

2012 全國印刷經理人年會 共商「文化創新時代的成長策略」



■ 2012 全國印刷經理人年會共吸引 350 餘位業界人士參與，場面盛大。



■ 年會由中國印刷科學技術研究所陳彥所長主持。



■ 香港印刷業商會楊金溪會長（左一）出席年會，與中國印刷技術協會武文祥名譽理事長（左二）、沈忠康首席顧問（右二），以及印刷技術雜誌社王麗杰總編（右一）合照留念。

“從2002年到2012年，全國印刷經理人年會已經連續成功舉辦十屆。今年的年會去到了「中部高地」——湖北武漢，於2012年9月13至14日在東湖國際會議中心成功舉行，政府主管領導、行業協會人士、百強印刷企業與精英印刷企業代表、印刷設備與器材商代表等350餘人出席了此次盛會。年會同期還舉行了中國印刷企業100強頒獎典禮。

今屆年會以「文化創新時代的成長策略」為主題，設置了「文化實驗場」、「海德堡東湖論壇」等環節，分享了廣大印刷企業的文化探索與實踐，為與會人士奉上了一場精彩的思想盛宴。國家新聞出版總署印刷發行管理司曹宏遂副司長針對印刷業該如何抓住文化產業大發展大繁榮的歷史機遇、如何積極轉型升級，提出了全方位而有益的指導，今期《香港印刷》將全文刊登他的主題演講。另有年會主辦方中國印刷技術協會曲德森副理事長兼秘書長、湖北省新聞出版局張良成局長的精彩發言，以及此次年會主講嘉賓之一的北京頂佳創世紀投資有限公司姚松總經理，發表他對印刷企業創新的獨到見解。此外，今期《香港印刷》還將輯錄年會發言嘉賓的精彩語錄，讀者不容錯過。”



新聞出版總署 印刷發行管理司副司長 曹宏遂先生

一、深入學習貫徹十七屆 六中全會精神， 推動文化產業大發展大繁榮

黨的十七屆五中全會，提出推動文化產業成為國民經濟支柱型產業的戰略目標；十七屆六中全會進一步強調推動文化產業跨越式發展，使文化產業成為新的增長點、經濟結構戰略性調整的重要支點、轉變經濟發展方式的重要著力點。文化產業的新定位，為包括印刷業在內的相關產業的發展提供了新機遇，開闢了新空間，也提出了緊迫的要求。印刷業如何抓住文化產

業大發展大繁榮的歷史機遇，如何積極轉型升級，獲得可持續性增長，在這裡想講三個方面的問題，與大家共同研討。

黨的十七屆六中全會，第一次提出了建設社會主義文化強國的戰略目標。簡要來說，十七屆六中全會的精神主要體現在三個方面：一是充分認識推進文化改革發展的重要性、必要性和

緊迫性，提升文化自覺；二是堅持走中國特色社會主義文化發展道路，努力建設社會主義文化強國，提升文化自信；三是認真貫徹落實深化文化體制改革發展的各項舉措，推動文化大發展大繁榮，實現文化自強。

要建設怎樣的文化強國？在十七屆六中全會《決定》中，用四句話做了最深刻的描述，這就是：全民族文化創造活力持續迸發，社會文化生活更加豐富多彩，人民基本文化權益得到更好保障，思想道德素質和科學文化素質全面提高。大家從中可以看出，文化強國就是要不斷提升全民族素質，更好地激發全民族創造活力，造福人民群眾，促進人的全面發展；而文化產品，在其中承擔了重要的文化載體作用。文化產業的發展，直接影響著社會主義文化強國戰略目標的貫徹和實現。

「十二五」印刷業取得「開門紅」 發展勢頭良好

印刷業是文化產業的重要組成部分。黨的十六大以來，中國印刷業改革開放步伐不斷加快，體制機制不斷創新，印刷市場持續穩定繁榮，印刷業基本實現了跨越式發展。「十一五」期間，中國印刷業高速增長，年均增長率為19.3%，遠高於同期國民生產總值11.2%的增長速度，成為擴大內需、促進國民經濟增長的重要產業。進入「十二五」以來，印刷業也取得了「開門紅」的好成績。2011年，全國共有印刷企業超過十萬家，從業人員356萬餘人，資產總額9,256億元（人民幣，下同），印刷業總產值已達到8,677億元。

近幾年來，總署堅持對印刷業進行結構調整，以綠色印刷、數碼印刷為切入點，以示範企業為龍頭，使中國印刷業一直向好的方向發展。以2011年為例，一是行業生產率穩步提升，印刷企業總數比上一年減少1,930家（下跌1.8%），從業人員數量比上一年減少9.7萬人（下跌

