

中纸在线 1 月第 3 周生活用纸周报

(2018. 1. 13-2018. 1. 19)

生活用纸研究组 0512-87662036

客 服 电 话 0512-87662036

纯木浆大轴纸市场：本周，生活用纸市场纸价稳中略下行，多家纸厂清理库存为主，市场整体交投较上周有所好转。河北地区本周出货一般，多数厂家顺延上周报价缓慢出货，厂家多根据各自订单排产，个别纸厂已停机清库为主，其中保定明月纸厂因前期库存较高，本周已停产，目前半木浆大轴纸不含税报价 7100 元/吨，保定立新纸业本周降价 100 元/吨。另，河北地区热蒸汽部分停供，后期或将再次带来小幅上调可能。河南地区生活用纸市场本周销量尚可，目前整体纸价向稳，纸厂本周开工率充足，河南护理佳纸业为刺激走货本周下调 100 元/吨。山东地区本周交投缓慢，个别纸厂报价较高，然下游接受度不高，实单多阴跌，商谈空间较大。山东潍坊含羞草纸业按行情给价，本周较上周下调 100 元/吨。

中纸在线预测：年底囤货旺季已到，然下游观望心理较大，预计木浆大轴纸市场或将持续走稳！

甘蔗浆及甘木混浆大轴纸市场：国产甘蔗浆方面，广西地区下游生活原纸节前备货状态良好，对浆需求维持平衡，部分工厂漂白甘蔗湿浆报价再次下调 150 元/吨。本周，广西地区生活用纸原纸市场交投氛围较好，年关将至，下游厂商已开始囤货，本周厂家开工率较高，纸厂多接单排产，纸价维稳。

中纸在线预测：广西地区已进入年底旺季，本周甘蔗浆价格有所回落，下期甘蔗浆大轴纸报价或将有窄幅回落可能。

目 录

目 录.....	
一、本周纯木浆生活用纸市场状况.....	
1.1 北方各地区纯木浆大轴纸价格走势.....	3
1.2 本周北方各地区纯木浆大轴纸出厂报价表.....	3
1.3 本周纯木浆生活用纸市场分析.....	5
二、 本周甘蔗浆生活用纸市场状况.....	
2.1 广西地区甘蔗浆大轴纸价格走势.....	6
2.2 本周广西地区甘蔗浆大轴纸出厂报价表.....	6
2.3 本周甘蔗浆及甘木混浆大轴纸市场分析.....	7
三、 本周焦点新闻回顾.....	
3.1 生活纸四大家族对本色纸的态度？	8
3.2 妇婴纸品消费市场不在北上广，在你的家乡	10

