

## 湖南印刷复制网络管理应用系统正式启动

本报讯 2012年7月19日,湖南省印刷复制网络管理系统应用培训工作会议在省内新闻出版局举行,这标志着湖南省正式启动印刷复制网络管理系统。全省印刷复制网络管理系统是为湖南省印刷复制企业和出版单位提供网络化的图书、期刊印制备案,印刷复制企业年度核验,统计信息填报等网络办公的便民工程;是加强印刷复制行政管理、为社会提供优质高效公共服务的信息平台。该系统实施后,既能有效地为该省各级新闻出版管理部门提供行业管理信息,又能快捷地为出版单位、印刷企业提供网上办事服务,从而减轻企业负担并加强印刷监管与服务。(刚)



网络和电子阅读器等的兴盛动摇了传统的印刷行业,而传统报业发行量的萎缩也直接威胁到了印刷行业的利润,传统印企的前途在微利困局和技术冲击下显得扑朔迷离。英国的印刷和纸张相关的调研机构Pira认为:数字技术取得了“爆炸性的进步”,数字化的新希望在世界范围内熠熠发光。为此,不少印企放眼全球,准确把握时代脉搏,积极上马数字印刷,就数字印刷的发展前景,近日,本报记者对日本奥西佳能公司亚太地区彩色连续纸业务发展总监 Robert Koeckeis 进行了专访。作为在100多个国家设有机构、全球拥有超过20000名员工的大型跨国企业,奥西公司的 Robert Koeckeis 认为,印刷企业应保持清醒的头脑和敏锐的时局嗅觉:数字印刷是把能够有力斩破困境的顺势剑,而不是病急投医时包治百病的万灵药。

## 市场需求是促成印业变化的根本

Robert Koeckeis 认为,市场需求是印业发展的指示标,数字印刷的发展也应该适应市场需求。或许新时代下印刷业的发展将呈现不同以往的新趋势:丰富的多样化的短版印刷取代大批量的同质化印刷;网络印刷将带动印刷行业的新一轮整合;包装行业的地位将日益重要。于是,能做到“一张起印,张张不同”的数字印刷迎来了新的发展机遇。除了这些具象的变化外,印刷行业市场呈现出的大背景趋势不可被忽视,即虽然印量总数在节节攀升,但单个品种的印量却呈现下降势头。

(上接第13版)

胶印是一种高速、高效的工业化印刷加工技术,综合考虑图书印刷制版成本、高速印刷设备的使用费用,每次图书印刷的批量越大,胶印印刷的单位生产成本就会越低:这是胶印的优势。但是,从目前图书销售的特点来看,除了名家名作或者畅销书、少儿图书的首印量较大外,出版社为了控制退货与库存风险,大多采取少印多次的印刷策略。“大批量印刷,如果图书销售不佳、销售周期过长或者滞销,印刷数量越多、铺货范围越大,给出版社带来退货与库存损失就越大。”张建民这样总结大批量印刷的不足。“这种情况下,兼顾图书生产和销售的图书最低生产数量,即最低经济批量,就很关键。”但他觉得“出版社通常下达的图书印刷批量都是大于图书的最低经济批量,同时对于低于该批量的图书品种的需求,出版社大多选择放弃。”

“数码印刷技术的出现改变了这种局面。”张建民介绍道。“数码印刷技术是一种无版印刷方式,可以做到每张纸印刷内容的不同。运用于图书生产可以做到单本起印。理论上可以做到按照读者(客户)的意愿按需印刷,要什么印什么、要多少印多少、什么时候要什么印。”据其介绍,采用静电成像原理的激光打印机是最早运用于图书生产的数码印刷设备。经过20多年的发展,激光数码印刷机的技术已经成熟,其印刷质量已经与胶印相当。“然而,激光数码印刷机的生产效率低,生产单张成本高,大大限制了它在图书生产中的作用,100册以下批量的短版图书(样书、绝版书)是其主要加工对象。对于大多数出版社来讲,不能带来任何经济效益的这类短版图书业务可有可无,故对建立相应的机构和运营模式兴趣不大。”

