

中纸：8 月份生活用纸月报

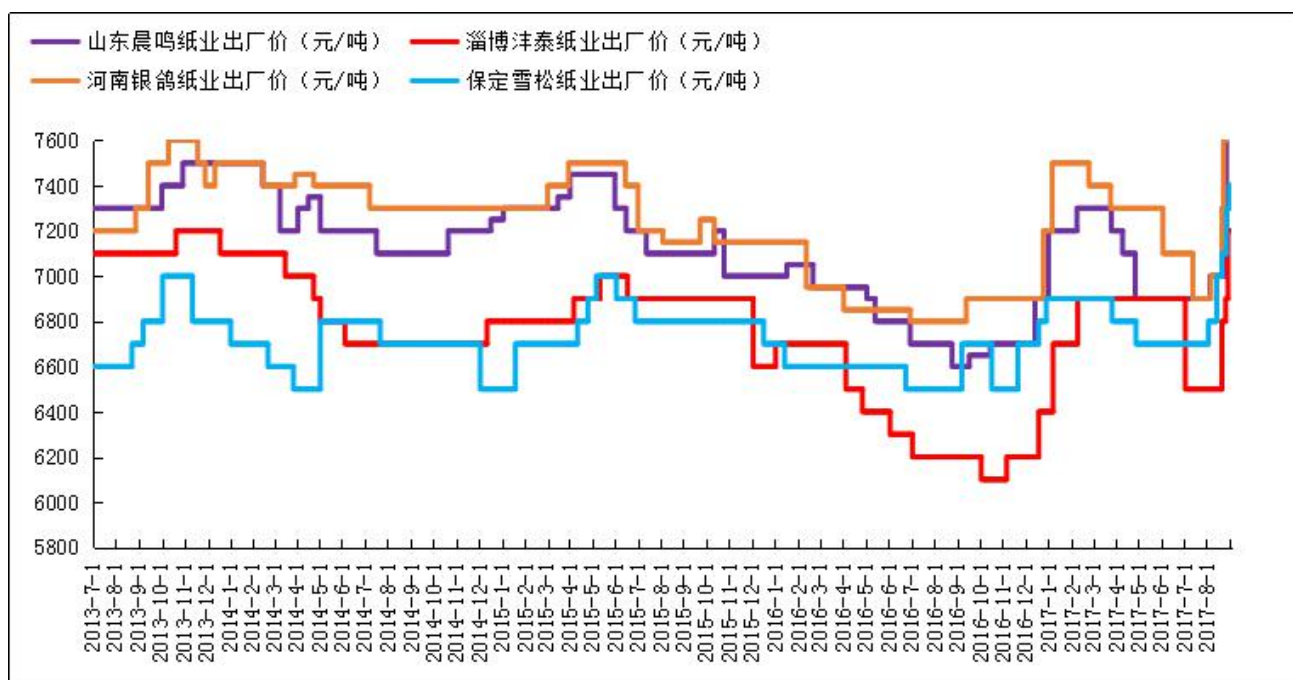
概述

北方纯木浆大轴纸市场：本月，保定地区纯木浆大轴纸市场整体交投活跃，纸价大幅调整。受原材料不断上扬等因素导致生活用纸整体价格持续回升。山东地区纯木浆大轴纸纸价上调，但随着市场近期下游终端需求增加，市场出现供不应求现象。加之原料持续上涨，纸价持续上扬，涨幅区间在 600-1000。月末山东地区多家发出涨价函，下月起价格仍会上涨。另外，河南地区受环保督查影响，部分纸企停机检修，市场整体产能缩减，一些大厂库存低位，纸价随之上扬。河南奥博纸业停机整顿，预计国庆后开机。

广西甘蔗浆大轴纸市场：本月，广西地区生活用纸原纸市场交投尚可，由于原材料上涨，价格有小幅上调，平均上调 600 元/吨。如盛兴、华泽、神龙、圣大等均上涨。

四川竹浆大轴纸市场：本月，四川地区竹浆大轴纸市场整体出货平稳，下游采购需求尚可，价格上调。在环保督查力度加紧，多数中小型纸企被要求停机整顿，整体市场开工率低下，竹浆原纸市场供需失衡，另因上游原材料价格持续上涨影响，竹浆原纸整体纸价上扬。本月，市场需求度加大，到了本月中旬大部分纸厂均发出涨价函，涨幅在 600-800 元/吨。

