

2020年中国卫生用品行业盘点

Review 2020: Chinese Disposable Hygiene Products Industry

■ 中国造纸协会生活用纸专业委员会

2020年,突如其来的新冠肺炎疫情在全球暴发,给卫生用品行业带来了很大的冲击。在原材料供应紧张,人员复工困难的情况下,卫生用品行业企业积极响应国家号召,转产口罩等防疫物资,捐款捐物,承担社会责任;疫情常态化后,企业边生产边防疫,迅速恢复主业,虽然形势较以往更加艰难,但行业企业仍不断开发新的生产技术,尝试新的零售模式,在这一特殊时期砥砺前行。

一 2020年,在新冠疫情防控期间,卫生用品企业积极响应国家号召,转产医用防护服、防护口罩等医疗防护物资;并捐款捐物,支援抗疫,践行社会责任。

疫情前期,由于医用防护服、防护口罩等医疗防护物资供应紧缺,卫生用品行业企业加速复工复产,投资新建、改建口罩生产线,满足消费者防护需求。同时,防护物资产生的利润也弥补了疫情给企业带来的损失,成为新的利润增长点。据不完全统计,恒安、维达、中顺洁柔、昱升、豪悦、千芝雅、爹地宝贝、美佳爽、稳健医疗等35家行业企业还获得了医疗器械生产许可证(二类),可以常态化生产口罩等防护产品,扩充在卫生用品类别中的新版块。

卫生用品行业内企业还纷纷捐款、捐物,与疫区人民共克时艰。

二 卫生用品企业加入资本市场,寻求资金支持和长期规范发展。

- 6月3日,海纳智能装备在香港联交所主板成功上市。
- 9月11日,杭州豪悦护理正式登陆上海证券交易所主板。
- 9月17日,稳健医疗正式登陆深交所创业板。
- 9月21日,百亚股份成功登陆深交所中小板。

三 主要国内上市公司及跨国企业的业绩

● 2020年上半年,恒安集团实现收入109.28亿元,同比增长1.4%;公司权益持有人应占利润22.60亿元,同比增加20.3%。

其中,卫生巾业务销售增长略优于市场平均水平,增长约5%至约32.23亿元(2019年上半年:30.75亿元)。纸尿裤业务收入约为7.22亿元(2019年上半年:7.51亿元),跌幅收窄至约3.8%。恒安集团还生产销售口罩,毛利水平可观。

● 前三季度,维达集团总收益同比上升0.4%(按固定汇率计)至114.64亿港元。毛利增长27.3%至43.54亿港元,毛利率增长8.8个百分点至38.0%。经营溢利大幅增长80.5%至18.02亿港元,经营溢利率上升7.2个百分点至15.7%。其中,个人护理用品业务收益达20.98亿港元(2019年同期:20.95亿港元)。

● 2020年上半年,爹地宝贝公司实现营业收入5.13亿元,同比增长125.7%,公司从2月开始生产口罩,口罩实现收入2.36亿元。毛利率46.11%,较上期增加23.76个百分点,主要得益于口罩产品77.31%的高毛利。

● 百亚股份2020年1—9月实现营业收入9.06亿元,同比增长10.48%;归母净利润1.30亿元,同比增长50.72%。

● 豪悦护理2020年前三季度实现营业收入20.38亿元,同比增长46.71%;归母净利润4.92亿元,同比增长

139.89%。公司业绩增长主要得益于新增了口罩等抗疫产品收入,同时与客户深化主营业务合作,业务规模和利润水平进一步提高。

- 稳健医疗2020年1—9月实现营收95.23亿元,同比增长205.36%;归属于上市公司股东的净利润31.50亿元,同比增长678.64%。

- 厦门延江2020年前三季度实现营业收入12.68亿元,同比增长64.88%,归属于上市公司股东的净利润3.16亿元,同比增长395.28%。营业收入及利润增长主要来自于传统主业的稳健增长,尤其是海外各子公司业务在今年前三季度均取得其成立以来的最佳业绩;另一方面,2020年初国内暴发新冠疫情以来,公司推出的熔喷非织造布业务,在缓解疫情期间下游口罩生产商需求的同时,为公司带来了较好的收益。

- 2020年第三季度,金佰利在发展中国家和新兴市场的个人护理用品业务下降约4%;其中汇率变化使销售额下降11%,中国、东欧、印度、拉丁美洲市场销售量增加使销售额增长5%,产品组合的改善使销售额增长1%以上。

