

PULP DIRECT



upm纸浆

UPM 纸浆 • 客户简报

可持续型包装的未来

1/2018

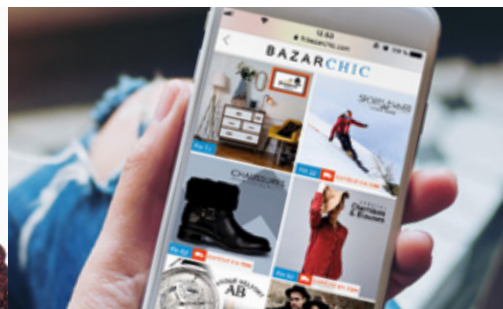
 #pulpdirect



完整服务
完美包装



包装深刻影响
可持续发展



电子商务转向
移动客户端



对冲交易减少价格
不确定的波动性

完整服务 完美包装

包装必须具备几个非常基本的要素，但同时又具有其他极其重要的功能。首先，它需要保护包装内产品的运输和储存安全，有时甚至需要保证产品的使用。另一方面，包装的视觉外观应该表现品牌所代表的意义。任何包装所用的纸浆都会影响到以上所有因素。

每款包装纸板都有一些自身的独特要求。包装需要能够承受多少压力？你的包装需要有特定的外观和风格吗？你的包装对价格有多敏感？你的包装是通过纸板折叠起来做成的吗？你的包装是否直接接触食品、液体或药品？

UPM纸浆部技术客户服务经理Niklas Keskinen和Roberto Mirande在寻找最佳的磨浆和配方解决方案过程中，这些都是他们经常询问的一部分问题。

“相比其他终端使用领域，在制造包装纸板时，你可以使用更多不同的纤维。想要达到你所需的包装纸板的功能，可能会有很多种选择。” Roberto说道。

“这也正是为什么拥有广泛的纸浆产品组合能让我们更好地为客户找到最佳纤维匹配的原因。我们提供完整的全套服务。” Niklas补充道。

选择适合的纸浆

生产包装纸是一个寻找平衡的过程，为纸板各层找到化学纸浆和机械纸浆的最佳组合。

机械纸浆，如漂白化学热磨机械浆(BCTMP)，通常用于纸板的中间层，以增加松厚度。顶层和底层的纸浆选择则很大程度上取决于包装内最终会装什么物品。

Roberto表示：“经过化学漂白的阔叶浆可以为具有涂层或印刷图案的纸板提



我们不断确保纸浆在价值链的每个环节都能发挥应有的作用。 ”

Niklas Keskinen, UPM纸浆部技术客户服务经理



供良好的不透明度、匀度和表面性能。此外，我们的UPM芬华桦木浆还能提供较高的挺度，以及良好的抗裂与抗折性能。”

针叶浆通常用于提高纸机的运行性能和之后的纸张加工操作，但有时被包装的物品会对纸浆提出更高的要求。

Roberto解释说：“比如说，如果你要生产液体包装或纸杯，你必须达到更高的强度性能，因此会使用更多的针叶浆。更高的针叶浆含量能为此类产品提供更好的

抗折、抗张和耐破强度。”

Niklas表示，与不同的包装纸板生产商合作带来了诸多益处。他期待各方机遇和挑战，以更好地为客户提供包装解决方案。

“从技术角度来看，我们正在研究的课题非常多样。我们不断确保纸浆在价值链的每个环节都能发挥应有的作用。”

UPM所有的纸浆都符合最新的食品与安全要求，并严格按照ISO 22000标准生产。 ■

纤维特性

图片: Christian Lärk

包装
深刻影响

可持续发展

包装需求在全球范围内不断增长。同样增长的还有对可持续产品的需求，因此，在生态环保的包装过程中，创新的解决方案和正确的材料至关重要。



我们生活在一个消费繁荣发展的世界。毕竟，人们每天都要消费大量产品，从食品到饮料，再到商品和其他货物。但人们也非常关心环境问题，这也是为何比起使用塑料，人们仍然更喜欢用纸。这便为纤维纸包装开辟了重要市场，它既可重复使用，又来自可再生资源。

