中国不干胶标签行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国不干胶标签行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751153.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

前言：

改革开放的不断深入和国内经济水平的持续提升，有效促进了我国不干胶标签的生产需求，至2023年，国内不干胶标签产量已接近100亿平方米。相比于其他标签，不干胶标签具有承印材料多样、贴合度好、美观度高、贴标效率高等优点，被广泛应用于包装、物流、零售、医药、食品、化妆品等多个行业。国内食品饮料、运输物流等下游成长属性明显，带动不干胶标签市场需求稳定增长。

生产规模扩大叠加下游成长明显，我国不干胶标签市场增长势头强劲，吸引企业涌入赛道，市场竞争激烈。其中除冠豪高新、江天包装等少数企业外，其他企业规模较小，行业高度分散。

一、我国不干胶标签生产需求扩大，2023年国内产量已接近100亿平方米

不干胶标签是以纸张、薄膜或者其他特种材料为面料，背面涂有粘胶剂，以涂硅保护纸为底纸的一种复合材料，经过印刷、模切等加工后成为成品标签。

我国不干胶标签印刷起步于20世纪70年代，最初不干胶标签印刷技术、设备和材料均依赖进口，国内不干胶标签印刷行业以外资企业为主。随着改革开放的不断深入和国内经济水平的持续提升，联合利华、宝洁等外资消费品巨头企业在国内市场的规模越来越大，使得其产品配套的标签产品逐步转移至由国内企业供应，有效促进了我国不干胶标签的生产需求。根据数据，2017-2023年我国不干胶标签产量从58亿平方米增长至97亿平方米，CAGR约为9.47%。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、食品饮料、运输物流等下游成长属性明显，带动我国不干胶标签市场需求稳定增长

相比于其他标签，不干胶标签具有承印材料多样、贴合度好、美观度高、贴标效率高等优点，被广泛应用于包装、物流、零售、医药、食品、化妆品等多个行业。

其中，食品饮料是不干胶标签最大下游市场，占比达31%。运输物流为不干胶标签第二大市场，需求占比达22%。此外，医药、个护、日化等领域对不干胶标签市场需求也较大，总占比达19%。

不同类型标签对比	种类	承印材料	适用性	贴合度	美观度	贴标便捷性	价格	工艺设计方案
不干胶标签			相对较广，包括纸张及PP、PE、PVC等各种薄膜材料					
			适用性较广，广泛用于食品、饮料、医药、日化、物流等行业	贴合度较好,不易起翘或脱落				
			印刷图案精美，色彩表现力较强		直接粘贴，贴标效率较高			适中
			可选材料范围广，工艺方案丰富，可通过对标签材料和工艺设计实现对标签的整体装饰效果					
			印刷工艺要求以柔印、凸印、胶印为主,可应用各类组合工艺					湿胶标签

相对单一，主要为纸张 适用性一般，通常要求贴标物表面干燥
低温时干燥太慢易变形或起翘 胶水溢出容易影响美观 需要刷胶，贴标便捷性较差 低
工艺方案较为单一，大多以单一印刷方式为主 胶印和凹印为主 模内标签
相对较少，通常为PP 适用性较差，适合库存保有单位较少的场景
标签与容器融为一体,镶嵌牢固 印刷图案精美，色彩表现力较强
需要昂贵的模具及特殊的吹塑或注塑设备 高
由于生产过程中需要经过高温处理，丝印等工艺的应用具有局限性 胶印、凹印为主
收缩套标 相对较少，通常为PVC或PS 适用性一般，通常要求商品具有曲线轮廓
贴合度较好，但挤压后易起皱 标签经过热收缩后易导致图案失真
需要专门的贴标设备，对温度要求较高 较低
低端日化品和饮料标签主要以单一工艺方案为主:少数中高端日化标签工艺方案较为丰富
凹印为主 环绕标签 相对较少，通常为PP 适用性一般，通常要求商品具有曲线轮廓
贴合度较差,容易脱落 印刷图案精美，色彩表现力较强 需要通过热熔胶搭边粘接 低
以饮料标签为主，工艺方案较为单一 凹印为主
资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

在食品饮料领域，不干胶标签主要用在包装和标识方面，为消费者提供了关键信息和品牌识别的重要功能。2015-2022 年我国食品包装纸产量由 120.6 万吨增长至 307.3 万吨，CAGR 为 14.30%，行业成长属性明显。

数据来源：观研天下数据中心整理

在运输物流领域，电子商务及快递物流业发展，对不干胶标签有着较大需求。2014-2023年，我国快递业务量由139.6 亿件增长至1320.7 亿件，CAGR 达 27.12%，至2024年，我国快递业务量超 1700 亿件。

数据来源：观研天下数据中心整理

下游向好带动我国不干胶标签市场需求稳定增长，至2023年，我国不干胶标签需求量超85亿平方米。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、市场增长势头强劲吸引企业参与竞争，我国不干胶标签行业高度分散

