商會成功主辦
大中華區印刷業研討會
重重挑戰之中，共圓印刷中國夢

香港印刷業商會主辦的「大中華區印刷業研討會」於2014年11月10日假香港JW萬豪酒店舉行，得到兩岸四地印刷行業政府主管部門和協會領導合共近百位嘉賓的大力支持。會議由商會楊國強副會長主持，主講嘉賓先後就這次研討會的主題「重重挑戰之中，共圓印刷中國夢」發表演講，互相交流，共圓印刷中國夢大計，氣氛熱烈。

▲（左起）香港印刷業商會楊金溪永遠榮譽會長、廣東省新聞出版廣電局黃玲巡視員、香港印刷業商會趙國柱會長，以及擔任主持的楊國強副會長。

▼近百位來自大陸、香港、台灣及澳門的印刷行業政府主管部門和協會領導出席這次大中華區印刷業研討會。

■商會理監事作為香港區代表參與研討會。

■中場休息的茶點時間，與會嘉賓互相交流。

抓住機遇　共迎挑戰

廣東省新聞出版廣電局黃玲巡視員

黃玲巡視員表示，廣東省新聞出版廣電局作為印刷行業主管部門，近年一直致力推動行業轉型升級，並於推動綠色印刷建設、印刷標準化建設及產品質量體系建設等方面，都取得了新進展，科技創新、管理創新水平亦穩步提高。廣東省印刷業整體規模繼續位居全國各省前列，保持印刷大省、強省的地位。

截止2014年10月，全省有印刷企業20,296家，年產值5,000萬（人民幣，下同）以上規模的企業有601家，佔全國20%；年產值在10億以上企業，全國共有25家，廣東省有11家，佔全國的44%。預計2014年全省印刷工業總產值1,900億元，較去年增長90億元。2013年全省印刷業納稅77億元，利潤135億元，對外加工額達500多億元，對外加工額佔全國56%。十二五期間，廣東省印刷業生產總值、規模都邁上了一個新台階，為行業繼續領跑全國奠定一個良好基礎。與此同時，全省印刷業也面臨很多的問題和困難，正如這次研討會主題所描述的「重重挑戰之中，共圓印刷中國夢」。有見出席這次研討會的行業專家可以分享更多解決方法，因此黃玲巡視員這次按照自己的理解與大家探討一下與這次研討會主題相關的話題。

現在盛行的「雙十一」（即每年的11月11日）是一個完全顛覆了傳統的行銷模式、創造電子商業奇跡的日子。2012年第一個「雙十一」當天，電子商務「巨頭」阿里巴巴的銷售額達191億元，2013年達350億元，2014年超過500億元。談及這個話題，與印刷業有何關係？據統計，2013年「雙十一」當天，平均每一分鐘產生9.8萬個包裹，試想想，這9.8萬個包裹需要多少個包裝盒，多少張訂單？印企承印了多少個？身處互聯網時代，需要用互聯網思維去思考問題，印刷作為有上千年歷史的傳統行業，行業定位在哪裡？需要思考什麼？如何去實現？

一、轉變思維觀念，打破思維定式，打破行為慣性

互聯網時代，傳統企業遇到最大挑戰就是基於互聯網的顛覆性挑戰。為了應對這種挑戰，傳統企業首先要改變思維觀念和商業理念。現在大眾都認為互聯網思維應該成為最根本的一種商業思維。在互聯網、大資料、雲計算等科技不斷發展的背景下，關鍵在於對企業的產品、使用者、市場、價格鏈乃至整個商業的生態等方面，都需要進行重新的審視和思考。有人認為互聯網思維應該作為一切商業思維的起點，利用互聯網思維改造傳統企業，將傳統企業供應鏈的優勢結合互聯網信息傳播、信息整合、使用者個性化需求等，發展印刷業。

在互聯網時代，利用互聯網思維改造傳統的印刷企業。

二、轉變生產經營方式，提升企業競爭力

提升企業競爭力需充分發揮網絡印刷的獨特性，轉變企業生產及經營模式。大多數傳統印刷企業的定位是加工企業，企業沒有屬於自己的產品，只局限於接單、加工、交貨的循環過程之中。實際上，企業若想轉型升級，就應該開發企業的品牌與產品。目前已有部分印企意識到創意設計的重要性，重新調整思路，將企業定位在整個產業鏈上游，而不僅是處於傳統模式下產業鏈的後端。廣東省已有很多印企著手創意工作，不再局限於做加工；在做設計，而不再只是複製；做出自有的品牌，並不是只做OEM。有些企業甚至從產品製作轉到構建自己的平台。也許要求傳統企業構建企業平台是比較困難的，但是可以跨界整合，利用現有網絡平台來搭建，並交由專業的電子商務人員操作，通過這種整合將印刷企業資源綁定在網絡資源周邊，提升企業服務質量，通過創新的生產經營模式，提升企業競爭力。

三、改變管理模式，簡政放權，助企業轉型升級

互聯網思維的核心是客戶思維，從客戶角度出發製造產品及行銷，本質就要客戶第一。客戶希望用最便宜的價格，得到好的服務及質量，因此印刷企業需要精細化管理方式。當市場需求發生改變，企業需要順應市場做出變化，而作為印刷行業的主管部門，因為企業改變了經營模式，管理部門也應當順勢改變管理模式。現在廣東省新聞出版廣電局正就此進行研究，印刷已進入網絡時代，管理部門更不能只停留在紙質的批文管理。互聯網思維、社會網絡化倒逼著管理部門作出改變，目前從中央到地方，首先簡政放權，降低門檻。廣東省正在全面深化行政體制改革，給予企業更多自主權。在互聯網時代，印刷業共圓印刷的中國夢。雖然在追夢的道路上會困難重重，但是仍有信心、能力一起去應對、戰勝。廣東印刷業充滿希望，因為廣東是中國改革開放先行地、排頭兵，廣東的印刷企業今後必定會是勇於改變、擁抱未來的成功者，且會繼續領跑中國的印刷業。讓大家共同努力，將印刷這個印刻著中國文明的技術再創新的輝煌。■

