

drupa

全球趋势



第 4 份 drupa “全球趋势” 报告 2017 年执行摘要

简介

欢迎阅读第 4 份 drupa 全球趋势报告的执行摘要，本报告旨在跟踪全球印刷行业的关键经济和市场发展状况。在 2016 年春天成功举办 drupa 印刷展之后，Messe Duesseldorf 对从参观者中招募的印刷商和供应商专家小组进行了更新。本调查于 2016 年 10 月开展，参与者约有 1200 名，他们来自各个主要市场和地区，以及不同的行业。在此我们首先要对本次调查的参与者表示衷心的感谢。

每年八月，我们会向印刷商和供应商分发两个独立的调查问卷，其中包括部分相同的问题，但也还包含一些与每个群体直接相关的具体问题。此次调查共有 839 家印刷商参与，其中大部分来自欧洲（525 家，其余的 314 家来自全球其他各个地区，具有代表性。参与调查的 331 家供应商中有 220 家来自欧洲，其余部分来自全球各个地区，具有代表性，鉴于供应商数量相对较少，能收到这么多回复，我们感到非常欣慰。

我们的两个合作伙伴 Printfuture（英国）和 Wissler & Partner（瑞士）为开展和编制该系列报告付出了诸多努力，身为 drupa 的组织者，Messe Düsseldorf 在此向他们致以衷心的感谢。

我们希望，此份报告对您有用。我们欢迎您提出任何反馈意见，请发送电子邮件至 drupa-expert-panel@drupa.de。

drupa 团队
2017 年 3 月

drupa 全球趋势 2017 年 3 月



执行摘要

大多数地区的绝大部分印刷商和供应商的形势趋于乐观

根据两年前的报告，对于自己公司的经济健康状况（被称为“drupa 经济信心晴雨表”），印刷商和供应商均几乎普遍比较乐观。去年不同地区间差异较大，有些表现不错，有些艰难挣扎。2016 年情况类似，不过差距甚至更大。

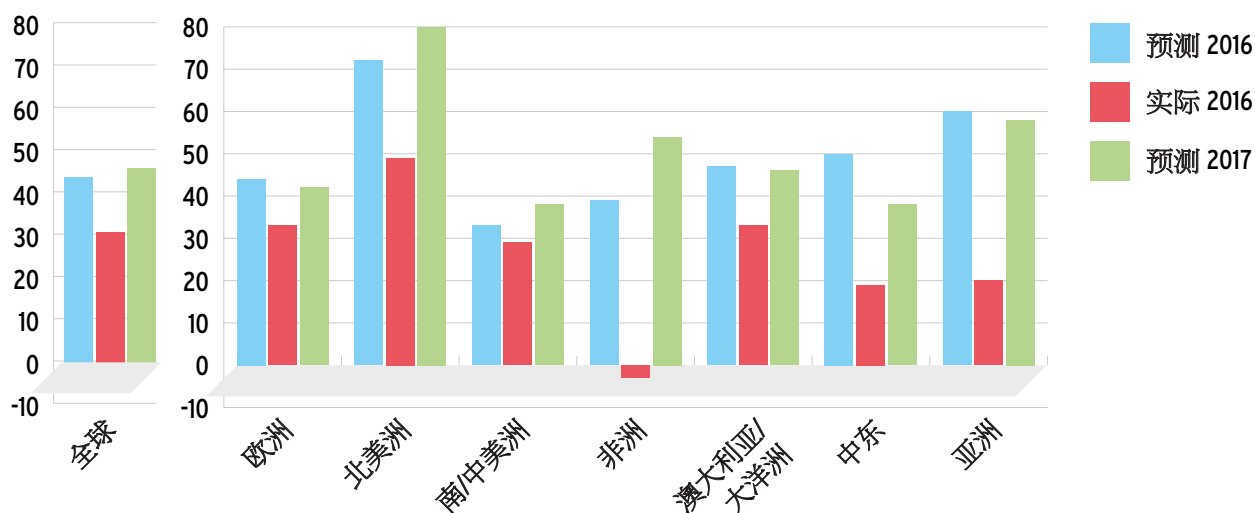
但是就全球而言，42% 的印刷商¹ 表示，公司当前的经济状况“良好”，11% 表示经济状况“较差”。此时，净差值为 31%。“净差值”就是我们在下表中所示及在后续很多表格中用到的数值。与往常一样，第二年的预期比实际情况

