

 drupa

Мировые тенденции



Четвертый отчет drupa «Мировые тенденции 2017»

Введение

Предлагаем вашему вниманию краткий обзор четвертого Отчета drupa «Мировые тенденции», отражающего ключевые изменения экономической и рыночной ситуации в полиграфии в целом. После очень успешной выставки drupa, прошедшей весной 2016 г. в Messe Düsseldorf, мы обновили Экспертную группу полиграфистов и производителей оборудования, включив в нее специалистов из числа посетителей выставки. В исследовании, проведенном в октябре 2016 г., приняли участие около 1200 руководителей и владельцев компаний, представляющих все основные сектора полиграфии и все основные регионы. В первую очередь мы выражаем им благодарность за участие.

Каждую осень мы проводим два независимых исследования для полиграфистов и производителей полиграфического оборудования, предлагая им ряд общих и несколько специальных вопросов для каждой из групп. В нынешнем исследовании приняло участие 839 полиграфистов, большинство из которых (525 человек) – из Европы, а остальные 314 представляют различные другие регионы. По сравнению с ними участие производителей оборудования относительно невелико. Мы получили ответы от 331 респондента, 220 из которых – из Европы. Однако все остальные регионы также были представлены.

Messe Düsseldorf как организатор drupa выражает благодарность двум своим партнерам в проведении исследования и подготовке Отчета – Printfuture (Великобритания) и Wissler & Partner (Швейцария).

Мы надеемся, что Отчет будет для информативен и полезен, и будем признательны за любые отзывы, направленные на email: drupa-expert-panel@drupa.de.

Команда drupa
Март 2017 г.

drupa «Мировые тенденции», март 2017 г.



Основные положения

Положительные оценки от большинства полиграфистов и производителей в большинстве регионов

Два года назад мы наблюдали практически универсальную картину улучшения ситуации как в типографиях, так и на заводах-производителях. Наши респонденты из обеих групп говорили о благополучии своих компаний. Мы свели данные в друа Barometers of economic confidence – графики уверенности в экономике. В прошлом году картина в разных регионах была уже менее однородной – кто-то чувствовал себя прекрасно, а кто-то испытывал большие затруднения. Такая же ситуация и в 2016 г., однако разброс стал еще больше.

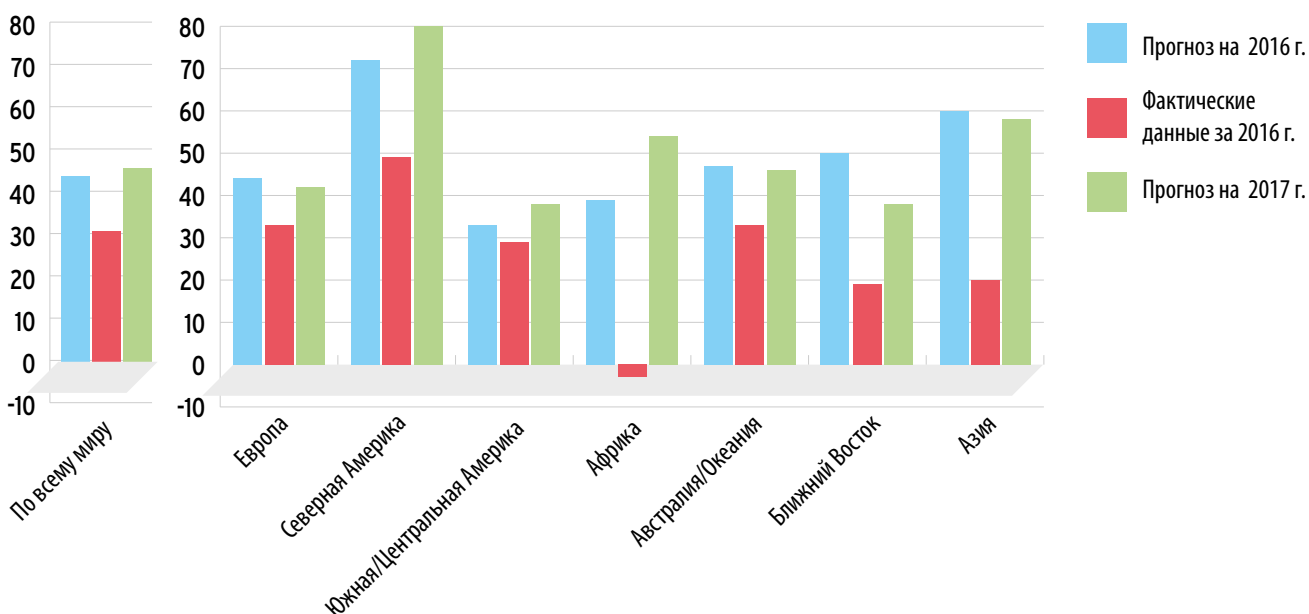
Тем не менее, в глобальном масштабе 42% типографий¹ оценивают экономический статус своего бизнеса как «хороший» и только 11%

