

行业洞察

涨价函不是结果：造纸行业真正要“涨”的是什么？

发布时间 2026年8月24日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



造纸产业链涨价函的技术洞察

造纸产业链涨价函的技术洞察

涨价函不是结果： 造纸行业真正要 “涨”的是什么？

涨价不是纸厂与客户的零和冲突：成本透明、产品价值和服务兑现，决定价格能否形成长期合作。

合理调价要同时保护两端：让纸厂覆盖真实成本、维持稳定供给，也让客户获得更低损耗、更稳质量和更可靠交付；双方总成本和现金效率改善，价格才可持续。

价格是供应链配置纤维、能源、产能和服务资源的信号。纸厂把调价与质量、交期、效率和可持续产品一起交付，客户才更容易从“吨价冲突”转向“总使用价值”判断。

本文不判断任何企业应涨多少，也不倡议协同涨价；只讨论价格为什么变化、企业如何独立定价，以及上下游怎样用订单、质量、服务、现金和满意度验证调价。

最新价格坐标

流通监测单位：元/吨；涨跌为较上旬。

2026.06 造纸和纸制品业PPI 同比-0.1%

2026.07 造纸和纸制品业PPI 同比 + 1.2%

2026 H1 规上造纸和纸制品业利润 同比 + 27.5%

8月中旬 AA级120g瓦楞纸 3228.8 | + 0.5%

8月中旬 进口针叶浆 **4840.8 | +0.9%**

研究资料：国家统计局7月PPI；规上工业利润；8月中旬流通监测

重要边界：PPI、流通价、企业平均售价和客户净成交价属于不同口径；行业利润也不能单独归因于涨价。

01 · 三层价格信号

三层价格信号，要分开读

6月行业PPI同比下降0.1%，7月转为上涨1.2%，但1—7月累计仍下降1.2%。8月中旬，瓦楞纸（AA级120g）流通价较上旬上涨0.5%，进口针叶浆上涨0.9%。

同期，7月制造业新订单指数为48.5%，仍低于临界点。它不是造纸行业订单指数，却提醒市场：价格转暖，不等于全部终端需求已经同步走强。

研究资料：国家统计局7月PPI；8月中旬流通监测；7月制造业PMI

第一层 | 通知信号： 企业为什么提出涨价

2026年8月10日，玖龙多个基地向客户发出分纸种、分日期的价格调整通知。将可核验原件合并后，近期信息可以压缩成一张经营卡。

近期与待执行调价信息汇总 | 截至2026年8月24日

通知日期已到/当日 | 玖龙泉州、东莞、湖北等基地以及山鹰部分基地，已按通知日期分纸种提出上调50元/吨。

8月25日 | 玖龙泉州地龙牛卡、东莞地龙优质V牛卡/地龙牛卡、北海地龙优质V牛卡；山鹰浙江/安徽/宿州基地金杉与红杉；东莞建晖优质牛卡，通知幅度均为50元/吨。

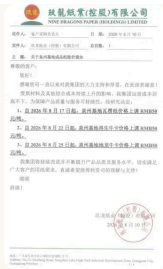
8月26日 | 山鹰广东基地金杉、红杉提出上调50元/吨。

8月28日 | 玖龙东莞江龙牌灰底白板、东莞建晖涂布灰底白板所有品牌提出上调50元/吨。

9月7日 | 玖龙东莞地龙牌与玖龙牌灰底白板提出上调50元/吨。

函件将原因表述为原材料及其他综合成本持续上升、集团运营成本居高不下。它证明企业提出报价安排，不证明所有纸种、客户和日期都已完成净价兑现。

涨价函近期来源



原图由纸业观察网公开转载，不能替代客户净价与执行结果。

研究资料：纸业观察网公开的客户通知原件；新浪财经转引中国造纸杂志社汇总

第二层 | 市场信号： 价格有没有开始移动

同一规格瓦楞纸流通监测价从7月上旬3216.3元/吨升至中旬3263.2元/吨，7月下旬为3260.2元/吨，8月上旬回落到3212.4元/吨，8月中旬再回升到3228.8元/吨。

