

2015 年我国进口印刷设备器材关税三方面调整

中国出版传媒商报讯 12月12日,国务院关税税则委员会发布《2015年关税实施方案》,宣布从2015年1月1日起,我国对进出口关税进行调整。与2014年相比,2015年有关印刷设备器材的进口关税调整主要体现在三个方面。

一是有关计算机直接制版设备的调整。在2015年《进口商品暂定税率表》中,原“计算机直接制版设备(CTP)”分为“凹版式计算机直接制版设备”和“除凹版式以外的其他计算机直接制版设备(CTP)”两项。其中,前者的最惠国税率为9%,2015年暂定税率为3%;后者的最惠国税率为9%,2015年暂定税率为5%。意

味着,将“凹版式计算机直接制版设备”从“计算机直接制版设备(CTP)”分离出来,在关税税率方面将比2014年便宜2%。

二是有关喷墨印刷机和静电照相印刷设备(激光印刷机)的调整。2015年,取消喷墨印刷机和静电照相印刷设备(激光印刷机)的幅面界限。“可与网络或自动数据处理设备连接的喷墨印刷机”最惠国税率为8%,2015年暂定税率为5%。对于静电照相印刷设备(激光印刷机),统一为“可与网络或自动数据处理设备连接的静电照相印刷设备(激光印刷机)”,最惠国税率为8%,2015年暂定税率为5%。

三是有关柔性印刷版的调整。在2015年版关税实施方案中,增加“柔性印刷版(厚度小于3mm的)”商品条目,最惠国税率为10%,2015年暂定税率为5%。而在2014年版关税实施方案中,没有这一商品条目。(天)

(上接第24版)

2014:“新印业”奠基年

印企转型

呈现二重奏

5月 中国印刷集团公司更名为中国文化产业
发展集团公司;
6月 科尼希&鲍尔股份公司(高宝)宣布推进内部
重组;
7月 乐凯集团与中国文化产业
发展集团公司
签署业务重组协议;
8月 海德堡印刷机械股份公司正式宣布重组
其印后产品线;
8月 美国以报纸起家后扩展至电视的三大媒
体集团先后宣布分拆印刷出版业务。

“2014中国印刷高峰论坛”的主题为“数字化与转型升级”,正是点出了当下印刷业的两大趋势,转型升级作为其中之一,在近年来不断被提及。进入2014,印企转型升级的步伐不但没有放缓,反而越发加快,并呈现出两大特点:文创和重组。

文创成为转型重要方向。立足文化产业新起

云平台

诠释新商业模式

4月 佳能(中国)有限公司正式宣布与百度联
合推出云打印服务;
7月 惠普宣布推出惠普Helion云服务联盟;
8月 长荣股份发布公告称,公司拟设立全资子
公司“天津健豪云印刷科技有限公司”;
8月 上海绿新云物联智能科技有限公司成立,上海
绿新迈进云印刷行列。

2014年,云印刷带来的赢利与颠覆已逐渐显现。年初,涉足云印刷的盛通股份、凤凰传媒、长荣股份等公司股份被看好,给予“买入”评级。在加上其他国家和地区已有的成功案例、与传统印刷对比的明显优势、广阔的消费市场,云印刷的势头可谓一

印刷产业园

瞄准增值产业链

年初 国家新闻出版广电总局正式批准沈抚新城成为“国家印刷产业基地”;
2月 洛阳报业印刷创意文化产业园项目开工
奠基;
3月 青岛报业传媒数字印刷产业园在高新区
正式开工建设;
7月 力嘉(东莞)环保包装印刷产业园奠基。

印业已进入结构调整、产业升级新时代,需要进一步整合资源、打造品牌,形成具有较强影响力、富有经营活力的印刷产业园。各地由于资源禀赋不同,发展印刷产业园的条件也就不同,只有准确理解区域内印刷产业园的发展基础和潜力,才能打造出符合当地实际的增值产业链。

个性印刷

助力书业创新

4月 中图外文书店重装开业,引进凸版印刷纸
品创意体验区;
7月 国内外首套用环保水墨印刷新工艺承印
的“听爸爸讲故事”系列发行仪式暨公益赠书仪
式举行;
7月 接力出版社采用AR技术印刷的“香蕉火
箭科学图画书”系列在北京举办推荐会。

在今年德国机械设备制造业联合会(VDMA)发布的以《印刷业前景可期》为题的报告指出,印刷产品的需求情况在改变,个性化的需求和印后加工的需求,将促使印刷技术进一步变革。反过来讲,AR印刷技术、纳米技术等新技术的应用,让印刷水平不

