

# 纸企原料涨价潮中寻突围

近期,受进口木浆和大宗材料等原材料持续大涨的影响,恒安、维达、中顺洁柔等多家知名纸企陆续向经销商、渠道商发出调价通知函,自4月1日起上调部分产品售价,调价幅度在3%~20%不等。

上受困于原材料暴涨,下受制于价格敏感,进退维谷,纸企积极探索应对之策,在产品端推陈出新,寻求多样化发展。

本报记者\_柯国笠 董严军 文图



### 01 原材料涨价 纸企宣布上调产品价格

纵观近两年的纸浆价格,可谓一路狂飙突进,涨势惊人。

截至4月1日收盘,纸浆主力合约价格为6984元/吨,较前一日上涨3.34%。这较今年年初5980元/吨的高位价格,再度上涨了16.79%。

事实上,2020年6月是所有纸制品涨价的起点,当时的白卡纸平均价格为5400元/吨,2021年1月初,价格涨了40%,大约为7500元/吨。

1月下旬,白卡纸生产四大巨头金光纸业(APP)、博汇、太阳、晨鸣主力纸厂发布涨价函,宣布2-3月接单价格分别上涨500元/吨,到2月初稳占8000元/吨,2月底主流白卡纸厂价格已接近9000元/吨,进入3月,金光纸业再次宣布白卡纸一次性提价1000元至1800元/吨,白卡纸出厂价格首次突破万元大关,比2月再上涨18%。

纸浆作为生活用纸上游材料,其涨幅影响终于在大企业消耗完纸浆库存后,传导到终端产品上。

4月初,国内生活用纸行业的四大企业恒安集团、维达、中顺洁柔、金红叶纷纷发出调价函,因进口木浆和大宗材料等成本持续大涨,将相关纸品促销供应价格逐步上调10%~20%不等。

大品牌企业寻求涨价,转移成本,而对小品牌,特别是代工型企业,则纷纷寻求他路。

泉州汇丰妇幼用品有限公司总经理赖新展表示,“生活用品制造业,比如生活用纸,平时的利润率并不高。”今年,在原材料和海运运费都大幅涨价的情况下,该公司外贸部分的利润大幅度下降,甚至会亏损。为此,该公司急速缩小外贸规模,转而寻求国内市场。

### 02 进口依赖度高 多因素推动纸价上涨

生活纸企“涨声”一片,主要原因是原材料价格持续走高,业内人士介绍,生活用纸最重要的原材料是木浆,约占总成本的60%左右。

2020年三季度以来,木浆价格持续走高,涨幅近1倍。具体数据显示,去年9月30日至今年3月30日半年间,主流针叶浆市场价格、阔叶浆市场价格累计涨幅均超过50%。

业内人士告诉记者,一些大型纸企前

期囤积了较多的低价木浆,但随着库存木浆逐渐消耗,大企业也开始陆续提价。

天风证券研报指出,本次生活用纸价格上涨,主要是基于纸浆期货率先领涨带动现货与木浆价格持续上涨所致。

“纸浆上涨也有很多因素,一方面,疫情防控常态化后,国内纸浆需求恢复较快,且有增量预期。”上述人士解释道,在国内“双禁”政策下,“第一是‘禁塑令’的实施,会增加部分包装纸的需求,比如纸

质吸管代替塑料吸管;第二是‘禁废令’,2021年起,中国将全面禁止进口固体废物(其中包括废纸),而废纸消费量一直是纸浆消费量中的大头。”

纸业行业数据显示,2019年废纸消费量占纸浆消费量的57%,其价格的升降对于整个纸浆产业的价格重心起到垫脚石的作用。而2020年废纸进口量的减少,造成废纸供应缺口达到450万吨,2021年继续禁止废纸进口后,废纸缺口继续扩大,目前废纸浆的价格已有所抬升,对于整个纸浆价格的上涨具有潜在的驱动。

### 03 扩张供应链 国产品牌涉足纸浆

在废纸浆被禁的同时,原浆纸来源集中度则极高。解决涨价问题,从供应链端来看,还需解决原材料难题。

目前,中国是世界第一大纸浆消费国,而中国森林资源并不丰富,生产文化纸、生活用纸、白卡纸所需的木浆主要依靠进口。据中国造纸协会统计,2019年全国纸浆消耗总量9609万吨,其中进口木浆占24%、国产木浆占13%。

