

中國印刷及設備器材工業協會徐建國理事長： 中國印刷產業的現狀及發展趨勢

“目前，印刷業正處於急劇變化的時代。自2013年起，中國印刷產業的年增長速度開始持續下降。面對國家宏觀經濟結構調整所帶來的需求變化、勞動力成本快速上升以及環保治理的壓力，中國印刷產業的生存與發展遭遇了前所未有的挑戰。中國印刷及設備器材工業協會徐建國理事長在第四屆國際印刷工業發展論壇上，就中國印刷產業的現狀、影響中國印刷產業發展的主要因素、對未來中國印刷產業發展態勢的基本判斷三方面進行演講。”



中國印刷及設備器材工業協會徐建國理事長剖析中國印刷業的現狀和發展趨勢。

一、中國印刷產業的現狀

中國印刷產業大致可劃分為兩大行業：

1. 印刷行業，主要包括出版物印刷、包裝及標籤印刷、商業印刷三個領域；
2. 印刷設備及器材製造行業，包括印刷設備、印刷版材、油墨等製造業。

中國印刷行業現狀

根據中國國家統計局的數據，截止2015年12月底，中國大陸擁有印刷企業總數達74,617家，主營業務收入10,348億元（人民幣，下同，折合為1,661億美元*），208萬名從業人員。

觀察近年行業的發展軌跡可知，2013年是中國大陸印刷行業發展的拐點。伴隨宏觀經濟的結構調整，中國大陸印刷行業的增長速度開始趨緩。

從2008年到2013年，中國大陸印刷行業年主營業務收入以年平均19%的速度增長，從原來的3,477億元，增長到8,338億元。五年間的增長幅度達240%；同期，新增印刷企業數量1.5萬家，從業人員增加39萬人，行業資產增加3,643億元。

年份	企業單位數 (家)	資產合計 (億元)	主營業務收入 (億元)	全部從業人員 (萬人)
2008	51,630	3,557	3,477	156
2013	66,693	7,200	8,338	195
2015	74,617	8,673	10,348	208
年平均增長速度 2008-2013	5%	15%	19%	5%
年平均增長速度 2013-2015	6%	10%	11%	3%

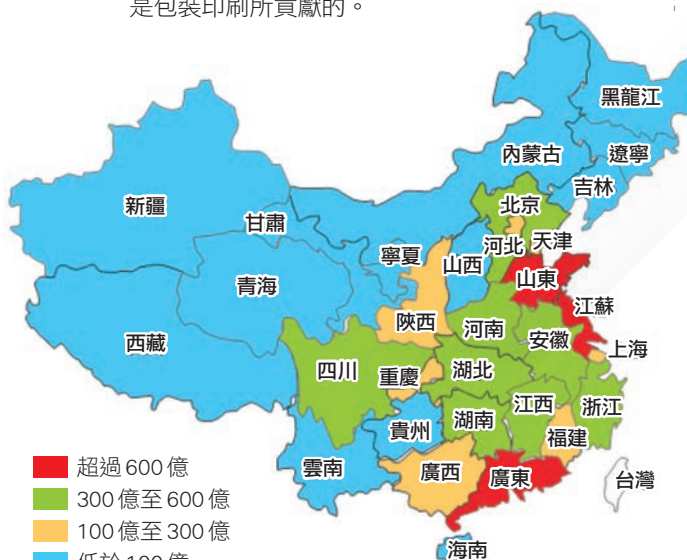
*2015年人民幣兌美元平均匯率為100美元=622.84元人民幣

2013年至2015年期間，印刷行業主營業務收入的年平均增加速度為11%，比前五年下降了八個百分點。同期，行業從業人員和行業資產的增長速度也呈現相同的走勢。從業人員增長速度由前五年的5%下降到3%，行業資產增長速度由15%下降到10%。

透過規模以上的印刷企業，可以作為觀察和分析中國印刷行業的樣本，從而分析當下中國印刷行業的特點。2015年中國規模以上的印刷企業（年主營業務收入2,000萬以上企業）有5,451家（佔全行業企業總數的7%），年主營業務收入7,402億元（佔全行業主營業務收入的72%），從業人員數量98萬（佔全行業從業人員總數的47%），行業資產5,529億元（佔全行業資產總額的64%）。

包裝印刷是支撐印刷行業 高速增長的主要領域

2015年中國大陸規模以上包裝印刷企業數量有4,300家（佔規模以上印刷企業總數的79%），實現年主營業務收入5,754億元（佔規模以上印刷企業年主營業務收入的78%），從業人員73萬人（佔規模以上印刷企業從業人員總數的74%）。2013年至2015年中國大陸規模以上印刷企業主營業務收入由6,014億元增長到7,402億元，增長幅度接近19%，而其中90%的份額是包裝印刷所貢獻的。