2.7%），而總產值增長了12.59%。二是規模以上企業成效凸現。2011年，全國規模以上印刷企業（即印刷產值5,000萬元以上企業）比上一年增加292家，達到2,439家，佔全國2.4%；印刷總產值為4,396.89億元，佔全國50.7%。這充分表明，規模以上企業已成為中國印刷業發展的主力軍，印刷市場在加速向規模以上企業集中，中國印刷業的集約化程度正在大幅提升。三是中西部地區正在崛起。據統計，去年從珠三角轉移出去的產值有173億元，從環渤海轉移的產值有87億元，總計有260億元的產值轉移到中西部地區。中國印刷業的格局正在悄悄發生變化。如對外加工貿易，去年總額680億元，比上一年增長2.9%；而珠三角實際減少17%；與此同時，上海上升了50.5%，江蘇也增加了46.2%。這表明中國印刷業對外加工貿易開始由集中於珠三角，逐步向長三角及其他沿海地區轉移。

印刷業成為中國文化產業主力軍

從印刷業對文化產業的貢獻度來講，2011年中國印刷業總產值，已佔全國新聞出版業總產出1.46萬億的近60%，約佔中國文化產業總產出的20%，印刷業已經成為中國文化產業發展的主力軍。

大家也許有些疑問，一直覺得印刷業與文化產業的關聯度不強，屬於邊緣性產業，尤其從事包裝印刷、商務印刷的企業有此顧慮。在這裡可以明確告訴大家，在今年7月底，國家統計局發佈了新修訂的《文化及相關產業分類》。該《分類》在2004年作為國家統計標準頒佈實施，隨著文化產業成為國民經濟戰略型產業目標的提出，也考慮到原有文化業態不斷融合、文化新業態不斷湧現的現實情況，該《分類》在今年做了全面的修訂。

新《分類》中，將文化及相關產業分為「文化產品的生產」和「文化相關產品的生產」兩部分。

印刷企業所從屬的「書、報刊印刷」、「本冊印製」、「包裝裝潢及其他印刷」、「裝訂及印刷相關服務」都屬於「文化相關產品的生產」這一部分。與此同時，與印刷企業密切關聯的產業鏈環節，如「機製紙及紙板製造」、「油墨及類似產品製造」、「印刷專用設備製造」等，也被納入「文化相關產品的生產」這一類別中。大家請注意，對印刷行業來講，納入文化相關產業的範疇，不是縮小了而是擴大了，像「本冊印刷」、「裝訂及印刷相關服務」、「油墨及類似產品製造」等，都屬於新增的行業，「包裝裝潢及其他印刷」也覆蓋到全部業務。這意味著，印刷業與文化產業間的關聯性被進一步明確，印刷業在推動文化產業發展中的主力軍作用被進一步肯定。

文化產業統計指標體系不僅是一個統計工具，某種意義上也反映了文化產業政策的變化趨向。下一步，國家將在財政、稅收、金融、用地等多方面出台支持政策，推動重點文化產業的快速發展。中國印刷100強企業是行業中的大型企業、精英企業，應著力研究新形勢下產業政策導向的新特點，思考如何踏準文化產業大發展大繁榮的歷史節拍，在新時期走出新征程。

二、找準發展突破口 做好新時期的新命題

傳統印刷企業如何融入文化產業發展進程？如何嫁接文化創意元素？如何佈局文化生態？這一切都是新命題，也是需要印刷企業加緊步伐創新發展的方向。

1. 豐富印刷內涵 加快向現代服務型產業轉變

傳統印刷基本是來稿、來樣、來料加工的服務形式，這一服務業態使印刷企業陷入被動的生產模式，陷入同質化競爭的泥沼。印刷企業應盡快豐富服務內涵，積極創立信息技術、創意

設計和加工服務三位一體的現代印刷產業形態，加快從被動加工型產業，向主動服務型產業的轉變。

具體而言，印刷企業可以積極發展創意、設計前端服務，儲備差異化的競爭利器；可以積極與內容產業相結合，大力開發不同領域的內容資產數字資源庫；可以提供設計、採購、印刷、配送等一條龍服務項目，為客戶提供整體解決方案。需要強調的是，創意、設計是很多傳統印刷企業並未著力建設的業務環節，也是需要植入文化元素、形成業務突破點的環節。印刷企業最了解包括紙張、油墨等各種材料，最熟悉印刷工藝，最可能實現設計師的理想要求，因此建議印刷企業在創意設計上可多下些功夫。

2. 依靠科技進步 對接產業轉型期的發展需求

應用數字、網絡技術改造現有印刷業，促進印刷業現代化，既是當前時期印刷企業的歷史使命，也帶來新的發展機遇。印刷企業可以積極發展電子商務與網絡印刷，借助信息技術延伸業務觸角；也可以率先實施數碼印刷與印刷數字化工程，在滿足個性化需求、按需印刷的同時，開闢新的業務領域。需要注意的是，新的產業生態常常會借助新的技術手段衍生與發展，需要印刷企業潛心摸索、大力開拓。