高速喷墨印刷技术的进步,大大改善了数码印刷在生产效率和印刷成本方面的不足。很多业内人士认为,该技术将在未来一段时间成为印刷行业

# 微利困局,数字印刷是顺势剑不是万灵药

——专访奥西公司亚太地区彩色连续纸业务发展总监 Robert Koeckeis

■ 本报记者 邹昱琴 实习记者 来楚京

“比如,整个市场书目的总量是往上走的,但是每个书目的印刷册数在直线下降。就德国来看,德国拥有八千万人口,每年都会增加20%的书目,但是印刷数是下降的。教材、技术类、文学类等占了整个德国图书市场的70%,但现在在每一个书目的印量却都在下降。而剩下的30%的图书,根据我的资料,可能占了德国图书总印数的90%,也就是说70%的图书只拿到了10%的印量,这就是目前图书印刷行业的很现实的一个困难。” Robert Koeckeis 介绍说。

在包装印刷行业也看到了同样的情况,Robert Koeckeis 认为包装行业是一块能得到合理利润的行业,这个行业也得到了数字印刷制造商的重视,遇到的问题也与出版业是一样的:包装的品种越来越多,虽然印刷总量在增加,但是这个量的增加是靠品种的增加带动的。

在欧美地区印刷行业出现困难,整个行业从纸质向电子、媒体方向转移以及市场容量和印刷机器的价格不断萎缩走低的情况下,面对中国巨大的市场, Robert Koeckeis 认为中国的市场由于并不像欧美已经发达达到了一定的阶段,所以从这个角度来看,中国的市场在近几年依然会增长,会稍微滞后于全球的形势,但是受影响和顺应总趋势是在所难免。

“随着世界范围内尤其是西方国家图书书目增长但印刷量的下降,印刷量常常低到了数字印刷能接受的范围即三千到五千本,而一旦图书印刷量降到数字印刷可以接受的点,图书发行商为什么还要牺牲运输时间和成本在中国印刷呢?坦率地说,全世界范围内扣除税收的话数字印刷成本几乎都是一样的,那图书发行商就没有必要投入大量的成本跑到中国印刷。据我所知,在澳洲有一个统计,最近几年内,以前放在中国印刷的图书中有80%回到澳洲当地用数字印刷来印刷。”

Robert Koeckeis 说:“我看到,在不久之后,中国的图书印刷市场会重蹈澳大利亚的覆辙,7年前澳大利亚在出版行业有一个大的地震,到今天为止,澳大利亚排名靠前的出版商统统都有使用数码印刷的方案,他们会把数码印刷作为其应对行业新变化的一个工具和武器。”

## 数字印刷有待进一步发展

Robert Koeckeis 向记者解释,由于中国人口基数太大且在中国个人并不能够自行出版,所以奥西在美国走得顺风顺水的数字印刷进入中国却没有收到预想的市场反馈,奥西预计花费五到十

关注的重点之一。“高速喷墨数码印刷机生产效率和印刷质量与对开单张胶印机相当,在国内2000册批量的图书印刷生产成本已经接近胶印,相信在未来几年内可以实现3000册批量成本接近胶印成本。如果3000册批量的图书能够成为选择某种图书印刷方式的盈亏平衡点,同时3000册批量又是国内大多数出版社新书印刷的最低批量,这时出版社就多了一种印刷方式可供选择——对于那些销量没有把握的新书,出版社可以利用高速喷墨数码印刷技术,在生产成本基本保持不变的条件下,合理选择印刷批量,这样可以避免销售风险、减少库存。而对于那些需求量不大的专业图书则可以做到按需印刷,零库存出版。”张建民介绍道。

数字化、数码印刷技术的进步,为按需出版从可有可无到成为出版社的核心业务之一提供了可能。但在目前阶段,出版社在按需出版印刷方面的投入却比较谨慎,很少有单个出版社选择购买印刷设备,在出版集团层面,购买相关设备的也不多见。受限于成本、业务量等多方面因素,出版社在是否选择这项新技术、如何利用新技术强化、优化经营方面,并没有明确的答案。张建民认为:“按需出版是一种新的营销模式。”在数码印刷技术的支撑下,按需出版的瓶颈已经消失,但出版业的营销模式却没有发生变化。“旧的营销模式不创新,新的印刷技术就难以发挥应有的作用。我觉得这点上出版社、印刷企业、设备制造商等多方面要密切交流、加强合作,共同开发、利用这项新技术。如印厂与出版社联合购买印刷设备,联合经营等,以此来规避高投入带来的经营风险。”张建民总结道。

按需出版的营销模式如何建立?不同厂商数码印刷技术的特点是什么?数码印刷设备用户有什么经验教训?数字印刷与传统印刷的未来出路在哪里?这些都是首届中国按需出版论坛将要试图去讨论、交流、共享的内容。精彩内容,值得期待。