中國大陸規模以上的印刷企業可劃分成四個層級。

以製造業基地為依托的印刷行業集群分布

根據各地區企業主營業務收入合計的不同，規模以上印刷企業在中國大陸的分布可劃分為四個層級：

1. 主營業務收入超過600億元的地區有三個，包括廣東、山東、江蘇；
2. 主營業務收入在300至600億元的地區有八個，包括河南、安徽、浙江、四川、湖南、湖北、江西、河北；
3. 主營業務收入在100至300億元的地區六個，包括北京、天津、上海、福建、陝西、廣西；
4. 主營業務收入低於100億元的地區十三個，包括遼寧、吉林、黑龍江、內蒙古、新疆、西藏、山西、甘肅等。

上述規模以上印刷企業的分布，跟中國大陸改革開放以來形成的製造基地熱點地區是高度吻合的。快速發展的電腦、通訊和其他電子設備製造業、農副食品加工業、紡織服裝、鞋、帽製造業、食品製造業、酒及飲料製造業、現代物流業為中國印刷行業的發展提高了巨大的市場需求。

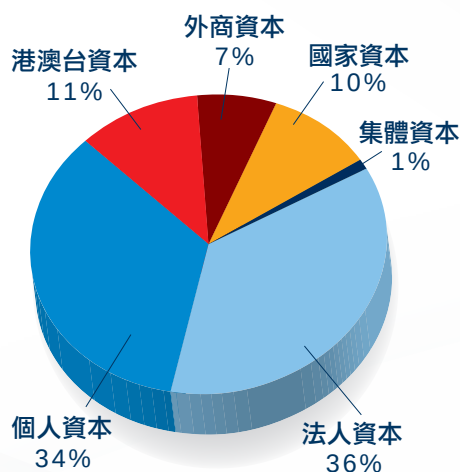
直接出口或間接出口佔總體業務比例不大 印刷行業以服務國內市場為主

就中國印刷行業整體而言，直接承接國外印刷訂單的印刷企業並不多，而且集中在廣東。2015年中國規模以上印刷企業出口交貨值450億元，佔同類企業年主營業務收入的6%。其中，廣東規模以上印刷企業出口交貨值241億元，佔大陸規模以上印刷企業出口交貨值的54%。為出口產品配套服務的印刷企業主要集中在廣東、江蘇、浙江、福建和山東。統計這些間接出口的印刷業務是比較困難的。

綜合各方面的行業信息，規模以上印刷企業主營業務中出口業務（直接和間接）的比例不會超過20%，因此中國大陸印刷行業是以服務國內市場為主的行業。

投資多元化、開放度相對較高

2015年中國規模以上印刷企業投資來源的構成為：



這是一個多元化投資主體構成的行業。2013年至2015年中國大陸規模以上印刷企業新增資本288億元，其中個人資本佔新增資本61%、法人資本佔33%。

中國印刷設備及器材製造行業現狀

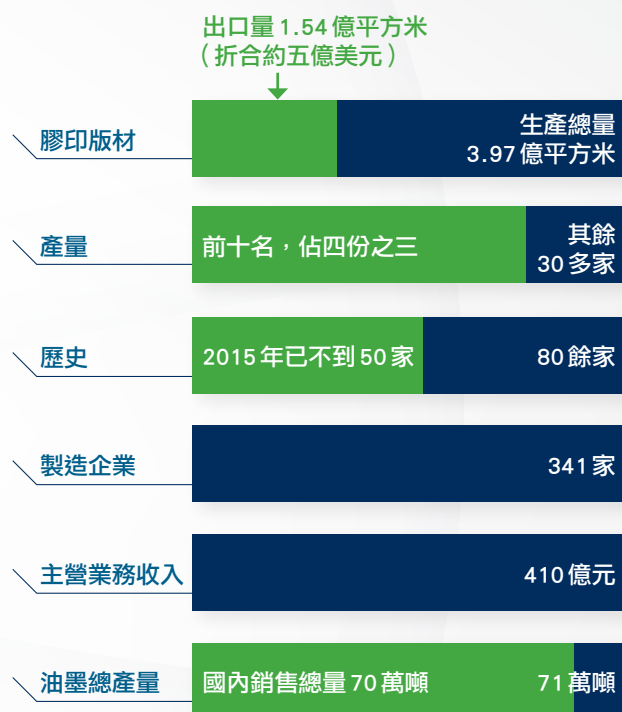
中國印刷設備製造業

2015年中國印刷設備製造業擁有企業2,874家，年主營業務收入達575億元，行業資產總額506億元，從業人員總數8.7萬人。同期，規模以上印刷設備製造企業309家（佔全行業企業總數的11%），年主營業務收入452億元（佔全行業主營業務收入總數的78%），資產合計363億元（佔全行業資產總額的72%），從業人員4.8萬人（佔全行業從業人員總數的55%）。2015年印刷設備製造業規模以上企業出口46.23億元，佔全行業主營業務收入10%。