считают его «плохим». Таким образом, чистый положительный баланс составляет 31%. Разницу в количестве положительных и отрицательных оценок мы назвали «чистый баланс» и отразили на нескольких графиках ниже. Как всегда, прогноз на следующий год оказался более оптимистичным, чем реальные показатели текущего года, при этом в некоторых случаях разница была очень существенной. В частности, Африка – единственная из всех регионов – впервые с 2013 г. показала отрицательный чистый баланс уверенности в экономике.

1. Количество опрошенных типографий по секторам рынка и регионам представлено в Приложении. Производители оборудования, принявшие участие в опросе по определенному региону, могут располагаться или не располагаться в данном регионе. Так как большинство производителей обслуживают несколько рынков, в большинстве случаев мы не основывались на их ответах при анализе рынка.

drua Printer Barometer 2017 - уверенность типографий в экономике

Разница в процентах между положительными и отрицательными оценками (чистый баланс, %)



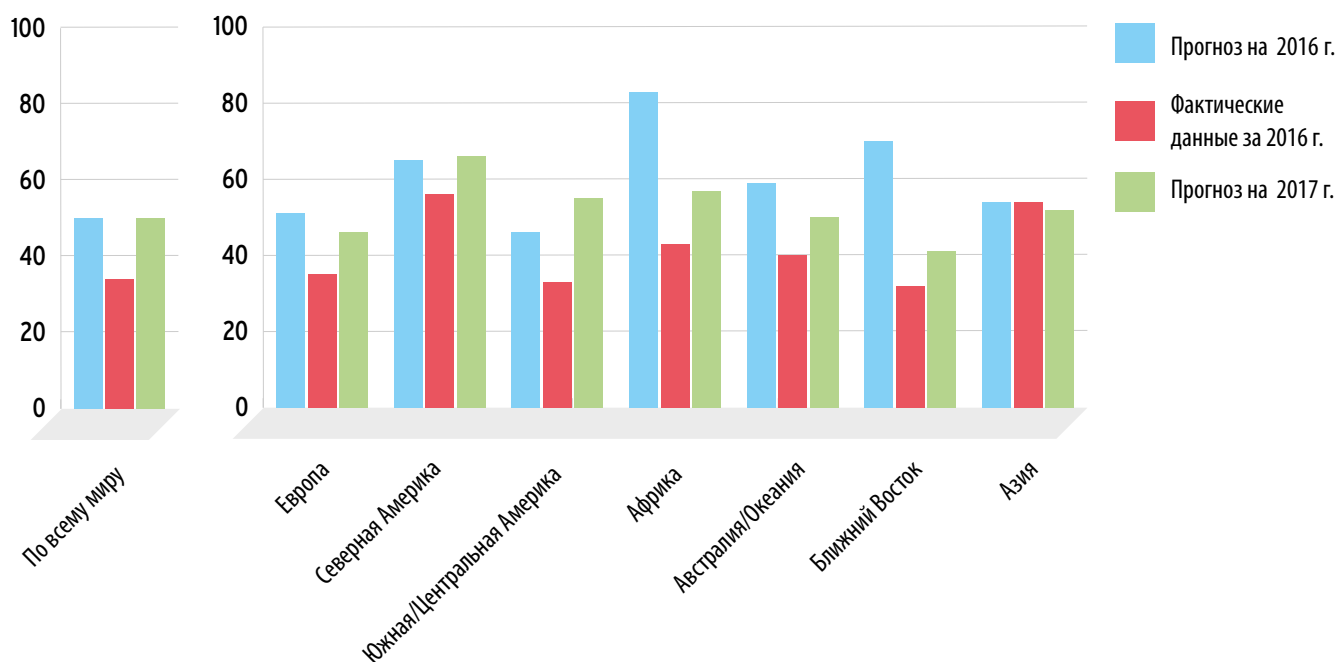
Как вы оцениваете текущую экономическую ситуацию в вашей компании? Каковы ваши ожидания по изменению экономической ситуации в вашей компании в ближайшие 12 месяцев?

