

新冠肺炎疫情 重塑全球印刷市場

2020 年是急劇變化的一年，全球新冠肺炎疫情對各國經濟活動產生了嚴重影響。對印刷行業而言，其加速了出版物印刷、商業印刷、包裝印刷和標籤印刷等細分領域的數碼化和網絡化的趨勢。Smithers 最新研究報告《全球印刷市場的未來 2030》指出，與 2019 年相比，預計 2020 年全球印刷市場規模由 8,147 億元（美元，下同）下降到 7,434 億元。

有效接種疫苗將有助世界各國恢復正常的經濟活動。印刷市場的反彈不出所料，在包裝和標籤的帶動下，2021 年全球印刷市場的規模將恢復到 7,528 億元。到 2030 年，全球印刷市場規模預計將達到 8,460 億元。

新冠肺炎疫情對各種印刷品的需求產生不同的影響，未來十年全球印刷市場的各個細分領域將會呈現新的格局。

包裝和標籤印刷

新冠肺炎疫情對包裝和標籤印刷領域的影響最小。儘管國際貿易貨流中斷，削減了對出口及工業包裝的需求，但這類包裝的印刷需求畢竟有限。許多消費者在第一輪防控封城之前就已儲備基本生活用品，導致 2020 年第二季度世界各國包裝和標籤需求有短暫上升。相關食品、飲料和藥品生產及其供應鏈（含包裝生產加工）一直是各國政府優先保障繼續運營的重點。



自 2020 年第二季度以來，各國消費者一直遠離實體零售商店，對零售類包裝印刷的需求大幅度減少。同時，由於大量日用品銷售從線下轉到線上，相關電子商務包裝需求同比增長了 40%。這對包裝印刷企業來說是利好的，因為每個網購快遞都需要包裝和標籤。



■ 新冠肺炎疫情對包裝和標籤印刷的影響相對較小。

電子商務

許多零售商和品牌擁有公司建立了新的電子商務服務渠道。這些企業開始定制帶有公司標識和個性化信息的快遞包裝。印刷企業與電子商務企業還有空間建立更密切的夥伴關係。現場服務（在配送中心安裝印刷設備，收到訂單後即打即用）的需求已經出現。

印刷企業的生產也轉向更加在線的模式。對應網絡印刷平台、作業流程自動化和線上及時回應的軟件和硬件的需求開始增長。快速周轉和次日交付的需求方式催生出大量短版訂單。這將特別有利於拓展噴墨機市場的空間，也對其他具有高自動化、數碼化的印刷設備有利。

出版物印刷

報紙、雜誌和插頁增刊的印刷需求已經下降。防控封城和旅行限制中斷了對那些通勤者相關印刷品的銷售。許多讀者已經改為應用更即時的線上媒體，商家的廣告也隨之而去。這種趨勢對於擁有輪轉膠印機的印刷企業絕不是好消息。

圖書的銷售量下降較小。預計2020年全球圖書銷售總量將下降5.0%。因為閱讀成為眾多被囚家裡消費者的重要休閒活動，2020年第二季度

全球圖書購買量首次激增。當然，在歐洲和北美地區，這種圖書銷售增長是與亞馬遜等成熟的電子商務訂購鏈分不開的。

商業印刷

新冠肺炎疫情對商業印刷的影響是嚴重的。因為人們待在家裡，商業活動和社交聚會被取消，消費者花錢的地方少了。而各地的封城令使得商店、餐館、酒吧和酒店停止營業，戶外廣告和銷售招貼的商業需求大幅度減少。

促銷直郵和商品目錄越來越轉向針對性更強的網上營銷，相關紙質產品的印刷需求也在下降。隨著經濟復甦，廣告需求也將恢復。但線上廣告的日益普及意味著實物印刷廣告的份額將繼續減少。在未來十年，全球廣告總印量將可能持續下降。

2020年第二季度至第三季度，支撐企業業務運營的商業印刷品（業務表格、內部資料、業務手冊等）市場遭受嚴重打擊。需求大幅減少將導致許多商業印刷服務企業倒閉。後疫情時期，從中長期看，相對寬鬆的經濟環境將為生存下來的商業印刷企業創造很大機遇。在新的市場環境下，市場需求的重心將轉向高質量和裝飾性強的高增值印刷品，低附加值的印刷品需求將會減少。■