- 2020年1—9月,花王乐而雅卫生巾的销量保持稳定,高附加值产品在日本市场表现良好,中国市场销售量稳步增长。妙而舒婴儿纸尿裤在印度尼西亚市场稳定增长,但是在日本和中国市场出现下滑。

- 2020年1—9月,尤妮佳在中国市场销售额增长9%,其中女性护理用品增长显著。

- 2020财年(2019年7月—2020年6月)宝洁在大中华地区市场,婴儿护理用品销售量出现低一位百分数的下降,中国人口出生率下降是原因之一;女性护理用品销售量获得低一位百分数增长,主要是因为产品创新、加大市场推广力度以及疫情造成的消费和囤货增加等因素。

四 卫生用品生产企业新投产项目

- 倍舒特科技在天津开始建立生产基地。
- 露乐集团研发制造基地建成投产,引进多条先进生产

线,开启露安适纸尿裤的自主生产之路。

- 湖北舒欣卫生护理用品实业有限公司一期项目10月建成投产,共有5条自动生产线,后续还会增加2条。项目全部投产后,可年产卫生用品30亿片。

- 美信集团旗下美心(安徽)卫生用品有限公司开工奠基,公司以卫生巾、纸尿裤为主要产品。一期工程占地面积约62亩,总投资6亿元。

五 卫生用品企业加强与上下游企业及科研院所的合作,开展研发和创新,推动高质量发展。

- 恒安集团、维达集团、倍舒特科技与中国制浆造纸研究院有限公司开展深度合作。

- 恒安集团与大连瑞光集团签订战略合作协议,双方就纺粘非织造布、口罩熔喷布的研究和标准进行战略合作。

- 广东昱升的7项卫生巾、纸尿裤产品技术,被评为“广东省高新技术产品”,积极发挥标杆表率作用,为建立良性的行业生态圈努力。

- 杭州希安达与军内外相关科研机构合作攻关,开发了“非乙醇抗病毒湿巾”。

- 泰盛集团与倍舒特科技签订战略合作协议,将在生活用纸及卫品行业携手合作,在产品端、品牌端、渠道及产业链等方面进行深入合作。

- 俊富公司与崇大(香港)签署战略合作协议,将在现有材料生产的基础上迈入制品代工领域,筑牢综合服务全球客户的坚实基础。

六 产品创新主要集中在性能和使用感受的提升,天然材料和可降解材料仍是关注焦点。

1 卫生巾:追求舒适性,透气、轻薄无感、抑菌、可降解材料的应用是各大品牌创新升级的方向,裤型卫生巾热度不减。

2 婴儿纸尿裤:透气性、芯体结构是创新升级的重点。

3 成人失禁用品:更加追求吸收性、祛除异味、护肤、

尿显等功能性的提升,河北宏达、沈阳般舟、山东爱舒乐等开辟医疗特通渠道。轻度失禁用品逐步进入人们的视野,恒安、维达、可靠、稳健、倍舒特妇幼等企业都推出了轻度失禁护理用品,并通过不同的方式积极进行消费者教育,成人失禁用品市场进入上升通道。

4 擦拭巾:湿巾产品细分化、天然材料应用增多。厕用湿巾、消毒湿巾和卫生湿巾市场显著增长。由于使用便利,契合年轻消费者的使用习惯,干湿两用棉柔巾得到广泛普及。

七 卫生用品企业积极尝试多种新零售、新营销模式:明星代言、IP授权、深度开发电商渠道、直播带货等。

1 维达、恒安、全棉时代等通过明星代言合作,扩大产品和品牌的知名度;

2 花王、天正、恒安、珍爱等通过获得经典动画等角色的IP授权,使产品吸引更多人的注意;

3 行业企业与各大电商平台达成了深度合作,恒安、维达、可靠、全棉时代等卫生用品企业的线上销售额也创下了新纪录。

4 疫情期间,全民宅家生活让短视频和直播迎来快速爆发,越来越多的行业企业在短视频直播中找到了新销路。生活用纸委员会在“生活用纸和卫生用品云服务”平台上开展6·30“纸”“卫”新品订货节,众多全国优秀品牌参与直播,反响热烈。

八 产品升级需求推动原材料企业加快产能布局,改进生产技术

1 中国消费者对卫生用品安全、健康、舒适、美观等方面的需求不断演变升级,作为行业供应链的重要一环,卫生用品原材料供应商承担着创新的重任。柔软、护肤、抗菌、除臭、美观等附加性能成为原材料增值创新的重点。