註：黃玲巡視員的演講內容根據研討會演講錄音整理。

緊握機遇　共圓印刷中國夢

香港印刷業商會楊金溪永遠榮譽會長

近年，很多同業認為印刷業已經進入冰冷的「寒冬」。談及印刷業的可持續發展，楊金溪永遠榮譽會長指出，綠色、創意、標準化是印刷業突破重圍的三把「利劍」，現時企業轉型的模式和方向尚未定型，企業要保證資金鏈不斷裂，保證正常資本運作，才能迎來美好的春天。他又表示，一個行業的發展，離不開世界經濟大環境，而經濟發展又會受到政治局勢影響；雖然自己不是一個專業的政治家，但也想分享一下個人對當前世界局勢，以及中國發展機遇的一些看法。

一、世界格局大變動，中國機遇處處

當前國際局勢正處於大變動、大調整之中，國際政治經濟舊格局正在逐漸瓦解，現在正呈現多中心化的趨勢。在這個趨勢下，各國充滿了機遇和挑戰。從2008年全球金融危機爆發後，全球經濟沒有像預期般快速復甦，至今仍然在這危機的餘波中震動，幾個世界大國的經濟仍不穩定，經濟增長動力不足。面對如此局面，美國從最初使用斯文的手段，發展到現在不惜眾叛親離，以粗暴的手段來試圖恢復其經濟的發展。

以往美國穩居世界老大的地位，近年因受到經濟危機的影響，世界霸主地位受到削弱。過去，歐盟基於美國的強大，與其締結為盟友關係，並唯命是從。隨著美國力量的削弱，以及其故弄玄虛、利用金融手段製造經濟泡沫等被識破，雖然聯盟表面上依然鞏固，但是背地裡卻「同床異夢」。歐元的產生使得美元受到威脅，倘若美元作為國際貨幣的地位被削弱，美國便難以用匯率波動為手段來控制別國經濟的發展。因此，美國以各種方法使歐元的匯率短期內大幅度波動，導致歐洲經濟發展混亂。歐洲為了迅速恢復經濟，紛紛提出「向東看」的策略。歐美這一變化，充分顯示了國與國之間沒有永遠的朋友，只有永遠的利益。

在亞洲，隨著中國及新興國家的崛起，亞太地區將是未來世界經濟增長的中心，「向東看」已經成為各國尋求經濟發展的重要戰略，包括歐盟的眾多西方國家希望通過發展與亞洲國家的關係，振興本國經濟，走出金融危機的陰影。

崛起的中國讓美國倍感威脅，中國的發展速度及發展的全面性遠遠超出了美國當初對中國的預期，因此，美國提出重返亞洲，把外交的戰略重心轉移到亞洲，推出所謂的「再平衡」戰略，想以此壓制中國的發展。在「再平衡」的框架下，美國肆意地介入亞洲的事務，通過挑起亞洲國家與中國的矛盾，製造地區局勢緊張，分散中國發展經濟的集中力度，意圖阻礙中國的崛起。

在南海，美國通過教唆菲律賓、越南、馬來西亞等國家，使他們挑起與中國的爭端。對於向來與中國關係良好的泰國，美國則在其內部挑起顏色革命，致使其國內大亂，以此破壞中國與泰國的友好關係，但事與願違，這反而使泰國與中國的關係更為緊密。另外，挑起地區的局勢緊張有利於美國從日本、韓國兩個資本積累已久的國家手中奪取金錢，通過向日韓銷售軍事武器來帶動自身經濟的發展，坐收漁翁之利。

美國不懷好意地提出重返亞洲，歐洲則友好地提出「向東看」，全世界目光都投向這塊東方的大陸，說明亞洲正在迎來一個重要的發展機遇期。儘管中國一直提倡和平崛起，但周邊國家在美國的唆使下，對日漸強大的中國感到擔憂，產生想得到美國保護的心態也是可以理解的。因為在充分衡量與世界各國的關係後，與中國維持友好合作的關係無疑是最佳選擇，所以，美國重返亞洲的戰略最終必定會失敗。

在早前美國的選舉中，民主黨的選票遠落後於共和黨就表明其國內的民眾對民主黨重返亞洲戰略並不認同，認為這會使美國錯失許多與中國共同發展的機會。緊隨其後，日本也充分意識到當前中國發展的勢頭，承認四點共識。因此，在全球大環境下，中國目前的政治勢頭是非常好的，作為一個崛起中的大國，中國具有獨特的優勢。隨著中國外交蓬勃興旺，印刷業應該跟著政府走出去，在政府的支持下，尋找更多的新機會。

二、印刷轉型期，找準方向，「穩」字當頭

現時，很多同行認為印刷行業當前的經濟態勢很差。原因大概有兩點，第一，全球經濟自

2008年金融危機後尚未真正復甦，各國都在努力面對金融危機後遺症的諸多嚴峻挑戰。國際貨幣基金組織最新發表的《世界經濟展望》報告，把2014年全球經濟增長率預測從7月份的3.4%下調到3.3%。全球經濟仍面臨重大挑戰，復甦仍然十分緩慢。第二，目前印刷行業的發展存在著前期的過度投資，導致產能過剩的問題。早年，經濟明朗時，大家一擁而上，紛紛進入印刷業使得市場達到飽和狀態。近年，隨著經濟增長放緩，加上數碼化技術和網絡技術的衝擊，使印刷行業產能過剩的問題更加突出，很多經受不住經濟低迷期種種挑戰的印企紛紛選擇退出市場。

中國的印刷企業共有10.5萬家，普遍以中小企業為主，行業的整體質素參差不齊，落後的小作坊企業比比皆是。這類小作坊本身的競爭能力較差，為了生存不惜以低於成本的工價搶得訂單，使行業陷入削價競爭的惡性循環中。同時這些企業沒有能力投入更多的資金進行技術及設備的升級，使中國印刷業的整體競爭力難以提升。要改變這一局面，行業必須在總體發展方向的政策引導下，經歷一段較長時間的市場自然淘汰過程，才能披沙揀金，健康發展。

印刷數碼化已成為印刷行業發展的新方向，越來越多企業開始借助數字化打通產業鏈，拓展商業模式，這是中國印刷業生命力旺盛的體現。然而，柯式印刷仍將是業界的主流工藝方式之一。印刷要轉型升級是全行業的共識，但是要實現全行業一下子從傳統印刷轉向數碼印刷是不現實的。傳統印刷企業在政府的支援下已做了很多改進，綠色、創意、標準化仍是傳統印刷目前轉型升級的關鍵。

現在亦有人認為印刷是夕陽產業，尤其傳統印刷正面臨前所未有的危機；對此，楊金溪永遠榮譽會長並不贊同。首先，人們的生活及各行各業，其實都離不開印刷；而且，在經歷過行業起跌後，現今保留下來的印刷廠都是具備資

