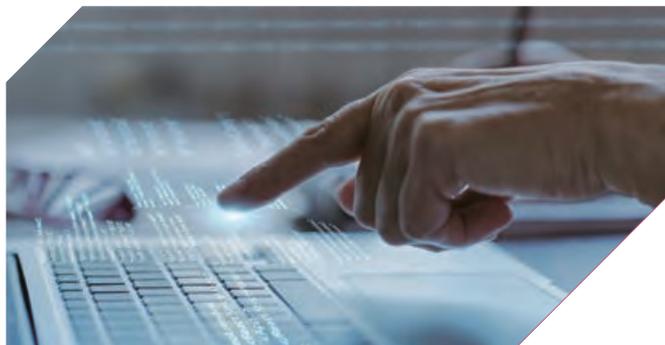


中國印刷業數碼化三年計劃啟動 目標2027年建立全產業鏈數碼生態系統

國家新聞出版署於2025年6月發佈《印刷業數碼化三年行動計劃(2025—2027年)》下稱：計劃，目標到2027年建成全產業鏈數碼生態系統，突破「大而不強」瓶頸。此計劃以數據驅動為核心，推出能力評估、技術創新及管理服務三大工程。龍頭企業建設智能工廠，「規模以上企業」推廣ERP/MES/APS系統，中小企業採用低成本方案，預計智能印刷廠數量大增，產業集中度逾60%。計劃主要聚焦高階噴墨打印頭及可變數據處理技術，推廣智能排產及線上品質檢查。

計劃分三階段實施：2025年6月至12月發佈自評估工具及備案系統，2026年至2027年6月完成能力評估及數據中心建設，2027年下半年修訂法規並推廣經驗。計劃提供政策、人才及數據安全支持，預計吸引外資超1,100億美元(約港幣8,580



億元)。中小企業可快速定位短處，龍頭企業主導標準制定，產業將呈「強者恆強、弱者轉型」格局，如何將數據轉化為生產力將成突圍關鍵。

資料來源：包印數智社

2025年1月至6月 中國印刷品、印刷設備、印刷器材進出口動態

根據國家海關總署數據，2025年1月至6月國內印刷品、印刷裝備及印刷器材進出口總值120.83億美元，同比增長1%。出口96.82億元(美元，下同)，年增0%；進口24.01億元，年增7%；貿易順差72.81億元，年減2%。整體出口成長乏力，進口增幅收窄，總量成長趨緩。

從市場分佈層面來看，出口對亞洲回升，歐洲、拉丁美洲、非洲穩定增長，北美、大洋洲則錄得下跌；進口從亞洲、歐洲等增長，北美、大洋洲趨跌。

三大類印刷相關商品出口方面：印刷品70.61億元，年減4%；印刷裝備19.83億元，年增17%；印刷器材6.37億元，年增1%；進口方面：印刷品11.23億元，年增4%、印刷裝備10.70億元，年增12%；印刷器材2.08億元，年減5%。

國內印刷品出口70.61億元，與去年同期相比下降4%。其中；出版品印刷品出口金額為9.30億元，年增6%；包裝裝潢印刷品出口金額為39.04億元，年減3%；商務印刷品出口金額為22.28億元，年減10%。

資料來源：印刷技術雜誌

中國多家印刷包裝上市企業發佈 2025上半年業績預告 有企業歸母淨利成長四倍多

2025年下半年已到，近日多家中國印刷包裝上市企業發佈上半年業績預告，部分企業錄得營收與淨利雙增長。以下為重點撮要：

翔港科技預計上半年歸母淨利增410%至478%，達7,500萬至8,500萬元，營收大增、運營效率提升及規模效應為主因。吉宏股份淨利增55%至65%，達1.12億至1.19億元，包裝及跨境電商業務表現強勁。奧瑞金淨利預計8.5億至9.6億元，增55%至75%，受收購中糧包裝及投資收益影響。鴻博股份扭虧為盈，淨利2,980萬至4,420萬元，算力項目驗收帶動收入增長。東方精工淨

