

從幾組統計數據 看中國印刷業的變化

經過分析 2016 年中國印刷業的相關數據後，當中可看到一些趨勢性的問題。此外，讀者還可以從以下幾組數據中，預先看到中國印刷業未來的發展方向。

表一 2011年至2016年中國印刷業資產總額、工業總產值和利潤統計表

年份	印刷企業數 (家)	資產總額 (億元 人民幣)	資產 增減率 (%)	工業總產值 (億元 人民幣)	工業總產值 增減率 (%)	利潤總額 (億元 人民幣)	利潤 增減率 (%)
2011	102,484	9,257.09	-	8,677.13	-	739.87	-
2012	104,367	10,461.29	13.01	9,510.13	9.60	724.98	-2.01
2013	105,890	11,024.71	5.39	10,312.45	8.44	772.20	6.51
2014	104,981	11,762.98	6.70	10,857.51	5.29	714.17	-7.52
2015	103,467	12,357.31	5.05	11,246.24	3.58	698.60	-2.18
2016	101,420	12,904.80	4.43	11,544.75	2.65	675.27	-3.34
2017				12,057.70	4.60		

註：本文採用的數據除 2017 年的來自於劉曉凱司長在中國印刷業創新大會啟動協調會上的講話，其餘均採自《中國印刷業發展報告》。

從 2017 年印刷總產值的微增 看行業仍處於調整與困難之中

表一數據顯示，自 2013 年以來，中國印刷企業的數量正在逐漸減少，估計經過 2017 年的整頓後，減少幅度會更大。如果說 2015 年前企業數量的減少主要是因為遭遇全球性經濟危機，那 2016 年後則主要是政策調整的因素，包括注重

環境保護後對印刷企業污染物排放整治提出的新要求，以及相應的環評、生產場地與註冊地相一致，生產場地必須安置在工業園區內等一系列要求。因著排廢徵收標準的差異，大城市的印刷企業外遷速度將會加快。

每年，印刷工業增加值雖然有所上升，但是幅度並不大。僅憑2017年同比有4.6%的增長就認為「發展速度觸底反彈」，似乎尚欠充足的理據，因為2017年幾乎貫穿全年的紙價上揚，大大推高了印刷產值，也正因為企業生產成本不斷上升，自2013年起印刷行業的利潤總額呈下行走勢，而且「下滑的速度超過了企業數量減少的速度」。2016年行業人均利潤僅為2.18萬元（人民幣，下同），這不得不說是一個很低的數字，這也導致印刷企業的資產總額雖每年都有所上升，但增幅有限。投資畢竟還是為了賺錢，而印刷邁向綠色化、數字化、智能化、融合化方向發展，爭取跨入印刷強國的行列，亦都需要資金的支持。

從印刷業在國內 生產總值中的佔比 看互聯網帶來的閱讀習慣變化

表二數據顯示，自2011年以來，雖說每年印刷業GDP名義增長率都有個位數的增長，只是到了2016年才出現負增長，但伴隨著中國國民生產總值的不斷增長，印刷業在國民生產總值中的佔比卻在持續下降。從增長率的角度來看，除了2014年高於國民生產總值九個基點，其餘

年份均低於國民生產總值。如何才能保持印刷業的可持續發展，值得深思。

印刷業生產總值增速不快與互聯網的發展密不可分，因為終端閱讀帶走了一部分書報讀者，這也導致報紙發行量從2011年的最高值2,271.99億印張、折合用紙量452.18萬噸，一路「跌跌不休」地降至2017年的855億印張、折合用紙量192萬噸，只及最高峰時的40%左右。雖然有人稱「中國報業已觸底」，但這更算是一種「願望」，因為此類話語數年前已有人說過。事實上，由於投遞量的減少，不少城市的郵政已經將每日早報投遞的時間延後。如果這種狀況得不到有效的改善，訂閱者的離心率難免還會加大。缺少了新聞價值的報紙，讀者訂閱的意義又將何在？



