

印制幕后

《纪念黄埔军校建校一百周年》工艺赏析
单色雕刻 回归本源

□刘洁

今年6月16日,中国邮政发行《纪念黄埔军校建校一百周年》纪念邮票1套2枚,邮票图案名称为黄埔军校本部、孙中山纪念馆和纪念碑。这成为继1994年和2014年分别为纪念黄埔军校建校70周年和90周年发行邮票后,第三次为黄埔军校建校发行纪念邮票。《纪念黄埔军校建校一百周年》邮票由北京邮票厂有限公司胶雕套印工艺印制,但与近年来雕刻邮票主图多采用胶印雕刻联合印刷方式不同的是,该邮票主要图案采用传统单色雕刻的表现形式。

单色雕刻是最古老的邮票印制方式,不论是世界上第一枚邮票“黑便士”,还是我国发行的第一枚邮票“大龙”邮票,都采用单色雕刻的印刷方式。随着邮票印制工艺创新水平的不断提高,近年来的邮票印制工艺复杂多变,单色雕刻逐渐淡出方寸舞台。

《纪念黄埔军校建校一百周年》邮票的设计者,是北京邮票厂有限公司设计师夏竟秋。为了体现厚重的历史感,设计之初,夏竟秋就大胆提出使用单色雕刻的设想,主动放弃具有现代视觉和科技感的技巧,刻意模仿早期邮票以单色雕刻线条为主要表现语言的特有形式,只通过精美的雕刻布线,一笔一画地营造出邮票本身的年代感,进而凸显邮票主题厚重的历史与时代韵味。这次创作是邮票工艺在不断创新中的回望,也是邮票设计语言及印刷技术发展历程的回归与致敬。

邮票由北京邮票厂有限公司雕刻师徐喆、刘明慧共同雕刻,通过雕刻工艺展现邮票设计意图,以凸起的线条笔触,呈现出邮票图稿原作的立体感和层次感。单色雕刻由于没有其他

颜色辅助,所以对雕刻的创作要求更加严格、苛刻,但这也激发了雕刻师的创作激情。邮票一图——黄埔军校本部的雕刻画面饱满浑厚,带给观者以典雅大方的视觉、触觉体验。值得一提的是,雕刻者徐喆,同时也是《纪念黄埔军校建校九十年》纪念邮票的雕刻者。邮票二图——孙中山纪念馆和纪念碑由徐喆负责建筑部分,刘明慧负责雕像部分。单色雕刻工艺在细节处理上非常到位,对人物的刻画能够准确表现出原作各种细微之处。无论是人物的面部表情,还是质感或者光影效果,都通过雕刻工艺得到精细呈现,使邮票更加具有观赏性和艺术性。

邮票发行后,独具匠心的设计和精美的印制,获得广大集邮爱好者的喜爱和好评。邮票一图选用深蓝色雕刻油墨,象征深厚的文化底蕴和历史积淀,紫光灯照射下,绿色的荧光托衬出古树的生机勃勃。邮票二图选用红色雕刻油墨表达爱国精神,橘色的荧光使画面更加温暖而庄重。淡淡的米黄底色为邮票营造出一种复古氛围,既体现年代感又与主题相得益彰,展现出黄埔军校沧桑厚重的百年历史。北京邮票厂有限公司在创新中求索,在进步中回望,通过精心的设计、雕刻和印制,将黄埔军校百年历史在方寸间精彩呈现,致敬“爱国、革命”的黄埔精神。

(作者单位:北京邮票厂有限公司)



▲邮票一图
▲邮票二图

《纪念黄埔军校建校一百周年》纪念邮票。
本版图片均为资料图片



冲击IPO

印刷包装个股终止主板IPO

□本报记者 牟艺

综合梳理近两个月以来印刷包装和造纸业新股上市情况,IPO之路稍显艰难。其中,上海证券交易所终止浙江金龙再生资源科技股份有限公司主板发行上市审核,深圳证券交易所终止宁波昌亚新材料科技股份有限公司主板发行上市审核,而港资企业星辉新发展控股有限公司下调其即将进行的美国首次公开募股拟议交易规模。

