

纯木浆大轴纸周报（2015. 7. 4-2015. 7. 10）

一、 纯木浆大轴纸本周出厂报价表

表 1：河北地区纯木浆大轴纸出厂报价表（单位：元/吨）

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
满城东升纸业	6200	6200	-	-
满城雪松纸业	6300	6300	-	-
	6800	6800		喷浆
满城港兴纸业	6300	6300	-	-
	6500	6500		喷浆
满城成功纸业	6400	6400	-	-
满城飞跃纸业	6200	6200	-	-
满城辰宇纸业	6200	6200	-	-
满城顺通纸业	6200	6200	-	-
满城永利纸业	6200	6200	-	-
满城嘉禾纸业	6200	6200	-	-
满城立新纸业	6200	6200	-	-

数据来源：中纸在线信息部

表 2：河南地区纯木浆大轴纸出厂报价表（单位：元/吨）

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
漯河银鸽纸业	7250	7250	-	喷浆、含税
漯河聚源纸业	6700	6700	-	-
	6700	6700		喷浆
护理佳纸业	7200	7200	-	喷浆、含税
郑州嘉和纸业	6900	6900	-	含税
沁阳宏涛纸业	6500	6500	-	毛重

数据来源：中纸在线信息部

表 3：山东地区纯木浆大轴纸出厂报价表（单位：元/吨）

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
山东晨鸣纸业	7200	7200	-	喷浆、含税
山东东顺集团	7200	7200	-	喷浆、含税
山东太阳纸业	7150	7150	-	喷浆、含税
潍坊含羞草纸业	7050	7050	-	喷浆、含税
淄博沅泰纸业	6900	6900	-	含税
青岛青山纸业	6800	6800	-	-
肥城东盛工贸	6700	6500	-200	-

数据来源：中纸在线

二、纯木浆生活用纸本周市场分析

河北保定地区：经历上周“降价潮”后，本周保定地区纯木浆大轴纸价格弱稳。各个厂家出货情况依旧惨淡，生产线开工率在低位徘徊，部分厂家为了防止爆仓，仍然会通过暂时停机的办法来缓解库存压力。目前，保定地区纯木浆大轴纸主流未税报价 6200 元/吨，纯木浆卫生纸 7200-7300 元/吨，半木浆大轴纸 5500-5600 元/吨。

河南、山东、湖北地区：月初，河南银鸽喷浆原纸下调以后，本周湖北世家亚瑞下调 200 元/吨。武汉晨鸣、山东晨鸣虽然对外报价坚挺，但对部分贸易商已经压低了利

润空间，实单成交价有所下跌。挂浆纸方面，山东肥城东盛工贸受周边地区低价位影响，大轴纸、成品纸普降 200 元/吨。其他厂家暂时还保持稳定，预计后期整体纸价会进一步走低。目前，河南、山东地区纯木浆挂浆大轴纸主流未税报价 6400-6500 元/吨，喷浆大轴纸 6600-6700 元/吨。

三、本周焦点新闻回顾

3.1 生活用纸行业发展的喜与忧

习惯上，我们将纸与纸板分为四大类，即文化用纸、包装用纸、特种纸、生活用纸。在国家《造纸产业发展政策》中，将造纸行业定位于基础原材料产业，这主要是针对前三类产品而言的。生活用纸是纸与纸板产品中的特殊一类，属于日用消费品行业，或者说是轻工业。特殊的性质决定了其市场品牌、营销模式、发展前景等与前三类产品存在较大的区别。在我国，虽然生活用纸的产量不到纸与纸板总产量的8%，但却与我们的日常生活息息相关，在制浆造纸行业中的地位不言而喻。在全球经济一体化、中国经济进入新常态的背景下，生活用纸产业可以说是“喜”、“忧”并存。

喜：市场潜力大、发展前景广阔

生活用纸增长与 GDP 增速呈正相关

过去，不少专家学者认为我国纸与纸板的产量增长与 GDP 增速呈正相关，这在计划经济、市场供不应求的时代是正确的。在我国经济发展进入新常态后，纸与纸板的产量与 GDP 走势发生了偏离，今后不能简单地再用 GDP 增速来测算纸与纸板的产量了。

而生活用纸恰恰相反，与 GDP 增速呈高度正相关。这是因为生活用纸行业是消费品行业，且是快速消费品行业，与经济发展程度和人们生活水平密切相关。近几年，在我国造纸行业整体表现不佳的情况下，生活用纸一枝独秀。今后随着我国经济的稳健发展，城镇化进程的加快推进，人们生活水平的不断提高，生活用纸仍将存在刚性市场需求，生活用纸的市场前景越来越被看好。

人口红利推动生活用纸需求持续提升

据国家人口发展报告分析，中短期我国人口仍将呈上升趋势，2030年达到高峰，之

后开始缓慢下降，到2050年及其之后趋于稳定。目前我国人口是13.68亿人，随着国家计划生育政策的调整，结合人口自然增长规律，预计到2030年将迎来人口高峰，达14.5亿人。