■ 互聯網的發展，對印刷業的生產總值增速有一定的影響。

中國印刷業工業增加值在國內生產總值中的佔比表

年份	中國生產總值 (億元人民幣)	中國 GDP 名義 增長率 (%)	印刷業工業 增加值 (億元人民幣)	印刷業 GDP 名義 增長率 (%)	佔比 (%)
2011	489,300.6	-	2,166.65	-	0.44
2012	540,367.4	10.44	2,229.48	2.90	0.41
2013	595,244.4	10.16	2,308.36	3.54	0.39
2014	643,974.0	8.19	2,499.45	8.28	0.39
2015	689,052.1	7.00	2,592.39	3.72	0.38
2016	744,127.0	7.99	2,583.06	-0.36	0.35

從規模企業的市場佔比變化 看品牌對企業發展的重要性

國家新聞出版署認定的規模以上重點印刷企業，是指年產值超過5,000萬元的印刷企業。就數量而言，這部分企業僅佔印刷企業總數的幾個百分點，但其影響力巨大，幾乎囊括了所有印刷板塊的上市公司，在每個領域都有著自己的代表企業。這些企業的品牌效應十分鮮明，它們既是中國印刷業的代表，又是引領行業向前發展的先鋒。如果說中小企業是在方便消費者、彌補市場短缺、安置勞動力就業等環節上發揮了自身的作用，那規模以上重點印刷企業則是在新技術應用、新工藝創新、新材料研發上發揮著自身在行業內不可替代的作用。

根據2011年至2016年規模以上重點印刷企業數據，有幾個情況值得關注：

1. 自2013年以來，規模以上重點印刷企業的數量增長不夠明顯，估計2017年在清理了一批

環保不達標的企業後，業務向規模企業集中的趨勢將會更為明顯。

2. 與2015年相比，2016年規模以上重點印刷企業新增投資並不快，這與企業持續在進行調整有關，估計後續的步伐會加大。
3. 2016年規模以上重點印刷企業的工業總產值與工業增加值的增幅僅為1.94%和0.26%，略嫌微不足道，未知2017年的狀況是否會有顯著改觀。
4. 2016年利潤總額下滑7.74%，是最為令人擔心的。其實進一步細化後，規模以上重點印刷企業的人均產值與人均創利同比分別下滑了0.51%和9.99%，利潤下滑速度遠大於產值下滑速度，這說明企業的生產成本確實在增大。當然，規模以上重點印刷企業人均66.19萬元的產值、4.52萬元的利潤，較之全行業人均37.35萬元的產值、2.18萬元的利潤，還是有著一倍左右的優勢。

2011年至2016年規模以上重點印刷企業數據統計一覽表

表三

年份	企業數量 (家)	資產總額 (億元人民幣)	增長率 (%)	工業總產值 (億元人民幣)	增長率 (%)	工業增加值 (億元人民幣)	增長率 (%)	利潤總額 (億元人民幣)	增長率 (%)
2011	2,439	4,699.26	-	4,396.89	-	1,189.17	-	365.53	-
2012	2,839	5,024.10	6.91	5,500.02	25.09	1,320.71	11.06	418.48	14.49
2013	3,075	6,247.53	24.35	5,816.38	5.75	1,483.36	12.32	498.62	19.15
2014	3,125	6,297.52	0.70	5,855.30	0.67	1,520.47	2.50	442.81	-11.19
2015	3,247	6,822.81	8.44	6,085.64	3.93	1,583.99	4.18	459.07	3.67
2016	3,236	7,087.72	3.88	6,204.11	1.94	1,588.14	0.26	423.52	-7.74

2011年至2016年期規模以上重點印刷企業在全國印刷業中的佔比

年份	規模企業 在企業總量中的 佔比 (%)	規模企業 在資產總額中的 佔比 (%)	規模企業 在工業總產值中的 佔比 (%)	規模企業 在工業增加值中的 佔比 (%)	規模企業 在利潤總額中的 佔比 (%)
2011	2.38	50.76	50.67	54.89	49.40
2012	2.72	48.03	57.83	59.24	57.72
2013	2.90	56.67	57.83	64.26	64.57
2014	2.98	53.49	53.93	60.83	62.00
2015	3.14	55.21	54.11	61.10	65.71
2016	3.19	54.92	53.74	61.48	62.72

