

8%

近日,财政部网站公布了2014年关税实施方案。该方案明确指出,2014年将对“幅宽≥60cm的喷墨印刷设备,可与网络或自动数据处理设备连接”执行最惠国税率8%,2014年暂定税率为5%。此外,方案还指出,将对“凹版印刷机,印刷速度≥350米/分钟”执行9%的进口商品暂定税率,而此类商品最惠国税率是18%。

观察

创新让民营印企“弯道超车”

自己的企业拥有多少项产品专利技术?有几项产品拥有自主知识产权?自己企业产品的研发投入在销售额中的占比能达到多高?民营印企在自问中寻找自身发展的位置。经济体制转型和市场竞争加剧带来了巨大冲击,优胜劣汰的竞争法则表明,唯有适应才能生存。

或许规模比不上国有企业,或许地盘比不上国有企业,或许实力比不上外资企业,然而经过30多年发展,民营性质的印刷企业在全国百强印刷企业中占了10%左右的份额,在建设印刷强国中具有举足轻重的作用。这一切,都要归功于民营企业灵活的机制与创新氛围。

学习基础上的创新,不是简单的拿来主义,而是通过思考,探索属于企业自身的发展思路。超强的可变性信息处理能力以及快速响应速度令广东天元走出一条与其他印刷企业不同的差异化发展道路,为客户提供省心省力全方位的服务模式令广东天元成为行业中的一匹黑马。“只要客户有需要就毫不犹豫地提供服务,同时拓展供应链的相关环节。”这正是广东天元的理念。据悉,广东天元花费3年时间在印刷包装、金融服务等行业的可变数据处理能力方面崭露头角,更发展成为一家有着各种创新产品及零库存物流管理成功经验的综合性印刷企业。

“不但要做到人无我有,人有我优,更要做到人无我也优。”技术创新已经不仅仅是达成包装制品(苏州)有限公司发展的原动力,更成为了达成包装人不断前进的“潜意识”。达成包装运用它手中神奇的“魔术棒”,将原本颜色发黄、印刷粗糙的低质瓦楞包装产品,“变身”成了各种带有特殊功能的纸箱,在包装领域开辟出新战场。

用差异化战略启动创新,进一步延伸业务,定位细分市场并将它做精、做专、做优,从服务创新到技术创新,民营印企不断发挥自身优势,实现超越。面对新一轮经营创新中的重新洗牌,关键是要走好自己发展的转变之路。

网络发票带来的生存危机

2013年4月1日,《网络发票管理办法》开始正式施行。网络发票作为开具发票的一种形式,不但节约印刷节约成本和时间,同时在行业规范管理内加强了税务监管和消费者保护。此次《网络发票管理办法》的出台,对于一些以税务发票为主营业务的印刷企业而言,势必将面临着新一轮冲击。然而,从纸质发票到网络发票,再到电子发票,是票据印刷发展的必然趋势,难以逆转。

据统计,2012年我国共有各类票据印刷企业近5000家,票据印刷业工业总产值约为230亿元,比2011年增长4%,比2009年增长近44%。与此同时,受商业票据电子化、网络化的冲击,2006年以来,我国商业票据印刷行业增速减缓,甚至呈下降趋势。

与某些受到重击的印刷企业不同,重庆市远大印务有限公司未雨绸缪,转“危”为“机”,在互联网以及数据运营上寻求突破。2012年,远大印务斥资2000万元建立重庆远见信息技术有限公司,研发了网络(电子)发票手机开票和智能终端防伪查验技术。与此同时,远见信息承担了国家发改委、国家税务总局等八部委的中央部门政策性试点“网络(电子)发票”三方服务平台建设与研究项目。

在新政策与市场竞争环境下,不少印刷公司主动调整产品结构,积极提升产品等级,为突围做好准备。例如,四川财新印务有限公司开发票据数据防伪管理软件,实现了向上游数据管理系统的业务延伸,进而从印刷行业向信息技术产业转型。东港印刷公司目前正逐步转型为集票据印刷、彩色印刷、数据处理打印、制卡等多品种服务于一体的综合服务商。与此同时,也有企业主动选择缩小发票业务的比重。东港股份2013年的发展规划是在保持商业票据产品市场份额的基础上,大力发展智能卡、个性化彩印、数据处理打印等新产品,形成多品种产品战略格局,保持经济效益稳步增长。