“来自北欧的纤维纸取材自可持续林地，是一种理想的原材料。锯木厂和造纸厂使用同一片森林，共同生产可长久使用的材料以及防护性的包装，我从他们的经营合作中看到了一种和谐之美。” BillerudKorsnäs的消费者市场总监 Jon Haag说道。BillerudKorsnäs是行业领先的可再生包装材料及解决方案供应商，在森林和造纸行业拥有150年的经验。

在北欧地区，树木生长缓慢、纤维长，可以循环使用5-7次。这使它成为了许多消费者的绝佳之选，它帮助了那些寻找能最大限度减少餐厨垃圾并可回收利用的包装的消费者实现了愿望，将环境变得更加美好。

“与其说可持续的包装，我们更喜欢说‘包装的可持续发展’，也就是说，包装可以在给产品、消费者和社会带来可持续的好处中扮演重要角色。大多数消费者宁愿多支付一点钱来成为环保解决方案的一部分，而不是成为造成环境问题的一部分。” Haag说道。

根据BillerudKorsnäs消费者研究小组2017年的数据，有72%的消费者表示，品牌如果使用能带来可持续效益的包装，他们愿意花更多的钱进行购买。

工作与预包装食品

纸浆是一种木质原料，而纸质包装已成为纸浆最大的终端用途之一。这一市场每天都在增长，特别是在那些中产阶级不断壮大的国家。例如，在亚洲、非洲和南美洲，越来越多的人加入到劳动力大军中。一个家庭中工作的人越多，意味着对预包装零售餐食的需求也越大。

但这类消费群体对食物的包装方式也开始挑剔起来。由于人们逐渐敏感地意识到生活给环境造成的影响，消费者对于采用可再生原材料生产的包装也愈发感兴趣。

Haag解释说：“城市化进程随着我们的人口增长而加快，食品包装随之也越来越多。为满足这一需求，我们需要极高的食品安全标准和极高的材料可回收性。单说保存食物，塑料当然非常好，它能够让食物避免受潮、不受其他污染物侵害。但是，这给我们造成了陆地和海洋上的塑料垃圾问题，影响了地球环境和人类健康。”

这时，基于纤维的包装材料就为复杂的食品和饮料包装设计创造了可能，同时它还适用于医疗包装，满足卫生和隔离的要求。这是一种既满足防护性能、又能实现可持续性的解决方案。



大多数消费者宁愿多支付一点钱来成为环保解决方案的一部分，而不是成为造成环境问题的一部分。

Jon Haag, BillerudKorsnäs的消费者市场总监

颠覆性趋势

这还不是全部。在电子商务中，消费者对可持续发展的需求也正在成为一种颠覆性趋势，而这反过来又对包装行业产生了重大影响。

“消费模式正在迅速向电子商务转变。产品必须装在专为零售或电商所设计的盒子和袋子里进行运输。品牌体验至关重要，

这种体验包含了一切，从条形码识别，再到包装本身。我们希望包装解决方案能切实满足需求，在产品的整个生命周期中留下碳印记。” Haag解释道。

有时候，仅仅是因为产品有了标签说它们是可回收的，人们才会选择它们。但有些属于可持续包装。但其实不止

“高品质纸箱的木质纤维可以重复利用5-7次，用于包装、生活用纸或纸张。而PET瓶在全球范围内的回收率普遍都很低，并且不能再次被用作包装，而是成为了一次性使用的容器。” Haag说道。

据Haag称，电子商务增长最明显的趋势是互联互通。

“我们已经有了无线射频识别技术（RFID），独特的标识码和互动式包装，再跟互联网结合到一起，就形成了最大优势。有了这些数据，我们很快就能知道在

中国有多少件冷冻食品包装。我们甚至可以说出其中有多少件包装是低于或超过指定温度的。” Haag解释道。

一切尽在包装中

这些信息可以成为推动使用可持续包装的一大福音。但是Haag认为，很多品牌商还没有完全理解为什么他们要使用特殊的包装设计来展示自己的产品。消费者喜欢对包装发表评论，还很可能迅速放弃采用错误包装解决方案的品牌。

“瑞士三角巧克力（Toblerone）就是很好的例子，与众不同的设计和精心的包装选择，让它成为了一个强大的品牌。知道为什么需要好的包装、如何呈现好的包装，这就是一切美妙的所在。品牌需要牢记包装本身的力量。食品的包装应该十分自然，容易开合，这样食品就能在家中放置保存更久些，不需要把食物很快扔掉。” Haag说道。

