

权威解读

聚焦可持续

数读包装业

2023

纸和纸板容器制造行业

●主营业务收入 2682.57 亿元
●利润总额 108.67 亿元

塑料薄膜制造行业

●主营业务收入 3781.04 亿元
●利润总额 178.54 亿元

金属包装容器及材料制造行业

●主营业务收入 1505.62 亿元
●利润总额 71.72 亿元

玻璃包装容器制造行业

●主营业务收入 603.12 亿元
●利润总额 35.14 亿元

(来源：中国包装联合会)

2023年包装行业经济运行数据出炉

细分领域各有亮色 纸包装利润大增

□孙玲

根据中国包装联合会统计数据，2023年，全国纸和纸板容器制造行业累计完成主营业务收入2682.57亿元，同比降低4.44%。塑料薄膜制造行业累计实现主营业务收入3781.04亿元，同比增长1.1%。金属包装容器及材料制造行业累计完成主营业务收入1505.62亿元，同比降低1.56%。玻璃包装容器制造行业累计完成主营业务收入603.12亿元，同比增长8.23%。

纸包装利润总额同比增长

统计数据显示，2023年，全国纸和纸板容器制造行业累计完成主营业务收入2682.57亿元。其中，12月完成主营业务收入270.32亿元，同比增长9.77%。1月—12月，全国纸和纸板容器制造行业累计完成利润总额108.67亿元，同比增长35.65%。累计主营业务收入利润率为4.05%，同比增长1.2%。累计亏损面为23.04%，同比增长1.14%。

从出口交货值情况看，12月，纸和纸板容器制造行业规模以上企业完成出口交货值10.6亿元，同比增长3.15%，较上月增加了0.66个百分点。1月—12月，纸和纸板容器制造行业规模以上企业完成出口交货值122.28亿元，同比降低2.84%。

进出口额方面，2023年，全国纸和纸板容器制造行业累计完成出口额

84.7亿美元，同比降低11.3%。出口额排在前五位国家依次是美国、澳大利亚、英国、日本、越南。全国纸和纸板容器制造行业完成累计进口额1.25亿美元，同比增长5.88%。

塑料薄膜营业收入增加

数据显示，2023年1月—12月，全国塑料薄膜制造行业累计完成主营业务收入3781.04亿元。其中，12月完成主营业务收入365.1亿元，同比增长4%。1月—12月，全国塑料薄膜制造行业累计完成利润总额178.54亿元，同比降低11.33%。累计主营业务收入利润率为4.72%，同比降低0.66%。累计亏损面为21.66%，同比增长1.68%。

从出口交货值情况看，12月，塑料薄膜制造行业规模以上企业完成出口交货值31.21亿元，同比增长10.61%，较上月提高了4.52个百分点。1月—12月，塑料薄膜制造行业规模以上企业完成出口交货值343.99亿元，同比降低4.33%。

出口方面，2023年，全国塑料板、片、膜、箔、带及扁条行业完成累计出口额203.03亿美元，同比降低2.51%。出口额排在前五位国家依次是越南、美国、印度、马来西亚、韩国。

进口方面，1月—12月，完成累计进口额101.02亿美元，同比降低

11.83%。进口额排在前五位国家（地区）依次是日本、韩国、美国、中国台湾、德国。

金属包装累计亏损面降低

统计数据显示，2023年，全国金属包装容器及材料制造行业累计完成主营业务收入1505.62亿元。其中，12月完成主营业务收入145.76亿元，同比增长5.03%。1月—12月，全国金属包装容器及材料制造行业累计完成利润总额71.72亿元，同比增长25.47%。累计主营业务收入利润率为4.76%，同比增长1.03%。累计亏损面为18.21%，同比降低3.02%。

出口交货值方面，12月，金属包装容器制造行业规模以上企业完成出口交货值7.8亿元，同比增长0.81%，较上月增加了17.12个百分点。1月—12月，金属包装容器制造行业规模以上企业完成出口交货值84.14亿元，同比降低14.33%。

从出口情况看，1月—12月，全国金属包装容器及其附件行业完成累计出口额27.59亿美元，同比降低10.52%。出口额排在前五位国家依次是美国、越南、俄罗斯、法国、阿拉伯联合酋长国。

从进口情况看，1月—12月，全国金属包装容器及其附件行业完成累计进口额1.61亿美元，同比降低15.49%。进口额排在前五位国家依

次是美国、德国、日本、韩国、丹麦。

玻璃包装营收利润率上升

根据数据，1月—12月，全国玻璃包装容器制造行业累计完成主营业务收入603.12亿元。其中，12月完成主营业务收入59.36亿元，同比降低4.06%。1月—12月，全国玻璃包装容器制造行业累计完成利润总额35.14亿元，同比增长58.13%。累计主营业务收入利润率为5.83%，同比增长1.84%。累计亏损面为20.95%，同比降低6.98%。

