

冲击IPO

印刷包装股
迎密集突破期

□本报记者 祝小霖

今年第二季度，印刷包装行业在资本市场迎来密集突破期，多家企业以上市或申报IPO的方式加速资本化进程。从行业领军者打造“A+H”双资本平台、区域龙头登陆新三板，到细分领域专精特新企业冲刺北京证券交易所，资本的注入正为技术迭代与市场拓展的印刷包装企业提供强劲动能。

挂牌成功 拓宽发展路径

间隔不到10天，印刷包装行业先后有两家企业挂牌上市。前者是A股上市公司吉宏股份在香港联合交易所挂牌，后者是广源包装集团股份有限公司（以下简称广源股份）在全国中小企业股份转让系统挂牌。

5月27日，吉宏股份在港交所正式挂牌上市，不仅成为印刷包装行业首家“A+H”股上市公司，更是首家上市首日即纳入港股通的“A+H”上市公司。

公告显示，吉宏股份成立于2003年，业务覆盖跨境电商及纸质快速消费品包装两大板块，此前于2016年在深圳证券交易所上市。2017年，吉宏股份拓展跨境社交电商业务，该业务已成为主要收入来源，形成包装业务稳现金流、跨境电商筑第二增长曲线的格局。

从财务数据看，2024年，吉宏股份实现营收55.29亿元，归属于上市公司股东的净利润1.82亿元，分别是2016年的9.70倍、4.23倍。今年一季度，吉宏股份实现营收14.77亿元，同比增长11.55%；归属于上市公司股东的净利润5915.99万元，同比增长38.21%。此次赴港上市，吉宏股份拟将募资净额分别用于海外市场拓展、技术开发、扩大品牌组合及发展现有自主开发品牌等方面。此举有望获得更广泛的国际资本关注，以进一步提升其在亚洲市场的品牌影响力。

全国中小企业股份转让系统公告显示，广源股份于6月3日在新三板挂牌。公告显示，广源股份长期以来深耕快速消费品领域，主要从事瓦楞纸箱、瓦楞纸板的研发、生产、印刷和销售，为客户提供点对点的包装供应服务以及最优化包装解决方案。2023年度、2024年度，广源股份的营业收入分别为6.50亿元、7.14亿元，净利润分别为3436.53万元、2454.03万元。

随着本次正式挂牌新三板，广源股份将依托资本市场的资源优势，不断完善公司经营体系，规范公司治理结构，同时围绕核心业务，加大研发投入，继续保持和强化在客户资源、供应链管理等方面的领先优势，进一步深化与客户的合作关系，提升盈利能力。

冲刺上市 布局细分赛道

近期，两家印刷包装领域企业的IPO动态引发行业关注。安徽林平循环发展股份有限公司（以下简称林平发展）已获上海证券交易所主板受理，广东高义包装科技股份有限公司（以下简称高义包装）也向北交所递交上市申请，冲刺资本市场。两家企业分属产业链不同环节，前者以废纸循环利用与原纸生产为核心，后者专注纸制印刷包装解决方案，其上市进程折射出印刷包装行业的细分发展趋势。

上交所6月25日公告显示，林平发展沪主板IPO获受理，拟募资12亿元。招股书显示，林平发展主要产品包括瓦楞纸、箱板纸，产品销往下游制作成瓦楞纸箱，被广泛应用于物流运输、工业品及消费品包装领域。报告期内，林平发展主要客户包括厦门国贸集团股份有限公司、厦门合兴包装印刷股份有限公司、厦门建发股份有限公司、山鹰国际控股股份公司、无锡市胜源纸品有限公司等。公开资料显示，林平发展现有产能120万吨，2024年原纸产量合计为101.97万吨，原纸产量在全国居于前列，是全国造纸企业产量前30名企业之一。

北交所官网于6月30日披露了高义包装招股说明书（申报稿），上市申报材料被正式受理。招股书显示，凭借多年的创新积累，高义包装产品的应用领域已逐步从消费电子包装拓展至小家电、酒类等消费包装领域，并成功构建了覆盖华南、华东及东南亚区域的三位一体式全球化产能布局体系。作为国家高新技术企业，高义包装在新材料、新工艺等领域的研发具备深厚积淀。截至一季度末，高义包装共形成专利139项，含发明专利8项，拥有混合加网技术、特殊表面增效技术、特种胶印技术、广色域印刷技术、纸浆模塑一体包装技术等核心技术。其中，纸浆模塑一体包装方案是业内少数将纸浆模塑批量应用于高端消费电子产品外包装的成功案例。



本版图片均为资料图片

印企党建



▲河南新华印刷集团举办质量标准化知识竞赛。

▶新疆伊犁日报印务开展技能比武。



多地印刷企业以浸润红色基因的实践活动庆“七一”

“党建红”引领“印刷蓝”

□本报记者 祝小霖

7月1日，中国共产党迎来成立104周年，印刷行业以一场场浸润红色基因的实践活动，勾勒出党建引领、匠心筑梦的生动图景。从专题党课到知识竞赛，从技能比武擂台到党建品牌赋能，《中国新闻出版广电报》记者了解到，各地印刷企业以创新形式致敬红色印刷历史，更以实干姿态回应新时代高质量发展命题。

