

大家好，关于印刷业股市大跌很多朋友都还不太明白，今天小编就来为大家分享关于印刷业股市大跌原因的知识，希望对各位有所帮助！

本文目录

1. [印刷行业的业务员怎样跑业务](#)
2. [在互联网的冲击下，未来印刷行业会呈现怎么的发现趋势？](#)

印刷行业的业务员怎样跑业务

问这个问题，说明你是刚刚入这一行的，也想做好这个业务，那我就给几点建议，也说一下这一行的现状！

虽然中国步入了印刷大国，但人均印刷消费量只有发达国家1/10、产业结构不合理，结构性矛盾突出、研发基础薄弱，技术创新后劲不足、技术装备、从业者素质等有待提高等仍然制约着中国印刷产业的发展，还不是印刷强国。

2008年，这是印刷行业来讲是一个最好的年份，也是一个最坏的年份。一方面，奥运经济催生印刷商机，新技术推进数码印刷发展；另一方面，印刷工价持续走低，原材料价格上涨，纸价动荡不安，成本增加，“限塑令”出台，全球经济持续低迷——股市暴跌，楼市跳水，汇市走低。在多种因素博弈之下，中国乃至全球印刷业面临重新“洗牌”。这个时代不仅赋予了企业诱人的机遇，也横亘在企业面前无数的挑战。我们的印刷企业过冬不能像动物那样“冬眠”，不吃不喝消耗脂肪，而应转变观念、“内练苦功、外拓市场”，塑造阳光心态，应对经济震荡。“变则通，不变则殆”，在市场规则面前，谁转变的快，谁就能占据市场先机；谁能把成本降到最低，谁就拥有了核心竞争力。

想快速打开这个市场，光靠努力是不行的，首先自身产品要过硬，传统印刷慢慢地落后了，取而代之的事数字印刷！有了这个技术，可以专攻工业园区的各类包装行业，广告业，传媒等等！主要的是需要搭建一个平台，让所有有需要的人都可以找到你，过的双赢！

希望能够帮到你

在互联网的冲击下，未来印刷行业会呈现怎么的发现趋势？

“互联网+”的到来，正把包装印刷行业带入了一个新的时代。“互联网+”时代，印刷包装行业又将呈现出哪些新趋势呢？

改革开放四十年来印刷业取得的成绩值得同仁们称道，这中间包含着我们付出的辛勤努力，全国印刷产值从1979年的48.97亿元至2017年一跃登上12057.7亿元，翻了250余倍。

但是我们又是否清晰地认识到，如果以不变价来衡量，如果不是通过扩张印刷业的内涵(比如把印刷占比极少的包装工业产值计入印刷产值)来考量印刷业的现有成绩，如果认真分析自2008年美国金融危机对印刷业带来的负面影响(年增长率从2008年的24.92%下滑至2017年的4.6%)，如果观察印刷业的整体获利能力在持续下滑(利润率从2013年的7.9%降至2017年的6.8%)，.....确实是还有很多问题值得我们去思考与解决。

市场的目前最突出的趋势之一，便是个性化需求伴随着生活水平的提高在日益增长。追求展示个性包装印刷将会是行业发展的一种必然，势不可挡。

可口可乐、卡夫公司、味全集团、伊利、康师傅，.....越来越多的企业开始在个性化包装上跟进。即使是被认为最难做到量身定制的西服制作在青岛红领公司同样可以做到上流水线生产，正因如此，红领也成为一段时间来各行各业登门学习的榜样。

快印客表示，追求展示个性对印刷产生带来的变化是除教材外的大印数订单量的明显减少，以传播信息为己任的报纸因为在时效上远不及网络，自2012年来处于持续下跌状态，至今下滑已不至一半。

即便是包装印刷也呈现出多批次、少印数的趋势，以降低资金占有与市场变化可能带来的负面影响。

与计算机技术紧密相伴的数字印刷工艺在满足人们的个性化需求上有着自己的优势，它可以做到一张起印、张张可变、立等可取。这就为满足因为生活改善而追求张扬个性的人们提供了可能。

当然，从现时的情况看，在设备与耗材上过度依赖海外品牌，带来的结果是产品的性价比不高，这也影响着数字印刷在满足个性需求上作用的发挥，我们期待着这一局面的尽快改变。

印刷企业想要有理想的生存空间，那也就非得顺势而变，如可能最好还有点前瞻性，否则就只会越来越艰难。因为市场从不同情弱者，而总是褒奖那些有准备的人。大浪淘沙，适者生存。

每一位从业者都希望跟上时代发展的步伐，但是什么是印刷业的工业4.0？大数据

对印刷意味着什么？“以互联网产业化、工业智能化、工业一体化为代表的第四次工业革命”对印刷又意味着什么？必须对应着做哪些改变？AI(人工智能)对印刷业意味着什么？对此每一个包装印刷行业的从业者都需要在摸索中逐渐地去加深理解

。

如果你还想了解更多这方面的信息，记得收藏关注本站。