2023年，全国轻工全行业累计完成出口交货值27679.13亿元，同比降低3.65%。玻璃包装容器制造行业规模以上企业12月累计完成出口交货值2460.96亿元，同比降低3.65%，较上月增加了3.39个百分点。

出口方面，1月—12月，全国玻璃包装容器行业累计完成出口额29.27亿美元，同比降低0.64%。出口额排在前五位国家依次是美国、越南、阿拉伯联合酋长国、印度尼西亚、加拿大。

进口方面，1月—12月，全国玻璃包装容器行业累计完成进口额6271.62万美元，同比降低6.74%。进口额排在前五位国家（地区）依次是日本、意大利、瑞士、法国、中国台湾。

(作者单位：中国包装联合会)

从减塑到替塑 铝包装遇新机

□王克建

工业和信息化部、国家发展改革委等七部门联合印发的《有色金属行业稳增长工作方案》提出，有色金属行业涉及品种多、应用广、战略价值突出，是发展战略性新兴产业和国防科技工业的重要支撑，是维护国家资源安全和产业安全的重要领域。“加快推广食品用铝箔包装制品”的表述首次出现在国家部委文件中，而七部委联合发文，凸显了政府层面面对铝包装特别是对食品用铝箔包装制品的关注、认可和支持，被列为拓展有色金属消费，引导产品消费升级的重点产品。当前，扩大食品用铝箔包装制品的应用面临诸多新机遇与新市场。

铝箔包装替代塑料餐具

铝箔餐盒和容器是餐饮及外卖市场塑料餐具最佳替代方案，特别是集体用餐单位、大型活动和应急保障情况下的最佳配餐包装方案。铝箔餐盒方案中，食物可以完全密封，保证食物在运输、分发过程中不受细菌病毒的污染；食物不会遗撒，保持现场清洁。铝箔具有极佳的阻隔性，可以有效防止食物在高温环境下变质。尤其是在人员大量聚集的区域空间，如学校和医院，可确保食品安全和公共卫生。密封餐盒既可以混装、套装，也可分品种独立包装，还可以根据条件，给食用者提供多样化的搭配和选择。

在大型活动和集中用餐场所，可在现场设立配餐室冷藏和加热，随时供餐。消费者也可以采用多样方式加热食物。用餐后，铝箔餐盒可以现场压缩后储运，大大减少了垃圾量，提高了处置能力。目前不断提高和完善的社区垃圾分类回收体系，有助于提高铝箔餐盒与容器的分类回收，可进入城市垃圾回收系统，直至实现铝材料的完全回收。在垃圾焚烧时，铝箔餐盒与容器的焚烧也不产生有害气体。

最新的科学研究也表明，相比较塑料、钢、纸张、玻璃、木材等材料，冠状病毒在铝材表面存活的时间是最短的（2—8小时）。这表明，铝箔包装将有可能用于生鲜、食品和药品器材冷链储运的最佳包装材料。



本版图片均为资料图片

综合考量包装可持续性

无菌包装的传统应用领域是牛奶、饮料，这一市场一直保持稳定增长。这类产品中，铝箔的用量尽管较少，却是无菌包装的“灵魂”所在。铝箔优异的阻隔性成为这类包装产品实现包装价值的重要根基。在无菌包装和其他铝箔软包装领域，目前有所谓“去铝化”的声音提出，一些品牌商和包材制造商为了回避有关包材碳排放与回收的议题，开始研发和试用无铝的无菌包装和单一材质的包装产品，这看似对铝箔材料不利，将面临市场份额的挑战。但事实上，衡量食品及药品等包装材料和包装方案是否具有可持续性，碳排放显然不能是唯一标尺，应该对含铝箔包装进行全生命周期评估后才能做出正确选择。包装的可持续性议题要与被包装物一起进行综合考量，还应该考量保质期、保鲜性、资源效率、包装比、储运效率及能效等因素。

此外，家用铝箔产品有保鲜铝箔、铝箔抽纸、铝箔袋等产品，铝箔产品具有抗菌、保鲜、防串味的优异特性，可部分替代塑料袋，用于包裹食物、蔬菜、水果等，显著延长保质期和保鲜期，还可用于烧烤、烘焙和菜品烹饪。相关企业已加大这一市场的开发力度，新开发的家用铝箔产品在纯铝基础上添加抗菌钛金属，铝钛双重抗菌，抗菌率高达99.9%，可延长食材保鲜期10天。家庭消费是终端消费的主要领域，扩大家用铝箔产品的推广和应用，将助力替代塑料包装产品，加快减塑和去塑进程，有利于倡导和推进绿色环保的生活方式和消费方式。