中國本土印刷設備製造企業在印前製版設備、凹印設備、網印設備、寬幅噴印設備、印後模切設備和印後裝訂設備等領域已經成為大陸印刷行業的主要供應商。

中國印刷器材製造業

膠印版材製造業



中國大陸已經成為全球膠印版材的最大生產國。2015年國內膠印版材生產總量3.97億平方米，膠印版材全年出口量為1.54億平方米。同時，國內膠印版材行業產業集中度明顯提升。2015年，年產量位居前十名的企業產量總數已接近佔全行業總產量的四份之三。其餘的三十多家企業產量只佔國內總產量的四份之一。歷史上曾經有80餘家從事版材生產的企業，2015年已經不到50家。

印刷油墨製造業

2015年規模以上製造企業341家，主營業務收入410億元，油墨生產總量約71萬噸（其中國內油墨銷售總量約70萬噸）。油墨出口量為2.87萬噸。出口數量從2013年開始，連續三年超過進口數量。

二、影響未來中國印刷產業發展的主要因素

國內宏觀經濟增長趨緩

2015年以來，中國經濟走勢回落，單季 GDP 同比增速多在 2009 年以來的最低區間運行，經濟下行壓力不斷增加。以往中國經濟增長模式是要素驅動，即依靠增加要素（人力、土地、資本）投入來維持經濟增長。如今要素投入效率在明顯遞減，而造成宏觀經濟要素投入效率遞減的癥結是產業結構。中國經濟正在經歷結構調整。這是一個漸進的過程。2016 年至 2020 年中國國民經濟發展規劃設定的 GDP 年平均增長速度的為 6.5%。

環保治理的壓力

近年來，中國大陸極端天氣的出現和越來越嚴重的霧霾，說明以犧牲環境來換 GDP 增長的發展模式已經到了盡頭。2015 年六月財政部、國家發展改革委和環境保護部聯合發布《揮發性有機物排污收費試點辦法》，決定從 2015 年 10 月 1 日起對直接向大氣排放 VOCs 的試點行業企業收繳排污費，包裝印刷與石油化工兩個行業已被列入 VOCs 排污費徵收的試點行業。目前，中國已經有 17 個省、市的地方政府頒布了當地的 VOCs 排污收費標準。有些地方甚至將實施的領域從包裝印刷擴展到印刷的其他領域。

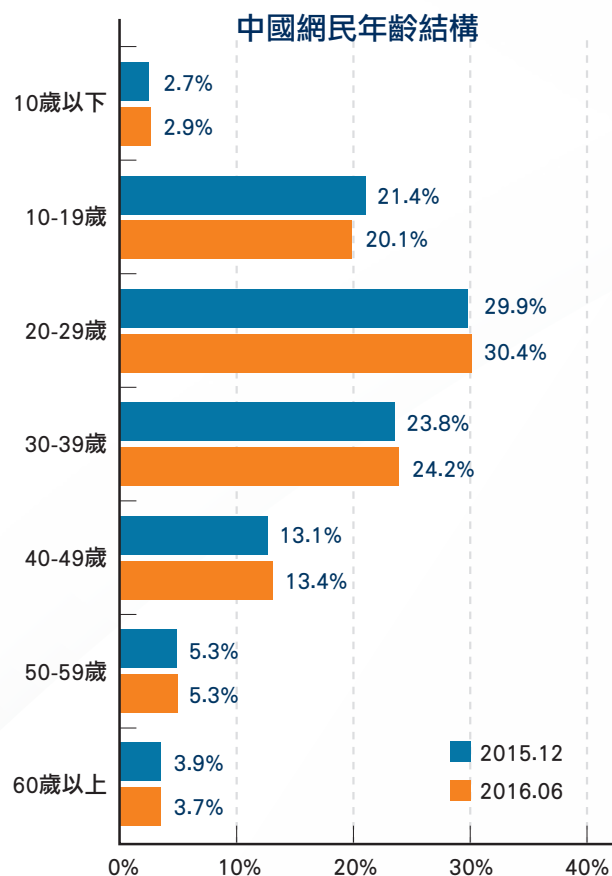
互聯網對國內消費需求的影響

《中國互聯網發展狀況統計報告 2016-07》提供的數據顯示，截止 2016 年 6 月底，中國網民人數達 7.1 億（互聯網普及率為 51.7%）。其中，手機網民 6.56 億（佔網民總數的 92.5%，而只使用手機為上網的 24.5%）。