Если говорить об отдельных рыночных секторах, то функциональные и упаковочные типографии в целом больше уверены в экономике, чем коммерческие, которые, в свою очередь, обгоняют по этому показателю книжно-журнальные. Такая картина не меняется с 2013 г. Однако эта глобальная оценка маскирует существенные различия на региональном уровне. Уверенность в экономике книжно-журнальных типографий в Африке и Азии выше, чем у коммерческих. А на Ближнем Востоке, в Австралии/Океании ситуация прямо противоположная.

В целом производители оборудования демонстрируют положительный чистый баланс – 56% опрошенных считают экономическое положение своих компаний «хорошим» и только 6% – «плохим». Таким образом, чистый баланс составляет 50% – как и в прошлом году. Примечательно, что разброс по регионам меньше, чем годом ранее.

drua Supplier Barometer 2017 - уверенность производителей в экономике

Разница в процентах между положительными и отрицательными оценками (чистый баланс, %)



Как вы оцениваете текущую экономическую ситуацию в вашей компании? Каковы ваши ожидания по изменению экономической ситуации в вашей компании в ближайшие 12 месяцев?

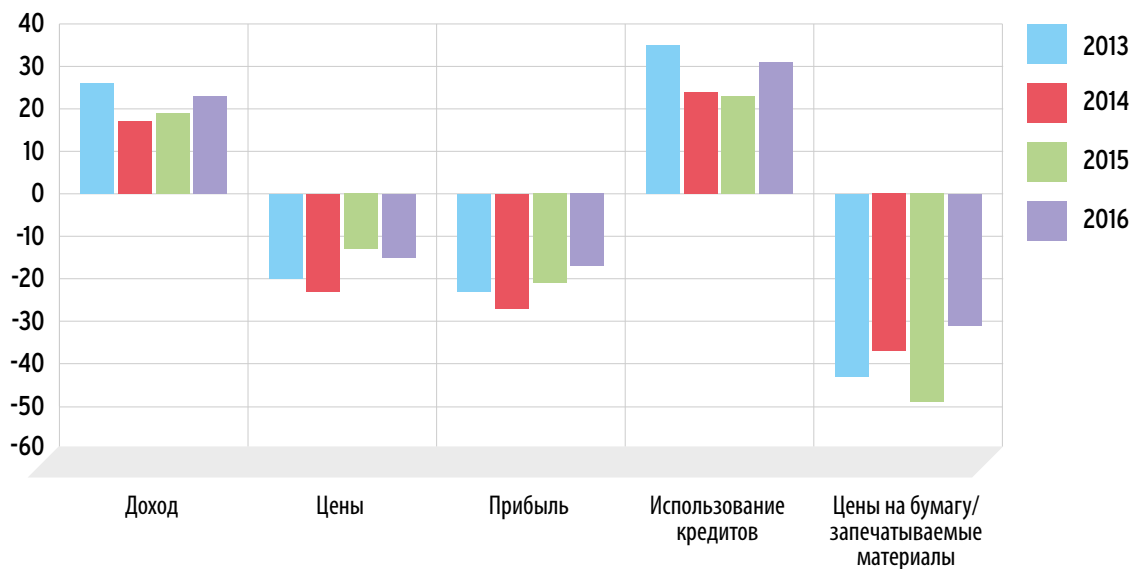
Возможно, у полиграфистов и производителей оборудования в целом начал формироваться более взвешенный (и, возможно, более реалистичный) взгляд на ситуацию. Экономический обзор в основном отчете показывает, что для такой оценки появились веские основания.

