

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年包装市场前景及趋势预测	4
第一节 包装行业监管情况及主要政策法规	4
一、所属行业及确定依据	4
二、行业主管部门与管理体制	4
三、行业法律法规及政策	5
四、行业主要法律法规及政策的影响	8
第二节 我国包装行业主要发展特征	9
一、行业技术水平及经营特点	9
(1) 软包生产工艺	9
(2) 铝塑膜生产工艺类别	10
二、行业技术发展趋势	10
(1) 可降解包装	10
(2) 多层共挤	11
(3) 透明高阻隔薄膜	11
三、行业的周期性、季节性、区域性	11
(1) 周期性及季节性	11
(2) 区域性	11
四、行业特有经营模式	12
五、行业的进入壁垒	12
(1) 技术壁垒	12
(2) 资金壁垒	13
(3) 客户壁垒	13
(4) 规模化经营壁垒	13
第三节 2022-2023 年中国包装行业发展情况分析	13
一、包装行业发展状况	13
二、塑料包装行业发展状况	14
(1) 全球塑料包装市场基本情况	15
(2) 中国塑料包装行业发展状况	15
三、铝塑膜行业发展现状	15
(1) 铝塑膜定义	15
(2) 铝塑膜市场规模	15
(3) 铝塑膜市场结构	16
四、行业上下游及主要企业	16
(1) 上游行业分析	16
(2) 下游行业分析	17
第四节 2022-2023 年我国包装行业竞争格局分析	21
一、行业竞争情况	21
二、行业内主要企业	21
第五节 企业案例分析：利特尔	22

一、利特尔市场地位	23
二、利特尔竞争优势与竞争劣势	23
三、同行可比公司情况	26
第六节 2023-2028 年我国包装行业发展前景及趋势预测	29
一、经营模式转变，包装行业市场规模预计将稳步提升	29
二、产品将向个性化发展	29
(1) 产品安全性能提高及个性化	29
(2) 可生物降解及可回收化	29
第七节 2023-2028 年我国包装行业面临的机遇与挑战	30
一、行业发展机遇	30
(1) 国家政策和国家战略为行业提供市场契机	30
(2) 产业链一体化发展趋势明显，刺激各企业进一步提升产业链整合能力	30
(3) 经济持续向好，消费升级空间广阔	30
二、行业发展挑战	31
(1) 融资渠道较为有限	31
(2) 处于产业链中游，定价话语权弱	31
(3) 复合型人才相对缺乏	31
第三章 包装企业体验营销策略及建议	31
第一节 如何用“体验式营销”俘获人心？	31
一、Z 世代的个性化消费需求，需要体验式营销来满足	32
二、体验可以拓宽品牌边界，多元触点连接用户	32
三、体验式营销能够提升内在附加值，提高产品溢价	33
第二节 体验式营销概述	34
一、特征	34
二、主要原则	34
三、形式	35
四、主要策略	36
第三节 品牌如何玩转体验式营销？	37
一、感官：不局限于产品本身，充分调动五感的传播力	37
二、情感：以沉浸式场景，营造愉悦、舒适等情感体验	37
三、思考：调动主观能动性，让消费者与品牌共创价值	38
第四节 运营：如何做好“体验式营销”？	38
一、在布局、格调和设施上下功夫	39
二、新技术的运用	39
三、再次，要提高员工素质	39
四、设计	39
第五节 打造智慧体验营销	40
一、趣玩性体验	40
二、自助式体验	40
三、个性化体验	40
四、愉悦化体验	41
五、便利化体验	41
第六节 不同企业体验式营销策略	41
一、主题化体验营销策略分析	42

二、连锁企业的特色产品与服务式体验营销策略归纳	42
三、连锁企业与消费者互动式体验营销策略总结	43
第四章 包装企业《体验营销策略》制定手册.....	43
第一节 动员与组织	43
一、动员	44
二、组织	44
第二节 学习与研究	45
一、学习方案	45
二、研究方案	45
第三节 制定前准备	46
一、制定原则	46
二、注意事项	47
三、有效战略的关键点	48
第四节 战略组成与制定流程	51
一、战略结构组成	51
二、战略制定流程	51
第五节 具体方案制定	52
一、具体方案制定	52
二、配套方案制定	55
第五章 包装企业《体验营销策略》实施手册.....	55
第一节 培训与实施准备	55
第二节 试运行与正式实施	56
一、试运行与正式实施	56
二、实施方案	56
第三节 构建执行与推进体系	57
第四节 增强实施保障能力	58
第五节 动态管理与完善	58
第六节 战略评估、考核与审计	59
第六章 总结：商业自是有胜算.....	59

