

双胶纸周报（2015. 6. 15-2015. 6. 19）

一、中纸在线双胶纸指数

2015 年 6 月 19 日双胶纸价格指数为 101.51，与上周持平，较基期最高点 106.89（2012-3-28）比下跌 5.38。

二、主流双胶纸厂家出厂价格一览表

表 1：双胶纸厂家出厂价信息

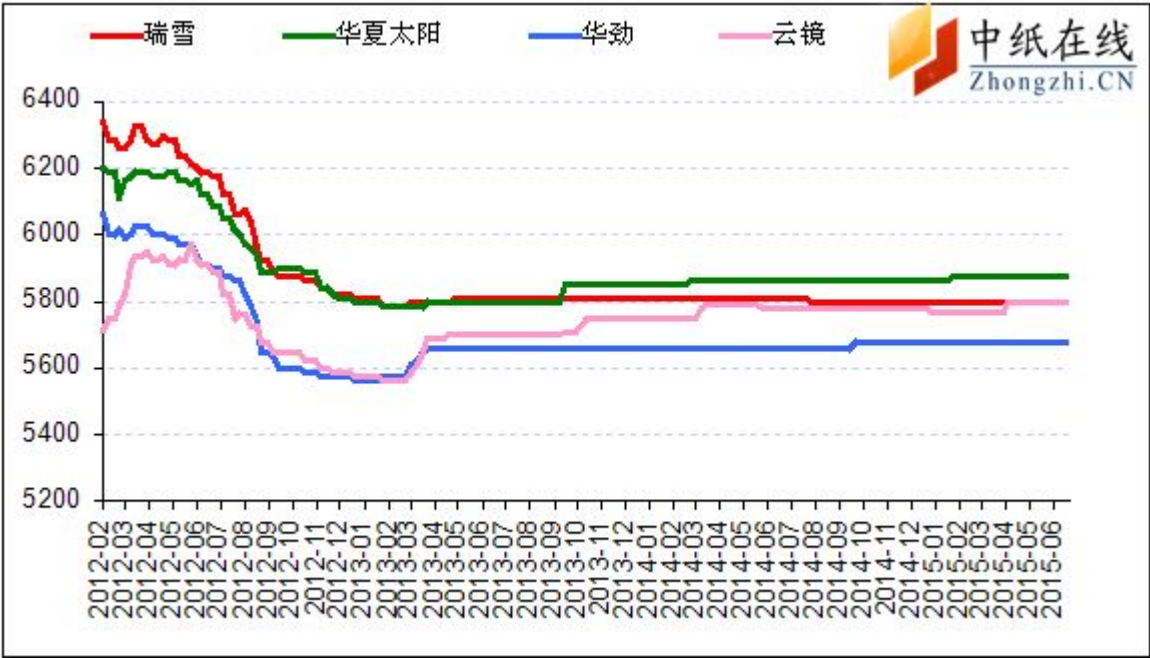
厂家	品牌	克重	出厂价（元/吨）	涨跌	备注
山东泉林纸业	泉林	70-140g	5300-5300	-	出厂价
河南白云纸业	云时代	70-100g	5700-5700	-	到货
山东银河纸业	瑞雪	70-120g	5800-5900		出厂
山东太阳纸业	华夏太阳	70-100g	6000-6000	-	出厂
山东太阳纸业	金太阳	70-100g	6200-6200	-	出厂
芬欧汇川	UPM	70-100g	6400-6500	-	/

数据来源：中纸在线信息部

三、双胶纸品牌地区报价一览表

品牌	克重	华南	华东	华中	华北
地龙（太仓）	68 克	-	5150	-	-
地龙（东莞）	68 克	5450	-	-	-
泉林	70 克	5250	5300	5300	5250
云镜	70 克	5850	5800	5800	5850
云时代	70 克	5750	5750	5800	5750-5850
华劲	70 克	5750	5800	-	-
华夏太阳	70 克	5800-5850	5800-5850	5850-5900	5900-6000
银河瑞雪	70 克	5800	5800-5900	5850-5850	5800-5850
金球	70 克	6450	6500	6550	6600
UPM 丽印	70 克	6400	6400	6450	6500
金太阳	70 克	6400	6400	6450	6450

