

纸业行情

北美 细分品类表现各异

□王英斌 编译

根据8月最新数据,北美纸业市场各细分品类表现各异,主要受需求变化、关税调整、库存波动等多重因素影响。

新闻纸领域,第一季度市场需求强劲,但由于进口关税变化和库存调整,第二季度需求放缓,6月需求同比大幅下降,预计2025财年需求将同比下降约14%。出口占总需求的一半以上,1至6月对亚洲、欧洲和南美洲主要市场的出口量也有所下降。加拿大制造商向印度和欧洲出口低价位纸品。由于国内外需求减少,北美制造商的生产利用率也低于去年同期。面对成本上升,一些制造商正在考虑调整纸品价格。

高档文化用纸领域,受第一季度进口关税的影响,北美市场对文化用纸的需求出现以进口产品为主的库存增加。但第二季度市场收紧,货物流动放缓。6月需求一度回升,但自7月以来再次放缓。为应对关税,进口产品的市场份额有所增加,但需求依然低迷,北美地区制造商的出货量有所减少。美国高档文化用纸价格年初上涨,5月至7月保持稳

定,预计本财年下半年价格将进一步上涨。

涂布纸领域,第一季度进口纸张库存增加,但由于关税谈判延长,第二季度市场行情疲软,进口量同比下降13%—14%。6月需求和进口都表现疲软。1至6月,涂布纸需求和进口量总体同比下降,但进口占比仍然较高。经济疲软导致广告用纸需求减少,北美制造商的出货量也有所下降。

瓦楞纸板领域,2025年上半年,美国市场瓦楞纸板出货量同比下降2.3%,降幅有所扩大。尤其是6月,由于季节性需求延迟和未来通胀压力,消费者和企业采购意愿减弱,同比下降4.6%。瓦楞纸板制造商的产量也同比下降3%,海外市场也表现低迷。瓦楞纸板出口量也大幅下降。由于相互关税的影响,今年下半年通胀压力令人担忧,瓦楞纸板消费将持续低迷。供需对策刻不容缓,自今年3月以来,已有多家工厂停产约240万吨的瓦楞纸板。

(译自日本纸品进出口商协会官网)

欧洲 纸张价格出现明显波动

□王英斌 编译

8月数据显示,欧洲各类纸品市场呈现出多样的发展态势,价格波动、供需变化以及企业战略调整等因素共同影响着市场走向。

新闻纸方面,由于制造商应对降价要求,预计第三季度新闻纸价格将呈下降趋势。市场需求总体符合预期,但由于北美市场竞争激烈,加拿大制造商正在欧洲市场实施灵活的定价策略,整体市场行情较为疲软。预计除法国外,欧洲市场价格将下跌5—20欧元,英国市场价格将下跌15—20英镑。

印刷纸及中档杂志纸市场中,需求低迷,供应过剩持续,给市场价格带来下行压力。一方面,芬欧汇川的埃特林根工厂计划停产,但尚未就该计划的实施发布具体公告;另一方面,萨佩的基尔尼米工厂已开始生产未涂布中档纸,未来市场前景不明朗。

未涂布高档纸市场的价格自6月开始下跌,7月继续走低。特别是亚洲制造商积极销售,导致复印纸供应过剩,这一情况使得欧洲市场普遍出现价格下跌,其

中德国、法国和英国等地的价格下跌尤为明显。

涂布纸市场的价格同样呈现下跌趋势,自6月开始下跌后,7月下跌速度加快。英国、德国和南欧的价格跌幅较为显著。尽管萨佩的基尔尼米工厂宣布转向生产未涂布中档纸,但涂布纸市场仍然供应过剩,为了维持市场稳定,下调生产能力已迫在眉睫。

