

塑料包装业转型升级路在何方

本报记者 梁睿

安徽省桐城市是国内塑料包装行业生产集聚区，因塑料包装生产闻名，也不断面临着产业转型升级的现实压力。不论是绿色环保的现实需求，还是产业高质量发展的迫切要求，桐城包装业的未来都面临着重大考验。

安徽省桐城市的包装产业名声在外。小小一个县级市，每年卖出塑料包装袋上亿只，占据了全国三分之一的市场，年产值达300亿元。

桐城市包装产业兴起于上世纪80年代中期。桐城市副市长张林告诉记者，当时，桐城双港镇、新渡镇一些农民从外地购进塑料加工设备和原料，加工成塑料袋后通过遍布全国的桐城籍销售大军走街串巷卖出，赚到了第一桶金。随后，“亲带亲，户帮户”，塑料包装企业在桐城遍地开花。目前，以塑料材料为主，包含纸、竹、木、金属及新材料在内的包装产业逐渐成长为当地支柱产业，形成了产业集群。

然而，随着近年来国家一系列环保、能耗指标的收紧，以及人们对绿色环保的现实需求，桐城包装产业也面临着重大考验，如何转型升级？经济日报记者近日来到桐城市采访寻找答案。

提升含金量与含绿量

车行在纵贯桐城的206国道上，只见送原料、拉货的大卡车络绎不绝，道路两旁不少四五层小楼的门面房里，活跃着从事塑料包装生产的小企业的身影。

桐城市包装行业协会秘书长方帆说，“目前，桐城市从事包装业的大小企业有6500余家，其中规模以上企业超过200余家，年消耗塑料原料近200万吨”。

规模以上企业是当地产业的代表。他们如何转型升级呢？记者来到位于桐城经济技术开发区的安徽金科印务有限责任公司采访。该公司创始人许幼平已是花甲之年，在塑料包装行业里摸爬滚打了一辈子。2003年他辞去国企公职，带着一群下岗工人东拼西凑投资200万元创办了金科印务。企业刚投产时利润率比较高，竞争一激烈，产品价格就往下走，而原料价格却会上升。“这倒逼我们不断开发新产品、更新设备，提高生产自动化水平。塑料软包装这个行业有什么新技术、新动向，我想尽一切办法都要去了解。”许幼平说。

2009年，许幼平听从建议向医药包装领域拓展，以提高产品“含金量”。2010年，金科印务投资上亿元成立了子公司安徽金科药品包装材料有限公司，并在桐城开发区建起第二厂区，实现了药、食品包装无尘无菌、恒温恒湿生产；借助自主研发的多种新型技术，企业效益蒸蒸日上。

但金科印务没有停止发展脚步。“这些年环保要求越来越严格，我们又要在绿色生产、提升产品‘含绿量’上下功夫。”许幼平说，2019年，金科印务总投资3.66亿元的第三厂区开工。走进金科印务三厂区，只见车间屋顶上排列整齐的光伏发电板在阳光下熠熠生辉。“为实现绿色发展，我们投资上千万元实现了废气零排放；利用光伏基本实现生产自发电，多余的电还卖给电网。”许幼平告诉记者。生产车间内，各种自动化、智能化设备令人眼前一亮，高速产出食品包装袋的生产线上，仅需几名工人。“这一厂区在建设始终贯彻节能化、

在专精特新上下功夫

在安徽桐城市调研包装产业转型升级，有喜也有忧。喜的是以金科印务、顺形包装等为代表的企业不断在创新上发力，产品竞争力强、附加值高，摆脱了靠低成本拼市场的窠臼，实现了产值和效益双提升；忧的是仍有一大批小微包装企业依赖传统做法，停留在“不专、不精、不特”的阶段，只愿做小企业或个体户，虽然也创造了产值和就业，但总体上利润薄、竞争力差，“小老树”型企业依然为数不少。

从转型较好的企业来看，都是在专精特新上下功夫。例如金科印务，通过密集的资本投入，不断更新换代生产设备，让自己的产品新起来，从而能接下别的企业接不了的订单；再如天添塑业，把文化创意和包装产品相结合，拉近了与消费者的心理距离，以产品独特性成为市场爆款。