“不转型就等死”是摆在众多票据印刷企业乃至整个印刷行业面前的生存挑战。在数字化发展趋势之下,未来的票据印刷业,必将走向传统与数字、单一印刷和综合服务、高产品附加值与先进生产技术相结合的道路。对于票据印刷企业,网络发票既不是开始,也不是结束。只有摆脱对传统业务的依赖,结合自身情况,从行业发展与政策指向中分析优势与劣势,找准自身的位置及转型的方向,才能开拓更大的生存空间。

多元化成为印企“发动机”

多元化之于印刷,好比树干之于树枝,无论多元化怎么走,枝桠如何派生,始终脱离不了主干,离不开印刷根基。产能过剩、重复建设等内部环境,经济增速下降、书报刊发行量下降等外部环境,面临发展中的内外交困,以印刷为主干的多元化尝试,成为越来越多印企发展中的主旋律。

其实,从先行者的经验来看,印刷企业多元化之路有两种,一类是产业链延伸式,以印刷为中心,向上游扩张,在整合产业链,获得竞争优势;一类是非关联投资式,涉足食品、涉足金融、涉足房地产等。然而,隔行如隔山,每个行业都有自己的游戏规则。对于一个企业来说,进入一个新的领域将面临巨大的挑战,有着无法预知的风险,所以说多元化就好比一支“带刺的玫瑰”。相对于选择自己不熟悉的领域和行业,更多企业选择延长产业链,实现印企发展多元化。

“即便经历艰难,但也要看得透彻,去发现商机。”一直以出口为主的雅图仕,近年试图实现由代工生产到“传统印刷产品+科学技术”的转变。雅图仕大力发展电子印刷应用,先后将其应用到了智能包装、书籍、玩具中,令印刷产品更加多元化,并通过内部信息化管理改革,产业链延伸、厂内外物流整合等方式突围。

2013年5月,新华社印务有限责任公司在选择耗材物流经营的基础上,又进行一次主动出击,创办了新华社印务网站。从成为印务界重要新闻信息的集大成者到建立自己的分析师队伍,印务网制定逐步发展目标。目前印务网已经通过链接网站,承接广告实现了收支平衡。

面对着来自于经济环境不利及数字媒体冲击所带来的挑战,找准资源优势,实现产品多元化、渠道多元化已经成为报纸印刷企业转型发展必由之路。然而,无论产业链延伸至何方,对自身有清晰的认知,并进行人才和资金的积累,才是印企的制胜法宝。

11.3%

据最新统计数据,尽管废纸供给量受到限定,但俄罗斯的再生瓦楞纸产量超过了100%的纸浆产品。过去3年间,俄罗斯的再生瓦楞纸产量年增幅达11.3%。相比之下,100%的纸浆产品年增幅仅为3.7%。由于再生瓦楞纸产量增幅显著,2010年-2012年,俄罗斯国内瓦楞纸衬垫的销售价格达到生产成本的1.7倍,而西欧再生瓦楞纸价格为生产成本的1.25倍,前者显著高于后者。

数字

(上接第30版)

热词5 收购

2013年的印企收购可谓风起云涌,在面临转型的关键时期,许多印企都将收购视为“发动机”,想要以此带动自身的转型和发展。众所周知,收购是指一个公司通过产权交易取得其他公司一定程度的控制权,以实现一定经济目标的经济行为。当该经济目标指向同属于一个产业或行业,即生产或销售同类产品的企业之间发生的收购行为被称为横向收购;而生产过程或经营环节紧密相关的公司之间的收购行为则被称为纵向收购。

CERADROP公司在3D印刷领域也居领先地位,其设备主要应用在陶瓷3D印刷、有机电子元件等领域。

此外,美国Alcom印刷集团在12月宣布收购了美国宾州桑德顿市的Macorp印刷集团。据了解,此次收购将扩展Alcom公司在单张纸印刷、卷筒纸印刷、数码印刷、直邮、包装、家居、插页、分发、印刷管理和整合通讯解决方案等方面的服务能力,也将帮助Alcom公司迈入大版面印刷市场。

与纵向收购不同的是,横向收购其目的在于消除竞争,扩大市场份额,增加收购公司的垄断实力或形成规模效应。如今年美国包装公司为了增加其集装箱板的产能,欲以12.8亿美元收购博伊西公司。又如9月10日艾司科公司CAPE系统公司的收购。据艾司科公司相关负责人介绍,收购后两家公司可以更好的发挥各自产品和客户优势,艾司科的包装软件Artios CAD将和CAPE PACK软件得到进一步紧密链接。据悉,CAPE系统公司是一家专门提供包装设计、平台和供应链服务软件的供应商,收购完成后,CAPE系统公司的人员和产品,将并入到艾司科公司的产品序列和组织机构中。