多少乐观一些，但在有些情况下差距令人吃惊，比如说非洲，信心呈现净下降。自 2013 年编制此系列报告以来的所有地区中，这种情况尚属首次。

1.各市场领域和地区的印刷商参与者人数在附录中提供。可能会也可能不会基于地区报告该地区的供应商参与者情况。由于大多数供应商在大多数情况下在多个市场提供服务，不尝试按市场进行分析。

2017 年 drupa 印刷商晴雨表——经济信心

乐观与悲观百分比净差值



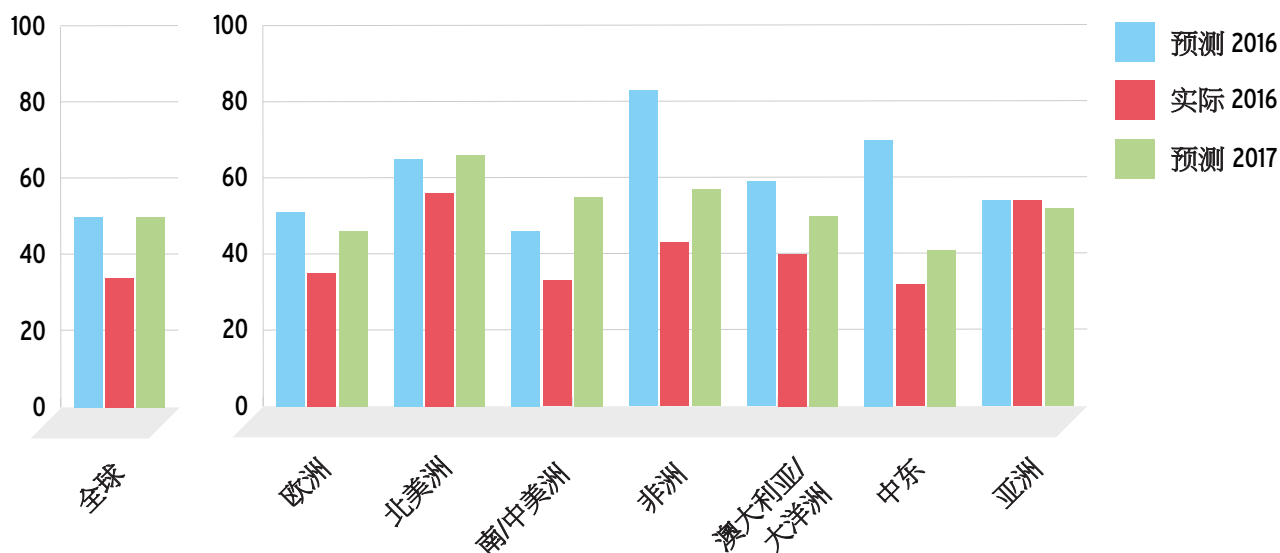
您如何评价贵公司当前的经济形势？您对未来 12 个月公司的经济状况有什么预期？

如果深入到全球终端市场领域，全球功能性和包装印刷商的信心高于商业印刷商，而商业印刷商又高于出版印刷商，这种模式自 2013 年一直持续到现在。但是这样的全球摘要会掩盖地区层面的重大差异。非洲和亚洲的出版印刷商比商业印刷商更具信心，澳大利亚/大洋洲及中东地区的情况则恰好相反。

总体而言，供应商的乐观情况相似，其中称公司经济状况“良好”的占 56%，称状况“较差”的仅占 6%，净差值为 50%，与去年情况相同。令人奇怪的是，地区差异低于去年。

