

纸业行情

一季度巴西纸浆出口量增长

□本报记者 祝小霖 编译

根据巴西林木工业协会的数据,今年一季度,巴西纸浆产量达到610万吨,同比增长2.6%;纸浆出口总量为470万吨,同比增长12.9%;纸张产量达到270万吨,与其他国家的纸张贸易总量为48.92万吨。其中,包装纸产量达到150万吨,卫生用纸产量34.9万吨,同比增长5.8%。

“林业部门继续致力于为巴西和世界提供环保替代品。”巴西林木工业协会执行董事何塞·卡洛斯·达丰塞卡认为,纸浆生产的进步就是这一承诺的例子。从原材料中衍生出的几种生物制品,出现在如纸包装、书籍、尿布、湿巾和卫生纸,以及日常生活中的

衣服、药品、食品、化妆品等各个领域。这与国际市场当前的需求及巴西林木行业成功满足这些需求有关。

按货币价值计算,林业部门为巴西带来了1月至3月期间总计29亿美元的外汇。这一结果有利于巴西林业部门的贸易平衡,总额为26亿美元。

中国仍是巴西纸浆出口的主要目的地,今年前3个月的贸易额达到9.63亿美元,与2022年同期相比增长了38.2%。在纸张方面,拉丁美洲仍是巴西的主要买家,出口总额为3.95亿美元。

(译自美国森林与造纸协会官网)

4月美国印刷书写纸总出货量下降

□本报记者 祝小霖 编译

美国森林与造纸协会日前发布4月印刷纸月度报告。根据该报告,与2022年4月相比,美国印刷书写纸总出货量下降25%,总购买量下降21%。与今年3月相比,4月印刷书写纸总库存量下降1%。

与上年4月相比,美国未涂布纸、涂布纸和机械纸的出货量均有所下降,其中未涂布纸的降幅最小,约13%。与上年同月相比,3月末涂布纸和机械纸的进出口额下降,而涂布纸进口增长3%。今年3月至今,美国印刷书写纸净进口下降了9%。

而一季度的美国箱板纸季度报告则显示,与2022年一季度相比,今年一季度,美国箱板纸总产量下降10%。所有箱板纸等级的开工率环比均有所上升,挂面纸等级的综合季度开工率为83.5%,上个季度为78.7%;芯纸等级为90.9%,上个季度为86.1%。一季度的美国箱板纸出口产量环比增长22.9%,同比减少23.5%。美国箱板纸工厂库存自2021年9月以来首次降至40万吨以下。

(译自美国森林与造纸协会官网)



资料图片

日本五大印企2022财年业绩速览

□王英斌 编译

日本业界动向网站公布的日本印刷企业销售额最新排名显示,凸版印刷和大日本印刷高居日本印刷业前两位。可以说,日本印刷业依然是“两强体制”。排在第三至第五位的分别为日本写真印刷(Nissha)、共同印刷和日本创发集团。数据显示,2022财年(2022年4月至2023年3月),排名前五的日本印刷企业销售额同比均有所增长,但净利润同比增长的只有共同印刷和日本创发集团。排名前三位的凸版印刷、大日本印刷和日本写真印刷的净利润同比均有所减少。

