

行业洞察

中国印刷包装企业20强，真正强在哪里？

发布时间 2026年8月21日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



真正拉开差距的，不是设备表，而是客户遇到难单时，第一时间找谁。

真正拉开差距的，不是设备表，而是客户遇到难单时，第一时间找谁。

印刷包装企业观察 / PRINTING & PACKAGING STUDY

中国印刷包装企业20强，真正强在哪里？

客户为什么愿意继续下单？

20家核心样本 · 1个产业协同案例 · 六类制造路径，推动包装行业高质量发展

博碳包装 · 产业洞察

全球造纸产业观察 / GLOBAL PAPER INDUSTRY

中国印刷包装企业 20强，真正强在哪里？

规模实力 · 盈利能力 · 客户资源 · 创新研发 · 全球布局 · 可持续力



规模实力



盈利能力



客户资源



创新研发



全球布局



可持续力

20个核心研究样本 · 708.67亿元公开转载榜单口径合计 · 80.67%占30家候选样本金额

中国印刷包装企业20强 真正强在哪里？

客户为什么愿意继续下单？

20

核心研究样本

708.67

亿元 | 公开转载榜单口径

80.67%

占30家候选样本金额

核心20证据：13家双证据 · 2家有限财务 · 5家业务补位
产业协同案例：湖南立乐（Lido） | 不计入榜单金额

A 把材料做成方案 完整结构 · 最终SKU

B 把样品做成批量 良率 · 节拍 · 一致性

C 把包装接进流程 品牌 · 工业 · 食品 · 医药

D 把多基地变成准时 网络 · 协同 · 履约

E 把质量变成可追溯 检测 · 防伪 · 数据

F 把能力变成长久生意 毛利 · 现金 · 复购

四组价值信号 | 客户为什么愿意继续下单

产品跑得稳 · 项目交得准 · 新品推得快 · 合作做得久

真正的强，是让客户少试错、少停线、少担心

研究资料：博碳包装研究整理。

标题“20强”为本文研究样本表达，不是官方排名。

图：六项能力说明强在哪里，六类制造路径说明能力形成在哪个环节，四组价值信号观察客户为什么愿意继续合作。

研究资料 | 博碳包装研究整理。

研究问题 | 一张订单，客户真正买的是什么

为什么有的企业产品线并不最长，却能反复进入客户采购视野？为什么有的企业设备很多，利润和现金流仍然承压？差距通常不在产品名称，而在制造接口。

纸箱、彩盒、薄膜、罐、杯、标签，只是看得见的产品。客户真正买单的，是新品能不能更快落地，产线能不能稳定运行，质量问题能不能及时解决，旺季和急单能不能准时交付。

所以，判断一家包装企业，不必先问“它能做多少种产品”，而要问：**它替客户减少了多少试错、停线和交付风险？**

本文只沿一条主线展开：**产品形态 → 制造接口 → 客户价值 → 持续选择**。六项能力回答企业强在哪里，六类制造路径解释优势形成在哪个环节，四组价值信号判断这种能力是否正在转化为长期合作。

本文从公开转载榜单的前30家候选池中筛出20家：按公开转载的2025年产品销售收入复算，合计708.67亿元，占原30家公开转载样本金额80.67%。其中，13家拥有财务与业务双证据，2家有有限财务线索，5家以业务证据补足制造路径。