生产规模扩大叠加下游成长明显，我国不干胶标签市场规模从2017年的168.22亿元扩大至2023年的318.81亿元，CAGR 约为 8.32%。

数据来源：观研天下数据中心整理

我国不干胶标签市场增长势头强劲吸引企业涌入赛道，市场竞争激烈。其中除冠豪高新、江天包装等少数企业外，其他企业规模较小，行业高度分散。

不干胶标签印刷具有大规模、多品种、多批次的特点，对交货和服务的及时性具有较高的要求。从行业现有情况来看，设备先进、规模较大、生产经验丰富的标签印刷企业，能够更好地应对下游消费品市场的变化，并获得客户的青睐。以食品饮料行业为例，终端消费者数量庞大，个性化需求明显，品牌企业一方面需要持续推出新品吸引消费者，另一方面存量市场规模的持续增加使得批量化采购需求亦明显提升，这就要求标签印刷企业具备规模化且高效稳定的生产能力与之相配套。由于消费品种类繁多，市场需求量庞大，不同标签印刷工艺的频繁切换将大幅增加企业的生产成本和原材料损耗。因此，标签印刷企业需密切关注终端市场的变化，不断改进自身生产方式，在满足下游复杂多变的市场需求情况下，合理安排生产计划，将规模生产和柔性化生产并重，从而在市场竞争中脱颖而出。

我国不干胶标签行业代表企业简介 企业名称 简介 广东冠豪高新技术股份有限公司 在特种纸、防伪标签、热敏纸等领域技术先进，产品质量高，广泛应用于多个行业，是不干胶标签行业的知名企业。 艾利丹尼森(中国)有限公司 不干胶标签行业的国际巨头，在不干胶材料、吊牌、胶带等产品的生产和销售方面具有全球领先的技术和丰富的经验，为众多知名品牌提供服务。 苏州江天包装科技股份有限公司 国内标签印刷行业的领先企业之一，拥有先进的印刷设备和技术，如琳得科凸印机、博斯特高精度柔印机等，其薄膜类不干胶标签在市场上具有较高的竞争力，客户涵盖农夫山泉、香飘飘、喜茶、联合利华、宝洁等众多知名品牌。 中山富洲胶粘制品有限公司 拥有先进的生产设备和技术工艺，产品质量稳定，种类丰富，可满足不同客户的需求，在日化、食品、医药等行业积累了大量客户。在不干胶标签行业具有较高的知名度和市场份额，专注于胶粘制品的研发、生产和销售。

惠州市浩明科技股份有限公司 注重技术创新和产品研发，不断推出新型的不干胶标签产品，在电子、电器、日化等领域拥有广泛的客户群体。是一家集研发、生产、销售为一体的不干胶标签企业，在行业内具有一定的影响力。

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国不干胶标签行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2025-2032）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 不干胶标签 行业发展概述

第一节 不干胶标签 行业发展情况概述

一、 不干胶标签 行业相关定义

二、 不干胶标签 特点分析

三、 不干胶标签 行业基本情况介绍

四、 不干胶标签 行业经营模式

(1) 生产模式

(2) 采购模式

(3) 销售/服务模式

五、 不干胶标签 行业需求主体分析

第二节 中国 不干胶标签 行业生命周期分析

一、 不干胶标签 行业生命周期理论概述

二、 不干胶标签 行业所属的生命周期分析

第三节 不干胶标签 行业经济指标分析

一、 不干胶标签 行业的赢利性分析

二、 不干胶标签 行业的经济周期分析

三、 不干胶标签 行业附加值的提升空间分析

第二章 中国 不干胶标签 行业监管分析

第一节 中国 不干胶标签 行业监管制度分析

一、 行业主要监管体制

二、 行业准入制度

第二节 中国 不干胶标签 行业政策法规

一、 行业主要政策法规

二、 主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对 不干胶标签 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国 不干胶标签 行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对	不干胶标签	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境			
二、中国宏观经济环境对	不干胶标签	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	不干胶标签	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对	不干胶标签	行业的影响分析	
第四节 中国	不干胶标签	行业投资环境分析	
第五节 中国	不干胶标签	行业技术环境分析	
第六节 中国	不干胶标签	行业进入壁垒分析	
一、	不干胶标签	行业资金壁垒分析	
二、	不干胶标签	行业技术壁垒分析	
三、	不干胶标签	行业人才壁垒分析	
四、	不干胶标签	行业品牌壁垒分析	
五、	不干胶标签	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	不干胶标签	行业风险分析	
一、	不干胶标签	行业宏观环境风险	
二、	不干胶标签	行业技术风险	
三、	不干胶标签	行业竞争风险	
四、	不干胶标签	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	不干胶标签	行业发展现状分析	
第一节 全球	不干胶标签	行业发展历程回顾	
第二节 全球	不干胶标签	行业市场规模与区域分	不干胶标签 情况
第三节 亚洲	不干胶标签	行业地区市场分析	
一、亚洲	不干胶标签	行业市场现状分析	
二、亚洲	不干胶标签	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	不干胶标签	行业市场前景分析	
第四节 北美	不干胶标签	行业地区市场分析	
一、北美	不干胶标签	行业市场现状分析	
二、北美	不干胶标签	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	不干胶标签	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	不干胶标签	行业地区市场分析	
一、欧洲	不干胶标签	行业市场现状分析	
二、欧洲	不干胶标签	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	不干胶标签	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	不干胶标签	行业分	不干胶标签 走势预测
第七节 2025-2032年全球	不干胶标签	行业市场规模预测	