如果再按照表四比較規模以上重點印刷企業在全國印刷業中的狀況，就更能反映出它們不可或缺的作用。以2016年的數據為例，僅佔全國印刷企業數3.19%的規模以上重點印刷企業，其資產總額、工業總產值、工業增加值、利潤要佔到行業的54.92%、53.74%、61.48%、62.72%。

印刷業「十二五」時期發展規劃中曾提出：「到『十二五』期末，產值跑過50億元的印刷企業有若干家，產值超過10億元的印刷企業超過100家。」當時感覺這似乎有點遙不可及。事實上，截至2015年末，印刷百強榜上位列首席的深圳裕同，其產值還只是42.89億元，次席的紫江集團只有29.86億元；再往前一年位列首席的當納利，年產值也只有45.70億元。但時至2017年，深圳裕同的產值已經達到69.48億

元，兼併整合確實大大提升了印刷企業的成長速度。往後，行業發展也會在上市公司的帶領下繼續生機勃勃。

從內容印刷量的持續下滑 看包裝印刷的日趨重要

數據顯示，2011年中國出版物印刷量是3,099.23億印張，折合用紙量717.01萬噸，產值1,313.94億元，在印刷總量（8,677.13億元）中佔比為15.14%；2016年，印張數跌至2,196.43億印張，折合用紙量508.73萬噸，產值1,724.50億元，在印刷總量（11,544.75億元）中佔比為14.93%。計算之下，印張數下跌29.13%，用紙量下跌29.05%，但產值反而上升了31.24%，在印刷總量中的佔比則變化不大。

導致上述變化的主要原因，除了報紙印刷量的大幅下滑外，期刊的總印張數也下滑了21.16%，唯有圖書總印張數上升22.49%。反觀包裝印刷業的情況，產值從2011年的6,318.77億元增至2016年末的8,704.37億元，在印刷總量中的佔比也從2011年的72.8%升至75.39%。這一增長勢頭仍將持續，因此重視包裝印刷、加強對包裝印刷業的指導是有關主管部門的重要職責之一。



■ 規模以上重點印刷企業在全國印刷業有不可或缺的作用。
(圖片來源：全國印刷經理人年會)

表五

2011年至2016年出版物印刷業與包裝印刷業相關數據對照表

年份	出版物印刷 企業數目 (家)	包裝印刷 企業數目 (家)	出版物印刷 總產值 (億元人民幣)	包裝印刷 總產值 (億元人民幣)	出版物印刷 增加值 (億元人民幣)	包裝印刷 增加值 (億元人民幣)
2011	6,821	44,868	1,313.94	6,318.77	326.47	1,542.52
2012	7,041	49,707	1,470.15	7,119.08	372.97	1,665.76
2013	7,133	50,433	1,594.01	7,749.57	412.32	1,735.22
2014	7,153	50,871	1,728.12	8,068.42	443.05	1,835.44
2015	7,176	51,024	1,738.01	8,406.20	444.81	1,929.19
2016	7,225	51,375	1,724.50	8,704.37	470.67	1,948.38

表六

2011年至2016年出版物印刷量及用紙量變化表

年份	圖書		期刊		報紙		總印張 (億印張)	折合用 紙量 (萬噸)
	總印數 (億冊)	總印張 (億印張)	總印數 (億冊)	總印張 (億印張)	總印數 (億冊)	總印張 (億印張)		
2011	77.05	634.51	32.85	192.73	467.43	2,271.99	3,099.23	717.01
2012	79.25	666.99	33.48	196.01	482.26	2,211.00	3,074.01	711.36
2013	83.10	712.58	32.72	194.70	482.41	2,097.84	3,005.12	695.24
2014	81.85	704.25	30.95	183.58	463.90	1,922.30	2,810.13	650.13
2015	86.62	743.19	28.78	167.78	430.09	1,554.93	2,467.03	570.75
2016	90.37	777.21	26.97	151.95	390.07	1,267.27	2,196.43	508.73