3. 多方利用資源 在多元發展中獲得生機

在文化產業加速發展的新形勢下，印刷企業既可服務下游，也可在重點文化產業中尋找商機，直接進軍出版發行、文化創意、數字內容等產業；既可在現有基礎上轉型升級，加強技術創新、數字化拓展，也可直接搶佔終端市場，自主生產產品，打造文化品牌；既可從現有業務入手，做出差異特色，也可打造數字化、文化產業園區等虛擬或者實體平台，創造新業務生態；既可充分發掘國內文化市場潛力，也可瞄

準時機進軍國際文化市場。

總之，可借鑒的業務模式、可走通的路很多，但需要印刷企業認真盤整自己的資源，物盡其用、取長補短，走出適合自己的發展道路。同時，建議印刷企業眼光向外，目前中央和地方政府通過文化產業發展專項資金、投資基金、稅收等優惠政策，對轉企改制和其他符合條件的文化企業給予支持。對印刷企業來說，主動了解、積極爭取這些政策，也會為行業的轉型發展提供強力支持。

三、積極引導，規範管理 助力印刷業轉型升級

作為文化產業、新聞出版產業發展的主力軍，按照印刷業「十二五」規劃的總體目標，到「十二五」期末，中國印刷業總產值預計超過11,000億元，從印刷大國向印刷強國的轉變取得重大進展，爭取在新聞出版業中提前實現強國目標。為了保障「十二五」規劃的順利實施，加快印刷業升級的步伐，未來一段時間，總署將協調有關部門，在以下幾個方面做好印刷管理和產業發展工作。

1. 推動綠色印刷

綠色印刷既是推動產業升級的手段，也成為產業結構調整的重要切入點。2011年10月17日，國務院印發了《關於加強環境保護重點工作的意見》（國發[2011]35號），對新時期環境保護工作進行了部署，其中強調指出，「鼓勵使用環境標誌、環保認證和綠色印刷產品」。2011年12月16日，國務院辦公廳印發了《關於加強環境保護重點工作部門分工的通知》（國辦函[2011]158號），國家質檢總局、工業和信息化部、財政部、環境保護部、新聞出版總署等部門具體承擔此項工作。這是國家對綠色印刷工作的高度重視和肯定，也是行業大力推進綠色印刷實施的重要依據。

今年是貫徹國務院工作要求、具體落實任務的第一年，印刷行業要按照新聞出版總署、環境保護部《關於實施綠色印刷的公告》的部署和安排，有計劃、有步驟地推進綠色印刷。一是新聞出版總署、教育部、環境保護部在5月聯合印發了《關於中小學教科書實施綠色印刷的通知》，綠色印刷在新聞出版工作中進入了具體實施環節，目標是今年秋季採用綠色印刷的中小學教科書數量，應佔總量的30%；再經過一至兩年，基本實現中小學教科書綠色印刷全面覆蓋。二是獲得綠色認證的企業數量逐步提升。至8月底，全國已有130多家印刷企業獲得認證。

今年，總署還將配合環境保護部，出台商業票據綠色印刷標準，爭取在商業票據綠色印刷實施工作方面有較大進展；計劃出版凹版及其他印刷方式的綠色印刷標準，逐步擴大綠色印刷領域和品種。另外，由於使用環保材料、改造印刷設備，企業成本上漲，這給利潤本來就很低的印刷企業帶來了一定壓力，總署正與有關部門積極協調，爭取中央財政對印刷綠色中小學教科書給予一定的優惠補貼，包括教材價格的適度上調。期望到「十二五」期末，基本建立綠色環保印刷體系，力爭綠色印刷企業數量佔中國印刷企業總數的30%。

2. 培育示範企業

2011年12月7日，新聞出版總署發佈了《國家印刷複製示範企業管理辦法》，力圖通過對示範企業的評選，更好地發揮示範企業在轉變發展方式、調整產業結構、提升行業素質等方面的引導和輻射作用。《辦法》從合法經營、規模效益、技術裝備、創新研發、管理體系、綠色環保、人才隊伍、地方扶持八個方面，規定了申請國家印刷複製示範企業必須具備的條件。總署的想法是，將印刷企業分隔成幾個層次，首先劃出規模以上企業，目前有2,400多家，在

此基礎上，評選國家級的印刷示範企業。今年7月，第一批25家企業通過了考核和終審，並在新聞出版總署門戶網站上進行公示。通過公示的企業將被認為第一批「國家印刷複製示範企業」。