凸版印刷。销售额16388.33亿日元,同比增长5.9%;营业利润766.36亿日元,同比增长4.3%;净利润608.66亿日元,同比减少50.6%。

2023财年业绩预期为,销售额16450亿日元,同比增长0.4%;营业利润780亿日元,同比增长1.8%;净利润430亿日元,同比减少29.4%。

大日本印刷。销售额13732.09亿日元,同比增长2.2%;营业利润612.33亿日元,同比减少8.3%;净利润856.92亿日元,同比减少11.8%。

2023财年业绩预期为,销售额14100亿日元,同比增长2.7%;营业利润670亿日元,同比增长9.4%;净利润660亿日元,同比减少23.0%。

日本写真印刷。2022年1—12月销售额1939.63亿日元,同比增长2.5%;营业利润95.20亿

日元,同比减少45.2%;净利润101.40亿日元,同比减少36.1%。

2023年1—3月销售额424.30亿日元,同比增长2.5%;营业利润亏损6.71亿日元;净利润亏损7.84亿日元。

2023年业绩预期为,销售额1920亿日元,同比减少1.0%;营业利润90亿日元,同比减少5.5%;净利润62亿日元,同比减少38.9%。

共同印刷。销售额933.63亿日元,同比增长5.6%;营业利润7.75亿日元,同比增长2.5%;净利润12.53亿日元,同比增长83.2%。

2023财年业绩预期为,销售额1010亿日元,同比增长8.2%;营业利润17亿日元,同比增长119.2%;净利润15亿日元,同比增长19.7%。

日本创发集团。2022年1—12月销售额644.16亿日元,同比增长17.9%;营业利润32.48亿日元,同比增长86.2%;净利润20.03亿日元,同比增长110.5%。

2023年1—3月销售额191.90亿日元,同比增长24.3%;营业利润13.83亿日元,同比增长68.4%;净利润12.84亿日元,同比增长101.0%。

2023年业绩预期为,销售额700亿日元,同比增长8.7%;营业利润33亿日元,同比增长1.6%;净利润22亿日元,同比增长9.8%。

(译自日本业界动向网站及各印企官网)

市场瞭望

海外印刷市场
上半年喜忧参半

□本报记者 祝小霖 见习记者 牟艺 通讯员 王英斌 编译

今年上半年即将收官,海外印刷市场也走完喜忧参半的上半场。本文重点关注美国、英国、日本三大印刷业发达国家,看海外印刷市场发展形势如何。

美国
市场并购在回暖

日前,美国《印刷印象》杂志发布美国印刷业并购现状报告。数据显示,今年1—4月,美国印刷包装行业的并购活动持续下降,4月更是一落千丈,达到近十多年来的最低水平。但同时报告也指出,美国印刷包装行业多个细分领域的市场并购在回暖。

过去几年,美国商业印刷领域一直保持稳步发展,一些商业印刷企业实现创纪录的收入和利润,并重新受到专业投资者的青睐。四年来,商业印刷企业破产数量有所下降。同时,报告还显示了另一个多年未见的现象:没有印刷业经历的买家收购了中小型非特许经营的商业印刷企业,他们认为印刷行业是一种可靠的投资领域。由此可见,商业印刷领域的并购活动并未一蹶不振,反而在不断增长。

从标签领域过去几年的交易量来看,标签印刷企业的并购活动一直火爆。报告显示,标签业务的整合主要因众多私募股权投资公司对标签市场的浓厚兴趣而推动。与标签印刷市场类似,私募股权投资公司还看到了折叠纸盒市场的机会,该领域的并购活动将进一步回暖。今年1月,包装盒生产企业的收购交易数量首次超过标签印刷企业。

如今,随着零售商重新开张,各种图形品牌市场蓬勃发展,宽幅印刷市场正在好转。但买家也有忧虑,最近的积极数据是因此前疫情导致被压抑的需求激增,不可持续。因此,他们对宽幅印刷领域的收入和利润大幅改善持怀疑态度。报告预测,未来,买家的

担忧将会消减,宽幅印刷企业的并购活动也将有所增加。

报告认为,工业印刷领域的并购活动和市场将会增长。受美国制造业回流政策的影响,标签等商品的生产将引起众多买家的兴趣。除了政策推动,美国本土工业印刷的增加也受其他因素影响。例如,此前的供应链中断问题,改变了企业对全球供应商的依赖。

英国
成本压力缓解中

英国印刷工业联合会日前对英国境内112家印刷企业进行的印刷展望调查结果显示,今年一季度,英国印刷包装行业面临挑战。在高成本和需求疲软的共同影响下,英国印刷业受抑制,一季度产量和订单都出现下滑。

调查中,38%受访企业表示一季度产量下滑。仅33%的受访企业表示产量有所上升,29%的受访企业保持产量稳定。然而,在一季度成本压力得到缓解后,二季度印刷市场的前景则更加乐观。43%的受访企业预计二季度的产量会提高,48%的受访企业预计产量保持稳定,仅9%的受访企业预计产量会下降。