这不是单边上涨，而是“上行—回落—小幅修复”。它说明流通市场正在重新寻找价格，却不能代替纸厂出厂价和客户净成交价。

第三层 | 经营信号：价 差和利润有没有留下

近期官方消息卡 | 玖龙8月20日盈利预告

截至2026年6月30日止年度，集团预计盈利**39亿—41亿元**，同比增长**77.1%—86.2%**。公司称增长主要由销量提升带动，产品售价涨幅和速度明显高于原材料成本涨幅，从而推动毛利增长。

该公告是未经审计的初步评估，但已经比一张涨价函更接近经营结果；它仍不能证明某一纸种或某一轮通知完全兑现。

研究资料：玖龙纸业正面盈利预告

02 · 价格形成

纸价涨跌，背后是什么

驱动一 | 成本发 生了可持续变化

纤维、能源、化学品、物流、环保运行和资金占用共同构成纸厂成本。成本上涨可以形成调价必要性，却不能用一句“原料都涨了”概括所有纸种。

7月木材及纸浆类购进价格同比下降0.5%、1—7月累计下降2.0%；8月中旬进口针叶浆较上旬上涨0.9%，山西优混煤上涨2.5%。长周期同比、短周期环比和纸种纤维结构并不一致，企业需要展示自己的成本桥。

驱动二 | 供需和库存允许价格传导

订单增加、库存下降、纸机检修或高成本产能退出，会改变短期供给；新产能释放、复产、库存积累或终端订单走弱，又会形成降价压力。涨价函和停机安排属于领先信号，订单、库存、开机率和复产后的价格才提供确认。

驱动三 | 产品为客户创造了可验证价值

客户接受更高净价，不只看纸厂成本，也看替代供给和使用结果。质量更稳定、断纸和停机更少、加工损耗更低、交付更可靠，都会降低客户综合使用成本。

低克重不是简单少用纤维，而是减少投入后仍完成同一包装任务。原纸指标合格，不自动等于瓦楞纸板或成箱后的性能达标。

研究资料：FEFCO测试方法；ISO 3037:2022

驱动四 | 交易条件和风险重新定价

同样的吨价，在现款、长账期、到厂价、出厂价、固定规格与特规订单中，经营结果可能完全不同。运费、返利、账期、最低起订量、质量索赔和交付波动，都会改变净价和现金。

纸价下跌也有逻辑：原料回落、新产能释放、订单减弱、库存积累、替代增加，或企业以折扣、返利和账期让利争取销量。判断涨跌，不能只看报价单方向。

纸上谈兵·数说本质：为什么很少见“降价函”？

涨价函常用来统一调整报价基准和生效时间；降价则更常由销售人员通过新报价、折扣、返利、账期或客户协商快速传递，既能促成订单，也保留客户与区域差异。看不到降价函，不等于价格没有下降——客户最终净价可能已经通过这些交易条件回落。

怎样制定一轮有效调价

第一步 | 固定比较对象

按客户、纸种、规格、交付地、税运、账期和服务条件建立基准。没有同口径基准，通知价、平均售价和客户净价无法比较。

第二步 | 建立成本桥

把纤维、能源、化学品、运费、人工、质量损失和资金占用逐项拆开。短期接单看增量现金成本，持续开机看工厂现金成本，长期定价与投资看制造完全成本；融资和资本开支另表观察。

研究资料：财政部存货准则；财政部借款费用准则

第三步 | 测订单、库存和替代供给

至少形成三种情景：净价提高且订单稳定；净价提高但销量回落；涨幅无法兑现、以折扣或账期回吐。客户留存、开机率、库存和产品结构必须放在同一张经营检查表。

第四步 | 把客户价值写进报价

报价沟通不能只有“我方成本上升”。稳定性、低克重、加工效率、交付保证、合规证据和协同开发，决定客户为什么愿意接受更高净价。不同产品不必使用同一涨幅和节奏。

第五步 | 独立定价，跟踪兑现

假设通知每吨上调50元，最终同口径净价只增加30元，净价兑现率就是60%。此后还要看订单保留、单位成本、毛利、回款和经营现金。

价格调整应由各经营主体依据自身成本、合同和客户价值独立决定；具有竞争关系的经营不得达成、实施固定或者变更商品价格等垄断协议。

研究资料：反垄断法；禁止垄断协议规定

从价格冲突到共同收益

纸厂涨价与客户控成本天然存在张力，但不必走向零和。真正能化解冲突的，不是把涨价理由说得更强硬，而是让价格调整同时带来供应稳定、质量改善、客户降损和更可持续的产品选择。

