



软包装发展现状及我国加入WTO后面临的形势（二）

赵延伟

（接上期）

三、我国包装印刷发展现状

1. 我国包装印刷发展概况

据有关资料显示，至2002年末，我国从事包装印刷的从业人员约100多万人，工业总产值约630亿元，企业约3万家，其中国有企业约1800家，占6%；集体企业约7800家，占26%；三资企业1200家，占4%；股份公司及民营企业约19200家，占64%。

2. 特点

呈快速发展态势。2001年我国包装印刷工业总产值约560亿元，2002年增长了12%左右，达到630亿元；印刷机械行业42家骨干企业的主要经济指标，从2000年以来不断攀升，年平均发展速度达到16.8%以上。

投资主体多元化。在计划经济时代，包装印刷业是以国有企业为主、集体企业为辅的行业所有制格局。从上个世纪80年代中后期开始，乡镇企业通过与国有企业联营等形式逐步介入；从90年代开始三资企业跻身中国大陆市场，同时民营企业大量发展。进入21世纪，大量的国有企业与集体企业为更好地适应市场经济的竞争需要，摆脱长期以来体制所造成的企业负担与累赘，纷纷改革改制，从概况中我们可以看到国有企业与集体企业正在逐步淡出包装印刷业市场。如原全国著名国有包装印刷企业上海包装（集团）公司、浙江省造纸印刷工业集团公司、广州市包装印刷集团有限公司、北京印刷集团有限责任公司等，正在积极推进改革、改制、重组，以重振昔日雄风。而持国际先进市场理念与成功经营管理经验的三资企业以及充满活力、具有市场快速灵敏反应能力的民营企业、股份制企业的比重则大幅上升。本世纪初，我国包装印刷业已初步形成不同类型、不同层次、国有、集体、民营、股份、三资等多种所有制经济成份共存的行业格局。这种格局将更有利于企业间的公平竞争与市场的规范化。

印刷门类齐全，印刷装备与企业管理逐步现代化。上世纪80年代以前，我国包装印刷以凸版印刷为主；80年代初胶印迅速发展，在许多产品印刷中逐步取代了凸版印刷；80年代后期凹版印刷异军突起，以其优良的印刷品质与极高的印刷效率高速成长并趋于成熟；90年代柔版印刷开始成为新宠。虽然到目前为止柔版印刷在我国包装印刷中仅占3%左右，但其增长速度十分惊人——在短短10来年中，由几台迅速上升到几百台。在柔版印刷迅速发展的同时，网版印刷也大大拓展了应用范围，成为精制包装印刷产品中锦上添花的一种重要手段。

目前，我国包装印刷已基本实现了由单一的印刷方式向门类齐全的多种印刷方式的转变。其中凸版印刷在整个印刷的比重已由80年代初的70%左右下降到24%，而胶印已上升到44%，凹印占20%，柔印占3%，其他占9%。

印刷装备水平也有明显提高，技术改造速度加快。据有关资料显示，我国2002年进口各类印刷机总额已超过10亿美元，其中单张纸胶印机共进口785台，约合3.4亿美元。从国内印刷机械行业来看，2002年整个行业实现工业销售产值约30亿元，同比增长约12%左右。其中除1亿多元出口外，其余基本都是内销，国内印刷机械行业整体制造水平较过去也有了很大的进步。

在提高装备水平的同时，我国许多包装印刷企业的管理也在快速进步。由于行业内竞争加剧，迫使企业不仅要加大技术改造的力度，提高硬件水平，还必须通过加强企业管理提高自身的软件水平以及综合竞争力。当许多人还没搞清楚ERP是表示什么意思时，许多企业，特别是沿海地区的包装印刷企业，已将国外引进的或国内自产的ERP软件与

本企业的管理实践结合起来，较早地实现了企业管理信息化。如上海界龙实业股份有限公司、上海紫江集团、北京地大彩印厂、浙江南方印业有限公司等都作了比较成功的探索与尝试。