第一章 前言

随着新一代消费群体的崛起，品牌面对的营销环境正在发生着巨大变革。这让品牌不得不转变传统的营销思路，来迎合年轻人的消费需求。

根据 Social Talent 发布的《95 后数据报告》数据显示，全球 98% 的 95 后通常喜欢在实体店购物，是网上购物的 3 倍。71% 的 95 后喜欢体验式消费，比年长消费者高出 22 个百分点。

这一数据有点出人意料。只要能带来体验式消费，作为网络原住民的 95 后，更愿意放弃网购，选择到线下门店购物。

这其实也对照了新一代年轻人的消费主张。他们追求新潮、个性，不满足于千篇一律的消费模式，希望在互动、参与中获得更丰富的快乐和满足，也就是所谓的“体验感”。

所以，那些有体验感的品牌营销，也更能俘获年轻消费者的心，赢得他们的认同感。

那么，包装如何用“体验式营销”俘获人心？

品牌如何玩转体验式营销？

如何做好“体验式营销”？

如何打造体验营销？

不同企业体验式营销策略是什么？

下面，我们先从包装行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年包装市场前景及趋势预测

第一节 包装行业监管情况及主要政策法规

一、所属行业及确定依据

根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2017），包装所属行业可归类为：“C 制造业”中的“C23 印刷和记录媒介复制业”，所属细分行业为“C2319 包装装潢及其他印刷”。根据中国证监会制定的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），包装所属行业可归类为：“C 制造业”中的“C23 印刷和记录媒介复制业”，所属细分行业为“C2319 包装装潢及其他印刷”。

二、行业主管部门与管理体制

我国印刷包装行业采取行政管理与行业自律相结合的监管体制，国家发展和改革委员会是我国印刷包装行业的行政主管部门，质量技术监督部门、食品药品监督部门、安全生产监督部门、卫生部门、市场监管部门、税务等政府部门对行业进行统一协调和管理。国家发改委负责行业政策的制定；质量技术监督部门对包装技术与标准进行规范管理；食品药品监督部门制定食品和药用包装材料质量管理规范；安全生产监督部门制定安全生产标准；卫生部门制定包装产品的卫生标准；市场监管部门主管市场监管和行政执法；税务部门主管税收工作，共同推动包装产业成为国民经济的重

要产业。

中国包装联合会、中国塑料加工工业协会、全国塑料制品标准化技术委员会、全国包装标准化技术委员会、食品直接接触材料及制品标准化技术委员会等是我国包装印刷行业的自律性组织。

中国包装联合会主要负责协助国务院有关部门全面开展包装行业管理和指导工作、制定行业发展规划、开展行业调查与统计分析、组织与修订国家行业标准等工作。

中国塑料加工工业协会是由中国塑料行业及相关行业单位根据协会章程自愿申请组成的，是经国家民政部批准的一级社团组织。其宗旨是：为行业、会员服务，维护会员合法权益，引导并促进行业的发展。

全国塑料制品标准化技术委员会接受国家标准化管理委员会和中国轻工业联合会的领导，负责塑料制品的标准化工作。全国包装标准化技术委员会，主要负责全国包装专业的基础标准、方法标准、包装容器和包装材料的综合标准等专业领域（不含直接接触食品包装）的标准化工作。

食品直接接触材料及制品标准化技术委员会，主要负责食品直接接触材料及制品术语、分类和质量管理控制技术等领域的基础领域的标准化。

三、行业法律法规及政策

当前，中国印刷包装产业处于提质增效、转型升级的重要阶段，是从印刷大国向印刷强国迈进的关键时期，印刷包装业作为提升商品品质的服务业，是促进消费升级的重要推手。近年来，国家发展和改革委员会、国家新闻出版广电总局等主管部门陆续出台一系列政策性文件，大力支持中国印刷包装行业的发展，主要法律法规和产业政策情况如下：