因此，各大品牌开始把包装变得更加直观，同时在创意过程中融入更多对人体科学的关注。使用小份独立包装的趋势就是这类解决方案的代表，虽然一方面使用的包装材料有所增加，但另一方面，消费者却扔掉了更少的食物。



72%

成为一个具有环保意识、同时为环保带来效益的品牌，在未来将会变得至关重要。

Haag总结说：“消费者将会更加偏好有利于环保的品牌，并给予它们更多好评，然后与成千上万的其他消费者共同分享。” ■

的消费者表示，品牌如果使用能带来可持续效益的包装，他们愿意花更多的钱进行购买。

BillerudKorsnäs 消费者小组 2017

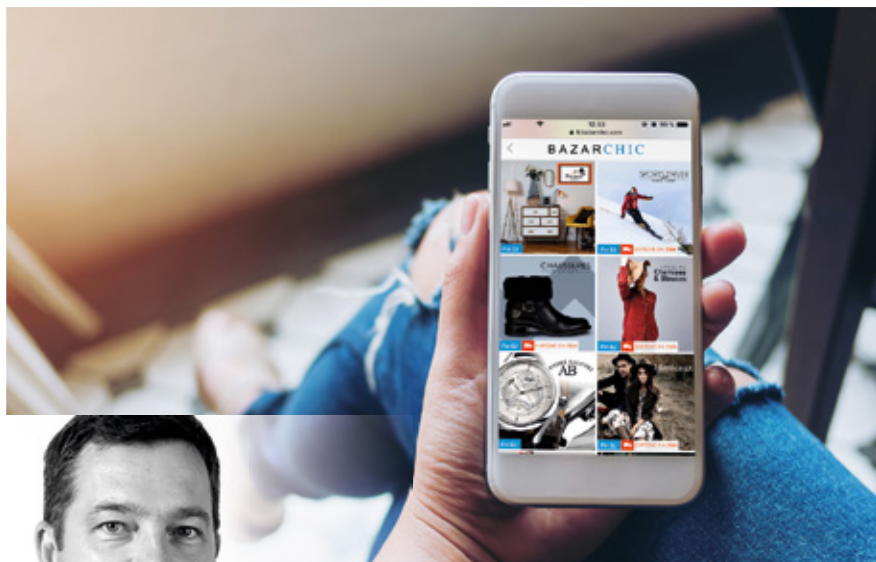
BILLERUDKORSNÄS 简介

BillerudKorsnäs 提供包装材料和解决方案以挑战传统包装模式，致力于打造一个可持续的未来。作为世界领先的以纤维为基础的包装材料供应商，其客户分布于100多个国家。BillerudKorsnäs在瑞典、芬兰和英国有8个生产基地，拥有来自全球13个国家约4300名员工。

www.billerudkorsnas.com

电子商务 转向移动客户端

移动电子商务的交易量在零售业务中稳步增长。法国电商先驱BazarChic估计，在今天的电子商务中，移动电商将超越固定在线销售。



电子商务最大的变化就是现今市场上所有重要的参与者都在与零售商合作。

Christophe Poutiers, BazarChic 供应链总监

”

“从2018年开始，相比传统电脑桌面端，我们将通过手机和平板电脑售出更多产品。以前，我们的顾客会在移动设备上浏览产品，然后通过固定互联网设备进行购买，但这一趋势正在快速变化。如今，销售正在不断转向移动客户端。” BazarChic供应链总监 **Christophe Poutiers** 预测道。

尤其是90和00后，正在创造新的电子商务标准。据Havas Paris-PRW-OpinionWay的调查显示，在18岁至35岁的法国人中，有49%的人通过智能手机进行所有的线上操作，更有45%的人希望能直接在社交媒体上购物。

Poutiers先生进一步表示，折扣销售非常有效，是推动电子商务的真正引擎。他补充说：“我们专注于服装、家具、葡萄酒和旅游产品等奢侈品，提供大约800个品牌，以40-70%的折扣来销售我们的产品。法国是我们的主要市场，涵盖了95%的销售额，但我们也在比利时、卢森堡和瑞士开展业务。”