第一项 | 成本可解释

说明是哪个纸种、哪类纤维、能源或服务成本发生变化，采用什么比较期，影响多大。宏观指数、企业实际成本和客户报价必须分开。

第二项 | 产品价值可衡量

把调价与客户现场结果连接：克重降低后包装任务是否保持，纸板边压、粘合和成箱表现是否稳定，断纸、翘曲、废品与停机是否下降。客户购买的是更稳定的生产结果和更可控的综合成本。

第三项 | 服务承诺可交接

将准时足量交付、交期波动、紧急订单响应、质量投诉处理和问题闭环时间写进服务指标。价格提高后，客户应当知道获得了怎样的供货保障。

第四项 | 效率收益可共享

纸厂、纸板厂与终端客户可以围绕需求预测、规格精简、低克重验证、库存配置、换产节奏和损耗数据共同优化。协同不是统一价格，而是在双边合同和独立决策下减少急单、呆滞库存、重复试样和质量损失。

第五项 | 可持续 价值可证据化

再生纤维、低克重、纤维可追溯、节水节能和更易回收的结构，都要落到具体纸种与最终包装验证。绿色标签不能替代强度、加工、回收路径和客户总成本，也不能把破损、废品和食品损耗转移给下游。

从调价到客户满意度 | 六项复盘

质量稳定 | 克重、水分、强度与批次波动。

加工效率 | 断纸、停机、废品与单位损耗。

质量结果 | 投诉、退货与复购。

交付服务 | 准时足量交付与交期波动。

响应闭环 | 异常响应与问题关闭时间。

综合价值 | 单位包装总成本与可持续证据。

合理调价不是上下游争夺空间，而是用更稳定的产品和服务共同降低系统成本。

05 · 净价与现金

报价上涨，现金为何滞后

山鹰国际披露，2025年原纸销售均价与单位成本差额为94.34元/吨，同比收窄32.74%；造纸板块毛利率为3.22%。它说明售价、成本和毛利并不会自动同向变化。

研究资料：山鹰国际正式回复

玖龙纸业在截至2025年12月31日止六个月的中期报告中披露，销量增长8.3%、平均售价增长2.7%，毛利率由9.5%升至约14.4%；公司解释，售价上升与原料成本下降共同改善了毛利。它不是自然年2026年上半年，也不是行业平均。

研究资料：玖龙纸业2025/2026中期报告

现金还要再过一关。应收、存货和应付变化，要连同经营活动现金流、必要资本开支和利息负担一起看。没有同口径纸业分部现金流和销量时，不宜计算“单吨经营现金流”。

06 · 长期能力

价格修复如何变成能力

新增现金往往要先补营运资金、付利息和维持产能；持续投向质量、资源效率、量产速度和交付可靠性的资金，并在良率、单位消耗、复购和准时交付上兑现，才会变成下一轮客户可验证的价值。

研究资料：Valmet纸机数据与效率框架

Smurfit Westrock在2025年年报中披露：部分客户合同虽含价格调整条款，仍未必足以覆盖成本上涨；在瓦楞和消费包装业务中，即便能够实施提价，从原料上涨到客户价格兑现通常仍有约3—6个月时滞。它不是中国市场规则，却揭示价格传导需要时间。

研究资料：Smurfit Westrock 2025年报

三种容易看错的“涨价”

净价提高但销量、客户留存或开机率明显下降，可能只是收缩中的价格修复。毛利改善主要来自原料回落，可能更多是周期红利。利润增长但经营现金没有同步改善、应收回收期或库存周转天数拉长，仍可能停在账面改善。