一、8 月份纯木浆大轴纸市场状况



1.1 北方各地区纯木浆大轴纸价格走势

图 1：北方市场代表性厂家纯木浆大轴纸出厂价格走势

数据来源：中纸在线资讯部

1.2 8 月份纯木浆大轴纸市场分析

河北地区：本月，保定地区纯木浆大轴纸市场整体交投放缓，纸厂库存正常。随着行业的变动，纸厂采取不同的政策，纸价有大幅的调整。目前保定地区纯木浆挂浆大轴纸未税主流报价 6500-7400 元/吨，纯木浆卫生纸 7400-7500 元/吨，半木浆大轴纸 6000-6400 元/吨。

河南地区：进入 8 月，河南地区受环保督查影响，部分纸企停机检修，市场整体产能缩减；原料上扬，下游持有买涨不买跌心理，纸厂成交量活跃，排产紧张，多家纸企发出涨价函。目前河南地区喷浆大轴纸主流未税报价 6900-7950 元/吨，挂浆大轴纸主流报价 6500---7600 元/吨。

山东地区：本月，山东地区纯木浆大轴纸纸价上扬，原料涨势迅猛，整体市场纸价持续跟涨。目前山东纯木浆喷浆大轴纸未税主流报价 7200-7700 元/吨，挂浆大轴纸 7000-7500 元/吨。

1.3 纯木浆大轴纸市场展望

8 月，木浆原纸市场行情持续走俏，北方地区木浆原纸市场整体交投活跃，受环保政策以及原料上调因素导致纸价不断上扬。月末，市场出现供不应求现象，各地区多次发出涨价函，依此推测从 9 月 1 号起仍有涨价的趋势。

