

赵志强：数字说形势，论印企发展之道  
中国经济形势

2008年GDP的增长率，在前两个季度仍然是增长，但是到了第三季度开始下降，到第四季度，跌得非常显著，也就说明我们收到世界经济的影响开始显现出来。

图 1

如图 1 所示。通过对比 2008 年和 2009 年的情况，我们可以发现总体经济形势企稳回升，经济快速下行阶段基本结束，短期增长底部正在到来。2009 年一季度已经开始往回走。刚在 7 月 17 日得到的数据，第二季度的经济已经开始回升，快速下行的阶段已经基本结束，预计短期增长会来临。

图 2

从图 2 可以看到，2008 年 11 月开始，首次出现负增长，12 月份出现大幅下降。但是 2009 年前 5 个月的数据，1 月将近 33.8% 下降，到现在 5 月以后只有 25.3%。可以看到，下降速率已经逐渐减缓，总体形势是起稳。

这两个大的形势让我们乐观起来。扩张性财政政策投资增长，对经济需求的拉动作用得到明显体现；央行适度宽松的货币政策为经济复苏保驾护航；刺激性经济政策加速结构调整，对相关行业的业绩增长具有正面影响。不乐观的因素如支柱产业和民间投资的增长前景尚不明确；就业形势仍然严峻，抑制消费增长；外需形势仍不景气，出口形势仍然严峻；外生冲击印发中国经济潜藏的深层次问题；产业结构的调整仍需较长时间。因为金融危机，很多老板都不敢投资，对前景还有怀疑。

纵观整个形势，有三个方面：（1）宏观经济是在弱势需求背景下的小幅增长。经济快速下行阶段基本结束，短期增长底部正在到来，经济增长呈现缓慢回升态势。（2）当前经济增长面临的困难和挑战仍然很多，国民经济回升基础尚不稳固，回升态势还不稳定，回升格局还不平衡，回升过程中还存在不确定、不稳定的因素。（3）从中长期看，国际金融危机带来的全球经济增长方式的改变尚需时日，中国经济单独走出全球经济衰退阴影的可能性不大，经济复苏之路仍然面临重重困难。

## 印刷产业与企业形式分析

### 全球印刷产业与企业状况

国内印刷企业受到的影响比国外企业要大得多。先看看美国，美国印刷业以每年 4-9% 的幅度下滑，企业数量从 4 万家减少到 3 万家；再看看德国，每年有 2%-3% 的企业宣布破产，2009 年的销售额预计要下降 2%；再看看英国，英国印刷从业人员从 20 万人减少到 8 万人，金融危机使其规模继续缩小；最后说说日本，日本印刷总产值从弱势增长转为负增长，再次进入行业调整期。

## 中国印刷产业与企业状况

2008年国内生产总值的增长率为9%，2009年预期增长率继续保持在8%，仍然保持强大的内需市场；印刷业发展与国民经济保持同步增长，2008年印刷业增长率稳定在7.9%；中国印刷业在未来几年仍将快速、稳定发展，预计年增长率6-8%；珠三角地区的印刷外贸加工业务受经济危机影响较大，但中西部印刷业发展强劲。

## 中国印刷产业与企业面临的挑战

持续多年的两位数高速增长，相对产能过剩；而上游产业和企业困难，直接影响到印刷产业，同时也存在着产业规模发展速度快，但产业集聚度不高；中小型企业数量居多，抗风险能力不足；产业市场调整期于企业经一个转型期出现重叠等问题。而全球化进程对产业结构和发展模式形成冲击，同时数字媒体和环保呼声对传统出版印刷的紧逼都让中国印刷产业面临着巨大的挑战。

在这样的大形势下，中国印刷产业面临着巨大的挑战，企业同样也面临着重重危机：

- 1、市场危机：业务减少，需求不足，市场饱和，竞争加剧；
- 2、政策危机：前景不清，变数增多，过于依赖，利用不足；
- 3、信心危机：悲观收缩，不思进取，拒绝合作，转行转产；
- 4、经营危机：开工不足，资金紧张，技术落后，效益降低；
- 5、管理危机：定位摇摆，策略多变，人才流失，成本偏高。

## 正视现实提振信心

尽管中国印刷产业面临着巨大的挑战，企业也同样遭受着重重危机，但是，正是在这样的环境下，我们更要树立信心抓住机遇。信心是一种从容的心态、积极地进取和克服一切困难的自信。在此，专家提出了以下观点与方法，帮助企业走出危机：

- 1、对企业危机根源的分析；
- 2、对形势发展的正确判断；
- 3、对自身情况的充分了解；
- 4、对现存问题的精细分析；
- 5、对既定目标的科学把握；
- 6、对可能面临挑战的预测；
- 7、充满必胜信心的行动。

## 印刷企业发展潜力

在充满信心，迎接挑战、克服困难的同时，我们首先要充分分析自身，挖掘内部优势，例如：人力资源优势、客户资源优势、营销资源优势、资金资源优势、技术资源优势、设备资源优势、品牌资源优势、社会资源优势、文化资源优势、研发资源优势。找到企业自身发展潜力，并充分利用各项优势资源，大力发展企业。

## 印刷企业发展机遇

在充分了解自身优势的情况下，还要紧跟形式，把握各项外部机遇，并创造适合

自身的发展机遇。

市场扩大机遇——扩大内需十大措施和 4 万亿投资；  
政策支持机遇——增值税转型改革和关税优惠政策；  
经营转型机遇——国家适度宽松的货币政策；  
管理效益机遇——PPI 持续回落；  
技改和对外发展机遇——外汇汇率变化；  
产业链发展机遇——文化发展产业发展鼓励政策；  
做大做强机遇——行业重新洗牌；  
品牌和文化建设机遇——市场的理性竞争；  
创新发展机遇——新技术、新设备涌现；  
质量和效益提高机遇——生产成本下降；  
增值业务发展机遇——新兴市场发展；  
进军新市场的机遇——产业发展布局规划。

创新发展成就未来

一个企业要想在可持续发展的道路上不断壮大，就要有更好的产品质量、更广的市场应用、更高效的企业服务、更高的效益以及不断创新的精神。

更好的质量

始终如一的高质量印品；  
满足客户需求的高质量印品；  
能够参与全球竞争的高质量印品。

更广的应用

抢占更高增值的业务领域；  
抢占更大更广的应用市场；  
依靠特色产品在竞争中脱颖而出。

更快的服务

依靠高效率生产加快服务响应；  
提高客户满意度创造更多业务机遇；  
依靠更快捷服务提高企业的服务声誉。

更高的效益

提高生产效率，全面提升竞争优势；  
降低经营成本，在竞争中更具竞争力；  
开拓新兴市场，扩大业务量。

创新发展之路

做强——明确企业发展定位，向主页做强发展  
做大——从自身条件出发，主动延长产业价值链  
做精——采取差异化竞争策略，争取特色领先  
做宽——有效整合资源，适时尝试多元化发展  
做快——主动应用新技术、新设备，抢得竞争先机

做好——降低生产成本，提高企业经济效益

做尖——转型经营模式，产品升级，向高端市场进军

做巧——重视软件建设，建立企业品牌战略

做优——争取资源整合，企业合作，优势互补，共同发展

做新——抓住政策支持，建立创新平台，促企业发展

优秀的印刷企业已经不再是纯粹的传统“印刷”企业。不仅仅是在印品的质量上精益求精，而且在服务上除了力求满足客户的需求之外，更能为客户提供更好的建议。企业正是通过这种附加价值的增值服务来击败对手，赢得客户的信任。

（根据赵志强老师的演讲内容整理，未经本人确认）