包装印刷园区建设成为热点。为充分发挥集聚效应与规模效益，各地政府都大手笔圈地，少则几十亩，多则上千亩，建设包装印刷园区，一时成为一个热点。如广东中山的包装印刷基地，已集聚包装印刷企业26家，年产值25亿元，实现利税2.5亿元；浙江温州的印刷城目前大小包装印刷企业约1000余家，年产值约60亿元。另外还有江苏江阴“中国软包装生产基地”，上海“包装印刷城”，河北雄县“中国北方塑料包装印刷生产基地”等。

企业之间竞争激烈。20多年来，我国包装印刷企业的数量几乎增长了近10倍。大量企业的加盟，加速了行业的发展，同时也加剧了行业内的竞争。竞争既促进了企业技术改造、人才培养、经营管理、产品与服务质量的提高，又大幅降低了包装印刷利润率。从印刷工价的变化最能说明问题：原来每色令价约30~40元，而现在一般25元左右，低的甚至已降到15元左右。据业内许多行家讲，15元的工价已是无利可图，应该是属于亏本经营。这种恶性低价竞争，很可能会蕴含着以次充好、偷税漏税、地方保护等不公平竞争因素在内。因此这种竞争是十分残酷的，也是无序的，必然会损害行业内所有企业的利益，最终将影响整个行业的健康发展。

3. 我国包装印刷今后发展方向和重点

(1) 包装印刷产品要积极向中和高档、多样、多色化方向发展；向易运输、易进行仓储的普及型方向发展。

(2) 继续大力发展纸基包装印刷产品。纸制品包装重点发展低克重、高强度、轻量化的高档纸箱、纸盒，淘汰低档纸箱、纸盒；改变材料结构，要向礼品化、高档化、中型包装彩色化发展；积极发展各种彩色裱纸、纸盒、各种开窗包装印刷品以及发展彩面E型、F型细瓦楞纸盒、新型纸容器，彩色印刷纸箱、模切线纸箱等。

(3) 适应乳品、饮料、食品、医药、小家电等行业的发展，积极发展屋顶包、康美包、利乐包及折叠纸盒的纸制品生产。以乳品工业为例，有资料显示，在1998年到2001年4年时间内，中国乳品的产量几乎增长了一倍。根据国家统计局快报，2002年乳制品产量比上年增长25.6%，液体奶产量更是达到惊人的65.8%。按照农业部的规划：中国牛奶总产量将从2001年的1025万吨，增长到6400万吨，而即便如此，2030年中国人均奶类占有量仅为40公斤，远远落后于目前乳业发达国家的300公斤/人、国际人均饮用量的80公斤/人的水平，我国城镇居民消费乳品量也大大落后于国际水准。

(4) 大力发展纸和塑料包装。在纸、塑料、玻璃、金属四大包装材料中，由于纸和塑料材料价格便宜，因此，纸和塑料包装得到了广泛的应用，纸和塑料是包装工业中使用最广泛的两种材料，两者将长期共存。

食品、药品、保健品、奶制品、化妆品、洗涤用品等是塑料软包装的最大用户，并且有巨大的发展潜力。可以说，塑料软包装在许多领域正扮演着越来越重要的角色。

(5) 积极发展防伪包装印刷。近年来，假冒伪劣产品屡禁不止。国家质检总局规定，从2003年第3季度开始，肉制品、乳制品、饮料、调味品、冷食品、方便面、饼干、罐头、速冻面米食品、膨化食品10大类食品开始实施市场准入制度，出厂必须加贴QS标志，否则，不准出厂和进入流通领域销售。

此外，国家质检总局还规定，全国19大类132种商品(涉及电子、家电、空调器等产品)要实施强制认证(即3C: China Compulsory Certification)，已从2004年8月1日起实施，凡没有3C强制认证标识的不准出厂和进入流通领域销售。

这些都给包装印刷企业提供了商机，因此，应积极采用各种防伪技术，根据市场需求印制防伪标签、商标和防伪包装。

(6) 大力开发蜂窝纸板用以生产纸托盘，以代替木托盘和木材包装。我国木材包装年耗用木材600万m³(其中木托盘为200万m³)，不仅消耗大量木材，而且也污染环境。美国现已明令禁止用木材包装的商品进入该国。

