

铜版纸周报（2015. 10. 8.-2015. 10. 16）

一、中纸在线铜版纸指数

2015 年 11 月 6 日铜版纸价格指数为 103.24，与上周相比下降，较周期内最高点 110.74（2012- 4-25）下降了 7.50。

二、主流铜版纸厂家出厂价格一览表

表 1：铜版纸主流厂家价格一览表

厂家	品牌	克重	价格	周涨跌	备注
镇江金东纸业	神盾	128g~157g	5450	-	出厂
镇江金东纸业	长鹤	128g~157g	5650	-	出厂
镇江金东纸业	东帆	128g~157g	5850	-	出厂
山东晨鸣纸业	雪鹰	128g~250g	5200~5300	-	到货
山东晨鸣纸业	雪兔	128g~200g	5300~5300	-	到货
苏州紫兴纸业	紫兴	157g~250g	5700	-	出厂
山东太阳纸业	华夏太阳	157g	5300~5400	-	到货
山东泉林纸业	泉林	157g~250g	5050	-	出厂

数据来源：中纸在线信息部

三、铜版纸品牌地区报价一览表

表 2：铜版纸品牌地区报价一览表

品牌	克重	华南	华东	华中	华北
华泰牡丹	128-157 克	5100-5150	5200-5200	5200-5250	5200-5200
晨鸣雪兔	128-157 克	5100-5100	5150-5200	5200-5300	4750~4850
太阳天阳	128-157 克	5200-5250	5300-5300	5300-5350	5300-5350
金海鲸王	140-157 克	5100-5100	5150-5200	5300-5300	5050-5150
华夏太阳	128-157 克	5600-5600	5600-5650	5600-5650	5600-5650
金东长鹤	128-157 克	5400-5450	5500-5500	5650-5650	5650-5700
紫兴	128-157 克	5750-5800	5750-5850	5800-5850	5800-5850

数据来源：中纸在线信息部

四、铜版纸价格走势

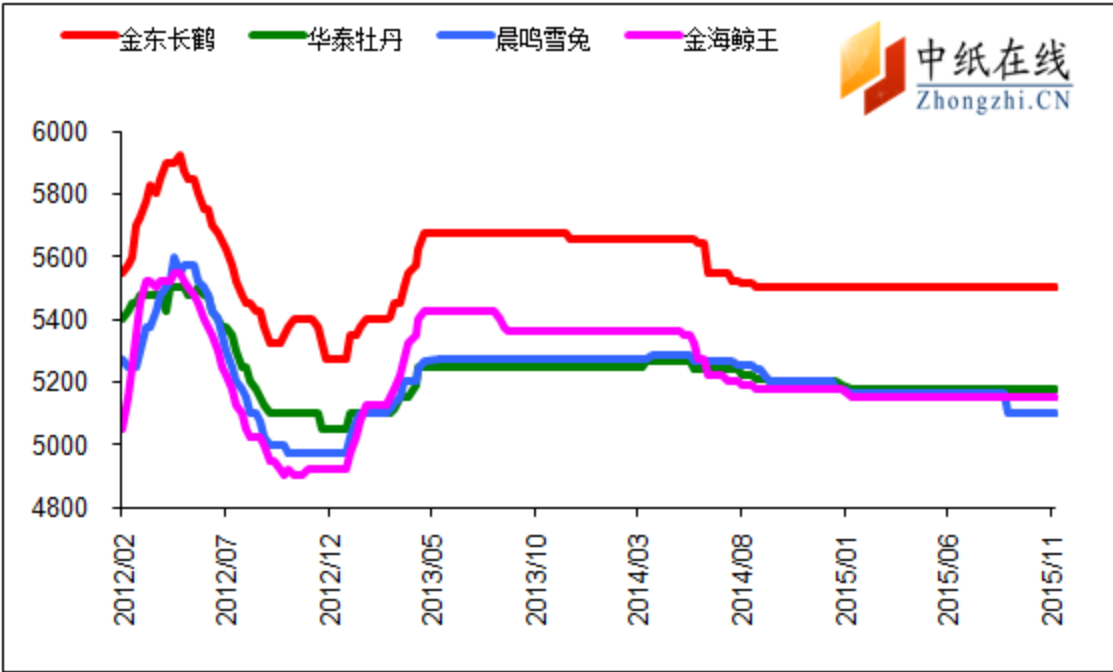


图 1:2012-2015 年铜版纸价格走势

数据来源：中纸在线信息部

五、铜版纸市场分析及后市展望

纸厂方面：

上月金东，晨鸣等个别大型铜版纸厂家对外发布上涨信息，所有品种的铜版纸价格上调 100 元/吨，然在低迷的市场需求面前，实单多未落实，老客户仍维持涨前价格，新客户价格上涨也较为艰难。

市场方面：

市场走势依旧趋低，需求更劣一步，基本不存在供货紧张的现象，价格上无有利因素支撑。各地经销商出货量改观不大，报价与前期持平。进入 11 月份，各种台历、挂历等订单仍未放量，市场交投不畅，后期市场也难有好转。厂家的调价上涨并没有给整个市场来带有利因素。

