

行业洞察

为什么一家塑料包装企业，要引入纸瓶技术？

发布时间 2026年10月11日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



客户换一种包装，不一定要换一家供应商。前提是，你能跟上他的下一次选择。



从一次纸瓶合作，看包装企业如何把客户积累、材料创新与制造能力，转化为下一轮产品开发的机会。

客户还在采购你的老产品，却可能在开发新包装时，先找了别的供应商。对包装企业来说，守住今天的订单，并不等于参与了明天的增长。

2026年10月6日，印度硬质塑料包装企业Alternicq（前身为Manjushree Technopack）与英国Pulpex公布独家合作，将纸浆纤维瓶技术引入印度，并共同评估客户需求与本地制造条件。

它没有宣布退出塑料业务，而是为客户增加一种包装选择。合作公告明确提出，企业要从以规模为主的包装供应商，向跨材料、跨品类的一站式解决方案伙伴扩展。

一边继续塑料业务，一边增加纸瓶技术，这场合作指向一个更深的经营问题：供应商怎样让多年积累的客户关系，能够承接新的包装需求？

守住老订单，也要进入新项目

Alternicq官网披露，其服务客户超过1000家，业务覆盖食品、饮料、个人护理和家庭清洁用品等领域。这是它原有业务的客户基础，也让它有机会从熟悉的客户中寻找新的包装需求。

供应端可以按纸种、树脂和工艺分工，品牌面对的却是一个完整产品：装得住、保护得好、灌装顺利，既有货架辨识度，也有合理成本和使用后去向。

当客户开始评估纤维包装，如果原供应商仍只提供塑料方案，新项目就可能流向别的技术伙伴。扩展材料与制造能力，争取的是继续参与客户产品开发的机会。

这时，多年积累的价值就不只是设备。熟悉客户的内容物、灌装线、运输条件和质量问题，能够把这些要求转化为产品规格，同样是难以轻易复制的能力。

客户想换包装，内容物的保护、灌装与储运要求仍然要守住。把这些既有条件带进选材、结构和工艺讨论，原有的客户经验才有机会成为新项目中的开发优势。

越早参与产品开发，越有机会讨论“需要什么包装”，而不只是等规格确定之后，回答“多少钱能做”。

客户需要新的包装选择时，守住客户关系，比守住单一材料的边界更重要。

做得出瓶身，更要做成可靠包装

纸浆纤维成型解决了瓶身结构的问题，装液体还需要阻隔与封合。Pulpex合作公告介绍，其瓶内采用喷涂阻隔层，技术平台也将灌装适配与瓶身装饰纳入开发。

英国家清品牌smol在9月22日公布，计划于今年秋季推出与Pulpex共同开发的纸浆纤维瓶洗衣液。品牌披露的结构包括纤维瓶身、内侧薄水性涂层和再生聚丙烯计量盖，并建议在英国使用后，将瓶盖与瓶身分别投入塑料和纸类回收渠道。

洗衣液装进去以后，内壁要持续提供阻隔，瓶口与瓶盖要配合可靠，包装还要经得起灌装、搬运和储存。产品保护不能只在刚做出的样瓶上成立。

对涂布和阻隔企业，纸样上的性能还要落实到三维瓶体上：瓶肩、内壁和瓶底能否均匀涂覆，干燥后能否形成连续阻隔，是否与结构及封合配合。单项材料表现良好，还要让整套包装在实际使用中可靠。

Pulpex目前公开说明，其瓶子面向非碳酸液体，碳酸饮料版本仍在开发。对产业链而言，这也是清楚的开发顺序：先把适合的场景做透，再扩大应用范围。

纸浆形成瓶身，阻隔与结构决定它能装什么，制造体系决定它能交付多少合格产品。

一份合作协议，要接上一整套交付能力

10月8日，Pulpex宣布格拉斯哥附近的商业制造工厂开放，初始配置年产能最高4000万只。公司将这座工厂定位为未来授权制造伙伴的参考工厂。这是公司披露的配置产能，并非已经实现的年销量。