纸上谈兵·数说本质

合理价格不是上下游争夺利润，而是让资源流向更稳定、更高效、更可持续的产品与服务，再由订单、客户满意度和现金共同验证。

博碳观察

理解涨价逻辑，不是抗拒涨价。健康的造纸产业链需要合理价格，让纸厂能够稳定采购、维护设备、保障环保运行、提升质量并持续创新；客户也需要价格变化有清楚对象、成本依据、服务承诺和可验证收益。

造纸行业真正要“涨”的，是把成本、供需和客户价值翻译成独立报价的**定价能力**，把每一吨纸稳定做成合格可售产品的**制造能力**，把质量、交付和协同降本转化为客户满意度的**服务能力**，以及把利润转成经营现金、再投向可持续产品和效率提升的**资本配置能力**。

涨价函发出的是意愿；市场价格确认的是方向；净价、订单、客户满意度和现金，才是调价真正留下的结果。

博碳包装关注纸张性能、包装加工与终端应用之间的价值能否真正打通。让材料性能各归其位，打造出差异化高品质产品，进入合适场景，经由稳定制造和客户验证，才能形成长期价值。

博碳包装·产业洞察·研究说明

本文基于国家统计局、企业客户通知原件、上市公司正式披露、法律与技术标准，由博碳包装独立研究整理，核验日期为2026年8月。客户通知、统计价格、平均售价、净成交价和经营结果已区分口径；本文仅供造纸及包装产业链研究学习，不构成投资、采购、定价、合作或交易依据。如对内容、数据或权益有意见，可留言提出修改、说明或删除要求，我们将在收到后24小时内核查处理。

博碳观察数据与核验来源

01 | 国家统计局 | 2026年6月份工业生产者出厂价格主要数据

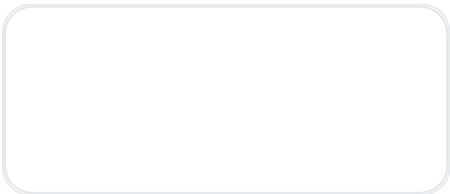
02 | 国家统计局 | 2026年7月份工业生产者出厂价格主要数据

- 03 | 国家统计局 | 2026年上半年规上工业企业利润
- 04 | 国家统计局 | 2026年7月上旬流通监测
- 05 | 国家统计局 | 2026年7月中旬流通监测
- 06 | 国家统计局 | 2026年7月下旬流通监测
- 07 | 国家统计局 | 2026年8月上旬流通监测
- 08 | 国家统计局 | 2026年8月中旬流通监测
- 09 | 国家统计局 | 2026年7月中国采购经理指数
- 10 | 纸业观察网 | 玖龙多基地客户调价通知原件汇总
- 11 | 新浪财经/中国造纸杂志社 | 多家大型纸企8月第二波涨价函
- 12 | 玖龙纸业 | 截至2026年6月30日止年度正面盈利预告
- 13 | 山鹰国际 | 2025年年报问询函回复
- 14 | 玖龙纸业 | 2025/2026中期报告
- 15 | Smurfit Westrock | 2025 Annual Report
- 16 | 市场监管总局 | 中华人民共和国反垄断法
- 17 | 市场监管总局 | 禁止垄断协议规定
- 18 | 财政部 | 企业会计准则第1号——存货
- 19 | 财政部 | 企业会计准则第17号——借款费用
- 20 | Valmet | Board and paper machine data analytics
- 21 | FEFECO | Testing Methods
- 22 | ISO | ISO 3037:2022

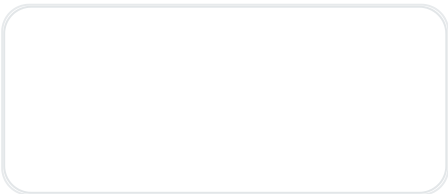
[阅读原文](#)

[← 返回行业洞察](#)

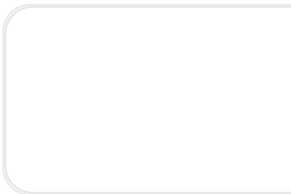
相关文章



2026-08-23



2026-08-23



2026-08-23



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](#)