一、本周纯木浆生活用纸市场状况

1.1 北方各地区纯木浆大轴纸价格走势

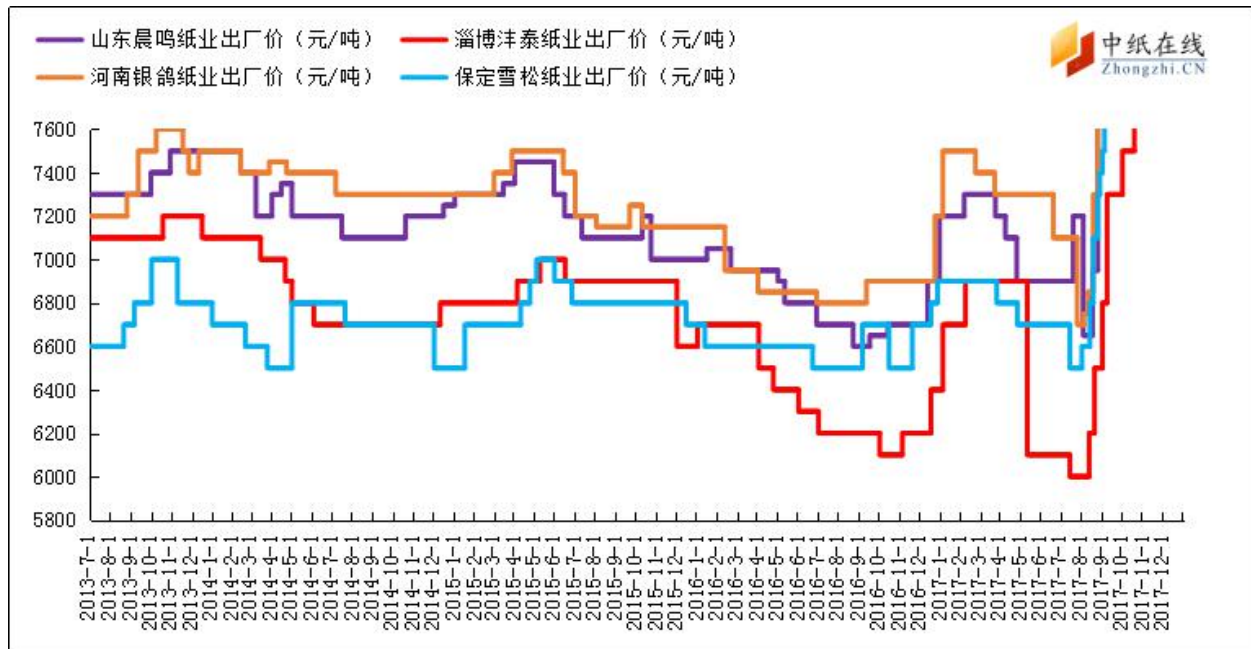


图 1：北方市场代表性厂家纯木浆大轴纸出厂价格走势

数据来源：中纸在线信息部

1.2 本周北方各地区纯木浆大轴纸出厂报价表

表 1：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	周涨跌	备注
漯河银鸽纸业	8300	8300	稳定	未税、喷浆
护理佳纸业	8200	8100	↓ 100	未税、喷浆
开封柄旭纸业	8150	8150	稳定	不含税喷浆

数据来源：中纸在线信息部

表 2： 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	周涨跌	备注
山东晨鸣纸业	8900	8900	稳定	卫卷大轴
山东东顺集团	8500	8500	稳定	喷浆含税
山东太阳纸业	8900	8900	稳定	卫卷大轴
潍坊含羞草纸业	8100	7900	↓ 200	卫卷大轴
淄博沣泰纸业	7900	7900	稳定	喷浆未税
青岛青山纸业	8000	8000	稳定	挂浆未税
肥城东盛工贸	8500	8500	稳定	挂浆未税

数据来源：中纸在线信息部

表 3： 河北地区纯木浆大轴纸出厂未税报价表（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	7500	7500	稳定	-
满城雪松纸业	8000	8000	稳定	挂浆
	8000	8000	稳定	喷浆
满城港兴纸业	7800	7800	稳定	挂浆
	7800	7800	稳定	喷浆单层
满城立新纸业	7700	7600	↓ 100	喷浆单层
满城飞跃纸业	8000	8000	-	-
满城顺通纸业	7800	7800	稳定	喷浆
满城成功纸业	-	-	停产	挂浆
	8000	8000	稳定	喷浆

数据来源：中纸在线信息部

1.3 本周纯木浆生活用纸市场分析

河北保定地区:河北地区本周出货一般，多数厂家顺延上周报价缓慢出货，厂家多根据各自订单排产，个别纸厂已停机清库为主，其中保定明月纸厂因前期库存较高，本周已停产，目前半木浆大轴纸不含税报价 7100 元/吨，保定立新纸业本周降价 100 元/吨。另，河北地区热蒸汽部分停供，后期或将再次带来小幅上调可能。目前保定地区挂浆大轴纸未税主流报价 7500-8000 元/吨，喷浆大轴纸 7800-8200 元/吨，成品卫生纸 8500-9000 元/吨，半木浆大轴纸 7000-7500 元/吨。

河南地区:河南地区生活用纸市场本周销量尚可，整体纸价向稳，纸厂本周开工率充足，河南护理佳纸业为刺激走货本周下调 100 元/吨。目前河南地区纯木浆大轴纸报价在 8100-8300 元/吨。

山东地区:山东地区本周交投缓慢，个别纸厂报价较高，然下游接受度不高，实单多阴跌，商谈空间较大。山东潍坊含羞草纸业按行情给价，本周较上周下调 100 元/吨。目前山东纯木浆喷浆大轴纸含税主流报价 7700-8500 元/吨，卫生纸大轴纸 7900-8500 元/吨。

