

行业洞察

山鹰国际为什么强？它真正运营的是一张循环网络

发布时间 2026年8月12日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



穿透亏损表象，看回收纤维、七大基地、20亿平方米包装与终端客户如何连接——以及利润为何承压、哪些调整已经发生、修复还要验证什么



山鹰国际
SHANYING INTL

山鹰国际为什么强？

它真正运营的是一张循环网络。



CHINA PAPER LEADERS · NO.04

山鹰国际为什么强？ 它真正运营的是一张循环网络

穿透亏损表象，看回收纤维、七大基地、20亿平方米包装与终端客户如何连接——以及利润为何承压、哪些调整已经发生、修复还要验证什么

一张真正有价值的循环网络，不是把“回收、造纸、包装”三个板块并排放置在组织架构里，而是让终端客户产生的回收纤维重新进入原纸系统，让原纸基地与包装工厂共享订单、价格、质量和库存数据，再把物流、能源与资金周转共同压缩到更优水平。

山鹰国际最容易被看见的是规模。公司2025年年报称，国内七大造纸基地现有落地产能已达千万吨，包装板块年产量超过20亿平方米；原纸销量748.60万吨，包装销量20.97亿平方米。这样的体量当然重要，但如果只用产能和销量解释山鹰，就会错过它更难复制的部分：它同时站在废纸入口、原纸供应、纸板纸箱制造和大型终端客户四个节点上。



山鹰国际
SHANYING INTL

山鹰国际 为什么强？

它真正运营的是一张循环网络。

博碳包装 · 产业洞察



更值得产业界研究的是，这些节点并不是单向链条。包装工厂服务消费电子、家电、食品、化工、轻工和电商快递客户；终端客户产生的可回收纸又可以反向连接回收纤维采购；七大原纸基地分别靠近消费、制造和废纸产生区域；数字系统继续把采购、质检、排产、仓储和毛利测算连接起来。山鹰真正试图经营的，是“回收—造纸—包装—回收”的闭环。

但网络规模并没有自动变成强利润。2025年公司归母净利润亏损11.36亿元，造纸业务毛利率仅3.22%；2026年第一季度归母净利润亏损4.97亿元，据报表计算的综合毛利率约2.46%。如果只看利润结果，容易把问题理解成“规模失效”；如果把销量、吨纸价差、供

应商账期、新产能折旧和可转债兑付放在一起，结论会更准确：基本盘仍在运转，压力集中发生在单位产品创造的毛利和资金成本上。

这一区分很重要。2025年原纸销量仍增长2.25%，原纸和包装产销率分别达到99.21%和99.96%；2026年半年度业绩预告也称原纸产销量同比增长。与此同时，2026年二季度预计归母亏损较一季度收窄63.18%，6月实现单月盈利。它说明亏损并非由销售网络失速单一造成，修复变量已经可以识别；但半年报预告仍属未经审计的初步测算，尚不能据此宣布全面反转。

因此，本文不做“企业规模介绍”，也不把网络优势写成确定性盈利。真正值得回答的问题是：山鹰的循环网络究竟控制了哪些产业变量？为什么这张网络暂时没有形成与规模相匹配的回报？2026年开始的战略转型，又要通过哪些指标才能被证明有效？

FOUR NUMBERS · 四个关键数字

748.60万吨	20.97亿平方米
2025年原纸销量	2025年包装销量
同比增长2.25%	同比下降1.81%
33.81亿元	- 11.36亿元
2025年经营活动现金流净额	2025年归母净利润
同比下降6.64%	亏损同比扩大