按照《辦法》的規劃目標，到「十二五」期末，將在全國範圍內建立100家左右「國家印刷複製示範企業」，希望這些企業真正發揮示範和領軍作用，國家也會在相關政策方面對示範企業給予支持。如示範企業可以享受國家文化產業發展專項資金支持；從事出版物印刷和其他印刷的三資企業，在中方比例或者權益不低於30%的情況下，外方可以控股或者佔主導地位；在接受委託印刷境外的產品時，在保證文化安全的基礎上，可以適當簡化審批程序；以及在中國出版政府獎（印刷複製獎）評獎、進口設備等方面享受政策扶持。歡迎已經具備條件的印刷企業積極申請示範企業資質，也希望大家目標高遠，再接再厲，把自己錘煉成行業中既優且強的標杆企業。

3. 推廣數字化技術

推廣數字化技術將以數碼印刷、數字化工作流程、CTP和數字化管理系統為重點。2011年，全國有數碼印刷企業799家，生產型數碼印刷機裝機數量達2,145台，數碼印刷總產值近40億元。數碼印刷在中國起步較晚，前期發展速度較慢，近年才有一點起色。計劃到「十二五」期末，爭取數碼印刷產值佔中國印刷總產值的比重超過20%。

在數字化技術的推進工作中，總署啟動了項目帶動戰略。項目帶動戰略是「十二五」時期推動印刷產業發展的重點戰略之一，即以項目建設帶動印刷產業整體發展，加快印刷技術的創新升級。新聞出版總署已經在國家發改委成功申報了印刷產業專項項目，包括「數碼印刷與印刷數字化」和「綠色環保印刷體系建設」兩大工程，

第一批十大項目的5,420萬元資金，已從中央預算內投資的結構性調整資金中專項撥付，其後項目也在陸續申報、審理過程中。

推動印刷產業轉型升級和技術改造，主要依託於印刷裝備方面的技術研發和改造，兩大工程主要側重於噴墨數碼印刷設備和綠色環保印刷設備，以及相關材料的研發。數碼印刷和印刷數字化工程，旨在實現當今世界最先進的噴墨數碼印刷技術並使之產業化，同時對傳統印刷產業進行數字化技術改造，以加快中國印刷產業結構調整和轉型升級步伐。綠色環保印刷體系建設工程，旨在落實國務院關於節能減排的工作部署，通過研發中國自主知識產權的綠色環保印刷設備、技術、工藝和原材料，加快推進印刷企業的環保生產，推動整個印刷產業實現節能減排。希望大家把好的印刷項目報上來，總署將繼續積極協調國家有關部門，認真履行有關評審程序後給予扶持。

4. 加強人才隊伍建設

今年上半年，2012年第三屆全國印刷行業職業技能大賽一直在緊鑼密鼓地進行。目前，學生組決賽已經結束，並通過兩輪選拔，選出十名選手集訓一年，準備參加明年的第42屆世界技能大賽。職工組三個工種的決賽也已於最近全部結束，總結表彰工作於第四季度進行。

人才是產業素質提升的關鍵、轉型升級的重要保障。行業要加大人才培養力度，大力實施人才工程，加強對各種人才的系統化專業培訓；要發揮高等院校、科研機構在印刷專業人才培養中的重要作用，建立產學研相結合的人才培養機制；要繼續加強職業技能培訓，推行職業技能鑒定，繼續組織好印刷職業技能大賽；建立印刷行業資格認證體系，完善准入條件和制度，逐步提高從業人員素質。



中國印刷技術協會 副理事長兼秘書長 曲德森先生

印 刷經理人年會已經走過第十個年頭，在它的見證下，過去的十年，中國印刷業已經交出了一份亮麗的答卷：2002年中國印刷業總產值僅為1,708億元（人民幣，下同），2011年上升至8,600多億元。近三年公佈的《新聞出版產業分析報告》顯示，印刷複製業一直是新聞出版行業的支柱型產業，佔全行業總產出的半壁江山。同時，中國印刷業的集約化程度大幅提升，中國印刷企業數量從十年前的16萬多家，降至今天的十萬多家。2011年，2,400多家規模印刷企業創造了中國印刷業一半的產值。

把目光匯集到今年的中國印刷企業100強排行榜，與去年相比，上榜門檻和各項指標總計數字都有所提升：百強新門檻3.51億元，百強銷售收入總計790.61億元，創歷史新高。

在這樣的時刻，大家會聚一堂，分享百強企業及整個中國印刷業的十年成長、十年發展。同時，以「文化創新時代的成長策略」為主題，共同探討在多種力量推動文化產業加速發展的今天，印刷業該如何把握機遇、借力發展，具有極其迫切的現實意義。

