

全球印刷市場非嚴重萎縮

印刷產值計算方式有巧妙

全美印刷、出版和紙品加工技術供應商協會（NPES）的數據顯示，現時美國印刷產值約為1,450億美元，若扣除通貨膨脹因素，相比五年前1,750億美元的頂峰時期下降超過300億美元。歐洲印刷市場規模則約1,500億歐元，據預測，在未來幾年裡，整個歐洲印刷企業數量將在現有逾14萬家的基礎上，以每年2%至5%的速度減少，而印刷市場規模也將相應減少。日本方面，按照日本經濟產業省的統計，自2000年以來，日本印刷業銷售額持續下降，從2000年的8.14萬億日元降至2010年的6.19萬億日元。

從字面上看，西方國家乃至全球印刷業似乎萎縮得很厲害，我們在早前的卷首語中，曾經探討過發達國家傳統印刷衰退及數碼印刷興起背後所隱藏的種種信號。其實歐美等地區的印刷業務，大多直接或間接流入了產品價廉物美的發展中國家生產，而中國就是最大的受益者。但是，未知大家有否留意一個問題：印刷產值「縮水」與外流的數值之間差距甚大，當中「蒸發」的部分究竟在何處？這是否說明全球印刷總需求量嚴重削減？

我認為其實並非如此。印刷產值並非衡量市場規模大小的唯一標準。所謂產值，本質上是把商品和服務的最終成果，折算成市場價格來表

示。例如同一本書，若在美國生產，人工、原料等各類成本極高，最後計入這本書的產值有10美元；若這本書在中國印製，在較為低廉的勞動力及生產成本之下，計入這本書的產值就只有10元人民幣。若這些數字直接反映為印刷產值，那麼當中的差額是否也可以體現為市場規模的差距？顯然並不是的。目前，業界在計算印刷市場規模或需求的時候，基本上只考慮印刷產值的大小，但我覺得，印張數量才是更準確的衡量標準。

無可否認，近年因金融海嘯及歐債危機帶來的負面影響，令需求下降。同時，電子及移動平台等新媒體，也搶佔了傳統印刷在雜誌、報紙等領域的一些份額。不過，在當前的環境下，西方買家為了降低成本，在時間允許的情況下，還是會選擇把大批量的書刊、宣傳品、商業印刷品等訂單交給中國印刷廠生產，而連帶的產品包裝也放在中國印製，可說是整條印刷鏈條實現了東移。綜合這幾種情形來看，雖然全球印刷業的產值整體顯示下滑不少，但實際上正如前文所說，產值並非衡量市場規模大小的唯一標準。因此，我認為，全球印刷業的市場規模僅是微降，待經濟回暖時，必將能夠煥發更強大的活力。■

香港印刷業商會
楊金溪