

# 枯木逢春吐嫩芽 老牌国企焕新生

——“二厂记忆”诉说平凡而真实的故事

王思衡 金立享 魏燊

日前,国务院国资委公布了“2019年度中央企业品牌建设典型案例”名单,经过多轮专家评审、遴选,中国包装有限责任公司所属华西包装(集团)有限责任公司“二厂记忆”品牌,从97家央企近300个候选案例中脱颖而出,入选“2019年度中央企业品牌建设典型案例”之品牌保护单元,成为33个央企典型案例之一。

透过时间的窗口,“二厂记忆”品牌的背后,承载着一个老牌企业历经九十余年的岁月沧桑,诉说着一个个用时间连缀成的平凡而真实的故事。

## 中央印制厂:烽火年代的印记

1930年,四川军阀刘湘在重庆创办了印刷所,是重庆印制二厂的前身,印制地方发行的纸币及其它有价证券。在那个年代,国家积贫积弱,偌大个中国,由于没有先进的印刷技术和设备,大部分钞票都只能委托美国和英国的印制公司承印。

1937年,抗战爆发后,重庆逐渐成为抗战的大后方。1941年2月1日,国民政府中央信托局在重庆成立印制钞券事务处,并收购财政部印刷所,更名为中央信托局重庆印刷厂,这是中国现代印钞史上第一家大型国家印钞厂。1945年3月,该厂改组为中央印制厂。中央印制厂印刷的钞票,在当时代表了我国印钞业的最高水平。

1946年,由于抗战胜利,中央印制厂重要设备与技术人员东迁上海,成立中央印制厂上海厂。1949年3月,由于国民党在东北、中原及华北一带军事上节节败退,中央印制厂重庆厂曾短暂恢复生产。10月,由于国民党政权在大陆范围内的溃败已成定局,国民政府将部分设备和核心技术人员迁往台湾,在台湾设立“中央印制总厂”,延续开展业务至今。

## 人民印刷厂:红色洗礼后的国有企业

1949年11月,重庆解放,中央印制厂由军管会接管,更名为人民印刷厂,参与印制第一套人民币。1950年底,人民印刷厂划归重庆市政府。后几经变更,经多次合并重组,人民印刷厂胶印部分发展为重庆印制二厂。建国后,国家实施计划经济,为稳定物价和满足人民群众生活用品需求,政府通过发行各种票证对生活用品实行计划供应。

随着时代变化,二厂逐渐从钞券、票证印刷转向民用品生产,主要涉及烟、酒、医药、食品、化工等多个领域的产品商标和包装,后专注于酒包装的生产制造,主要承接来自泸州老窖、五粮液、剑南春、尖庄、沱牌等名酒的包装业



务。二厂凭借自身的雄厚实力、高超的印制技术,在整个西南地区印刷业享有良好口碑,赢得了印刷业“西南王”的称号。

## 华西包装集团:从辉煌走向沉沦

1993年,经国家经贸委批准,中国包装总公司(下称中包公司)和重庆市人民政府共同组建华西包装集团公司,印制二厂即为华包集团的核心企业和前身。

华包集团是我国包装行业第一家大型企业集团,曾是我国西南地区规模最大的,涵盖包装印刷、纸容器、印铁制罐、包装材料、包装科研教育等生产服务系列的包装企业,一度拥有60多家下属企业,1家A股上市公司,员工最多时近万人,为我国包装业的发展做出了重大贡献,在重庆市和西南地区具有重要影响。

因包装主业产品多为配套的中间产品和附加产品,常常受制于人;而且由于包装属于完全竞争性行业,进入门槛低,随着市场经济的发展和民营经济的壮大,华包集团面临着激烈的竞争,订单逐渐流失,加之企业体制、机制等诸多原因,华包集团逐步由盛而衰,陷入市场萎缩、主业下滑、资金短缺、债务和诉讼风险加大、人员包袱沉重等困境。尽管华包集团努力通过困难企业的破产关闭、主城区环境污染企业“关迁改调”等契机,实施企业调整,力求摆脱困境。但几经挣扎和努力,一个不争的事实是:企业规模日渐萎缩,多数下属子公司陷入困境,被迫走上了一条历时10余年大面积退出之路。

从2002年至2012年,华包集团历经曲折,共关闭退出企业20余户,安置职工7000余人。10年间,因企业退出而引发的人员集访、堵塞城市主干道、长时间围困企业领导、封堵企业厂门、占据企业办公场地等不稳定事件频繁发

生,华包集团经历了前所未有的压力和困难,成为企业历史上的一段痛苦记忆。

## 二厂记忆品牌:被逼出来的创新发展之路

企业发展路在何方?经历了10年退出的艰难时期之后,华包集团一方面通过处置资产筹措生存和发展资金,另一方面也在积极寻找发展出路,力求改变现状。

华包集团的危机状况,引起了上级中包公司的注意。2015年9月,中包公司党委调整充实了华包集团领导班子,堵俊海受命担任华包集团党委书记、总经理。在中包公司党委对华包集团脱困转型倾注了大量心血,从政策倾斜、资金扶持等方面为华包集团脱困转型创造条件。

