

## 纸业行情

## 2024年全球纸浆供应存上行风险

□郑红梅 编译

近日,全球权威的林产品价格报告和市场分析信息提供商博闻锐思常驻专家帕特里克·卡瓦纳就2024年纸浆价格的影响分享其观点。展望2024年,全球纸浆市场以更健康的基础进入新的一年。2023年市场上的库存过剩已经消化,供应方可能会受到工人罢工、自然灾害或机械故障等意外因素的影响。新商品浆产能的投资周期接近尾声,高利率带来了进一步关闭不良资产的风险,也阻碍了新项目的开发。尽管2023年供应管理成功,且2024年供应形势趋紧,但也存在上行风险,纸浆生产商仍然面临一个关键问题——需求。

中国纸浆市场需求激增。纸浆市场在过去一年经历了巨大变化,主要受到中国需求的影响。漂针浆(BSK)生产商的库存在第一季度达到历史最高水平,但在第二季度和第三季度迅速下降,到9月份基本平衡。这一过程中,需求和供应两方面都起了重要作用。一方面,中国国内消费的复苏促使买家增加库存,而纸浆价格的低廉吸引了更多的中国进口。另一方面,纸浆生产商为了适应市场状况,全年减少了超过140万吨的产量,这样,生产商的库存得以有效降低,市场的供需关系

也得到了改善。

产能关闭影响纸浆市场。由于永久性和无限期的产能关闭,全年针叶木浆市场的供应面受到影响。这些关闭涉及北美的6条商品浆生产线和芬兰的1家工厂,共减少了160万吨的商品浆产能。这些商品浆包括北方漂针浆(NBSK)、南方漂针浆(SBSK)、未漂白针浆(UKP)和针叶绒毛浆。关闭工厂的主要原因是木纤维供应的长期和短期压力,北美纸浆资产更新换代、高利率,美国和欧洲的纸浆、纸张市场5个季度周期性衰退等因素。只要这些因素持续存在,进一步关闭的风险就仍然很高。

桦木硬木硫酸盐浆(BHK)纸浆市场保持稳定。与BSK市场相比,2023年BHK市场的供应中断较少。BHK市场的产能是BSK市场的1.5倍以上,但意外停机的情况较少。BHK市场目前没有宣布2023年的任何永久关闭。全球BHK发运量增加,BSK发运量减少,表明纸和纸板生产商更倾向于使用成本更低的BHK来替代BSK。这种替代模式在全球平均配料份额中持续发展。

(作者单位:中华全国工商业联合会纸业商会,译自博闻锐思官网)



## 欧洲:2023年新闻纸需求下滑

□郑红梅 编译

2023年年末,全球权威的林产品价格报告和市场分析信息提供商博闻锐思对2023年世界印刷峰会的专家观点进行梳理。“印刷新闻纸业还能撑多久?”“新闻纸的消费量会降到什么水平?”这些都是去年11月份在德国法兰克福由世界新闻出版商协会(WAN-IFRA)主办的2023年世界印刷机峰会上参会者提出的问题。引起与会者广泛关注的议题之一是,2023年欧洲新闻纸需求大幅下滑。

丹麦新闻联合采购协会总经理托马斯·伊萨克森在圆桌讨论表示,2023年丹麦新闻纸消费量下降了约30%。他认为,这主要是由于纸张成本上涨所致,但他也指出,分销成本也越来越重要。“为了节省开支,出版商缩减了报纸的版面,并提高了报纸的售价。”

法国格拉梅奥公司首席执行官奥利维尔·德尔维尔表示,在法国,2023年新闻纸消费量同比下降20%,降至17万吨。他强调,这一数据只能与2020年相比,因为2021年和2022年受到新冠疫情的影响。德尔维尔将需求下降归因于纸张价格上涨、传单和广告的结构性减少、去库存的趋势以及零售商需求的急剧减少,零售商主要消费超级压光纸和热固新闻纸。

“新闻纸消费主要是由地方性报纸(占80%)推动的,因为全国性报纸在数字化方面投入越来越多。”德尔维尔补充道,法国出版商正在将新闻纸从42.5克降落到40克,以抵消高纸价的影响,目前还在试用38克的新闻纸。