同时,消费者对产品安全和环境友好的要求逐渐提高。中央和各地方政府相关机构出台的限制使用塑料材料的法

令,也推动了天然材料和生物基材料正在加速发展。

2 受到疫情影响,非织造布等原材料的需求大增,医用非织造布材料的需求也明显增长。原材料企业通过投资、合并扩大生产规模,并引进先进设备,满足对材料新要求。

- 厦门延江新材料股份有限公司新上熔喷非织造布生产线20条,热风非织造布生产线3条。

- 俊富收购了致优无纺布无锡公司,在现有卫生和工业业务基础上进入医疗领域。

- 上海丰格无纺布有限公司新上1条幅宽3m的热风非织造布线,产能180t/m。

- 河北维嘉投资2,000万元引进1条进口全自动热风非织造布生产线。

- 山东恒鹏卫生用品有限公司新上2条SSSS非织造布生产线。

- 江苏锦琪昶新材料有限公司新上2条台湾日惟热风非织造布生产线,新上0.8D超鹅绒热风非织造布生产线。

- 晋江市兴泰无纺制品有限公司新上2条宏大幅宽3.2m,车速800m/min的纺粘非织造布生产线。

- 佛山市联塑万嘉科技有限公司新上口罩机3台,熔喷非织造布设备3台和1条流延透气膜生产线。

- 贝里国际集团宣布在南海工厂再投资一条莱芬5型(R5)非织造布设备,满足快速增长的亚洲医疗市场需求。

- 广东一洲5万m²新工厂投产,新增2条SSMMS非织造布生产线。

- 湖南欣瑞生物科技高档水刺非织造布项目在湖南省安乡县正式签约,建设4条水刺非织造布生产线,主要生产高端纯棉医、卫非织造布材料。

- 温州市特康弹力科技新厂投产,计划新增10条弹性非织造布生产线。

- 道恩集团收购山东斯维特公司,筹建非织造布产业基地。

- 山东诺尔生物科技有限公司新上吸水纸项目。

- 佛山市新飞卫生材料有限公司新上1条离型纸设备。

- 佛山华韩佛山二期新厂房正式建成,新厂房占地约1.5万m²,投产后预计新增产能约4,000t/a。
- 福建琦峰科技有限公司新上2条soma柔版印刷机,新增第2条W&H吹膜机。
- 上海嘉好在江苏设立新厂,新上3条热熔胶设备。
- 乔东推出8D在线芯体,明显提升复合芯体性能;新型木浆水刺布材料适用于在线和离线复合芯体的生产。

九 设备的智能化、精度和定制化水平不断提高

1 卫生用品生产及包装设备朝智能化迈进,互联网+技术深入普及应用

- 安庆恒昌推出更高效、智能的卫品生产设备。无人上料、无人装箱,以集成的方式提升设备智能化,应用超声波焊接技术,材料适应性广,焊接效果更加稳定、可控。
- 安徽富田定制化设备,可根据客户需要选择不同的功能组合。
- 广州兴世借助MES管理系统、ERP管理系统、IWMS智能仓储系统,对物流资源数据整合共享。兴世还推出了CCSP云控平台,无缝衔接MES-ERP-IWMS的数据输出,通过数据交互,实现生产所需数据资源共享。
- 广州贝晓德自主研发的全链追溯智能装箱堆垛系统,在ERP/MES/防窜货服务器/现场数据采集与喷码等追溯/智能装箱堆垛等过程的智能化应用方面取得了快速发展,实现了智能装箱堆垛无人化。

- 济南翼菲推出SCARA系列机器人,具有多种臂长,可快速精准地完成涂胶、组装、锁螺丝、搬运等作业,灵活性强,轻量小巧,智能化程度高。

2 自主创新设备,优化设备精度,满足不同市场需求

- 浙江新余宏在卫生巾条型包生产线上实现重大技术突破,应用超声波、BTSR操作技术,多样化条型包打包设计满足不同产品需求。
- 针对目前棉柔巾逐渐受到消费者青睐这一产品趋势,创达推出了CD-200-6L棉柔巾机、CD-50棉柔巾自动切纸机;

连云港恒信机械推出柔巾卷机;松川推出ZB800M棉柔巾包装机,并优化设备精度,可根据客户需求调整设备参数。

3 定制化设计,满足客户个性化需求理念

- 奥普蒂玛推出OPTIMA FS1全自动女性护理产品堆垛装袋一体机,占地面积小,可与生产线无缝连接,适合中国市场的需求。
- 晋江翔锐推出的SAP波形散播系统,根据男、女消费者的不同需求添加SAP,为客户定制化生产提供助力,降低成本,实现最佳吸水效果。

