

厦门延江新材料股份有限公司董事、副总经理谢影秋： 了解市场需求 引导消费潮流

晨报记者 陈晓青

对于生活用纸和卫生用品行业来说,2023年既是充满挑战的一年,也是行业洞察和创新的一年。

从2000年创办公司,到2017年公司在深圳证券交易所创业板发行上市,再到开拓全球市场,厦门延江新材料股份有限公司(以下简称“延江股份”)创始人之一、董事、副总经理谢影秋涉足一次性卫生用品面层材料行业20多年,对行业洞察和市场开拓有着深入的思考。

新的一年,延江股份有什么新布局?在国内市场越来越“卷”的环境下,作为国内极少数进入下游客户高端产品领域的供应商之一,延江股份将如何应对?近日,记者独家专访谢影秋。

谈行业竞争

公司每半年推一款新产品

记者:从业这些年,您见证了一次性卫生用品面层材料行业的发展变迁,看到了哪些变化?

谢影秋:2000年,中国的卫生巾行业刚起步不久,第一条卫生巾生产线在泉州一家公司诞生,之后几年,行业发展很快。也是在2000年,延江股份在厦门选址成立。作为筹备者之一,我见证了行业发展迅猛的几年里大大小小的变化。

就拿产品来说,卫生巾、婴儿纸尿裤等面层材料的柔软性、干爽性、舒适性、吸收性和透气性等性能指标,对于一次性卫生用品的品质和消费体验起着决定性的作用。按大类划分,一次性卫生用品面层材料主要有无纺布和PE打孔膜两大类,我们公司主要产品就是3D打孔无纺布和PE打孔膜。

最早的卫生巾要为消费者解决潮湿问题,所以就衍生出“干爽派”——PE膜。使用PE膜面层材料确实很干爽,但PE膜塑料感强一些,不够亲肤;随即又流行热风无纺布,成本高,但非常柔软,触感好,缺点是不够干爽。为了达到“既干爽又柔软”的目的,我们在热风无纺布上进行3D打孔,减少使用者皮肤与面层材料的接触面积,就比较干爽。很快,打孔的热风无纺布慢慢

取代PE打孔膜,产品越来越往高端走,成为时下卫生巾和纸尿裤的潮流产品。

全国有3000多个卫生巾品牌,多分布在泉州晋江、浙江、广州等地,作为卫生巾厂家的上游供货商,整个行业确实是大“卷”了。一般情况下,我们的材料更新频率最多只有半年,几乎每半年就要推出一个新款产品,不然跟不上市场变化。

谈产品结构

主抓中高端市场,引领潮流

记者:一次性卫生用品与百姓日常生活息息相关,面对消费者对产品多样化、差异化、高端化的需求变化,如何根据不同消费者的偏好进行产品结构设定?

谢影秋:需求决定产品结构。所有产品结构的设定都是从消费者需求角度出发。拿女性卫生用品来说,目前国内外卫生巾渗透率饱和,发展趋于成熟,行业增长更多地依靠产品升级带来价格驱动,所以,我们主抓中高端市场。

也就是说,既要了解消费者需求,也不能太“随波逐流”。公司成立以来,持续专注于新型面层材料的开发。2010年-2012年,我们布局做热风无纺布3D打孔面层材料,并申请了专利保护。在2008年-2018年,只有我们能生产热风无纺布3D打孔面层材料。我们还自行研发生产设备,原来是买来生产,后面发现原材料质量不行,我们就自己生产。2021年前后,我们有25条热风无纺布生产线,其中国内20条、国外5条,当时我们是热风无纺布产能全球第一的企业。

为什么国外其他公司都不怎么投资热风无纺布生产线呢?因为成本高、产能低。举个例子,欧美国家喜欢用粘粘材料做卫生



“我们将继续专注于卫生用品面层材料的创新研发,为全球的使用者提供高品质、高性价比的产品和服务,持续美化消费者的生活。”

厦门延江新材料股份有限公司董事、副总经理谢影秋。记者 陈理杰 摄

巾,一条粘粘材料生产线月产能达近2000吨,而一条热风无纺布生产线月产能仅有150吨-200吨。那么,为什么我们还要花重金布局热风无纺布生产线?因为我觉得消费者有需求,未来这会成为新潮流。

粘粘材料偏硬,表面像纸张一样,没有蓬松感,欧美人皮肤比较粗糙,所以能接受,但日本人和中国人等,喜欢柔软一些的热风材料。其实,现在欧美也开始追求高端卫生巾产品,2022年,我们和宝洁、金佰利合作在欧美推热风无纺布面层材料的产品,今年我们在海外市场还将加大生产线投入。

基于深厚的技术积累及领先的技术研发能力,我们公司不仅可以为客户的产品性能要求开

发适用的面层材料,而且可以与客户同步甚至提前研发适应市场需求的面层材料,从而能够与客户一起引导消费潮流。

谈海外拓展

产品是开拓海外市场关键

记者:如今,越来越多的中国企业正在布局或想要布局海外市场,作为一个成功“出海者”,您能给大家什么建议?

谢影秋:产品是开拓海外市场的关键,拥有受海外消费者欢迎的产品,“出海”才能一帆风顺。在“出海”初期,我们也交了不少“学费”。有些产品在国内卖得好,但海外消费者不一定喜欢。不同国家、地区的消费者兴

趣爱好与需求都不一样,这就要求我们在全球化的同时一定要重视本土化。

除了在国内的厦门、南京、佛山设有生产基地外,我们在埃及、美国、印度、匈牙利、巴西等国家也设有生产基地。目前,海外子公司为亚洲、欧洲、非洲和美洲市场提供打孔膜和打孔无纺布等产品。

可以说,我们“出海”也是跟着下游客户走的。我们的主要客户包括恒安、金佰利、宝洁、洁伶、倍舒特等知名企业,公司和他们合作时间都长达10年以上。众所周知,面层材料质量优劣直接影响纸尿裤和卫生巾的市场认可度,因此,一次性卫生用品面层材料行业的市场准入条件较高(中高端市场尤其是如此),下游客户特别是知名客户选择合格供应商所需的认证和审核周期较长,一般需要2年-3年。而且,为了保证产品质量的稳定性,客户一般不会轻易更换供应商。

因应国际客户全球产品升级换代计划,以及国内厂商“走出去”战略的实施,公司于2017年正式跨出国际化的第一步。埃及延江于2017年下半年正式投产,美国延江于2018年第三季度开始试产,2019年下半年印度工厂开始正式运营,都标志着公司海外市场拓展上升到了新的平台,国际化带来的全球市场、技术资源的整合,将给公司带来更大的竞争优势。

谈未来规划

持续创新美化消费者生活

记者:今年公司有什么新规划?您认为未来一次性卫生用品市场将呈现什么新特点、新风向?

谢影秋:今年公司准备加大海外市场布局,国内市场也将继续迭代新产品。不管国内国外市场,创新型面层材料都是未来市场的“宠儿”。新的一年,我们将继续专注于卫生用品面层材料的创新研发,在材料改良、结构优化、工艺创新、设备改造等多个领域研发出更多领先技术,以持续创新,为全球的使用者提供高品质、高性价比的产品和服务,从而持续美化消费者的生活。



厦门延江新材料股份有限公司厂区。

记者 陈理杰 摄