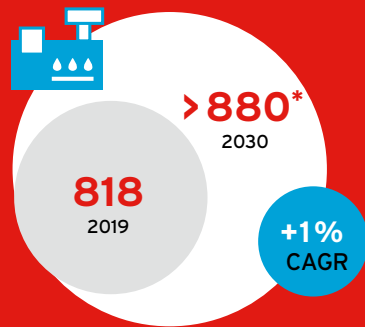


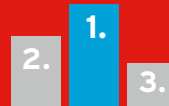
Key Facts Print

Marktvolumen (weltweit)
in Mrd. US-\$



Market Insight China

Der chinesische Druckmarkt ist der weltgrößte Markt mit einem Umsatz von 208 Mrd. US-\$ in 2018!

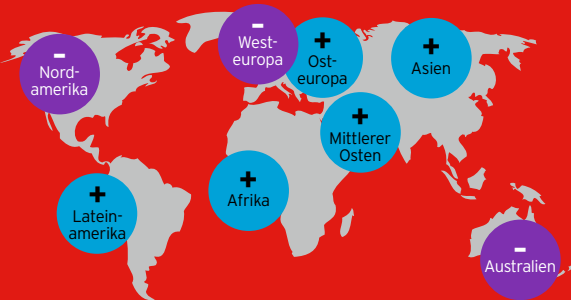


Wachstumstreiber

1. Wachstum Verpackungsdruck
2. Wachstum in aufstrebenden Märkten
3. Zusatznutzen im Bereich Digitaldruck

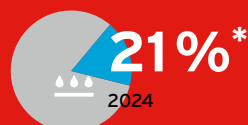
Märkte für Digital- und Analogdruck

Während die Märkte für Digital- und Analogdruck in einigen Ländern abnehmen, lassen sich andere als Wachstumsregionen identifizieren:



Digitaldruck

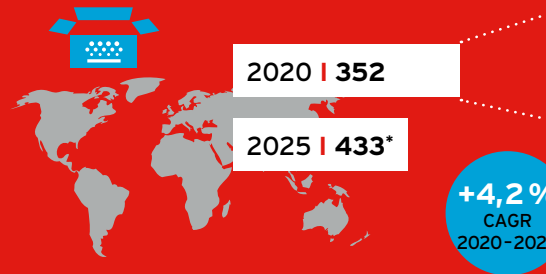
Anteil am Marktvolumen



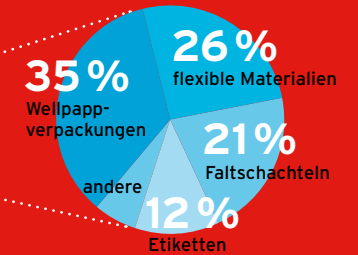
Key Facts Print Packaging

Marktentwicklung (weltweit)

Marktvolumen in Mrd. US-\$, durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR)



Anteile in % 2020



Trends Print Packaging

Industriespezifische und externe Trends

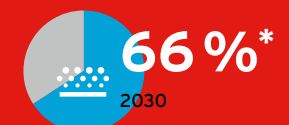
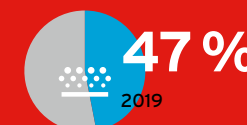


Makroökonomische und demografische Trends



Packaging

47% Marktanteil am globalen Print Markt 2019

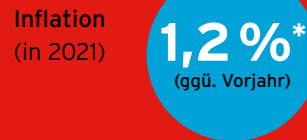


*Vorläufige Ergebnisse/Prognose
**Werte beruhen auf einer Studie der EIU, in der 26 Länder berücksichtigt wurden. Anteil globales BIP/Weltbevölkerung: 80%/70%.
Quellen: gstat, UN DESA (Population Division), IMF, United Nations Demographic Yearbook, Weltbank, United Nations Statistical Division, National Bureau of Statistics of China, The Economist Intelligence Unit, Smithers Pira, eigene Berechnungen.



Key Facts Wirtschaft

China



Wirtschaftswachstum

BIP in Mrd. US-\$, reale Wachstumsrate

2020 | **14.723** +2,3%

2021 | **16.642*** +8,4%*

2022 | **18.013*** +5,6%*

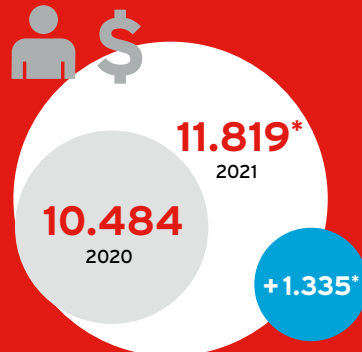
Anteil am globalen BIP



2020 kaufbereinigt

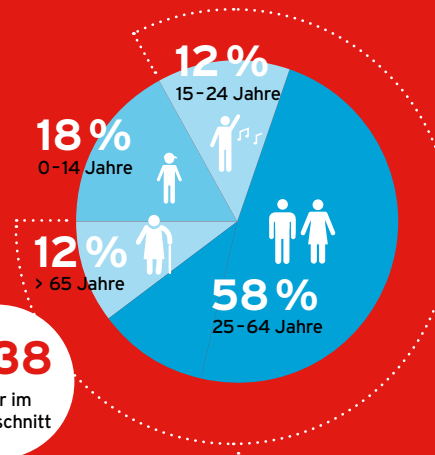
BIP pro Kopf

2020 & 2021, in US-\$



Key Facts Bevölkerung

Bevölkerungsstruktur



Bildungsstand



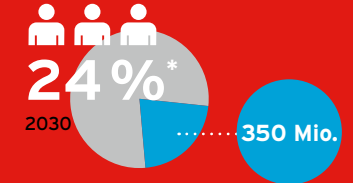
Privater Konsum

Angaben pro Kopf; in US-\$



Mittelschicht

Anteil der Bevölkerung; Pro-Kopf-Ausgaben zwischen 11 und 110 US-\$ am Tag



Kleinere Haushalte

Anteil der Ein- und Zwei-Personen-Haushalte an allen chinesischen Haushalten



Urbanisierung