横向收购特点之一是可以帮助印企实现业务互补。2013年9月25日美国多彩印刷公司对两家欧洲标签印刷企业的全额收购就属此类。两家被收购的公司分别是苏格兰格拉斯哥市的约翰·沃森公司和瑞士纳沙泰尔的GC公司。据悉,这两家企业的年销售额约为2000万美元。约翰·沃森公司是英国领先的烈性酒凝胶标签生产企业,收购后可以与多彩印刷现在在格拉斯哥的业务进行整合,后者为烈性酒和葡萄酒企业生产不干胶标签,这两部分业务可以实现互补;GC公

司是瑞士最好的葡萄酒标签生产企业,位于瑞士法语区的纳沙泰尔,对于多彩印刷在法国已有的业务是个很好的补充。

横向收购特点之二是可以帮助印企实现强强联手,并拓展寻找客户的渠道。比如赛鲁迪旗下伯奈尔公司被艾特莱斯公司收购。艾特莱斯公司是一家从事平压平模切和缠绕辊模切领域的公司;伯奈尔公司致力于打造精良的轮转模切工具和快消产品包装系统。伯奈尔和艾特莱斯的组合可以说是行业内的一次强强联合。艾特莱斯公司主席兼CEO肯尼司茂特认为,借助伯奈尔公司的生产能力和其在美国、中国市场的销售渠道,不仅能提高艾特莱斯在技术方面的领先优势,还可以拓宽寻找核心客户的渠道。

横向收购特点之三是完成印企的区域占领的目标。12月11日,位于美国新泽西州的柯尼卡美能达美国分公司宣布收购Copy Source公司。作为收购协议的一部分,Copy Source公司将作为柯尼卡美能达的全资附属公司,继续保留原有的60多名员工。柯尼卡美能达美国分公司董事长兼首席运营官Rick Taylor认为,Copy Source公司作为这片区域内领先的商业解决方案公司,可以帮助柯尼卡美能达在佛罗里达州南部更加站稳脚步;Copy Source公司董事长Tim Marshall同样认为,Copy Source的顾客和员工会使柯尼卡美能达的团队大大受益。

可见,在2013年众多的印企收购案例之中,纵向收购呈现出强化技术和扩展领域两大趋势,横向收购则表现出业务互补、强强联手、区域占领等特点。而随着印企转型趋势的加剧,这股收购的热潮或许不会快速消退;对于想要通过收购发展自身的印企,更重要的还是“对症下药”。

热词6 标准化

数字印刷是近年来飞速发展发展的技术,数字印刷标准化建设成为2013年业界关心的重要问题。目前国内印刷业的利润低微,竞争异常激烈,这就使得流程的标准化越发的至关重要。印刷标准化作为生产控制的指引,是印刷企业内部、印刷企业与客户之间的共同语言,它是客观的准则。实施标准化能切实提升印刷企业的产能和效率,逐步成为目前世界的大潮流。

艺、材料以及生产操作的标准,打造了品质策划标准体系,用于指导、规范生产。

北大方正也提出了“印刷标准化、数据化和规范化”色彩管理标准,遵循相关的标准,对彩色复制的各个工艺环节,通过正确的测试手段和方法,获取相关的数据,并通过科学分析,综合归纳出各个工艺环节的图表数据、曲线等等,以规范操作,正确指导生产,做到有规可循、有范可效、有依有据。例如方正易彩服务:遵循国际、国内相关印刷质量标准要求进行印刷各环节工艺控制;引入科学的色彩管理方法和控制技术,印刷各环节工艺数据化;制定印刷工艺全流程的技术指导文档,规范操作,贯彻执行标准。

2013年11月4日,全国印刷标准化技术委员会在合肥召开《数字印刷系统使用要求及检测方法》起草组第2次工作会议。来自杭州日报报业集团盛元印务有限公司、杭州电子科技