(1) 行业相关法律法规

序号	时间	发布部门	政策或法律法规文件	主要内容
----	----	------	-----------	------

包装企业体验营销策略研究报告

1	2001年	国家新闻出版广电总局	《印刷业经营者资格条件暂行规定》	经营包装装潢印刷品印刷业务的企业应当具备的条件。
2	2003年	新闻出版总署、公安部	《印刷品承印管理规定》	印刷企业接受委托印刷广告宣传品，作为产品包装装潢的印刷品的，必须验证委托印刷单位的营业执照及个人的居民身份证；印刷企业接受委托印刷境外包装装潢印刷品和其他印刷品的，必须验证并收存委托方的委托印刷证明，并事先向所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门备案，经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门加盖备案专用章后，方可承印，且印刷的包装装潢印刷品和其他印刷品必须全部运输出境，不得在境内销售。
3	2005年	国家质量监督检验检疫总局	《商品条码管理办法》	任何单位和个人不得在商品包装上使用其他条码冒充商品条码；从事商品条码印刷的企业可以向条码工作机构提出申请，取得印刷资质，获得印刷资质的印刷企业，可优先承接商品条码的印刷业务；印刷企业应当按照有关国家标准印刷商品条码，保证商品条码印刷质量。
4	2011年	新闻出版总署	《数字印刷管理办法》	数字印刷经营活动实行许可制度；未经许可，任何单位和个人不得从事数字印刷经营活动。
5	2012年	人大常务委员会	《中华人民共和国清洁生产促进法》	产品和包装物的设计，应当考虑其在生命周期中对人类健康和环境的影响，优先选择无毒、无害、易于降解或者便于回收利用的方案。
6	2018年	人大常务委员会	《中华人民共和国循环经济促进法》	从事工艺、设备、产品及包装物设计，应当按照减少资源消耗和废物产生的要求，优先选择采用易回收、易拆解、易降解、无毒无害或者低毒低害的材料和设计方案。
7	2020年	国务院	《印刷业管理条例》	国家对包装装潢印刷品和其他印刷品印刷经营活动实行许可制度，未依照规定取得印刷经营许可证的，任何单位和个人不得从事印刷经营活动。

(2) 行业相关的产业政策

序号	颁发时间	制定/颁发部门	政策名称	主要内容
1	2005年	财政部	《财政部关于包装行业高新技术研发资金有关问题的通知》	该文件明确提出：“为鼓励包装行业积极开发新产品和采用新技术，促进我国包装行业的发展，中央财政决定从2005年起，安排包装行业高新技术研发资金支持包装行业高新技术项目产品研发、技术创新、新技术推广等。重点扶持符合国家宏观政策、环境保护和循环经济政策的包装。”
2	2008年	财政部	《包装行业高新技术研发资金管理》	文件明确指出“为规范包装行业高新技术研发资金管理，支持包装行业积极开发新产品和采用新

包装企业体验营销策略研究报告

			金管理办法》	技术,促进循环经济和绿色包装产业发展重点支持符合国家宏观政策、环境保护和循环经济政策的项目。”
3	2011年	原国家新闻出版总署、原环境保护部	《关于实施绿色印刷的公告》	提出了实施绿色印刷的范围和目标、明确了实施绿色印刷的依据和途径、部署了实施绿色印刷的工作进程、安排了实施绿色印刷的配套保障工作等。
4	2015年	国务院	《中国制造2025》	提出加快制造业绿色改造升级,全面推进钢铁、有色、化工、建材、轻工、印染等传统制造业绿色改造,大力研发推广绿色工艺技术装备,实现绿色生产;加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展,把智能制造作为工业化和信息化深度融合的主攻方向。
5	2016年	工业和信息化部、财政部	《重点行业挥发性有机物削减计划》	筛选了含油墨、粘合剂、包装印刷、石油化工、涂料等在内的11个行业作为加快VOCs削减、提升绿色化制造水平的重点行业。明确提出,包装印刷行业要实施工艺技术改造工程,推广应用低(无)VOCs含量的绿色油墨、上光油、润版液、清洗剂、胶黏剂、稀释剂等原辅材料。
6	2016年	工业和信息化部、商务部	《关于加快我国包装产业转型升级发展的指导意见》	将包装定位为服务型制造业;围绕绿色包装、安全包装、智能包装、标准包装,构建产业技术创新体系;确保产业保持中高速增长的同时提升集聚发展能力和品牌培育能力;加大研发投入,提升关键技术的自主突破能力和国际竞争力;提高产业的信息化、自动化和智能化水平;要摆脱包装产业的高消耗与高能耗,建立和形成绿色生产体系。
7	2016年	中国包装联合会	《中国包装工业发展规划(2016—2020年)》	提出了建设包装强国的战略任务,坚持自主创新,突破关键技术,全面推进绿色包装、安全包装、智能包装一体化发展,有效提升包装制品、包装装备、包装印刷的关键领域的综合竞争力。
8	2017年	国家新闻出版广电总局	《印刷业“十三五”时期发展规划》	首次提出“绿色化、数字化、智能化、融合化”的发展方向。
9	2021年	国家新闻出版署	《印刷业“十四五”时期发展专项规划》	继续明确坚持“绿色化、数字化、智能化、融合化”发展方向,形成产业链供应链优化升级和生态环境持续改善的良性循环。