口径说明：以上均为2025年年度报告数据。公司所称“千万吨落地产能”和行业位次属于企业披露口径；设计或落地产能不等于实际产量、有效产能或盈利产能。

EVIDENCE LEVEL · 先分清三类证据

已实现结果：2025年经营、财务、产销量与分业务毛利率，来自经审计年度报告。

初步经营信号：2026年一季度报告未经审计；半年度业绩预告为财务部门初步测算，正式半年报尚未披露。

战略及项目线索：“7030”、化学浆项目、京东工业合作均需等待建设、运营与财务结果验证，不计作已实现收益。

LOSS BRIDGE · 先把亏损讲透

亏损的本质：不是货卖不出去，而是每吨产品贡献不足

先排除一个常见误读：2025年原纸销量和产销率并未失守。真正击中利润表的是吨纸价差。公司监管问询回复披露，全国废纸采购均价同比上涨9.28%，公司原纸销售均价却下降1.63%，造纸业务毛利率由上年进一步降至3.22%；按公司回复的影响测算，主营产品毛利变动解释了当期净利润变动的56.98%。因此，这更接近“毛利问题”，而不是“销量问题”。

其中还包含一次有明确目的的经营调整。为应对“鹰19转债”兑付和集中资本支出，公司表示曾给予部分上游供应商采购价格优惠，以换取付款期限延长；正常月结30至90天的账期，通过供应链融资主要可延长至6至12个月。采购端因此让出部分毛利；从现金流量表补充资料看，经营性应付项目增加对2025年经营现金流形成22.07亿元正向调节，帮助公司取得33.81亿元经营活动现金流净额。需要强调，22.07亿元是全部经营性应付项目的调节额，不能全部归因于供应链融资。这是一项“优先保流动性、阶段性牺牲毛利”的选择，不宜美化为利润，也不能误读为销售能力失效。

从经营压力到财务结果，证据链可以完整闭合：

外部价差：国废采购价上涨、原纸销售价下降，直接压缩吨纸毛利。

主动调整：以采购价格优惠换取更长账期，把一部分利润空间转换为流动性安全垫。

产能周期：吉林、宿州等新产能投产，销量增加的同时先承担折旧、爬坡与单位固定成本。

利润结果：原纸业务毛利率降至3.22%，叠加投资收益减少、资产及信用减值增加，最终形成年度亏损。

MARGINAL REPAIR · 已出现的边际变化

2026年一季度	2026年二季度	2026年6月
- 4.97亿元	约 - 1.83亿元	单月盈利

注：二季度数据由半年度业绩预告与一季报推算，6月盈利亦来自业绩预告，均待正式半年报验证。

科学而积极的结论不是“已经反转”，而是：亏损来源可拆解，最大单项兑付事件已经解除，季度亏损正在收窄；接下来只要供应链信用折价回落、新产能利用效率提升、吨纸毛利恢复，利润表就具备较强的经营杠杆。但这条路径仍必须由正式毛利率、短债覆盖和自由现金流共同证明。

ONE SENTENCE · 一句话看懂山鹰

山鹰真正强的不是单台纸机，而是同时控制纤维入口、区域产能、包装客户触点、终端回收入口和产业数据；它当前要证明的，是这张网络能否从“保障规模与流动性”，升级为“持续创造利润与自由现金流”。

CORE JUDGMENT

先说结论：山鹰强在“循环网络控制力”

这张网络可以拆成六个相互咬合的控制面：

纤维入口：国内回收渠道、海外废纸贸易与再生浆共同形成原料接口

基地网络：七大造纸基地靠近制造、消费、废纸产生地与核心市场

包装触点：纸板纸箱工厂把原纸销售延伸为终端客户服务与需求感知

闭环回收：包装客户又能反向连接高质量回收纤维，降低供给不确定性

数字调度：质量、价格、订单、产能、库存和毛利被放进同一数据系统

资本与信用：账期、供应链融资和现金流成为网络运行的隐性基础设施

01 · FIBER ENTRY

第一层：废纸不是一种原料，而是一套采购与质量网络

再生包装纸的成本起点，不是废纸挂牌价，而是“合格纤维到机成本”。同样一吨回收纸，因为含水率、杂质率、纤维强度、分选纯度、运输距离和结算条件不同，实际可用纤维成本可能完全不同。大型企业真正需要管理的，是稳定数量、合格质量、到厂节奏和资金占用四个变量。