BazarChic是法国第三大电商企业，共有640万会员。会员每天都会收到一封特价商品的邮件。公司年营业额约为8500万欧元。

2016年，巴黎老佛爷百货（Galeries Lafayette）集团收购BazarChic，为其时尚业务增添了一个数字销售平台。

“电子商务最大的变化就是现今市场上所有重要的参与者都在与零售商合作。

其中一种合作模式是，客户在我们的网上购买产品后，可以将产品直接送货上门，也可选择在零售商店提货。例如，我们计划在今年晚些时候与老佛爷百货合作推出这项服务。”他这样说道。

如何为顾客带来惊喜

Poutiers先生强调，要想在电子商务中取得成功，你必须为顾客带来惊喜。

“高质量的奢侈品必须在拥有牢固、美观、设计精美的包装前提下迅速可靠地完成运输。根据顾客反馈，包装必须精致美观，盒子里空余的空间则越小越好。为了实现最佳体验，我们想给顾客打造一个意外惊喜——比如收到一份小礼物：装在精美盒子中的香水或是咖啡胶囊。每一次的礼物将会是不同的。”

BazarChic每年收到近100万份订单，运送超过300万个快递包裹。Poutiers先生估计，目前大约有70%-75%的货物是用硬纸板箱包装的。根据产品类型和送货方式，其他包裹则用塑料袋进行包装。

公司正在不断开发和优化其包装和物流服务。

“我们使用由50%-70%再生纤维制成的纸板箱来保持箱体的质量，因用100%再生纤维制成的盒子其硬度太低。例如，对于葡萄酒市场，瓶子在运输期间不发生破损是关键。我们一直在与我们的供应商合作，寻找最佳的纸箱结构，不断提高我们的客户体验。” ■

对冲交易减少价格不确定的波动性

Nicolas Ginman
浆纸、大宗商品及全球市场总监
Macquarie集团



大宗商品对冲交易背后的基本原理非常简单：用固定的已知价格代替波动的未知价格。目的是为了保护投资免受不确定性和价格波动的影响。

那么，你是否该做对冲交易？什么时候做？这取决于一系列的因素，应根据公司当前的财务状况和价格预测评估来进行综合判断。利用对冲交易，可以实现预算目标、进行时间管理、确保公司的长期盈利能力及避免损失。

对冲交易类似于用按揭购买房子。除了利率和对承担风险程度的偏好外，买家还必须考虑自身的收入和财务状况。

生产特种纸和生活用纸的造纸商往往会积极地进行对冲交易。其对冲压力主要来自国际零售商，他们通常需要一个固定的价格来维持6个月或12个月的消费活动。所以造纸商可以选择在纸浆和固定的纸产品价格之间做对冲来保障利润。

当然，对冲的最大风险是如果纸浆的价格下跌，造纸商们就会失去以低价购买纸浆的机会。

好在纸浆是市场上价格波动最小的商品之一。它通常按月定价，其价格趋势也非常长。然而，纸浆的价格仍然会受到某些变化的影响，像数字化、用可持续原材料替代化石燃料等全球大趋势。此外，中国的纸浆消耗量超过欧洲，以及全球纸浆供应的诸多风险等，都有可能影响到纸浆的未来价格。 ■

大事件!

UPM 荣登 ROBECOSAM 《可持续发展年鉴》榜首

UPM在RobecoSAM发布的《2018年可持续发展年鉴》中荣获金奖，同时斩获行业先驱称号。全球仅有10家企业同时获得该两项殊荣。

可持续发展年鉴由专业投资机构RobecoSAM开展的一年一度“企业可持续发展评估”(Corporate Sustainability Assessment, 简称“CSA”)评选的获奖企业，以表彰企业在可持续发展方面的卓越表现。

此次评估根据60个行业中近2500家上市企业的可持续发展表现进行了排名，其中排名前1%的企业获得金奖。此外，与前一年相比在可持续发展方面取得最大进步的企业，获评RobecoSAM行业先驱称号。

UPM环境与责任副总裁Sami Lundgren说道：“我们充分挖掘生物经济的无限潜力来创造价值，这种‘追求卓越 (Aiming Higher)’的文化与目标一直在促使我们更加努力地工作。”

根据CSA评估结果，RobecoSAM每年联合标准普尔道琼斯指数公司 (S&P Dow

Jones Indices) 共同发布享誉全球的道琼斯可持续发展指数 (DJSI Index) 榜单。在去年9月发布的榜单中，UPM名列森林和造纸行业2017-2018年度行业领袖。