罗马城并非一日建成，这些转型成果的取得也不是一蹴而就。首先需要做到专注。金科印务、天添塑业等企业创立之初也是其貌不扬的小微企业，但他们能在行业的激烈竞争中坚持做主业，不搞投机赚快钱，从而不断积累起自

智能化、自动化，通过合理优化车间配置达到低运行成本、低能耗。”许幼平说，“我们还将引进新的生产线，以生产更多功能性包装薄膜，向全国包装行业前10强冲刺。”

在桐城，有着同样转型故事的还有安徽顺形包装材料有限公司。2012年，时年30岁的李东霖接手家族企业，出任安徽顺形包装材料有限公司董事长。彼时，顺形包装的主营产品是塑料包装和防伪材料。2013年，他带头研发了香烟包装的去薄膜化产品，并成功应用在酒类、化妆品等行业，为企业开辟了新市场。

尝到创新甜头的顺形包装不断加大创新投入，招引各类人才。李东霖告诉记者，2022年，他们的一款创新产品在技术上不断成熟，直接帮客户减少了20%的工序流程，既为客户做了减法，也让产品卖了高价，亩均税收从2021年的10万元提升至目前的20多万元。

从需求侧入手做文章

金科印务、顺形包装等企业是桐城一批创立较早企业转型的缩影。这条转型之路就是紧跟前沿，投入重金不断更新工艺和设备，从生产端发力提升效率、降低成本。一批“80后”包装企业经营者则从需求侧入手，开发填补市场空白的新产品，同样闯出了转型新路。

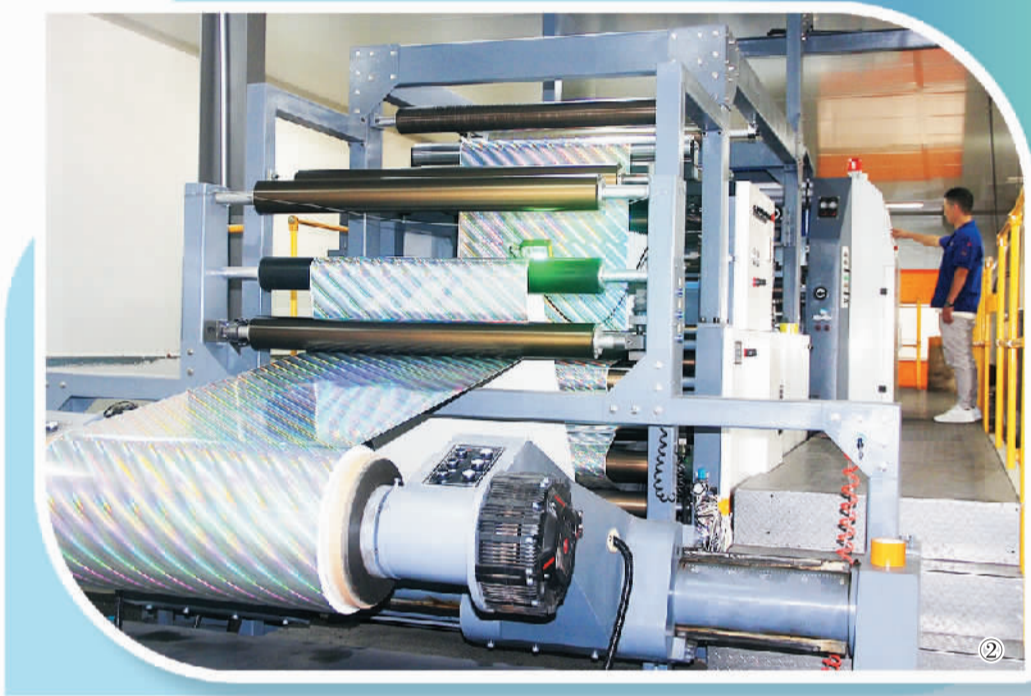
在桐城经开区创美包装材料有限公司，记者见到了公司负责人，1986年出生的汪觉非。2012年，他在东莞创办了东莞市美邦包装材料有限公司，从事母乳袋生产。2017年，随着母乳袋市场不断扩大，他回到老家创办了桐城创美包装材料有限公司，开始大干一场。“这里投资环境不错，当地包装产业发达，人才和产业配套齐全，生产成本还低。”目前，桐城创美已成长为“小白熊”“十月结晶”等一线母婴用品品牌的合作伙伴。