(3) 包装行业标准

为规范行业操作,统一包装产品标准与规范,提高包装产品质量,国家标准化管理委员会与有关行业机构共同制定了包装行业国家标准,具体有:《出口商品包装通则》、《包装回收标志》、《绿色食品包装通用准则》等。

序号	标准名称	发布时间	发布单位
1	《包装用聚乙烯吹塑薄膜》 (GB/T4456-2008)	2008年	国家质量监督检验检疫总局、 全国塑料制品标准化技术委员会
2	《食品包装容器及材料生产企业要求》 (CCAA002-2014 (CANA/CTS 0014-2014))	2014年	中国认证认可协会
3	《绿色食品包装通用准则》 (NY/T 658-2015)	2015年	农业部
4	《出口商品包装通则》 (GB/T19142-2016)	2016年	国家质量监督检验检疫总局、 全国塑料制品标准化技术委员会
5	《柔性版水性油墨》 (QB/T2825-2017)	2017年	工业和信息化部
6	《包装与环境第4部分：材料循环再生》 (GB/T16716.4-2018)	2018年	国家市场监督管理总局、全国 塑料制品标准化技术委员会
7	《塑料软包装凹版印刷过程质量控制及检 验方法》 (GBT/T36064-2018)	2018年	国家质量监督检验检疫总局、 全国塑料制品标准化技术委员会
8	《包装回收标志》 (GB/T18455-2022)	2022年	国家市场监督管理总局、全国 塑料制品标准化技术委员会
9	《包装 包装与环境 术语》 GB/T23156-2022	2022年	国家市场监督管理总局、全国 塑料制品标准化技术委员会

四、行业主要法律法规及政策的影响

2020年，我国正式公布了“双碳”目标，即“力争2030年前二氧化碳排放达峰、2060年前实现碳中和”“双碳目标”的确立，将影响到很多行业尤其是高耗能行业的发展。

在当前“双碳”背景下，我国汽车产业正加速向电动化、网联化、智能化趋势发展，新能源汽车产业正迎来新一轮高质量的高速发展期。动力电池作为新能源汽车产业的核心赛道，在政策、市场、资本、技术等多维因素的驱动下，产业的价值链和生态圈正持续优化。随着电池制造技术的进步，全球主流电池厂商正加大软包动力电池的布局，国内软包动力电池的市场占有率也将有所提升。未来，国内软包企业产能释放、形成规模效应，软包锂电池用铝塑膜作为软包锂电池电芯封装的关键材料，未来市场也将随之进一步放量。

2021年起，国家先后出台了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《“十四五”生物经济发展规划》等政策，强调传统产线应向绿色生产改革，以绿色包装、智能包装、可降解包装为产业技术创新目标，推进清洁生产。产业绿色化的趋势成为包装行业的新增市场，带来了新的发展机遇。未来公司计划以新能源、大健康为突破口，通过自主研发、生产及市场拓展，开辟新的市场，创造新的利润增长点。并通过智能装备的引进，提升规模化效应，提高生产效率，提高产品质量，降低经营成本。

第二节 我国包装行业主要发展特征

一、行业技术水平及经营特点

(1) 软包生产工艺

软包装是指在充填或取出内装物后，容器形状可发生变化的包装。用纸、铝箔、塑料薄膜以及它们的复合物所制成的各种袋、盒、套、包封等均属于软包装。软包装具有防污染、防细菌的功能，能够根据不同的应用场景阻隔氧气、水汽等，提升内容物的展示效果。