口径说明 | 本文“20强”是为便于阅读采用的标题表达，指上述20家核心研究样本，不是公开榜单官方前20，也不是市场份额、技术水平或供应商准入排名。

核心判断 | 把复杂留在工厂，把省心交给客户

这20家路径不同，却呈现出六项共同能力：

一、把材料做成方案。 纸、膜、容器、盖、标签和功能层，不是单独售卖，而是组合成能量产的完整结构。

二、把样品做成批量。 打样之后，还能穿过印刷、复合、成型、灌装和真实生产节拍。

三、把包装接进流程。 从品牌上新到工业灌装，从门店多SKU到医药批次，包装成为客户业务的一部分。

四、把多基地变成准时。 区域网络、供应链协同和数字化系统，最终都要服务稳定履约。

五、把质量变成可追溯。 检测、防伪、可变数据、批次与身份信息，正在成为新的客户接口。

六、把能力变成长久生意。 专业能力最终会落在复购、毛利、现金流和产能效率上。

价值坐标 | 四个信号，看能力有没有变成长久生意

看四个信号，就能判断一家包装企业的能力是否正在转化为长期价值：

产品跑得稳 | 良率、一次合格率、缺陷率、破损率。

项目交得准 | 利用率、线速、准时交付、切换周期。

新品推得快 | 持续供货、新增SKU、复购与续单。

合作做得久 | 分部毛利、经营现金流、应收与库存质量。

这些信号不能互相替代。收入高，不等于质量稳；产能大，不等于利用率高；技术储备多，也不等于客户已经持续购买。

研究边界 | “20强”是研究标题，不是官方排名

候选池来自公开转载的“2026中国印刷包装企业100强”，按2025年销售收入或产品销售收入排序。本文核心20是按规模、证据强度与制造路径覆盖筛出的研究样本，不是市场份额、技术排名、供应商准入或食品接触合规结论。

行业坐标 | 利润承压，客户价值更有分量

国家统计局口径显示，2026年上半年“印刷和记录媒介复制业”营业收入2,971.2亿元，同比增长0.9%；营业成本2,482.1亿元，同比增长1.1%；利润总额119.8亿元，同比下降13.8%。这一口径不等同于包装行业，也不能与榜单金额相加，但它说明了一件事：收入还能增长，利润却更难守住。

越是这样的阶段，越能看清哪些企业真正具备结构、量产、交付和客户协同能力。裕同2025年经营现金流27.37亿元，中荣2026年一季度收入、利润和经营现金流同比增长，东港智能卡与无线射频产品收入增长60.66%——它们分别体现规模交付、柔性响应和信息化增长的不同价值。