上任之初,华包集团领导班子通过深入调研的基础上认识到:充分利用企业现有存量土地,通过探索开展文创产业,进一步提升资产价值,既顺应国家政策,又符合企业实际,还可解决企业可持续发展问题。几年来,通过大量的艰苦探索,立足现有资源,盘活存量土地,打造各具特色的文化创意产业园,进而积累经验,锻炼团队,借国企改革和城市更新的东风,积极践行“两山”理论,努力成为旧厂房改造和文化创意产业引领者的企业转型发展,努力成为旧厂房改造和文化创意产业引领者的企业转型发展,努力成为旧厂房改造和文化创意产业引领者的企业转型发展。

针对印制二厂遗留下来的旧厂区,2015年,华包集团引进专业化设计公司,植入文化创意元素,开始打造一个以创新体验商业为载体的复合型商、旅、文产业项目,并于2017年6月开园。该园开园后即成为重庆文化旅游的地标性景点和网红打卡地,得到社会各界关注,实现了社会效益和经济效益的双丰收。2018年5月4日,重庆市委书记陈敏尔和市长

唐良智到二厂文创园考察、调研。陈敏尔对“文创园在开发建设中尊重历史,主体建筑与周边环境充分融合”给予高度肯定。

在二厂文创园初步成功的基础上,华包集团深入挖掘“二厂”这个符号所代表的历史文化内涵,精心打造“二厂记忆”品牌。

目前,“二厂记忆”正衍生出系列品牌:以展现二厂变迁过程中珍贵史料的“二厂记忆·博物馆”2019年底已建成开馆,为二厂文创园注入了强大的文化基因,支撑起园区浓厚的文化氛围;集印刷文化、国企文化、钱币文化、酒文化、茶文化、私人定制等多种文化体验于一体的“二厂记忆·体验馆”2020年9月试营业反响良好,游客络绎不绝;以“工业风”为主题的“二厂记忆·米民宿”已基本建成,2021年元旦即可投入运营;“二厂记忆·食堂”餐饮项目已设计完成,目前正在抓紧推进工程建设;一批以二厂及重庆为设计元素、私人定制为特色的“二厂记忆”衍生品已推向市场,受到游客喜爱。“二厂记忆”系列品牌的打造,为企业找到了新的经济增长点,拓展了企业的发展空间。

二厂文创园的成功打造和“二厂记忆”品牌的初战告捷,让华包人看到了品牌延展运作的广阔空间和它极具价值的商业模式。目前,华包集团正在以二厂文创园为样板间和“二厂记忆”品牌经营为模式有序推进另外两个位于重庆主城区的文创园项目。

## 老牌国企浴火重生的“根”与“魂”

华包集团发展经历了跌宕起伏的历程,但华包人始终坚持把加强党的领导作为推动企业转型升级的“根与魂”,起着凝聚人心定海神针的作用。

近年来,华包集团党委认真落实“把方向、管大局、保落实”的要求,集团党委从华包集团转型

战略的探索 and 确立,依靠的是华包集团党委和员工的集体智慧;对于华包集团的一些重大投资项目,华包集团切实按照党委议事规则和“三重一大”决策机制决策,力避一言堂;华包集团纪委对一些重大投资项目实施过程,实行先期介入,确保招投标在阳光下运行。

## “印二哥”党建之家:党建品牌创新的新故事

为打造党建创新品牌,“印二哥”正成为“二厂记忆”品牌的代言人。以“印二哥”为名创建党建之家,是华包集团党委为聚焦落实“三融一化”党建工程,提升企业党建工作水平和效能,按照畅通集团党委、中包公司党委下达的党建品牌创新工作任务,策划创建的基层党建品牌。创建该品牌,旨在促进党建与经营的深度融合,集交流、宣传、创新三大平台功能于一身,努力打造听得见、看得见、摸得着、做得成的鲜活生动、喜闻乐见的党建品牌。

“印二哥”党建之家自2020年7月创建以来,先后组织开展了“印二哥龙门阵”、“印二哥红色讲堂”、“印二哥带你观展”等活动,通过央企与地方国企党建交流、非公企业交流、跨系统支部共建及联合组建志愿者服务队、“党课开讲啦”、党建工作现场学习会等一系列内容丰富、形式多样的活动,为推动基层党建创新做了有益的探索。

党建品牌与经营品牌同步开展。创建“印二哥”党建之家之初,华包集团就明确提出经营性的品牌要可以同时展开。但这时的“印二哥”还并不是一个品牌,他只是“二厂记忆”品牌的代言人。为便于开展经营工作,华包集团及时提交了“印二哥”文字和图形的商标注册申请。“印二哥”从形象代言人转换为“二厂记忆”的一个延展品牌,得益于此次党建品牌创新工作。可以说,“印二哥”品牌的创立,是党建与经营深度融合的初步成果,也是以高质量党建引领高质量发展的有效例证。目前,随着“印二哥”表情包的上线推出,其品牌影响力正在不断传播和扩大。

未来,“印二哥”党建之家将成为一个与经营深度融合、以高质量党建引领高质量发展的卓越党建品牌。一方面,党建直接拓宽经营的渠道和资源;另一方面,经营的发展带动党建的延展。华包集团的文创园开在哪里,“印二哥”党建之家就延伸到哪里,相互赋能、相互促进。

闲云潭影日悠悠,物换星移几度秋。历经数十年跌宕起伏,沧桑变幻,华包集团从一个日暮途穷的老国企,而今涅槃重生变成一个焕发青春的活力企业,可谓枯木逢春吐嫩芽,老牌国企焕新生。