不单做印刷,还要为出版社提供解决方案

12月16日,在虎彩印艺股份有限公司和中国惠普有限公司联合举办的“数字时代2014虎彩全线按需服务推广会”上,来自北京、上海、浙江等地的49家出版社代表共150余人参观了虎彩绍兴基地。这是虎彩继北京的京华虎彩、东莞的虎彩印艺后,第三个正式投入运营的数字生产基地。未来,虎彩还将在山东、华西地区及华中地区设立基地,并不断加强自有物流体系的建设和完善。虎彩借力“云印厂”,建立互联网商业模式,正是为出版业提供按需出版服务,解决客户零库存以及图书断版问题。

按需出版零库存的梦想 多年来,出版业有两大痼疾一直没有得到解决:一是大量库存,二是图书断版。虎彩董事长陈成稳说:“虎彩不单是在做印刷,还要为出版社提供解决方案,目的就是要解决这两大难题。按需印刷能解决绝版书问题,实现零库存,增加长尾书的销售。”目前,全国近600家出版社,70%的图书在第1版之后就绝版,30%的图书品种销售量少于300本。早在2010年,图书库存码洋(737亿)就已经超过了当年的销售码洋(600亿)。

“我仿佛看见了出版业一座成本的冰山,海面上的冰山是显性成本,例如作者稿费、印刷成本。但还有很多隐性成本如海下的冰山一样难以估算,例如库存、报废、货物转移产生的成本等等。我们不仅要关注海面上的显性成本,更要关注海面以下的隐性成本。而按需印刷是没有隐性成本的。它不存在库存,即实现了零库存。”

虎彩涉足按需印刷以后,碰到过很多奇怪的客户,要买的书都是20多年前出版的书籍。“很多书还有市场,只是出版社不敢再印。我们要把断版变成长尾。所以我们不单是做印刷,更是帮出版社解决难题。”除此之外,虎彩还提供一些增值服务:一是物流,帮出版社把图书送到客户手中;二是排版与扫描;三是咨询,虎彩的合作伙伴惠普从事按需出版多年,虎彩可借鉴他们的经验帮国内出版社分析现状,制定按需出版方案。

如果按传统印刷方式,一本书3年后可能就断版了,但在虎彩印刷,可以5年、10年都不断版。同时,虎彩也可以帮出版社卖书,今年4月,虎彩建立的电商网站“搜书院”就是一个断版书销售平台,通过这一平台可与出版社实现共赢。

用互联网思维看印刷 互联网改变了整个世界,对于印刷也有深远的影响。互联网时代的数字印刷是网络化的,数据是可变的。虎彩的数码印刷也不只是印刷,还提供了很多渠道的服务,这将是以后出版业的发展方向。2010年,出版行业胶版印刷占93.8%,数码印刷占3%,电子书占3.2%;而如今,胶印已经下降到了79.4%,数码印刷提升到6%,电子书14.6%。在美国,按需出版的比例在逐年上升,其中2011年亚马逊美国实现销售的图书40%来自于按需印刷,今年的比例只会更高,而国内也将会逐步体现这一趋势。

觉察到国内数码印刷的快速发展和商业机会,虎彩大力进军数码印刷领域。通过与电子商务、云计算、物联网等最新产业相结合,重点打造以“按需出版、个性印产业”为代表的新型业态。最早从国外引进世界上最先进的数码印刷成套设备,同步构建电子书数据库、IT电商平台等领域支撑业务发展,引领产业升级为数字化、网络化、体验化的数码印艺文化产业集团。

目前,虎彩已与国内200多家出版社建立了合作关系。但陈成稳也坦言,在推动数字印刷过程中,出版社的观念需要引导,尤其是在标准统一方面。图书是追求个性化的产品,纸张、开本、装订方式差异很大。但数码印刷要实现自动化,图书产品就要标准化,这与图书个性化会有冲突。(秀中)

● 热事回顾

拥有两大职能、六大业务板块、三个创新工作室的综合性部门,并逐渐形成盈利模式。

重组力促印企持续盈利。在新形势下,重组能够帮助缺乏竞争力和整合力的印企重焕活力,保持盈利的能力。

科尼希&鲍尔股份公司(高宝)就在第89届年度股东大会上,宣布了推进内部重组、展示新的集团结构、印刷机市场的多样化发展继续深化等计划,通过坚持核心业务并调整能力以适应新的市场形势,以及开拓新的增长领域等措施,计划2015年从重组战略中大获收益,最迟2016年重新恢复持续盈利能力。上文提到的中国文化产业发展集团公司,也与乐凯集团签署业务重组协议。乐凯集团通过进一步整合印刷影像材料的市场资源,完善产业布局,提高华光印刷材料的市场占有率。

与此同时,产品线的重组也是一种选择。在新的市场形势下,海德堡印后设备在德国生产基地的组装生产变得缺乏竞争力,于是宣布重组其印后产品线;除了位于路德维希希堡的折页机生产基地之外,其他相关的生产基地逐步停止运营,其包装领域的印后设备和解决方案将由天津长荣印刷设备股份有限公司负责研发和生产,自身仅承担产品销售及服务。