“母乳袋市场很大，我们的目标就是把这款产品做精做细、做到第一。”汪觉非拿出一个最新生产的母乳袋告诉记者，袋子外面的印刷标记能根据温度变换不同的颜色，显示紫色时表示温度较低，蓝色时表示温度适宜，白色时表示温度过高。如此一来，大家给孩子喂奶时就不怕掌握不好温度了。汪觉非还准备投资1亿元进一步扩大产能，届时桐城创美母乳袋产能将达每年40亿片。

安徽天添塑业有限公司总经理谢添也是“80后”，企业发展也是蒸蒸日上。在位于桐城市双港镇工业园区的生产车间内，公司员工们正马不停蹄地打包产品，准备发货。“这两年真是太忙了。”车间负责人告诉记者，“产品总是脱销。”

天添塑业是宜洁(yekece)品牌保鲜膜、垃圾袋等塑料产品的生产企业。谢添在带领创新企业发展上有一套独特办法——其中一个秘诀就是给产品植入更多文化创意因素。他在做市场调研时发现，购买垃圾袋的主力基本是女性，因此他们针对消费者心理开发了粉红色垃圾袋，一上市就受到了欢迎。

从小喜欢动漫文化的谢添还把卡通图案印



图① 员工在金科印务三厂区新生产线上忙碌。 本报记者 梁睿摄

图② 顺形包装材料有限公司的激光防伪包装材料生产线上，员工正在操作生产设备。 汪桂云摄(中经视觉)

安徽桐城市——

塑料包装袋年销售量

占全国市场份额三分之一

年消耗塑料原料近 200万吨

从事包装产业的企业有 6500余家

其中战略性新兴产业 20家

预计到2025年

绿色包装产业产值将达 550亿元

规模以上企业 超过300家

项行动’，改造升级步伐有所加快。”桐城市市长刘存磊说。2020年初，桐城市出台了《关于促进包装产业高质量发展的实施意见(2020—2022)》，并成立工作领导小组，落实产业链“链长制”，通过强化行业引导、培育龙头企业等方式，促进桐城塑料包装产业转型升级；加强顶层设计，成立双新产业园区，推进南部重镇包装产业融合，围绕产业链招大引强。

在桐城两大包装生产大镇双港镇与新渡镇之间的双新产业园，记者看到，20万平方米的标准厂房、塑料机械设备园区、工业固废循环产业园建设正在稳步推进，塑包产品检验检测、展销中心、原辅材料集散平台等公共服务配套设施也在加紧完善中。

桐城市还先后出台了《关于打造实业强市着力促进民营经济高质量发展的实施意见》《关于实施“文都英才”五大行动计划打造聚集高地的意见》等，鼓励包装企业技术改造，提升工艺装备，重点发展绿色化、可循环、可复用、高性能、多功能性包装材料，推行绿色生产；在税收、规费、资源、信贷、贴息、补贴等方面，对质量提升成效显著的塑包企业给予政策扶持。“对符合要求的重大项目，优先保障土地、水电气等要素供给。”张林表示，“当地还鼓励金融机构创新推出符合包装产业发展需求的信贷产品和服务。”目前，桐城市塑料包装企业中，已有战略性新兴产业20家、国家级高新技术企业40家。

为推动包装产品由低端的日用消费品向高端、环保、可降解的工业消费品转型，桐城市还全面搭建高质量发展平台，并设立包装产业专项发展资金2000万元，重点支持包装产业转型升级、平台建设、产学研合作等。目前，已有众多骨干企业与西安理工大学、江南大学等10余家科研院所建立了产学研合作关系。

积极优化产业环境

“双港镇目前有包装企业400余家，个体户1800多家，规模以上企业不到30家，绝大多数都是长不大的‘小老树’。”记者在桐城包装产业集中区——桐城双港镇采访时，双港镇镇长林国庆告诉记者，造成包装业“小老树”现象主要有4个原因：一是设备投资成本高，例如，一套5层共挤设备，动辄售价五六百万元；二是研发投入少，大部分企业仍处于简单制造；三是科技含量低，大部分产品均为中低端，利润逐年降低；四是要素保障难，作为乡镇一级政府，很难给企业发展争取到更多工业用地指标。