(7) 符合环保要求、无污染的绿色包装，将越来越受到社会重视。因此，应大力发展绿色包装，抓好包装废弃物处理和资源的回收再利用工作。

四、加入WTO后我国软包装面临的形势

1. 我国软包装面临新的发展机遇

(1) 有利于扩大贸易机会, 促进我国出口产品的增长, 从而带动软包装需求的增长, 形成对软包装发展的市场拉动效应被称为“经济联合国”的世界贸易组织, 其成员已超过125个, 全球贸易的90%以上是在世贸成员之间进行的。加入WTO后中国可享受世贸缔约国给予本国出口产品的最惠国待遇和国民待遇, 从而有利于我国扩大贸易机会, 增加产品进口, 带动相应产品对软包装需求的增长。

(2) 有利于引进资金和技术, 加快我国软包装企业的技术进步和产业结构的优化与升级

改革开放以来, 我国软包装以高于其他包装工业增长的速度发展着, 但效益并不理想。其中一个重要原因, 就是软包装的发展主要是靠投入大量的资金、设备和劳动力促进产值增长, 而不是靠技术进步提高效益。加入WTO后, 我国市场将更进一步全面开放, 外国资金和技术进入我国将更加踊跃, 与各国之间的技术交流和贸易将变得更普遍, 这就更有利于软包装引进国外先进技术, 加快软包装的技术进步和产业结构的优化和升级。

(3) 有利于我国软包装参与国际分工和国际市场竞争, 并在竞争中促进软包装的发展

加入WTO后, 我国将进一步深入参与经济全球化合作程序, 软包装发展将有一个全方位开放的多边贸易和合作环境, 从而使软包装企业能更好地参与国际分工和国际市场竞争。

2. 我国软包装发展面临严峻挑战

(1) 新的贸易壁垒——绿色壁垒将对出口产品软包装提出更高要求

今后, 在国际贸易中, 保护主义将更多地运用高技术标准措施抵制外国产品的进口, 达到保护本国市场的目的。目前, “绿色壁垒”是某些发达国家制订的、使其他国家的商品难以进入的环保技术标准。例如北美和欧洲就禁止包装印刷中含有害物质的产品进入市场。“绿色包装”将对出口软包装提出更高的要求。

(2) 现代科技的飞速发展和工业产品科技含量的大大增加, 对传统软包装技术构成威胁

我国加入WTO后, 随着进口关税的逐步降低, 国外的食品、医药等将会对我国同行业构成较大威胁, 无疑地也会对长期生产包装这些产品的软包装企业直接造成威胁; 另一方面软包装的材料和印刷技术如果不更新, 在激烈的国际市场竞争中就会受到威胁。

(3) 贸易自由化转移和跨国公司涌入, 将使我国的软包装企业和国内市场受到严重冲击

加入WTO后, 我国将会有国外软包装企业集团涌入, 进口的软包装和软包装印刷设备也将更多地占领我国市场, 软包装企业将面临更大的竞争压力。目前我国软包装企业参与国际竞争的實力还相当薄弱(部分大的“三资”企业除外), 无疑也会增加软包装企业国内市场被挤占的风险和开发国际市场的难度。

五、加入WTO后我国软包装企业的对策

在经济全球化的大环境中, 既要“从中国看世界”, 也要“从世界看中国”。要增强参与国际竞争的紧迫感和危机感。特别是加入WTO, 必须清醒地认识我国软包装发展所面临的形势, 不失时机地充分利用经济全球化和加入WTO提供的机遇, 同时又要正视挑战, 研究对策, 争取主动, 趋利避害, 使我国软包装企业能在未来激烈的国际竞争中更好地生存和发展。

1. 加大软包装企业人才开发的力度

人才战略是企业发展战略中最根本的战略, 是最核心的内容。企业发展靠产品, 产品靠创新, 创新靠科技, 科技

靠人才。我国软包装企业人才缺乏，只占企业人员的6%，低于全国其他工业15%的平均水平，是造成软包装企业经济效益较低、企业发展缺乏活力和后劲的主要原因。为此，必须切实抓好以下几方面的工作：一是转变观念，提高企业人才开发意识；二是加强培养战略型人才，造就一支高素质的企业家队伍；三是加大教育和培训投入，实现人才的加速培养。