2000年，中央文獻中首次使用了「文化產業」這一概念。十餘年來，從中央到地方、從產業

界到學術界，對必須進一步釋放中國文化生產力、加快文化體制改革步伐和文化產業發展，已逐漸達成共識。2009年，國務院發佈《文化產業振興規劃》；2010年，中央提出推動文化產業成為國民經濟支柱性產業；2011年，中央再次明確「到2020年，將文化產業發展成為國民經濟支柱性產業」的奮鬥目標。此外，新聞出版總署發佈《新聞出版業「十二五」時期發展規劃》，提出「十二五」時期，新聞出版產業增長速度達到19.2%，到「十二五」期末，實現全行業總產出29,400億元，實現增加值8,440億元。這一系列方針政策都足以體現國家對文化產業發展的重視。

文化產業作為資源消耗少、環境污染少、附加價值高、發展潛力大的「綠色產業」，相對於傳統產業具有較強的拉動性和「溢出效應」，是當今世界公認的「朝陽產業」。在國家和地方文化產業發展優惠政策的推動下，中國文化產業已經連續多年增速高於國民經濟增長，成為新的經濟增長點。

文化產業快速發展帶來的巨大空間，已經吸引一部分印刷企業開始了創意探索與文化轉型之路。當傳統印品被植入文化創意的元素，當老舊的印刷廠房變身為文化創意產業園區，當高新技術的發展進一步提升傳統文化產業，並帶

動產業鏈的重組與升級。可以看到，長期以來為他人作嫁衣的印刷行業，正在憑藉文化、創意、科技的力量改變舊有的增長方式，或融合文化資源，或立足培育品牌，或謀劃實施文化產業項目，全面提升整個行業的核心競爭力。

然而，大家需要清楚知道，從總體上看，大部分印刷企業的自主創新能力不強，產品低端重複；產業結構不夠合理，致使惡性循環影響行業發展後勁；面對數字傳媒的衝擊，紙質出版物印刷品市場需求正在萎縮；行業人才層次偏

低、管理粗放等等。在文化產業繁榮發展的時代背景之下，印刷業積極轉變發展方式、增強內生動力、優化產業環境，既是國家文化產業「十二五」時期發展的總體要求，也是印刷業自身發展的客觀需要。

如今，站在轉型跨越的新起點，期待借印刷經理人年會這一平台，與大家一起探討，如何把握這一重要戰略機遇期，用創意拉動效益，用文化驅動轉型，共同創造屬於印刷業的黃金時代！



湖北省新聞出版局 黨組書記、局長 張良成先生

湖北地處祖國中部、長江中游，總面積18.59萬平方公里，總人口6,000餘萬，素有「九省通衢」、「千湖之省」、「魚米之鄉」的美譽。2011年，全省完成生產總值19,594億元，經濟總量在全國上升至第十位。

與之相同步，湖北印刷行業搶抓東部沿海產業轉移的歷史機遇，奮發進取，開拓創新，印刷業的發展環境越來越好，市場主體越來越強，行業結構越來越優，產業規模越來越大。據統計，全省印刷工業總產值已從2005年的91億元，躍升到2011年的212億元，佔全省文化產

業總產值三分之一以上；襄陽印刷工業園、咸寧印刷城、仙桃東莞印刷產業園等一批印刷產業基地不斷發展壯大，武漢虹之彩、瑪麗紙品、紅金龍印務、波爾亞太、雅都包裝、金三峽等一批企業躋身全國先進行列，湧現出胡家元、張保國、袁國雄、嚴磊、尹業新、陳邦傳等一批全國知名的企業家，為建設文化強省發揮了重要的作用。

風正海闊好揚帆，百尺竿頭再出征。當前，在世界金融危機導致國際國內經濟格局深刻調整的背景下，湖北已成為擴大內需的前沿，迎來

了科學發展、跨越式發展的「黃金十年」。中央、國務院對湖北發展寄予厚望，要求湖北加快構建促進中部地區崛起重要戰略支點，把武漢建設成為國家中心城市，在促進中部地區崛起中發揮更大作用。全省上下正按照省第十次黨代會部署，深入實施「一元多層次」戰略體系，同時攜手湖南、江西兩省共同推進長江中游城

市集群建設，打造新的增長極。希望全國印刷界搶抓湖北發展機遇，在輸送投資的同時，為湖北印刷業帶來開闊的國際視野、先進的市場理念、卓越的企業文化和靈活的體制機制。湖北省新聞出版局將以此年會為契機，努力為大家營造一流的發展環境，共創印刷行業美好未來！



北京頂佳創世紀 投資有限公司總經理 姚松先生

回顧印刷經理人年會歷屆的主題，十年前，2002年的主題就是印刷業與時俱進的活力與創新。從十年前剛進入印刷行業，到今天年會的主題還是和創新有關，這麼多年大家仍然圍繞創新和轉型升級，說明在激烈變革的時代，只有「變」是不變的事情。大家都很關心，未來的印刷廠究竟會是什麼樣？對每個人的影響是什麼？這些問題越來越變成長期化的問題，甚至有些撲朔迷離。