“传统产业转型升级离不开企业的努力，同样也需要政府的支持。针对这些问题，桐城市通过实施产业壮大、质量提升、数字赋能等‘十大专

到了自家产品上。“我专程赶到日本争取到‘Hello Kitty’的版权持有方支持，在保鲜膜、垃圾袋等产品上印了‘Hello Kitty’动漫形象。”谢添告诉记者，他们还在合肥市建立了营销中心，去年5月份“Hello Kitty”款垃圾袋在电商平台上推出后，几个月时间就卖了5亿多个。

此外，天添塑业还拥有自己创意设计的品牌IP“大画西游”。谢添告诉记者，该系列IP创作来源于一只可爱的猫咪，称之为“Me”，形象灵动可爱，有一种天然的呆萌感。以“Me”为主角，他们推出了“大画西游”出行系列包装产品，让人眼前一亮，获得了消费者喜爱。

在产品销售上，天添塑业则是另辟蹊径，通过天猫、京东、抖音、小红书等电商平台发力营销，不仅更加适应年轻消费者的消费习惯，也弥补了传统线下渠道的不足。

闲置农家院如何盘活

本报记者 夏先清 杨子佩

冬日里，清晨的阳光洒落在河南周口沈丘县周营镇马营村一处干净整洁的农家院落。在位于这里的惠恩服装加工微车间内，剪刀声、机器声此起彼伏，30多名缝纫工人正在流水线上忙着赶制服装订单。

这个车间有200多平方米，是两年前由闲置农家小院改造成的“微小工厂”。“这里的工人都是本村村民，计件付工资，不但收入可观，而且工作时间还灵活。”车间负责人王刘广告诉记者，他们对接的服装公司会定期送来原材料，再把成品拉走。大家不用出村一样可以挣钱。对此，马营村党支部书记牛付志深有感触：“盘活闲置农家小院，房主得实惠，村民能在家门口就业增收。”

近年来，随着城镇化进程加快，农村不少老房子空置，农房闲置浪费现象日益突出。如何让旧宅子焕发新风采，让闲置房屋院落有效利用起来，既能改善人居环境，又能增加群众收入？2022年以来，周营镇以人居环境整治为契机，探索实施了“闲置房屋+老宅院”一体化“复活”工程。

王寨村36岁的村民王永威常年在外务工，一直想把老家房子租出去，但苦于没有渠道，房子闲置了七八年。去年3月，在村集体合作社牵线下，王永威与沈丘县荣丰制衣有限公司签订了宅基地使用权流转授权委托书。由此，他不仅每年能拿到可观的租金，原来闲置多年的旧平房也摇身一变成了服装加工厂。“以前这处老宅院闲置没人住，如今可以通过出租得到一笔不错的收入，真是一件大好事！”王永威开心地说。



欧营村的空闲荒地变身“小菜园”。 肖飞摄

“通过反复调研、不断开拓思路，我们大力实施了能人回乡、市民下乡、企业兴乡的‘三乡工程’。”周营镇党委书记程健说，在群众自愿的基础上，由各村的集体合作社出面协调，将闲置农宅对外出租给有需求的微小来料加工企业，并一次性将租金支付给受益群众，实现“企业+农户”双赢。

在欧营村，不少村民将旧房留下的残垣断壁拆除后，就地取材，用旧砖块垒砌了矮墙，建起了小菜园，不仅有菜吃，还美化了环

境。这是该村推进“一宅变四园”(花园、菜园、果园、游园)工程的成果。去年以来，他们在征求民意的基础上，对村内长期无人居住的破烂危旧房、残墙断壁进行拆除。“要引导群众充分利用整治后的庭院后空闲地，种果蔬、建步道，进一步打造美丽乡村环境，切实让大家享受到生态宜居美丽幸福的乡村新生活。”欧营村党支部书记欧阳文彬说。

本版编辑 王薇薇 郎冰美 编 倪梦婷