党性锤炼 凝聚奋进力量

在党的生日来临之际，各地印刷企业结合自身特点，组织开展形式多样的党建活动，通过专题党课、表彰党员等形式，让党建“红心”与业务匠心交相辉映。

7月1日上午，北京新华印刷有限公司以专题党课、警示教育大会等形式，凝聚全体党员的奋进力量。北京新华印刷有限公司党委书记、董事长张晋以《筑牢作风防线 扛起文化使命——以铁的纪律护航印刷事业高质量发展》为题，回顾印刷行业红色历史与新华印刷的使命担当，并剖析行业发展机遇、挑战及企业优劣势。他表示，北京新华印刷的党员干部要以“学、严、干”三字诀推动企业发展，将纪律规矩转化为推动产业升级的内生动力。

安徽新华印刷股份有限公司以“专题党课+先进表彰”的形式庆祝“七一”，通过榜样力量激发全员奋进热情。在安徽新华印刷股份有限公司党委书记、董事长姚峰讲授的专题党课中，他从印刷智能化转型、人才建

设、业务整合等5个维度提出实践路径，为企业构建高质量发展保障体系锚定方向。

学得深，也走出去。浙江印刷集团有限公司在7月1日当天组织党员干部赴西湖清廉馆开展警示教育活动。党员干部通过现场参观、沉浸体验等方式，系统回顾党的纪律建设历史，在一幅幅警示图片、一段段案例文字中接受触及灵魂的精神洗礼。这不仅是对党的光辉历程的致敬和纪念，更是一次生动的党性教育和廉政教育课。浙江印刷集团党委提出要求，全体党员干部要在今后工作中坚定理想信念，永葆清廉本色，以实际行动推动企业高质量发展、营造风清气正的良好政治生态。

技能比武 淬炼匠心匠艺

党员干部率先垂范，带头展现精湛技艺；印刷选手操作娴熟，严格按照工艺流程展开竞技……河南、新疆、青海等地印刷企业通过举办技能比武主题演讲活动，以实际行动向党的生日献礼。

“质量是企业的生命线，创新是发展的源动力！”为进一步强化全员质量意识，激发创新潜能，河南新华印刷集团有限公司在“七一”前夕策划举行“党建引领助推创新突破——印制争先”质量标准知识竞赛。此次知识竞赛分预选赛、决赛两个阶段，河南新华印刷集团5个党支部积极响应，组织一线生产人员全员参与，通

过层层选拔，15名选手脱颖而出站上决赛舞台，最终通过个人必答、小组必答、小组抢答、全员互动和附加题等5个环节的激烈角逐，胶印车间和制版车间党支部获得团体奖第一、第二名。

新疆伊犁日报印务有限责任公司组织开展的职工技能比武活动，精心设置了装订工艺、打字、撞数等多个比拼项目，全面考查职工专业技能水平。在装订工艺技能比赛现场，选手们从折页、配页到装订，每一道工序都一丝不苟。他们将“党员示范岗”的标准融入每一个操作细节中，用实际行动诠释新时代印刷人的责任与担当。

“印”证初心，“刷”新作为。青海省人民政府机关印刷厂党支部则关注青年党员立足岗位成长成才，举办青年党员争做新时代红色工匠主题演讲比赛。记者了解到，8名来自不同岗位的青年党员结合工作实际，讲述了反复调试设备确保文件高质量印制的敬业故事、紧急印务任务中团队协作的奉献经历，以及从红色历史中汲取动力的成长感悟。选手们以真挚语言诠释平凡岗位的责任担当，让工匠精神在青年职工中生根发芽。

品牌建设 激活发展动能

在党建引领的实践进程中，品牌建设成为印刷企业凝聚发展合力、展现行业特色的重要抓手。多地印刷企业立足自身优势，通过挖掘红色文化资源、结合生产经营实际，打

造出特色鲜明的党建品牌，为企业高质量发展注入新动能。

江苏凤凰新华印务集团党委聚焦凤凰集团战略部署，打造“纸墨绘初心”党建品牌矩阵，将党建优势转化为改革发展动能。面对智改数转重点项目、教材改版突击生产、精品图书工艺革新、研学文创融合发展等重点工作任务，江苏凤凰新华印务集团党委班子积极谋划、分步实施，切实以党建促发展、把方向、管大局、促落实。

记者了解到，一方面，江苏凤凰新华印务集团制定意识形态阵地管理办法，严格落实意识形态“一岗双责”，以党支部评星定级为抓手，引导各党支部、全体党员在不同管理层级、业务板块、生产单元中落实工作要求，形成示范效应。另一方面，聚焦新质生产力，确保创新创效项目逐一落地，实现党建与业务双促双强。