山鹰年报披露，重要造纸子公司约97%的原材料来自回收纤维；公司在国内外建立采购网络，并通过美国、英国、荷兰等地的回收纤维贸易以及东南亚再生浆基地补充原料路径。海外贸易的价值不能简单理解为“把海外废纸直接运进国内”——固体废物进口政策改变后，贸易、海外用料、再生浆加工和国内原料之间是不同合规路径，必须分别核算。

2025年18.16亿元再生纤维主营收入中，公司在年报问询回复里说明，93.44%来自总部位于荷兰的WPT，且该部分不涉及国内供应链融资。美国环宇则主要面向亚洲客户，其中集团内客户占比超过90%，更接近集团原料渠道。也就是说，山鹰的海外回收体系同时包含对外贸易与内部供应，两者的战略价值和利润口径并不相同。

专业判断

回收网络的护城河，不是“采购点越多越好”，而是单位合格纤维成本、直采比例、散货回收能力、质量可追溯性和到厂稳定性同时改善。山鹰2026年提出减少调货业务、提高分拣中心散货采购比例，说明网络正在从规模覆盖转向采购效率。

02 · NETWORK GEOMETRY

第二层：七大基地的本质，是重构供需半径

包装原纸单位价值相对有限、运输量大，对物流半径高度敏感。基地离废纸产生地更近，可以降低原料集运成本；离纸板纸箱工厂和终端制造业更近，可以缩短成品运输与交付周期。山鹰在马鞍山、嘉兴、漳州、荆州、肇庆、松原和宿州形成七大造纸基地，覆盖华东、华南、华中与东北。

公司年报称，其产能辐射19省1市、覆盖约占国内市场总量78%的区域。这一比例属于公司披露口径，但布局逻辑清楚：长三角兼具包装需求和废纸供给，闽粤连接出口制造业，华中承担区域枢纽，东北基地补足远距离市场。宿州一期90万吨包装纸产能在2025年投产，使国内布局基本完成，下一阶段重点已经从“有没有基地”转向“基地能否高负荷、低成本运行”。

基地网络还包含能源与环保基础设施。除广东基地依托园区集中供电外，公司披露其他国内造纸基地均设有自备电厂；马鞍山、海盐和荆州的工业可燃固废发电项目已投产。热、电、水、污泥和固废处理被放在基地层面统筹，能够降低单个纸机独立承担的基础设施成本。

基地越多，协同空间越大，调度复杂度也越高。真正有效的网络必须持续降低“废纸到厂公里数、原纸到包装厂公里数、订单交付时间和基地闲置成本”，而不是只增加地图上的产能点。

第三层：20亿平方米包装，把吨纸生意变成客户接口

原纸企业通常知道市场价格，却未必直接知道品牌客户为什么改箱型、减克重、换印刷、调整交货批次。包装工厂更靠近应用端，能够更早感知消费电子、家电、食品、电商和工业品客户的订单结构、质量投诉、促销节奏与出海需求。

山鹰的包装板块覆盖江苏、浙江、安徽、福建、广东、湖北、山东、四川、天津和贵州等区域，并在越南、泰国布局二级厂；产品包括水印、预印、胶印和数码印刷纸箱，以及工业纸塑、食品纸塑。青岛、苏州、嘉兴、珠海和台北五个独立研发测试中心，则面向3C包装和创新物流包装开展设计。

更关键的是反向闭环。公司披露，包装板块下游客户可以与回收纤维采购连接，通过终端合作获取质量更稳定的回收纤维。于是，一张纸箱完成交付后并没有离开系统：客户订单形成包装需求，使用后的纸包装又可能成为上游原料，原纸、纸箱与回收不再是三段孤立交易。

