量水平，对推动该行业标准化体系的建设将具有极其深远的意义。

二、产业政策

林业发展“十二五”规划提出，十二五期间要加快木材加工产业结构调整。依靠科技进步，加强技术改造，引进和采用先进技术、设备、工艺，延长产业链，提高传统产品设备自动化水平，提高环保标准，延长木材产品使用寿命，进一步丰富产品种类，提升产品档次，引导木材制品向绿色安全健康方向发展。

三、行业管理政策

《森林法》和《森林法实施细则》对木材运输实行凭证运输木材制度；对木材经营加工实施许可证制度。

四、税收政策

1999年1月1日起，国家对进口原木和锯材实行“零”关税政策。

财政部、国家税务总局《关于林业税收政策问题的通知》（财税[2001]171号）规定，自2001年1月1日起，对包括国有企事业单位在内的所有企事业单位种植林木、林木种子和苗木作物以及从事林木产品初加工取得的所得暂免征收企业所得税。

2006年8月，财政部、国家税务总局《关于以三剩物和次小薪材为原料生产加工的综合利用产品增值税即征即退政策的通知》（财税[2006]102号）规定，自2006年1月1日起至2008年12月31日止，对纳税人以三剩物和次小薪材为原料生产加工的综合利用产品由税务部门实行增值税即征即退的办法。纤维板适用上述税收优惠政策。

为了控制木材资源过度消耗，鼓励发展节约替代型产品，国家出台了相关文件对木地板税收进行调整，主要政策有：财政部、国家税务总局财税（2006）33号文规定，自2006年4月1日起，对实木地板、实木指接地板、实木复合地板等征收5%的消费税；财政部、国家发改委、商务部、海关总署、国家税务总局联合颁发的财税(2006)139号文规定，自2006年9月15日起，对胶合板、实木复合地板、强化地板、木窗、木门和家具的出口退税由原来的13%下降为11%；国务院关税税则委员会《关于调整部分商品进出口暂定税率的通知》（税委会[2006]30号）及海关总署公告2006年第63号《关于对部分商品进出口暂定税率进行调整》规定，自2006年11月1日，国家对木地板等产品实施10%的出口暂定税率；国家税务总局颁布(2006)1263号文《财政部国家税务总局关于出口实木复合地板等有关退税问题的通知》规定，自2007年1月1日起取消部分实木复合地板（商品码：44122910901）增值税和消费税的出口退税；2007年6月19日，财政部和国家税务总局发布了《财政部、国家税务总局关于调低部分商品出口退税率的通知》（财税[2007]90号），规定自2007年7月1日起，再次将强化地板、部分实木复合地板、竹木复合地板（不包括竹地板）、部分规格的中纤板出口退税率降至5%。