由于多种原因，对铝包装可持续性的质疑一直存在，一定程度制约了铝包装更大范围的应用，行业面临新形势、新挑战。铝企业和铝包装材料为主的相关产业链企业正在通过努力，不断改善负责任生产、负责任采购和企业治理水平，提高责任能力，提高铝及铝包装材料的可持续性。同时，全球性的铝业倡议计划正在实施和推进，以应对可持续性的议题，推动实现铝对可持续性社会贡献的最大化。

(作者系中国副食流通协会食品包装专业委员会副会长兼秘书长)

创新包装为茶叶品牌“加分”

□陈广学

春节期间，消费市场活跃，茶叶也迎来消费高峰。品牌和包装对茶产品的销售尤为重要，包装不仅使产品具有安全又漂亮的外衣，更成为一种强有力的营销工具，直接影响到消费者的购买欲，是建立产品和消费者亲和力的手段。个性化创新包装可以将茶文化蕴含其中，从而提升品牌形象、增加销售份额，大大提升茶产品的附加值。

设计提升产品传播效能

品牌是建立在产品和消费者心目中的桥梁，对吸引消费者和促进产品销售至关重要。而包装是品牌形象的可视化呈现，是品牌商向大众传达企业理念和产品文化的重要渠道。包装与茶叶品牌的关系，具体表现在三个方面。

包装是品牌的视觉载体。消费者每喝一次茶，品牌都能被推广。消费者从选择、购买、拆开包装、饮用茶

到把茶叶当礼物送人等一系列过程，精美包装成为茶叶品牌与消费者最频繁的接触点。在无需销售人员介绍产品的情况下，消费者只需凭包装的外形和上面的图文信息就可以了解商品，从而决定是否购买。

包装是茶叶品牌的品质体现。包装设计和制造的优劣直接影响消费者对茶叶品质的判断，同时会对所属品牌产生连带效应，认为品牌的价值等同于茶叶品质，最终被归类于值得或不值得信赖的品牌。这个结果对于品牌塑造和茶叶销售都至关重要。

包装是茶叶品牌的传播渠道。承载着诸多品牌信息的茶叶包装，摆放在商场超市的货架上，就是一个个无声广告。在琳琅满目的产品中，品牌依附着茶叶包装被认知和购买，随着茶叶的质量、口味被逐渐接受和喜爱，品牌也深深植入消费者的心里。个性化创新包装以其出众的视觉识别力所形成的感官形象，能够帮助茶叶商品从众多竞争品牌中脱颖而出，使消费者留意、停顿、观察、赞赏并产生购买行为，这是茶叶商家所追求的理想化包装设计。

绿色环保材料成新宠

随着消费者需求变化和现代科学技术进步，包装科技不断发展与升级。目前，包装正朝着绿色、安全、智能以及数字化、可视化、个性化、功能化等方

向发展。

茶叶对包装材料的阻隔性有较高的要求，因此塑料薄膜被广泛使用。石油基塑料难以降解或易于形成塑料微颗粒，对生态环境和海洋生物的危害巨大，用生物基可降解材料取代传统塑料是实现茶叶绿色包装的必然选择。相关技术包括以植物纤维为主要成分的纸浆模塑技术、纸基材高阻隔疏水抗油涂层技术及以淀粉、纤维素、植物油、聚乳酸、聚羟基丁酸酯、聚羟基链烷酸酯和其他生物聚合物为主要成分的生物基可降解塑料等。

目前，多家茶叶企业推出了纸浆模塑成型的茶叶包装盒、牛皮纸茶叶包装袋、可降解塑料茶叶包装袋等环保包装产品。另外，环保包装还包括包装回收和循环利用等方式，通过回收、颗粒化和再生利用等方式，实现包装材料的低碳循环利用，逐渐被茶叶企业所关注和采用。

同时，茶叶包装通过引入智能包装技术可以实现与数字世界的融合。例如，茶叶包装上加入二维码或RFID电子标签，消费者可以通过手机扫描获取更多关于茶叶的产地、采摘过程、品尝方式及保质期等信息，也可以实现对茶叶品牌的真伪鉴别，避免消费者买到假冒伪劣茶叶，同时也有利于茶叶生产商保护自己的品牌。

此外，智能包装系统获得的大数据还可以使茶叶品牌商洞察茶叶消费者的个人特征和个性化需求，有利于开发有针对性的茶叶品类，扩大市场占有率。