瓦楞纸板市场的价格出现一定波动。5月上涨的牛皮纸价格,在7月因再生纸价格下跌而出现反转,回落至4月之前的水平。一些企业为了刺激订单,推出了降价和返利政策,但受夏季淡季的影响,这些政策的效果受到限制。从地区来看,英国和西班牙的价格保持坚挺,而意大利由于新机器的启用,价格进一步下跌。牛皮卡纸价格相对稳定,但由于再生卡纸市场疲软,部分地区价格出现暴跌。在意大利,由于美元疲软,北美产品的售价低于欧洲主要制造商,给当地市场带来了一定冲击。

(译自日本纸品进出口商协会官网)

印度 对从印尼进口的白纸板发起反倾销调查

□王英斌 编译

印度工商部下属的贸易救济总局已对从印尼进口的原浆多层抄白纸板发起涉嫌倾销的调查。此次调查是继去年10月对从智利等国进口的同类产品进行调查之后进行的。

印尼的亚太资源集团于2024年1月在其位于苏门答腊葛林芝的工厂安装了一台新的普通白卡纸生产机,此举刺激了对印度

的出口。预计到2025年末,印尼将超过瑞典,成为印度该纸品第二大出口国。

印度造纸制造商协会称,由于印尼国内市场的销售价格低于印度国内制造商的生产成本,进口量增加正在对印度造纸业造成重大影响。

(译自日本纸品进出口商协会官网)



资料图片

市场瞭望

2025年北美印刷企业榜单解析

马太效应加剧 结构性分化呈现

□薛帅 编译

美国《印刷印象》杂志日前公布2025年北美印刷企业300强榜单,通过2025年度销售额预测,揭示了行业发展新态势。当纳利集团预计以52.51亿美元销售额实现13%的同比增长,蝉联榜首,而300强榜单中较多出现收入降幅。这种头部企业逆势增长与北美印刷业整体市场下行的鲜明对比,凸显了北美印刷业在数字化转型与市场需求变革中呈现马太效应加剧与结构性分化并存的特征。通过与2024年榜单对比,可以清晰地看到行业格局的深度调整与发展逻辑的重构。

排名变动: 头部稳定 中段洗牌

2025年的10强榜单延续了强者恒强的格局,但中段企业出现洗牌。当纳利集团虽面临母公司查塔姆资产管理公司的战略调整压力,仍以52.51亿美元继续稳坐头把交椅,其近百家工厂的庞大产能为业务弹性提供了坚实支撑。西姆普莱斯集团保持第二的位置不变,32.9亿美元的销售

额较上年增长7%,印证了其专注特种印刷的战略有效性。榜单中段的变动尤为引人注目。洲际印刷公司从2024年的第六名跃升至第三名,尽管其销售额微降至28.1亿美元,但在整体市场下行的背景下,凭借包装印刷58%的业务占比,超越了表现不佳的同行。与之相反,科德公司从第三名滑落至第四名,销售额下降至27亿美元,降幅达10%,主要受占总业务量31%的目录印刷和占总业务量26%的出版物印刷等传统业务板块受数字化冲击的影响。

最值得关注的新晋力量是敏特曼印刷国际公司,该公司从2024年的第十一名上升至第十名,销售额从5.82亿美元增长至6.36亿美元,增幅达9%。其独特的连锁经营模式使其工厂数量达到1016家,成为榜单中生产

北美印刷企业2025年度销售额前10名 (单位:亿美元)			
排名	公司名称	销售额	同比增减
TOP1	当纳利集团	52.51	13% ↑
TOP2	西姆普莱斯集团	32.9	7% ↑
TOP3	洲际印刷公司	28.1	4% ↓
TOP4	科德公司	27	10% ↓
TOP5	泰勒公司	22 (预估)	—
TOP6	CJK集团	12 (预估)	14% ↓
TOP7	湖边图书公司	10.84	—
TOP8	当纳利金融解决方案公司	7.82	2% ↓
TOP9	营销网	7.65	7% ↓
TOP10	敏特曼印刷国际公司	6.36	9% ↑