正文 | 中国20家核心样本，各强在什么地方

A

MANUFACTURING TRACK · CAPABILITY PATH

制造路径A | 品牌 与消费品包装：把 创意变成稳定量产

品牌包装拼的不是一次打样，而是新品能否在不同批次、不同工厂和不同市场稳定复制。

01

企业案例

企业案例01 | 裕同：把 全球交付做成品牌确定性

公开信息 | 候选池第1，纸质包装、植物纤维、软包装、标签与功能材料并行。

近期进展 | 2025年收入172.38亿元、归母净利润15.92亿元、经营现金流27.37亿元，海外收入61.31亿元。

客户价值 | 设计、材料与多区域制造协同，让品牌新品可以在不同市场更快复制。

后续看点 | 海外基地利用率、新增SKU、业务毛利和经营现金流。

研究资料：裕同科技2025年年度报告

02

企业案例

企业案例02 | 中荣：柔性制造，让品牌迭代更快

公开信息 | 候选池第7，核心是纸制消费包装、研发与跨基地制造。

近期进展 | 2025年收入31.67亿元、归母净利润1.53亿元、经营现金流3.39亿元；2026年一季度三项指标继续同比增长。

客户价值 | 数字印刷与结构研发，为小批量、多版本和快速补单提供了扎实底盘。

后续看点 | 打样周期、一次合格率、量产毛利和复购。

研究资料：中荣股份2025年年度报告；中荣数字印刷资料

03

企业案例

企业案例03 | 美盈森：把工业包装做成一站式方案

公开信息 | 候选池第4，轻重型包装、标签、材料与包装服务组合完整。

近期进展 | 2025年度归母净利润约2.61亿元。

客户价值 | 重型包装、结构与供应链服务放在同一接口，为工业客户减少多方协调成本。

后续看点 | 分部毛利、项目利用率、应收账款和现金流。

研究资料：美盈森2025年度利润分配公告

04

企业案例

企业案例04 | 吉宏：把多品类包装做成清晰增长单元

公开信息 | 候选池第10，包装业务23.45亿元，其中纸盒纸箱12.18亿元。

近期进展 | 2025年包装业务毛利率20.69%；集团经营现金流2.61亿元，同比下降32.45%。

客户价值 | 纸盒、食品包装与纸袋形成清晰业务单元，让不同场景获得更专注的产品响应，也让品类价值持续被看见。

后续看点 | 包装分部毛利、复购、现金贡献和新品导入。

研究资料： 吉宏股份2025年年度报告

B

MANUFACTURING TRACK · CAPABILITY PATH

制造路径B | 瓦楞与工业包装：把区域网络变成准时交付

工业包装的价值，往往藏在交付距离、生产节拍、运输破损和旺季响应里。

05

企业案例

企业案例05 | 合兴：用全国网络守住交付半径

公开信息 | 候选池第2，主营瓦楞纸箱、纸板、缓冲包装及相关印刷品。

近期进展 | 2025年收入101.94亿元、同比下降11.13%；归母净利润1.03亿元、同比增长10.61%；经营现金流2.58亿元、同比下降53.07%。2026年一季度收入增长7.04%，利润与现金流仍处调整阶段。

客户价值 | 广泛的区域交付网络，让客户更容易获得就近生产、快速响应和稳定供货。

后续看点 | 基地利用率、准时交付、单位毛利和经营现金流。

研究资料：合兴包装2025年年度报告；合兴包装2026年第一季度报告

06

企业案例

企业案例06 | 森林：纸、板、箱一体化的扎实底盘

公开信息 | 候选池第11，产品覆盖包装原纸、瓦楞纸板和纸箱。

近期进展 | 2025年年报持续披露高强瓦楞、纸板和纸箱的产销变化。

客户价值 | 原纸—纸板—制箱协同，增强了成本传导、品质衔接与区域交付的组织能力。

后续看点 | 库存周转、产能利用率和包装业务毛利。

研究资料：森林包装2025年年度报告

07

企业案例

企业案例07 | 国际
济丰：重型包装，靠
现场能力赢得订单

公开信息 | 候选池第13，产品包括瓦楞箱、纸栈板、展示架、重型与特殊包装，以及瓦楞纸板。

近期进展 | 2025年订单量创历史高位，收入20.92亿元、综合毛利率13.2%；面对原纸与价格压力，收入同比下降1.9%、毛利率下降2.0个百分点，并出现0.44亿元阶段性亏损，但仍实现经营现金流2.27亿元。重庆工厂已于2025年12月投运。