只有創新才能突圍

在需求方面，大家都能看到電子化閱讀的衝擊，包括多媒體的運用，令紙製品的需求越來越遞增乏力，甚至局部領域會下降；小批量、多媒體的趨勢，也會導致傳統生產管理的難度越來越高。在供給方面，設備性能顯著提高，產業

門檻降低，印刷行業產能過剩，供大於求，競爭日益變得殘酷。在人力資源方面，勞動力普遍缺乏，行業勞動強度過大，行業吸引力過低，用工越來越難，用工成本反而越來越高。部分印刷企業可能最近在接單問題上都有困難，這都是可以想像的。同時，在技術應用領域、商業模式領域，新技術、新工藝、新設備、新模式不斷的湧現，讓企業目不暇接，難以判斷。在這樣的環境下，很多變化是市場發展和科技進步的必然結果，還有些變化是生產關係相對滯後於生產水平的必然結果。

經濟的宏觀面並不明朗，行業的微觀面也不樂觀。頭上是玻璃天花板，眼前是陣陣迷霧，活在當下，作為企業家只能面對這一切。大家該怎麼辦？

高效低耗是創新大方向

在當今時代，拒絕推陳出新的企業早晚要被淘汰。如果一個企業做到某種程度失去創新慾望，沒有更遠的願景，只是徘徊在今年利潤多少、明年利潤多少的問題上，這是很悲哀和索然無味的事情。

過去，我們用已知方法解決已知問題，往往單純增加生產要素擴大生產規模，用更多設備、更多員工去生產更多產品，獲取更多財富，這是常規之路。但隨著局面的變化，粗放型的生產肯定會走到盡頭。如今，我們要把握的是變化，發現新機遇，制定出新方法；通過改善生產要素質量，優化要素組成機構，提高勞動生產率；用較小的資源消耗，生產數量更多、附加值更高的產品，從而提高資源利用率，這是創新的大方向。

靈活多變 敢為人先 積極創新

說到創新，很多企業都有不同的觀點，更多的是誤解。首先，我認為創新並不高深莫測，創新不是大企業的專利，創新經濟鼓勵的本身就不是統一性，而是多元化和創造力，中小企業才是创新的主力軍。作為中小企業，要有二次創業的激情，需要敢為人先，積極創新的精神；需要為社會、為個人創造財富的慾望，最終要達到創想的目的。

同時，創新也不是高消費，並不代表高投入和專業化。我們要有低成本的創新，讓員工享受創新的樂趣，比如在流程上的創新，通過技術庫的運用，實現技術創新。

第三，創新本來就不是墨守成規，而是敢為人先的突破，是在常規中標新立異，實現質變的過程。這一點上，需要有突破性思維。

創新需要多方配合

創新需要環境，首先是自身企業負責人要有開放的胸懷，社會要有開放的氛圍，因為創新不僅僅源自於科學技術，更多源於心理和文化。他山之石可以攻玉，何況他山之石有些情況本來就是玉，本來就應該拿來主義，消化吸收、博採眾長，最終為我所用。

創新需要有實體企業、金融機構、教育培訓機構包括監督管理單位，組成創新的生態系統，形成有利於企業創新和蓬勃發展的氣候。在這種良好的氛圍中，有創新設想的企業，創業者能夠找到投資者乃至合作夥伴，建構成創業公司，從微不足道逐漸成熟起來。我們更注重建設有利於創新的環境，例如創新工場的孵化器，針對創新的創業者提供一部分資金、商業市場、技術研發人力、法律培訓等服務，幫助創業型公司順利啟動，快速成長，而不僅僅圍繞具體的創新。

創新涉及到管理技術、文化等許多方面，因此要做好戰略創新和戰術創新的結合，打好組合拳，完成總體戰略，進而實現自己的彎道超越。具體而言，通過創新轉型升級的通道有很多種，我們也在長期關注各種創新模式，大體分為以下幾種：

1. 為客戶著想，和客戶融合在一起，實現按需印刷的目標，最終變身為信息傳播服務器。
2. 利用網絡技術，合版印刷，實現商務模式的突破。
3. 圍繞數字資產的管理，利用新技術實現突破。
4. 品牌化經營。
5. 發揮地區差異優勢，到中西部甚至國外地區擴大規模，轉換經營地帶的創新。
6. 形成產業化集成的生態系統，改變小而全大而全局面，全方位提高印刷企業生存發展機力，提供「1+1>2」的可能性。
7. 利用自身優勢向上游或下游整合，形成服務一體化的產業鏈。例如在物流便利地區，企業利用足夠大的面積，向客戶提供完備的倉儲物流服務，從商品印刷領域進入商品物流領域，能為企業帶來更強的生命力。