包装板块为什么重要？

2025年造纸业务毛利率为3.22%，纸制品毛利率为12.20%。两者产品、资本强度和会计结构不同，不能直接做简单优劣比较；但数据至少说明，越靠近客户与解决方案，价值密度通常越高。山鹰2026年不再以包装营收快速扩张为主要目标，转向高回报订单与高附加值客户，正是在修复这条价值链。

第四层：网络只有被数据调度，才可能成为效率

多基地、多纸种、多包装工厂并不天然产生协同。没有统一数据时，网络反而容易形成重复库存、低效调拨、订单错配和价格失真。山鹰的数字化价值，恰恰在于把复杂网络变成

可调度对象。

年报披露，公司通过高级计划与排产系统连接ERP和MES，实现多工厂、多产品、多约束排产；统一智能仓储平台与无人叉车协同；AI视觉和整车水分智能检测用于回收纤维质检；商业智能平台贯通采购、生产、客户和财务数据，并建立造纸毛利实时测算与预测机制。马鞍山祥恒智能调度排产系统入选工信部2025年数字化转型典型案例。

这里最有产业意义的，不是“用了AI”，而是数据是否真正改变决策：一批废纸的含水率能否影响采购结算，一张订单能否被分配给总成本最低的基地，原纸价格变化能否实时传导到纸箱报价，库存和运输能否按网络最优而不是单厂最优运行。

数字化不是独立护城河。只有当它持续降低采购偏差、排产损失、库存天数、质量索赔和单位物流成本时，才会从“系统上线”变成“利润上线”。

05 · NETWORK ECONOMICS

第五层：网络价值，最终必须落到一张经济账

循环网络很容易在叙事上成立，却很难在财务上成立。回收点、纸机、包装厂和终端客户连接得更多，只说明企业拥有更多节点；这些节点是否创造价值，要看采购、制造、物流、产品和资金五个结果能否同时改善。

循环网络价值公式

网络价值 = 合格纤维采购优势 + 运输半径节约 + 产能利用收益 + 包装附加值 + 营运资金效率 - 跨区域协同成本 - 信用成本 - 折旧与资本占用。

2025年公司实现33.81亿元经营活动现金流净额，显著好于归母净利润亏损11.36亿元。但现金流量表补充资料显示，经营性应付项目增加带来22.07亿元正向影响；存货增加和经营性应收项目增加则分别形成4.61亿元、1.64亿元资金占用。这意味着现金流韧性真实存在，同时也明显借助了供应商账期和经营性负债。

年报问询回复进一步把信用层打开：多数供应商正常账期为月结30至90天，供应链融资可将公司付款期限延长到主要6至12个月。公司披露2025年由其承担的供应商融资利息为1627.50万元，占财务费用1.79%；流动比率为0.43，剔除供应链融资后为0.45。年审会计师根据核查认为相关业务具有商业实质、会计处理符合准则。这里应理解为公司回复与审计核查结论，而不是忽略流动性约束的理由。

截至2026年3月末，公司流动资产121.60亿元、流动负债289.99亿元，流动比率约0.42；资产负债率约70.92%。账面货币资金47.93亿元也不能全部理解为可自由动用现金，因为2025年末货币资金增长的主要原因就是保证金增加。

对山鹰最专业的评价，不是“现金流好”或“负债高”二选一，而是：这张网络具备较强现金组织能力，但自由现金流、短债覆盖、供应商账期和资本回报仍需同时修复。

06 · PROFIT CONVERSION

第六层：亏损是一场“利润错配”，修复条件正在形成

第一重错配，是原料上涨与成品降价叠加。公司在问询回复中披露，2025年国废采购均价1733.08元/吨，同比增长9.28%；原纸销售均价2926.88元/吨，同比下降1.63%。行业供需压低成品价格，是被动压力；为保证可转债兑付与现金储备而给予部分供应商采购价格优惠、换取账期延长，则是主动选择。两股力量同时作用于采购与销售两端，使吨纸毛利比销量更早承压。

