## 15816-FESPA-Profit-For-Purpose-Logoประชาสัมพันธ์

15 พฤษภาคม 2018

**PRINT CENSUS ในปี 2018 เปิดเผยกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น**

*ผลลัพธ์แสดงการเติบโตของรายได้ที่ยั่งยืนและการเพิ่มขึ้นของการลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิตอลที่มีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง*

FESPA วันนี้ได้เปิดเผยข้อค้นพบที่สำคัญของ Print Census ในปี 2018 ที่ได้ร่วมมือกับ InfoTrends ซึ่งเป็นแผนกหนึ่งของ Keypoint Intelligence

ผู้เข้าร่วมการสำรวจ 1405 คนซึ่งเพิ่มขึ้น 12% จาก Print Census ที่ตีพิมพ์ครั้งก่อนในเดือนพฤษภาคม 2015 ผู้เข้าร่วมการสำรวจมาจาก 102 ประเทศ ให้ความครอบคลุมด้านภูมิศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญมากกว่าการสำรวจในปี 2015 (+59%) ด้วยข้อมูลที่เก็บรวบรวมในปี 2017 ที่อีเวนท์ FESPA และจากสมาชิกสมาคมในทวีปยุโรป ยูเอเชีย เม็กซิโก บราซิล ไทย และแอฟริกาใต้

Print Census ล่าสุดได้รวบรวมข้อมูลจากธุรกิจการพิมพ์ที่หลากหลายที่กำหนดความมุ่งเน้นทางธุรกิจของตนดังนี้: การพิมพ์ดิจิตอล (17%) สกรีน (15%) ป้ายและป้ายนิเทศ (10%) เนื้อผ้าและพิมพ์ผ้า (10%) การพิมพ์เชิงพาณิชย์และการทำสำเนาเอกสาร (13%) กราฟิกอาร์ตและครีเอทีฟ (11%) และบรรจุภัณฑ์ (4%)\*

**ข้อค้นพบหลักของ Print Census ในปี 2018**

การวิเคราะห์ข้อมูล เทรนด์สำคัญที่เปิดเผยจากการวิจัยในปี 2015 ยังคงแข็งแกร่งในปี 2018 และมีการแพร่หลายมากขึ้นในหลายกรณี โดยได้รับการกระตุ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและผลกระทบเชิงบวกของเทคโนโลยีในการสนับสนุนการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะรายในปริมาณมาก (Mass Customisation)

1. **การทำให้ดีที่สุด**

การทำให้ดีที่สุดในการตอบสนองของปี 2015 ได้มีการส่งเสริมอีกครั้งในปี 2018 ผู้เข้าร่วมการสำรวจ 83% กล่าวว่าพวกเขาทำให้ดีที่สุดสำหรับอนาคตของธุรกิจของพวกเขา (2015: 80%) ซึ่งมีการก่อตั้งขึ้นอย่างดีพร้อมกับธุรกิจจากรูปแบบดิจิตอลที่กว้างขวางที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและผู้เข้าร่วมการสำรวจรายงาน CAGR ที่ 4.2% ตั้งแต่ปี 2007 วันนี้ผลงานดิจิตอลมีถึง 44% จากรายได้ทั้งหมด และคาดการณ์ว่าจะเติบโตถึง 53% ของปริมาณการซื้อขายภายใน 2 ปี

**2) อุปสงค์ของผู้บริโภค**

คำนิยามใหม่ที่ดำเนินการต่อไปของการพิมพ์ในฐานะอุตสาหกรรมบริการที่ขับเคลื่อนโดยผู้บริโภคมีความชัดเจนมากขึ้นในวันนี้มากกว่าสามปีก่อน เมื่อธุรกิจตอบสนองต่อเทรนด์อย่างต่อเนื่องต่อการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะรายในปริมาณมาก 72% รายงานการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์สำหรับปริมาณการซื้อขายที่เร็วขึ้นในเวลานี้ 61% เห็นความต้องการการเติบโตในการดำเนินการระยะสั้นๆ และ 59% สังเกตเห็นความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นในการจัดส่งให้ทันเวลา (JIT)

**3) การเกี่ยวข้องในผลิตภัณฑ์แบบผสมรูปแบบกว้าง**

พื้นที่การใช้งานป้ายและป้ายนิเทศในวันนี้ส่วนใหญ่เป็นแบนเนอร์ ซึ่งผู้เข้าร่วมการสำรวจ 68% ผลิตตามปกติและครึ่งหนึ่งของผู้เข้าร่วมการสำรวจเห็นศักยภาพการเติบโตที่ต่อเนื่อง ป้ายและกระดานป้ายรักษาตำแหน่งเดิมไว้จากปี 2015 ท่ามกลางการใช้งานระดับต้นที่ผลิตโดยผู้เข้าร่วมการสำรวจ