4 疫情期间勇担当,转产口罩机

疫情期间卫品设备企业为响应政府号召,勇于担当,迅速转产制造口罩机。安庆恒昌、泉州汉威、广州兴世、浙江新余宏、普诺维、晋江海纳等多家卫生用品设备厂商都推出了自主研发的口罩机及配件,为及时、有效防控疫情保驾护航。

由于上半年疫情期间的需求,设备制造商以口罩设备供应较多,原有的卫生用品设备供应相应减缓。下半年开始,卫生用品生产线逐渐恢复正常供货,设备商配合企业客户研发新的设备性能。湿巾设备中,消毒和卫生湿巾设备需求呈现井喷式增长。

十 进出口市场

1 吸收性卫生用品

2020年前三季度,吸收性卫生用品总进口量11.27万t,同比减少19.85%;进口额6.72亿美元,同比减少15.73%;平均价格比2019年同期提高5.14%,吸收性卫生用品的进口量延续了近两年的下降趋势。

前三季度,虽然受到新冠疫情的影响,但吸收性卫生用品的出口形势较好,总出口量同比增长6.17%,出口额同比增长5.12%,但平均价格比2019年同期降低0.98%。主要产品种类出口量比2019年同期均有增加,出口产品仍以婴儿纸尿裤为主。

结合2020年上半年进出口情况分析(总出口量同比微增0.61%,出口额同比减少1.75%),中国吸收性卫生用品出口业

务在第三季度明显回升,各类产品的出口量均恢复增长,部分产品出口价格有小幅下降。

2 湿巾

2020年前三季度,湿巾产品的进口情况虽相较2019年同期增长明显,但进口总量较少,进口量同比增长17.30%,平均价格同比上升5.76%,达到2,580.12美元/t。

湿巾产品的出口量和出口额继续保持较大幅度增长,其中出口量同比增长120.36%,出口额同比增长144.53%,出口平均价格也同比上升10.97%。大幅增长的主要推动因素是新冠肺炎疫情在全球蔓延,使得国外市场对消毒和卫生湿巾的需求提高。

3 中美贸易战、汇率变化等其他因素

2020年全年,中美贸易战仍呈现双方对峙状态,但整体趋于平缓。中美双方对吸收性卫生用品和湿巾加征关税的情况如下表所示。

商品编号	商品名称	中国对美国加征关税	美国对中国加征关税
48189000	纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品	5%	0
96190011	供婴儿使用的尿裤及尿布,任何材料制(婴儿纸尿裤)	10%	7.5%
96190019	其他任何材料制的尿裤及尿布(成人失禁用品)	10%	7.5%
96190020	任何材料制的卫生巾(护垫)及止血塞(女性卫生用品)	10%	7.5%
96190090	任何材料制的尿布衬里及本品目所列货品的类似品	10%	7.5%
34011990	湿巾	20%	0

2020年2月21日,国务院关税税则委员会发布公告,部分对美加征关税商品实施排除措施,其中包含了税则号为47032100的产品(含绒毛浆)。自2020年2月28日至2021年2月27日不再加征为反制美301措施所加征的关税。

此外,2020年,美元兑人民币汇率波动明显,上半年维持在7.0附近,但下半年人民币一路升值,目前保持在6.5附近,对进出口贸易企业的影响较大。

十一 国家标准的制修订

1 已发布实施的标准

《女性卫生裤》(GB/T 39391-2020),2021年6月1日起实施。

《卫生巾(护垫)》英文版(GB/T 8939-2018),2020年6月24日发布。

《儿童口罩技术规范》(GB/T38880-2020),2020年5月6日起实施。

《面膜用竹炭粘胶纤维非织造布》(FZ/T 64079-2020),2020年10月1日起实施。

2 正在制定的新标准

《卫生棉条》、《干湿两用纸巾》

3 正在修订的标准

《湿巾》、《婴童湿巾》、《湿巾及类似用途产品 第3部分:消毒湿巾专用要求》(原GB/T 27728-2011)

《一次性卫生用品用面层》(原GB/T 30133-2013)

《卫生用品用吸水衬纸》(原QB/T4508-2013)

4 完成上报的标准

《一次性纸制品降解性能 评价方法》、《吸收性卫生用纸制品 生产过程质量安全状态监测与评价指南》、《绒毛浆》(原GB/T 21331-2008)、《纸尿裤 第1部分:婴儿纸尿裤》(原GB/T 28004-2011)、《纸尿裤 第2部分:成人纸尿裤》(原GB/T 28004-2011)