四、双胶纸价格走势图



五、双胶纸市场分析及后市展望

造纸厂方面：

本周，双胶纸厂家未有调价信息，出厂报价维稳。厂家多以接单排产为主，多数厂家表示近期订单较少，老客户拿单为主，新单稀少。进入传统淡季，纸厂效益再一次受到冲击，多数厂家心态较为悲观。

市场方面：

本周，双胶纸市场表现一般，市场报价暂无变化。进入淡季，市场需求进一步减少，市场实单成交量平平。原料木浆价格有所下跌，终端客户认为后期双胶纸价格或有下调可能，目前多接单提货，观望市场为主。纸厂则表示目前利润空间有限，短期内不会下调价格，因此市场处于博弈阶段，各方暗地较量。

总结来看，本周双胶纸市场走势平稳，市场报价稳定，出货量一般。预计短期内市场稳价操盘的可能性加大，但不排除降价可能。

六、本周要闻回顾

6.1 33家造纸企业退出水乡 获预付款 3.01 亿元

核心提示：在造纸企业退出方面：现已有 45 家造纸企业签订关停协议、占总数 78.95%，拟奖励资金共 14.28 亿元，其中：35 家造纸企业已实现停产，并完成员工遣散和设备拆除等工作，或实现转型发展;33 家造纸企业已获得预付款共计 3.01 亿元。

6 月 16 日，水乡经济区“两高一低”企业全面整治与引导退出专项工作小组在市环保局召开了工作会议，通报前期工作进展情况及研究部署后期工作。

据统计，水乡地区纳入年度引导退出的“两高一低”企业共有 104 家，其中造纸企业有 57 家，非造纸企业 47 家。在造纸企业退出方面：现已有 45 家造纸企业签订关停协议、占总数 78.95%，拟奖励资金共 14.28 亿元，其中：35 家造纸企业已实现停产，并完成员工遣散和设备拆除等工作，或实现转型发展;33 家造纸企业已获得预付款共计 3.01 亿元。但是仍有 6 家属于退出任务范围的造纸企业没有申报退出。非造纸企业退出方面：目前已有 13 家关闭或取消污染工序，1 家已停产，总体完成进度为 27.66%。

会上，专项工作小组组长、市环保局局长方灿芬对下来的工作进行具体部署。按照既定的计划安排，扎实推动“两高一低”企业引导退出;营造高压监管态势，各专项工作小组相关职能部门要各司其职、密切配合，通过最严厉的联合执法措施，倒逼、引导尚未申报退出的企业主动退出;积极协助企业及各镇街转型发展，全力配合各镇街协助

企业科学谋划退出后的转型发展，以及推动优化各镇街的产业发展格局。

目前，专项工作小组已收集各镇街“两高一低”企业退出后空置厂房的有关信息，待完善后将统一报市政府，以此进行统一招商，助推水乡经济区各镇街发展。

6.2、江苏镇江民企跻身“热敏纸”国内三强

核心提示：万宝瑞达无论企业占地面积,还是人员规模都不显眼。然而,就是这么一家只有 200 来人的生产型企业,却占据国内“热敏纸”市场前三的位置。万宝瑞达是凭什么“法宝”创造了发展奇迹的?

万宝瑞达无论企业占地面积,还是人员规模都不显眼。然而,就是这么一家只有 200 来人的生产型企业,却占据国内“热敏纸”市场前三的位置。万宝瑞达是凭什么“法宝”创造了发展奇迹的?近日,记者来到这家坐落在镇江新区机电工业园一隅的民营企业采访。

法宝之一:抢乘互联网经济快车

在高校快递代收点工作的王莹,每天都有一项特殊内容需要完成:记录快递包装袋上热敏纸上的收件人信息,然后一一通知这些快递的主人前来取件。

与王莹被动接触热敏纸有所不同,作为万宝瑞达高管的钟冬平几乎每天都要主动去关注热敏纸的进库和出库信息。进库反映的是生产情况,出库反映的是销售情况,这是他掌握企业运行状况的一个途径。

热敏纸广泛应用于快递标签、彩票、火车票、电影票、登机牌、各类票据、心电图记录纸、银行 ATM、不干胶标签、收银机、传真机等领域。

“电子商务行业掀起了电商仓储物流管理的变革大潮,快递业的爆发式增长带给热敏纸市场足够的空间。”钟冬平对记者说。

4 月末,国家邮政局发布的“年度快递市场监管报告”显示,去年我国快递业务量首次超越美国,成为全球第一快递大国,达到 139.6 亿件。据介绍,万宝瑞达由快递业带来的订单已经占到全部热敏纸市场的 65%以上。

