

纸业行情

国际造纸业掀起并购热潮

□郑红梅

4月初,在全球造纸行业变革与转型的背景下,全球造纸行业迎来3起重大并购事件,涉及金额超过300亿美元。这几起并购案不仅标志着行业整合的加速,也预示着未来可能涌现更多的并购活动。

国际纸业(International Paper)与蒙迪集团(Mondi)收购得斯玛(DS Smith)。美国造纸巨头国际纸业计划以超过50亿英镑的价格收购伦敦上市包装集团得斯玛。这一交易如获成功,将使国际纸业在欧洲市场获得更大份额,并拓展其在包装领域的业务。得斯玛作为欧洲领先的包装公司,将通过这次合并获得国际纸业全球资源和渠道的支持,进一步扩大其国际业务。预计此次合并将产生3.75亿英镑的成本协同效应,为股东创造价值。

与此同时,另一家全球领先的造纸和包装公司蒙迪集团,也在积极竞购得斯玛,并提出略高于国际纸业的报价。3月7日,蒙迪集团和得斯玛宣布达成协议,蒙迪集团将以全股要约收购得斯玛,总价为51.4亿英镑,约65.7亿美元。合并后的公司将成为市值超过100亿英镑的造纸和包装巨头。

国际纸业和蒙迪集团称努力在4月第二个周末之前宣布结果,但也可能推迟。媒体称,国际纸业的竞争对手蒙迪集团有机会赢得竞标。而行业人士称,蒙迪集团收购得斯玛的报价略高于国际纸业,但国际纸业在全球拥有更强的实力和影响力,其成功收购得斯玛可能性更大。此外,国际纸业已

经获得了得斯玛董事会的支持,这有利于其交易的顺利进行。

欧盟批准史墨菲卡帕(Smurfit Kappa)与维实洛克公司(WestRock)合并。欧盟委员会4月5日批准了爱尔兰史墨菲卡帕与美国维实洛克公司的合并。两家公司于2023年9月宣布这项价值近200亿美元的合并计划,并于同年9月签署最终协议。欧盟委员会评估后认为,鉴于拟议交易导致两家公司的综合市场地位有限,合并不会引发竞争担忧,已通知的交易根据简化的合并审查程序进行了审查。这一合并将创造全球第二大纸板生产商,对全球造纸行业格局产生重大影响。此次合并的批准,进一步加速了造纸行业的整合趋势,预示着未来可能有更多的造纸企业通过合并和收购来提高竞争力和规模效益。

蒙迪集团收购辛顿(Hinton)纸浆厂进军北美市场。4月1日,全球领先的包装和造纸集团蒙迪集团宣布完成对加拿大辛顿纸浆厂的收购,标志着其业务扩张至加拿大市场。辛顿纸浆厂原属于西弗雷泽木业公司,收购后蒙迪集团计划对其进行重大改造和大规模扩建,其中包括投资约4.32亿美元建设一台年产20万吨的新牛卡纸机。扩建项目预计将满足不断增长的可持续包装解决方案需求,并将工厂运营与蒙迪集团在美国的纸袋工厂进行整合。

(作者单位:全联纸业商会,综合译自国际纸业、蒙迪集团等官网)

2月印刷书写纸出货量基本持平

□本报记者 祝小霖 编译

美国森林与造纸协会日前发布今年2月印刷书写纸以及包装纸和特种包装月度报告。根据报告,与2023年2月相比,印刷书写纸总出货量下降1%,采购总量下降约1%,基本持平。包装纸和特种包装总出货量增长5%。

与去年同期相比,美国印刷书写纸总库存水平下降1%。其中,美国未涂布原纸、涂布原纸和机械浆纸的出货量变化喜忧参半。未涂布原纸出货量持平,涂布原纸出货量增长5%,机械浆纸

出货量则下降了17%。

根据2月包装纸月度报告,包装纸和特种包装的货运量与去年同期基本持平。其中,漂白包装纸中,食品包装为最大产品类别,货运量约为2.2万吨,与去年同期相比下降1.9%,年初至今下降3.0%。今年累计下降1.1%。未漂白包装纸的开工率为90.2%,较2023年2月上升3.7个百分点,但年初至今下降1.2个百分点。

(综合译自美国森林与造纸协会官网)

