



以全新的经营思维与眼光，创造发展契机

资料来源：《印刷新闻》第47期

『2003印刷市场的开创与挑战研讨会』摘要

台湾印刷产业受到经济不景气之影响，不少业者面临到业绩难以突破的困境。然而如果能积极在低迷的市场景气中找到开创市场的诀窍，就能将危机化为机为转机，再创事业高峰。财团法人印刷工业技术研究中心即将于六月二十四日星期二下午一时三十分假公务人力发展中心举办『2003印刷市场的开创与挑战研讨会』，邀请业界专家与您畅谈产业趋势、国际化、高值化的市场开创，使业者在了解本业后，以全新的经营思维与眼光，创造发展契机，走出正确的经营道路。研讨会共吸引了七十八位业界人士参加。

随着网际通讯科技的无远弗届，开创了更多接轨国际的商机，同时也将成为未来印刷企业必定要导入的作业模式。然而要如何与其它的同业有明显的市场区隔或是发展优势，端看如何随着企业的经营策略运用尖端的印刷科技来走出一条不一样的发展道路。『2003印刷市场的开创与挑战研讨会』的议题从印刷技术科技趋势的改变切入，分别由生产工具、商业模式以及业者最关心的市场开拓角度来探讨。会中邀请到一飞印媒体信息股份有限公司黄明聪总经理主讲「印刷产业市场发展趋势-就生产工具技术改变的观点」、永丰纸业股份有限公司黄义盛总经理主讲「印刷业商业模式的改变与创新」、沈氏艺术印刷股份有限公司钟旭东副理主讲「谈印刷业的海外商机拓展」。三位讲者不仅优丰富的企业实战经验，而且能够带给各位具有前瞻性的企业发展思维。

印刷产业市场发展趋势—就生产工具技术的观点

一飞印媒体信息股份有限公司黄明聪总经理于「印刷产业市场发展趋势-就生产工具技术改变的观点」讲题中指出，工具使用改变是一切变化的开始，以往产业区隔多以工具界定，印刷也不例外。印刷产业生产流程多，使用工具繁杂，数字化后进行工具整合，不只带来作业流程的改变，更是跨前、中、后的产业整合。整个过程中，由单一流程转化为整体甚至跨业整合。针对印刷业界最担心的则是品质是否禁得起市场考验，经过证明，藉由科技转型的印刷服务不仅带来更有效益的作业方式，同时也合乎市场运用。当产业退出障碍大于进入障碍，投资者必须随着客户需要而改变，同时也要兼顾接单量，否则将会造成负面循环。在这样的环境下，印刷业如不能找到市场定位，将沦于不幸。此时，首要任务即是回顾已开发市场，由经营管理的创新建立决心，找到经营立足点，才来考虑所要引进的技术；千万不要盲目引进新设备，再去寻找市场，要将印刷业由传统产业晋升必要有策略规划，才得以有创意地经营市场。

最后，黄总经理针对平版印刷与数字化制程结合后的未来的发展提出看法，提供与会者参考：

一、数字化最重要的是标准化，无论流程控管、经营，都要规划标准。

1. 书刊印刷：高品质周期短的少量多样印品
2. 报纸：早出报、出好报
3. 快速印刷：依需、快速、个性化
4. 印刷厂朝能接受多种电子文件及流程管理全数字化

5. 建立标准化规范，朝完整的数字化网络系统整合方向

二、现形印前市场被挤压，许多厂商转向设计、企划统筹。导入虚拟制版厂的概念，要把市场定位在哪里相形重要。

例如：

1. 印前延伸至企划、设计统筹
2. 导入虚拟制版厂的概念
3. 印刷在高度自动化的整合下朝建构网络印刷系统
4. 印后延伸至仓储、流通、销售
5. OEM>>ODM>>OBM
6. 人无我有、人有我优、人优我廉
7. On Demand Printing >> Books On Demand

三、数字化过程是个危机也是转机，重点在于有没有对自己的经营策略作定位。

例如：

1. 对于技术投资、培训、行销策略、客户服务管理办法等等提出的一些规划。
2. 注重促销产品或服务的创新
3. 注重员工培训与销售
4. 了解市场、留住客户
5. 提供个性化服务

印刷业商业模式的改变与创新

永丰纸业股份有限公司黄义盛总经理之演讲主题为「印刷业商业模式的改变与创新」。黄总经理从经营者的角度来分析目前台湾印刷业在经营面所面临的问题，包括：

一、市场竞争

1. 产能过剩。
2. 价格破坏：从一般的平版印刷机到轮转机价格上的差距增加了30%，点量轮转机到多夹轮转机又增加30%，景气不好又差距30%，总共就有90%的差距了。

二、出版业集团化发展

1. 服务的要求与议价能力：商周、天下、PCHOME这些集团整合后，印刷业在议价能力与品质要求之间，受到挤压。
2. 满足消费者的需求：个性化、个人化、互动的过程之间，消费者所需要的趋向跟过去不同。对印刷业来说，现有的软硬件设施有所落差。对于数字化的投资、人才培养等是否能合乎投资报酬率，将是很大的挑战。

三、数字化与自动化—人才、技术、设备、投资报酬的困惑

作业过程改变我们对客户服务的观念，工作流程、人才、技术等也产生变化。发展数字化成为节省工作流程的必要过程，过去繁复的印前作业将因此消失，远程遥控排程的工作已可以实现了。

四、消费者对内容传播方式的不同需求—互动、实时、个人化、少量多样

面对上述的环境与技术变革对于印刷业者带来的冲击，产业领导者如何驾驭新技术的应用、如何满足消费者消费行为的改变及需求、如何提升内部的竞争力(品质、成本、效率、服务等)的机制，以形成新的差异化的竞争优势；以及如何架构