2. 合理有效地引进国外先进技术，加快我国软包装企业的技术进步和技术创新

当今，以技术革命和技术革新为主要内容的技术进步已成为各国经济发展的首要因素。科技是第一生产力，靠科技发展我国软包装技术势在必行。要提高我国软包装企业的整体素质和经济效益水平，就必须抓住加入WTO给我国软包装企业带来的机遇，合理有效地引进国外先进技术，及时消化吸收并加以创新发展，才能更快地缩短我国软包装和发达国家水平的差距。加快软包装企业技术创新的步伐，主要应抓好以下几个方面的工作：

一是提高企业领导人的创新意识和素质；二是提高企业技术创新的能力；三是正确的选择技术创新的方式。引进国外先进技术是模仿性创新的一种方式，是技术经济相对落后的发展中国家超越性发展的关键，有利于缩短技术落后的差距。但是，引进技术要及时消化、吸收和创新，否则就会陷入“技术引进——落后——再引进”的怪圈。

3. 改造老的软包装企业，不断调整产品结构，提高市场适应力

改造老的软包装企业有两条路：一条路是引进新技术、新设备、这当然是最佳方案。但不是每个企业都具有这种能力和条件；另一条道路就是立足现有条件，改造老设备。目前，我国软包装具有自动生产线和先进印刷设备的企业，仅占30%左右。改造老设备向自动生产线过渡，这样做是必要的。在保证产品质量、性能的前提下，尽可能地降低费用，满足用户需要，减少污染等是产品结构调整的目标。今后软包装：一是软包装向高性能、低成本，重环保的方向发展；二是复合软包装向抗菌、高阻隔和智能化方向发展；三是软包装印刷油墨向多色、高速、快干、环保、低耗方向发展。

4. 组建软包装企业集团，实现规模经营，提高企业的规模经济水平

根据当前科技迅猛发展的特点和我国软包装企业面临的国际国内竞争形势，以及中小软包装企业的特点和自身状况，借鉴国外中小型企业发展的经验，走联合发展的道路应成为我国软包装企业发展战略选择的基本思路。联合发展将是我国软包装企业在新世纪发展的总趋势。

加入WTO后，我国软包装企业的最终竞争对手必定是国外的软包装集团，面对的将是激烈竞争的国际市场而不是封闭的国内市场，如果没有具备一定竞争实力的软包装企业集团和拳头产品，要想在国际市场竞争的汪洋大海中抗大浪肯定是行不通的。因此，我国中小软包装企业必须向大型企业和集团靠拢，通过对现有企业的技术改造和企业之间的联合、兼并以及股份制等形式建立跨地区、跨部门的企业集团，推动软包装企业的重新组合。在国家有关政策的指导下，实现软包装经济资源从分散的中小企业向大型和特大型的企业集团、从低效的劣势企业向高效的优势企业、从一般性国内市场竞争性领域向国际国内两个市场、两种竞争的战略性领域集中。通过扩大规模，实现规模经营，在创新的基础上，充分挖掘软包装企业的潜力，以规模创造出优势，利用优势扩大规模，不断找到市场给我国软包装提供的发展机会。

5. 必须坦然对待石油提价，将市场塑料材料价格风险降至最小

塑料软包装的材料基本上是以石油提炼后的副产品为原料加工而成的基材，如BOPP、CPP、CPE、IPE、LDPE、PET、PP、NY、甲苯、油墨、胶水等。这些材料无一不与石油紧密相关。塑料软包装产品的价值比重中，材料成本占其总成本的80%，占销售额的60%左右，所以石油价格直接影响着塑料软包装的成本。

（1）影响石油市场价格变化的因素

世界石油市场价格随着世界经济的波动呈周期性的变化，石油也是世界经济的晴雨表。影响石油市场价格变化的因素主要有三点：

政治因素——世界上政治形势的变化可直接影响石油的价格。例如2004年美国总统大选，在布什总统连任前，

随着其支持率的变化，石油价格时而上涨、时而下滑；布什连任后石油马上涨到51美元/桶。

战争因素——一场战争，尤其是产油国集中地的战争，对世界石油市场的价格影响极为明显。例如1990年的海湾战争，把石油推到30美元/桶；近两年石油价猛涨，则与伊拉克战争有关。