第二重错配，是新增产量与固定成本释放不同步。吉林和宿州项目在2024至2025年逐步投产，瓦楞纸产销量增长，但新产能需要经历设备磨合、产品认证、订单爬坡和效率提升。2025年现金流量表补充资料列示固定资产折旧等17.69亿元。规模只有在较高利用率、稳定良率和合理售价同时成立时才会摊薄单位成本；在爬坡初期，折旧和运维费用往往先进入利润表。

第三，网络中的高价值环节还不够大。2025年造纸主营收入195.66亿元、毛利率3.22%；纸制品主营收入67.29亿元、毛利率12.20%。包装更靠近客户、毛利率更高，但收入规模远小于原纸。山鹰必须让高回报订单、设计服务、轻量化和功能性包装占比持续提高，才能改变整体利润结构。

第四，海外资产仍在拖累。2025年境外主营收入34.28亿元，综合毛利率为-0.33%；其中再生纤维与纸制品毛利率分别为8.41%和15.16%，主要拖累来自凤凰纸业，毛利率为-14.91%。公司回复称，凤凰纸业受售价下降、产能未完全释放、设备恢复与市场重建影响。可见“全球网络”内部并非所有节点都创造正贡献。

这四类压力的性质并不相同。行业价差与信用折价具有周期性和阶段性，债务高峰解除后存在修复空间；新增产能的固定成本可以通过利用率和良率提升被摊薄；包装业务占比提升属于更慢的结构性工程；凤凰纸业则需要独立的产品、市场与资产效率改善。把它们全部归为“行业不好”会失真，把它们全部归为“永久损失”同样不科学。

真正的分水岭，是修复顺序

先解除集中兑付压力，再减少为换取账期付出的信用折价；随后用产能利用率和产品结构修复吨纸毛利，最终把经营现金流转化为自由现金流。只有这条顺序走通，山鹰的大网络才会从“现金组织能力”升级为“稳定回报能力”。

REPAIR EVIDENCE · 修复证据链

五个可以量化的积极信号，以及各自的验证边界

01 | 核心经营网络没有失速

2025年原纸销量增长2.25%，产销率99.21%；包装产销率99.96%。这说明渠道、客户和交付体系仍具韧性。边界在于：高产销率只证明产品能够被市场吸收，不等于售价和单位利润已经恢复。

02 | 最大的集中兑付事件已经跨过

2025年内“鹰19转债”约18.28亿元完成转股，剩余约0.16亿元本金完成赎回并摘牌；一年内到期的非流动负债由57.66亿元降至21.33亿元，下降约63%。这为减少“以毛利换账期”创造了条件，但短期借款和流动比率仍需继续改善。

03 | 资金使用正在从扩张转向约束

2025年财务费用降至9.11亿元，同比下降12.70%；2026年一季度购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付现金1.34亿元，较上年同期7.99亿元明显减少。它与公司“严控资本及费用支出”的方向一致，但单季度资本开支会受项目付款节奏影响，不能仅凭一个季度判断长期强度。

04 | 存量产能开始转向效率经营

公司在2026年5月业绩说明会问答中称，当前产能利用率处于90%至95%，并提出优化、升级或处置低效固定资产。这个时点口径说明核心产能仍有较强运行基础；但它不是经审计的全年平均利用率，最终还要看单位成本、检修损失和分基地盈利。

05 | 利润端已出现连续收敛信号

半年度业绩预告显示，二季度归母亏损约1.83亿元，较一季度减少约3.14亿元、收窄63.18%，6月实现单月盈利。这是目前最直接的边际修复证据；但单

月盈利可能受纸价、成本、检修和非经常因素影响，仍需正式半年报给出毛利率与现金流桥接。

因此，正面判断有充分依据，但必须准确表述为“修复条件正在形成、早期信号已经出现”。检验真正反转的三个硬指标仍是：造纸毛利率连续回升、经营现金流不再主要依赖应付项目增加、扣除资本开支后的自由现金流转正。