ป้าย POS/POP ได้รับการกระตุ้นให้เพิ่มขึ้นโดยมี 59% ของธุรกิจที่มีประสบการณ์การเติบโตในด้านนี้ ธุรกิจมากกว่าครึ่งยังผลิตการใช้งานแบบมีกาวในตัว รวมถึง การห่อพันรอบ กราฟฟิกยานพาหนะ และสติกเกอร์ติดรถยนต์ โดยใช้ประโยชน์จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในสื่อแบบมีกาวในตัวที่พิมพ์ได้ทางดิจิตอล

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของการใช้งานพิมพ์ตกแต่งเป็นหลักฐานพิสูจน์ โดยผู้เข้าร่วมการสำรวจ 74% ในวันนี้ระบุว่าวอลล์เปเปอร์และการต่อแต่งภายในเป็นด้านที่เติบโตในธุรกิจของพวกเขา

**4) การลงทุนทางเทคโนโลยีดิจิตอล**

ธุรกิจการพิมพ์ยังคงตอบสนองต่อเนื่องต่ออุปสงค์ของลูกค้าอย่างยั่งยืนสำหรับปริมาณการซื้อขายที่รวดเร็ว การดำเนินการระยะสั้น และการส่ง JIT พร้อมกับการลงทุนทางเทคโนโลยีดิจิตอลเชิงกลยุทธ์

ในลักษณะการเติบโตของปริมาณ กำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันคือความสำคัญหลักในการลงทุน 54% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจอ้างว่านี่เป็นแรงกระตุ้นหลักของพวกเขาในการใช้จ่ายต้นทุน (2015: 34%) การลดต้นทุนเป็นปัจจัยสำหรับผู้เข้าร่วมการสำรวจ 53% ในขณะที่การกระจายสู่ตลาดใหม่และการเสนอผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นจุดมุ่งเน้นในการลงทุนสำหรับ 53% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจ

งานวิจัยยังเปิดเผยการมุ่งเน้นการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในด้านการมีอิทธิพลในการทำให้ผู้บริโภคพอใจและความสม่ำเสมอ 34% วางแผนที่จะลงทุนในการควบคุมคุณภาพ 28% ในเว็บสำหรับพิมพ์ และ 27% ในการจัดการเนื้อหาบนคลาวด์ และการจัดการสี โดยสนับสนุนจากค่าใช้จ่ายการฝึกอบรม

รูปแบบการพัฒนาด้านเทคโนโลยีก่อตั้งขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2018 โดยมีรายได้จากการเติบโตของการพิมพ์ยูวี ลาเท็กซ์ และการพิมพ์โดยตรง และการพิมพ์ดายซับบลิเมชั่น ในทางตรงข้ามกับการลดลงของการใช้เทคโนโลยีตัวทำละลาย น้ำ และอนาล็อก 27% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจในปี 2018 ในภาคส่วนของป้ายและป้ายนิเทศ วางแผนที่จะซื้อเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ตยูวี (แบบราบ หรือไฮบริด) โดยมี 18% ที่วางแผนในการลงทุนเครื่องพิมพ์ยูวีแบบม้วนหรือลาเท็กซ์

การผลิตเป็นเหตุผลสำคัญของเกณฑ์การซื้อ โดย 63% อ้างว่าความเร็วที่ไวกว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญในเครื่องพิมพ์ใหม่ ระดับการลงทุนเครื่องมือในการพิมพ์ป้ายและป้ายนิเทศน์เท่ากับ 43% ซึ่งสูงกว่าในปี 2015 จำนวน 144600 ยูโร

**5) เนื้อผ้า**

Print Census ในปี 2018 ได้พัฒนาขึ้นจนมีรูปภาพที่มีรายละเอียดมากขึ้นในภาคส่วนของเนื้อผ้าที่เติบโตขึ้น ผู้เข้าร่วมการสำรวจได้รวมธุรกิจการพิมพ์สกรีนเข้ากับการมุ่งเน้นที่การใช้งานเนื้อผ้า ผู้ผลิตเนื้อผ้าเฉพาะและธุรกิจการพิมพ์โดยตรงลงบนเสื้อผ้า

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าครอบคลุมธุรกิจเนื้อผ้าทั้งหมด โดยมีชุดกีฬา เนื้อผ้าสำหรับเสื้อผ้า และกระแสแฟชันที่รวดเร็วยกระดับ “กระดานผู้นำ” การใช้งานที่เติบโต

