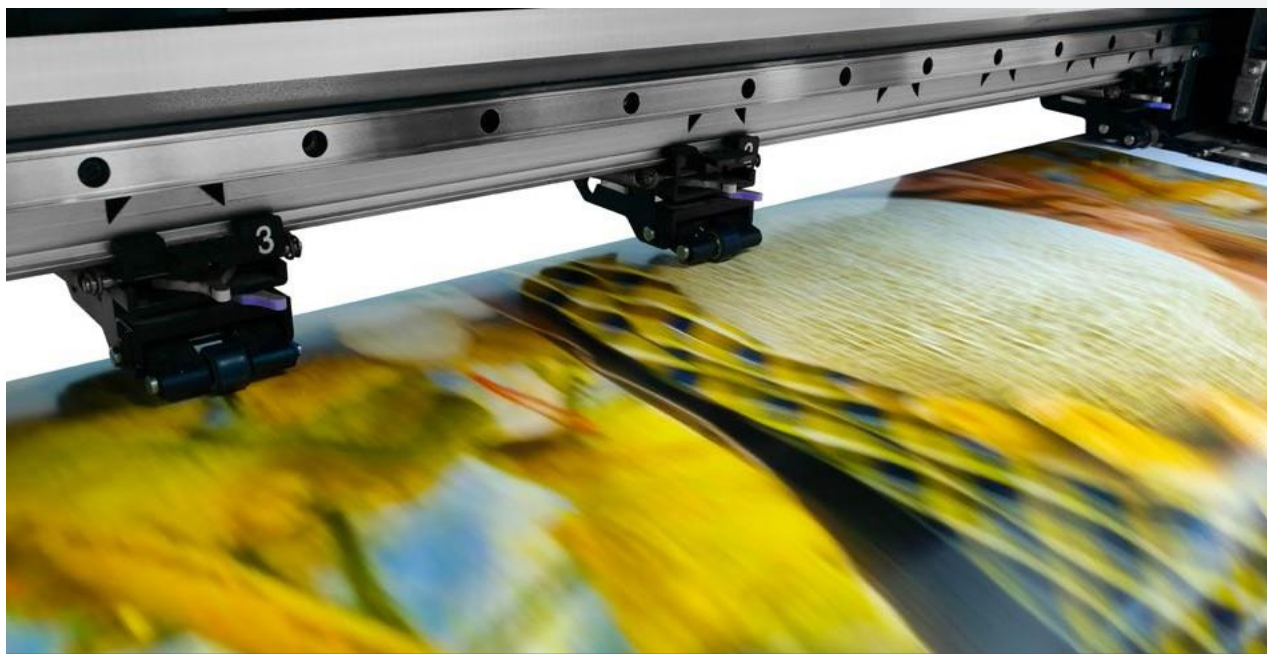


ПОДГОТОВЛЕНО ДЛЯ HP



Аналитический доклад

РЫНОК ШИРОКОФОРМАТНОЙ ПЕЧАТИ: ТЕНДЕНЦИИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

АПРЕЛЬ 2018 г.





СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Оптимизм и рост рынка	3
Диверсификация продолжается	4
Изобилие возможностей!	4
Применение для торговых точек	4
Текстиль и ткани (мягкие вывески)	5
Плакаты	6
Специальные области и нишевые рынки	6
Предоставление комплексного решения	7
Мнение InfoTrends	8
Авторы	9
Список рисунков	
Рисунок 1. Глобальный объем производства широкоформатной печати	2
Рисунок 2. Пример натяжного тканевого экрана	4