中纸预测:年底囤货旺季已到，然下游观望心理较大，预计木浆大轴纸市场或将持续走稳！

二、本周甘蔗浆生活用纸市场状况

2.1 广西地区甘蔗浆大轴纸价格走势

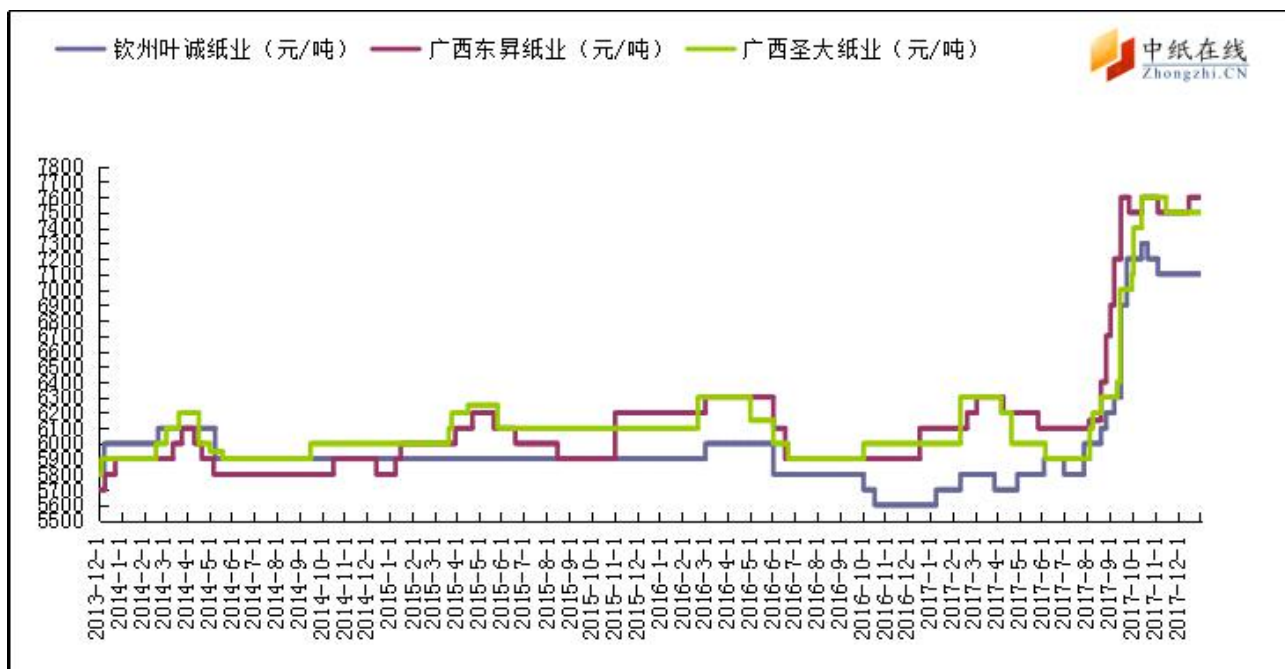


图 2：广西地区甘蔗浆大轴纸出厂价格走势

数据来源：中纸在线信息部

2.2 本周广西地区甘蔗浆大轴纸出厂报价表

表 3：广西地区甘蔗浆大轴纸出厂含税报价表（单位：元/吨）

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
广西东糖纸业	7400	7400	稳定	
广西盛兴纸业	7300	7300	稳定	-
宜州神龙纸业	6900	6900	稳定	-
柳州三星纸业	7100	7100	稳定	-

数据来源：中纸在线信息部

表 4：广西地区甘木混浆大轴纸出厂含税报价表（单位：元/吨）

厂家	上周出厂价	本周出厂价	涨跌	备注
广西桂中纸业	7200	7200	稳定	—
广西东昇纸业	7500	7500	稳定	含税
钦州叶诚纸业	7100	7100	稳定	—
广西华怡纸业	7000	7000	稳定	挂浆
广西纯点纸业	7300	7300	稳定	—

数据来源：中纸在线信息部

2.3 本周甘蔗浆及甘木混浆大轴纸市场分析

浆厂方面：国产甘蔗浆方面，广西地区下游生活原纸节前备货状态良好，对浆需求维持平衡，部分工厂漂白甘蔗湿浆报价再次下调 150 元/吨。

纸厂方面：本周，广西地区生活用纸原纸市场交投氛围较好，年关将至，下游厂商已开始囤货，本周厂家开工率较高，纸厂多接单排产，纸价维稳。目前，广西地区生活用纸报价在 6900-7500 元/吨。

中纸预测：广西地区已进入年底旺季，本周甘蔗浆价格有所回落，下期甘蔗浆大轴纸报价或将有窄幅回落可能。

三、本周焦点新闻回顾

3.1 生活纸四大家族对本色纸的态度？

为什么四大品牌中的三大品牌放缓了对本色纸市场的推广？之前轰轰烈烈上市之后就偃旗息鼓了？这个话题有点意思！当时我就给他讲，四大品牌中的：恒安集团、中顺洁柔、金红叶这三年都先后做了本色纸，现在白色纸都供不应求了，还怎么可能去大力推广原本体量就很小的本色纸呢？

