

2024-2030年中国可降解塑料市场深度分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国可降解塑料市场深度分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202401/437495.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

可降解塑料是指在生产过程中加入一定量的添加剂（如淀粉、改性淀粉或其它纤维素、光敏剂、生物降解剂等），使其稳定性下降，后较容易在自然环境中降解的塑料。

2017年全国生物降解塑料年产能约为40万吨。2018年11月，中科院形成5万吨CO₂共聚物生物塑料产能，在不考虑其他生物降解塑料新增或退出产能，2018年中国生物降解塑料产能约为45万吨。

2019年3月，金发科技全新设计的年产能3万吨完全降解塑料生产线顺利投产，生物降解塑料年产能达到7.1万吨。

目前国内生物降解塑料企业产能利用率基本不到50%，行业生物降解塑料行业平均产能利用率在30%左右，按此测算，2018年中国改性塑料产量约为13.5万吨，其中大部分出口至欧洲市场。随欧洲、澳大利亚及韩国等地区生物降解塑料需求大幅增长，国内生物降解塑料出口未来将保持较快增长，产能利用率将快速上升。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国可降解塑料市场深度分析与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了中国可降解塑料行业市场发展环境、可降解塑料整体运行态势等，接着分析了中国可降解塑料行业市场运行的现状，然后介绍了可降解塑料市场竞争格局。随后，报告对可降解塑料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国可降解塑料行业发展趋势与投资预测。您若想对可降解塑料产业有个系统的了解或者想投资中国可降解塑料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章可降解塑料发展概况

第一节可降解塑料总体概述

一、可降解塑料分类情况

二、可降解塑料产品用途

三、可降解塑料发展周期

第二节可降解塑料主要产品分析

一、聚乳酸（PLA）

- 二、聚丁二酸丁二醇酯(PBS)
- 三、淀粉基可完全降解塑料
- 四、聚羟基脂肪酸酯 (PHA)
- 五、二氧化碳共聚物

第二章可降解塑料行业发展环境分析

第一节中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、全国居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节中国可降解塑料行业政策环境分析

- 一、《轻工业发展规划》
- 二、国家标准《塑料家具通用技术条件》
- 三、国家环保部编制塑料包装制品环保新标准
- 四、《消费品标准和质量提升规划》
- 五、《关于加快我国包装产业转型升级发展的指导意见》

第三节中国可降解塑料行业技术环境分析

- 一、聚乳酸 (PLA) 合成工艺
- 二、聚丁二酸丁二醇酯(PBS)合成工艺

第三章中国可降解塑料所属行业市场供需分析

第一节中国可降解塑料所属行业市场供给状况

- 一、可降解塑料主要生产企业及产能统计
- 二、中国生物可降解塑料产品结构分析
- 三、2024-2030年中国可降解塑料产量分析
- 四、2024-2030年中国可降解塑料产量预测

第二节中国可降解塑料市场需求状况

- 一、2024-2030年中国可降解塑料需求分析

二、2024-2030年中国可降解塑料需求预测

第三节中国可降解塑料市场价格分析

第四章2024-2030年可降解塑料区域市场需求分析

第一节华东地区可降解塑料需求量

第二节华北地区可降解塑料需求量

第三节东北地区可降解塑料需求量

第四节华南地区可降解塑料需求量

第五节华中地区可降解塑料需求量

第六节西部地区可降解塑料需求量

第五章中国可降解塑料行业产业链分析

第一节可降解塑料行业产业链概述

第二节可降解塑料上游产业发展状况分析

一、玉米行业发展分析

二、己二酸行业发展分析

三、丁二醇行业发展分析

四、对苯二甲酸发展分析

第三节可降解塑料下游产业发展情况分析

一、包装薄膜应用分析

二、农用薄膜应用分析

三、生活塑料应用分析

四、泡沫塑料应用分析

五、医用塑料应用分析

第六章中国生物降解塑料主要产所属行业品进出口分析

第一节中国初级形状的聚乳酸所属行业进出口分析

一、2024-2030年中国初级形状的聚乳酸所属行业进口分析

（一）中国初级形状的聚乳酸进口数量情况

（二）中国初级形状的聚乳酸进口金额情况

（三）中国初级形状的聚乳酸进口来源分析

（四）中国初级形状的聚乳酸进口均价分析

二、2024-2030年中国初级形状的聚乳酸所属行业出口分析

- (一) 中国初级形状的聚乳酸出口数量情况
- (二) 中国初级形状的聚乳酸出口金额情况
- (三) 中国初级形状的聚乳酸出口流向分析
- (四) 中国初级形状的聚乳酸出口均价分析

第二节中国初级形状的聚乙烯醇所属行业进出口状况分析

一、2024-2030年中国初级形状的聚乙烯醇所属行业进口分析

- (一) 中国初级形状的聚乙烯醇进口数量情况
- (二) 中国初级形状的聚乙烯醇进口金额情况
- (三) 中国初级形状的聚乙烯醇进口来源分析
- (四) 中国初级形状的聚乙烯醇进口均价分析

二、2024-2030年中国初级形状的聚乙烯醇所属行业出口分析

- (一) 中国初级形状的聚乙烯醇出口数量情况
- (二) 中国初级形状的聚乙烯醇出口金额情况
- (三) 中国初级形状的聚乙烯醇出口流向分析
- (四) 中国初级形状的聚乙烯醇出口均价分析

第七章可降解塑料主要生产厂商竞争力分析

第一节金发科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节安徽皖维高新材料股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节广州石头造环保科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第四节深圳光华伟业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第五节浙江海正生物材料股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第六节武汉华丽生物股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第七节广东上九生物降解塑料有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第八节天津国韵生物材料有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第九节河南天冠企业集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第十节金晖兆隆高新科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

第八章2024-2030年中国可降解塑料行业发展趋势与前景分析

第一节2024-2030年中国可降解塑料行业投资前景分析

- 一、可降解塑料行业发展前景
- 二、可降解塑料市场前景分析
- 三、可降解塑料重点发展方向

第二节2024-2030年可降解塑料细分产品发展前景分析

- 一、聚乳酸（PLA）发展趋势
- 二、淀粉基塑料发展前景展望
- 三、二氧化碳聚合物发展方向

第三节2024-2030年中国可降解塑料行业投资风险分析

- 一、政策变化风险
- 二、原料市场风险
- 三、技术风险分析
- 四、投入风险分析

第四节2024-2030年可降解塑料行业投资壁垒分析

- 一、资金壁垒
- 二、市场壁垒
- 三、人力资源壁垒

第五节2024-2030年可降解塑料行业投资策略及建议

第九章可降解塑料企业投融资战略规划分析（）

第一节可降解塑料企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展的需要

第二节可降解塑料企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节可降解塑料企业战略规划策略分析

- 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

第四节可降解塑料企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性（ ）

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/437495.html>