Введение

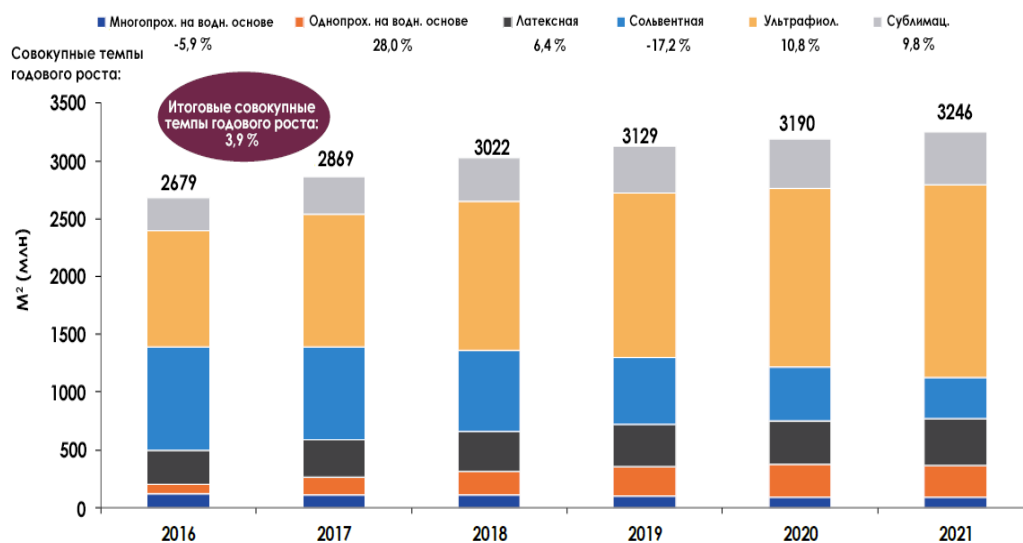
Современные поставщики услуг печати ищут пути, которые позволят им расширить спектр предоставляемых услуг, увеличить доходы и повысить степень удовлетворенности клиентов. Большой ассортимент широкоформатных устройств позволяет компаниям, работающим в области графики, визуальных коммуникаций и создания вывесок, осваивать новые и развивающиеся сегменты рынка. В этом докладе приводятся последние данные от Keypoint Intelligence — InfoTrends (InfoTrends), позволяющие выявить области неиспользуемых возможностей на рынке широкоформатной печати.

Оптимизм и рост рынка

В начале 2018 г. компания InfoTrends завершила свое последнее исследование, которое проводилось в продолжающемся партнерстве с FESPA. В ходе исследования было опрошено более 1400 респондентов из 102 стран мира. Участники опроса — различные представители полиграфического и промышленного сегментов, чей основной бизнес связан с печатью. Респонденты весьма оптимистично высказывались как о своем бизнесе, так и о сфере широкоформатной печати в целом, и этот позитивный настрой наблюдается с момента начала партнерства InfoTrends и FESPA 11 лет назад. Среднее значение совокупного темпа годового прироста для широкоформатной печати составило 2,3 % в период между 2007 г. и 2018 г.

Согласно данным самых последних прогнозов InfoTrends, определенные сектора глобального рынка широкоформатной печати продолжают демонстрировать здоровый рост. Как показано на следующем рисунке, ожидается, что рост объемов однопроходной печати на водной основе, печати латексными чернилами, УФ и сублимационной печати более чем компенсирует снижение объемов сольвентной печати и традиционной графической печати на водной основе. Технологии цифровой печати продолжают демонстрировать значительный рост благодаря продолжающемуся освоению новых направлений бизнеса. Хотя этот рынок приближается к зрелости, InfoTrends считает, что его разнообразие поможет сохранить восходящую траекторию роста.

Рисунок 1. Глобальный объем производства широкоформатной печати



Источник: Прогноз глобальной широкоформатной печати (Global Wide Format Printing Forecast): 2016–2021 гг.; Keypoint Intelligence — InfoTrends 2017



Диверсификация продолжается

Рынок широкоформатной печати — большой и разнообразный, и при этом он постоянно расширяется. Специальные продукты, такие как принтеры для печати вывесок на мягком текстиле и устройства для прямой печати на швейных изделиях, дают рынку новые силы. Современные технологические инновации размыли прежние границы, поэтому широкоформатная отрасль сегодня сегментирована намного меньше, чем несколько лет назад. Владельцы брендов, которые раньше могли испытывать трудности при выходе на рынок, сегодня находят способы расширить ассортимент своих предложений, увеличить прибыль и повысить удовлетворенность клиентов. В наши дни изготовители вывесок и предприятия цифровой печати нередко предлагают услуги по печати специализированной рекламы или возможности печати на нестандартных носителях (например, обоях и искусственной коже). В то же время, некоторые нишевые или специализированные поставщики начинают работать с более традиционными предложениями, а другие предприятия, прежде никогда не предлагавшие широкоформатную печать, с падением ранее мешавших барьеров выходят на рынок.