2026 CHANGE SIGNALS

六条最新线索，正在改写这张网络

2026年4月 | “7030”把经营目标从规模改成回报

公司新五年战略提出：造纸业务毛利水平跻身行业70分位，包装业务高回报订单每年增长30%；并将自由现金流纳入经营考核与决策核心指标。这是目标与管理框架，不是利润承诺，但方向已经从资产扩张转向流动性、利润和资产回报。

2026年一季度 | 回款与投资约束先动，毛利随后验证

一季度收入62.15亿元，同比下降8.15%；归母净利润亏损4.97亿元，经营活动现金流净额4.52亿元、同比增长69.54%，销售商品、提供劳务收到的现金同比增长约7.68%。同期购建长期资产支付的现金由7.99亿元降至1.34亿元。回款与投资约束已有改善，但据报表计算的综合毛利率仍只有约2.46%，修复尚未完整传导到利润端。

2026年5月 | 华中70.6万吨化学浆项目进入环评公示

公开环评摘要显示，项目拟分两期建设40万吨和30.6万吨漂白硫酸盐化学浆生产线，95%以上使用进口木片，产品拟以浆板形式外售。公司年报战略则强调在华中等基地建设木浆线、完善高端包装纸浆纸一体化。两种公开口径的侧重点并不完全相同，内部协同方式、资本开支和建设节奏应以正式审批、项目实施及后续公告为准。

2026年6月 | 与京东工业连接回收、物流与包材需求

6月5日，双方签署战略合作协议。公开信息指向废纸回收体系、双向物流、AI生产管理、低碳与包装研发，并称山鹰成为京东工业包材品类首家指定合作工厂。这一合作与山鹰循环网络高度契合，但现阶段属于合作框架，不能提前推算采购量、订单或利润贡献。

2026年7月 | 监管问询把网络信用层变得更透明

公司详细披露七类供应链融资产品、底层采购单据、货物流与资金流，以及账期和财务影响。年审会计师表示，经核查相关业务具有商业实质、会计处理符合准则。对产业研究而言，这次回复的意义在于：供应链金融不是外围工具，而是回收纤维网络如何稳定中小供应商、延长付款周期和保障流动性的组成部分。

2026年7月 | 二季度减亏，但拐点仍待正式财报验证

半年度业绩预告预计归母净利润亏损6.80亿元、扣非归母净利润亏损7.30亿元；二季度归母亏损约1.83亿元，较一季度减少约3.14亿元、收窄63.18%，6月实现单月盈利。趋势已由“亏损扩大”转向“亏损收敛”，但正式半年报披露前，售价、吨纸毛利、工作资本和自由现金流的完整桥接仍不可见。

CONCLUSION

网络是能力，回报才是证明

山鹰国际真正强的地方，是把造纸企业通常分散在外部的几个关键节点——回收纤维、区域纸机、包装加工、终端客户、回收入口、物流数据与供应链信用——逐步组织进同一张网络。

这张网络让企业拥有更大的采购覆盖、更短的供应半径、更直接的客户感知和更强的现金组织能力；但它也带来重资产、跨区域协同、海外运营、供应商账期和信用成本。2025年的亏损不是对网络价值的简单否定，而是一次清晰的压力测试：当行业价差收窄、集中兑付与新产能爬坡同时发生时，网络首先保住了产销与现金组织，利润则承担了调整成本。

积极的一面在于，这次压力测试已经暴露出具体改进顺序，而非留下一个模糊问题。可转债兑付高峰已经跨过，资本支出和财务费用出现收敛，二季度预计亏损显著缩小；如果供应链信用折价随流动性改善而回落，新产能效率继续提升，高回报包装订单逐步扩大，山鹰的利润弹性就可能比收入弹性更快释放。