二、8 月份甘蔗浆生活用纸市场状况

2.1 广西地区甘蔗浆及甘木混浆大轴纸价格走势

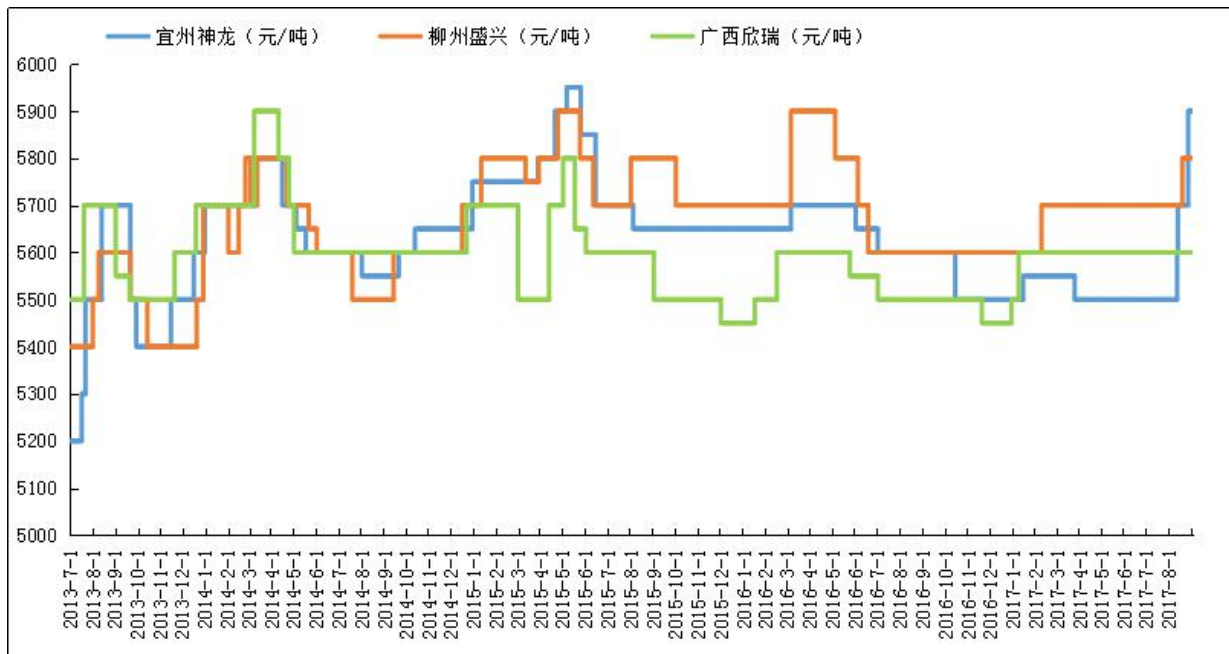


图 2：广西地区甘蔗浆大轴纸代表厂家价格走势

数据来源：中纸在线资讯部

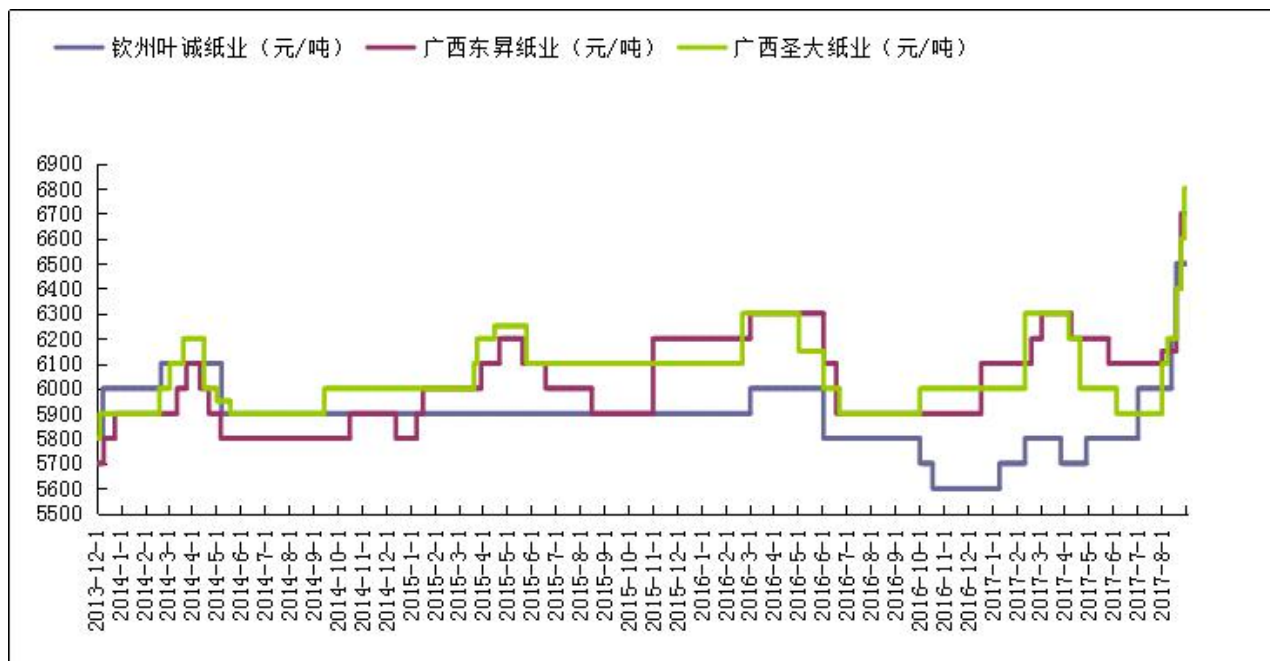


图 3：广西地区混浆大轴纸代表厂家价格走势

数据来源：中纸在线资讯部

2.2 8 月份甘蔗浆大轴纸市场解析

浆厂方面：广西地区甘蔗浆报价也是一涨再涨，由于甘蔗渣原料紧张，永鑫转产桉木浆，凤糖纸业月末安排停机检修，甘蔗浆产能减少，下游生活用纸逐渐步入旺季，采购气氛活跃，甘蔗浆市场交投良好；草浆及苇浆方面，辽宁振兴纸业漂白苇浆、湿浆报价上调，本月提前完成销售指标，下旬宣布封盘，恒联丰利纸业漂白苇浆也上调至 5000 元/吨。

纸厂方面：广西地区生活用纸原纸市场交投尚可，受原料上涨，原纸纸价上调。部分纸厂暂时仍观望为主，近期市场产销平衡，涨价同时持续运行，实单实谈为主。目前广西地区甘蔗浆大轴纸主流含税报价 5500-6500 元/吨，甘木混浆大轴纸 6200-6900 元/吨。

2.3 甘蔗浆大轴纸市场展望

进入 8 月份，广西地区生活用纸原纸已走出淡季，市场行情走俏，整体出货活跃，目前此现象持续升温，依此推测下月市场仍存在上涨可能。

三、8 月份竹浆生活用纸市场简介

浆厂方面：纸厂方面，川内小纸厂受环保督查影响，停机或者限产较多，整体开工率偏低，浆厂方面，凤生纸业自 8 月 2 日起检修 40 天，福华纸业本月因原材料采购影响停机检修数日，四川地区竹浆供应量缩减，报价提涨