CSA基于全球领先企业的经济、环境和社会绩效对其进行严格分析评估。评估内容涵盖气候变化战略、供应链标准、劳资行为、公司治理和风险管理。公司必须证明自身已将可持续发展纳入公司战略，在日常工作中认真贯彻落实，并公开透明地传达给所有利益相关方，才能在评估中脱颖而出。 ■



在上海，与您相见！

正值3月中旬，所有的目光都汇集到了中国这个世界上最大的纸浆市场上。全球主要供应商和买家将再次共聚一堂，参加一年一度的上海纸浆周。

上海纸浆周的地位巩固迅速，已成为国际纸浆日程中最重要的活动之一。由于纸浆业务涉及全球、较为分散，上海纸浆周是业界聚会的一次独特机遇。

纸浆周期间，纸浆供应商和客户之间将开展多次私人会议，讨论市场动态、商业协议和年度计划。此外，公司还将择机举办自己的午宴、晚宴或鸡尾酒会。

上海纸浆周也是获得有关中国市场发展第一手信息的绝佳机会。在这周内，全国工商联纸业商会（CPICC）将举办多场活动。周四，咨询公司Hawkins Wright主办知名的纸浆研讨会第六届会议也将正式拉开序幕。

商务、联谊与学习

自从中国对进口纸浆的需求显著增长起，每年组织纸浆和造纸行业专业人士聚会的想法便已经开始酝酿。

Tom Wright，Hawkins Wright公司的常务董事，回顾了他们第一次参与策划中国纸浆活动的时候。起初，他们的工作是组织国际供应商与当地造纸商的会面，并协助双方进行沟通。

“一开始，我们在2006-2010年间与一家中国本地咨询公司CFI合作。当时，活动地



点每年都在变。与CFI的合作期满后，我们决定继续举办自己的活动，并将地点常设于上海。”

2013年，上海纸浆周的现有模式诞生了。从那时起，这一活动每年都在发展壮大。

“我觉得我们的活动现在已经达到了最佳规模。我们既重视质量，又重视为参与者提供量身定制的高水准信息以满足他们各自的需求。”Wright先生表示。

2015年，CPICC进一步拓宽并丰富了上海纸浆周的内涵。CPICC由多家中国最大的纸业公司组成，旨在支持全球纸浆供应商和服务商进入中国市场；而另一方面，中国造纸商也将借此机会更加了解国际纸浆业务。

如今，上海纸浆周汇集了全球领先的纸浆、纸张、机械、原材料、贸易、物流和金融等方面的公司。

Wright先生解释说：“上海是我们的绝佳之选，它将加强社交联系、促进业务合同和增长个人知识完美结合在一起。”

今年，纸浆周讨论的许多话题将再次围绕可持续发展和环境问题展开。■

寄语

尊敬的读者：

人口增长、城镇化、数字化以及人们对于环境问题的意识不断提高……在这些社会大趋势的推动下，纸浆和造纸业终端使用业务也在持续发展，而使用可再生纤维制作包装材料正是这一业务的重中之重。即使贵公司没有直接开展包装业务，您也很可能与其他工业生产商一样，会使用到包装材料。

迄今，一个显而易见的事实是，如果一个公司想要成功且日益壮大，将可持续发展融入各个业务领域是必不可少的。不久之前，数字化听起来还只是一个流行词，而现在，它却深切地影响着各行各业，并且还将未来占据越来越重要的位置。

为了紧跟时代步伐，我们需要关注这些大趋势对周边生活以及整个价值链产生的影响，理解消费者的需求。一方面，我们关注年轻一代消费者的消费行为；另一方面，我们也通过与具有远见卓识的人交流而受益匪浅。

谨致问候

Lajos



LAJOS ERIC FORSTER

lajos.forster@upm.com
+49 621 862 765 100

PULP DIRECT

UPM 纸浆
客户简报

总编：Lajos Eric Forster

编辑：Sari Hörkkö

作者：Chi An Gramfors Englund,
Niko Kilkki, Vesa Puoskari

联系：UPM Pulp, Marketing
pulp@upm.com

upmpulp.cn

万千信赖

UPM 纸浆