Изобилие возможностей!

Хотя повышенный интерес и активность на рынке широкоформатной печати хороши для всей отрасли в целом, они также служат причиной жесткой конкуренции. На современном переполненном рынке становится как никогда сложно выделять бренды и их продукты. Хотя на рынке широкоформатной печати есть проблемы, для находчивых владельцев брендов есть возможности роста.

Применение для торговых точек

В розничных магазинах широкоформатные вывески и графика могут использоваться для ориентирования покупателей, предоставления информации и формирования интереса к продуктам и услугам. Сегодня, когда большинство товаров можно приобрести в Интернете, не заходя в розничный магазин, продавцы должны разработать новые способы привлечения потребителей в свои магазины. Хорошей новостью является то, что физические продавцы предлагают нечто, недоступное интернет-торговцам, — захватывающие интерактивные ощущения.

В то время как интернет-продажи в значительной степени основаны на визуальных впечатлениях, розничная торговля может задействовать все пять чувств.

Хотя плакаты, баннеры и вывески остаются основным средством привлечения потенциальных покупателей и формирования интереса, некоторые маркетологи используют новые творческие подходы к привлечению внимания клиентов, увеличению их вовлеченности и повышению лояльности. Например:

- Оконные пленки можно использовать для привлечения проходящих мимо пешеходов в местный розничный магазин, в который они обычно не заходят. Как только посетители оказались в магазине, напольная графика может использоваться для их направления в конкретные зоны, где они могут получить предложения, консультации, бесплатные образцы или посмотреть демонстрации продуктов.
- Свывески или плакаты могут быть напечатаны с QR-кодами, которые можно сканировать на расстоянии, чтобы перейти к информационным видео или дополнительной информации о характеристиках продуктов.



- Декорации могут создавать необходимую атмосферу или визуально стимулировать к покупкам. Например, рестораны могут добавлять обои и другие уютные штрихи, чтобы повысить уровень комфорта клиента. Мебельные магазины могут предпринимать подобные действия, чтобы помочь клиентам представить, как конкретная мебель может выглядеть у них дома. Оба эти подхода могут создать эмоциональный отклик, который может превратиться в увеличение прибыли.



Декорации в местном ресторане

Текстиль и ткани (мягкие вывески)

Хотя для вывесок исторически использовались винил, пластик и бумага, текстиль и ткани становятся все более популярными. Применение мягких вывесок обеспечивает ряд преимуществ, в том числе более насыщенные цвета, более захватывающие эффекты, привлекательные варианты подсветки, меньше деформации и обесцвечивания, возможность создания экранов на изогнутых структурах и возможность складывания или скатывания без повреждений. Натяжные тканевые экраны стали довольно распространенными, и компании, участвующие в выставках, освоили текстильную печать и теперь производят вывески и целые стенды.



Рисунок 2. Пример натяжного тканевого экрана

Еще одно преимущество мягких вывесок заключается в том, что их производство не сильно отличается от более традиционных процессов печати, и поэтому не требуется сложное обучение. Хотя для текстиля и тканей требуются более сложные чернила, носители и принтеры, новые технологии как никогда упрощают решение этих проблем. Современные чернила (на водной основе и нетоксичные) удовлетворяют потребительским, корпоративным и государственным требованиям к экологически чистым расходным материалам и процессам. Латексные чернила достаточно универсальны и отличаются пониженным уровнем летучих органических соединений по сравнению с сольвентными чернилами.

Кроме того, благодаря значительному улучшению процессов отверждения и адгезии латексные чернила стали намного более практичным выбором с точки зрения эффективности и температуры отверждения. За последние несколько лет в отрасли также появилось множество новых тканей, в том числе натяжные ткани, растягивающиеся материалы и ткани со сниженной потребностью в покрытии и расширенными возможностями подсветки.