会第一天就吸引了2000多人参观、800多人现场扫码注册。此次开心印主要向观众展示了网络报价下单系统及旗下各连锁工厂硬件实力,让观众对国内首创的商务印刷O2O模式有了全面了解。

国内还有依托社交平台开发云印刷业务的尝试。2月15日,时代出版传媒股份有限公司推出的社交平台“时光流影TIMEFACE”中文测试版上线。这是一个以社交功能为切入点的出版内容聚合平台,分为国内版和海外版。通过实现异地定制印刷服务,它将开启定制化印刷业务,用户可将线上内容自行排版,付诸多家印刷承接商印刷成册。其中,自出版(POD)功能可以在帮助用户记录个人时光的同时实现自动排版、按需印刷,充分满足用户的个性化需求。

此外,4月,佳能(中国)有限公司正式宣布与百度联合推出云打印服务。在第二届中国印刷电子商务年会上,北大方正电子公司正式推出了基于电子商务的网络印刷平台——印捷网络印刷平台。7月,惠普宣布推出惠普全球范围的、开放式的Helion联盟,涵盖全球超过115家服务提供商和1500个私有云部署项目,提供基于开放标准的混合云服务。

机,把绿色印刷、创意设计等文化产业融为一体的一个产业升级项目。建成后将提升洛阳市绿色印刷、创意设计等文创方面的竞争力和集聚效益。

数字印刷、3D打印或成产业园未来。建设数字印刷产业园,既符合当前产业升级的需要,也有助于推动数字印刷产业。借力园区优势,发展数字印刷,推进企业共赢,在产业园建设中,进一步发挥园区优势有助于数字印刷产业“细水长流”。3月,青岛报业传媒数字印刷产业园在高新区正式开工建设,建成后将引进拥有较强技术优势和市场前景的合作伙伴,打造现代化数字印刷企业。

随着各地政府日益重视以及企业和资本加大投入,3D打印产业已在全国遍地开花,成为各地政府追捧热点,多个城市开始兴建3D打印产业园,并在资金、土地、配套政策上给予支持。3月下旬,全国首个3D打印技术产业创新中心落户南京;武汉东湖新技术开发区已在未来科技城规划200亩土地,用于建设华中科技大学3D打印产业园;湖北省相关产业规划也在抓紧制定;此外,珠海、青岛、成都、渭南等地也正在筹建3D打印技术产业创新中心、3D技术产业园区等。

AR技术体验让众多孩子和家长感受到书中内容“活起来”。事实上,近年来,中国矿业大学出版社、中国少年儿童新闻出版总社等少数出版机构都尝试在图书中嵌入AR技术。而此次接力社的新书则是10册连发,可以说是AR技术首次在图书上的规模化应用。

个性印刷成为实体书店新热点。2014年年初,由青岛书城与青岛名扬数码印刷有限责任公司联合运营的“影像果实”个性化印制服务正式进驻青岛书城,位于书城三楼、约50平方米,主要以影像产品的宣传展示为主。4月,重装开业的中国外文书店3层外版儿童图书、外版音像制品(原音汇)区,引进了凸版印刷品创意体验区,为注重生活品质的高消费人群提供礼品、创意产品的高端个性化定制服务,同时也为书店营造更为专业的艺术氛围。凸活版印制自从活字印刷被胶版印刷取代后,已不从事大型印刷业务,但目前正借助原创设计和个性化定制等新生活方式重新回归。6月,由江西新华与方正电子联合打造的数字化生活体验馆开业,营业面积超过200平方米,包括数码体验项目与实地印刷设备。

断提升,个性印刷得以更全面、更有效地实现。

2014中国(上海)国际印刷周期间,中华商务印务有限公司和北京邮票厂用动态扫描的形式,实现了其利用增强现实技术(AR技术)实现的动态影像呈现:北京邮票厂《大闹天宫》特种邮票,因加载了AR技术,安装手机应用程序扫描后就能看到《大闹天宫》动画片视频片段。而绿色印刷展区不沾手的环保报纸、环保爆米花盒,柔印纸杯承装的水以及各类绿色小礼品,以及用纸盒做成的家具,都体现了绿色、环保的理念,也体现了技术的进步。

童书热引领个性印刷创新。2014年1月11日,由公益研究机构新阅读研究所组织评选的“2013年中国童书榜100本图书”中,民营出版机构“尚童童书”3个品种入选。这是童书专业印刷机构北京尚唐印刷包装有限公司“印而优则策”的成果。这家童书专业印刷机构不仅在童书印刷方面独树一帜,在童书策划、设计领域也进行延伸,并推出了一系列新的儿童图书产品。

7月,接力出版社“香蕉火箭科学图画书”系列在北京市东城区图书馆少儿借阅室举办推荐会,现场