

2008年欧洲油墨市场影响因素分析

时间: 2008-08-19 来源: 科印传媒《印刷技术》 作者: 邱林华

【收藏】【打印】

虽然2007年欧洲市场油墨的销售量增长了2%，但对于欧洲油墨制造商和印刷商而言，2008年仍将是充满挑战的一年。尽管在某些市场或领域仍有一定的机遇，但总的来看，欧洲油墨制造商和印刷商在2008年将面临非常严峻的考验。这是因为欧洲大部分地区的经济发展减缓并累及到印刷行业，市场对印刷品和印刷油墨的需求开始下滑。但是，由于近年来欧洲东部地区许多国家的经济发展快速，从一定程度上缓解了欧洲西部地区经济低迷带来的压力，所以从整体上讲，欧洲经济增速减缓给印刷和油墨行业带来的影响可能并没有想像中那么严重。

在欧洲西部地区，由美国次贷危机引发的信贷紧缩政策，将进一步加剧印刷商资金链的绷紧和利润空间的压缩，并将导致印刷商对投资新设备和改造旧设备的热情不高，采购量减少。反映到油墨市场，就是对更高质量油墨的需求量下降。

2008年将是充满变数的一年，虽然以往每年油墨市场也都会有一些不确定因素，但是2008年尤为突出，前景显得更加扑朔迷离。

欧洲经济预测

受美国次贷危机引发的经济动荡的影响，官方对欧盟15个成员国GDP平均增长率的预测需要重新进行修正。2007年11月，官方预计2008年欧盟15个成员国的GDP平均增长率为2.2%，而2007年这一数字为2.7%。现在，经济学家预计2008年法国和德国的经济增长速度只有1.5%。在英国，房地产市场疲软导致消费者信心下跌并创出4年来的新低，同时致使英国部分金融机构陷入困境。

当前，欧盟成员国特别是欧元区的欧盟成员国，关注的主要问题是通货膨胀率开始急剧上升，而导致通货膨胀率开始急剧上升的原因之一就是能源、食品及其他生活必需品价格的大幅上涨。2008年1月，欧元区通货膨胀率已经从2007年年中的2%上升到3.2%。这引发了消费者对今后一段时期通货膨胀率在相对高位运行的恐惧和担忧，并将加剧经济的进一步衰退。

有分析人士指出，尽管印刷业及其供应商的销售增长率高于通货膨胀率，但一旦通货膨胀率达到2%以上，就很难再做到这一点。

尽管欧洲的经济情况不断恶化，但是在欧洲西部地区有些国家的经济仍呈现出健康发展的态势，比如北欧的瑞典、丹麦、芬兰和挪威（非欧盟成员国）的经济增长率可望达到2.5%的平均水平。

同时，欧洲东部地区一些国家的经济快速发展，正以高于西部地区国家2~3倍的速度增长。2007年，斯洛伐克的经济增长率达14%，拉托维亚接近10%，波兰和捷克共和国均在6%以上。俄罗斯经济以石油和天然气开采业为支撑点，2007年的增长率为8%，预计2008年仍能达到7%。由于欧洲东部地区国家所需的多种印刷耗材都依赖进口，因此，欧洲东部地区的经济发展态势对欧洲西部地区的油墨制造商及其他材料印刷供应商而言至关重要。

互联网带来的冲击

在欧洲西部地区，许多印刷商正面临着来自电子媒体特别是互联网的强大竞争压力，印刷行业处于困境之中，形势非常严峻。为此，由印刷商及其供应商组成的一些机构和组织开始联合起来，让广告客户、市场营销主管及其他媒体用户更加重视印刷品的优势。

2007年秋季，欧洲精美纸张制造者协会（European Association of Fine Paper

名家简介



名家: 邱林华

单位: 北京印刷学院
职务: 《北京印刷学院学报》副主编
简介: 1984年7月毕业于北京印刷学院印刷机械系, 获工学学士学位。高级工程师, 副编审。曾任《今日印刷》、《印刷技术》副主编、《数码印刷》主编。现任《北京印刷学院学报》副主编。

邱林华的近期文章

- 邱林华: 六项技术将促进全球防伪印刷业的发展
- 2008-2013年全球宽幅面印刷市场预测
- 标签数码印刷新品简介
- 中国生产的CTP版材在欧洲的用量将增长
- 工业用喷墨印刷市场趋势
- 印刷工业发展论坛后略谈数字印刷发展
- 浅谈标签数码印刷的印后加工设备
- 集成活件指示与跟踪