2017 年 drupa 供应商晴雨表——经济信心

乐观与悲观百分比净差值



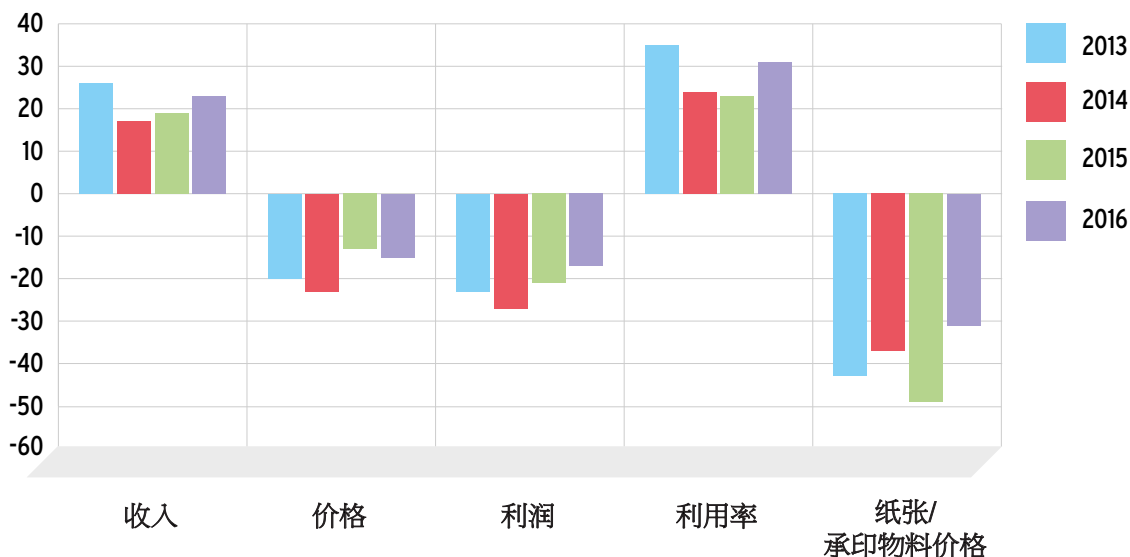
您如何评价贵公司当前的经济形势？您对未来 12 个月公司的经济状况有什么预期？

可能印刷商和供应商的展望普遍较为谨慎（且可能较为现实。主报告中的经济摘要显示，这种谨慎具有充分理由。

印刷商和供应商自己更为详细的财务业绩数据支持这一更为保守的观点。全球印刷商均表示价格持续下滑，但不断提高的利用率对此形成了弥补，因此整体收入的攀升乃以利润的不断下降为代价而实现的。

全球印刷商财务业绩指标

乐观与悲观百分比净差值



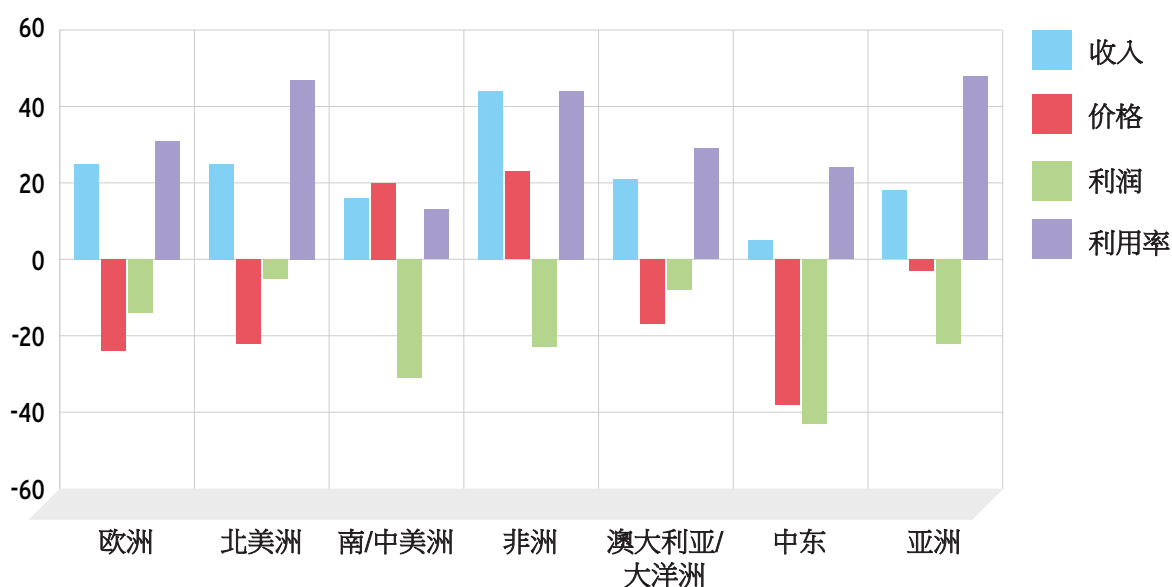
在过去 12 个月，贵公司的收入、价格、利润、利用率和纸张/承印物料价格如何变化？

