

# 澳洲、印度、馬來西亞、菲律賓 印刷業發展概況

## 澳洲：跨媒體轉型成為 印刷業新方向

2014年，澳洲共有5,800多家印刷企業，員工38,400人，因為行業的重組和併購，所以較往年有所減少。2013年至2014年間，印刷業創造了年均約79億澳元的營收，在澳洲製造業中名列第四，但印刷業整體依然呈下降趨勢。

目前，澳洲印刷業的年增長率為-4.3%，但預計2014年至2019年間，降幅會縮小至2.6%。2014年6月，印刷業資本支出從1.66億澳元，增加至2.01億澳元，增幅達21%，主要用於購置新設備，以及更新現有設備的配件。

受世界大環境的影響，數字印刷的需求量增長較快，而普通印刷的需求量則在減少。表格、文件等商務印刷業務需求量也受到電子商務的衝擊，再加上越來越多的終端客戶使用自家打印設備，商務印刷市場正在萎縮。然而，數字印刷和普通印刷仍處於行業主導地位。

隨著電子票據、電子出版物和電子銀行的增加，其他非出版物印刷，如票據、計劃書、地圖、海報、支票、郵票等所佔比例有所下降；標籤和標識印刷、包裝紙箱印刷則保持穩步發展。出版物市場受到不景氣的銷售前景、進口書籍的衝擊，以及不斷增加的網絡信息和電子書的影響，書籍、雜誌、報紙和黃頁印刷均呈現下行趨勢。

經濟危機使澳洲印刷業呈現持續波動的態勢，即使在經濟擴張的時候，印刷業和製造業依然

持續下滑。原材料價格及運營成本的提高、政府採取的低碳政策、產能過剩和價格競爭、互聯網時代下電子化的交流方式等因素，都對行業產生了一定影響，促使很多印刷企業開始優化業務結構，向多渠道的跨媒體轉型。跨媒體轉型已成澳洲印刷業新方向。

預計未來五年，澳洲印刷業年營業收入會以平均每年2.6%的速度下跌，行業利潤也會隨之減少，產業重組迫在眉睫，行業透過跨媒體轉型開闢新的利潤增長點越來越重要。

針對目前印刷業存在的問題，澳洲印刷行業聯合會推出了一系列激勵措施，支持產業重組。由澳洲政府資助和推動的「未來印刷業」戰略，致力發展印刷及相關行業，如通訊、創意和信息行業等。此外，紙張和印刷價值項目組織（VoPP）與TSA公司聯合實施的計劃，也將惠及雜誌、報紙、直郵廣告、目錄、商業信函各個細分市場。

在營收方面，雖然部分傳統媒體一直處於增長狀態，但其增長率較新興媒體要低得多。未來，全媒體將會表現出巨大的增長前景。但對印刷行業來說，消費者信心指數下降，令不少印刷業者難以樂觀。

總體來說，2016年至2020年，澳洲印刷業的營收仍處於下滑勢態，到2018年降幅預計為70億澳元。印刷企業的數量和從業人數預計到2018年也將分別下降至5,401家和29,000人。看似變化不大，但是澳洲只有2,200萬人口，從這個角度來講，下降規模非常大，這亦是該國所有印刷業者需要渡過的一大難關。

## 印度：尖端數字技術 推動印刷業發展

過去 20 年，印度印刷業經歷了很多轉變。印度經濟改革從 1991 年開始，印刷業也牢牢抓住了這個機會，現已成為全球紙製印刷品主要生產國之一。

目前，印度印刷業年產值約為 110 億美元。行業中有 25 萬家大大小小的印刷商，約有 77% 為家族企業，涵蓋膠印、凹印、柔印和數字印刷等工藝，產值以每年 12% 的速度增長。同時，當地還有 35 家印刷工程學院，以及一些印刷培訓學校和印刷培訓機構，每年可以向行業輸送 4,000 名畢業生和數千名技術工人。現時，印度印刷業正從生產型產業轉變為服務性行業。

印度印刷業近年的增長主要得益於政權自由化、經濟全球化、技術自動化及設備革新的技術。該國的印刷企業配有最先進的電腦控制型印刷機和裝訂生產線，這類型的尖端數字技術的應用正處於上升階段。