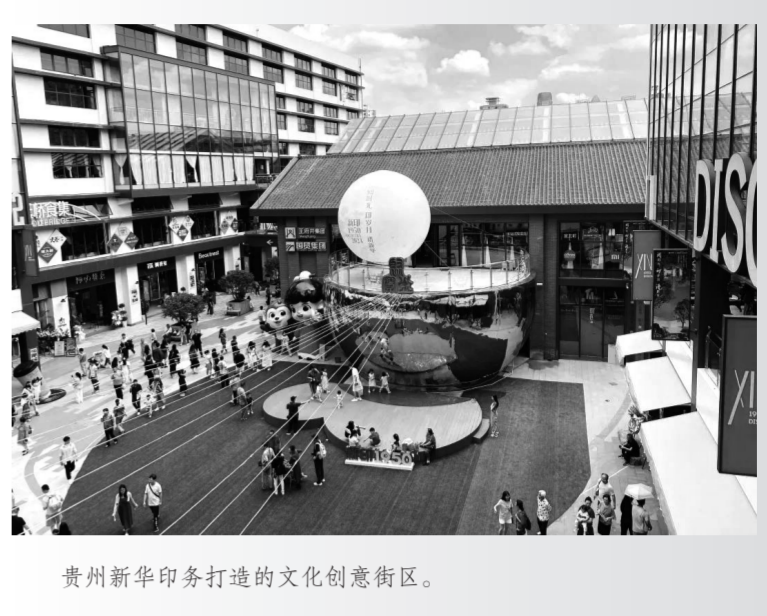
在上交所官网6月6日发布的关于终止对金龙股份首次公开发行股票并在主板上市审核决定中,因金龙股份及其保荐人撤回发行上市申请,根据《上海证券交易所股票发行上市审核规则》第六十三条规定,终止其发行上市审核。根据此前上市委现场问询及要求公司进一步落实事项来看,原因有两个方面:一是金龙股份治理的有效性存疑;二是公司税收优惠的可持续性存疑,报告期内2022年,税收优惠甚至占到净利润的46%。

同样在6月22日深交所官网发布的终止决定中,因昌亚股份及其保荐人撤

回发行上市申请,其主板发行上市审核终止。昌亚股份主要从事塑料餐饮具、生物可降解餐饮具及纸制餐饮具的研发、生产和销售,原拟募集资金7亿元,计划用于生物基降解新材料制品及高端塑料制品建设项目、越南昌亚年产2万吨纸制品扩产项目、研发中心升级建设项目。从业绩来看,2020年至2023年前三季度各报告期内,昌亚股份的营业收入分别为5.12亿元、6.23亿元、9.19亿元和5.36亿元;扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为7106.75万元、5014.49万元、12152.94万元和6351.84万元。

此前高调宣布赴纳斯达克上市的星辉印刷,5月也宣布下调即将进行的美国首次公开募股拟议交易规模。星辉印刷目前计划以4美元至5美元的价格发行200万股股票,筹资900万美元。而此前曾申请以同样价格发行250万股股票,按中间价计算,所募集资金将比此前预期少20%。

印刷文创



贵州新华印务打造的文化创意街区。

“新印1950 DISCOVERY”文化创意街区：

工业印记在交融中焕新

□本报记者 牟艺

历经两年改造的贵州新华印务有限责任公司的老厂房,日前以“新印1950 DISCOVERY”文化创意街区的新面貌正式开放。贵州新华印务有限责任公司副总经理崔晓东日前在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示:“传播印刷文化是印刷老厂房在改造过程中始终不变的核心。”在他看来,这是贵州新华印务老厂房破茧重生,转型为文创街区的重要原因。