在行業前景未明朗的調整時期，生存下來的印刷企業若能持盈保泰，謹慎投資，保證企業資金鏈不會斷裂，等待機會出擊，就能「活得」長久。

金、技術和完善管理的實力型企業，其抗風險能力已邁上了一個台階。多年前，業界就提倡產能和生產工藝升級，因此早已練就一身較好的「內功」。在全世界來說，中國印刷業相比之下還是最好的一個群體。此外，西方經濟的低迷，使其必須尋找更加物美價廉的產品，而中國早年也在政府的帶領下積極實施綠色印刷，打破國外的貿易壁壘，因此，中國無疑成為了最佳的選擇，給中國印刷業「走出去」創造了良機。他認為在前景混沌不清的調整時期，生存下來的企業最重要的是要持盈保泰，謹慎投資，保證企業的資金鏈不會斷裂，等待機會出擊，就能「活得」長久。

總結

印刷行業面臨嚴峻的局面，但是中國印刷業仍是機遇處處，企業應當以「穩」為根本，儘量避免激進的投資，以及大動作的擴張活動，坐穩根基，穩中求變。在鞏固實力的基礎上，再在自身能力範圍內提升新技能。當「春天」來臨之際，便是實現「中國印刷夢」的開始。■

「數與網」環境中的印刷產業

中國印刷及設備器材工業協會陸長安副理事長兼秘書長

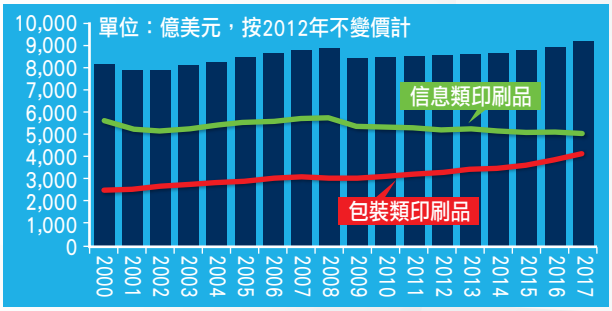
陸長安副理事長兼秘書長演講開首，便引用了中宣部劉奇葆部長曾在《人民日報》發表的一篇重要文章中的觀點：「現在科學技術進步，印刷行業已經告別了『鉛』與『火』，走過『光』與『電』，迎來『數』與『網』」。在「數」與「網」時代來臨之際，他發表了這篇文章，從側面反映了中央領導對印刷產業科技進步的關注。「數」與「網」的概念就是常被提及的大資料、雲計算、移動互聯網等。隨著新技術的來臨，新的商機、商業模式應運而生，並派生很多新的領域，而這些領域的發展將會衝擊傳統產業。

一、全球印刷市場規模的變化

在瞬息萬變的網絡時代，2000年至2017年全球印刷市場規模將發生很大的變化。2012年全球印刷市場規模達到了8,560億美元，包裝類印刷品達3,400億美元，佔約40%，信息類印刷品（書、刊、報）佔60%（見表一）。2012年至2017年，全球印刷行業預期以1.3%平均年增長速度持續發展。

全球印刷市場具體構成方面，西歐北美相對下滑，亞洲地區增長幅度高達18.4%；雖然拉丁美洲、東歐等地區增長幅度也很高，但是基數較小（見表二）。2012年亞洲印刷市場佔全球印刷市場份額35%，預計2017年將達到39%（見表三）。時至2017年，亞洲在全球信息類印刷品市場的佔有率將持續增長，西歐北美等國家則相對下降。

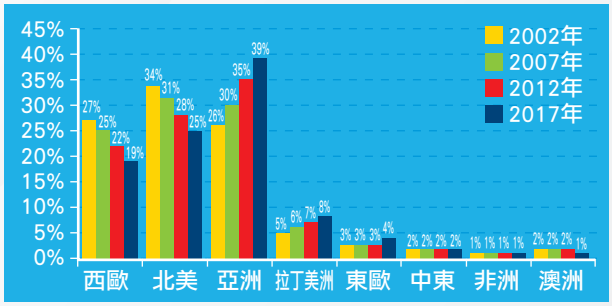
表一 2012年全球印刷市場規模達8,560億美元



表二 2012年至2017年全球印刷市場年平均增長速度1.3%（單位：億美元）

年份 / 區域	西歐	北美	亞洲	拉丁美洲	東歐	中東	非洲	澳洲	全球
2002年	2,163	2,659	2,108	378	218	137	83	182	7,964
2007年	2,199	2,770	2,658	513	270	157	79	157	8,803
2012年	1,900	2,381	3,015	592	289	171	75	140	8,563
2002-2012年變化 %	-13.6	-14	13.4	15.4	7.2	8.7	-5.8	-10.7	-2.8
2017年預測	1,768	2,247	3,569	759	349	213	98	136	9,139
2012-2017年變化 %	-6.9	-5.6	18.4	28.3	20.4	25.1	31.4	-2.4	6.7

表三 預計2017年亞洲印刷市場佔全球印刷市場份額39%



2017年全球印刷加工技術構成中，單張紙膠印、柔性版印刷，以及數碼印刷均呈上升趨勢，卷筒紙膠印則會下降。2017年全球印刷加工技術結構將會變化，膠印仍是亞洲地區、新興經濟體國家的主力，因為這地區人口紅利非常多，所以膠印比重不會下降。單張紙膠印和卷筒紙膠印在西歐則預期會下降。

2020年印刷品批量將會減少，短版印單佔全部印單的50%以上，預期短版訂單會越來越多（見表四）。印量2,000以內屬於短版，2,000至10,000屬於中版，10,000以上屬於長版，這個定義與Benny Landa曾定義的印量3,000以下適合使用數碼印刷，10,000以上的訂單適合使用膠印相合。隨著短版訂單的比重加大，數碼印刷的重要性亦將加強。2020年，預計印刷需求對時間的敏感程度將提高，24小時內交貨的印刷訂單佔全部印刷訂單的比例預期將達到約50%。

二、國內印刷市場的特點

2013年中國印刷總產值為10,398.5億元人民幣，比上一年增長9.3%（見表五）；其中包裝產值達到7,742億元人民幣，佔全國印刷產值約74%。中國印刷市場規模佔全球印刷市場的份額仍將繼續增長。中國印刷及設備器材工業協會（以下簡稱：印工協）依據以往幾十年中國印刷總產值的增長規律，結合中國GDP增長的趨勢，以及世界銀行對中國經濟增長的預測，預期中國會於2017年趕超美國，成為全球的第一大印刷市場。