制表 王书亮

基地最多的企业,这种资产扩张模式为其在市场波动中赢得了竞争优势。

业务领域: 包装印刷崛起

2025年的业务分布数据清晰地反映了市场需求的结构性变化。包装印刷成为抵御行业下行的重要力量,当纳利集团的包装印刷业务占比从2024年的43%微调至39%,仍是其第一大业务板块,这与食品包装市场规模的同步增长高度契合。洲际印刷公司更是将包装印刷业务占比提升至58%,精准抓住了宠物食品包装市场的增速红利,该细分市场已成为包装印刷增长最快的领域之一。

特种印刷继续展现专业化优势。西姆普莱斯集团坚持100%特种印刷业务的战略,在个性化定制和高附加值印刷领域建立了难以替代的竞争壁垒。当纳利金融解决方案公司虽排名第八,但在软件解决方案和技术支持服务领域的拓展,显示出特种印刷向“印刷+服务”模式的转型。

传统印刷板块则普遍承压。科德公司的目录印刷业务受数字

化阅读习惯普及影响显著,其31%的业务占比成为拖累整体表现的主要因素。直邮印刷虽仍是营销网的重要业务,但增长势头已明显放缓,这与电信行业印刷需求下降的趋势一致。图书印刷方面,湖边图书公司以99%的业务占比专注于该领域,而CJK集团图书印刷与非图书的出版物印刷业务各占43%,形成互补格局。

技术应用: 数字印刷渗透加速

2025年各头部企业的技术应用数据显示,数字印刷技术已成为标配,但应用深度存在差异。

当纳利集团全面布局连续卷筒数字印刷、单张纸数字印刷和宽幅数字印刷等系列数字工艺,与其多元化业务结构形成精准匹配。营销网和敏特曼印刷则在数字与传统工艺融合方面表现突出,均采用了胶印、数字混合印刷技术,兼顾效率与灵活性。

技术选择与业务定位呈现明显相关性。专注包装印刷的洲际印刷公司重点发展柔版印刷技术,以适应包装材料多样化的需求。而科德公司保留的凹版印刷能力,则主要服务于其出版物印

亚太地区包装市场增长强劲

□薛帅 编译

史密斯研究所日前发布《亚太地区包装法规的影响:六大行业关键举措》白皮书。数据显示,2025年,亚太地区包装市场规模预计达到5352亿美元,2025年—2028年期间复合年增长率为4.1%。值得关注的是,预计到2028年,该地区包装消费量的增长速度将高于全球平均水平,展现出强劲的市场活力。这一增长趋势既得益于亚太地区整体经济的持续发展,也与消费市场的扩张、产业升级等因素密切相关,为包装行业的进一步发展提供了广阔空间。

产品包装创新升级

根据白皮书,从终端用户领域来看,工业、运输等领域是包装产品应用最为集中的场景,其需求量在各领域中占据主导地位。食品和饮料领域紧随其后,作为日常消费的重要组成部分,对包装的稳定性与安全性有较高要求。

在增长速度方面,首先是医疗保健领域对包装产品的需求增长最快,专业化的包装能更好地保障药品和医疗用品的质量。其次是食品和化妆品领域,其中,化妆品领域的增长尤为突出,主要得益于个人可支配收入的增加、预期寿命的延长,以及消费者对健康和个人形象的关注度不断提升,推动了各类化妆品包装的创新与升级。

按照产品类型划分,亚太地区的包装产品种类丰富,可分为软质塑料、硬质塑料、玻璃、软质金属箔、纸板、软质纸张、金

属等类型。其中,纸板是最大的包装产品种类,凭借其可回收性强、成本相对较低等优势,在各类包装场景中广泛应用。随着网购市场的扩张,消费者对可持续、可再生包装材料的关注度上升,纸包装产品销量将继续保持高速增长。

数据显示,2024年—2028年,软质塑料包装产品增长最快,预计增长率为5.1%。包装材料替代中,在食品等市场方面,软质塑料包装正逐步取代硬质塑料包装材料;硬质塑料包装正取代玻璃瓶、玻璃罐等传统包装。