包装企业通常采购原材料或部分半成品，如各类纸张及塑料薄膜。接到客户订单后，包装企业将会依照客户需求进行包装设计，随后通过印刷、品检后完成承印层部分。除采购纸张及薄膜类产品外，部分企业会选择通过对原材料进行吹膜加工的方式获得薄膜。包装企业在完成各层薄膜后，通过复合完成软包装的初步制作。复合过程中会使用到各类胶水，需通过熟化过程使之发挥作用，通常需要熟化 12-72 小时。制成的软包装通过分切后完成品检入库。其中，软包装材料的选用以及复合较为关键。

(1) 软包装材料的选用

食品包装纸包括普通包装原纸、防油原纸、烘焙原纸和吸管包装纸等，具有较高的平滑度和良好的防水、防油、耐高温性能。按照用途，食品包装纸可分为容器类和非容器类包装纸。

针对食品包装行业，各层的塑料薄膜需满足以下功能和特点：

材质结构	功能	技术特点
承印层	可印刷特性、尺寸稳定性、材料机械性能	适合聚酯体系油墨彩色印刷
阻隔层	阻光、阻氧、阻水等	针对特定物质选择性透过，满足包装内容物的保鲜要
封合层	低温热封性，高热封强度	适合于热合式包装，如高速水平式自动填充热封包装

(2) 软包装的复合

所谓复合软包装材料，就是把两种以上不同性质的材料，采用涂覆、热压、粘结、混合、浸渍、物理沉积等方式复合，形成新型高性能包装材料。复合方式包括湿法、干法粘结复合、热熔复合、挤出贴面技术与共挤塑技术等。

(2) 铝塑膜生产工艺类别

铝塑膜工艺分为干法和热法，两种方法优势各异。干法是将热封层与铝箔层直接粘结并压合，其产品在冲深成型、外观、裁切等方面性能优异，但耐电解液和阻水性能偏弱，设备要求不高但工艺流程复杂。热法是铝箔和 CPP 之间用改性聚乙烯 MPP 进行热合成，该方法对设备要求较高。其产品在耐电解液和阻水性能较好，但高温高压的制作过程使产品的冲深性能、外观、裁切性能偏弱。两种工艺对比如下：

干法铝塑膜	热法铝塑膜
尼龙层 (25微米)	尼龙层 (25微米)
接着剂 (2-3微米)	接着剂 (2-3微米)
铝箔层 (40微米)	铝箔层 (40微米)
接着剂 (2-3微米)	MPP膜 (2-3微米)
CPP膜 (40微米)	CPP膜 (40微米)

公司拥有多年的复合生产经验，熟知各项工艺的关键点，并且拥有完善的生产全过程质量控制方案。公司采用干法、热法相结合的方式生产。

铝箔表面钝化处理是铝塑膜生产的第一步，也是制造铝塑膜关键技术之一。在铝箔经过特殊的表面处理，需要与外层 PA (BOPA) 进行复合，在复合过程中需要使用胶粘剂，胶粘剂直接关系到外层和中间层之间的复合效果。公司联合胶粘剂供应商改进了胶粘剂配方，并且通过对熟化参数的控制，提升产品下机初始剥离强度，缩短熟化时间，得到高质量的熟化半成品；下一步利特尔在 DNP 热法工艺的基础上，开发出“三螺杆多层共挤复合工艺”，进行内层 AL/ CPP 热法复合；接下来，为了降低铝塑膜表面的摩擦系数，在铝塑膜成品下线前加入一道爽滑剂涂布工序；最后进行品检、分切和包装。其中，铝箔与内外两层的复合工艺最为关键。

二、行业技术发展趋势

(1) 可降解包装

目前市面上原有的产品原材料多为不可降解材质，但随着限塑令及禁塑令的推出，生物降解包装成为市场的发展趋势。淀粉、纤维素、聚乳酸 (PLA)、聚羟基丁酸酯 (PHB) 和聚羟基烷酸酯 (PHA) 以及其他生物聚合物所制成的新型包装材料能够随着时间的流逝自然分解，降低对环境的污染及资源的浪费。因此生物降解塑料是目前国内外科研人员研发的重点，其特点是其基料可在自然界微生物作用下实现完全分解，发展空间巨大。

此外，随着软包装回收再利用的推广，双向拉伸聚乙烯薄膜 (BOPE) 等单一材料包装也正在成

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/678107064021006072>