การปรับใช้ดิจิตอลสำหรับเนื้อผ้าช้ากว่าภาคส่วนอื่นๆ ในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อผ้าทั้งหมด การผลิตยังคงเป็นกระบวนการแบบอนาล็อกเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางเครื่องพิมพ์ที่มุ่งเน้นที่เนื้อผ้า 56% มีการลงทุนทางดิจิตอล และ 19% วางแผนที่จะลงทุนในอีกสองปีข้างหน้า โดยมีเป้าหมายที่จะเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากเวลาไปสู่ตลาดที่ลดลง การปรับแต่งคอลเลคชันที่สร้างสรรค์ การสร้างจากต้นแบบ และผลกระทบเชิงบวกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการลดการใช้น้ำและพลังงาน

ความเร็วการผลิตเป็นความสำคัญหลักในการลงสุดสำหรับผู้เข้าร่วมการสำรวจด้านเนื้อผ้า 69% และ 55% ต้องการความสามารถในการพิมพ์โดยตรงลงบนสื่อที่ยังไม่มีการปรับสภาพ การลงทุนเหล่านี้ได้รับแรงกระตุ้นจากเจ้าของแบรนด์ที่ต้องการการผลิตที่ไวต่อเวลาที่ส่งมอบการพัฒนาของห่วงโซ่อุปทาน เช่น การลดขยะ การตอบสนองอย่างดีที่สุดต่อช่วงเร่งตามฤดูกาลและช่วยให้มีการส่งมอบในท้องถิ่น

เครื่องพิมพ์สกรีนและเนื้อผ้าคาดหวังให้มีการใช้ดิจิตอลเพื่อให้รายได้การพิมพ์เนื้อผ้าสูงขึ้น 12% ในอีกสองปีหน้า

**6) อุปสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม**

Census ในปี 2018 ได้ตั้งคำถามที่คาดหวังในได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ทันสมัยเกี่ยวกับความสำคัญของการผลิตที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้เข้าร่วมการสำรวจแสดงให้เห็นว่าการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมได้รับอิทธิพลอย่างมากจากความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการผลิตและสื่อที่มีความยั่งยืน 76% กล่าวว่าอุปสงค์ของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมได้ขัดเกลากลยุทธ์ของธุรกิจ โดยมีมากกว่าหนึ่งในห้าที่ระบุว่าเป็นอิทธิพลหลัก

ผู้เข้าร่วมการสำรวจ 32% ได้ตอบสนองโดยการใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงานหรือได้รับการรับรองด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความพึงพอใจต่ออุปสงค์ของลูกค้า โดยผู้เข้าร่วมการสำรวจอื่นๆ ยังกล่าวถึงการฝึกอบรมด้านความยั่งยืน โดยใช้หมึกที่ปลอด VOC และสื่อที่กลับมาใช้ใหม่ได้ และโปรแกรมการนำกลับมาใช้ใหม่เมื่อหมดอายุการใช้งาน

72% ของ PSP สามารถลงทุนในความยั่งยืนโดยไม่ต้องเพิ่มราคา ซึ่งช่วยรักษายอดขายและรักษาการแข่งขันด้านราคาได้

Sean Holt ผู้อำนวยการเอ็กซ์คลูซีฟ FESPA ได้แสดงความคิดเห็นว่า: “การทบทวนข้อค้นพบของ Print Census ปี 2018 เรามีความยินดีที่ได้เห็นชุมชนธุรกิจการพิมพ์ทั่วโลกที่มีการเติบโตยั่งยืนและตอบสนองต่อการผลิตที่ขยายตัวขึ้นอีกครั้ง รวมทั้งความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ข้อค้นพบได้แสดงให้เห็นความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อท่ามกลาง PSP ที่เข้าใจและตอบสนองต่อการมีส่วนร่วมในความคาดหวังของผู้บริโภค ธุรกิจประสบความสำเร็จตามกลยุทธ์การพัฒนาที่มีผู้บรโภคเป็นศูนย์กลาง โดยการสนับสนุนจากการลงทุนทางเทคโนโลยีและการฝึกอบรมที่มีการวางแผน”