正是适时搭乘了“互联网经济”的快车,万宝瑞达以年销售 4 万吨热敏纸的总量占据全国前三的位置。

“不仅中通快递、当当网是我们的产品用户,在金融、民航、彩票、医疗等领域我们也都有一定的市场份额。”钟冬平介绍说。

法宝之二:打造企业核心竞争力

万宝瑞达前身是东海纸业,专做纸张分切加工,附加值低,属于劳动密集型企业。2004

年,公司斥资亿元上马4条无碳复合纸生产流水线,开始向技术型企业转型。

“虽然企业掌握了技术,但是仍然不能掌握市场。”钟冬平回忆起当初情形感慨万千,因为大众技术缺乏竞争力,无碳复合纸并没有带给企业预期的希望。

也就是从那时候起,公司明确了一个目标:打造企业自主发展的核心竞争力,研发“人无我有”唯一性技术。也就是从那时候起,象征过去的东海纸业成为了历史,代表未来的万宝瑞达诞生。

热敏纸是无碳复合纸的“终结者”,与无碳复合纸一样应用广泛,谁掌握了热敏纸的生产技术,必将掌握未来的市场。一直以来,全球热敏纸的尖端技术都为日、德所垄断,国内能够生产热敏纸的企业长期徘徊在个位数上,特种热敏纸生产企业更是少之又少。热敏纸国内市场几乎为日、德两国品牌所占据、瓜分。

这一市场格局的显著变化出现在2012年,一个名不见经传的国内品牌“金枪鱼”以1.3万吨的市场份额引起行业内的关注,同时也引起竞争对手的注意,因为当年全国热敏纸需求量不到12万吨。

“金枪鱼”就是万宝瑞达一手缔造的特种热敏纸品牌。

万宝瑞达通过“招才引智”闯进了热敏纸这个全新的领域,经过5年的“闭关修炼”,甚至负债搞研发,最终迈过了普通热敏纸生产技术门槛。技术领先才有优势可言。镇江新区政府宣传部门的一位工作人员评价认为,万宝瑞达的示范意义在于,企业通过自主创新,完成了核心竞争力的打造,实现了转型升级,开启了一片新天地。

法宝之三:走适合自己发展道路

走进万宝瑞达的厂区,三辆重型拖挂运输车满载着货物即将起程。

钟冬平告诉记者,这些特种热敏纸将发往台湾、香港、韩国。目前,在亚洲,“金枪鱼”已经稳稳占据了一席之地,甚至在日本也博搏得了市场份额。“这在4年前,还只是我们悬挂在墙上的一个追求目标。”

2014年,特种热敏纸技术在与江苏大学携手成立的联合实验中心里,实现了就地转化,技术成熟。有技术、有市场,企业成功进入了一个产值倍增的通道。然而,万宝瑞达没有盲目扩大产能,也没有加大对热敏纸高端市场(高附加值)的追求,而是锁定大数据集成、互联网经济、现代物流三个领域,进行市场拓展。

钟冬平给出了两个理由:首先,电商发展符合国家产业化政策,把握住了这个切入点,就能在这个产业链上分得一杯羹。事实也是如此,春节过后,企业订单呈爆发式增长,以至于不得不修订年前的市场预测数据;其次,作为民营企业要量力而行,走差异化竞争的路

子。虽然万宝瑞达占据国内“热敏纸”市场前三的位置,但是每年只有4万吨的产能,而雄踞方阵的冠亚军,两者产能之和超过了20万吨,万宝瑞达与之相比差距依然很大。

走适合企业发展的道路,以实现目标追求。按照计划,万宝瑞达7月份进行设备升级,特种热敏纸与普通热敏纸产量比将调整为65%:35%。调整的意义在于,万宝瑞达将跻身高端市场进行角逐,这里市场更广阔,利润更丰厚。“显然,产品结构调整需要技术支持,这也表明走技术创新路线是企业发展的必然选择。”钟冬平如是说。

(个人观点，仅供参考，风险自控)