当问及“印刷企业最关心的行业问题”时,68%的受访企业选择能源成本上涨,这一比例低于今年1月调查时的75%和去年10月调查时的83%。自去年4月以来,能源成本一直是印刷企业最担忧的问题。同时,54%的受访企业在该问题的回答上选择竞争对手的定价,更确切地说,是一些竞争对手的定价低于成本。这一比例与今年1月的比例相同。工资压力成为受访印刷企业第三担忧的问题,50%的受访企业选择了这一选项。这一数据与今年1月的51%相比略有下降,但仍位居榜单前三。近期最低工资水平的提高、工资结构和薪酬差异的连

锁反应,以及持续的高通胀水平,都加剧了印刷企业对工资压力的担忧。

“持续的、极端的成本压力,加上经济和政治的不确定性,侵蚀了印刷企业早些时候对市场复苏的信心。尽管当前面临挑战,但企业对印刷业前景仍然比较看好。预计之后通货膨胀率将大幅下降,能源成本进一步稳定。”英国印刷工业联合会首席执行官查尔斯·贾罗尔德表示。

与此同时,调查还首次包含了与可持续有关的问题,试图更多地了解印刷企业在改善可持续性方面采取的行动。调查发现,近38%的受访企业正在衡量自己的碳排放量。

日本
企业破产规模增大

日本东京商工研究所最新的一项调查结果显示,2022年4月至2023年2月期间,日本印刷业的破产数(负债1000万日元或以上)达59家,比上财年同期增长31.1%。

与疫情有关的破产数增至27家,比上财年同期增长50%。除市场萎缩原因外,疫情导致各种活动的减少以及旅游和婚庆需求的下降,对印刷业的经营造成重创。

日本印刷业的破产数自2019财年以来连续三年低于上财年。2021财年破产48家,为2003财年以来最低水平。破产数持续减少的原因是抗击疫情相关融资政策支持的效果显著。然而,在印刷需求复苏延迟的情况下,破产数在2022财年又急剧增加,疫情期间的融资政策支持效应已经消退。

此外,负债额在1亿日元以上的破产数为28家,同比增长115.3%,占破产总数近一半,约47.4%。与上财年同期占比28.8%相比上升了18.6个百分点,破产规模显著扩大。

东京商工研究所于2022年12月进行的“过度负债问卷调查”中,有46.3%的印刷及相关行业的受访者回答已负债累累。26.0%的企业表示“新冠疫情后(大致在2020年2月之后)负债严重”。在销售额下降的情况下,不仅过去的投资成为负担,而且依赖与疫情相关的现金流政策支持的企业债务也在快速膨胀。

疫情初期,日本印刷企业获得了融资政策的支持,企业破产得以遏制。然而,由于结构性缺陷削弱了企业的运营实力,与疫情相关的政策支持效应减弱,企业融资变得更加困难。此外,日元贬值、俄乌冲突等导致纸张和水电费等价格飙升,加之运费等成本增加,业界担心日本印刷业的破产将进入快速上升阶段。

印刷企业停业和业务解散同比增长了12.6%。2021财年,印刷企业停业或业务解散的有260家,同比减少16.3%,连续两年减少。然而,2022财年的4月至12月的9个月期间,停业数多达222家,比上财年同期增长12.6%。

自2003财年以来,停业和解散的日本印刷企业数量由2003财年的81家增加到2019财年的390家。此后,随着疫情相关政策的支持,从2020财年开始大幅减少,2021财年为260家。不过,按照目前走势,停业和解散的印刷企业数量超过2021财年的可能性越来越大。

(综合译自美国《印刷印象》杂志官网、英国《印刷周刊》杂志官网、日本印刷新闻官网)

全球印刷业全链条控制在发力

□本报记者 祝小霖 见习记者 牟艺 编译

日前,国外印刷专业网站What They Think第四届年度技术展望周期间召开的线上研讨会,对印刷业的最新趋势和技术进行交流探讨,其中,印刷业的数字化与自动化是研讨重点。与会人士均认为,印刷企业需要在全链条的数字化和自动化方面发力。