深入到地区和市场领域数据来看，情况更为复杂，举例来说，南/中美洲和非洲报告称价格呈净正增长，而中东则报告称价格和利润均严重下滑。同样，北美的出版印刷商表示收入、价格和

利用率下滑，而南/中美洲和非洲则报告称所有三个指标均呈现增长。

2016 年各地区印刷商财务指标

乐观与悲观百分比净差值



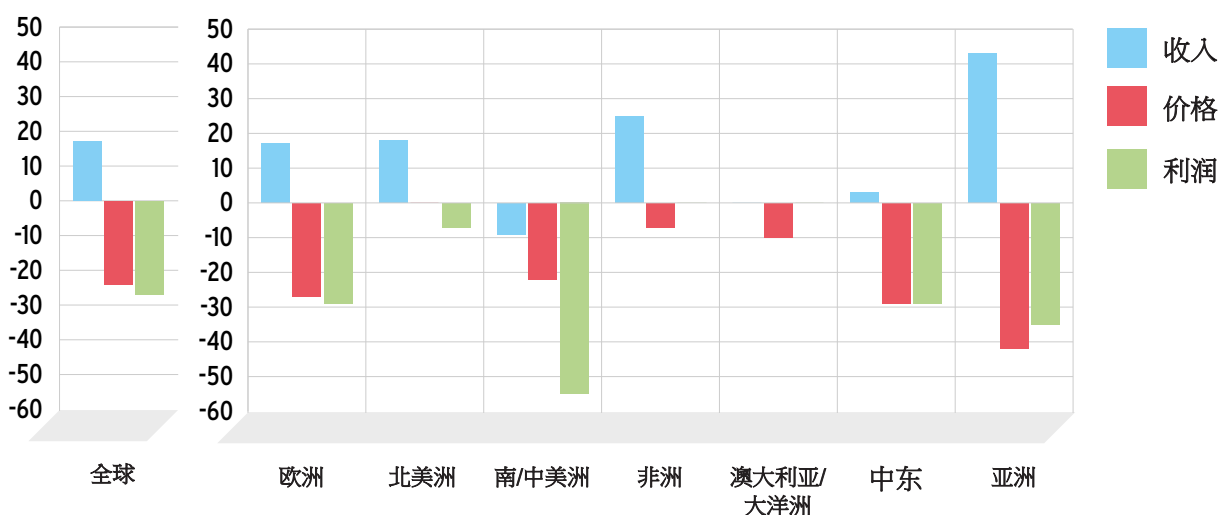
在过去 12 个月，贵公司的收入、价格、利润和利用率如何变化？

尽管利润普遍受到挤压，全球员工人数继续增加，净差值为 +9%，范围介于北美洲的 +21% 到南/中美洲和澳大利亚/大洋洲的 0% 之间。尽管全球生产员工人数增长了 9%，但管理员工略有下滑，幅度为 -2%。在较发达地区，出版印刷商雇用的员工人数出现急剧下滑，例如北美洲为 -21%。