Полиграфисты и производители оборудования, обладающие детальной информацией о

финансовом состоянии своих компаний, поддерживают этот более консервативный взгляд. Типографии во всем мире отмечают продолжающееся падение цен на печатную продукцию, которое приходится компенсировать увеличением доли заемных средств и, следовательно, увеличением объема выпуска продукции, чтобы компенсировать падение прибыли.

Мировые финансовые показатели деятельности типографий

Разница в процентах между положительными и отрицательными оценками (чистый баланс, %)



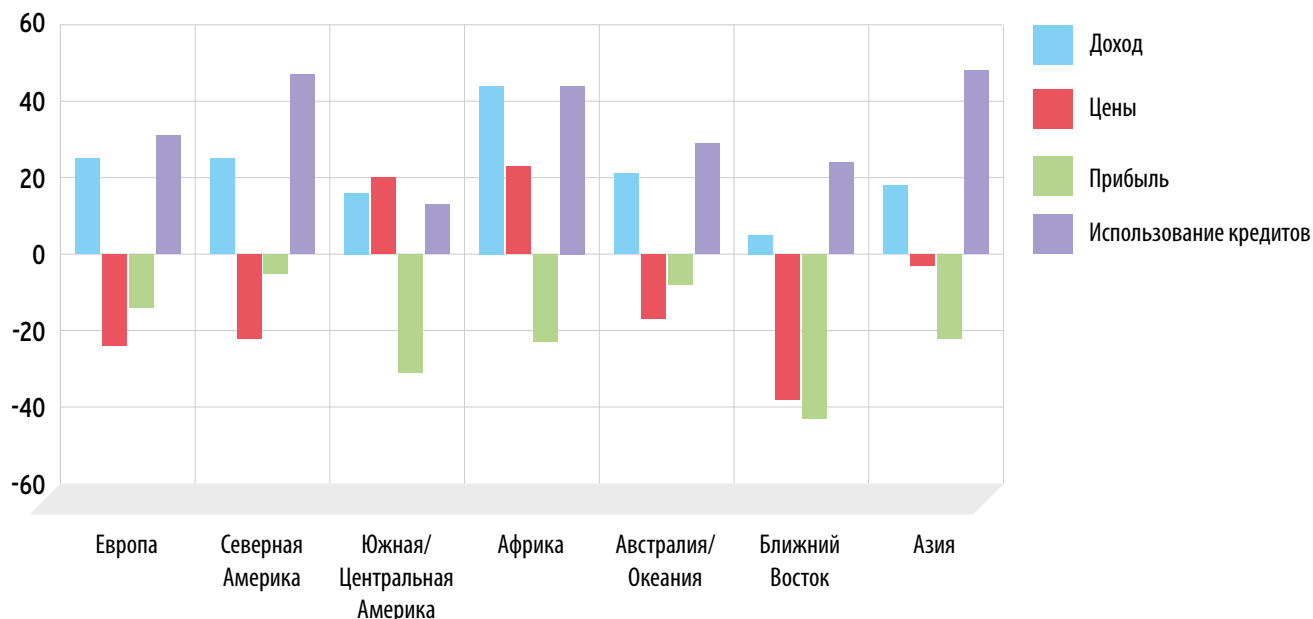
Как изменились в вашей компании доход, цены, прибыль, доля заемных средств и цены на бумагу/запечатываемые материалы за последние 12 месяцев?