通过事后的仔细思考，发现其中还真有不少奥妙？我们知道四大品牌里面有三大现在都在做本色纸：

中顺洁柔继续沿用“洁柔”品牌，以木浆为原料，开发自然木系列（本色纸），以低白度的概念切入市场；

恒安集团则采用新品牌“竹π”，放弃木浆原料改为竹浆原料，开发本色纸产品，以竹纤维本色产品概念切入市场；

金红叶纸业继续用“清风”品牌，以木浆为原料，开发天然木浆系列（本色纸），以木浆原色纸的概念切入市场。

而维达集团则迟迟没有加入“本色纸”的阵营... ..

本色纸的利润比较高，增长率也不错，为什么它们却没有继续发力了呢？其实通过仔细思考，我们回头来分析三大品牌做本色纸的过程与初衷，就不难发现其中的奥秘。

四大品牌白色纸的体量都是非常庞大的，而且都是以漂白木浆为原料的高档生活用纸品牌。在 2014、2015、2016 这三年中，市场属于产能过剩、售价走低、增长缓慢的时间段，几大生活用纸品牌都面临销售增长乏力的问题，他们又看到了“泉林本色”、“斑布”等几个新晋品牌却在本色纸这个高利润的品类持续实现高速增长，三大品牌为了解决销售增长的问题不得已而为之的战术行为，所以三大品牌做本色纸，其实不是出于公司长远战略的考虑，而是屈服于市场压力的短期行为。

如：恒安丢掉了原生木浆这样一个赖以生存的根基，改用毫无优势又受制于四川浆厂的竹浆为原料；“洁柔”做自然木，这个概念本来不错，但是错就错在

了“低白度”。什么叫低白度？在中国以前没有这个概念，在国外有这个概念，国外的这个低白度的概念用于再生纸，因为国外没有本色纸概念，它为什么叫“低白度”？那就是再生纸“白度”达不到八十几，如果要达到八十几的“白度”，需要再次进行漂白，这样做既有环保的问题又有纤维再次受损的问题，所以国外的低白度纸只适用于卫生间的擦手纸和卷筒纸，不能用做非卷产品；金红叶纸业的“清风”原木色产品上市就更慢了，借鉴“洁柔”自然木改用原木色，仅仅在原木纯品上做了匆匆升级。三大品牌在本色纸的操作上各有优劣，中顺洁柔和金红叶纸业为了留住自己在原生木浆的这一根本，继续强化了原生木浆的优势，没有选用毫无优势又容易被别人勒脖子的竹浆；恒安集团为了保持“心相印”品牌的独特性，改用“竹 π ”，这点立足长远。

那么我们再来讲讲维达纸业，他为什么不做本色纸？维达是一家国际控股公司，国际化的公司一般站在全球化的角度看市场，既然全球市场认可白色木浆纸几十年了，而且本来就没有本色纸的概念，那就暂不涉足“本色纸”这个地方特色品类。维达纸业 2014 年开始与大股东有业务整合，目前正在经营一个非常好的品牌“Tempo”，中文叫“得宝”，这个品牌的产品售价及利润不会低于本色纸概念的产品，重点是“Tempo”品牌力强，产品质量过硬，在国内追求稳定的高品质的消费趋势下，是可实现强劲增长，同时，作为一个销售覆盖全球的国际化品牌，而且扎根于体量最大的白色纸市场，未来前景可期。

再说维达纸业这样做可以错开在本色纸领域与其他三大品牌的竞争，专注在全球采购的白色木浆，供应链更为健康稳定，既坚持了专业性又可以走差异化竞争。维达纸业现在仍然坚持全力推广“维达”品牌，并加速推动“得宝”品牌，可以看出对未来的良性品牌力发展及推动毛利率增长是有一定规划的。

在 2016 年底-2017 年初的时候，国家严厉的环保政策和国际浆价大幅上涨开始影响到生活用纸企业，以上两个因素促使行业快速分化，四大家族的高品牌价值、专业团队运作、环保达标等优势凸显出来，呈现强者更强的发展趋势，四大品牌迎来了良好的发展机遇。之前由于木浆价格便宜，原纸价格便宜，中小加工企业能获得了非常优质低价的原纸，用“蚂蚁啃大象”的方式蚕食四大品牌市场的情形一去不复返。