客户价值 | 重型结构与邻近客户的区域交付，让它能够深入工业现场，解决运输、防护与装载问题。

后续看点 | 单位售价、原纸成本传导、新厂爬坡、破损率和经营现金流。

研究资料：国际济丰包装集团2025年年度报告

08

企业案例

企业案例08 | 和瑞：让智能制造成为区域交付底气

公开信息 | 候选池第14，覆盖纸质包装、塑料包装、标签和包装装潢印刷。

近期进展 | 政府报道引述企业口径称，其无人化生产线日产能突破200万只纸箱；2026年拟补助名单列有数字化升级项目。

客户价值 | 纸塑与标签并行，叠加MES和无人化产线，为区域客户提供更快、更稳定的履约基础。

后续看点 | 实际利用率、项目投产、各品类收入和现金回款。

研究资料：银川市人民政府报道；项目拟补助名单

制造路径C | 功能材料与软包装：把材料性能变成完整结构

阻隔、热封、复合和轻量化只有进入完整结构，才能从材料参数变成客户价值。

09

企业案例

企业案例09 | 永新：把材料性能做进完整软包装

公开信息 | 候选池第5，覆盖真空镀膜、多功能薄膜、彩印复合、纸基复合和医药包装材料。

近期进展 | 2025年年报继续按包装材料、彩印、镀铝和软包装薄膜拆分业务。

客户价值 | 印刷、镀膜、复合与薄膜协同，为高阻隔、轻量化和多层结构优化提供完整制造基础。

后续看点 | 阻隔与热封测试、良率、分品类毛利和复购。

研究资料：永新股份2025年年度报告

10

企业案例

企业案例10 | 紫江：多材料平台，服务完整包装系统

公开信息 | 候选池第3，PET瓶、瓶盖、标签、复合包装、纸包装和功能膜并行。

近期进展 | 公开资料持续披露瓶、瓶坯、瓶盖与塑料标签等产品和产销数据。

客户价值 | 容器、盖、标签、膜与纸包装可以协同服务客户的完整包装系统。

后续看点 | 各产品与子公司的利润贡献、利用率和现金流。

研究资料：紫江企业官网

11

企业案例

企业案例11 | 艾录：让纸袋直接接入客户生产线

公开信息 | 候选池第27，业务覆盖工业用纸包装、消费品纸包装、塑料包装和智能包装系统。

近期进展 | 2025年收入11.74亿元、经营现金流1.17亿元；扩产爬坡带来阶段性利润压力，归母净利润亏损1.23亿元，工业纸包装项目尚未满产。

客户价值 | 纸袋与自动抓袋、计量灌装、检测、码垛协同，把包装直接接入粉体和颗粒物料生产线。

后续看点 | 项目利用率、工业纸包装毛利、漏粉与破袋率、灌装节拍和经营现金流。

研究资料：上海艾录2025年年度报告

D

MANUFACTURING TRACK · CAPABILITY PATH

制造路径D | 食品容器与成型：让材料真正跑过客户设备

食品包装必须真正跑过制罐、制杯、封口、灌装、仓储和运输，实验室性能只是起点。

INDUSTRY COLLABORATION

产业协同案例 | 湖南立乐（Lido）：水涂纸杯，带动一条制造链

水性阻隔、纸张、印刷、制杯与回收，正在围绕一只纸杯形成更完整的产业协同。

公开信息 | 企业官网列示纸杯、纸碗、纸碟、纸餐盒、纸吸管等产品，并展示单层杯、中空杯、瓦楞杯及定制印刷能力；湖南省市场监管资料显示，其食品用纸包装、容器等制品生产许可证有效期至2029年4月3日。

近期进展 | 开发区项目备案显示，企业厂房改造升级项目总投资3,800万元，规划购置40台设备、完成9条生产线智能化改造，项目设计目标为年产21亿只环保纸杯。

研究资料：湖南立乐官网；GB/T 44834—2024；GB/T 27591—2025；湖南省生产许可资料；平江县项目备案；巴斯夫、APP金光、都佰城产业链协同公开报道资料