六、本周要闻回顾

6.1 “互联网+” 文化产业五大潮流

二十一世纪，互联网的普及深刻影响着整个娱乐文化产业的生态。

如果说前几年是文化产业的“换挡期”，那么如今互联网和移动互联网的飞速发展和扩散，则让文化产业进入了一个“再换挡期”。在“互联网+”概念出现之前，互联网早已经渗入了文化产业领域，如网络文学、游戏、视频、微电影。

而“互联网+”概念被提出之后，更是给各行各业指明了方向，BAT 这些互联网企业大举进军文化产业，阿里影业、腾讯文学、腾讯影业、爱奇艺影业相继出现；游戏、旅游等各种文化企业、部门也凭借各自资源、技术优势多元布局文化产业。

整个文化产业链变革在即，文化产业应如何抓住“互联网+”，御风而行？

好内容的涌现需要足够的激励和开放的环境，互联网为文化产业带来了更多可能：互联网的大连接为整个文化产业链带来了新的动力，带来了更多前期资金、创新内容，做到了成本的控制、好内容的可复制以及更广的传播力，无论是从文化的传播，还是文化“无形”到“有形”的转化都带来了显著的提升。

“互联网+”文化产业已经成为一种不可避免的趋势，互联网不断地渗透文化产业链的每一环，在经过这些年来互联网界和文化界的不断实践，“互联网+”文化产业的模式也逐渐清晰。

1、合作、融合

中国文化五千年底蕴，文化早已经根植于各行各业之中。而在这个互联网时代，各个行业都在向大平台、大融合、大联盟、大整合的方向发展。对于文化产业来说，要完成这样的大互联网化，则要从自身与互联网融合与其他行业的合作两方面出发。

今年 3 月 28 日，国家发展改革委、外交部、商务部联合发布《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，提出了加强与沿线各国的文化交流、积极开展文化产业合作、塑造和谐友好的文化生态的新要求。原本就承载着几千年中华文化内涵的“一带一路”战略的实施，给中华文化走向世界及文化 产业的发展提供了绝佳的机遇。

2、创新

说到互联网就不能不提创业。互联网时代的企业经营模式也给了文化产业很多启发。很多创新是建立在创业的基础之上，文化产业也在围绕着互联网做创业，实现大众创业、万众创新，增强文化产业发展的活力和创造力。学习互联网企业的创业模式，构建更加完善合理的文化产业市场体系，实现产业的转型升级。

3、大数据、大连接

文化艺术、创意设计，这些东西归根结底都是“内容”，因此受欢迎、可获取高额回报的好内容对于文化产业至关重要。大数据的出现让这个问题变得更简单、更准确，通过大数据的分析，能够及时而准确地得到当下人们偏好，结合这些流行、偏好元素对内容进行创作和筛选，最后出来的内容总是不会错的。

4、互联网金融+文化产业

文化从不曾真正脱离金钱，若是从资本角度、金融角度去看文化产业，就要有产品化思维，把手里文化产业的项目、资源、资产设计成金融产品，有价值的金融产品才能够获得资本。前期，这些产品需要启动资金，而后期的销售也需要更多的渠道。

5、数字营销

通过大数据和程序化平台将富有新意、视觉效果炫酷的东西准确地传达给大众，还有现在的“粉丝经济”、“粉红经济”等，通过口碑营销实现更广泛、更主动、更走心的营销。譬如《大圣归来》的口碑营销效果大家有目共睹，“粉丝经济”已是文化产业必须重视的焦点。

6.2、山西省通报三季度环保不达标生产重点企业

记者 11 月 4 日从山西省环保厅获悉，在日前通报的今年第三季度环保不达标生产重点企业名单中，发现污染物超标排放的国控重点企业共 13 家，15 个排放口超标。

在发现的 13 家国控重点企业，15 个排放口超标中，废气超标排放企业 8 家，10 个废气排放口超标；5 家污水处理厂 5 个污水排放口超标。大同市新荣区污水处理厂 2015 年连续三个季度多项主要污染物排放超标，山西省厅予以挂牌督办；阳泉煤业(集团)股份有限公司发供电分公司第三热电厂、山西安泰集团股份有限公司焦化厂、山西宏安焦化科技有限公司连续三个季度超标排放，目前正处于治理设施改造中；山西潞宝集团晋钢兆丰煤化工有限公司连续两个季度超标排放；太原市长风清源水业有限公司氨氮排

放超过 3 倍以上。

山西省环保厅要求太原、长治、晋城、大同等市环保局分别对本辖区内环境违法企业实施处罚，并作为实施企业“绿色信贷”的重要依据。严厉打击第三季度严重超标和持续超标行为，若 2015 年年底以前仍未完成整改，在实施罚款处罚的基础上，各市环保局应责成违法企业对排污设施实施停产限产和按日计罚;对整改不力继续造成严重污染的，实施查封扣押并移送司法机关进行处理。

此外，山西省从今年第三季度开始按照提高后的主要污染因子排污费标准征收排污费，本次所公布第三季度超标企业，不得享受排污费征收标准减半政策，并对超标情况按新规定执行排污费加倍征收。

(个人观点，仅供参考，风险自控)