探索森林生物质新用途

□郑红梅

加拿大安大略省政府日前宣布,将在14项研究、创新和现代化项目中投资940多万美元,以开发未充分利用的木材和工厂副产品(统称为森林生物质)的新兴用途。这些项目将由安大略省森林部门投资与创新计划资助,旨在支持林业和浆纸行业的可持续发展。

其中,桑德贝纸浆造纸厂将以500万加元用于升级和改进设备,使工厂的电力系统现代化,以便未来采取措施扩大绿色能源生产、减少排放和增加森林生物质的使用。生物能源公司将以99.75万加元用于购买新设备和支持木材处理设施的现代化,以提高产量、提高效率 and 增加森林生物质的利用率。

探索生物质途径项目方面,格润曼陀森林公司将以6.25万加元将用于支持利用

现有木材生物质开发绿色氢设施,促进绿色能源生产并提高林业部门的可持续性。雷克海德公司将以3.2万加元用于研究含有森林生物质灰分的绿色混凝土的优势和潜在用途,推进森林生物质创新并支持替代建筑材料的开发。

创新生物产品制造项目方面,加拿大造纸研究所将以25万加元用于生物精炼厂、森林经营和生产设施的协同,以促进林业一体化,以支持新木材生物精炼厂的发展。鲁特城市林业将以24.5万加元将用于购买移动式森林生物质削片机和拖拉机来生产加热碎片,支持可再生能源生产,并提供清洁且经济高效的供热。

(作者单位:全联纸业商会,译自加拿大安大略省政府官网)

市场瞭望

美国印刷业2024年热门细分市场预测

食品饮料潜力较大 人工智能带来机遇

□肖睿

美国《印刷印象》杂志近日发布最新报告《2024年美国印刷业25个热门细分市场》。报告显示,2024年,美国印刷业预计将获得数十亿美元的采购订单,25个热门细分市场为印刷业提供广阔的销售增长机会。这25个细分市场份额将占到美国印刷市场总规模近99%,比2023年增长1%。其中,11个细分市场的印刷需求增幅将超过5%,9个细分市场保持-2%到4%的水平,4个细分市场将下降5%到17%。总的来看,尽管2024年美国印刷业面临挑战,但在食品等热门市场推动下,行业整体依然保持着稳健发展态势。

食品市场稳占鳌头 可降解材料需求增加

报告显示,2024年,食品行业预计将达到2.126万亿美元的市场规模,增长率高达8%;其印刷市场需求将达到342亿美元,同比增长10%。食品行业对印刷品的需求涵盖包装袋、标签、封口材料、外包装纸、纸盒、展示架以及产品内插入页等多种类型,占据总印刷需求的1/7以上。由于消费者偏好变化较快,该市场倾向于反应灵敏的印刷企业。

业内人士分析,尽管美国整体经济环境面临挑战,但食品行业对印刷品的需求依然旺盛。这主要得益于消费者对食品包装质量和美观度的要求不断提升,以及品牌商对包装作为产品营销手段的重视。同时,随着环保意识增强,可回收、可降解包装材料的需求不断增加,这为印刷企业提供新的发展机遇。

餐饮服务2024年的市场规模预计为1.055万亿美元,同比增长6%;其印刷市场需求为89亿美元,同比增长4%。其中,传统的堂食餐厅、酒吧和俱乐部连续第四年出现闭店数量超过新开店数量的情况。相反,快餐外卖市场持续蓬勃发展。

饮料市场2024年规模将达到6230亿美元,同比增长6%;而其印刷市场需求将达到133亿美元,同比增长7%。其中,百事可乐、百威英博、可口可乐和星巴克4家巨头公司占据印刷市场份额的1/3。饮料市场对印刷的主要需求集中在产品的包装及户外广告印刷,包括纸包装、金属罐、无菌包装、不干胶标签、瓶盖等。

在该榜单中,多个细分市场都展现出强劲增长的印刷需求。如排在第五位的旅游/酒店市场,其2024年市场规模为8480亿美元,同比增长12%;印刷需求为117亿美元,同比增长13%。近100亿美元的预订量将创下新纪录,而航空公司和机场的品牌重塑也将创下纪录。航站楼设施的合并、升级,以及国外和商务旅行的回归将相应提高对飞机上出版物、促销海报、企业宣传、安全标志等印刷品的需求。