从资本市场的交易数据可窥见纸浆集中度。根据上期所纸浆合约交易操作手册,纸浆期货可交割品牌和生产

企业均来自国外——加拿大、芬兰、俄罗斯、智利。

近年来,诸多造纸企业纷纷建设配套纸浆厂,提高自身的纸浆供给能力。

晨鸣纸业总经理李峰3月曾在公开场合表示,晨鸣纸业是国内唯一一家基本实现木浆自给自足和浆纸产能平衡的现代化大型造纸企业。为此,晨鸣纸业受到市场热捧,创下股价新高。

而对于目前国内生活用品市场占有率仍处于第一位的恒安集团而言,早在几年前就着手收购相关纸浆原材料生产基

地。2018年4月,恒安集团计划在芬兰库奥皮奥市投资大型生物纸浆制品厂,该工厂落成后将每年为全球市场提供约1200000吨北部经漂白软木硫酸盐牛皮纸浆及其他生物制品。

然而,2019年,芬兰最高行政法院(KHO)否决了芬浆(Finnpulp Oy)的环境许可证,该项目也就无疾而终。

“我们很多原浆纸都来自加拿大、美国,国内大多数同行也是如此,占比可超过70%。”赖新展说,对于小企业而言,如果想用国产纸浆,短期内没有太多选择,“但大企业有足够的资金和资源去整合上下游供应链,纸浆会是很重要的部分。”

### 04 寻求价质齐升 产品迈向高端化

尽管纸浆上涨幅度惊人,纸企纷纷宣布涨价,但是,消费者感知度并不高。从消费终端看,消费者对本轮涨价的感受或不明显。以金红叶纸业公布的3%~5%涨幅计算,其旗下清风原木浆3层240段卷纸产品每卷售价约涨0.06元~0.09元,每箱售价约上涨1.77元~2.94元。

有业内人士告诉记者,上游纸浆价格上涨超过50%,但是终端生活用纸涨价幅度并不大,一卷纸最多涨1元~2元。事实上,上涨的成本更多地被纸企自己承担了。造成的影响,一方面是没有竞争力的小品牌在市场上被出清,另一方面是大品牌在纸品板块利润率的降低。

而在网络销售平台上,我们可以看到,有些纸品的价格基本没有改变。有些纸品本来的售价较高,但是加上各种活动优惠后,价格也基本持平。

“我们今年收了不少。”一名不愿具名的纸品制造企业老板告诉记者,前年入局生活用纸领域,疫情过后,原本以为会迎来好转,但却迎来原材料涨价,目前对于市场扩张处于观望状态。

另一名企业负责人则告诉记者,应对涨价潮,有些企业在生活用纸容量、包装大小、克重等方面进行修改,以降低成本。“毕竟大多数人使用生活用纸,还是以一次性、实用性为主,对价格比较敏感,特别是在网上,只要有品牌的,消费者基本就是比价格。”

事实上,价格竞争一直存在。而寻求差异化产品,提升利润率和市场多样性,则成为部分龙头企业的选择。

恒安集团旗下心相印品牌推出“云感系列”新型印花卷纸等产品,该产品受到市场的认可,在消费者心中树立起新品牌形象。与此同时,绑定小黄人、“小刘鸭”等IP,推出“国潮”设计,拓展洗脸巾等高端、衍生产品,也成为恒安过去一两年的积极动作。

在包装上,心相印还抓住当下年轻消费者对萌、mini等审美的偏爱,纷纷推出小包装、小容量产品,满足使用中便携、易用的需求。

恒安集团在2020年年报中表示,产品高端化发展在2020年给恒安国际带来了可观收益。为满足终端客户日益高端化的消费需求,恒安集团将继续优化产品组合,对产品的包装、材质和功能进行升级,推动高档产品销售。

不仅仅是恒安,另一生活用纸龙头企业维达也在年报中表示,凭借不断的创新,以及优化产品组合等方式,集团盈利能力显著提升,毛利率及净利润率均获得较大增长。报告期内,维达高端产品组合占比上升的趋势仍在延续,纸品分部的毛利率及分部业绩溢利率分别提升6.9个百分点及4.9个百分点至38.3%及16.5%,提振明显。

## 中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026


## 中国品牌之都 优秀供应商

发布平台: 15880722026