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国	不干胶标签	行业运行情况
第一节 中国	不干胶标签	行业发展状况情况介绍
一、	行业发展历程回顾	
二、	行业创新情况分析	
三、	行业发展特点分析	
第二节 中国	不干胶标签	行业市场规模分析
一、	影响中国 不干胶标签	行业市场规模的因素
二、	中国 不干胶标签	行业市场规模
三、	中国 不干胶标签	行业市场规模解析
第三节 中国	不干胶标签	行业供应情况分析
一、	中国 不干胶标签	行业供应规模
二、	中国 不干胶标签	行业供应特点
第四节 中国	不干胶标签	行业需求情况分析
一、	中国 不干胶标签	行业需求规模
二、	中国 不干胶标签	行业需求特点
第五节 中国	不干胶标签	行业供需平衡分析
第六节 中国	不干胶标签	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	不干胶标签	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	不干胶标签	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	不干胶标签	行业产业链图解
第二节 中国	不干胶标签	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 不干胶标签	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 不干胶标签	行业的影响分析
第三节 中国	不干胶标签	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	不干胶标签	行业市场竞争分析
第一节 中国	不干胶标签	行业竞争现状分析
一、	中国 不干胶标签	行业竞争格局分析
二、	中国 不干胶标签	行业主要品牌分析

第二节 中国 不干胶标签	行业集中度分析
一、中国 不干胶标签	行业市场集中度影响因素分析
二、中国 不干胶标签	行业市场集中度分析
第三节 中国 不干胶标签	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分布特征	特征
三、企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国 不干胶标签	行业模型分析
第一节 中国 不干胶标签	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	
第二节 中国 不干胶标签	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国 不干胶标签	行业SWOT分析结论
第三节 中国 不干胶标签	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述	
二、政策因素	
三、经济因素	
四、社会因素	
五、技术因素	
六、PEST模型分析结论	
第九章 2020-2024年中国 不干胶标签	行业需求特点与动态分析
第一节 中国 不干胶标签	行业市场动态情况
第二节 中国 不干胶标签	行业消费市场特点分析
一、需求偏好	
二、价格偏好	

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 不干胶标签

行业成本结构分析

第四节 不干胶标签

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 不干胶标签

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 不干胶标签

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 不干胶标签

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 不干胶标签

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 不干胶标签

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 不干胶标签

行业所属行业财务指标分析

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

第十一章 2020-2024年中国 不干胶标签

行业区域市场现状分析

第一节 中国 不干胶标签

行业区域市场规模分析

一、影响 不干胶标签

行业区域市场分布 的因素

二、中国 不干胶标签

行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 不干胶标签

行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 不干胶标签

行业市场分析

(1) 华东地区 不干胶标签

行业市场规模

(2) 华东地区 不干胶标签

行业市场现状

(3) 华东地区 不干胶标签

行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 不干胶标签

(1) 华中地区 不干胶标签

(2) 华中地区 不干胶标签

(3) 华中地区 不干胶标签

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 不干胶标签

(1) 华南地区 不干胶标签

(2) 华南地区 不干胶标签

(3) 华南地区 不干胶标签

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第五节 华北地区 不干胶标签

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 不干胶标签

(1) 华北地区 不干胶标签

(2) 华北地区 不干胶标签

(3) 华北地区 不干胶标签

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 不干胶标签

(1) 东北地区 不干胶标签

(2) 东北地区 不干胶标签

(3) 东北地区 不干胶标签

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 不干胶标签

(1) 西南地区 不干胶标签

(2) 西南地区 不干胶标签

(3) 西南地区 不干胶标签

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 不干胶标签

行业市场分析

(1) 西北地区 不干胶标签

行业市场规模

(2) 西北地区 不干胶标签

行业市场现状

(3) 西北地区 不干胶标签

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 不干胶标签

行业市场规模区域分布

预测

第十二章 不干胶标签

行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 不干胶标签 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 不干胶标签 行业未来发展前景分析

一、中国 不干胶标签 行业市场机会分析

二、中国 不干胶标签 行业投资增速预测

第二节 中国 不干胶标签 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 不干胶标签 行业规模发展预测

一、中国 不干胶标签 行业市场规模预测

二、中国 不干胶标签 行业市场规模增速预测

三、中国 不干胶标签 行业产值规模预测

四、中国 不干胶标签 行业产值增速预测

五、中国 不干胶标签 行业供需情况预测

第四节 中国 不干胶标签 行业盈利走势预测

第十四章 中国 不干胶标签 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 不干胶标签 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 不干胶标签 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 不干胶标签 行业品牌营销策略分析

一、不干胶标签 行业产品策略

二、不干胶标签 行业定价策略

三、不干胶标签 行业渠道策略

四、不干胶标签 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751153.html>