随着亚太地区经济持续快速增长,消费者环保意识不断提升,法规在引导包装行业走向可持续性、高效性和合规性方面发挥着日益关键的作用。史密斯研究所认为,亚太地区的包装法规设定了标准,但要实现真正的可循环,仅靠孤立的合规行动还远远不够。从使用后回收材料应用到废弃物管理和回收,任何环节的成功与否,都依赖于产业链相关方的联动行动。政府的法规驱动、品牌方的回收策略、供应商的创新以及回收解决方案,并非独立举措,它们共同构成了相互依存的生态系统。只有通过产业链各方的战略协同,将这些行动有机结合,才能实现法规的最终目标,即构建可持续包装生命周期,达成真正的材料循环。

六个维度解析法规

史密斯研究所发布的白皮书从六个维度解析包装法规的重

要性及其关键点。

一是使用后回收材料的应用。使用后回收材料虽可作为可持续包装的重要助力,但必须优先考虑其安全性,确保符合食品接触材料的相关法规要求,最大限度降低使用再生塑料的潜在风险。在各国实践上,日本已针对饮料、日化化妆品及家用洗涤剂容器发布自愿性包装可回收性设计标准,其中包含2025年再生塑料包装材料的使用要求。2025年4月起,印度强制要求塑料包装制造商、进口商及品牌方在塑料包装中使用再生材料,且使用比例将逐年提高。预计到2029年,亚太地区食品级使用后回收材料(塑料类)消费量将超过10万吨。

二是材料创新与替代方案。各国政府正通过立法解决塑料垃圾问题,推动产业链各方开发生物可降解材料、环保替代材料,提供其他可持续解决方案。在食品领域,阻隔涂层纸和纸板在冷藏食品、甜品领域的市场份额不断提升,单一材料软质塑料使用量增加,生物可降解塑料的应用扩大。在饮料领域,可再生浆纸瓶即将实现全面商业化应用。在运输物流领域,电商产品的软质包装将逐渐从塑料向纸张转变,从聚苯乙烯向纤维基防护包装和空隙填充材料转变。在个人护理领域,高端品牌和快速消费品企业将优先选择纤维基包装,难回收塑料的使用量将明显减少。

三是可重复使用且可重新装填包装。这些可重复使用包装在亚太地区各国中均有实践案例。例如,泰国最大连锁超市托普斯

刷业务。这种技术布局差异反映了企业在细分市场中的专业化深耕策略。

值得注意的是,数字印刷在包装领域的渗透正在加速。根据史密斯研究所发布的数据,全球包装数字印刷市场预计将从2025年的220亿美元增长至2030年的369亿美元,年复合增长率达10.9%。头部企业中,当纳利集团与西姆普莱斯集团已率先布局宽幅及超宽幅数字印刷,为电商包装和大型展示用品等新兴需求做好了技术储备。

运营特征: 规模效应与灵活模式并存

2025年的运营数据揭示了两种商业模式:当纳利集团以3.5万名员工和近百家工厂构成的规模化运营体系,支撑起52.5亿美元的销售,展现了传统印刷巨头的体量优势。而敏特曼印刷以未公开的员工数量运营1016家工厂的轻资产模式,则代表了连锁化、标准化的创新路径。

企业性质对战略选择的影响依然显著。在10强企业中,私有企业占据6席,上市公司占4席。私有企业如泰勒公司和CJK集团更倾向于保持业务数据的私密性,连续两年维持销售额预估状态。而上市公司如西姆普莱斯和洲际印刷公司则通过透明的财务数据和业务披露,获得资本市场的持续关注。

可以看到,2025年北美印刷行业10强榜单清晰地勾勒出行业的转型轨迹,运营模式呈现规模化与灵活性并存的特征。当纳利集团的持续领跑与敏特曼印刷的快速崛起,分别代表了行业在存量优化与增量拓展中的探索。未来,随着环保要求升级和技术迭代加速,能够在专业化与多元化之间找到平衡的企业,将在日趋分化的市场中占据更有利的位置。

(译自美国《印刷印象》杂志)