竹浆大轴纸市场，8 月，四川地区竹浆大轴纸市场整体出货平稳，下游采购情况稳定，价格上调。随着市场对竹浆本色纸的需求日益增加，纸厂竞争也愈发激烈，多数纸厂价格有小幅变动，目前纸价向稳。四川地区竹浆大轴纸主流含税报价 7400-7900 元/吨。重庆地区竹木混浆喷浆大轴纸主流含税报价 7300-7500 元/吨，竹浆本色大轴纸含

税报价 7200-8800 元/吨。

四、2014 年厂家投产情况及 2017 年厂家投产计划

表 1 2014 年国内生活用纸已投产和计划产能

厂家	新增产能（万吨）	投产时间(年)	项目地点
APP	30	2014	海南海口
	6	2014	四川遂宁
	12	2014-5、12	江苏苏州
	6	2014	湖北孝感
维达国际	7	2014 四季度	广东江门
	6	2014 四季度	浙江龙游
中顺洁柔	12	2014-03、05	广东云浮
	6	2014-03	四川成都
恒安集团	12	2014-05、07	湖南常德
	12	2014-10、12	重庆巴南
东顺集团	1.6	2014-05	黑龙江肇东
	12	2014	山东东平
山东太阳	6	2014-06	山东兖州
高唐绿荫环保科技	15	2014-10	山东聊城
山东德广工贸	1.2	2014-06	山东东平
河北义厚成	5	2014-05、12	河北保定
河北雪松	2	2014 年一季度	河北保定
河北港兴	1.5	2014-07	河北保定
保定东方	3.2	2014	河北保定
保定成功	1.8	2014 初	河北保定
	1.8	2014-10	
盘锦东升纸业	5	2014-12	辽宁盘锦

浙江景兴	4.2	2014	浙江平湖
河南护理佳纸业	1.5	2014-10	河南鹿邑
赣州华劲	6	2014-04	江西赣州
永丰余造纸	5	2014-05	江苏扬州
	5	2014	广东肇庆
福建歌芬	6	2014	福建福州江阴港
晋江凤竹纸业	1.2	2014-03	福建漳州
福建铭丰	2	2014-03	福建龙岩
重庆维尔美	3	2014-05	重庆潼南
重庆理文	6	2014-07	重庆
云南云景	3	2014	云南景谷
云南汉光纸业	1	2014-08	云南玉溪
夹江汇丰纸业	2	2014-10	四川乐山
四川蜀邦实业	1.2	2014	四川彭州
四川绵阳超兰	1.7	2014-04	四川绵阳
四川三角纸业	1.2	2013-05	陕西兴平
四川安县纸业	2.4	2014-05	四川安县
东莞白天鹅纸业	3	2014-12	广东东莞
广东飘合纸业	2.4	2014-03、10	广东汕头
广东万隆纸业	1	2014-06	广东高要
广东信达纸业	3	2014-07	广东揭阳
江西华劲纸业	6	2014-04	江西赣州
广西华欣纸业	5.2	2014-08、10	广西贵港
广西荔森纸业	1	2014-12	广西河池
	1	2014-12	广西百色
南宁佳达纸业	1	2014-03	广西南宁
湖北真诚纸业	1.5	2014-06	湖北荆州

信息来源：中纸在线资讯部

表 2 2015 年国内部分生活用纸已投产和计划产能

厂家	新增产能（万吨）	投产时间(年)
APP	75	2015
维达国际	11	2015
恒安集团	24	2015
东顺集团	10	2015
太阳纸业	6	2015
浙江景兴	3	2015
重庆理文	6	2015
河北雪松	2	2015 下半年
河北港兴	1.5	2015-07
泰国双 A 集团	一期 5，二期 12	待定
东莞白天鹅	3	2015-04
江门新会宝达	2.2	2015-08
世纪雅瑞	1.2	2015-09