Если рассматривать показатели сразу по регионам и по рынкам, то картина становится сложнее. Например, в Центральной и Южной Америке и Африке чистый баланс повышения цен – положительный, в то время как на Ближнем Востоке цены остались на том же уровне, а прибыль упала.

Аналогичным образом книжно-журнальные типографии в Северной Америке говорят о снижении доходов, цен и использования заемных средств; а в Южной и Центральной Америке все три показателя растут.

Финансовые показатели деятельности типографий по регионам в 2016 г.

Разница в процентах между положительными и отрицательными оценками (чистый баланс, %)



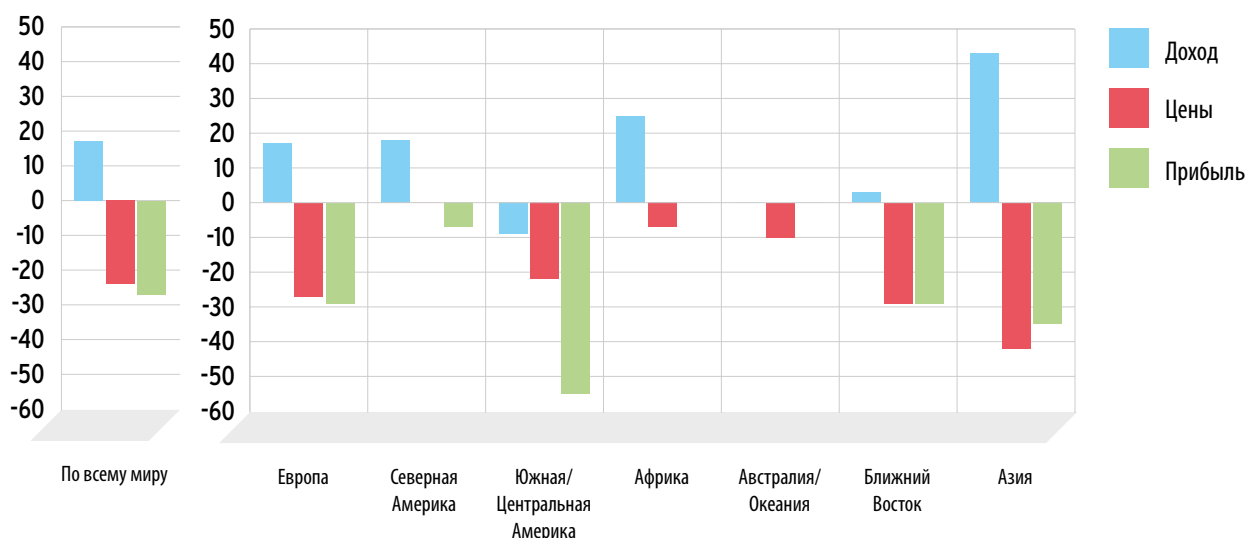
Как изменились доход, цены, прибыль и доля заемных средств в вашей компании за последние 12 месяцев?

Несмотря на общее уменьшение прибыли, продолжается рост количества персонала. В общем по этому показателю наблюдается чистый баланс +9%, разнящийся по регионам от +21% в Северной Америке до 0% в Южной/Центральной Америке и Австралии/Океании. При этом количество персонала, занятого на производстве, в общем выросло на 9%, а количество работающих в офисе снизилось на 2%. В более развитых регионах резко уменьшилось количество работников книжно-журнальных типографий. Например, в Северной Америке – на 21%.

У производителей оборудования в целом картина примерно одинаковая: доход вырос на 17% при падении цен на 24%, а прибыли на 27% (однако это самый лучший, то есть минимальный, показатель отрицательного чистого баланса за последние три года). И опять картина по регионам неоднородная – Ближний Восток и Южная/Центральная Америка испытывают более серьезные затруднения.

Финансовые показатели деятельности производителей оборудования – чистый баланс

Разница в процентах между положительными и отрицательными оценками (чистый баланс, %)



Как изменились доход, цены и прибыль вашей компании за последние 12 месяцев?