目前我国年人均生活用纸的消费量仅是4.7千克。假若2030年我国大陆人均生活用纸的消费量达到台湾和香港地区现在的水平(10千克/人·年以上)，或者说达到北京、上海现在的水平(10千克/人·年)，生活用纸的市场需求量至少将达到1450万吨，是目前的一倍还多。

到2050年，假若我国人均生活用纸的消费量达到日本和西欧现在的水平(15千克/人·年)，生活用纸的市场需求量将超过2000万吨(13.7亿人)。暂不说北美地区现在的水平(25千克/人·年)。

“一带一路”等国家战略为生活用纸出口创造了良好条件

近年来，生活用纸原纸的出口量呈现快速增长的态势，2014年出口量达到75万吨，较2013年的64万吨增长17.2%，净出口量71万吨。说明我国生活用纸的国际竞争力不断增强。

今后，随着国家“一带一路”建设提速、亚洲基础设施投资银行的筹建、“互联网+”的重视，国际贸易往来将更加频繁。改革开放的良好外部环境将加速生活用纸出口量的增长。

忧：发展中需重视的问题

产能过剩

巨大的市场潜力和广阔的发展前景，吸引了原产企业扩大产能以及新进入企业不断增多。老牌巨头企业恒安、维达、金红叶、中顺洁柔投资势头不减，四家企业的产能、产量、销售收入已占到全国的三分之一。新进入的大型企业或即将进入的大型企业，如晨鸣纸业、太阳纸业、银鸽实业、理文造纸、东莞玖龙等，实力雄厚，重金购买进口新月型或BF型现代化纸机生产线，起点高、势头猛。

目前生活用纸企业的已有产能已超过市场需求，再加上即将释放的产能，产能过剩已是不争的事实。近五年，每年新增市场需求在50万吨左右，而新增产能在100万吨以

上。产能过剩将加剧市场竞争，企业盈利空间收窄，开工率下降；不过，产能过剩也会加快优胜劣汰，加速小企业的淘汰出局，提高产业集中度。

产能过剩将加速落后产能的淘汰。我国经济相对落后的地区和农村地区，仍有相当一部分企业采用小型圆网低速纸机生产卫生纸，本地销售，这类纸机多以废纸为原料，能耗高、水耗高，属国家淘汰的装备。另外，标准要求的提高也会加快落后产能的淘汰，如东莞今年底将关停年生产能力在5万吨以下的生活用纸企业。

产能过剩将加速产业集中度的提高。虽然近几年产业集中度提高明显，但目前仍有400多家原纸生产企业，平均规模不到2万吨/年，前15家企业的产量不足50%(占全国总产量比例)。这与美国、加拿大等生活用纸产业发达的国家和地区相比有较大差距。

品牌和渠道

目前我国市场上的生活用纸品牌种类繁多，品牌之间差异大，缺乏品牌竞争力，多数品牌没有形成长期忠诚的顾客群体。普通消费者耳熟能详的生活用纸全国品牌，除了“清风”、“心相印”、“维达”、“洁柔”、“五月花”、“泉林本色”外，其它多是区域性品牌。将区域性品牌打造成全国性品牌，甚至国际品牌，任重而道远。尤其是新进入者的品牌效应急待形成和提高。打造并提升品牌影响力，将在某种程度上规避产能过剩带来的恶性竞争。

渠道建设，除了大型超市和实体门店外，电商的作用不容忽视。互联网销售，不但可以减少超市高额入场费、降低流通费用，而且能够增加品牌宣传力度、增加产品销量。国际上有些生活用纸跨国集团，电商销售已占到总销售收入的20%左右，而我国绝大多数企业不足5%。不过可喜的是，某些企业已打通电商平台，如紫荆花纸业开通阿里巴巴网店，晨鸣“星之恋”、宝洁“飘柔”、恒安“心相印”等在天猫有品牌直销旗舰店。今后随着移动互联网的降费提速、“互联网+”推广应用，电子商务在营销环节的作用会越来越大。

产品同质化

生活用纸具有多样化、个性化的市场需求特征。然而在原料一样、工艺一样、装备一样的情况下，产品同质化非常严重。同质化使企业间的竞争更加激烈，产品价格下滑，渠道费用增加，利润空间收窄。

为避免产品同质化造成的企业间的恶性竞争，需要加大企业研发投入，提高自主创新能力，开发新产品，如本色生活用纸、厨房擦拭用纸、居家外擦手纸等，挖掘细分市场。

零售商品牌与生产品牌间的竞争

产能过剩、竞争加剧引发的另一个问题是零售商借机以低价扩大贴牌产品市场占有率。这方面国际上已有先例，如前几年发生欧债危机时，百姓生活受到影响，低价、大包的生活用纸深受欢迎。这一影响一直持续到现在，2014年德国零售商品牌销售收入占到总销售收入的77%，西班牙75%，希腊62%。零售商品牌赢得消费者的芳心，对生产品牌、制造企业以及整个行业的健康发展，其影响可想而知。