凭借111亿美元的印刷需求,房地产跃升至榜单第六位,2024年将同比增长2%;其2024年市场规模为3.911万亿美元,增长率高达22%。虚高的房价和将近两位数的贷款抵押率将使潜在买家在原地观望,只有该市场供

2024年美国印刷业热门细分市场TOP10							
排名	细分市场	印刷市场需求 (亿美元)	印刷市场需求 增长率	排名	细分市场	印刷市场需求 (亿美元)	印刷市场需求 增长率
1	食品	342	10%	6	房地产	111	2%
2	医药	215	-2%	7	出版(非报纸类)	小于111	0
3	医疗保健服务	198	-7%	8	个人护理	110	6%
4	饮料	133	7%	9	金融服务	109	3%
5	旅游/酒店	117	13%	10	餐饮服务	89	4%
乔磊 制表							

医疗保健行业整体低迷 个人护理独树一帜

医药和医疗保健服务两个细分市场的发展势头却并不乐观。不论是其市场本身的增长率,还是印刷市场的增长率,都呈现出缓慢甚至负增长的趋势。

排在第二位的医药市场,其2024年市场规模预计为1.115万亿美元,增长率小于9%;而其印刷市场需求为215亿美元,同比下降2%。处方及非处方药对产品标签、折叠纸盒、样品包装等方面的需求将随着“专利悬崖”重塑市场而减弱——专利保护到期会导致山寨产品出现。而该行业的三大印刷需求巨头辉瑞、强生、雅培实验室在新冠疫情后的印刷需求也下降了1/5。

排名第三的医疗保健服务,2024年市场规模预计为5.081万亿美元,同比下降3%;印刷市场需求为198亿美元,同比下降7%。尽管美国进入人口老龄化时代,但入院人数和相应的第三方管理机构相关索赔仍在继续下降。

与医疗行业相关的个人护理市场,呈现出相反趋势,升至榜单第八位,其市场总额为6940亿美元,同比增长8%;印刷需求为110亿美元,同比增长6%。该行业注重产品包装创意和个性化,以吸引年轻消费者

的眼球。其市场繁荣主要以化妆品、护发和防晒产品等为引领,这些产品对轻量包装等的需求很大。虽然零售分销无处不在,但药店、沙龙和网络营销在小型目录、香味条、样品包、杂志插页、零售合作广告和精美装潢及展示方面的使用占据主导地位。宝洁是全球第五大印刷采购商,占1/10的市场份额,但随着公司剥离更多非核心业务,这一份额将缩小。西维斯健康和欧莱雅美国也将减少印刷采购,因为数百家新的、更贴近消费者的参与者正在抢占市场份额。

关键时期,主要得益于人工智能的发展和“奇点”的预期。一系列自我完善的技术正通过不断改进影响艺术和出版业,并渗透到商业和科学的各个方面。企业软件即服务将迅速崛起,其中5家领军企业占据该行业印刷市场2/3的份额,包括微软、甲骨文、思科、Salesforce和IBM。

面对机遇和挑战,美国印刷企业正在积极寻求创新发展。它们通过引进先进的印刷技术和设备,提高印刷品的质量和效率。同时,这些印刷企业加强与上下游企业的合作,共同开发符合市场需求的印刷产品和服务,并积极拓展新的应用领域和市场,以适应不断变化的市场环境。

(综合译自美国《印刷印象》杂志)

多个领域印刷需求强劲 人工智能令人瞩目

过于求时,其印刷需求才会增加。

作为仅次于房地产的第二大耐用商品行业,汽车业将跃升至第13位,其市场总额2.018万亿美元,同比增长6%;印刷需求79亿美元,同比增长11%。汽车的生产和需求将逐步恢复,但仍有超过1500万辆的新车短缺,且价格将上涨12%。而高利率和过剩的电动汽车库存将推动二手车销售占行业销售额的1/10。因此,印刷将加速应用于户外广告、个性化直邮、展厅图形、插页以及重新兴起的立体宣传册等领域。

值得一提的是,计算机硬件在该榜单虽然处于末尾的第24位,其市场总额为8110亿美元,增长率18%;印刷需求22亿美元,增长10%,但其正处于转型的

关键时期,主要得益于人工智能的发展和“奇点”的预期。一系列自我完善的技术正通过不断改进影响艺术和出版业,并渗透到商业和科学的各个方面。企业软件即服务将迅速崛起,其中5家领军企业占据该行业印刷市场2/3的份额,包括微软、甲骨文、思科、Salesforce和IBM。

