

drupa 2012 圓滿謝幕 印刷業奧林匹克亮點紛呈

四年一度、全球最大的印刷行業盛會 drupa 2012 展覽會剛剛落下帷幕。一直以來，drupa 都是全球印刷業的風向標，各大廠商都會藉此機會展示最新技術成果，並預示未來四年世界印刷業的發展走勢。在全球經濟環境不理想的大背景下，今屆 drupa 依舊亮點紛呈，本期《香港印刷》將對 drupa 2012 來個簡單的小結。



用數字看 drupa

印刷界的奧林匹克盛會 drupa 2012，於今年5月3日至16日在德國杜塞爾多夫國際展覽館舉行。作為全球印刷包裝領域最重要的 B2B 交易平台，今屆 drupa 共有 1,850 家展商參展。此外，據調查顯示，前往 drupa 的參觀者大多抱有特定的投資購買意願，近 50% 的觀眾簽署了具體合作協議，並且大多數都在展會現場完成。

官方統計數字顯示，今屆 drupa 共有來自全球 130 個國家的 31.45 萬行業人士觀展；其中，德國國內的觀眾人數為 12.3 萬，國際觀眾超過 19 萬人。具體而言，國際觀眾主要來自以下國家及地區：印度觀眾達 1.5 萬名，上升至國家參觀

人數第二位；隨後依次為比利時、法國、荷蘭、英國、美國、瑞士和意大利。不過，中國卻未能上榜成為觀眾來源大國，超出了外界的預期。與此同時，來自拉丁美洲的觀眾數量顯著上升，由上屆的 7% 增加至 8.8%，增多的部分大多來自巴西。



■ 印度繼德國之後成為參觀人數第二多的國家，而中國未如外界預期上榜成為觀眾來源大國。

UPM Finesse Classic Matt, 90 gsm

■ 13天展期中，drupa cube 有80位演講者發表主題演講，探討印刷與電子技術融合及相關題目。



此外，參觀 drupa 2012 的傳媒人數上升，並且更具國際性。在兩周的展期中，共有來自75個國家的2,400名媒體記者奔赴展會現場進行採訪報道，向外界傳遞第一手資訊。

印刷與電子技術融合是今屆 drupa 最受關注的主題之一。drupa 的主題展區 drupa innovation park (dip)、drupa cube 都有很多的相關領域的參展商。據統計，20%的參觀者對 dip 和 drupa cube 的 digi:media 理念感興趣。此外，在13天中，有超過80位演講者發表了主題演講，吸引來自55個國家逾1,000名業界專家參與。

drupa2012 傳達積極信號 新興印刷市場發展方興未艾

回顧過去三屆 drupa 展會的官方統計數據，2004年的參觀人數是39.4萬；2008年，觀眾數量小幅度下降，至39.1萬人；2012年再降至31.45萬人，比上屆減少近兩成。

對此，drupa 展會主辦方——杜塞爾多夫展覽機構 CEO 兼總裁 Mr. Werner Matthias Dornscheidt 表示，從2000年到2011年，德國印刷企業縮減3,900家，從業人員減少了61,000人。同期，美國印刷企業的減量超過7,700家。在這樣的背景下，觀眾減少是理所當然的。他還指出，現時企業一般不會大規模組團參觀 drupa，今屆展會的觀眾就以企業決策人為主，實際上高端觀眾有所增加。有數據表明，



■ 杜塞爾多夫展覽機構 CEO 兼總裁 Mr. Werner Matthias Dornscheidt 表示，今屆 drupa 入場人數雖減少，但觀眾以企業決策人為主，高端觀眾更有所增加。

企業高層參觀者的比例由2008年的44.4%，顯著上升至今年的50.8%。因此，drupa 的定位更明確，就是精準決策的展會、開展業務的展會。

觀眾的數量與來源地，也從側面反映出世界印刷行業發展的熱點與趨勢：減少的觀眾主要來自發達國家，而新興市場的參觀者人數大增，顯示新興印刷市場的發展方興未艾。其中，印度大有取代中國，成為印刷市場增速最快國家的趨勢；同樣，巴西在全球印刷行業發展中，也扮演著越來越重要的角色。

此外，今屆 drupa 展會向業界傳遞了一些新的積極信號。drupa 展會主辦方的展後報告指出，對於印刷業來講，drupa 不僅取得了巨大成功，而且促進整個行業的更好發展。儘管全球經濟發展遇到巨大困難，但行業的資金仍然非常充足，而且很多領域都備受關注，大量訂單已於 drupa 展會上簽署，不少參展商的銷售超出預期。同時，在展會期間進行諮詢的觀眾也非常多，很多參展企業看好後期的業務發展。



■ 據報道，drupa 不少參展商的銷售成績超出預期，展會期間簽署大量訂單，諮詢的觀眾也非常多。

「UPM 雅光」90克



■ 海德堡與惠普分別是今屆 drupa 的第一及第二大參展商。



傳統與數碼百花齊放

雖然傳統膠印技術進步是 drupa 不變的主旋律，但隨著近年數碼印刷的發展如火如荼，今屆 drupa 觀眾或多或少都抱著了解數碼印刷最新技術的心態前赴德國。drupa 展會主辦方的調查顯示，有 40% 的觀眾稱對數碼印刷設備感興趣。同時，從 drupa 2012 反饋的情況來看，膠印與數碼印刷並不是簡單的競爭者，這兩者的融合正在加速。

高效環保標準化 成傳統膠印增值趨勢

傳統膠印技術革新，一直是 drupa 展會的核心。在今年的展會上，可見到傳統膠印技術正朝著增值服務的方向發展，除了高效率、自動化、盡量縮短停機時間、降低校機浪費之外，各種連線加工組件也是各大廠商的重點，海德堡、曼羅蘭、高寶、小森等膠印巨頭均展出了相關的新產品。印刷標準化，包括各類色彩管理的檢測儀器設備，都是觀眾關注的熱點。

數碼印刷飛速發展 與膠印加速融合

今年數碼印刷廠商的展出面積，相比 2008 年有大幅增長，從上屆的四個展館增至今屆的六個展館。

在展會上，整體可感受到數碼印刷的飛速發展與進步，創新產品不少，但堪稱具有突破性、革命性創新的產品，就非 Landa（蘭達）的納米印刷技術莫屬。這項創新技術由「Indigo 之父」—— Benny Landa 及其創始的公司推出，有望達到膠印的速度、質量、幅面和生產效率，以及實現數碼印刷的可變數據與個性化，成為膠印與數碼印刷融合的典範之一。



■ Landa 革命性的納米印刷技術有望成為膠印與數碼印刷融合的典範。

此外，傳統膠印廠商在今屆 drupa 與不同的數碼印刷廠商合作推出新產品，也成為亮點之一。比如海德堡與理光合作，推出海德堡 Linoprint 數碼印刷機；高寶和當納利合作，推出高寶 RotaJET 76 卷筒紙噴墨數碼印刷設備；小森與柯尼卡美能達合作，推出 KM1 噴墨數碼印刷機；還有頗受矚目的 Landa，先後與小森、曼羅蘭、海德堡三大膠印巨頭結成戰略合作夥伴關係，雖然未有產品推出，但相信在下一屆 drupa 的時候，將能夠見到各品牌的納米印刷機登場亮相。屆時，傳統膠印與數碼印刷的界限將變得更加模糊。■

（本文部分相片由 drupa 官方提供）