Вероятно вы думаете, что условия глобального и региональных финансовых рынков одинаково влияют на типографии и производителей оборудования. Но это отнюдь не так. Типографии в общем говорят об улучшении в прошедшем году финансовых показателей по всем направлениям (за исключением среднего срока погашения дебиторской задолженности). При этом производители в целом отмечают ухудшения по всем показателям. Особенно заметны ухудшения в Южной/Центральной Америке, Африке и на Ближнем Востоке (в этих регионах финансовое положение типографий тоже ухудшается).

из 16 технологий занимают больше 10% рынка хотя бы в одном из секторов. По результатам исследования лидируют тонерные цветные листовые машины – положительный чистый баланс по количеству отпечатанных экземпляров в 2016 г. – +25%. За ними следуют струйные рулонные машины – +11%. По мере изучения рыночных секторов картина усложняется: например, мы наблюдаем рост 8% в листовом офсете благодаря расширению упаковочного и издательского рынка и рост на 8% флексографской печати благодаря росту того же упаковочного и функционального рынков.

В отношении использования технологий печати полиграфия – очень разноплановая отрасль. 14

Как обстоят дела?



Ключевые финансовые показатели типографий

Рост за отчетный период
Падение за отчетный период



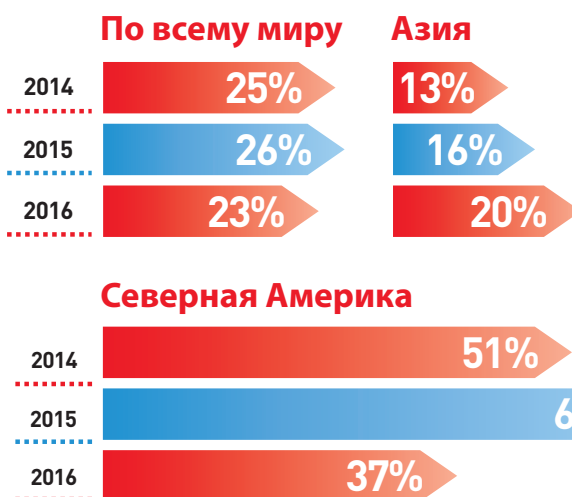
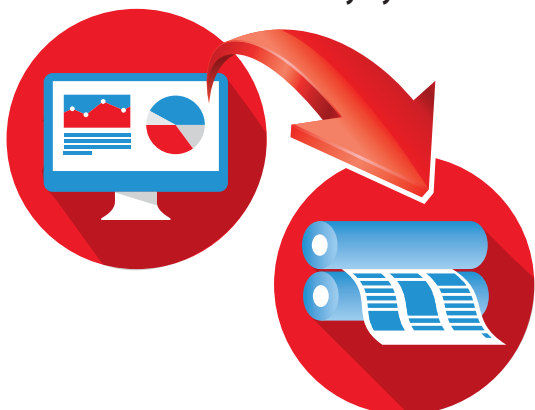
Цифровая печать

Соотношение типографий, у которых более 25% оборота приходится на цифровую печать, по видам деятельности



Web-to-Print

Доля типографий, предлагающих услуги Web-to-Print



Тенденции последних лет в коммерческой печати продолжились и в этом году – дальнейшее сокращение тиражей и времени исполнения, дальнейший рост количества заказов. Однако большой сюрприз ждал тех, кто был уверен в несомненном и неотвратимом переходе на цифровую печать, – впервые с момента начала ее развития наблюдается небольшое, но отчетливое снижение объемов печатной продукции, выполненной цифровым способом. Если смотреть по секторам, цифровые машины наиболее востребованы в функциональных типографиях, за ними следуют коммерческие, потом книжно-журнальные и в незначительной степени – упаковочные.

К сожалению доля отпечатков с переменными данными в общем объеме цифровой печати не растет. В 2013 г. 19% цифровых типографий отмечали, что более 25% их продукции печатается с переменным контентом. В 2016 г. таких типографий только 18%. Так как переменные данные – основной источник добавленной стоимости в цифровой печати, такая тенденция вызывает опасения.