Holt สรุปว่า: “FESPA Print Census มีความหมายอย่างมากในฐานะที่เป็นชิ้นงานของข่าวกรองการตลาดเพราะช่วยสะท้อนความจริงเชิงพาณิชย์สำหรับธุรกิจการพิมพ์ 1500 แห่ง เราเชื่อว่าข้อมูลระดับ ‘รากหญ้า’ นี้ ได้รับการเติมเต็มจากการริเริ่มการวิจัยของ FESPA สู่โอกาสการเติบโตที่สำคัญ ช่วยเพิ่มผลประโยชน์ที่ชัดเจนแก่สมาชิกของเราโดยการช่วยให้พวกเขาตัดสินใจด้วยข้อมูลที่ดีเพื่อสนับสนุนการเติบโตระยะยาวของพวกเขา”

“FESPA ยังได้เข้าครองตำแหน่งในฐานะผู้นำทางความคิดในธุรกิจโดยการลงทุนอย่างต่อเนื่องด้านการวิจัยมาเป็นเวลาหลายสิบปี” Ron Gilboa ผู้อำนวยการกลุ่ม เทคโนโลยีการผลิตที่ Keypoint Intelligence กล่าว “ข้อค้นพบ Print Census ในปี 2018 จะสนับสนุนสมาชิกของ FESPA เมื่อพวกเขาวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคตของพวกเขา ในขณะที่ช่วยนำชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับโลกสู่การเติบโตที่สำคัญในอุตสาหกรรมและส่งเสริมบทบาทของ FESPA ในฐานะแหล่งข้อมูลที่ทันสมัยสำหรับนักนวัตกรรมทั่วโลก”

รายงาน Print Census ปี 2018 ฉบับเต็มสามารถรับได้ฟรีสำหรับสมาชิกสมาคม ESPA แห่งชาติ หรือสมาชิกโดยตรงของ FESPA ค่าใช้จ่ายสำหรับรายงานฉบับเต็มสำหรับผู้ที่ไม่ใช่สมาชิกคือ 2000.00 ยูโร

-จบ-

**หมายเหตุถึงบรรณาธิการ**

\*20% ของผู้เข้าร่วมการสำรวจเลือก “อื่นๆ”

**เกี่ยวกับ FESPA**

FESPA เป็นสมาพันธ์ระดับโลกของกลุ่มการพิมพ์สกรีน การพิมพ์ดิจิตอล และการพิมพ์สิ่งทอ ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2505 และประกอบด้วยสมาคม 37 สมาคม FESPA มีเป้าหมายร่วมกันเพื่อส่งเสริมการพิมพ์สกรีนและการพิมพ์ดิจิตอล และแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์สกรีนและดิจิตอลกับสมาชิกของสมาพันธ์ในทั่วโลก เพื่อช่วยให้ธุรกิจของพวกเขาเติบโตและช่วยให้พวกเขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นล่าสุดในอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วของพวกเขา สำหรับในประเทศที่ไม่มีสมาคมแห่งชาติในเครือ FESPA เจ้าของโรงพิมพ์จะเข้าร่วม FESPA ได้อย่างอิสระได้โดยผ่าน FESPA Direct

**FESPA** คืนกำไรสู่สังคม
ผู้คนในอุตสาหกรรมคือผู้ถือหุ้นของเรา FESPA ได้ลงทุนเงินนับล้านยูโรกับกลุ่มการพิมพ์ทั่วโลกในช่วงเจ็ดปีที่ผ่านมาเพื่อสนับสนุนการเติบโตของตลาด สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดไปที่[www.fespa.com](http://www.fespa.com/)

**เผยแพร่ในนามของ FESPA โดย AD Communications**

**สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อ**

Ellie Martin Sarah Farrell

เบอร์โทรศัพท์: + 44 (0) 1372 464470 เบอร์โทรศัพท์: + +44 (0) 1737 240788

อีเมล: Emartin@adcomms.co.uk อีเมล: sarah.farrell@fespa.com

[www.adcomms.co.uk](http://www.adcomms.co.uk/) [www.fespa.com](http://www.fespa.com)

**เกี่ยวกับ Keypoint Intelligence**

Keypoint Intelligence เป็นผู้นำด้านข่าวกรองการตลาดและข้อมูลทั่วโลกสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์ภาพดิจิตอล เราได้จ้างผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 125 คนทั่วโลกซึ่งเป็นผู้ให้การวางแผนสำคัญและบริการเข้าสู่ตลาด รวมถึงการวิจัยทางตลาดเชิงลึก ข่าวกรองการแข่งขัน การฝึกอบรมการขาย การทดสอบผลิตภัณฑ์ การสร้างเนื้อหา และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

Mike Fergus

โทร:+1 (973)7972150

อีเมล: mike.fergus@keypointintelligence.com

[www.keypointintelligence.com](file:///C%3A/Users/emartin/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OW7H9OTD/www.keypointintelligence.com)