就供应商而言，全球模式相似，收入增长 17%，但价格下滑 -24%，利润下滑 -27%（但是这一数值乃三年来最佳，即最小的负净差值）。地区情况同样并不均衡，其中中东和南/中美洲正在艰难挣扎。

供应商财务业绩指标 - 净差值

乐观与悲观百分比净差值



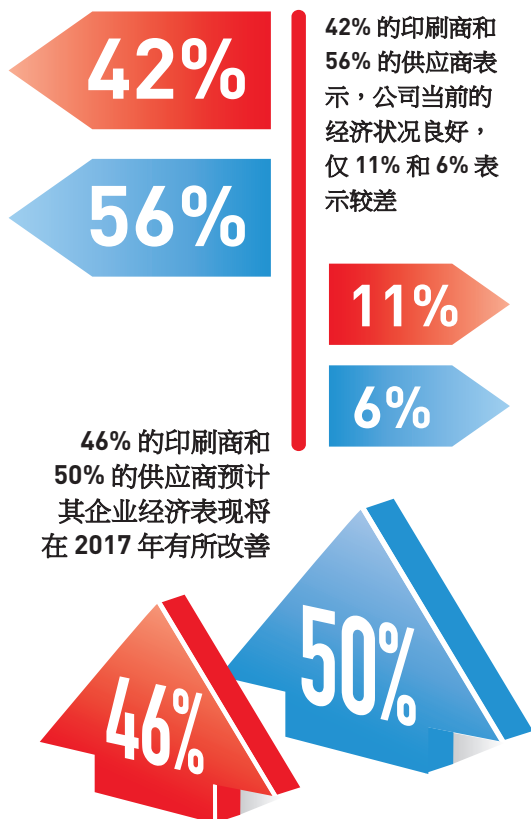
在过去 12 个月，贵公司的收入、价格和利润如何变化？

您可能预计全球和地区金融市场状况同样会影响印刷商和供应商。但情况并非如此。从全球印刷商报告的情况来看，今年所有主题的财务状况都有所改善（除了应收账款天数像供应商报告的那样呈现恶化态势。全球供应商报告的所有主题都在恶化，南/中美洲、非洲和中东地区尤其如此（这些地区的印刷商意见一致）。

就所用印刷技术而言，印刷行业非常多元化。在所列的十六种技术中，有十四种在至少一个市场领域中的渗透率等于或高于 10%。在 2016 年印刷量净差值方面，数字碳粉单页纸彩色印刷总体

遥遥领先，为 +25%；其次是数字喷墨卷筒纸彩色，为 +11%。深入到市场领域来看，情况较为复杂，举例来说，单张纸胶印总体增长率为 8%，这在很大程度上归功于包装和出版市场，同时由于包装和功能性市场，柔版的总体增长率为 8%。

您公司的业务状况如何？

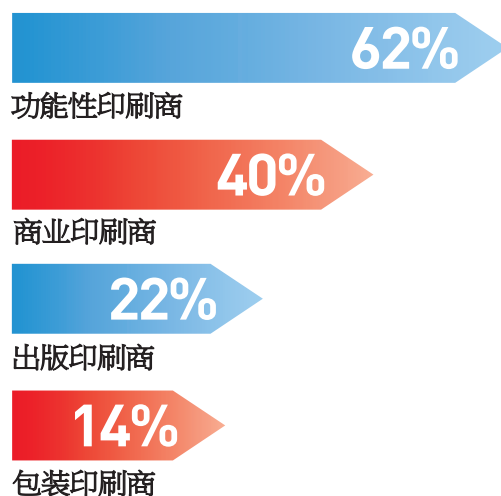
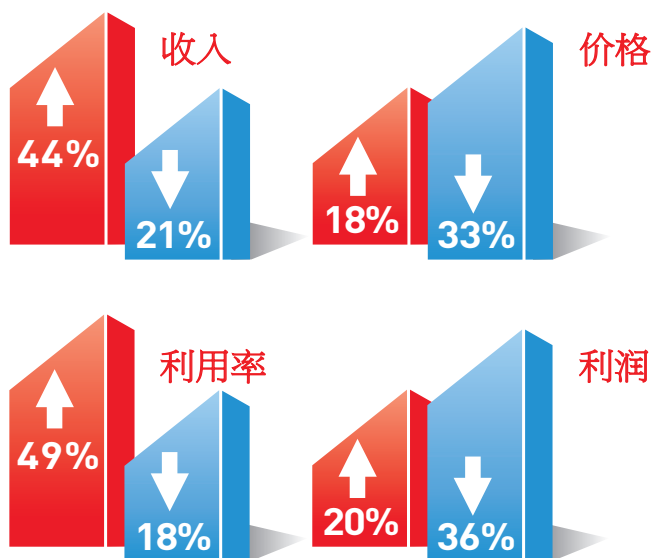