德国报刊印刷和出版公司技术总经理安德里亚斯·乌尔曼表示,由于去库存,该公司2023年新闻纸消费量的下降幅度高于平均水平。“我们预计到新闻纸消费的下降,减少了40%的采购量,主要是因为从2022年到2023年积累了库存。《奥古斯堡总汇报》的新闻纸消费量同比下降了10%。”乌尔曼说。

峰会上,多位发言者指出,媒体公司仍在努力实现或恢复财务上的可持续性。新冠疫情期间,

印刷报纸的销量大幅下滑,而数字订阅则有所增长。尽管如此,目前印刷报纸仍是媒体公司最赚钱的产品。

比利时媒体之家首席运营官保罗·佛维尔特说:“2022年,我们的印刷业务将贡献70%的毛利润,而数字业务只有30%。我们预计印刷报纸在毛利润中的比重将在未来几年逐渐降低,到2030年将降到30%。”佛维尔特还说,印刷报纸是传播新闻的一种方式,对一些读者来说仍然有价值,因此对媒体之家的商业模式也很重要。

印刷报纸的经营难度越来越大,主要原因是收入减少和成本增加。印刷成本可以通过规模经济、跨媒体合作、流程自动化和整合等措施来降低,但分销成本却难以控制。佛维尔特预测,到2030年,每份报纸的发行成本将翻一番。

《法兰克福汇报》是仍然从印刷业务中获利的报纸。该报纸的数字产品出版人卡斯特恩·克诺普介绍,《法兰克福汇报》面临着老龄化的读者群问题,印刷版订阅者的平均年龄为68岁。因此,《法兰克福汇报》正在加大对数字领域的投资,包括TikTok这样的新兴平台。“我们要依靠数字业务来保持我们的竞争力,并继续出版和销售印刷版。印刷版仍然是《法兰克福汇报》收入的主要来源,占到了2/3。我们必须确保印刷版在未来几年仍然有市场需求。”克诺普说。

尽管面临各种挑战,出版商仍对2024年的报纸业务前景充满信心。根据世界新闻出版商协会的《2023—2024年世界新闻趋势》调查,对于未来一年和未來三年,分别有55%和58%的受访者对自己的公司感到乐观。出版商预计,由于选举和奥运会等重大事件的影响,2024年的收入预计将同比增长18.5%。该调查还显示,印刷收入仍然是出版商收入的主要来源,占比高达57%,超过了2022年的水平。

(作者单位:中华全国工商业联合会纸业商会,译自博闻锐思官网)

## 市场瞭望

## 全球印刷市场规模到2028年将增至1.16万亿美元

□本报记者 牟艺 编译

连日来,国际权威机构史密瑟斯研究所和美国《印刷印象》杂志等发布最新研究报告,预判2024年以及未来5年全球印刷包装市场发展走势。报告显示,2024年全球印刷市场整体向好,商业印刷市场投资热度不减,包装市场可持续性加速推进。预计到2028年,全球印刷市场规模预计将增长到1.16万亿美元。

## 喷墨印刷将成增长最快细分领域

过去几年,在技术进步、消费者需求变化及可持续发展的推动下,印刷行业快速发展,自动化进程持续推进,并持续到2024年。史密瑟斯研究所《到2028年全球印刷的未来》报告显示,到2028年的5年内,全球印刷市场规模预计将从8894亿美元增长到1.16万亿美元。其中,喷墨印刷预计将成为增长最快的细分市场,其复合年增长率为9.7%。全球印刷量将有所增加,从2022年的44.1万亿张A4印刷品增加到2028年的44.7万亿张A4印刷品。

数字化在印刷行业已广泛应用多年,过去几年的根本变化在于自动化进程的推进,以更好地降低印刷企业在管理运营中的成本,且这种趋势一直持续到2024年。随着喷墨印刷设备的成本下降,喷墨印刷将进入越来越多的应用领域并占据更多市场份额。印刷行业的自动化还有助于印刷企业吸引和留住员工,以及解决生产新型材料时必须具备的技能难题。越来越多的印刷企业关注自动化、关注可控流程,以节约生产周期和成本。