这一安排的意义，是让合作方能够围绕实际制造体系评估技术，而不只看一只样瓶。

技术公司提供产品平台与工艺体系，当地包装企业带来客户理解、制造组织和市场服务。前者把技术做成可采用的系统，后者围绕当地需求组织产品开发与交付。两种能力接起来，新产品才有机会成为当地客户的采购选择。

印度合作仍要共同确定优先品类、产品与法规要求，以及当地制造的场地和设备条件。塑料包装经验是基础，纤维瓶的工艺与产线条件仍需专门验证。

独家合作能提供市场开发机会，但客户最终购买的，是持续交付的合格产品。

算账也不能停在纸浆与树脂的采购价。涂层用量、干燥能耗、设备与模具摊销、授权费用、生产损耗和运输，都要进入**每千只合格交付包装的总成本**。

比较方案时，还要放在相同容量、相同内容物保护目标与货架期要求下。少用材料如果伴随更多废品或更高能耗，原料账上的节省也可能被抵消。

把产品保护、灌装适配、交付成本和当地回收条件一起验证清楚，才有依据判断一款包装是否值得长期采用。

技术合作打开市场入口，稳定交付才让入口变成长期生意。

让自己的专长，进入客户的新项目

对中国纸包装产业链，这个案例更有价值的启示，是把已有优势接到新需求上。

有纤维处理优势的企业，可以研究浆料与成型适配；模塑企业可以解决瓶体一致性和制造效率；阻隔材料企业可以研究三维涂覆与内容物保护；具备客户和加工基础的包装企业，可以牵引联合开发与实际交付。

不必每家企业都自建纸瓶产线。更值得判断的是：自己的哪项专长，能够解决新包装中一个客户愿意付费的问题？

下一次与客户讨论，不妨先问清楚：哪款产品正在评估包装升级，哪些性能必须守住，现有方案最难改善的又是什么。

再从非碳酸饮料、调味品或家清用品中选定一个适合场景，明确容量、内容物、使用条件和成本目标，把材料、结构与制造放进同一组验证。

先找到具体项目，再选择技术组合。这样，研发投入更容易围绕客户的真实要求展开，技术交流也才有机会转化为产品开发。

这也是博碳包装持续关注应用与阻隔工程的原因：**材料创新的价值，要落在客户用得上、产线做得稳、投入算得过账的产品上。**

Alternicq引入纸瓶，争取的是客户下一轮产品开发中的参与机会；Pulpex寻找制造伙伴，拓展的是技术进入当地市场的路径。把客户、技术和制造接起来，合作打开的市场入口，才有机会成为长期生意。

客户换一种包装，不一定要换一家供应商。前提是，你能跟上他的下一次选择。

研究说明

本文由博碳包装依据合作方、品牌与企业技术公开资料独立研究整理，核验截至2026年10月10日，供产业研究学习，不构成具体采购或投资决策依据。如需修改、说明或删除，请联系本公众号，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

Pulpex | Alternicq纸浆纤维瓶合作公告

Alternicq | 企业业务与客户资料

smol | 纸浆纤维瓶洗衣液上市计划与产品结构

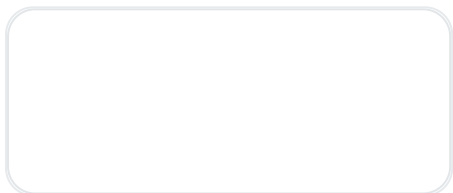
Pulpex | 纤维瓶用途与功能说明

Pulpex | 格拉斯哥附近商业制造工厂开放公告

[阅读原文](#)

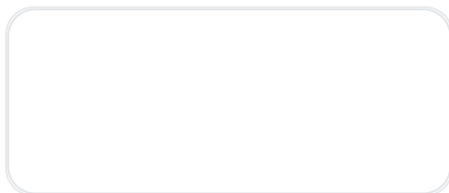
[← 返回行业洞察](#)

相关文章



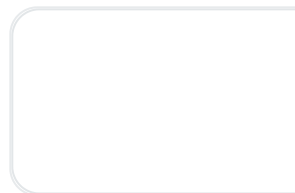
2026-10-10

三家全球造纸巨头，真正强在哪里？



2026-10-01

国庆 | 从中国的一张纸，到世界的日常生活



2026-09-29

哑光阻隔，留住纸感：看的长期竞争力



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