信息来源：中纸在线资讯部

表 3 2016 年国内部分生活用纸已投产和计划产能

厂家	新增产能（万吨）	投产时间(年)
河北金博士	11.2	2016-6
河北兴荣	3	2016-01-17 至 2019-01-17
金红叶三期	10.8	2016-2
安徽泰盛	10	2016
四川中顺洁柔	6	2016-6
四川艾尔	4	2016-10
广西桂海金浦	6	2016-4
海南金海浆纸	70	2016-5（二期）
宝马纸业	5	2016-8
恒安集团	36	2016-2017
三江维达	6	2016-8（四期）
重庆理文	24	2016
湖南东顺	10	2016-12

信息来源：中纸在线资讯部

表 9 2017 年国内部分生活用纸已投产和计划产能

厂家	新增产能（万吨）	投产时间(年)
中顺洁柔（湖北）	20	待定
江西泰盛	48	待定
江西致富	10	2017-3（一期）
江西理文	10	2017-3（一期）
恒安纸业（重庆）	12	2017-3（二期）
维达纸业（浙江）	6	2017 年中
广东东莞理文	10	2017-10
重庆理文	20	2017 年底
黑龙江泉林	20	2017-3（一期）
APP 集团	10	2017-2018
宁夏佳美	4	2017 年底
满城金光	2.4	2017-5
云南金晨纸业	9	2017-6（一期 4 万吨）
河北金博士	5	2017-6

信息来源：中纸在线资讯部

五、8 月份焦点新闻回顾

五、8 月份焦点新闻回顾

5.1 “纸护士”握手“倍舒特”共谋华北市场

2017年08月29日，橙十字科技有限责任公司与倍舒特企业达成战略合作意向协议。南北“纸卫”联姻或许就是区域破局的开始，每一步都在确立新高度的“纸护士”，或许又迎来重要的历史时刻。

据悉，双方已达成合作的共识，借助理文造纸的资源优势共同组建项目公司推动竹本纸在华北市场的拓展。同时，此次“纸卫”联姻得到理文造纸大力支持，必将把双方的合作升级到一个新的高度。此次合作让“纸护士”、“倍舒特”的全国布局进程步入快车道，强力推进竹浆本色向华北、华东的渗透。

“倍舒特”企业董事长刘崇久先生在交流中，对此次的战略合作做出了详细的剖析，本色纸将成为生活用纸发展的新趋势，利用产品功能优势在市场格局中能有效的对抗传统的漂白纸的竞争，增加渠道的粘性。在倍舒特的核心区域华北，得天时、拥地利、赢人和，对此次的战略合作前景充满信心，同时也希望通过此次战略合作整合更多渠道资源、人力及制造资源，最终实现倍舒特、纸护士全国布局的目标。

在沟通现场，理文生活用纸总经理颜建国先生希望双方品牌企业的合作能够带来更多的好消息，共同促进竹浆本色的全国布局，共建竹本纸的行业发展。

5.2 一封信 一个模式 一片湿地——美国专家为山东造纸企业点赞的背后故事

8月28日，在山东泉林集团董事长、总经理李洪法的办公桌上，记者看到一封来自美国的信函，这是国际知名制浆造纸专家、美国北卡州立大学教授张厚民写给李洪法的：“我们过去认为快速置换加热技术和液体置换技术用于麦草是不可行的。你们的发明证明我们的观点是错误的。你们做到了液体置换蒸煮，这是一项全新技术，在麦草制浆中未曾听说过。这种现代草浆制浆技术在这个世界上是唯一的，对中国这样的纤维匮乏的国家极其重要。我对你和你们的技术人员所取得的这一重要成就，表示由衷的祝贺！”

李洪法说：“这封信，我一直保留着，是对我的激励和鞭策。”

被这位国际知名制浆造纸专家首肯的泉林集团，20年前，还是一家濒临下马的小造纸厂。然而，被逼上绝路的这家小造纸厂却走上了一条前无古人的发展之路——草浆造纸。利用自主创新技术，攻克治污难题，使泉林成为目前世界草浆造纸的引领者。

1997年，山东省环保厅推行治理“15小”工程，其中就有小造纸厂。泉林的前身——高唐造纸厂，因未达到产能和环境标准，也在下马之列。

李洪法给省环保厅打了一份申请报告：只要给我们一个机会，我们定要闯出一条环保的草浆造纸的路子。环保厅一位领导看这位年轻的厂长有个闯劲，也有思路，就批准了泉林的报告。