数字喷墨设备持续增长

调查机构数据显示,2020年至2028年期间,单张纸喷墨印刷设备将持续显著增长。该网站欧洲版编辑阿尔夫·施洛泽预测,包括A3、B1、B2和B3在内的所有幅面的单张纸喷墨印刷设备都将出现增长。

在A3幅面市场,设备制造商将推动少量的单张纸喷墨印刷设备应用到商业和出版领域。在B3幅面市场,得益于更高质量的输出和对铜版纸的支持,单张纸喷墨印刷设备将越来越多地进入商业领域。在连续纸喷墨印刷方面,施洛泽指出,尽管连续喷墨印刷设备市场已经成熟,但预计仍将持续增长,且这种增长主要来自更大幅面的喷墨印刷设备。

“尽管连续纸喷墨印刷设备的新增数量较少,但这些设备

的使用寿命很长,甚至比设备制造商预期还要长很多。因此,即使连续纸喷墨印刷设备的增长速度缓慢,但总体的使用数量仍然在持续增长。”施洛泽认为,随着连续纸喷墨印刷市场不断成熟,大部分新增的连续纸喷墨印刷设备正在转向标签、包装,以及工业和装饰印刷领域。

同时,数字喷墨印刷设备还越来越关注环保属性,包括可追踪性、碳排放核算、零废弃物以及支持环保材料等。“品牌、出版商和政府部门都在这一领域向印刷企业提出了更高要求。”施洛泽说。

向全产线连接转变

向自动化发展虽不是印刷行业的新趋势,但由于整个行业劳动力严重短缺,自动化变得更加紧迫。目前,印刷业正从单个设备的自动化向整个生产线的自动化转变。麦格鲁集团总经理帕特·麦格鲁认为,在激烈的市场竞争中,让企业脱颖而出最佳方式之一就是利用自动化提高效率。

研讨会中,施洛泽提出了印刷业发展关键的3项自动化技术,即高端喷墨印刷机视觉

系统、自动衔接技术、机器人技术。其中,高端喷墨印刷机视觉系统包括围绕该系统的自动化,如用于改进设置和解决问题的软件和人工智能技术等。

自动衔接技术能够帮助印刷企业提高效率。“如今技术的发展会帮助印刷设备更好地处理印刷流程间的衔接问题,自动化设备的优化正在全面展开。”施洛泽认为,在整个印刷生产过程中都需要加入自动化。

施洛泽举例说,这些年来,博斯特、海德堡和小森等印刷包装设备制造商都非常关注机器人技术。例如瑞士汉格拉克公司的书籍装订线分拣系统。“我们看到了各种各样的机器人——用小手臂抓取产品,也会在托盘中分类并帮助减少流程中的工作步骤。”

接下来,印刷企业将继续努力实现连接所有工作流程和步骤的自动化。施洛泽表示,这意味着设备制造商不仅要优化单个设备,还要着眼于整个系统,才能真正推动数字印刷的全面应用,并在竞争激烈的市场中创造机会。

循序渐进驱动自动化

印刷企业要实现全链条的数

字化和自动化,除了硬件领域的设备要向整个生产线转变外,软件方面也不容忽视。如今,几乎每家印刷企业都意识到数字化和自动化的重要性,但一家普通的印刷企业有几十个或更多的产品线,每个产品线都有更多步骤。印刷企业需要将其分解,循序渐进地实现。

像素点咨询机构(Pixel Dot Consulting)首席分析师莱恩·麦克阿比表示,印刷业仍然是有很多机械过程的行业,每家印刷企业的工作流程和步骤可能不同。因此,印刷企业必须意识到,制定符合企业现状的数字化和自动化目标很重要。例如,如果印刷企业此前偏重于半自动的工作流程,下一步应该专注实现关键工作步骤的数字化和自动化。如果印刷企业已实现局部的数字化和自动化,那么下一步就是构建更加智能的端到端系统,使其扩展到印刷全链条。

此外,麦格鲁和麦克阿比都强调了创建跨职能团队在数字化和自动化过程中的重要性。麦格鲁认为,团队需要拥有不同的经验和专业知识,才能发现问题并提供专业的解决方案。

(译自What They Think网站)