Другой удивительный показатель нынешнего отчета – заметное снижение количества типографий, у которых в этом году появилась возможность онлайн-заказа через сервис Web-to-Print. После нескольких лет стабильного роста в этом году их количество в мировом масштабе упало на 3%. Это коснулось не всех регионов, но в некоторых приняло серьезные масштабы. Например, в Северной Америке падение составило 25%.

Инвестиции

Группа экспертов drupa в основном состояла из посетителей очень успешной выставки drupa, состоявшейся весной 2016 г. На выставке они наблюдали демонстрацию невероятных технических возможностей полиграфии будущего. Неудивительно, что у них амбициозные планы инвестиций в это будущее. Типографии во всех регионах за исключением Ближнего Востока отметили рост уровня капиталовложений. Функциональные и упаковочные типографии увереннее говорят о планах увеличения

объема инвестиций, чем книжно-журнальные и коммерческие. Приоритетными для первичных инвестиций являются послепечатные процессы. Вплотную за ними следуют печатные технологии. Однако значительные вложения в PrePress/workflow/MIS говорят об осознании типографиями необходимости существенного повышения уровня автоматизации.

Если рассматривать планы инвестиций в печатные процессы, то листовой офсет превзошел в борьбе за мировое лидерство тонерные листовые машины. Третье место разделили: быстрорастущий сектор листовых струйных машин и флексографское оборудование. Впервые с начала исследований мировых тенденций в полиграфии (то есть с 2013 г.) в каждом секторе – свой лидер: коммерческие типографии больше всего планируют инвестировать в цветные листовые тонерные машины, книжно-журнальные – в листовую офсет, упаковочные – во флексографское оборудование, функциональные – в рулонные цветные струйные машины.

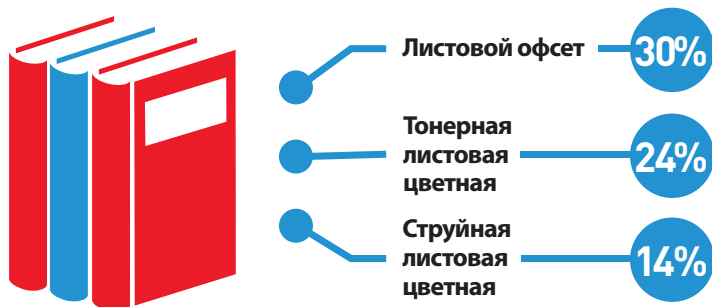
Планы инвестиций производителей оборудования в целом остаются на том же уровне, а в некоторых регионах прогнозируется рост. Исключения составляют регионы, находящиеся в сложной экономической ситуации, например, Южная/Центральная Америка и Ближний Восток. По большей части самое распространенное направление для инвестиций – поиск новых каналов сбыта (46%), однако и вложения в R&D находятся на самом высоком с начала проведения исследований уровне – 20%. Производители оборудования намерены в этом году увеличить ассигнования на маркетинг, участие в выставках, тренинги по продукции, онлайн-контент и образование. Последние два – самые быстрорастущие инструменты поддержки пользователей.

Тройка лидеров по планируемым инвестициям в полиграфические технологии

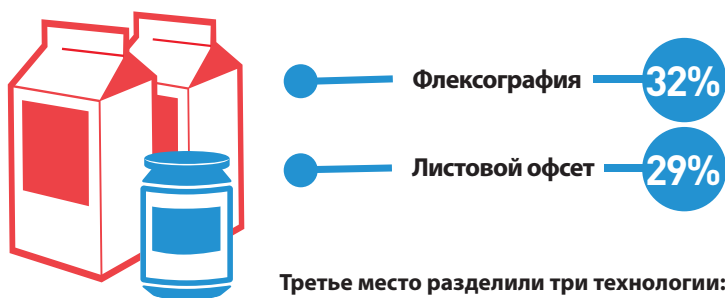
Коммерческая печать



Книжно-журнальная печать



Упаковка



Третье место разделили три технологии:
Тонерная листовая цветная
Струйная рулонная цветная
Гибридная офсет/флексо/цифра