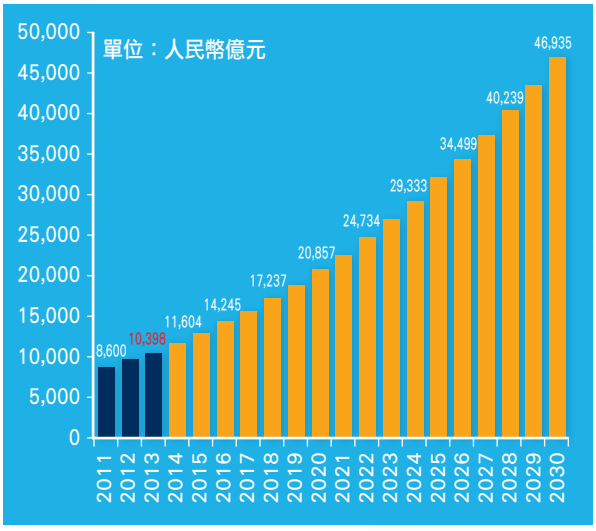
根據中國海關統計的數據，2010年至2013年中國膠印機進口金額分別為10.89、11.11、10.08以及9.77億美元，四年來中國膠印機進口金額維持在10億美元左右。根據國內印刷器材銷售量分析，特別是根據油墨消耗，近年，中國印刷油墨消耗量一直在遞增，2013年同比增長5.35%。中國是一個版材生產和消耗大國，版材的年生產量超過三億平方米（統計數據只計算膠印版材），國內版材年消耗量約兩億平方米，佔全球版材消耗量的48%，近年PS版消耗量在下降，CTP版材大幅度增長。從版材的消耗量，足以證明中國的印刷總產值佔全球印刷市場份額將會越來越大。

印刷行業現正處於數字技術與網絡技術環境中，2013年中國互聯網網民規模達到6.32億，互聯網普及率達到46.9%。據有關資料顯示2013年中國網民年齡結構，29歲以下網民達到60%。39歲以下的超過80%。網民的數量及其年齡的

表四 印刷批量在減少，預計2020年短版印單佔全部印單的50%以上

印刷批量	2000年	2010年	2020年
短版	39%	48%	53%
1	8%	15%	19%
2-500	17%	18%	18%
501-2,000	14%	15%	16%
中版	23%	22%	22%
2,001-5,000	13%	14%	15%
5,001-10,000	10%	8%	7%
長版	38%	30%	25%
10,001-50,000	11%	8%	6%
50,001-250,000	11%	9%	8%
250,001-750,000	7%	6%	5%
750,001以上	9%	7%	6%
	100%	100%	100%

表五 中國印刷市場規模預計仍將繼續增長



結構與印刷行業未來的媒體有著密切的關係。未來圖書的載體，不僅是紙，還會有其他媒體，圖書怎樣通過線上線下融合的渠道，或其他的方式進行發行，都將影響到印刷產業未來的發展。

三、中國印刷行業發展中遭遇的難題

陸長安副理事長表示中國印刷市場將持續呈上升趨勢，但是企業普遍反映日子不好過，有以下五個原因。

1. 生產效率提升幅度大於市場增長幅度

目前中國印刷行業發生了兩極分化。規模以上的印企較有競爭力，經營得較好，中小印企的經營較為艱難。現時推出的優質膠印機，生產速度快、效率高，但是市場增長幅度沒有印刷效率增長般快。因著出現兩極分化及產能提高，激烈的競爭造成印刷工價下降，一些大企業也被逼放下身段與小企業競爭，使行業陷入痛苦的「價格戰」。

2. 數字技術、網絡技術的衝擊

受互聯網影響，國內外期刊、雜誌、報紙等紙媒體的廣告投放量都急劇減少，有些刊物更決定停止紙媒體的發行，或改為雙月刊、周刊的方式延長發行時間。一些出版社迫於市場需求、重印率下降，盜版嚴重，以及個性化定制開始盛行等現況，而考慮購置數碼印刷設備，但是因為成本、效益、質量、版權、公共平台搭建等一系列問題，尚未尋找到解決方法，盈利模式亦尚未建立，所以讓出版社處於矛盾心理、徘徊狀態。

3. 外單減少，部分企業轉做內單，競爭激烈

近年由於海外市場不景氣，海外訂單相對減少，部分以往承印外單並且實力強的企業因此轉做內單，將內地一些競爭力較差的企業比下去，使小企業出現經營困境。

4. 中央反腐力度加大，高檔奢侈印刷品減少

隨著三公消費壓縮，頒佈反腐倡廉的「八項規定」，一些中高檔的包裝印刷品市場需求大幅減少，出現疲軟現象。

5. 轉型升級壓力增大

全國小型印企比比皆是，轉型升級已成為企業勢在必行的計劃。目前大多數企業的轉型效果並不明顯，部分企業更呈現大而不強的情況。雖然中國印刷業總產值所佔的市場份額很大，但是國內的勞產率很低。因此，未來中國印刷行業的發展將從追求速度、規模的粗獷增長方式，逐步轉變為更加注重質量、內涵的集約式。

四、應對「數」與「網」時代困難的措施

1. 擁抱雲印刷時代的合作共贏

於雲印刷時代，合作共贏理念成為了業界比較提倡的方法，國際和國內均有一些企業通過合作達到共贏的成功案例。企業通過合作，降低採購成本，相互學習管理、技術，分享增值的利潤，提高企業的抗風險能力。現在這種抱團取暖想法越來越普遍。有些優秀的企業擁有功能強大的網絡平台，通過 ERP 系統銜接生成混合流程、合版技術、IT 制度、智能化生產管理等方式，以及對應短版、多樣、大批量活件，有了優秀的解決方案，使得企業達到最高的生產效率、最低的消耗。加盟這些強勢的企業，將有利於提升競爭力。當然目前探討的是合作共贏模式，而企業保持自身成功的經營模式也很重要。

2. 捕捉商機、跨界發展

下游企業關注產業鏈上端的痛點，嘗試提供一站式解決方案。產業鏈下游的企業若能解決上游企業的痛點，提前進行技術改造，再加上融資發展，便能從末端服務變為前端服務，由被動變為主動，創造更多機遇。現在已經有印刷企業與物流公司跨界合作，並取得了很好的效