山西人民印刷有限责任公司以“一支部一品牌”建设赋能发展。在解析山西人印今年度“1118”工作思路中，山西人民印刷有限责任公司党委书记、总经理雷文杰介绍，1个目标是持续推进企业高质量发展，1个理念是树立“双增双降”理念，1个发展路径是坚持党建引领、规范管理、科技赋能、文化铸魂，8项举措包括推进党建与生产经营相融合、坚持强主业稳市场、强化质量管理体系运行等方面。可以看到，山西人印把党建引领放在首要位置，以此持续推动企业在新时代焕发新活力。

印制幕后

从创意到落地 探寻纸上匠心

□施兆祺

翻开一本精美图书，或是欣赏一册画册时，目光总会先被内容牵引，却鲜少留意纸张的肌理、字体的呼吸、色彩的韵律。对印刷行业而言，印刷环节的使命便是将这些作品从抽象概念打磨成实体成品——从与客户沟通需求、挑选适配纸张，到还原设计色彩、敲定装订工艺，直至最终交付。这背后，藏着无数不为人知的环节和每一次对细节的执着坚守。

让抽象理念落地生根

客户常说，“我要一本有质感的画册”“别太商业，也别太文艺”。这些抽象的表达，恰恰是印刷工作的起点。印刷从业者如同“翻译者”，需将这些模糊的感觉转化为纸面上可落地的设计方案与工艺选择，再传递给印刷生产团队。

曾有一家民宿品牌想制作宣传画册，诉求是“让人一翻阅图册就想入住”。反复琢磨这句话里的潜台词，“想入住”意味着放松、向往，而非紧绷的商业感。最终为其设计了大面积留白的排版，搭配高克重艺术纸与散页装订。艺术纸的粗糙肌理能唤起自然联想，散页设计让翻页时少了束缚感，留白则给了读

者想象空间。

可以说，“翻译”诉求这一阶段最考验共情能力。只有真正读懂客户没说出口的期待，后续对字体、纸张、色彩、装订的选择，才会有精准的判断依据。

为印刷作品匹配“气质”

排版、选纸、调色，看似是技术环节，实则是在为印刷作品寻找最合衬的“气质”。

排版从来不止于美观，它决定着读者的阅读节奏与情感体验。设计也不是炫技，而是让内容更清晰、更有呼吸感。曾经有位摄影师想制作作品集，其照片风格极简，光影细腻得像一层薄雾。设计初稿选用大图满版排版，结果整体压迫感太强，冲淡了照片本身的静谧。最终改用小开本，以留白式编排让照片单页独立展示，文字则缩小字号至“隐形”状态，犹如给照片安了一扇窗，读者的目光能不受干扰地落在光影里。

选纸是为作品挑“性格”。艺术纸的粗犷、哑粉纸的柔和、铜版纸的鲜亮，各有适配的表达语境。曾为一本古陶瓷展览画册选纸，客户最初想用铜版纸，觉得“亮堂”，但铜版纸

的高光会像一层塑料膜，隔开古陶瓷釉色本应有的岁月温润。最终说服他们改用自然白、带细微纹理的棉质纸，印出来的效果果然贴合：纸张的肌理像老物件的包浆，让陶瓷的色泽更显沉静。复旦大学的招生手册也有巧思，封面是手绘水墨画，直接用宣纸做封面，墨色在纸上自然晕染，笔墨的“气”与纸张的“韵”浑然一体。

色彩还原则是在追“魂”。从屏幕到纸张，色彩总会有落差，印刷工作的核心不是照搬RGB数值，而是找回客户心中那份“记忆色”。在印制上海人民美术出版社的《中国陶瓷大系》时，最初印出的器物总显得太“新”，少了博物馆里那种被时光打磨过的厚重。团队与调色师往返上海博物馆数十次，对着实物一点点调，最终才让青花“青”带点灰调显古雅，汝窑的“天青”透着温润的乳白。

守护品质的最后防线

印刷与装订是作品落地的“临门一脚”，差一分一毫，都可能毁掉之前的所有努力。

印刷设计从业者习惯在印刷时驻

厂监印，在机器运转的轰鸣声里紧盯每一张样张：调色是否精准、版面是否对齐、纸张有无瑕疵，任何细节都不肯放过。曾有一本企业宣传册在交付前，发现封面书脊有2毫米轻微错位，露出一丝白边。设计团队深知这本宣传册对企业的重要性，连夜重新印刷装订封面。这背后，是对“差一点都不行”的坚守。

装订工艺的选择同样藏着学问。骑马钉的轻便、胶装的平整、锁线的牢固、裸脊的随性，每种工艺都需匹配内容定位与使用场景。此前在某文化类项目中，团队建议采用少见的蝴蝶装，书页展开时平整如一体，恰好呼应项目里的东方美学。

交付前的检查更是底线。印刷完毕不代表结束，交货前要随机抽选整箱样本，逐本翻阅、逐页核查：颜色是否均匀、裁切是否齐整、封面有无压痕。这些不是流程，而是不可退让的标准。

每本经手的书、画册、样本，都是一个项目的圆满，也是一次承诺的兑现。从无到有，从设想到现实，从文件到纸张，过程或许重复，却从不机械。

（作者单位：上海商务数码图像技术有限公司）