新的商业模式去扩大经营的规模等，在此我提出一些个人想法及方向以为大家的参考：

一、架构新的商业模式

1. 印刷业者应扮演多媒体数字世界的整合者、2. 驾驭新科技的应用、3. 扩大与信息业的交流

二、架构新的服务机制与模式

1. 新的商业交易平台的设立、2. 新的数字流程服务机制、3. 以客户为中心的服务模式

三、架构新的产业定位与关系

1. 新的策略联盟关系、2. 数字服务的需求与专业的分工

未来，印刷业跟信息业的关系将会很密切，日本在去年度已经将印刷业当成信息产业；台湾近年来的大学印刷科系逐渐改制成平面传播、信息传播、图文传播等，由此可见一斑。最后对外的竞争力：印刷厂的差异化服务将是优势所在。无论如何，就是讲求时效，降低成本，提供更好的服务。

谈印刷业海外商机拓展

钟旭东副理于沈氏艺术印刷股份有限公司从事第一线的外销业务拓展已有数年之久，钟副理以其从事外销业务的经验告诉大家台湾印刷业位什么要重视外销，外销的商机又何在。

壹、为什么印刷业要加入外销呢？

一、台湾加入WTO 后对产业影响—因为受到进口纸的竞争，纸张每年价格明显降低。即便使用廉价的进口纸未必是一个很大的利基，纸张从国外进口的课税可能降低了，但是还是有许多因素，例如市场需求量问题。即便是做海外的生意，还是用国产的纸当作竞争优势，尤其国产纸张价格逐年下降，这就是我们跟海外相抗衡的优势。

二、外语人才之增加—十年前，留学回国的人开始增加，台湾的外语人才越来越多。

三、国内市场持平与产能增加国内市场持平这是保守的说法，其实应该说是国内市场萎缩。藉由产额增加，机器更新，造成价格下跌到与亚洲其它市场接近。某些制作费用也许还是比大陆高，但是我们已经具备可以跟香港与新加坡竞争的条件，逐渐踏入外销的市场之中。

四、设备更新与一贯化作业整合由于计算机化影响，不断地更新设备，越来越多的印刷厂以一贯化作业的处理来控制成本。

一、印刷沟通语言与制作整合能力印刷的语言在各国或有差异，这是需要学习的。

1. 产品规格与订单之确认—尺寸、纸张、制版、装订加工、包装运送：必须要考虑客户的要求，并沟通清楚，否则将造成成本增加。另外，也要将船运费用、货柜费、海空陆运输费、快递的费用等都要考虑在成本之中。

2. 打样确认与OK付印：客户要求打样的方式是传统印刷打样或是数字打样。值得注意的是，一定要客户看过打样并且百分百认可之后才付印。

3. 样书确认与出货：出货前的样书确认，必须要精挑细选这些样书给客户做审查，以代表那纸整批的书籍。样书确认完毕后再出货，出货时客户可能会要求送到 to port、to door、或是wear house，此时估价要格外注意，倘若外销贸易能有

强力的logistic company支持，才能减少浪费获取利润。

二、语文能力：最主要的还是英文的沟通能力。

三、贸易基本常识

1. 付款方式议订：贸易的时候客户多会开LC，但印刷业客户比较不使用LC，因此，贸易的时候要谈好，即使是小客户也要谈好付款方式。有些客户是open account，风险较大，此时要做征信动作，询问银行调查以前的纪录是较保险的方法。

2. 出口文件制作：主要的出口文件是发票，出口的时候要给客户的发票跟签收证明。

3. 应收帐款之催收：做生意重要，收钱更重要，千万注意付款方式跟征信。

4. 客诉处理与折让：客诉是一件头痛的事，我碰过的客诉有重印、重做、跟扣钱等都有，跟国内差不多。跟国内不同的是，有贸易的知识会更容易帮助贸易。

参、海外市场印前制作流程

刚才很多讲者都提到印前的变革跟未来的变化，印前在外销也是很重要的因素。客户如果是比较新的设计公司，可能会给电子文件；电子文件又分软件文件、PDF文件。进行打样之后，打有色彩管理的数字样后给客户修改后，再利用网络伺服作沟通。海外印刷时，利用数字化的流程、数字制版，虽然材料成本跟传统差不多，但是整个流程却比较有效益，因此节省不少成本；所以能走CTP就走CTP。

肆、海外印要刷主要市场分析

一、海外市场主要分析：

1. 包装印刷：纸盒部分由于上游厂商迁往大陆，所以目前亦在大陆发展居多；礼品印刷也是到香港与深圳发展。

2. 文化印刷：在做外销的时候先判断厂房以哪些产品为主要的方向，台湾是以杂志为主，我也想抓这块海外印刷，但是因为印刷方式跟设备的不同，进入杂志印刷实际上还是有一段差距，并不是那样容易进入。

二、主要采购市场地理位置

亚洲—日本、香港市场；欧美市场；纽澳市场

三、世界主要竞争对手

1. 欧洲—意大利（历史悠久、价钱公道）、西班牙（印刷技术强）、东欧（印刷技术强）

2. 美洲—墨西哥（价格便宜）

3. 亚洲—中国香港、新加坡、南韩、马来西亚、中国大陆

亚洲市场才是我们比较主要的竞争市场，香港、新加坡最重要、马来西亚是近几年才兴起的、南韩因为经济风暴因素抢单凶狠；目前最强势的还是拥有许多设厂与廉价公司的中国大陆。

 **相关文章**