老厂房做加法
保留印刷记忆

一楼城市新锐生活,二楼24小时社交生活,三楼休闲生活,四楼健康聚会生活,五楼文化娱乐空间……集吃喝玩乐购于一体的“新印1950 DISCOVERY”文化创意街区,一开业便吸引了数万游客前来打卡。其前身是始建于1950年的贵州新华印刷厂,尽管如今已经大变样,但老厂房原始的红砖白墙和遗留下的工业印记仍在无声向游客诉说曾经的历史。

给老厂房做加法,将传统的印刷工业记忆与现代潮流的街区模式相结合,让“新”与“旧”在这里交织、碰撞,正是贵州新华印务改造的初衷。崔晓东坦言,对于项目的定位,团队其实也经历了一段迷茫期。2021年4月开始,他跟随贵州出版集团调研了多个老厂区改造项目,希望能从中找寻灵感、学习

经验。“在调研过程中,我们发现一些改造项目一味强调文化,忽视商业发展,最终难以维持正常运营;也有一些项目太过于商业化,反而失去游客。”

经过半年的反复论证和精心调研,团队最终决定结合贵州新华印务承载的独特印刷文化底蕴,以“文化的传承、文化的引导”为基本思路,在保护、利用老厂房的基础上对街区建设进行整体设计和规划,将印刷记忆与现代元素相结合,让历史工业遗迹在保护中得到传承。

“在改造过程中,我们非常注重对老厂房印刷工业记忆和历史风貌的保留。”崔晓东告诉记者,原有的5栋建筑中,3栋建筑在保留房屋结构的基础上进行升级改造,另外2栋建筑由于房屋结构无法满足实际使用需求,拆后再按照原来风貌复建。“以前的彩印车间、厂区的梧桐树等元素都在改造中被保留了下来。”

同时,街区内随处可见的老照片和老旧印刷设备也成为“新印1950 DISCOVERY”文化创意街区的一大特色。“这些老旧设备是印刷厂以前使用过的设备。”崔晓东说,这些印刷工业元素保留了贵州新华印务的独特记忆。

引业态做乘法
印刷与文创相融

独具特色的1950特色印章、文创雪糕、印拓情书……“新印

1950 DISCOVERY”文化创意街区近期又添新业态,将印刷与文化创意相融合。

街区专门打造城市展厅和印刷博物馆,不断开拓文创产品新赛道。“在博物馆体验区,游客可以体验活字印刷全过程,感受传统印刷文化的魅力。”崔晓东表示,通过街区对印刷文化的展示和互动体验,可以让更多人对于行业有更深入的了解。同时,城市展厅后聚集众多文创小馆,游客可以亲身体验制作小册子和创意手工制品。

在文化创意街区的运作方面,改造前期,贵州新华印务便对整体业态进行定位——以文创为主。秉承“让专业的人做专业的事”原则,贵州新华印务引入市场化运作,与贵阳国贸集团合作。“贵阳国贸集团主要负责在遵循街区定位的基础上开展具体运营工作。”崔晓东告诉记者,目前入驻街区的100多个商家中,文创领域的商家占比达到30%以上。

贵州新华印务和贵阳国贸集团有着共同的坚守和目标,那就是宣传、推广印刷文化。“街区开业初期,每天人流量达到3万+。我们希望大家到这里更多感受到的是文化氛围。”崔晓东说,传播印刷文化是始终不变的核心。

打造自身特色
实现差异化改造

和很多“新华系”国有印刷企

行情前瞻

立足可持续,包装企业点“绿”成金

□杜欢政 陆莎

今年4月,沪深北三大证券交易所正式发布《上市公司可持续发展报告指引》,要求上市公司加强ESG(环境、社会和公司治理)信息披露,提高透明度。包装企业立足ESG开展绿色行动,是外部压力和内部动力并驱的必然结果,也是主动求变下的竞争突围,通过更好的信息披露,可以形成合作共赢的产业链。