12

企业案例

企业案例12 | 嘉美：从制罐到灌装的协同价值

公开信息 | 候选池第9，业务包括二片罐、三片罐、灌装和无菌纸包装。

近期进展 | 2025年上半年金属包装收入占比76.20%，其中三片罐占56.24%。

客户价值 | 罐体、涂层与灌装协同，让包装制造更贴近食品饮料客户的真实生产节拍。

后续看点 | 利用率、罐型切换、迁移测试和单位罐毛利。

研究资料：嘉美包装2025年半年度报告

13

企业案例

企业案例13 | 恒鑫：把绿色材料真正做成终端产品

公开信息 | 候选池第18，餐饮具、材料改性、片材、印刷和成型一体化。

近期进展 | 2025年收入18.45亿元、归母净利润2.24亿元、经营现金流3.40亿元；可降解产品毛利率26.25%，同比下降4.81个百分点。

客户价值 | 从材料改性到杯、碗、餐盒和餐饮具成型，形成了较完整的终端制造链条。

后续看点 | 单位成本、合格率、品类毛利、复购和经营现金流。

研究资料：恒鑫生活2025年年度报告

14

企业案例

企业案例14 | 庞度：纸杯纸碗背后的场景化服务

公开信息 | 候选池第20，覆盖纸杯、纸碗、纸桶、纸盒、纸袋和纸吸管。

近期进展 | 官网持续展示餐饮、咖啡、便利店和食品服务场景方案。

客户价值 | 杯型、功能层、印刷与制杯协同，使产品能够围绕不同餐饮场景快速组合。

后续看点 | 线速、杯底与侧封良率、最终SKU文件和复购。

研究资料： 庞度官网

15

企业案例

企业案例15 | 南王：服务 门店多SKU的组织能力

公开信息 | 候选池第24，产品包括纸袋、食品包装、无纺布、标签和收银纸。

近期进展 | 2025年集团营业收入17.59亿元，食品包装和无纺布业务增长；纸袋收入与毛利仍有压力。

客户价值 | 多材料、多SKU与区域交付协同，契合连锁门店复杂而高频的包装需求。

后续看点 | 纸袋、食品包装、无纺布和标签各自的毛利与现金贡献。

研究资料： 南王科技2025年年度报告

E

MANUFACTURING TRACK · CAPABILITY PATH

制造路径E | 烟标、安全印刷与标签：让包装成为质量与数据接口

当包装带上身份、批次、防伪和追溯，它就从印刷品进入客户的信息系统。

16

企业案例

企业案例16 | 上海烟草包装印刷：把一致性做到工业标准

- 公开信息** | 候选池第12，烟标设计、卷烟商标印刷，以及纸张、油墨、印刷品和VOCs检测体系齐备。
- 近期进展** | 公开资料持续展示烟标设计、特殊工艺与质量检测能力。
- 客户价值** | 色彩、材料、防伪与检测协同，形成对稳定性和一致性的系统控制。
- 后续看点** | 合格率、持续供货、开发周期和质量控制表现。

研究资料：上海烟草包装印刷官网

17 企业案例

企业案例17 | 东港：印刷之外，打开身份与数据接口

- 公开信息** | 候选池第26，覆盖票证、数据打印、标签、智能卡、RFID、证照和技术服务。
- 近期进展** | 2025年收入11.86亿元、归母净利润1.44亿元、经营现金流2.28亿元；传统印刷产品收入同比下降13.81%，智能卡与无线射频产品收入增长60.66%。
- 客户价值** | 印刷、身份、无线射频、数据与追溯形成同一接口，为包装和标签打开信息服务空间。
- 后续看点** | 智能卡与RFID收入质量、真实应用、数据服务复购和经营现金流。