在当时，与泉林规模相当的邻近造纸厂抱着“等等看”的侥幸心理，暂停了其只建设一半的环保工程，这导致4万多吨的制浆生产线停产，致使该造纸厂已被环保部门勒令关停。也有其他造纸厂扩大木浆造纸规模后，由于国际木浆价格波动大，无法承受过高成本而限产、停产，造成巨大的投资浪费。

而泉林不这么认为，它立足解决造纸业相关资源与环境问题，以实现清洁制浆造纸为出发点，开展了秸秆资源综合利用的全方位技术创新。目前，泉林已成功将241项自主创新技术、190项授权专利、5项国际领先技术收入囊中。前不久，国家公布了11个重点行业的清洁生产技术，其中6项在造纸领域，而泉林集团就占了4项。

凭借核心技术形成了独特的产业模式。泉林的产能日益扩大，但水资源消耗和COD排放总量却呈明显下降趋势。企业覆盖秸秆收储、制浆、造纸、制肥等全产业链的产业模式，被环保部、国家发展改革委称为“泉林模式”。泉林集团已经跻身国家第一批循环经济试点企业。其正在全国秸秆丰富地区推广“泉林模式”，输出泉林技术、装备及管理，目前吉林德惠市、黑龙江佳木斯市的秸秆综合利用项目已在建设中。

在高唐县城北部，泉林制浆造纸环保处理系统形成了生态湿地。距湿地不远处，总排口的液晶显示屏上清晰地显示企业外排水的即时水质指标。“我们的水质指标不仅遥遥领先国家和地方标准，也优于欧盟、美国等发达国家木浆环保标准，可供生产循环利用及农业灌溉。”公司副总经理任立华说。

“自从有了泉林湿地，我再也不用去外地拍鸟了。”高唐县摄影家协会主席于国新特别喜欢拍鸟，他说，“这里的鸟不仅数量多，而且品种也不少，不常见的就有10多种，像小苇莺，大苇莺，苍鹭，燕鸥等，常见的野鸭子有4种之多，红嘴的、翅长的、腿长的等。没人投食，为何这里聚集了这么多的水鸟？估计是这里野生植物多，小鱼小虾多，而且无人干扰，环境静幽，成了水鸟最佳的栖息地。现在天气开始凉爽起来，正是拍鸟的好季节，昨天，我就结伴而行在泉林湿地呆了半天。骑着自行车，带上相机。不用长镜头拉近，普通镜头就能把鸟拍好，因为这里的鸟没受过惊吓，不太怕人。”

记者发现，湿地的野花也不少，野菊花、蒲公英、蒲草到处都是。野菊花开的正艳。在排水口附近，泉林集团还在这里养了一群锦鲤，成群结队，见人来，就摇头摆尾地游过来……

5.3 生活用纸经销商的困惑：纸企在赚钱，我们怎么办？

随着电商的网络和技术地不断完善，物流水平不断提高，生活用纸行业以厂家为中心的经销商模式，面临重大变革，经销商的历史使命有可能已到终结的边缘。

随着市场地位的改变，那些名不见经传的商家，真正改变的是商业流通体系及其结构，即从传统而高度分散的批发与零售渠道，转变为现代意义的一体化网络经营的零售商及其 IT 支持下的物流体系；或者说，从“横向专业化”的结构，转向“纵向一体化”的结构。

商业流通体系及其商业企业的性质也随之改变，从生产企业的“小伙计”，转变为产业社会的“公共资源”，转变为社会大众共享的公共资源；类似交通网络、电力网络、邮政网络和通信网络这样的社会公共资源。

商业企业不再是某个生产企业的“推销者”，不再是大量生产方式的蓄水池；而是市场消费者的“采购者”，是市场消费者的“代言人”。

商业企业的存在价值，不是站在生产企业的立场上推销产品，而是站在消费者的立场上采购产品。

商业企业的命运，系于市场消费者的力量，以及为消费者牟利的意愿和能力。

这种商业流通体系及其性质的转变，意味着生产企业及其品牌一统天下的格局已经打破，意味着市场供求关系的价值排序已经改变，意味着生产企业必须改变外延扩张的生产方式，把产业价值链倒转过来统一于市场需求。所谓“市场需求导向”，意味着生产企业不能继续使用价格杠杆或商业折扣，把商业企业当作产品销售的渠道乃至转移库存的对象。

2 为什么说经销商的历史使命该结束了？

——市场结构的变化，是引发经销商使命终结的主要因素：

生活用纸经销商渠道模式产生与传统快消品行业的模式并无二致，来自于以往的国有批发流通体制，伴随着我国经济的快速发展，消费的快速增长，零售市场的快速发展而快速发展起来的渠道模式。

