

■ 金融風暴對今年新年印刷品的銷售有多大影響？



每到年尾，各大銀行、企業機構都會印製賀卡、利是封、月曆及記事本等，送給客戶表達心意，並藉此機會進行宣傳推廣。不過，今年匯豐銀行不再派發利是封予小存戶，很多人又以環保為理由，減少了對賀卡的購買量；究竟經濟不景對這類印刷品的銷情帶來多少影響？香港印刷業商會為此向會員了解情況。

經濟環境不佳 新年印刷品受牽連

賀卡市場受影響最大

以往每逢聖誕和農曆新年，不少企業為表示對客戶的感謝和祝福，都會印製公司賀卡；普羅大眾也喜歡向親朋好友憑卡寄意。不過，近年隨著電腦和互聯網的使用越見普及，速食文化大行其道，很多個人和企業都改為寄發電子賀卡，不單款式選擇多，不用花費，而且只要按一下「寄出」按鈕，更可以同時送達眾多收件人，所以漸漸成為主流。加上現在人們提倡環保，卻誤以為使用紙製賀卡不夠環保，這都令購買者越來越少，令這方面的市場漸漸萎縮。

經了解得知，今年的賀年卡的情況與聖誕卡相比稍為好一點，有生產賀卡的廠家表示：「因為今年聖誕節和農曆新年很接近，客戶不會同時寄聖誕卡和賀年卡，而傾向選擇寄賀年卡，聖誕卡的銷量下跌近30%。」

■ 今年賀年卡的銷情比聖誕卡較好。



企業向來是賀卡市場的主要消費者，寄送聖誕卡的，通常是較為年輕化的公司，比較接受以電子賀卡取代紙製賀卡。至於海外的聖誕卡訂單，跌幅比本地訂單較小，可能因為香港人的生活節奏急速緊張，沒有閒情逸致選卡、寫卡、寄卡；外國人生活空間較多，雖然電子賀卡流行，但願意買紙製賀卡的仍大有人在。

▶ 記事本以 A5 或以下大小的最受歡迎。

▼ 福字曆不但實惠，又能收宣傳之效，是企業送禮的普遍選擇。

印製賀年卡的主要客戶，一般是較為傳統的公司，一直都有寄送賀年卡的習慣，對傳統賀卡總有點偏好，不會選用電子賀卡。不過，印刷廠家也指出，賀年卡的市場已不斷萎縮。「新一代對賀年卡的興趣不大，公司一旦換上年輕的管理層，很多時會減少訂量，甚至不再訂購。這也是賀卡訂單逐年減少的原因之一。」

款式方面，選購賀年卡的以傳統客戶居多，大多採用比較保守、傳統的設計，因此大膽創新的卡款已減少了；正因為需求量下降，款式也自然減少。

利是封市場有得有失

「利是」寓意順利、萬事如意，中國人派利是是新春習俗傳統，也為討個好意頭。香港的銀行每到年尾一般都會印製大量利是封，歡迎客戶索取。最近，匯豐銀行表示，今年農曆新年不再派發利是封予小存戶，只有存款或資產逾 100 萬以上的卓越理財客戶可以索取。據報道，匯豐在去年一共派出 7,000 萬個利是封，此舉使廠家的生意下跌不少。

不過也有廠家認為，今年利是封的市場變化不大，由於這是新年時節的必需品，即使銀行不再派發，市民也要自行購買。另一方面，金融海嘯或為香港印刷市場帶來希望。有廠家透露：「受到經濟不景氣的影響，去年底國內有不少印刷廠突然倒閉，客戶早前下的訂單無法起貨，急急轉向找香港的印刷廠幫忙，這些『飛來單』令我們忙著趕貨。」

款式漂亮、設計新穎的利是封向來有客路，銷情仍然穩定，況且利是封本身不是昂貴的消費品，只需多花少許金錢就可以買得心頭好。設計普通的利是封銷路則屬一般。



■ 「派利是」是中國新年的傳統活動，印製利是封的市場將繼續保持下去。



記事本、月曆銷量略減

記事本和月曆市場的主要客戶同樣是企業，他們會大批量訂購，印上自己公司的資料，贈送給客戶。即使現今有電子產品可取代記事本和月曆，但這情況數年前已經出現，今年的訂單只是稍為下降，大致銷量尚算穩定。

有關的廠家表示，企業一般認為印製記事本和月曆的價錢合理，又夠實用，可以用足全年，能夠達到宣傳目的。一向有訂購的企業在經濟不景下，今年仍有落訂單，但訂量減少了，所以有市民要「撲」免費贈送的月曆。

記事本以 A5 或以下大小的最受歡迎；月曆之中，枱曆和福字曆的銷量較佳。印製月曆的廠商指出，枱曆放在辦公桌上方便使用，福字曆則很多都印有通勝、宜忌等資訊，所以銷路都較為理想。但是掛曆的需求已不如前，因為現代人看重家居擺設，掛曆未必能配合裝潢，所以購買的人越來越少。

最大影響尚未呈現 市道不景，商業印刷影響較大

從各廠商的回應所見，已爆發近四個月的金融海嘯對訂單的影響似乎不算太大。香港印刷業商會楊金溪理事長解釋：「聖誕、新年檔期的大宗訂單，一般在年中就已經確定下來，所以今年的銷情並未能反映實際的影響，待 2009 年需要下訂單的時候，自然會有分曉。至於小宗訂單的變化已經出現，有廠商表示，不少規模較小的客戶沒有下訂單，有些已經下了訂單的則紛紛要求減價，印刷廠為了留住客戶，都相應微調價格。」

儘管金融海嘯對香港印刷業的最壞影響尚未真正浮現，但預計對商業印刷的影響會較大，因為宣傳品只是企業的附加產品，並非必需品，因此會成為企業削減開支時的首個目標。■