總結

中國印刷業的發展最終會告別粗放發展的模式，一方面將工業基地和園區作為轉型升級的重要載體，同時技術創新，實現工業化和信息化的深度融合，從而使印刷產業佈局向集約高效、協調優化方向轉變，提高印刷業服務體系。以前我們認為印刷是加工屬性，到現在它的服務

屬性越來越強，最終會由於信息化工業化高度融合，使企業真正進入市場佈局，而不僅僅是簡單拼生產規模，拼生產質量。越來越多同業會發現，自己變成非印刷的印刷企業，優勢整合的方法是很多企業前進的方向。我認為，未來一片光明，當企業面對各種變革，如果你無法改變，那麼只能主動適應它，在它中間尋找變革和融合，尋找鳳凰涅槃的機會，中間不一定會順利，但一定要抱有希望，堅持下去。

2012 全國印刷經理人年會精彩語錄

今天是一個變革的時代，印刷行業也面臨著諸多挑戰，變革時代需要「領袖」與「新銳」，以非凡的智慧、卓越的眼光、自強的精神，不懈的進取，重塑行業風貌，推動行業奮勇前行。

中國印刷科學技術研究所所長 陳彥

印刷複製業是新聞出版行業的重要組成部分，佔據全行業總產出的半壁江山。近兩三年來，國家陸續出台相關政策扶持文化產業發展，印刷行業必將趁著「文化」東風，全面提升競爭力，走出一條轉型升級的創新發展之路。我們對中國印刷行業的發展充滿信心！

中國國新控股有限責任公司副總經理 莫德旺

所有創新的企業，他們力求突破的方向，他們新商業模式的著力點，反而不是在印刷這個環節之上，起碼不再大力發展印刷。

印刷技術雜誌社總編、
《印刷經理人》主編 王麗杰

發掘客戶需求、滿足客戶需求，是印刷企業經營發展中要解決的最核心問題之一。宏觀經濟環境變幻莫測、數字化浪潮滾滾來襲、產業轉型升級暗潮湧動……世界在變，客戶需求也不會一成不變。

湖北省新聞出版局印刷處處長 鄧世清

我們不能為了做印刷而做印刷，需要了解客戶關注什麼，而且必須從包裝設計、研發等方面都融入這種思想。在一個以創新作為主流的時代，我們什麼都可以想，什麼都可以做。

上海金匯通創意設計發展股份有限公司
總經理 張久芝

傳統印刷是被動的來料加工，而現代印刷應該大力發展創意印刷。本公司一直致力於創意印刷，實現跨界服務，不斷提升技術的靈活性，實現了從傳統向數字化的轉型升級。多年來，本公司有四點發展體會：核心技術一定要自己掌握；產學研用，互動結合；建立職業化、創新化的技術團隊；爭取政府部門的政策扶持。

上海四維文化傳媒股份有限公司
副總經理 盛盧慶

如果在五年前，我可能還會認為設計、創新應該放在印刷行業最主要的位置，但是未來煙草行業會發生很大的變化，很多卷煙產品將進行整合，單一產品的產量不斷增大。所以對於煙包印刷企業來說，產能才是最高要求。

上海煙草（集團）有限責任公司
副總經濟師 俞志康

我們企業成功的經驗有很多。如將設計引入加工貿易服務的範疇；把上下游有關企業的資源結合起來；採用適合印刷行業的精細化管理模式；將信息技術資源集合起來，實現二次創新；做自己最熟悉的業務，而不盲目拓展業務；定位於印刷業的科技服務公司；主動向國內外專家學者學習，「被動」向客戶學習；把客戶的需求作為企業成功的最大推動力。

浙江華人數碼印刷有限公司董事長 徐衛健

數字化是一把鋸刀，可以挫平數碼與傳統的邊界，形成更多元的路徑；如今的印刷業是碎片化的，如何將這些碎片拼接，考驗每個印刷人的水平；時間可以解決我們的每個問題，發展可以解決我們的很多矛盾，在運動中的企業才會健康發展。

鳳凰出版傳媒集團副總經理 黎雪

數字時代，紙質書能夠存活多久，不僅是印刷業需要考慮的問題，也是出版社需要考慮的問題。從我了解國外的情況來看，西方國家數字技術的發展比我們成熟，但他們的紙質書受到數字技術的衝擊並不大。我相信，紙質圖書和數字閱讀在相當長的一段時間內會相互並存。