益，這也是值得關注的。此外，在商業印刷領域中，雖然當前數碼印刷還沒有找到盈利模式，但是企業亦要勇於探討，採用正確方式切入。

五、發揮協會作用，為業界服務

針對行業困局，中國印刷及設備器材工業協會（下以簡稱：印工協），正在組織中國印刷產業技術發展路線圖的編寫工作，六個模塊為：印刷傳媒、包裝和標籤、數字化印刷、印刷電子、設備和器材、綠色印刷。將印刷電子納入印刷製造，實際上是一個大印刷觀的概念，印刷歸類文化產業，是一個加工服務產業，但今後印刷也是製造行業。中科院化學所科研人員積極地參與了印刷電子這一版塊的編寫，早前其科研人員與李克強總理訪問歐洲時，向國務院劉延東副總理匯報印刷行業正研究印刷製造路線圖。劉延副總理了解後特別高興，並感慨印刷產業涵蓋之廣。大印刷觀的概念被廣泛認識後，能夠使印刷行業越來越受到國家重視，並獲得更大支持。目前，印刷產業技術發展路線圖編寫工作再逐漸深入，到了一定階段需要與同業進行交流。

根據上級安排，印工協正在組織對中國印刷裝備「十三五」規劃的編寫工作，並且也在徵集中華印製大獎作品及籌備優秀企業家的評比工作。中華印製大獎是國務院七部委整頓獎項時留下來的，是兩岸四地、甚至華人印刷界最具廣泛代表性的獎項，是凝聚中華印刷人智慧結晶、實現互動交流的最理想平台，讓中華印刷人在比賽中你追我趕力爭上游，共同進步及提升。最後陸長安副理事長呼籲，希望能更多優秀的企業提名更多優秀的作品，積極地參與中華印製大獎。■

發揮協會作用 促進行業轉型升級

中國印刷技術協會曲德森副理事長兼秘書長

一、2013年中國內地印刷業發展主要指標

曲德森副理事長兼秘書長表示，在全球宏觀經濟形勢和行業發展環境並不理想的情況下，中國內地印刷業產值首次突破一萬億元（人民幣，下同），達到10,398.5億元，整體規模排在全球第二位，共有印刷企業10.5萬家，從業人員341.5萬人，全行業資產總額10,624.7億元，利潤總額796.2億元，對外加工貿易額為837.5億元。2013年總產值比2012年增長9.3%，2013年的增速有所放緩，但仍高於國民經濟的增長速度。因此，雖然全球經濟環境不景氣，但是中國印刷業風景仍是獨好。

■ *中國內地印刷業產值達到10,398.5億元人民幣，整體規模排在全球第二位。*

中部地區承接產業轉移的成效明顯

從2011年到2013 年，中部地區（包括山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南六省）印刷產值由1,094 億元增長到 1,538 億元，六省平均增長率為 20%，遠超11% 的全國平均水平；外商投資總額由 20億美元增長到38.9億美元，對外加工貿易額由 31.3 億元增長到 62 億元，幾乎翻了一番。

骨幹特色企業的綜合實力繼續壯大

截至2013年底，全國共有規模以上重點印刷企業（年產值在5,000萬元以上）3,075 家，資產總額為 6,247.5 億元，比上一年增長19%，佔全行業的59%，顯示規模以上重點印刷企業繼續鞏固其主力軍的地位。這批企業實現印刷產值5,816.4億元，比2012年增長4%，工業增加值1,483.4億元，比2012年增長12.4%，利潤總額 498.6億元，比2014年增長20%。雖然這批企業產值增速有所下降，但工業增加值和利潤總額均快速增長，說明規模以上重點印刷企業的產品附加值和盈利能力在持續提高。

產品結構持續優化

出版物印刷產值保持穩定增長，佔整個印刷總產值的比重基本不變。反映在資料上，從2011年到2013年，出版物印刷產值由1,313.9億元增長到1,585.6億元，佔印刷總產值的比重基本維持在15% 左右。包裝裝潢印刷產值保持快速增長，佔整個印刷總產值的比重穩步提升。反映在資料上，2013年，包裝裝潢印刷產值達到7,742億元，佔印刷總產值的比重由2009 年65% 提高到2013年的75%。高質量書刊和商品包裝的印刷產值的比重不斷提高。中國塗布印刷紙佔印刷用紙的比重從2003年的8.9% 提高到2013年15.4%，白紙板佔印刷用紙的比重從2003年20% 提高到2013年27.2%。

綠色印刷財政扶持的杠杆作用非常明顯

為發揮引導激勵作用，國家新聞出版廣電總局（以下簡稱：總局）從2012年開始多方呼籲國家對綠色印刷給予扶持獎勵。財政部文資辦在2013年中央文化產業發展專項資金中，給予了全國43家印刷企業2.768億元的綠色印刷專項扶持；其中，30% 的企業都是國家印刷示範企業，90% 的企業都是具備綠色印刷生產能力的骨幹企業。據估算，這些財政扶持至少帶動了社會50億元的綠色印刷投資。去年，北京和上海兩市財政分別撥出3,000萬元和400多萬元專項資金用於補貼和獎勵綠色印刷。對於扶植印刷實現環保、節能、質量、綠色發展，起到了至關重要的推動作用。

數字印刷發展模式的探索可圈可點

2013年，中國數字印刷實現產值103億元，比2012年增長63%，佔印刷總產值的比重首次達到1%。全國共有專營和兼營數字印刷企業2,488家，數字印刷生產設備7,715台（套），均較上一年增長兩倍多。

二、推動綠色印刷實施

雖然近年中國印刷業的發展穩中有進，但是也面臨著的重重挑戰，印刷業正演繹著深刻的變革。行業協會中國印刷技術協會（以下簡稱:中國印協）可以發揮更大作用，協助業界應對挑戰。

綠色印刷標準制定情況

推動綠色印刷，首先應完善綠色印刷標準。早前，中國印協與環保部環境發展中心編制完成的國家環保標準《環境標誌產品技術要求　印刷　第三部分：凹版印刷》已正式發佈，並於2014年12月1日起正式實施。這是繼平版印刷環保標準和商業票據印刷環保標準後，中國印刷行業第三部綠色印刷標準正式頒佈實施，意味著凹版印刷企業即將開啟綠色印刷之旅。