利增120%至160%，達3.6億至4.26億元，包裝及水上動力業務穩健。

然而，環球印務預計虧損350萬至600萬元，受新廠投產及市場競爭影響。嘉美包裝淨利降58.92%至67.06%，飲料業需求疲弱。雙星新材虧損1.4億至1.55億元，產能過剩及價格波動為主因。盛通股份虧損400萬至750萬元，集友股份淨虧140萬元，陝西金葉淨利減55%至65%。

整體而言，多數企業穩中向好，但部分受經濟及結構調整影響，業績欠佳，盼下半年改善。

資料來源：必勝網資訊中心

2024年中國印刷業薪資調查資料出爐 10%從業人員月薪低於人民幣3,300元

2025年6月27日，中國人力資源社會保障部網站發佈2024年企業薪資調查資訊。據悉，企業薪酬調查是以企業中不同職業從業人員薪資報酬水準及不同產業企業人工成本狀況為調查內容的抽樣調查，以反映中國勞動市場價格狀況。

數據顯示，「印刷及記錄媒介複製人員」年薪價位分別為3.96萬元（人民幣，下同）（10分位）、5.00萬元（25分位）、6.52萬元（50分位）、8.76萬元（75分位）、11.63萬元（90分位）。數據所得出的結論便是：就2024年來看，有10%的印刷從業人員年薪低於3.96萬元（每月3,300元），25%

的印刷從業人員年薪低於5.00萬元（每月4,167元），50%的印刷從業者年薪不超過6.52萬元（每月5,433元），75%的印刷從業人員年薪低於8.76萬元（每月7,300元），年薪超過11.63萬元的印刷從業人員僅佔10%（每月9,692元）。

相較於2023年的調查數據，「印刷和記錄媒介複製人員」的相關數值略有漲幅，但與其他60多個職位類別數據比較，「印刷和記錄媒介複製人員」的薪酬仍處於中位數水平。

資料來源：人力資源社會保障部

中國造紙巨頭積極擴張 歐美企業卻不斷閉廠

全球造紙產業目前出現兩極化的趨勢：中國巨頭掀起百億級產能積極擴張狂潮，歐美則偏向縮減，關廠裁員。中國的擴張盼未來可獲得主導權；歐美的縮減目標則是追求利潤最大化。

中國造紙業2023至2024年新增產能逾千萬噸，但需求增速僅1.5%，因此價格戰已成常態，唯頭部企業仍然不斷加碼投資。據悉大型企業盼透過擴張贏得終局入場券。頭部企業利用自身「林漿紙一體化」掌控紙漿供應所帶來的低成本和規模優勢，構築產業鏈護城河，以割喉戰拖垮中小企業，加速整合市場。

反觀歐美紙業市場早已完成整合，形成了穩定的寡頭格局，轉趨縮減成本，以達成優化資產、提



升效率、回報股東的目標。史墨菲維實洛克削減50萬噸產能；國際紙業關閉80萬噸箱板紙廠；芬歐匯川、Sappi等關廠裁員；以上種種措施均是期望可改善供需，達致利潤最大化。

中國的「加法」與歐美的「減法」，是不同市場階段的競爭哲學。中國巨頭以產能重塑市場，歐美則精算優化資產，兩者均指向行業整合與主導地位。

資料來源：全球印刷與包裝工業

字節跳動旗下出版社跨界失敗 七個月後驟然倒閉

TikTok母公司字節跳動旗下出版社8th Note Press(第八音符出版社，下稱：第八音符)早前正式宣佈結業，運營僅一年多就結束。此出版社於2023年8月成立，專注浪漫小說與青少年文學，期望借助TikTok的#BookTok社群推廣書籍。

字節跳動於2023年創辦第八音符，瞄準TikTok的#BookTok社群熱潮，該社群已成為出版業銷售利器，連自資出版作家也能透過短片迅速走紅。字節跳動於2023年4月向美國專利和商標局申請

「第八音符出版社」商標，同年8月正式推出，計劃出版浪漫小說及青少年文學作品，並與獨立出版公司Zando合作，預計由2025年起每年推10本至15本實體書。

然而，僅一年後，第八音符宣佈結業，並將出版權歸還作者。許多作家原期望借助TikTok平台提升銷量，如今夢想破滅。字節跳動未公開結業原因。業界猜測，可能是出版業務盈利不佳，或公司策略轉向所致。

資料來源：The Bookseller