## 商业印刷市场投资热度不减

2024年,商业印刷领域市场预计将与2023年发展相似,销售额温和增长,但利润率依然紧张。根据美国《印刷印象》杂志预测,到2024年,商业印刷领域

销售额预计将增长1.5%—3%。商业印刷商所面临的最大挑战包括运营成本通胀,特别是劳动力成本上升,以及对价格上涨的有效应对。主要机遇则包括加强风险管理,利用人工智能以最大限度地提高生产力等。

根据报告,参与2023年第三季度印刷联合联盟行业状况调查的86家商业印刷商普遍认为,利率走势已导致客户“勒紧裤腰带”,而2024年的形势同样不容乐观。当被问及“2024年上半年商业印刷商最担忧的是什么”时,79.1%的受访者选择销售额能否增长。68.2%的受访者选择维持盈利能力,50%的商业印刷商对劳动力成本上涨表示担忧。近40%的受访者非常关心印刷品的电子替代品,仅2.3%的受访者关心自己获取必需材料的能力,低于2022年年初的94.7%。当被问及“计划如何在新的一年提高盈利能力”时,分别有超过77%、72.7%、63.6%的受访者计划通过更有效的控制成本、更有效的管理、更有效的营销来提高盈利能力。

与此同时,继续加大投资是令人鼓舞的选项。尽管存在诸多不确定性,70.1%的受访商业印刷商计划在新的一年投资设备、软件等,高于2023年年初的58.7%。最理想的资本投资包括装订系统、工作流程软件、商业喷墨、管理智能应用程序(MSI、CRM、ERP等)以及打印增强技术。同时,92.3%的受访者认为提高生产率是迄今为止的首要投资目标。

## 柔性塑料将居包装市场增速榜首

同样出自史密瑟斯研究所的最新报告《到2028年全球包装的未来》显示,未来,全球包装市场将进一步增长。到2028年,全球包装市场规模预计将从2023年的1.17万亿美元增长到1.42万亿美元,复合年增长率将达3.9%。从市场区域看,到2028年,



非洲、亚洲和中南美洲的包装市场规模复合年增长率将高于全球平均水平,发展中地区的包装市场增长将占全球包装市场增长的大部分。其中,仅亚洲市场就将同比增长5.3%。发展最快的市场是印度尼西亚、菲律宾和印度。中国已成为全球最大的单一包装市场,到2028年,包装市场规模将占全球的25.3%。中南美洲、非洲和中东尽管包装市场规模较小,但新兴潜力不容小觑。

从最终用途看,2023年,包含工业、交通、其他的包装细分市场,占据全球包装市场最大的市场份额,达到43%,其次是食物包装(28%)和饮料包装(14%)。从增速看,到2028年,医疗保健包装预计增长速度最快,复合年增长率将达5.7%。紧

随其后的是食品包装和化妆品包装,复合年增长率分别为4.4%和4.2%。

从包装材料看,柔性塑料和纸板将成为增长最快的两大材料类型,这反映出包装行业将以更强的可持续性为目标。其中,柔性塑料全球销售额将从2023年的1977亿美元增长到2028年的2532亿美元,复合年增长率将达5.1%,使其位居未来5年包装市场增速榜首。而包括瓦楞纸板、折叠纸箱和液体纸板的纸板市场仍是占比最大的细分市场,2023年其包装消费量为3738亿美元,占全球包装市场份额的32%;到2028年,该细分市场的复合年增长率将达到4.2%。

(综合译自史密瑟斯研究所、美国《印刷印象》杂志官网)

## 2024年海外印企三大新动向

□本报记者 牟艺 编译

日前,英国《印刷周刊》杂志开设《新年预测》专栏,以问答的形式邀请海外印刷协会及企业负责人预测2024年印刷企业发展动向。梳理多位海外印刷人的观点可以发现,2024年印刷企业将继续推动自动化进程,更加聚焦端到端的互联,同时关注行业人工智能的应用和减少碳足迹的有效途径。