綠色印刷認證情況

2014年，中國印協與各分會及各省區市相關部門，積極推進綠色印刷，中小學教科書實施綠色印刷和相關企業綠色認證取得重大進展。截至10月底，全國有670多家印刷企業獲得綠色印刷認證，已實現內地各省區市綠色印刷全覆蓋。通過認證的

■ *中國印刷技術協會主辦的「2013年中國印刷行業企業信用等級評價終審會」，並為第二批印刷行業信用A級以上企業授牌。*

企業，綠色印刷的水準相當高。中國印協亦積極參與綠色印刷理論研究，與環保部一起承擔了國家科技支撐計劃的部分重點項目，並編寫了《印刷行業的產品／服務碳足跡評價指南》，在綠色印刷基礎研究方面，亦會發揮行業內科研單位和院校優勢，進行這方面的研究。

印刷企業年度調查

中國印協於2013年首次開展中國綠色印刷企業年度調查工作，在此基礎上，2014年6月啟動了第二次的年度調查，並於11月3日總局印刷發行司召開的「綠色印刷推進會」上發佈了《中國綠色印刷企業生態發展年度調查報告（2013—2014）》，進一步了解行業在綠色印刷中所面臨的問題和挑戰，同時亦收集了企業推行綠色印刷的建議等。調查工作為行業和政府有關部門推動綠色印刷提供了有價值的參考資料。

三、科技創新推動行業發展

行業發展一定要貫徹創新驅動發展戰略，通過科技創新來推動行業發展。中國印協就此響應四部委聯合發出《關於在企業深入開展「講理想、比貢獻」活動的意見》的號召，在總局的關心和指導下，在行業內進行科技創新成果評選，去年進行了第二次評選。推薦評選出一批能夠推動行業技術進步及發展、增效提質、推廣科研成果的企業，產生了深遠的影響。

四、人才隊伍建設

加強人才隊伍建設是中國印協於轉型升級議題上認真執行的一項重點工作：通過職業技能大賽進行職稱等級評定，引導全行各企業對技能人才培養的重視，進一步提高行業整體職業技能水平；藉著舉辦畢昇印刷大獎，嘉許在長期的工作中，為中國印刷業的管理、科研、生產和教育作出卓越貢獻者。

五、信用等級評價

企業信用在市場競爭中是一項非常基礎的建設。中國印協獲得商務部信用工作辦公室和國務院國有資產監督管理委員會行業協會聯繫辦公室批准，承擔企業信用等級評價工作，引起業界對企業信用的高度重視。在首次和第二次舉行的印刷行業信用等級評價活動中，獲得授牌的企業分別有64家及26家。今後，中國印協將加強管理整個印刷行業信用基礎的建設。

六、承接政府轉移職能

中國印協在政府轉移的職能工作方面，還承擔總局的委託，合作開發綠色印刷自我聲明網絡平台，在早前結束的北京綠色印刷推進會上，總局王岩鑌司長宣佈，中國印協需承擔總局委託的上海國際印刷周綠色印刷產品專區展以進一步推動綠色印刷、承擔國家印刷示範企業評選、高技術評選，以及編寫中國印刷產業發展狀況的報告等。

七、加強印刷業界交流

中國印協一向都非常注重兩岸四地印刷業交流合作，「兩岸四地印刷業交流聯誼會」舉辦了12屆，讓大中華地區同業對如何發展印刷業達成不少共識，讓中國內地的印刷界同業，能夠向香港、台灣印刷企業學習到許多有關精細化的管理理念。曲德森副理事長表示，大中華地區共同實現印刷中國夢需要業界繼續保持密切的交流，因此中國印協將以更開放的心態和姿態，加強與兩岸四地印刷同業的交流與合作，辦好「三刊一網一平台」，繼續加強交流平台建設，不斷提升協會的影響力。■

加強印刷業產官學研合作

台灣區印刷暨機器材料工業同業公會陳銘基秘書長

陳銘基秘書長指出，在眾多製造業當中，印刷業一直是默默耕耘，是帶動經濟增長與文化傳承的幕後「推手」。過去印刷企業都是以接受客戶訂單的生產模式經營，大多數都沒有自主的產品，也沒有樹立屬於企業的品牌。這幾年來，受到經濟環境的各種挑戰，廣告業務轉向多媒體、富媒體平台，印刷業面臨著前所未有的挑戰。

現在文化印刷市場呈現緩步的衰退，傳統印刷也必須另闢戰場創造機會。據陳銘基秘書長透露，近一年來，台灣印刷企業積極發展特殊印刷、精品說明刊物印刷，以及特殊包裝材料印刷等高利潤的印刷。另外，比起傳統的絲網版、凹版、凸版繁瑣的製作工序及設備裝置，數字噴墨印刷的出現對於許多想轉型的文化印刷業者無疑是最吸引的亮點。

台灣在雲端數字科技的基礎之下，引領產業伴隨著更多跨領域專業如創意美學、信息科技、化工材料、環保的融合，發揮印刷寬廣的應用特色。在這方面，台灣政府也積極投入，協助產業作數字化轉型與商業模式輔導，希望多開發其他產業在數字印刷方面的需求，創造更符合未來印刷消費趨勢的服務模式。

技術以外，如何讓學校的人才加入數字化、多元化的產業，降低產學落差，讓人才回流到印刷產業，也是產學界都非常關切的議題。現在很多地方都面臨嚴重的人力短缺問題，建立產業與學界合作，就人才培育的方向達到共識，提供實習管道，使產學無縫接軌，也是現階段台灣印刷產業發展的重要課題。目前台灣各校印刷相關科系都有中國內地及香港的學生就讀，這些都是未來兩岸印刷交流的種子與橋樑，希望未來有更多台灣學子及在職的人士可以到中國內地進行學習與交流。

建立產業與學界合作，使產學無縫接軌，是現階段台灣印刷產業發展的重要課題。

未來台灣會加快腳步，發展在技術、人才、外銷市場拓展方面的工作，並在產官學研的合作之下，逐步落實去年台灣經濟部工業局依據印刷團體所研擬的「印刷產業白皮書」當中的策略。最後陳銘基秘書長期盼台灣印刷產業能在高度競爭當中越來越茁壯，並與中國內地、香港、澳門有更多方面的合作，共創大中華區域印刷業的繁榮。■