面对机遇和挑战,美国印刷企业正在积极寻求创新发展。它们通过引进先进的印刷技术和设备,提高印刷品的质量和效率。同时,这些印刷企业加强与上下游企业的合作,共同开发符合市场需求的印刷产品和服务,并积极拓展新的应用领域和市场,以适应不断变化的市场环境。

(综合译自美国《印刷印象》杂志)

品牌包装数字化创新涌现三大动向

□本报记者 牟艺 编译

耐普克研究所日前发布最新研究报告《数字包装:蓬勃发展的机会》,对标签、折叠纸盒、软包装和瓦楞纸箱四大领域的印刷商和品牌商进行调查,旨在全面了解数字化技术在包装领域的应用。报告显示,包装印刷商和品牌商都在积极应用数字印刷技术赋能产品包装和品牌创新,但也面临不少挑战。

1 标签和折叠纸盒领域数字应用普遍

报告显示,虽然传统印刷技术在标签和包装领域仍占主导地位,但越来越多的包装印刷商正在采用数字印刷技术进行作业。当被问及“使用哪种印刷技术生产标签和包装”时,大部分包装印刷商表示,传统印刷技术仍是包装印刷企业最常用的工艺。其中,39%的受访者使用窄幅柔印技术,37%的受访者使用宽幅柔印技术,还有31%的受访者使用单张纸胶印技术。

数字技术的应用也与其相当,越来越多的包装印刷商配备数字印刷及相关设备。33%的受访者表示他们使用数字喷墨印刷技术,19%的受访者分别使用干式碳粉和液体电子照相技术。同时,15%的受访

者表示已投资柔印和数字技术相结合的印刷设备,还有15%的受访者表示已通过数字技术改造传统印刷设备。

可见,数字化在包装领域应用越来越广泛。具体到细分领域,数字印刷早期主要应用于标签和折叠纸盒领域,因此数字化在这两个细分市场的应用更为普遍。调查中,64%的标签生产商和60%的折叠纸盒生产商均表示,已经使用数字印刷技术。包装领域对数字化的应用正在不断扩展,虽然软包装和瓦楞纸箱生产的复杂性导致其对数字化的程度不如标签和折叠纸盒,但其整体使用量正在上升。在软包装和瓦楞纸箱领域,超过40%的行业受访者表示,至少在某种程度上应用数字印刷技术,且随着技术不断进步,预计其使用率将继续上升。

2 短版印刷与定制化包装需求日益增长

随着对更多定制和更短印数的需求,包装印刷商希望通过数字印刷技术处理短版印刷作业,帮助其更好地应对不断变化的印刷环境。

当被问及“在包装领域面临的挑战是什么”时,91%的受访者表

示,客户对较短生产周期的要求是影响其业务的重要挑战。27%的受访者表示,适应不断增加的短版印刷是一项重大挑战。

目前,数字印刷已成为包装印刷商公认的应对这些挑战的解决方案,这从调查结果中可以明显看出。在使用数字印刷技术的受访者中,36%的受访者表示,缩短生产周期是数字印刷带来的好处之一,34%的受访者选择数字印刷是因为其能够满足客户对更快周转速度的需求。紧随其后的是单次实现多版本印刷和个性化定制能力,各有31%的受访者将这些属性视为数字印刷的重要优势。这表明,在众多

包装印刷商看来,优化生产流程、提升生产效率是其选择应用数字印刷技术的重要原因。

3 传统与数字集成应用仍面临挑战

报告显示,尽管数字印刷技术已经证明其有能力解决紧迫的包装问题,但该技术的实施和集成应用仍面临挑战。在投资数字印刷时,包装印刷商必须认识到数字印刷与传统印刷之间的区别,并做好相应准备。

当包装印刷商被问及“从传统印刷升级到数字印刷中遇到的障碍”时,分别有47%和45%的受访者表达了对印刷技术之间颜色匹配和印刷质量的担忧。在他们看来,标签和包装的颜色一致性至关重要,因为包装品牌商认为色彩是整体形象的关键组成部分。

除颜色和质量外,包装印刷商还表示将数字工作流程与传统工作流程集成存在障碍。38%的受访者认为这是目前面临的重大挑战,还有28%的受访者表示,将印后处理与数字印刷输出相结合是引入数字化的重要障碍。

(综合译自包装印象官网)



资料图片