数字印刷

报告来自数字印刷的营业额超过 25% 的印刷商比例

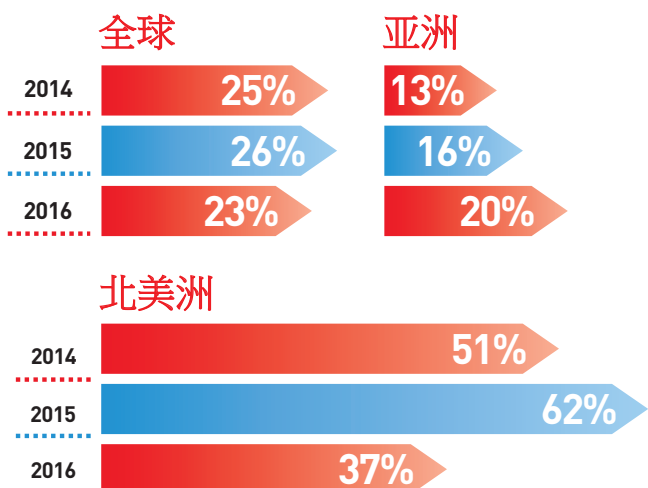
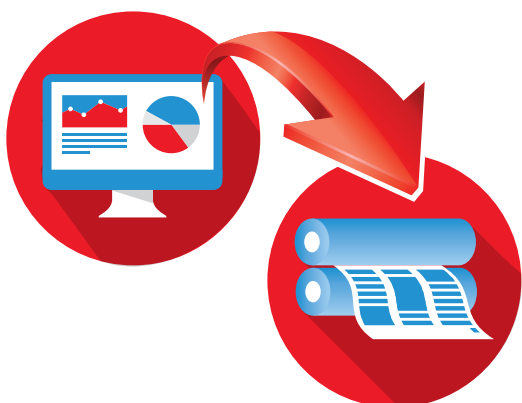
印刷商的关键财务指标

报告增长
报告下滑



网络印刷

运营网络印刷商店的印刷商比例



传统印刷生产组合今年继续延续过去的趋势，印刷作业长度越来越短，印刷生产前置时间不断缩短，并且从业人数不断增长。但是，在向数字印刷明显不可逆转的转变方面让人深感意外，因为来自数字印刷的营业额占比有少量但明显的减少，这是第一年出现这种情况。深入分析市场领域，数字印刷对功能性市场的影响明显最大，其次是商业印刷，然后是出版印刷，再然后是迄今为止只受到轻微影响的包装印刷。

让人失望的是，可变的数字印刷占比（按价值）仍旧一如既往地未曾增长。2013 年，当时采用数字印刷的印刷商中，报告称 25% 以上的数字印刷是可变数据的有 19%，而 2016 年这一数据变为 18%。由于可变数据是数字印刷中主要的增值成分，这一趋势令人感到担忧。

本年度另外一个让人忧心的数据是，报告新增网络印刷/Storefront 设备的印刷商占比明显降低。经过几年的稳步增长之后，今年显著下滑，全球幅度为 3%。并非所有地区都下滑，但有些地区的数据具有决定性意义，例如北美洲下滑了 25%。