这种模式产生、发展的环境基础是市场以商品为主导，以品牌为主导，商品与品牌在市场当中有比较强的影响力。整体的市场环境是商品相对短缺，商品、品牌对消费有比较强的影响力。

目前，这一市场环境已经发生改变，整体快消品市场已经由商品相对短缺，变成极大丰富；在这种环境下，商品、品牌的影响力在下降。整体生活用纸市场重心已经由商品一端，转移到消费者一端。

因此，在这样变化了的 market 环境下，作为中间环节的经销商，如果继续以往的以产品为中心、以厂家为中心的营销模式，显然已经背离目前的市场环境。

在商品极大丰富，商品、品牌的影响力在逐步弱化的环境下，经销商的经营重点必须要进行转移，由以取得商品为重点，到以取得用户为重点，由以厂家为中心，转变到以客户需求、消费者需求为中心。

从目前经销商面对的问题来看，迫切需要转型。经销商面对的主要问题，是如何更好地服务好你的客户，如何更好的满足你的客户需求，如何更好地强化与你的客户链接，如何更好的帮助你的客户提升经营能力解决动销问题。

在厂家面对一系列市场问题的情况下，减少市场投入、压缩成本，已经在检验经销商独立的市场营销能力。同时目前看到的各大品牌在市场发生问题的情况下，首先调整经销商，也在提示经销商必须要进行转型。

——低效率、高成本的经销商模式，是到了需要转型的时期了：

目前的快消品经销商渠道模式，确实是一种不经济的渠道模式，效率低、成本高。

目前这种以品牌为中心经销商模式，规模小、营销能力弱的经销商企业，造成较大的资源浪费。一方面，厂家在现有模式下投入了较大的渠道资源，渠道成本在厂家产品当中占比较大；二是经销商高度分散，代理一个或几个品牌，独立的团队、物流、车辆，资源浪费比较严重。据有关测算，河南省现有快消品经销商物流配送车辆 3—5 万辆，如果行业规模得到整合，或实行统仓统配车辆可以减少一半或三分之二以上；三是企业规模小、营销能力弱。新经销的统计，有将近一半的经销商企业年销售规模在 1000 万左右，缺乏基本的营销能力，完全依赖于厂家的营销支持。

——B2B 新模式的冲击，在倒逼经销商企业转型：

目前的快消品 B2B 平台企业，大多企业模式建立的出发点就是以满足终端需求为起点，商品组合满足小店的一站式订货需求，物流效率满足小店的快速补货需求，营销组织帮助小店改善提升经营能力。

如果经销商还是代理一两个品牌，还是以厂家为中心，在 B2B 快速发展的环境下，真的是会面临无店可供的局面。

——多元化渠道发展，也在要求经销商需要尽快转型：

随着消费需求由大众化逐步转向小众化，随着电商的快速发展，随着新零售形式的不断创新，单一线渠道模式已经被打破。未来的快消品渠道模式必将是多元化的、个性化的、碎片化的渠道模式。

直接到家模式的 B2C，以其更大的便利性将会得到更大的发展。微信营销、社群营销的发展，未来的渠道模式将会更加得小众化。零售商自有品牌模式的发展，也会逐步影响品牌厂家的市场份额。

经销商还是依靠线下渠道，将难以支撑基本的生存。因此必须要寻求转型。

——厂家产品模式的调整，将会改变目前的经销商模式：

为满足小众化市场需求，推新品将是厂家应对当前市场需求的重要举措。在现有经销商模式难以承载的情况下，改变渠道模式，变革 B2B2B，或 B2B2B2C 将会是厂家渠道

变革主要方向，也就是厂家要建立直连终端，或是直接链接消费者的新的营销模式。这将是一个必然的选择。

目前，以恒安、维达为代表的厂家已经在进行这一方向的创新。恒安的“阿米巴模式”在很大程度上取代了某些经销商的一大部分功能。而维达将重心逐步向线上转移更是直接跳过了传统经销商的环节。

这些新的模式创新，都在要求经销商要尽快转型。

（市场在变，观点在变，仅供参考，风险自控）

中纸在线资讯部编辑 版权所有 禁止转载

责任编辑：邓美玲 0512-87662036

资讯监督：白敬涛 0512-87815117