轉型升級應對挑戰

澳門印刷業商會周紹湘會長

周紹湘會長指出，環球印刷業在經歷2008年金融海嘯及2010年歐債危機以來呈現萎縮狀態，加上近年電子媒體及智能手機的盛行，使傳統平面媒體及書籍出版行業大受衝擊，大部分印刷業務都呈下滑趨勢。近年，澳門部分印刷廠實行轉型升級，投資包裝印刷業務，並與其他印刷廠整合聯盟，以共用資源的方式，削減成本，應對挑戰。

澳門市場由於是一個微型經濟區，外圍經濟下跌對本地經濟並沒有太大的影響。自2004年開放博彩業以來，澳門由博彩業帶動經濟持續增長，雖然2014年下半年開始，博彩業的收入對比上年有所下降，但仍然維持可觀的數據，有關部門預計今年博彩收入逾3,500多億元（澳門圓，下同）。由博彩業帶動旅遊、零售、酒店、餐飲業及出版行業維持連續十年興旺，而印刷業亦保持了平穩的經營環境。

近年澳門商住工廈價格飛升，由五年前每平方米5,000元，已漲至2014年的每平方米50,000元，已然翻了十倍；加上澳門印刷業的經營者大多是上世紀六、七十年代創業，現急需新一代接手，但是有部分企業第二代不肯接班，因此選擇結業，將廠房賣掉。自2014年1月至今，已有10家選擇離場或正在考慮或洽商。

周紹湘會長強調，選擇繼續經營的印刷企業必須考慮轉型升級，例如投資數碼設備，與傳統膠印互相結合，互補發展；加強設備自動化，以減少對人手的依賴；採用色彩管理系統，實踐印刷標準化，與國際接軌；採購環保綠色材料，推行綠色印刷，引入電子化管理系統，提高生產管理效率。澳門印刷業商會將引導當地業界邁向轉型升級的目標，與國家制定的政策接軌，共圓印刷中國夢。■

■ 近十年來，澳門博彩業帶動很多行業興旺起來，印刷業亦得以平穩發展，但近年商住工廈價格飛升促使一些印刷企業選擇離場。

上海印刷業轉型發展的現狀與趨勢

上海新聞出版局印刷管理處周建平處長

周建平處長指出，在印刷業大變革，轉型升級的環境下，上海印刷業面臨兩個最大挑戰——綠色印刷和數字印刷。

上海綠色印刷現狀

2010年國家新聞出版總局和環保部簽訂綠色印刷戰略合作協定的時候，上海新聞出版局相關部門領導認為把綠色印刷環保的產品，作為該局推動綠色印刷發展的一個最重要手段，提高整個印刷業集約化程度。近幾年，當局從中小學生教材入手，嚴格監管綠色印刷，現在上海市實行綠色印刷已取得非常理想的成效。然而教材印製企業由原來的50多家減少至20多家，可見綠色印刷對於上海印刷業而言，既是挑戰，又是機遇。

上海踐行綠色印刷的措施

2014年上海市環保局應國家環保部要求，制定上海市印刷業污染標準（主要針對包裝印刷）。有關部門與北京、廣東兩地同業進行交流得知，北京、上海、廣州三地印刷業面臨的情況並不相同。北京以出版物印刷為主，對大氣污染標準要求相對較為嚴格；廣東省從2010年亞運會開始，出台了針對平版印刷對大氣污染的標準，凹版印刷、絲網印刷標準至今尚未出台；而現在長三角75%以上的印刷企業都承印包裝類產品，當中存在大量凹版印刷和絲網印刷，造成污染。

目前，上海新聞出版局根據印企採用的印刷方式，以及生產配套的設備等差異，評定印企對環境污染的程度。

（一）平版印刷中的單張紙印刷和卷筒紙商業輪轉印刷，基本可以達到大氣污染的環保標準，但是平版印刷中承印物是鐵皮等不透氣印刷，因為在印刷過程中需加入大量的溶劑型油墨，所以不能達到環境污染標準。

（二）生活隨處可見的塑膠薄膜印刷，大多數採用凹版印刷方式，需添加大量的有機溶劑，若不安裝收集裝置是絕不可能達到環境污染標準。即使這類企業安裝收集裝置也存在兩個問題：第一，在印後工藝生產過程中，VOC排放量往往比印刷多；第二，因為印後使用的溶劑大多數是單向溶劑，收集相對容易，印刷使用的溶劑是混合溶劑，收集處理困難。雖然有些企業通過將廢氣燃燒減少對大氣的污染，但目前被公認為較理想的處理方式是將溶劑收集再利用。絲網印刷同樣存在有機溶劑回收的問題。

近年，全國各大城市都亮起嚴防大氣污染的「警示燈」，控制VOC的排放成為刻不容緩的事情。目前上海市把嚴控VOC排放視為監管綠色印刷的首要任務，而把產品環保放在的第二位。2014年開始，上海市新聞出版局與上海市環保局保持密切合作，早前，上海六家典型印刷企業已接受了環保局的第二次測試。目前大氣污染標準的嚴格要求，對於上海市包裝印刷企業，既是艱巨的挑戰，也是一個好的機遇。現在有部分印企已經開始從事包裝印刷和印後的VOC回收實驗。只要把握這次機遇，進行轉型改造，先行的印企將可以為行業集約化發展起模範作用。

現在上海市為踐行綠色印刷實施多項措施：第一，建立具有權威的質檢機構；第二，以中小教材產品為突破口；第三，將嚴格監管與人性化操作相結合；第四，建立政府、委託單位、印刷企業、供應商連環監管體系；第五，逐步滲透環保教材、環保出版物、環保包裝印品等；第六，從監管產品環保向監管污染物排放滲透；第七，從產品環保、清潔生產向低碳節能滲透；第八，向印刷的回收處理與可循環使用滲透；第九，基本建立綠色印刷環保體系。

上海推動圖書按需印刷的措施

2013年上海出版業報紙印量、期刊印量均下降了。雖然過去一年，上海市圖書銷售收入增長了9%，但實際上2013年的圖書印量與2012年基本持平，銷售收入的增加是因為產品的銷售價格提高。周建平處長表示，圖書按需印刷是2014年上海新聞出版局重點扶持的項目。

有數據顯示，目前數碼印刷只佔有1% 至2% 市場份額，但是將來圖書按需印刷一定是出版印刷的一大趨勢。上海新聞出版局就此進行八項主要工作：第一，完善出版企業電子文檔數據庫；第二，改變圖書的商業模式，建立先訂單、後印刷、「一本起印」的商業模式；第三，以適合按需出版的重點圖書重點突破，解決長尾效應；第四，努力解決個性化服務與規模化生產的矛盾。第五，積極開拓商業按需出版市場；第六，積極開拓海外按需出版市場；第七，於2014年上海國際印刷周發佈第一條卷筒紙按需印刷生產標準，為企業承印出版物提供參考；第八，繼續出台有關按需出版印刷相關政策，為行業的發展提供更好的環境等。