世界经济周期性变化的因素——a. 世界经济增长放慢，全球消费水平不振，对石油的需求将相对减缓；b. 1997年亚洲金融危机爆发，导致亚洲各国经济均遭到重大打击，当时石油价格滑落到10美元/桶；c. 国际闲散游资的操作，导致油价更是一路飞涨。例如2000年9月创造了十年来最高价37美元/桶。

（2）石油涨价对塑料软包装工业的冲击

石油价格的不断上涨，引发石化产品价格的全面上扬。而塑料软包装产品的原辅材料基本上都是以石化产品原料制作的基材，基材价格上涨，导致塑料软包装行业成本大幅上扬，一般经营都很困难。

目前，塑料软包装行业处于完全竞争的市场，各厂商投资规模不一，分布很散，行业协调能力较差，面对上游原材料厂商，在采购原料的谈判上处于劣势，得不到批量采购优惠的条件；在原料上涨与行业间激烈竞争的情况下，针对下游客户又不能有效地以提价来转移成本上涨的压力，整个行业处于非常不利的地位。

宏观经济环境持续低迷和行业内的恶性竞争，对软包装行业更是雪上加霜。持续几年消费需求不振，各厂商为争取订单都打价格战，导致本来就生产能力相对过剩的软包装行业出现以下情形——材料成本越来越高，而销售价格却越来越低，行业边际利润不断减少，行业获利能力大大降低。

（3）塑料软包装行业面对困境所应采取的对策

塑料软包装行业在持续几年的困境中，相互竞争杀价，使得行业内各企业元气大伤，缺乏持续发展的原动力，将导致设备改造和技术创新投入严重的不足。在业务拓展过程中，面对竞争的压力，不顾现实条件，无原则扩大对下游客户的授信额度，致使大批资金无法回收，成为呆帐和坏帐。

经过市场的残酷洗礼，行业内大部分企业已经觉醒，纷纷拟定新的经营策略，视困难为机遇和挑战，以迎接下一轮经济高潮的到来。

① 石油价格的上涨，预示着需求回升和经济增长，世界经济以及亚洲经济经过艰苦调整，目前已恢复强劲增长的势头，旺盛的需求将推动经济快速增长；

② 行业内部各企业近几年在艰苦条件下，更新设备，加大对技术开发的投入，不断加大对新产品的研发与投入，使软包装产品的附加价值整体上了一个台阶；

③ 石化产品涨价的幅度之大，持续时间之长，影响之广，已为各界所知晓，为软包装行业对下游客户提价以消化成本压力提供了有利条件；

④ 中国加入WTO，为塑料软包装行业提供了巨大的发展机遇，大批跨国公司在中国的投资对软包装产品的需求提供了广阔的空间，对品质和包装档次的要求也刺激了塑料软包装行业的发展。世界石油价格的涨升对中国塑料软包装行业的挑战和机遇并存，相对而言，在我国因第二个刺激内需政策的成功，对软包装行业来讲，机遇将大于挑战，我们相信软包装工业发展的第二个春天又会来临。

参考文献

[1] 赵延伟. 我国包装工业发展现状以及加入WTO后面临的形势与对策[J]. 广东轻工职业技术学院学报. 2003年第1期和第2期

[2] 赵延伟. 广东瓦楞纸箱包装发展现状与对策[J]. 深圳职业技术学院学报. 2004年第3期

[3] 译闻. 美国软包装材料发展的四大趋势[N]. 中国包装报. 2004年9月20日

[4] 陈昌杰. 塑料软包装发展趋势[N]. 中国包装报. 2003年12月29日

[5] 马平东. 塑料软包装的绿色化发展趋势[N]. 中国包装报. 2004年3月15日

中国包装杂志社 版权所有

地址：北京市东城区东黄城根北街甲20号 邮编：100010

电话：(010)64036046 64057024 传真：(010)64036046

E-mail:zazhi@chianpack.org.cn zazhi@cpta.org.cn