Функциональная печать



Изменение доли видов печати в общем объеме полиграфической продукции



Главные инвестиционные приоритеты



Стратегически и полиграфисты, и производители оборудования согласны с тем, что главный сдерживающий фактор роста – низкий спрос, приводящий к ужесточению конкуренции. Однако полиграфисты считают самым сложным поиск новых заказчиков, а производители оборудования – поддержание конкурентоспособных цен. В качестве наилучшего способа повышения экономической эффективности производства представители типографий отдают предпочтение сочетанию уменьшения количества персонала/увеличения производительности и новых технологий, а производители оборудования полагаются на новые продукты и каналы сбыта.

Специфические рыночные тенденции

Коммерческие типографии, противостоящие натиску цифровых средств коммуникации, рассчитывают найти источники дохода в новых возможностях получения добавленной стоимости. Надо сказать, что за четыре года исследований не нашлось подтверждений роста в этой области, за заметным исключением в секторе широкоформатной печати, выросшем с 37% в 2013 г. до 50% в 2016-м. В области расширения ассортимента услуг лидирует Северная Америка, но даже там есть сведения о его сокращении. Услуги *cross media* пока занимают небольшую долю рынка (18% по всему миру), и опять Северная Америка – в лидерах (38%).

Отчет показал, что сильнее всего развитие цифровых средств коммуникаций отразилось на положении книжно-журнальных типографий. Растет количество изданий, выпускающих электронные версии, в результате чего падают печатные тиражи, однако число изданий, выходящих только в электронном виде, по-прежнему очень мало. Другие способы создания добавленной стоимости, такие как персонализация, версионность и печать переменных данных, растут, хотя и очень медленно (и снова пионер – Северная Америка). По-прежнему относительно небольшое число книжно-журнальных типографий предлагает услуги с высокой добавленной стоимостью, не связанные с традиционной допечатной подготовкой, дизайном, полным производственным циклом и хранением.

В упаковочных типографиях влияние цифровых медиа сегодня ощущается, как минимум, не

так сильно, как в книжно-издательских: во всех регионах они в целом довольны экономической ситуацией. С другой стороны, объем внедрения добавленной стоимости на единицу продукции в большинстве случаев остается небольшим – гораздо чаще используются интерактивные возможности. Очевидно, что цифровая печать начала оказывать значительное влияние на изготовление упаковки в целом (ее предлагают 32% упаковочных типографий по всему миру). Чаще всего она применяется для выпуска этикетки, далее следует гибкая и картонная упаковка, а затем упаковка из гофрокартона.

У функциональных типографий все складывается очень хорошо: они отмечают хороший рост в большинстве направлений. В этом секторе в основном доминирует струйная технология (рост с 61% в 2014 г. до 74% в 2016 г.).

Заключение

Вслед за успешной выставкой *druпа 2016* это исследование показывает в цифрах, что мировая полиграфия возрождается после двойного удара – глобального экономического кризиса и влияния цифровых средств коммуникаций. Типографии отмечают стабильные улучшения в области дохода, цен и прибыли и строят серьезные планы инвестиций. При этом повышение дохода производителей оборудования, сопровождающееся увеличением прибыли, и планируемые значительные капиталовложения говорят о позитивном развитии.

Однако не все могут похвастаться хорошими новостями: пока функциональные и упаковочные типографии успешно развиваются, книжно-журнальные – выживают, а коммерческие занимают положение где-то посередине. На Ближнем Востоке производство по-прежнему падает, а Африка и Южная/Центральная Америка остаются нестабильными.

Все типографии вынуждены адаптироваться к изменениям рынка, повышая свою эффективность и степень автоматизации и в то же время приобретая новые знания и находя новые способы получения добавленной стоимости. Несмотря на это, приятно констатировать, что в целом к полиграфии возвращается ее привлекательность.