资本支出

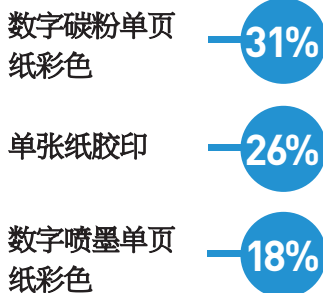
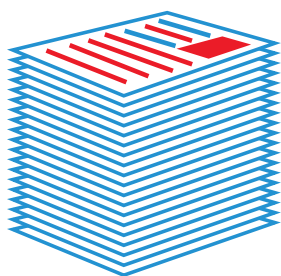
在 2016 年春天 drupa 印刷展大获成功之后，我们已从出席者中重新招募了 drupa 专家小组。他们在印刷展上观看了印刷行业未来无与伦比的技术展示，因此他们自然就会有投资该未来的雄伟计划。除了中东外，所有地区的印刷商都报告称会不断提升资本投资水平。就不断提升资本投资水平而言，功能性和包装印刷商的信心要高于出版和商业印刷商。整饰投资首次成为头等优先事项，印刷技术紧随其后。但是，随着印刷商开始意识到提高自动化的需求，印前/工作流程/管理信息系统投资将会有所增加。

就印刷技术投资计划而言，单张纸胶印已将数字碳粉单页纸彩色从第一的位置上完全拉下来，数字喷墨单页纸彩色快速增长，与柔版并列第三。细分到市场领域，在本报告历史上，即自 2013 年以来，各市场领域首次出现不同的市场主导者，其中商业领域为数字碳粉单页纸彩色，出版领域为单张纸胶印，包装领域为柔版，功能性领域为数字喷墨卷筒纸彩色。

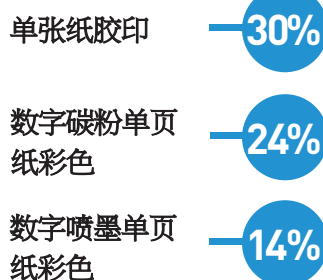
供应商的资本投资计划依然呈现全球强劲态势，大多数地区预期会实现净增长。但有例外情况，即有些地区在业绩方面仍步履维艰，比方说南/中美洲和中东地区。到目前为止，最受欢迎的投资类型是新销售渠道的开发（46%），但即使是研发这种最不受欢迎的投资类型也达到 20%。这是有史以来的最佳水平。明年，供应商在营销方面的投资将会有所增长，产品培训和贸易展依然是该预算最普遍的用处，但在线内容和教育几乎是增长最快的客户支持工具。

顶尖印刷技术投资计划

商业



出版

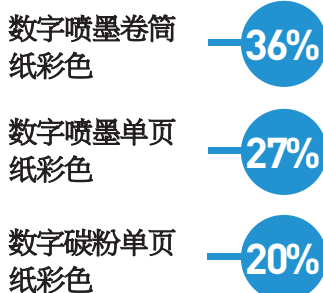
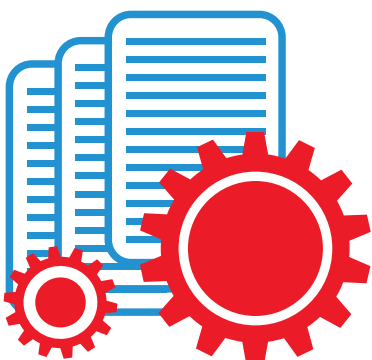