印度印刷產業非常分散，以報紙和雜誌為主的出版物印刷佔比最重。這些印刷品出口到全球逾 20 個國家，種類包括書本、雜誌、宣傳冊、教材等。教材是當地印刷業的一個主要領域，有抽樣調查發現其教材印刷領域的產值已達 25 億美元。

此外，部分國際品牌的消費增長，以及醫藥行業的發展，也為包裝印刷帶來了發展機遇。據統計，包裝印刷業產值每年增長約 17%，商業印刷每年也有 10% 至 12% 的增幅。



值得一提的是，印度的數字印刷年均增長率為 30%。數字印刷領域正經歷很多變化，因為眾多新技術和新應用的出現，為用戶帶來了性價比更高、並量身訂製的解決方案。在不久的將來，膠印和數字印刷不僅會共存，也會相互補充。膠印集中於中長版，數字印刷則更多地應用於中短版。

另外，印度領先的印刷企業已優化信息技術的應用，並配備了最先進的印刷設備，在過去的三年（2012 年至 2015 年），該國新建了 700 多家印刷廠，這個數字預計在 2016 年翻番。當地印刷企業每年使用 1,000 萬噸的紙張和紙板，包括國產和進口。據印度紙張製造商預測，紙張的消耗預計在 2020 年將會增加一倍。在數字印刷領域，佳能、惠普等主要數字設備供應商也已深入該國：施樂表示在當地安裝了 100 多台施樂 DocuColor 5000，惠普與柯尼卡美能達則分別安裝了 100 台和數百台相關設備，佳能亦有 50 多家印度的客戶企業。

印度為數不少的印刷企業家都接受過良好的教育，他們大多在尋找新的發展道路，從而確保行業的持續發展。他們希望能夠找出市場的不同需求，為行業提供新產品，以應對時代的挑戰。他們與客戶的關係也不只是提供報價，而是希望能夠更多地參與工藝設計，並直接接觸中介機構或相關數據庫進行合作。

印度印刷業主要服務教育、出版、零售、科技、汽車、品牌宣傳、活動、電視頻道、移動公司、銀行、公共部門、跨國企業、政府及半政府組織。全印度印刷商聯合會於 1953 年成立，代表了 59 個區域的印刷商，目前該國許多印刷商已加入。協會目前進行不少項目，如 Pamex Exhibition、NAEP Print Awards、Romancing Print Seminars、Printing School 等，還有一些新項目正在計劃當中，期望能為當地印刷企業提供更多更好的服務。

■ 印度印刷產業以報紙和雜誌為主的出版物印刷佔比最重。

## 馬來西亞： 印刷業發展面臨新制約

馬來西亞現有將近3,000萬人口，其中1,390萬為勞動人口。勞動力對當地印刷業的發展具有很大影響。從人口結構來看，當地社會已進入老齡化；政府為抵禦這趨勢，鼓勵生育；然而現時仍有很多夫妻結婚後不打算要孩子。

除勞動力外，培訓對馬來西亞印刷業的發展也有一定影響。很多印刷業的技能人才都需要接受專業培訓，目前行業自動化程度很高，人員培訓必不可少。當地行業聯合會人力資源部經營21家行業培訓研究所、四個高等技術培訓中心。原屬人力資源部的國家職業培訓委員會成立於1989年5月，2006年改名為技能發展局。

目前，上升的勞動力成本及消費稅同樣制約馬來西亞印刷業的發展。2012年，該國政府提出最低薪酬標準：馬來西亞半島是每月900馬幣，其他地區則為每月800馬幣。相關法令頒佈後，印刷企業隨即面臨勞動力成本增長的挑戰，但是從統計數據顯示，大多數企業都能夠解決這問題。

另一方面，2015年4月1日起，馬來西亞政府開始徵收消費稅。原本文化、休閒、教育不用交稅，現需要繳納6%的消費稅，對這三個領域帶來一定影響。由於文化、教育行業需要大量印刷紙品，因此印刷業亦間接遇上挑戰。

馬來西亞大部分印刷業務集中在廣告方面。2013年之前，當地的廣告開支近90億美元，2014年這開支估計增長至97億美元。從增長比例可預測該國印刷業整體上仍繼續增加；其中，馬來西亞進口設備數量顯示，上升最快的是戶外廣告和數字印刷；目前，行業對設備的需求亦較大。