严厉的环保政策之手和木浆价格高涨的市场之手同时帮四大品牌做了清场，2016 年之前产能过剩、价格倾轧，恒安集团、维达纸业、金红叶纸业不得不靠外

卖部分原纸来消化产能。而到了 2017 年，恒安和维达都基本停止了原纸外销，所有原纸都转化成品销售，所以说在这个时候，他们势必会放弃本色纸这个“心有余而力不足”的产品或品牌。

当然补充四点供大家讨论：

- 1、本色纸价格高，白色纸价格低，愿意卖低价是人的本性；
- 2、四大品牌的营销团队一直都是讲原生木浆+白色纸的故事，突然换个话题难受；
- 3、四大品牌各自白色纸增长 1%就是有一个亿的绝对值，而本色纸增长 100%或许还没有那么多，大家都是聪明人，这个账算得清；
- 4、本色纸市场越冷四大品牌越受益，越热嘛... ..不说了，你懂的。

综上所述，维达纸业暂不会做本色纸，其他三大品牌在现阶段性放弃，也就成了很正常的道理！

3.2 妇婴纸品消费市场不在北上广，在你的家乡

从 2016 年 1 月 1 日开始，中国全面二胎政策实施，对于消费市场来说，犹如打鸡血般沸腾，整个二孩政策的开放得益于中国人口结构的变化，一方面增加劳动力供给，减缓人口老龄化压力，更有效刺激终端消费市场，2017 年，新零售的到来，消费升级不断加码升温，整个终端消费市场于是乎在酝酿新的转机，那么，以二胎时代、消费升级出发，妇婴纸品未来消费市场在哪里？

2017 年，人口福利与消费升级的凸显，整个母婴市场，都呈现出爆发式增长，朋友圈离不开：晒娃，婴幼儿奶粉，纸尿裤，纸品代购销售，在母婴市场里分为婴童产品、婴童服务、孕妇产品和孕妇服务四大品类，而婴童产品所占市场份额最大，市场渗透率高于其他三大品类。母婴市场份额最大的品类属：奶粉、食品、纸尿裤、棉纺纸品为主，如果每个新生儿每年消费 1.5 万元，中国新生儿每年将带来数千亿的消费！

在最新城市数据排名显现出，资源聚集与生活多样是城市的最大优势，且不断吸引着年轻人涌入和留下。与此同时，高房价、拥堵与雾霾也开始真实地逼走一部分人，大城市

不再是他们最终的目的地。年轻一代择业择居的新标准也正在逐步改变，为未来留下成长和可塑的空间同样重要。

据 AC 尼尔森公开数据显示，三线以下城市生活成本较低，生二孩的意愿明显高于一二线城市。从线上消费统计来看，在一线城市购买母婴产品增长率在 30%-40%之间，非省会城市的增长率在 100%以上，部分三四线城市的增长甚至达到 200%-300%。大数据下，未来的营销和市场才能有的放矢，通过大数据分析，三四线城市的母婴消费增速，远甩一线城市几条街，我们的惯性思维，总是在拓展一二线城市的，优先抢占一二线城市市场氛围，殊不知，三四线城市的增长率却超乎我们的想象。

二胎时代，消费为何升级，回过头来思考，终究是人的升级，人消费思想的升级，而占领这个妇婴市场的人是哪一批人？80、90、00 将是未来十年妇婴纸品消费的主力军，他们消费在注重产品质量安全的同时，又注重产品的消费体验，从能用到好用，从好用到持续用，在信息透明化的今天，不在局限于电视广告宣传的今天，更多通过网络新媒体口碑的传导，这也给新的中小品牌提供更多宣传营销渠道。

在三四线城市，我们需要去思考还有实体店的问题，为何母婴用品线上消费增速高达 300%，其中一方面在三四线城市备孕的女性增长，为孕婴生活降低了不少成本，另一方面却反映出三四线城市线下实体店的困境，市级县城的母婴店里，其中中档品牌相对很少，而低端劣质产品却充斥着市场，从而给消费体验带来了极大的负面影响。

二孩时代，让我们看到了三四线城市可以围剿一线城市的战略，同时也看到了三四城市线下母婴店标准化的机会，妇婴纸品消费市场不在北上广，在你的家乡！在未来竞争加剧消费升级的时代，营销目标会不断发生改变，未来谁将能引领市场，那就需要超前的眼光和更精准的消费布局，紧随市场，才能不被市场所淘汰，这就是商场。

（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：李丹丹 0512-87662036

资讯监督：白敬涛 0512-87815117