十二 新冠疫情对卫生用品行业的影响

虽然疫情给整个卫生用品行业带来了挑战,但是不同的企业受到的影响并不相同。跨国品牌因为材料供应稳定,在此次疫情中占据优势。规模较大或者在行业内较有影响力的国内企业抗风险能力较强,反应迅速,或者与供应商有长期

稳定的合作，基本能保证原材料的供应。甚至抓住了危机之中隐含的机遇，实现了增长。而上半年部分企业受到原材料供应不足及价格上涨的影响较大，出现阶段性停产现象。

疫情期间，各类卫生用品呈现出不同的发展特征。

- 湿巾作为清洁或特殊功能使用的产品，不同的产品具有其不同的使用场景，2020年的新冠肺炎疫情使消毒湿巾和卫生湿巾的生产和消费大幅增长，但随着疫情不断得到控制，湿巾的需求也将回归常态。

- 女性卫生用品市场继续保持稳中有升的态势。

- 疫情加速了婴儿纸尿裤行业的洗牌，行业利润水平相比2019年同期下滑，消费者更加关注产品的性价比。

- 疫情期间，医护人员使用成人纸尿裤，使成人纸尿裤曝光量增加。且政府加大了对成人纸尿裤生产质量的监管力度，规范了市场环境，很多成人纸尿裤企业的销售量提高。

十三 行业面临的问题及思考

1 优化和稳定产业链、供应链

上半年疫情彻底打破了卫生用品产业链原有的秩序，一度出现非织造布材料和卫生用品设备断供、订单取消、价格暴炒、合同违约等乱象，对卫品行业带来巨大的冲击和影响。企业要重新审视和加强供应链的建设和维护，产业链企业要团结合作、诚信经营、遵守契约精神。

2 产能过剩

今年卫品行业以“非正常化”速度新投产了数百条非织造布设备和湿巾设备，非织造布原材料和湿巾产品的产能激增，2021年产能过剩势必逐步显现。行业企业要重视提高创新能力和技术服务水平，积极开辟消化产能和市场，避免同质化竞争和价格战。

3 提高品牌数字化营销能力

今年疫情防控中，线上经济发挥了重要作用，卫品企业要乘势而上，继续加强线上线下全渠道深度交融，提升品牌的数字化营销能力。

4 行业洗牌和产业升级加速

今年，疫情加速了我国卫品行业优胜劣汰和产业升级。

提高产品品质、加强知识产权管理、提升企业核心竞争力，仍是企业未来发展的首要任务。

5 外贸企业做好风险防范

疫情全球蔓延，国际环境日趋严峻复杂，出口会受国际政治形势、汇率、关税等诸多因素的影响，外贸企业要做好风险防范，探索形成参与国际竞争和合作的新优势。

6 绿色发展

限塑令、垃圾分类等环保政策的实施将对我国卫品行业产生深远影响，行业企业应积极转型升级，顺应可持续发展趋势。

十四 生活用纸专业委员会创新服务方式，开拓业务领域

2020年，面对行业遭遇的诸多困境，生活用纸委员会逆势提升行业服务能力，组织企业爱心募捐、向国家有关部门上报反映原料价格暴涨情况、积极建设云服务平台等，与行业共克时艰。

- 生活用纸专业委员会联合北京知行公益基金会于2月11日向所有卫品人发起爱心募捐倡议，迅速得到卫品人的响应，共募集善款人民币169.6882万元，全部用于购买卫生用品以及承担相关物流运输费用等公益用途。项目主要面向湖北省各地进行捐赠。

- 为了帮助企业在特殊时期打通时空阻隔，提高商贸撮合和供需对接效率，委员会推出了“生活用纸和卫生用品云服务”平台，并开展了一系列直播、技术讲座、科普活动、云培训、年度报告中英文全球发布等活动，积极推进卫生用品市场普及，传播先进生产技术和营销方法，引导行业健康发展，受到业内人士的广泛好评。

- 生活用纸专业委员会与维达、北京倍舒特科技、宝索、赛得利、德昌誉等企业达成了品牌企业年度“UP服务”计划合作。品牌企业年度“UP服务”计划是生活用纸专业委员会积极探索“互联网”、“大数据”等经济、社会发展新形态，建设跨界数字化产业服务平台，打造全渠道融合发展服务模式的又一创举。■