書籍出版方面，2013年馬來西亞出版了近兩萬本書，其中商業圖書和雜誌佔多數。當地每年進口紙張15.5億噸，出口紙張31.5億噸；紙張消耗量每人每年約有109千克，相對出口而言，國內紙張消耗量較小。雖然國內企業也可以滿足需求，但馬來西亞的大部分紙張還是依靠進口。同時，該國有38%的紙張可回收再造。

馬來西亞的網絡和線上服務發展迅速，眾多消費者都會使用手機，透過移動平台購買產品或服務。當地網絡滲透率達66%，即100個家庭裡有66家購置了上網服務；手機的滲透率亦高達140%，這是非常高的比例，顯示了很多人有兩部或以上的手機。3G（3rd-Generation，第三代行動通訊技術）用戶數量達1,500萬，在整個亞洲而言，馬來西亞的手機滲透率僅落後於新加坡、超越了中國、日本等國家。

2013年馬來西亞移動平台的電子商貿交易額實現了36.5億美元，2014年還有所增長。在購買內容上，佔比最大的是電影票，其次是時尚產品和配件，然後是印刷版的書籍；這組數據顯示，當地的印刷製品線上的銷售還是很有潛力。



■ 馬來西亞國民使用手機的滲透率高達140%，很多人有兩部或以上的手機，可見當地印刷製品線上的銷售頗具潛力。

## 菲律賓：印刷業發展動力與阻力

印刷業對菲律賓的經濟發展做出了巨大貢獻，該國的5,000多家集團公司中，有83家是印刷企業；而在排名前1,000的公司中，有超過30家屬於印刷和造紙相關行業，並創造共218億菲律賓比索的年產值。

### 行業概況

菲律賓共有3,000家印刷企業，規模大小不一，最小的甚至只有一個人，主要集中在馬尼拉都會區。從規模上說，65%的印刷企業為小型企業，32%屬於中型，3%是大型。該國的印刷業屬於勞動密集型產業，當前共有16萬名從業員，其中90%是生產線工人，餘下的則是主管和經理等管理人員。

菲律賓的印刷製品進口比重很高；設備方面亦大量依賴進口。2000年，該國進口的印刷設備合共9,643.7萬美元，2010年更達到了1.4億美元。

對比印刷設備供應商，菲律賓印刷從業員的議價能力較弱。他們承擔直接從國外進口設備的費用，但絕大多數印刷企業購買設備時，都依賴當地的相關經銷商。同時，有研究顯示，在菲律賓只有10%的印刷企業能買得起嶄新、配置了最新技術的設備，大部分企業都使用改造或改裝的設備。

### 發展動力

菲律賓印刷業主要有三方面的推動力：經濟發展、技術進步和成本優勢。

首先，印刷及出版業的健康發展與當地經濟關係密切，菲律賓印刷及出版業同樣隨著經濟大環境的起伏而變化。

其次，印刷設備的進步和印刷技術的發展，驅使印刷產品和服務不斷創新，能適應顧客不斷變化的新要求。新設備和新技術的使用，尤其是信息技術的運用，讓印刷業能減少生產時間，縮短印刷等待時間，並大幅度減少浪費，為行業內實現高度自動化操作和精益生產的中小企業提供了機會，使其在小批量出版物印刷市場上能夠佔據一席之地。

最後，較高的生產成本讓西方國家的出版商將業務轉移到亞洲的其他國家，菲律賓也要充分利用這機會，並在技術上投入更多。

### 發展阻力

菲律賓印刷業的發展阻力可以歸納為以下幾點：

1. 嚴重缺乏能提供印刷和相關技術培訓的學校；
2. 政府支持不足；
3. 私營印刷企業還需要一定時間提升人力資源培訓，在技術提升改造方面的投資和參與度亦不足；
4. 錯位的人力資源供給；
5. 員工的工作績效低；
6. 畢業生和行業需求間的錯配，儘管行業工人短缺，但勞動市場中還有很多人未被僱用；
7. 有經驗的工人大批流失。

根據 Torio 報告，菲律賓印刷企業應致力提高產量，降低成本；通過投資新技術和訓練員工，並提供更有吸引力的薪酬待遇，營造具高度競爭力的環境。其他有創新性的解決方案包括：在印刷生產的每一項工藝流程引入標準化；專注於產品和服務，對客戶和品牌商實施相關技術的培訓；將價值關注點集中到員工管理。■