

从印刷百强看中国印刷业的变化趋势

资料来源:《印艺》2010年第9期总第321期 作者:王丽杰

《印艺学会月刊》出版总监李育才先生来信邀请,希望笔者参与「印刷未来之变和应变」的主题讨论。我想,对于这个具有前瞻性的题目,如何切入才能真实地把握行业的脉动呢?这时,由我主持的《印刷经理人》杂志刚刚做完「中国印刷企业100强」2010年度的评比工作。百强排行榜自2003年开始,历时已有八载,是中国印刷业强势企业的集体亮相,也见证了印刷产业规模格局的演变进程。由百强企业这个最为先进、且站在行业变革前沿的群落来观察中国印刷业的未来变化情况,应该是一个可参考的角度,能达到「窥一斑而见全豹」之效。

从今年的榜单来看,百强企业的变化趋势主要体现在以下几个方面:

其一

做大做强、资源整合之势将愈走愈强。本年榜单100家企业的2009年度销售收入总值为650亿元,据国家新闻出版总署最新披露的数字,2009年全国印刷工业总产值已超过6,000亿元。100家最强势企业占据的份额超过10%,考虑到这些企业在全国10万余家企业中,企业数占比仅千分之一,员工人数占比不足4%,就可见这些企业的巨大能量和在国内印刷业中所起到的作用。

从发展趋势来看,这些企业在行业中的角色地位会越来越重要,这将是内外因共同作用的结果。从内因来看,百强企业除凭借规模优势与品牌影响力稳定扩大产能外,多有通过收购、兼并、重组等加速度提升规模的计划和动作。今年百强中,已有15家企业销售收入过10亿元,10亿航母的企业家数创历年新高,就是一个很明显的例证。从外因来看,今年国家政策对印刷产业的着力点,是推动印刷产业由印刷大国向印刷强国的迈进,新闻出版总署也正在制定相关措施,将通过认定、扶植一批示范企业,加快印刷业转型升级的步伐。而这些将享受更优惠政策支持、加快发展步调的企业,也会向大型印刷企业或集团倾斜。

其二

增长极将由单一走向多元。从中国印刷业30年的发展历史来看,珠三角曾是强劲的增长引擎,港企北上与北书南印合流,造就了珠三角的印业繁荣与对全国各地的示范效应。但进入新世纪以来,随着与国际市场的全面对接和内需的快速增长,更多地区加速崛起,成为中国印业新的增长极。从今年榜单来看,珠三角百强24家,平均销售收入8.15亿元;长三角百强41家,平均销售收入6.17亿元;环渤海百强9家,平均销售收入5.34亿元;而在华中的湖北湖南、西南的重庆四川等地,新的印刷力量也在集聚。

由一枝独秀到多地走强,表明中国印刷产业将面临更为宽广的市场空间,而有实力的印刷企业也看准「多元增长极」的未来趋势,积极在各个增长极地带布点,抢占市场先机。广东、上海、北京,往往是这些企业的首选发展之地,而新的落子目标,正在中部、西部和东北地区显现。

站内搜索

科教

站内搜索

企业搜索

企业登记

自助链接

实用服务

疑难求助

印刷网站

其三

混业经营成为分散风险的重要方式。大型印刷企业在规模走强的同时，为了分散风险、稳健经营，往往采取混业经营的模式。在今天的百强中，更多企业由单一业务模式拓展为复合业务模式，尤其传统的出版物印刷企业，涉入包装印刷、其它印刷的情况比较普遍。

在内地印刷人的印象里，珠三角、长三角、环渤海三大印刷产业带有着鲜明的个体特征：珠三角的外单承接能力较强；长三角服务对更为综合的业务需求，例如包装印刷配套服务，居于主流地位；环渤海的出版资源最为丰富，出版物印刷企业相对集中。但是，印刷企业混业经营的趋势，正逐渐弱化上述地域特征。今年的百强榜单中，开始显现渐趋同化的迹象：在三大产业带，包装印刷的主流趋势都相对明显，混合印刷业务也成为大多数百强企业的常规业务结构。这或许在彰显着一个未来的发展主题：对广大内需市场的深度挖掘，对更广泛客户群体的全方位服务，会是未来印刷业发展的新动力。

其四

数字印刷技术加速融入传统印刷产业。百强榜单中历年都有关于「印刷方式」的统计，去年榜单显示，有11家企业引入了数字印刷方式生产。而在今年榜单中，这一数字已升至16家。在这些印刷巨头中，有的是传统出版物印刷企业引入数字印刷设备，甚至建立数码印刷中心开拓新的业务方向；有的是包装印刷企业尝试应用数字印刷技术，增加新的服务方式，改良业务流程；也有的是从事其它印刷业务的企业在探寻数字转型，其中包括票据印刷企业、文具印刷企业等。从这些行业中的先进型企业的探索可以推断，数字印刷的触角已进入广泛的印刷领域，并启动了加速融入的阶段。

▣ 相关文章