表五是出版物印刷業與包裝印刷業相關數據的對照表，清楚反映出中國出版物印刷企業與包裝印刷企業的差距。

以2016年的數據來分析，就企業數量而言，從事包裝印刷是從事出版物印刷的7.11倍；就印刷總產值而言，包裝印刷是出版物印刷的5.04倍；就工業增加值而言，包裝印刷是出版物印刷的4.13倍。出版物印刷企業的產值與增加值之比是1:0.27，包裝印刷企業的產值與增加值之比是1:0.22，這說明包裝印刷企業的原材料

價值相較於出版物印刷企業要略大；出版物印刷企業的平均產值是2,386萬元，包裝印刷企業的平均產值是1,694萬元，這說明出版物印刷企業的平均規模要比包裝印刷企業大。

從縱向看，無論是數量還是產值，出版物印刷企業變化都不是很大，但結合一些具體數據，在互聯網終端閱讀發展後，報刊受到的實際影響還是很大。由於尚未看不到2017年的具體數據，只能以2011年至2016年的數據為證（見表六）。

2011年至2016年數字印刷關鍵數據及增長情況

表七

年份	企業數量(家)	增長率(%)	產值 (億元人民幣)	增長率(%)	數字印刷機 裝機量(台)	增長率(%)
2011	539	-	34.64	-	1,785	-
2012	738	36.92	62.86	81.47	2,354	311.88
2013	2,488	237.13	103.36	64.43	7,715	227.74
2014	2,622	5.38	101.80	-1.51	8,792	13.96
2015	2,855	8.89	176.15	73.04	10,002	13.76
2016	3,056	7.04	357.87	103.16	10,625	6.23

從數字印刷業的現狀看 實現印刷業「十三五」規劃要求

伴隨著個性化需求的增長與數字印刷設備技術上的突破，近年來數字印刷更加受到企業的重視。不過，鑒於國內現有的統計口徑，截至2016年末，數字印刷的市場佔比依然不高，要實現「十三五」時期印刷業發展規劃中提出的以2015年末的176.15億元產值為基數，年複合增長率30%的要求，還真不是一件易事。

表七所顯示的是2011年至2016年數字印刷關鍵數據及增長情況。與發達國家相比，數字印刷在中國的起步與發展時間並不遲，時至2016年末的3.1%市場佔有率，應該是由兩個原因導致：一是數字印刷設備與耗材對海外發達國家的高依賴度，缺少了價格上的話語權，導致採用數字印刷的最終產品缺少良好的性價比。二是數字印刷的統計口徑。迄今為止，國家新聞出版署的口徑始終是申領了出版物印刷許可證或數字印刷許可證的數字印刷企業，至今進入統計口徑的企業在全國僅有3,056家，如此一來，相當於一部份由數字印刷設備完成的加工

產值被排除在外，這包括由沒有領取出版物印刷許可證的企業加工完成的大量商業印件的數字印刷產值。

事實上，這幾年數字印刷跨領域擴張的速度很快，除了在原有印刷圈內用數字印刷工藝取代傳統印刷工藝的，更多的是大步跨入了紡織印染及建築裝潢領域，而且因為此類產品對設備的精度要求相對較低，設備及耗材的國產化率遠比在商業印刷領域要高。

改變這一狀況的根本辦法是切實落實全國政協委員唐瑾在2017年全國政協會議上的提案——《關於以數字噴墨技術為突破點 推動中國向印刷強國邁進的提案》，充分重視數字印刷設備及耗材的國產化，切莫被外國企業控制大局，因而多花金錢。總之，數據提供分析問題的基礎，應該好好善用有關的數據，深入思考現行工作中所存在的問題，針對性地一一加以解決。■