## 全流程自动化势头更强劲

面对全球经济不确定性和客户需求波动,2024年,海外印刷企业将继续推动自身的自动化进程,提升企业生产效率,加强自身竞争力。

理光图文通信商业印刷部门总监蒂姆·卡特预计,到2024年,自动化将继续成为印刷行业的重点关注领域。虽然理光的调查数据显示,51.3%的印刷企业仍对实施自动化持怀疑态度。但不可否认的是,自动化和人工智能等技术可优化印刷流程。“我们预测更多的印刷企业将投资自动化,从而提高整个供应链的效率。”

弗里德海姆国际公司销售总监达伦·克兰也持类似观点。“2024年,印刷行业对自动化的需求会很高,且这种情况将持续下去。”达伦·克兰强调,将云技术与自动化相结合,集成会更容易,软件应用也将更强大。“这对印刷商来说是巨大的增长机会,尤其是在网络印刷领域。”

“2023年,质量更优、速度更快的喷墨印刷设备已大大简



海外印刷人重点关注印刷自动化连线。(本版图片均为资料图片)

化了印前和印刷流程。”在柯达解决方案营销总监威廉·曼斯菲尔德看来,2024年,将自动化孤岛整合到整体生产工作流程中的势头有望进一步加强。从分散的系统过渡到端到端的互联,将提高效率,使印刷企业实现更精确、反应更迅速的印刷生产流程。

## 人工智能应用领域更广泛

人工智能经过过去几年的实践检验,在各个行业的应用已逐渐普遍。新的一年,积极拥抱人工智能将成为众多印刷企业的共同选择。

“目前,公众对人工智能的态度似乎出人意料地积极。”惠普工业打印高级副总裁兼总经理海姆·莱维特认为,在印刷和包装行业,人工智能有望创造一种全新的工作方式。尤其是生成式人工智能,将加速人类与印刷机和系统交互的简化,为数字印刷

带来新的机遇。

理想科学工业株式会社英国董事总经理村上达男也强调,无论是未来的工作流程还是设备管理、色彩创作或设计中,人工智能无疑将成为印刷的一部分。“虽然大部分印刷工作流程已经自动化,但人工智能控制系统可将其提升到另一个水平。人工智能可以根据需要,对生产周期、物料流、停机时间和供应链信息等进行实时监控和评估。”

“印刷行业必须拥抱人工智能。”在IFS董事总经理埃里克·基恩看来,印刷企业越早地在业务流程中采用人工智能,就能越迅速地根据有意义的信息作出决策。人工智能将在印刷行业得到更广泛的采用。

蒂姆·卡特也充分认可印刷企业积极拥抱人工智能的必要性。虽然人工智能确实存在网络安全风险,但印刷企业可以从人工智能产生的效率、简化的流程和缩短的生产时间中受益。

## 减少碳足迹路径更持续

可持续性一直是印刷行业关注的重点话题。消费者对可持续印刷品需求的增加,将进一步推动印刷企业2024年在可持续领域的探索。

在独立印刷工业联盟总经理布伦丹·佩林看来,可持续的印刷产品将成为2024年印刷企业最大的机遇。“在生产过程中尽可能地减少碳足迹,并在营销过程中证明其印刷品的碳足迹,将成为印刷企业吸引买家的关键增长机会。”

“2024年,印刷环保材料领域的创新将激增。”迪普乐英国董事总经理马丁·特雷恩预计,2024年德鲁巴展会有可能会在循环经济实践和减少碳足迹方面取得重大进展。

村上达男认为,客户对环保、可持续印刷解决方案的需求不断增长,在消费者和企业责任的推动下,可持续印刷的趋势将不断增强。优先考虑可持续印刷方式的企业不仅能满足客户的需求,还能对环境产生积极影响。

施乐公司英国、爱尔兰和北欧地区图形通信和生产系统营销总监凯文·奥唐纳也肯定了可持续性这一趋势。“环境、社会和可持续发展将继续成为印刷商的重要组成部分。”他表示,在可持续性方面,越来越多的客户对供应商抱有高期望,要求其制订明确的计划和衡量标准来管理其碳排放及其对所在社区的社会影响。

(综合译自英国《印刷周刊》杂志官网)