第四节 2013年中国软木塞产业社会环境发展分析 21

一、人口环境分析 21

二、教育环境分析	22
三、文化环境分析	22
四、生态环境分析	25

第三章 2013年中国软木塞产业发展现状 27

第一节 软木塞行业的有关概况 27

一、软木塞的定义 27

二、软木塞的特点 27

第二节 软木塞的产业链情况 27

一、产业链模型介绍 27

二、软木塞行业产业链分析 30

第三节 上下游行业对软木塞行业的影响分析 31

第四章 2013年中国软木塞行业技术发展分析 33

第一节 中国软木塞行业技术发展现状 33

第二节 软木塞行业技术特点分析 34

第三节 软木塞行业技术发展趋势分析 38

第五章 2013年中国软木塞产业运行情况 40

第一节 中国软木塞行业发展状况 40

一、2009-2013年软木塞行业市场供给分析 40

二、2009-2013年软木塞行业市场需求分析 40

三、2009-2013年软木塞行业市场规模分析 41

第二节 中国软木塞行业集中度分析 42

一、行业市场区域分布情况 42

二、行业市场集中度情况 42

我国高档软木塞市场以进口产品为主，而国产软木塞主要集中在中低档市场，市场集中度如下表所示：

我国软木塞市场集中度分析

CR5

CR10

CR20

集中度

17%

22%

28%

35%

三、行业企业集中度分析 42

第六章 2013年中国软木塞市场运行情况 43

第一节 行业最新动态分析 43

一、行业相关动态概述 43

二、行业发展热点聚焦 44

第二节 行业品牌现状分析 45

第三节 行业产品市场价格情况 46

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 46

第七章 2011-2013年中国软木塞所属行业主要数据监测分析（C203） 47

第一节 2011-2013年中国软木塞所属行业总体数据分析 47

一、2011年中国软木塞所属行业全部企业数据分析 47

二、2012年中国软木塞所属行业全部企业数据分析 49

三、2013年中国软木塞所属行业全部企业数据分析 51

第二节 2011-2013年中国软木塞所属行业不同规模企业数据分析 53

一、2011年中国软木塞所属行业不同规模企业数据分析 53

二、2012年中国软木塞所属行业不同规模企业数据分析 53

三、2013年中国软木塞所属行业不同规模企业数据分析 54

第三节 2011-2013年中国软木塞所属行业不同所有制企业数据分析 54

一、2011年中国软木塞所属行业不同所有制企业数据分析 54

二、2012年中国软木塞所属行业不同所有制企业数据分析 55

三、2013年中国软木塞所属行业不同所有制企业数据分析 56

第八章 2013年中国软木塞行业竞争情况 57

第一节 行业经济指标分析 57

一、赢利性 57

二、附加值的提升空间 57

三、进入壁垒／退出机制 58

四、行业周期 59

业竞争结构分析 61

一、现有企业间竞争 61

二、潜在进入者分析 61

三、替代品威胁分析 61

四、供应商议价能力 62

五、客户议价能力 63

第三节 行业国际竞争力比较 63

第九章 2013年软木塞行业重点生产企业分析 64

第一节 常州市华葡软木制品有限公司 64

一、企业简介 64

二、企业经营数据 64

三、企业产品分析 66

第二节 天津惠怡工贸有限公司 66

一、企业简介 66

二、企业经营数据 67

三、企业产品分析 68

第三节 烟台华顶包装有限公司 69

一、企业简介 69

二、企业经营数据 69

三、企业产品分析 71

第四节 烟台芝利华软木制品有限公司 71

一、企业简介 71

二、企业经营数据 72

三、企业产品分析 74

第五节 江苏森豪仕软木有限公司 74

一、企业简介 74

二、企业经营数据 74

三、企业产品分析 76

第十章 2014-2019年软木塞行业发展预测分析 77

第一节 2014-2019年中国软木塞行业未来发展预测分析 77

一、中国软木塞行业发展方向及投资机会分析 77

二、2014-2019年中国软木塞行业发展规模分析 78

三、2014-2019年中国软木塞行业发展趋势分析 78

第二节 2014-2019年中国软木塞行业供需预测 79

一、2014-2019年中国软木塞行业供给预测 79

二、2014-2019年中国软木塞行业需求预测 79

第三节 2014-2019年中国软木塞行业价格走势分析 80

第十一章 2014-2019年中国软木塞行业投资风险预警 81

第一节 中国软木塞行业存在问题分析 81

第二节 中国软木塞行业政策投资风险 83

一、政策和体制风险 83

二、技术发展风险 83

三、市场竞争风险 83

四、原材料压力风险 84

五、经营管理风险 84

第十二章 2014-2019年中国软木塞行业发展策略及投资建议 85

第一节 软木塞行业发展策略分析 85

一、坚持产品创新的领先战略 85

二、坚持品牌建设的引导战略 85

三、坚持工艺技术创新的支持战略 86

四、坚持市场营销创新的决胜战略 86

五、坚持企业管理创新的保证战略 86

第二节 软木塞行业市场的关键客户战略实施 87

一、实施重点客户战略的必要性	87
二、合理确立重点客户	87
三、对重点客户的营销策略	88
四、强化重点客户的管理	89
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	89
第三节 博思数据投资建议	91
一、重点投资区域建议	91
二、重点投资产品建议	91

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baozhuang1404/278029G8ZP.html>