包装

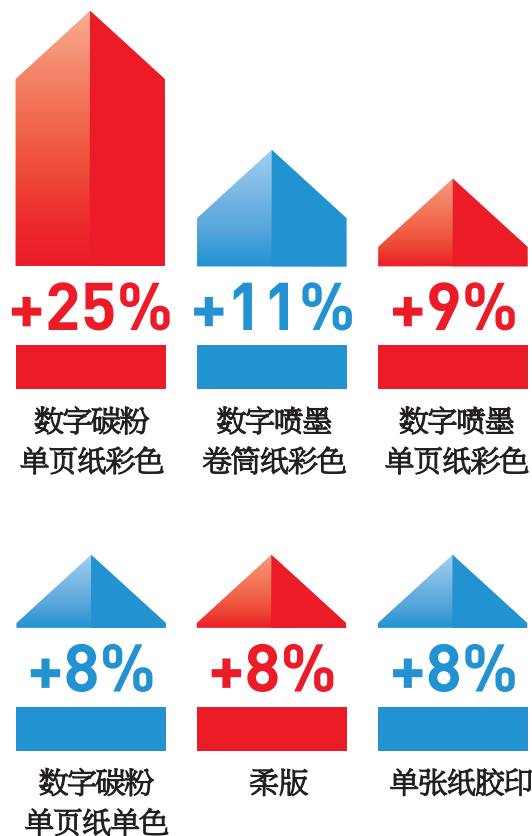


三种技术并列第三：
数字碳粉单页纸彩色
数字喷墨卷筒纸彩色
混合胶印/柔版/数字

功能性



各种印刷工艺的印刷量变化



头等投资优先事项

52% 整饰

51% 印刷技术

42% 印前/工作流程/管理信息系统

战略上，印刷商和供应商都同意最大的增长制约因素是缺乏需求而造成的激烈竞争。但细究销量不足的原因，印刷商一致认为寻找新客户是最困难的；而对供应商而言，则是具有竞争力的定价。至于如何最好地提高盈利能力，印刷商认为应该要裁减员工/提高生产力并同时采用新印刷技术，而供应商则将会依赖新产品和新销售渠道。

特定市场趋势

面对数字通信的影响，我们鼓励商业印刷商寻找新的收入来源和新的增值服务。从已有的四年的数据来看，除了宽幅印刷从 2013 年的 37% 上升到 2016 年的 50% 之外，可以说目前没有任何此类增长的证据。北美洲在增加新服务方面一马当前，但即使在该地区，也有一些证据显示，提供的服务范围下滑。虽然北美洲再次遥遥领先（38%），多渠道或跨媒体服务依然属于少数应用（全球 18%）。

正如整篇报告所例证的那样，出版印刷商正处于向数字媒体调整的最艰难时刻。越来越多的书刊提供在线版本，同时发行量随之减少，但输给仅在线版本的书籍数量依然非常低。诸如个性化、版本化和丰富多变的内容等创造增值服务的其他方式正不断增多，但速度缓慢（北美洲再次领先）。突破传统印前、设计和存储/实施选项，增加新增增值服务的出版印刷商仍旧相对较少。

包装印刷商迄今为止至少所受数字媒体的影响相对较小，在所有地区依然普遍具有自信。

另一方面，增值 SKU 的采用水平在大多数情况下依然较小，其中最常采用的是交互式功能。显然，数字印刷正开始产生真正的影响（全球 32% 的公司提供），最常用于标签，其次是柔性折叠纸箱和瓦楞纸上的一些标志。

对于功能性印刷商而言，情况依然非常乐观。该市场领域的公司不断增加支持它的资源，因为大多数应用都有不错的增长率。对于大多数应用来说，喷墨是占主导地位的印刷技术（从 2014 年的 61% 上升到 2016 年的 74%）。

总结

在 2016 年春天成功举办 drupa 印刷展之后，该调查提供了统计支持，显示出印刷行业正从全球经济衰退和数字通信影响的双重打击之中恢复过来。印刷商报告收入的持续增长抵消了定价和利润的下降以及强大的资本投资计划。对供应商而言，从增加收入和利润以及强大的投资计划可以预见，未来前景一片光明。

良好态势目前还尚未普及；尽管功能性和包装印刷呈扩张模式，出版印刷则偏重防御，而商业印刷则处于两者之间。在地区方面，中东具有影响业绩的长期问题，非洲和南非/中美依然脆弱。

所有印刷公司都必须继续适应并迎接目前的市场挑战。这意味着需要坚定地走向高效和自动化，同时还要学习新技能以及开发新的增值服务。尽管如此，我们依然欣慰地报告，总体而言，印刷业已重新恢复魅力。