研究资料：东港股份2025年年度报告

F

MANUFACTURING TRACK · CAPABILITY PATH

制造路径F | 综合印刷与复杂印后：把复杂工艺做成稳定品质

复杂印后不是堆工艺，而是把结构、触感、色彩和装配一致性稳定做出来。

18

企业案例

企业案例18 | 盛通：食品医药包装的严谨制造

公开信息 | 候选池第15，包装印刷主要服务食品和医药产品，同时拥有出版和商业印刷业务。

近期进展 | 年报持续披露食品和医药包装客户行业。

客户价值 | 食品、医药、商业与出版印刷边界清晰，有利于持续提升包装业务的批次、文件与追溯能力。

后续看点 | 包装毛利、续单、质量事故、批次追溯和回款。

研究资料：盛通股份2025年年度报告

19

企业案例

企业案例19 | 雅图仕：复杂印后，构筑高端包装质感

公开信息 | 候选池第16，产品包括书籍、纸板书、游戏套装、礼品和包装。

近期进展 | 官网与官方访谈显示，其拥有完整的印前、印刷和印后体系。

客户价值 | 纸板书、礼品与高档包装共享复杂印后能力，形成结构、表面与装配的综合优势。

后续看点 | 包装占比、出口收入、印后良率、利用率和现金流。

研究资料：雅图仕官网；国家新闻出版署访谈

20

企业案例

企业案例20 | 鸿兴：跨 品类出口制造的长期积累

公开信息 | 候选池第17，彩盒、书籍、纸制玩具和瓦楞纸箱并行。

近期进展 | 官网持续展示面向全球客户的包装设计与制造能力。

客户价值 | 彩盒、儿童产品、瓦楞与出口包装组合，形成跨品类制造与国际订单响应能力。

后续看点 | 包装收入、客户集中度、出口订单、纸张成本和现金流。

研究资料：鸿兴印刷集团官网

客户把下一单交给谁？

看完这20家，答案已经很清楚：强，不是产品多，也不是设备新，而是客户遇到新品、急单、复杂结构和质量难题时，愿意第一时间把项目交给你。

裕同的全球交付、中荣的柔性制造、美盈森的一体化服务、合兴的区域网络、永新的结构协同、东港的数据接口——路径不同，做的其实是同一件事：**让客户少试错、少停线、少担心。**

湖南立乐提供了另一种值得肯定的答案：当水性涂层、纸张、印刷、制杯和回收开始围绕同一只纸杯协同，新材料才真正拥有走向产业的路径。

经营压力并不否定专业能力，反而让能力所处的阶段更清楚。国际济丰的订单高位与正向经营现金流、艾录的系统协同与产能爬坡、东港的RFID增长，都是值得继续观察的积极信号。

对包装企业而言，最有分量的认可，不是“行业领先”四个字，而是下一次采购时，客户仍愿意把新品、急单和难单交给你。答案不在口号里，而在一次又一次稳定交付里。

博碳包装·产业洞察·研究说明

本文基于截至2026年8月21日可核验的公开披露形成。标题中的“20强”指本文从博碳观察的30家候选池中筛出的20家核心研究样本，不是公开榜单官方前20；湖南立乐为不计入榜单金额的产业协同案例。

关系披露 | 所属博碳包装与湖南立乐同为“零碳循环纸杯先行者联盟”发起方。本文只依据公开资料描述其产业协同价值。

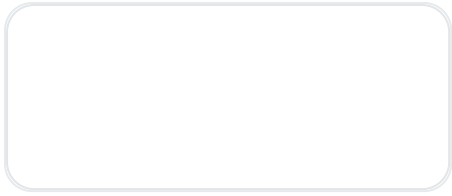
博碳观察数据与核验来源 | 研究资料

国家统计局工业数据；公开转载的2026中国印刷包装企业100强及评选说明；核心20企业与湖南立乐的交易所年报、标准、监管、官方访谈和企业资料。

[阅读原文](#)

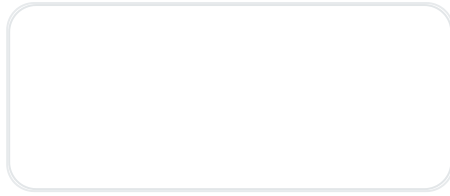
[← 返回行业洞察](#)

相关文章



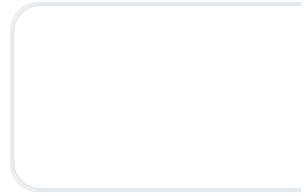
2026-08-21

金东纸业强在哪里？从铜版纸规模底盘到多元文化纸智能制造



2026-08-20

金凤凰纸业强在哪里？低克重、高强瓦楞原纸如何支撑华中包装制造



2026-08-19

金桂浆纸强在哪里？从桉纸的系统制造



都佰城新材料技术（上海）有限公司

+86 400 677 9978

Bioten@dbc.cn

01 博碳观察



04 博碳生物



02 公司动态



05 博碳包装



03 行业洞察



06 博碳开发者



© 2010-2026 DBC 都佰城

www.dbc.cn 中国·上海市闵行区朱建路158弄15号楼 沪ICP备2022003654号-1 隐私与数据使用 网站地图