响应政策
供应链绿色创新

近年来,国家高度重视可持续发展,出台一系列政策推动企业在ESG方面的实践。如《社会责任报告编写指南》为企业提供权威、可供借鉴的指导文件,成为相关方沟通的媒介和载体,推动中国社会责任信息披露工作的开展。《2030年前碳达峰行动方案》引导企业主动适应绿色低碳发展要求,强化环境责任意识,加强能源资源节约。《企业环境信息依法披露管理办法》规定重点排污单位等必须公开污染物排放、污染防治措施、环境管理体系等信息,以增强环境信息的透明度。

在政策的激励下,包装企业不断将意识和责任转化为实际行动,营

造良好的行业氛围,形成了有益的国际影响。从自身来讲,通过积极响应国家政策,企业能够优化资源,提高能源利用效率,降低运营成本,增强风险管理能力。对行业来说,包装企业的绿色行动将带动化工企业、物流企业、回收企业等共同进行绿色创新,促使供应链绿色化,形成更环保和负责任的生态系统,从而整体提升行业的可持续竞争力。

在国际市场上,许多国家和地区对进口产品的环保要求越来越高。ESG的国际对标,能够帮助中国企业占有国际市场份额,突破贸易壁垒。同时,绿色行动将有助于实现联合国提出的可持续发展目标,如SDG12(负责任的消费和生产)、SDG13(气候行动)等,对全球范围内的环境保护具有积极推动作用。

在此过程中,中国包装企业在绿色化的减污、减量、智能、循环方面取得显著进展。第一,材料和生产工艺方面,采用可降解、可回收的环保材料。印刷工艺方面,使用环保的水性油墨和绿色印刷技术,减少有害挥发物的排放。第二,通过轻量化的包装设计,优化材料使用,减少包装重量,降低运输过程中的碳排放。第三,通过绿

色认证,确保产品符合国际和国内环保标准。第四,通过引入自动化生产线、智能监控和管理系统,提高生产效率,降低能源和资源消耗。第五,循环利用方面,不断完善回收和再利用体系,推动循环箱的使用,促进包装材料的循环利用,并在生产过程中使用可再生能源,减少碳足迹。

他山之石
形成市场正向反馈

快递企业作为绿色包装的使用方,在ESG的先行披露上,具备较强的经验和参考度。顺丰同城、京东物流、中通快递和圆通速递等香港上市企业在ESG披露方面做出良好的表率。依据香港交易所的ESG披露准则,相关指标包括排放物,即有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无废弃物物的产生等的数据和行动;资源使用,即与天然资源,即有效使用资源(包括能源、水及其他原材料)的目标和行动;产品责任,即有关提供产品和服务的健康与安全的行动。

具体来看,环境方面,快递企业具体强调设施中使用光伏发电;推广绿色办公实践并且进行废

弃物分类;强调减少一次性文件信封使用,推进绿色包装解决方案。社会方面,强调员工福利。例如中通通过1000名员工参加消防安全培训和演习,旨在提高员工应急响应能力,确保工作环境安全。治理方面,完善治理机制和劳动力多样性。例如通过成立ESG管理委员会,定期评估和更新ESG战略。

包装企业的ESG实践在短期内可能是成本支出,但长期将实现公司的价值转化。环境方面,通过采用环保材料、优化生产工艺、提高资源利用效率,减少排放和污染,降低运营成本。社会方面,保障员工健康与安全,积极参与社区公益和社会责任活动,提升企业声誉和公众信任度,吸引更多客户和投资者,拓宽融资渠道。治理方面,建立透明的治理结构和严格的内控管理,确保合规运营,降低法律风险,提高业务稳定性和市场竞争力。包装企业综合的价值转化体现在提升品牌价值,形成市场正向价值反馈,增强错位竞争优势,使企业在市场竞争中脱颖而出,获得长期的经济效益和社会认可。

(作者单位:同济大学生态文明与循环经济研究所)