相关阅读

- 印刷行业CI/ELAB色差公式的评价分析
- 30多家打印店免费复印? 点子绝一年赚进一辆...
- 印刷质量测控条设计及制作
- 小投资高回报——教你投资快印店
- 印刷业薪酬问题之我见
- 中国印刷工业发展总结
- 弱市中的砥柱——2009百强读本
- 李永强谈“如何当好胶印机机长”

Manufacturers) 在印刷商及其他贸易协会的支持下, 投入500万欧元在欧洲西部推出了一项活动, 其口号就是“Print Sells”, 他们在营销和广告界选择50万人参与, 主要是市场经理、广告公司的客户经理、媒体采购公司的媒体活动策划人。该活动强调印刷品的优越性: “印刷, 你的品牌就在他们的手中。” 国际印刷及同业同盟会Inergraf表示, “触摸和感觉” 是让人感受印刷品效力的最有效的方式之一。

在欧洲西部地区, 互联网广告增长迅速。据位于英国伦敦的ZenithOptimedia公司统计, 2007年在整个欧洲西部地区的广告销售市场中, 互联网广告占到9%, 5年来增长了4倍。从广告支出额看, 英国是欧洲西部地区最大的广告市场, 其2007年互联网广告所占的份额为19%; 在瑞典和丹麦, 这一数字分别为18%和17%。ZenithOptimedia公司的出版负责人Jonathan Bernard表示: “目前, 欧洲西部地区互联网广告所占的市场份额越来越大, 已经超过了户外广告和广播广告。过去, 广告商主要是充分利用互联网广告的直接响应率高和互动性强的特点, 现在, 他们更是视互联网广告为一种品牌工具, 他们认为, 现在有相当多的人都在使用互联网, 宽带提供的视频功能更能吸引人们的眼球。” 互联网已经成为推动欧洲西部地区广告额快速增长的主要动力。ZenithOptimedia公司预测, 2008年互联网广告额增长率可能与2007年接近, 将达到5%。

由于广告客户纷纷转向在互联网上做广告, 杂志的广告收入相应减少。2007年杂志的广告收入几乎是零增长, 预计2008年将比2007年略增1.8%。

2007年, 欧洲西部地区报纸出版商努力使报纸的广告额增长率达到2%左右, 预计2008年的增长率可能仍将维持在2%左右。

2007年, 欧洲西部地区户外广告的收入增长了4.5%, 预计2008年的增长率为4.2%。由于数字显示屏广告的制作更便捷, 许多广告商都认为, 数字显示屏广告将比印刷的大幅面广告更具优势。

欧洲中东部地区增长迅速

欧洲中部和东部地区(不包括俄罗斯)是2007年全球广告市场中增长速度最快的地区, 据ZenithOptimedia公司统计, 欧洲中部和东部地区广告市场的平均增长率达到7.6%, 虽然预计2008年增速会略有下降, 可能为7.2%, 但欧洲中部和东部地区仍将是全球广告增长率最快的地区。

在欧洲中部和东部地区(不包括俄罗斯), 2007年报纸广告收入的增长率为5.4%, 预计2008年将达到8%; 2007年杂志广告收入的增长率接近9%, 预计2008年将达到7.5%。俄罗斯2007年的广告收入增长率为28%, 预计2008年会有所下降, 达到24%。

由于本地区广告商广告投入的增多, 欧洲中部和东部地区的出版物印刷商也从中获益, 同时也吸引了欧洲西部地区的出版商在欧洲中部和东部地区投资建立印刷中心。包装印刷领域的情况与出版物印刷领域类似。德国、英国及其他欧洲北部地区国家制造业工人的平均工资, 比波兰、匈牙利、捷克共和国、斯洛伐克等国家制造业工人的平均工资高5~6倍, 比罗马尼亚和保加利亚制造业工人的平均工资高10~20倍, 因此, 一些包装印刷厂开始向欧洲东部地区转移, 这也促使消费品生产商(尤其是食品及饮料生产商)着手实现包装的减量化。例如, 英国吉百利公司从英格兰向波兰转移生产厂时就被指控对环境不负责。批评者指出, 吉百利公司产品的主要市场是欧洲西部地区, 如果其把生产工厂建在欧洲东部地区, 两地相距甚远, 还要花费额外的运输费。吉百利公司则称, 公司已经采取了旨在实现包装减量化的有力措施, 普通产品包装每吨的重量将减少10%, 高档产品及礼品的包装将减量25%。

关键字: 欧洲油墨市场

评论(0) 【收藏】 【打印】 【回到顶部】

会员留言版

新会员注册

用户名: 密码: 验证码: 

登录并发表评论

重填