

時移勢逆論印刷展 / 李志明

每年世界各地均有大小規模的印刷展在舉行，如德國的DRUPA、美國的PRINT、英國的IPEX、日本的IGAS、中國北京的CHINA PRINT、上海的ALL IN PRINT、廣州的華南印刷展，與及台灣的TIGAX等。以上各展覽會除了美國的PRINT及上海的ALL IN PRINT外，其餘的展覽會我已參觀過兩次或以上，有些印刷展本中心亦曾參展過。我參觀過這麼多的印刷展，除了吸收最新的印刷科技知識外，也看著這些展覽會的盛衰。

今個月初在台灣舉行的TIGAX印刷展，是我第五次前往參觀。記起第一次參觀TIGAX是1996年，當年算是中等規模的印刷展，有1060個攤位，不少香港印刷行家專程前往參觀，他們最主要是看台灣製造的後加工器材。但到了2002年只得635個攤位，而今屆TIGAX，攤位更少得多，只有412個，參觀人數亦比過往幾屆遜色很多。然而，香港亦舉辦過印刷展，而其效果比TIGAX還差。反觀國內的幾個主要大型印刷展，則一屆比一屆辦得好，如ALL IN PRINT便獲得空前的成功，而明年5月在北京舉行的CHINA PRINT需擴大展覽面積，聽聞大部份攤位已被訂購。

自中國改革開放後，經濟發展迅速，中國這個龐大的消費市場，自然成為世界各地製造商的必爭之地，繼而帶動印刷業的蓬勃發展，加上人民素質不斷提高，展覽會服務水平已接近國際水準，因此，一些有規模及服務水平高的印刷展，自然吸引不少國內外的廠家參展，而鄰近地區的印刷展則大受衝擊，被譽為亞洲第一大印刷展的日本IGAS，近一屆亦明顯比往屆遜色。

這些受影響的印刷展，如何打破這一困局？愚見認為，由於每年都有同類型的印刷展舉行，無論展出形式及展品內容均大同小異，參展商資源有限，當然會把資源投放在有代表性的印刷展上。小型的或地區性的印刷展，要吸引廠商參展，就必須在展出形式上下番工夫，如舉辦專題的印刷展，譬如“數碼印刷展”、“印後加工器材展”及“印刷物料展”等，展覽規模不一定要大，但最重要是針對性的，若果同時舉行相關有深度的技術論壇，這樣便可吸引到真正的買家前來觀看。對參展廠商來說，參展費用相對地減少而前來觀看的正是她們的目標群，相信她們必會考慮參展。

香港印刷資源中心與《香港印刷資源》

《香港印刷資源》月刊由香港印刷資源中心出版，是一本綜合性的印刷專業雜誌，內容以報導印刷資訊和動態為主，並涉及出版與設計等範疇，題材包括行業資訊、企業探訪、新產品及技術介紹等。在2000年，本月刊率先採用「電腦直接製版」技術印刷，正式進入無菲林時代，見證印刷技術的發展。本月刊每月定期郵寄給印刷資源中心會員，及在各大紙行、輸出中心、書店等地方免費派發。

香港印刷資源中心（以下簡稱「印資」）於1998年1月成立，是一間為本港印刷業搜集與傳遞印刷資訊的私人企業。「印資」業務除出版《香港印刷資源》月刊外，並有舉辦講座活動，此外更舉辦海外參觀團，安排本地同業與海外同業互相交流觀摩。本中心同時亦銷售有關印刷之書籍及產品，並為會員提供免費印刷諮詢服務（有關「印資」會員申請及廣告徵訂事宜，請電2612 0348 梁小姐查詢）。

出版人語

《香港印刷資源》派發點

商務印書館·天地圖書·三聯書店（中環店、灣仔店、荃灣店）·中華書局·馬健記圖書·工聯會業餘進修中心·
海洋中西美食廣場（官塘開聯工業中心）·新豐工友食堂（官塘工業中心二期）·各大紙行及輸出中心