►中國網民結構以 10 歲至 39 歲群體為主，佔網民總數的 74.7%。其中，10 歲至 19 歲 20.1%，20 歲至 29 歲 30.4%，30 歲至 39 歲 24.2%；

►中國網民互聯網應用按使用率排序前十位的是即時通訊 90.4%、搜索引擎 83.5%、網絡新聞 81.6%、網絡視頻 72.4%、網絡音樂 70.8%、網上支付 64.1%、網絡購物 63.1%、網絡遊戲 55.1%、網上銀行 48%、網絡文學 43.3%。

由此可見，互聯網對年輕一代消費行為的影響是潛在的、深遠的。



資料來源：中國互聯網發展狀況統計調查

三、對未來中國印刷產業發展態勢的基本判斷

未來五年，中國印刷產業所處的市場環境是嚴峻的。一方面是因為國內宏觀經濟結構調整和增長方式轉變過程中經濟的低速運行所造成的需求波動；另一方面，環保治理、行業准入門檻的改變，提高企業經營成本和遠期發展不確定性，令中國印刷產業的發展進入一個新階段。

印刷行業的發展態勢

行業保持中速增長

中國國民經濟發展規劃（2016 - 2020 年）設定的 GDP 年平均增長速度的為 6.5%。參考以往印刷市場增長與宏觀經濟 GDP 增長的關聯性，以及對中國印刷企業及區域市場的觀察，未來五年中國印刷產業的年平均增長速度將可能保持在 5 至 7% 之間。

- 圖書印刷將保持低速穩定增長，期刊印刷將會持續下降，報紙印刷將會快速下降。
- 包裝及標籤印刷保持中速增長。
- 商業印刷保持中速增長。

行業集中度快速提高

規模以上印刷企業的主營業務收入在中國印刷產業的比重將會從 2013 年的 63%、2015 年的 72%，提高到 2020 年的 80%。

- 出版印刷將是行業集中度提高最快的領域。90% 以上的出版物印刷將會由規模以上出版物印刷企業（740 家）承擔，而規模以下的印刷企業很難在該領域生存。膠印仍然是該領域主要生產手段。
- 政府環保政策和行業准入政策的改變，將加速包裝印刷企業間的產能整合和布局調整，促進行業向規模化、專業化方向發展。

互聯網平台對市場的整合作用逐漸顯現

商業印刷是中國印刷行業最活躍和最具發展潛力的領域。實現經營模式從印刷生產商向市場營銷服務商的轉變，是商業印刷企業未來發展

的關鍵。而互聯網為傳統印刷方式和按需印刷生產方式的融合，溝通生產企業和消費群體創造了平台，提供了技術支撐。

- 傳統出版物印刷企業向商務印刷領域轉移加速。
- 數碼快印企業與傳統印刷企業的聯繫在加強。
- 來自 IT 和互聯網領域的新公司對原有領域的整合。

印刷設備及器材製造行業的發展態勢

如何抓住中國經濟轉型與技術進步提供的機會，發揮本土製造業貼近市場、了解需求的優勢，堅持專業專注基礎上的技術創新，將成為中國印刷設備及器材製造業未來發展的主要特徵。

印刷設備製造業

智能印後系統、噴墨印刷設備、環保型凹印設備將成為未來發展的熱點，應充分利用國內龐大的印刷市場提供的機會，善於發現產業加工鏈的某個「痛點」，集中資源、全力以赴解決「痛點」的專業專注，將是本土印刷設備製造企業轉型升級的有效路徑。

印刷器材製造業

適應包裝印刷市場的需求，進一步調整產品結構是未來印刷器材製造業的主要態勢。

- 印刷版材製造業：本土產柔印版材的質量將會顯著提高，產量和品種持續增加；膠印版材產量年平均增長率為 4%，行業集中度進一步提高；
- 印刷油墨製造業：未來五年，中國大陸印刷油墨產量年平均增長速度為 5%。油墨產品發展的重點是食品包裝油墨、標籤印刷油墨。在淘汰含苯類溶劑型油墨的基礎上，水基油墨、UV 油墨、EB 油墨、植物油基油墨等環保型油墨將會有快速發展。■