上海印刷業轉型發展趨勢

上海印刷業發展趨勢主要是六個方面：第一，在上海保留先進製造業，具體表現為：高端、綠色、數字；第二，推動整個印刷產業鏈延伸的生產型服務業，把質檢、物流等一系列產業作為為印刷服務的生產型服務業；第三，在上海市自貿區搭建綜合服務平台，特別是境外服務平台，推動總部經濟和平台經濟為主的現代服務業；第四，努力發展具有前景的功能型印刷，如納米印刷、3D 打印；第五，把出版、印刷、發行合為一體，推動行業縱向融合，為企業創造更好的機遇；第六，推動新聞出版、影視、遊戲等產業橫向融合。以上六個方面是今後上海印刷業努力的發展趨勢。

互動交流環節

在互動交流的環節中，多位與會的嘉賓各抒己見，暢所欲言，發表了對實現印刷中國夢的展望。

深圳市文體旅遊局杜勤副局長

深圳擁有優越的地理位置，毗鄰香港，有許多優秀的港資印刷企業在此「扎根」。深圳政府非常重視文化創意產業發展，近年來經過政府的不斷努力，發佈了十個有關文化創意產業發展規劃的項目，其中一項是印刷數字產業，政府更相繼出台了一系列扶持的政策，

比如每年發放五億元人民幣的文化發展基金。對印刷行業的扶持，政府予以企業實施項目之前的補貼和完成項目的獎勵，2013年和2014年，政府對印刷企業貼息均將近1,100萬人民幣，2014年還提供差不多1,000萬人民幣獎勵性基金。雖然這些資金相比企業投資項目的預算要少得多，但亦表明了深圳政府支持印刷業發展的態度，特別是對綠色印刷、創意產業予以的大力支持。

現時一些具有全球知名度的印企都在推行標準化生產，標準是企業未來發展的重要一環。近年深圳也在努力地制定、完善印刷標準體系，深圳現設有書刊印刷標準分技術委員會，以及包裝印刷標準分技術委員會，已制定符合地區印刷標準的六項條例，深圳印刷標準制定工作仍在不斷進行。深圳政府希望制定出適用於中國，又適用於國際的標準，因此將制定的標準做成中英文對照的版本，向國際推廣。杜勤副局長呼籲更多正推行國家標準、國際標準的深圳印企參與行業標準體系建設的工作。

在培養人才方面，深圳政府會對相關的行政人員進行培訓，如2014年開展了審批人員培訓和執法人員培訓，同時也非常關注企業對高技術人員培訓。希望企業能積極開展人才培訓活動，提升員工技能，政府亦願意支持及協助企業開展這一類的培訓，將更多高技術型的人才留在深圳，為企業服務，為深圳印刷業的發展作出更大的貢獻。

中國印刷技術研究院陳彥院長

現時印刷行業已站在一個新的拐點上，行業的發展面臨著一種勢不可擋的趨勢，這個趨勢既是行業內部競爭帶來的，更多是由生活方式、生產方式的改變造成的，倒逼著印企必須順勢改變。當然變化存在不確定性、有挑戰、有風險、有難題，有些企業會在變化中脫穎而出，走上一個更好的發展軌道；有些企業可能就在變化中遭到市場淘汰。然而，不變化可能就是一個慢慢被市場淘汰的過程，作為一家企業應要擁抱這種變化，因為變化意味著機會。

現時行業的商業印刷、出版物印刷已呈短版化、小批量化的趨勢。雖然近年出版物的產值沒有下降，但是它的品類已經增加了很多倍，這意味著現在企業訂單量變得比較少，這也從側面反映企業所獲利潤將會減少。企業承接的訂單數量變少了，為此決策者就需要思考如何在這些數量較少的訂單中獲取更多的利潤。

陳彥院長發表了個人的見解，第一，使用低成本獲得業務。過去企業承印一些長單，業務訂單的利潤空間很可觀，企業可以高薪聘請優秀的業務員，為客戶提供貼心的服務，贏取更多的訂單。然而現時訂單量變小，訂單繁碎，利潤空間較小，所以企業聘用不起太多優秀的業務員。這樣一來，印企便需要構思出一種讓企業能以低成本獲得訂單的方法，美國上市公司 Vistaprint 就成功地做到了這點，2013年

Vistaprint 的年銷售收入達 12 億美元，其業務 60% 來自網絡。Vistaprint 利用網絡平台，以低成本獲得客戶，是一個值得借鑒的好辦法。

第二，企業內部降低生產成本。短版、小批量的業務若使用長版方式生產，其生產的周轉、管理方式是完全不一樣的，因此需要制定更有效的管理方法以降低生產成本，數字化和高自動化是不錯的選擇。近年，印後加工設備銷售熱熾，企業通過全自動化或半自動化的設備減少對人工的依賴，提高生產效率，或通過使用一些數字化的流程管理軟件，優化企業內部的管理，通過有效的管理方法，降低生產成本，提高企業利潤。

印刷行業是一個與國計民生有著密切關係的行業，如何讓這個產業能夠持續地、有序地發展，需要不斷地創新，更需要經營者的智慧。

數字化和高自動化可助應付短版、小批量的業務。

湖北省新聞出版廣電局發行處鄧世清處長

這次研討會搭建了一個很好的交流平台，讓兩岸四地的印刷同業齊聚一堂，一起分享個人的思想與智慧，共同商討行業發展大計。他表示與會嘉賓大部分都是中國沿海地區的業界人士，而他作為中國內陸地區印刷業的代表，希望大家將目光分散，並坦言中國內陸地區將是未來印刷業發展的「腹地」。

現在印刷業面臨的不僅是個人，也是整家企業的問題。這些問題需要同業共同關注和解決。互聯網時代人們常談及的「大數據」，就是企業把自己所有的業務能力、個人能力、環境變化和別人的挑戰等都打造在一個平台上，大家共同來研究、完善這個平台。未來印刷業應該將行業的大數據建立起來，而且綠色印刷、數字化轉型是現時印刷企業轉型的大趨勢，企業可通過網絡技術，打造自己的品牌，提升競爭力。■