С точки зрения устройств, струйные принтеры, печатающие прямо на текстиле, открывают бесчисленные возможности для производства вывесок, графики для выставок, флагов, плакатов, товаров для дома и одежды. Некоторые устройства могут работать и с тканями, и с бумагой без замены чернил, а другие устройства могут стабилизировать гибкие материалы, которые могут растягиваться во время процесса печати.

Несмотря на ряд проблем, связанных с печатью на текстильных изделиях и тканях, большинство из них можно устранить, обладая знаниями о лучших чернилах, оборудовании и носителях. Преодолев несколько небольших препятствий для входа на рынок, типографии могут выделиться среди конкурентов и расширить клиентскую базу, предлагая мягкие вывески.

Плакаты

Плакаты из ПВХ и не из ПВХ — это еще один великолепный способ, с помощью которого предприятия могут улучшить свою узнаваемость. Для использования внутри помещений есть несколько легких, экономичных и привлекательных решений. Плакаты для наружного использования отличаются повышенной долговечностью, стойкостью к атмосферным воздействиям, а также наличием разных размеров и способов подвески. Плакаты могут быть самоклеящимися, иметь переднюю, заднюю или двустороннюю подсветку. Некоторые плакаты, не содержащие ПВХ, могут быть напечатаны с использованием технологии ультрафиолетового отверждения, что обеспечивает более экологичный процесс без ущерба для качества.

Специальные области и нишевые рынки

Помимо рассмотренных выше сфер применения, интерес также представляет ряд специальных областей. Вот примеры некоторых интересных ниш, открывающих новые возможности для рынка широкоформатной печати.

- **Покрытия для автомобилей.** Покрытия для автомобилей стали для компаний популярным и экономически выгодным способом рекламы, причем возможности индивидуализации практически безграничны. Текстурированные ламинирующие пленки позволяют использовать различные визуальные спецэффекты, например создавать обклейку «под дерево» или «под шлифованный металл». Потребители и компании могут покрыть свои автомобили, используя сплошные цвета или практически любые напечатанные изображения. Кроме создания индивидуального облика, эти покрытия также защищают оригинальное лакокрасочное покрытие автомобиля и, как следствие, повышают его стоимость при перепродаже!
- **Товары для дома.** Товары для дома и оформление интерьера представляют определенный интерес, так как они одинаково привлекательны и для бизнеса, и для потребителей. Розничные продавцы могут создать похожее оформление интерьера во всех магазинах, чтобы повысить узнаваемость бренда. Кроме того, открывающимся на короткий срок магазинам (например, на время праздников, таких как Хэллоуин и Рождество) часто требуются недорогие, легко переносимые и экологически чистые способы украшения своего пространства.



Технологические достижения теперь позволяют использовать на потребительском рынке цифровую печать для обоев, оконных штор, керамической плитки и напольных покрытий.

- **Гостиничное дело.** Отели и курортам часто нужно оформить свое здание в единой теме, чтобы у гостей везде возникали одинаковые ощущения. Этого можно достичь, добавив шторы, покрывала или обои с тем же орнаментом, что и у мебели в главном вестибюле или на стойке регистрации. Кроме того, общенациональные или глобальные сети иногда хотят создать знакомую, единую среду во всех отелях, чтобы посетители всегда знали, чего ожидать при посещении конкретного места. Декор может помочь создать предсказуемую среду «дома вдали от дома» для часто путешествующих или семей на отдыхе.
- **Архитектурные элементы.** Архитектура, инженерные системы и строительство в значительной степени зависят от печатных изделий, таких как иллюстрации, чертежи САПР и визуализации с высоким разрешением. Постоянные успехи технологий цифровой печати уже устранили многие барьеры, когда-то мешавшие декорированию строительных материалов, включая древесину, асфальт и металл.