接下来判断山鹰是否真正完成转型，应重点看六个可验证指标：

造纸毛利率能否从3.22%的低位持续修复，并接近“行业70分位”？

高回报包装订单能否按年增长30%，并转化为分部利润和客户结构改善？

固废直采、散货采购与质量数据能否真正降低合格纤维到机成本？

新基地能否完成产能爬坡，让销量增长快于折旧与单位固定成本增长？

经营现金流能否减少对应付项目增长与账期延长的依赖，转化为自由现金流？

凤凰纸业与其他海外节点能否从战略覆盖转为稳定的正毛利和资本回报？

山鹰已经把产业链连接起来；它下一阶段最重要的任务，是把每一次连接都变成更低的单位成本、更高的订单价值和更可靠的自由现金流。

NEXT ISSUE · 系列预告

下一篇：博汇纸业为什么强？它把大型纸机变成了产品平台

“中国纸业强企业样本研究”不做简单企业介绍，持续拆解头部纸企的资源、成本、产品、管理与产业链能力。

博碳包装·产业洞察·研究说明

山鹰国际《2025年年度报告》：公告原文镜像

山鹰国际《2026年第一季度报告》：公告原文镜像

山鹰国际《2026年半年度业绩预告》：上海证券交易所披露原文

山鹰国际2025年年度报告监管问询回复：上海证券交易所披露原文

山鹰国际2025年度暨2026年一季度业绩说明会问答摘要：中国纸业网公开信息

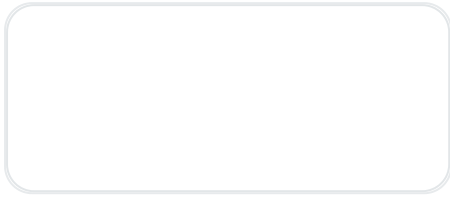
山鹰华中70.6万吨化学浆项目环评信息：公开环评摘要

山鹰国际与京东工业战略合作：中国造纸杂志社信息

本文为产业研究与一般性信息，不构成投资、商业或法律意见。本文对企业战略、竞争力和产业机会的分析包含基于公开资料的专业判断，不代表企业官方表述，也不意味着任何合作或产品采用关系。2025年数据来自经审计年报；2026年第一季度报告未经审计；2026年半年度业绩预告为初步测算，不能替代正式半年报。公司业绩说明会所述90%至95%产能利用率属于时点经营口径，不等于经审计的全年平均利用率。设计产能、企业排名、战略目标、合作协议、备案与环境评价，不等于实际产量、行业权威排名、锁定订单、建成投产或商业回报。供应链融资相关事实及合规性结论采用公司问询回复与年审会计师核查口径。企业应结合交易所正式公告、项目批复、实际运营和具体应用要求进一步核验。信息核验截至2026年8月9日。

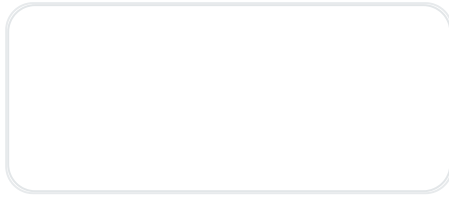
[阅读原文](#)

相关文章



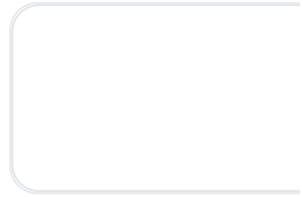
2026-08-11

理文造纸为什么强？它把成本优势做成了一套系统



2026-08-11

太阳纸业为什么强？答案藏在一根纤维里



2026-08-10

中国造纸企业20强，都强



都佰城新材料技术（上海）有限公司

+86 400 677 9978

Bioten@dbc.cn

01 博碳观察



04 博碳生物



02 公司动态



05 博碳包装



03 行业洞察



06 博碳开发者



© 2010-2026 DBC 都佰城

www.dbc.cn 中国·上海市闵行区朱建路158弄15号楼 沪ICP备2022003654号-1 [隐私与数据使用](#) [网站地图](#)