大学、理光软件研究所有限公司、佳能有限公司、北京盛通印刷股份有限公司等的20多位专家和技术人员参加了会议。

国际印刷标准化已经有约40年的历史,而我国对印刷标准化的研究还不到20年,大部分印刷企业对印刷标准化认识还是很不足。部分印刷企业越来越喜欢唯标准论,认为只要有标准就是好的,并专注于各种标准的认证,认为只要制定了标准,自己的企业就顷刻间达标了。殊不知,制定标准和真正实施标准化的过程控制完全是两个概念,只制定标准却不去实施,将使标准成为一纸空文。

按照我国印刷业“十二五”发展规划,“十二五”期末要实现从印刷大国向印刷强国的转变,而标准化是建设印刷强国的重要指标和条件。目前印刷业推行数字化、标准化、绿色印刷是重点的发展方向。

全方位服务、最佳印刷解决方案业已成为印刷企业转型的重要途径。

在专业增值服务上,贝得印务技术有限公司走在了上海印刷厂前列,也赢得了更多的市场份额。贝得印务技术有限公司拥有全新的德国海德堡四色胶印机组和斯塔尔万能折页机、单色胶印机、全新瑞士马天尼胶装机等等一大批国际一流的印刷设备。这些高端设备的投入使用,可以满足客户的不同需求,使其在同类企业中具有很强得市场竞争力。

值得注意的是,市场的需求时刻都在变化。关于印刷的增值服务也主要体现在以上两个方面,但其价值不仅体现在机器设备的投入上,更多体现在客户和市场的需求上。其实,这种增值服务也是一把双刃剑。很多印刷厂都产生了对新设备进行投资的想法,希望能借此扩大自己的生产能力。但在当前的经济环境下并不容易,而且如果你不具备相应的市场知识,或者客户的需求量不大,那么最好还是坚持去做自己擅长的工作。(下转第32版)



印刷行业的标准化推行,对印企和厂商是同等重要的。

推行标准化操作体系能够减少出错率,提升生产效率;同时提升企业的竞争力,帮助客户业务增值;加强企业内部和在外与客户的沟通,减少了误会,小型企业更可应环境和企业需要,灵活实践及运用印刷标准化,在提升竞争力的同时有效地节省了成本。

2013年以雅昌文化集团为代表的印企已经开始制定设计自身标准化体系,例如雅昌建立了自身的书籍设计标准体系,用于规范设计工作。并利用信息化技术打造了设计素材数据库,用于书籍设计时作为资料参考。在产品印刷生产前,根据产品特点,设定印刷生产流程、制定工艺规范书、项目进度控制表,保证项目的顺利完成。雅昌根据多年生产经验,总结编制了多本品质策划工具书,建立了不同工

热词7 增值服务

增值服务,是目前全球印刷业的发展趋势,提供一种创新的、全方位、全流程的个性化服务和解决方案,也已成为当今印刷业的发展趋势,行业新的增长点和利润的来源。

在过去十年中,印刷业发生了翻天覆地的变化,为了保证生存与保持利润增长,无论是在印刷的某一类型还是在一定的市场领域,更多印刷企业开始注重自身的增值服务。

例如,2013年更多的印刷企业都走上了混合印刷的道路,并不是因为这项技术能在大批量印刷中取代传统胶印,而是因为它能为企业打开增值服务的大门,同时还能与印刷机实现无缝衔接,提高印刷生产的自动化水平。

不是变得更大而是变得更好,成为2013年印企增值服务的旋律。

2013年3月20日,辽宁美程在线印刷有限公司与沈阳新松机器人自动化股份公司签订了《图书智能化数码印刷车间供需合同》,合同总金额为2.29亿元,占新松公司2011年度营业收入29.23%。新松将为美程在线提供行业解

决方案实现智能化数码印刷车间运作的全部流程,设备包括先进的印刷生产流程控制系统、数码印刷工艺设备、搬运机器人、码垛机器人、自动化仓储系统、综合监控系统等等。拥有目前国内印刷业第一个采用数字化流程生产车间的美程在线,旨在能彻底改变原来按最小起订量印刷的面貌,希望加强生产制造管理的可控性与科学性,有效地缩短交货周期、有效提高印刷产品的品质等增值服务。

以前做销售只关注销售额,而现在更多的会与客户交谈。通过交谈介绍如何为他们提供成本更低但效率更高的印刷服务。

上海地区印刷公司正在经历一场向一站式印刷服务和增值服务方向转变的巨大变革,通过积极改变,将可以满足客户从设计、印刷到印后加工等诸多需求。可以说,为客户提供