Архитекторы, дизайнеры интерьера и другие специалисты, старающиеся удовлетворить растущий спрос на индивидуализацию, ищут новые материалы и сферы применения, которые помогут им создать необходимое окружение. Мы наблюдаем за увеличением количества сфер применения продуктов цифровой печати, в том числе обоев, обивки, жалюзи, виниловых покрытий и холщовых материалов.

Предоставление комплексного решения

Все больше компаний широкоформатной печати стараются разрабатывать «комплексные решения», предлагая услуги печати и отделки на месте. Современные устройства для отделки обеспечивают высокую производительность работников, а также более эффективные и автоматизированные рабочие процессы. Согласно исследованию Keypoint Intelligence — InfoTrends под названием [Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing](#), (Поиск возможностей в сфере графических коммуникаций и специализированной печати), свыше 66 % респондентов, предлагающих вывески, экраны и специализированную графику, считают важным или очень важным расширение спектра своих услуг, что позволит им стать универсальными поставщиками. Как и в случае процессов широкоформатной печати, новые и совершенствующиеся технологии облегчают переход к предоставлению комплексного решения. Даже небольшие поставщики услуг печати теперь могут выполнять отделочные работы собственными силами, предоставляя полный спектр услуг своим клиентам.



Мнение InfoTrends

Индустрия широкоформатной печати предоставляет множество возможностей новым участникам рынка, а также существующим компаниям, предлагающим услуги создания вывесок и графики. Технологические инновации размыли границы в отрасли, и смена направления позволяет фирмам работать с более широким, чем когда-либо прежде, спектром широкоформатных заданий. Кроме того, владельцы брендов, которые в прошлом могли испытывать трудности с проникновением на рынок широкоформатной печати, обнаруживают, что многие барьеры для входа стали ниже.

Хотя эти изменения хороши для отрасли в целом, они также означают, что задача выделиться и привлечь к себе внимание клиентов может стать серьезной проблемой для сегодняшних брендов.

Хотя проблемы действительно существуют, возможности, предоставляемые этим рынком, являются многообещающими. Ни один поставщик услуг печати не сможет предоставлять все услуги всем клиентам, поэтому важно выбрать стратегически правильное направление. Подумайте о потребностях своих текущих клиентов, затем проанализируйте следующие логические шаги. Сможете ли вы расширить свои возможности на соседних рынках или удовлетворить больше запросов благодаря новым инвестициям? Сможете ли вы стать универсальным поставщиком, предлагая выполнение большего количества услуг собственными силами? Настоящим ключом к успеху на современном рынке является дифференциация. Если удастся выделить свою компанию в глазах клиентов, вы сможете лучше позиционировать ее для прибыльного роста в постоянно меняющейся отрасли широкоформатной печати.



Ева Падула (Eve Padula)

Старший исследователь-аналитик

Ева Падула (Eve Padula) — старший исследователь-аналитик по стратегиям развития бизнеса и консультант по взаимодействиям с клиентами в Keypoint Intelligence — InfoTrends. В ее обязанности входит продвижение и распространение материалов InfoTrends, помощь клиентам и партнерам в создании программ развития бизнеса, создание комплектов услуг и проведение многоклиентных исследований, а также управление циклом редактирования для множества видов предоставляемых материалов.

+ 1 781-616-2170   



Стив Урмано (Steve Urmano)

Директор

Стив Урмано (Steve Urmano) — директор по услугам консультаций в области широкоформатной печати Keypoint Intelligence — InfoTrends. Он разрабатывает ежегодные прогнозы развития глобальных рынков оборудования и расходных материалов, используемых на рынках широкоформатной печати. Он отвечает за ежегодное проведение нескольких основных исследований на рынке широкоформатной печати по заказу и в рамках синдикативного исследования.

+ 1 781-616-2129   



Замечания или вопросы? →

Этот материал подготовлен специально для клиентов компании InfoTrends, Inc. Представленные мнения являются результатом нашей интерпретации и нашего анализа информации, публично доступной или представленной ответственными лицами компаний, участвующих в исследовании. Мы считаем, что источники информации, на которых основан наш материал, являются надежными, и мы подошли к подготовке выводов с максимально возможным уровнем профессионализма.

4AA7-2931RUE