

IPP第十二屆會員周年大會 暨演講會順利召開



印刷媒體專業人員協會 (IPP) 早前舉行了第十二屆會員周年大會暨演講會，會上亦邀請了 You Find Ltd. 董事及創辦人朱俊昌先生就社交媒體、印刷及出版路向等方面作出分享。活動反應非常熱烈，約有 60 名 IPP 會員及友好機構代表出席；同場更設有數碼印刷展示區，獲得愛克發印藝亞洲有限公司、佳能香港有限公司、富士施樂（香港）有限公司和理光（香港）有限公司的支持，藉此與參加者直接的交流。



■ IPP 召開第十二屆會員周年大會，順利通過各項會務。

IPP 會員周年大會在馮文清會長的帶領下揭開序幕，並與謝葆德副會長、劉海東司庫和吳競輝秘書一起進行會務報告，回顧過去一年的活動和向一直支持 IPP 發展的各執委、會員、行業機構和企業表達謝意。

IPP 一直秉承「提倡持續進修，發揮專業力量」的宗旨，致力籌辦各類專業的活動，讓會員隨時隨地掌握行業新知識，積極推動印刷出版業

走向專業化，推動行業整體的長遠發展。在過去一年，IPP 舉辦了一場交流晚宴和一場「與 CEO 對話」活動，讓會員及友好機構的會員有機會了解管理之道和交流資訊。另外，IPP 更組織會員參觀政府物流服務署印務科的新辦公室及廠房，提升同業對最新綠色印刷的認識。

在支持年輕一代方面，IPP 在過去一年為學生會員安排了多個活動和工作坊，協助他們了解印刷



■ 馮文清會長（右）歡迎名譽會士陸偉豪先生（左）加入IPP。

及出版業，為進入職場做好準備；同時透過「IPP—富士施樂香港獎學金計劃」向三位傑出學生會員頒發各港幣 5,000 元獎學金，以示鼓勵。

馮文清會長承諾會繼續為會員爭取更多增值機會，凝聚更大的業界力量，共同跨過複雜多變的挑戰，攜手創造新機遇。

演講會：社交媒體大混戰 探索印刷出版業新路向



■ 馮文清會長（左）向朱俊昌先生（右）頒發紀念品。

會員周年大會順利舉行後，IPP 邀得香港首家提供專業搜索引擎優化服務公司 You Find Ltd. 的董事及創辦人、同時是全港唯一獲 Google 委任的行銷專才導師朱俊昌先生，向參加者分析數碼社交媒體的普及化帶來的影響。

現時，網上消費的便利和快捷改變了普羅大眾的消費習慣，改為傾向使用網上平台。以“Amazon Prime”為例，貨品由下單到運送只需一兩天，甚至能在兩小時內送達，而消費者更可以利用手機隨時隨地接收資訊、分享和作出評論，加強與品牌之間的互動。

數碼社交媒體帶來便利，正衝擊全球的印刷及出版業，當中以佔市場三成的出版印刷業首當其衝。根據創業板的統計，印刷及出版業的複合年均增長率將由 3.6% 減至 2.5%，預料出版印刷市場出現負增長，2021 年或會由現時的 48 億元減至 45 億元。近年，消費者大多透過網上平台和社交媒體接受資訊，並轉為購買不佔用空間的電子書，令到多本出版多年的雜誌紛紛停刊，甚至連大型書店 Page One 也結業。

另外，佔市場約一成五的商業印刷和一成的財經印刷也受到頗大的影響，例如商品目錄、宣傳單張及月結單等信件都逐漸電子化，只有佔市場四成的包裝及標籤印刷不受數碼社交媒體的影響，正穩步發展。面對社交媒體大混戰的衝擊，朱俊昌先生認為印刷及出版業應該積極邁向數碼化，並提出五個未來的趨勢：

1. 包裝及標籤印刷

面對數碼社交媒體的衝擊，包裝及標籤印刷仍佔了印刷市場的四成。未來，優質的包裝設計市場具有頗大的潛力，印刷業可利用各項技術實踐具創意設計的印刷品，以滿足市場需要。

2. 提供更多增值的服務

印刷及出版業應多直接接觸消費者，提供更多如“Web to Print”等的增值服務。生產商可以由單純的生產轉型至提供一站式服務，在消費者完成設計後，包辦一條龍印刷及運送服務。

3. 按需印刷

為減少存貨的壓力和支出，廠家可採用數碼印刷技術，其特色是按需印刷。現時，數碼印刷

的技術發展已趨成熟，能夠以更短的準備時間和更低的成本，印製出高質素的印刷品，提高技術的可用性。

4. 數碼化

若然印刷及出版業能結合印刷刊物和網上資源，增加資訊的傳播範圍，便能達致「線上至線下」或「線下至線上」(O2O)的效果。目前，市場上流行的二維碼就是一個結合印刷品和網上資訊的好例子，讓消費者能掃描包裝上的二維碼後得到更多產品資訊。

5. 環保印刷

相比過往，消費者愈來愈著重環保，甚至願意付出更高的價錢以獲得較為環保的貨品，因此印刷業能順應這個趨勢，積極發展有關環保的印刷技術。

朱俊昌先生指出，印刷及出版業要面對社交媒體的大混戰有四大出路，分別是：改善用家經驗、增加互動性、建立自己的用家社群和以開明的思想採用新技術，並提出不同的例子讓參加者作為參考。

- 因應刊物或手機應用程式，推出不同版面以方便用家閱讀。
- 提供個性化的設計服務，例如在封面上加上用家名字和在內頁加入用家照片等。
- 善用社交媒體，增加與用家之間的互動，例如在社交媒體上分享刊物的重點或以視覺資訊圖快速介紹刊物內容，在短時間內吸引讀者興趣，擔任作者與讀者群的溝通橋樑。
- 成立企業社群以增加凝聚力和互動性，提高用家的忠誠度。出版業可以參考在外國已創立 10 年的「Goodreads」，透過在自己的網站建立不同主題的小組、提出不同的討論題目、分享不同作品或作家的金句和設立作家專欄，從而吸引用家自發地追蹤資訊，並建立自己的社群。

- 試行採用數據程式，根據用家以往的喜好或其朋友的喜好，直接建議相關刊物，方便用家搜尋資料，提高用家的使用體驗。
- 與不同的關鍵意見領袖 (KOL) 合作，由他們向其追蹤者推介刊物，例如國內大受歡迎的「羅輯思維」就是由 KOL 在社交媒體上推銷書本的成功例子。
- 在生產模式方面，採用新的數碼印刷，例如巴黎「隨選印刷書店」存有超過 300 萬本電子書，並只會在客人決定購買時才即場印製，為客人提供度身印製的產品外，更成功減少存貨數量和租金的支出。

雖然，數碼社交媒體影響了印刷及出版業的傳統發展模式，但只要企業能夠以開明的思想作出改變，印刷及出版業依然能在大混戰之下穩步發展，再創高峰。■



■ 會員在數碼印刷展示區直接與供應商交流，了解更多產品詳情。



■ 演講會座無虛席，約有 60 名 IPP 會員及友好機構代表出席，場面熱鬧。