長江文藝出版社社長 劉學明

積極探索和打造廣州包裝印刷文化創意產業園，促進廣印集團加快延伸並融入現代服務業創新發展；集創意、設計、策劃、推廣、包裝印刷五位一體，充分發掘現有包裝印刷資源的潛力，實現產業鏈的縱橫向延伸；依託創意設計切入包裝印刷的上游領域，以新創意、新設計、新商品帶動主業方向的轉型。產業創意化究竟將創造出什麼樣的新模式？沒有標準，沒有答案，只有實踐。

**廣州包裝印刷集團有限責任公司
黨委副書記、總經理 牛小明**

隨著中國富裕化程度的不斷提升，高端啤酒品牌將持續發展，未來啤酒的產能也將獲得快速增長，對包裝供應商的要求也越來越高。因此，包裝供應商的產品需要具有環保屬性，有一定的競爭力 and 價格優勢，生產質量要保持穩定，有創新性。

百威英博亞太區高級採購經理 劉青

三個啟示性關鍵詞：定位、平台、機制。如何解決學校與社會脫節的問題？學校要培養有社會責任感的人才，注重開放式、國際化的教育培養模式，注重學生的個性化培養；學生需要具有良好的綜合素質和創新的意識；企業也需要具有創新精神的領軍人物，並為學生提供發展願景，用事業留人。

武漢大學印刷與包裝系系主任 萬曉霞

每一個行業都有困境，海德堡面臨的現狀並不是因為數碼印刷，而是2008年的國際金融危機至今未消失。海德堡未來的競爭對手依然是傳統印刷，數碼的勢頭猛勁是因為行業需要膠印與數碼的組合。

海德堡中國有限公司首席執行官 蔡連成

為什麼近幾年來我們覺得生意難做了呢？是因為我們思維定式的問題。我們不能用十幾年前的方法來賺錢，需要創新思路，扔掉包袱，重拾信心。目前，印刷從業人員教育程度低是行業面臨的最大挑戰，這直接導致行業創新乏力，因此印刷人的成長空間還有很多。

**海德堡中國有限公司
單張紙膠印解決方案總監 夏靖**

如何有效實施、創新企業的管理體制？營造以人為本的競爭機制，組織協作的運行系統，以流程優化為基礎，以供應鏈為核心，以客戶關係為支撐。印刷品買家們如何挑選他們的產品？價格，已經不能再便宜了。印刷企業應該通過「管理」營利，把50%的效益最大化。

**富士膠片（中國）印藝產品事業本部
中國區營業副總監 余文成**

■ 年會的「海德堡東湖論壇」環節上，嘉賓圍繞行業的思維創新與服務創新話題展開討論。

我們公司的創新發展軌跡，可概括為企業自主研發設備、整合上游產業鏈、科學管理控制成本、產品創新設計、多維度營銷渠道等幾方面的實踐。

大楓紙業集團股份有限公司副總經理 楊敏剛

高附加值印刷、特種印刷、專業領域印刷、合版印刷、數碼印刷、按需印刷將成為印刷業的發展方向。所謂按需膠印，是由自動化、標準化、革新化融合而成的新的解決方案，結合了膠印與按需的特點，從而更好地應對了極小批量和交貨期短的印刷需求。

上海亞菲印刷機械有限公司總經理 劉震

現在產業鏈的生產模式會影響出版和印刷行業發展。對產業鏈改造後，讀者可以通過書店或網上書店直接訂購圖書，從而真正實現一本起印，沒有庫存的按需印刷。

奧西中國生產型打印系統事業部總監 宋春階



2012 中國印刷企業百強 門檻升至 3.5 億元

■ 中國印刷技術協會于永湛理事長（右二）、湖北省新聞出版局長張良成局長（左一）、中國國新控股有限責任公司莫德旺副總經理（右一），為2012中國印刷企業百強前三甲代表頒獎。

今年是「中國印刷企業100強」排行榜十周年。經過十年的演變歷程，今年百強榜的銷售收入跨進3.5億元門檻；其中，年銷售收入在20億元以上的企業有七家，在10億至20億元的有13家，10億元以下的有80家。當納利（中國）投資有限公司、鶴山雅圖仕印刷有限公司和上海紫江企業集團股份有限公司，位居百強前三甲，年銷售收入均超過25億元。

十年間，中國印刷企業百強門檻從0.93億元一路攀升至3.5億元；百強榜首從首屆的八億多元飆至今年的35億元，百強總體規模由200多億元擴展到800億元。十年間，中國印刷工業總產值從1,708億元增長至8,600多億元，已進入一個變革時代，印刷行業面臨著更多挑戰，在變革時代的印刷人更要以非凡的智慧、卓越的眼光、自強的精神，推動行業奮勇前行。■



■ 香港印刷業商會楊金溪會長（左二）擔任百強企業頒獎嘉賓。

UPM Finesse Classic Matt, 90 gsm