年来实现数字印刷的发展蓝图,数字印刷有待进一步发展。

面对微利困局和多变的局势,奥西在中国也顺应发展态势、取径开展全球性战略联盟的路子来拓宽和坐稳市场。据记者了解,从2011年开始,奥西公司将和世界领先的传统印刷系统曼罗兰公司联合,成为市场上第一个为印艺行业提供全部数字印刷和传统胶印解决方案的供应商,在中国市场开拓他们的印艺行业全球性战略联盟。两家公司将能提供涵盖所有印艺行业中的生产步骤,结合印刷数据管理、数码、传统印刷以及印后加工处理的制造流程的全面解决方案。

Robert Koeckeis 提到在东南亚,前面提到的总量上升单个品种印量下降的市场趋势已然显现。“很多东南亚的印厂70%的订单小于3000本,而当地的起印数是5000本,所以印厂不得不印5000本或者把5000本作为一个生产量,而剩下的2000多本则期待出版社的第二次订单,但结果并不会每次都尽如人意,所以到最后一般仓库里会堆存许多书。”这个问题具有普遍性,不止东南亚,全球范围内每年都有差不多10%的书没有卖掉,这明显与当今绿色、环保、可持续的主题相违背,而数字印刷的小订单、时效性虽然能有力缓解这一局面,但也不完美。

“用传统印刷方式生产的话就会有两个问题,第一,单个品种印量下降的过程中包装的成本就会

上升,第二,从下订单到交货可能无法满足包装客户快速变化的要求,同时,由于订单的硬性数量要求,传统印刷方式还会导致大量的浪费。如果采用数字印刷,依托新技术,时效性和个性化印刷是数字印刷的王牌,这也有着广大的市场前景。然而,一方面数字印刷技术虽然已经发展到能够基本满足生产需求的阶段,但还需要进一步完善,另一方面,如果印刷量过大则会大幅拉高印刷成本,印企还是会微利甚至无利中四处碰壁。”

这就带来一些问题:用什么方式生产?印企到底应该采用传统印刷方式还是数字印刷方式?数字印刷应该怎样走下一步棋?

Robert Koeckeis 说:“我们有一个客户,从他的应用里就可以看出端倪,他们做的是很小尺寸的手机说明书,打印量是一个品种400-10000册,客户根据我们的调研协议给了我们所有的成本表,我们也给了自己的成本表,比较发现在5000册的时候我们还比胶印便宜一点,根据这个计算的话客户也认同在5000册以下采用数字印刷不单便宜而且时效性也很快,大概能节省70%的运行时间,但是5000或7000册以上还是用胶印比较好,低于这个数字的话客户就开始考虑用数字印刷。”

可见,数字印刷作为印刷的一种实现方式,并不是传统印刷的“终结者”,还需要在与传统印刷相配合、相补充的状态下进一步发展。

## 看点 Feature

■ 本报记者 邹昱琴 实习记者 黄桥茜

# 我们需要什么样的印刷服务

在印刷行业的总产值中,包装印刷占有很大的比重,在行业中也占有重要地位。随着技术不断发展和改进,印企都在努力转型。面对包装采购商提出的印刷服务要求,印企是否能够及时迎合?

了解客户需求变化最重要。全球知名跨国企业雀巢(中国)有限公司、百威英博公司,对于产品包装印刷要求,都是在试图跟上时代发展趋势,适应时代的发展的变化而不断变化。他们的包装发展史也是一些中国包装印刷企业的成长史。

## 零售产品包装需求的六个趋势

■ 虞湛(雀巢(中国)有限公司大中华区包装服务部经理)

雀巢是著名的食品企业,对于包装印刷,雀巢认为要跟上时代发展的大趋势。

**第一个大趋势是消费者构成的改变。**中国55岁以上人群已成为中国最大年龄群,如果每年老年人食品支出人均是5500元的话,那就是1.4兆亿潜在的市场。针对老年人的包装印刷潜力是巨大的。

**第二个是零售环境改变。**集约化似乎成为了各行业的特点,全世界的零售业都有向大的零售商集中的趋势,在欧美比较成熟的市场,前五位的零售商比重超过了整个市场的50%,虽然这个比例在中国不到10%,但是随着中国市场成熟度提高,这个比重会上升。而且销售渠道也有很大变化,销售渠道、分销模式一直扩展到整个价值链,新的销售方式会更注重与消费者的直接沟通。这对印刷业也提出了新的要求。

**第三个趋势是数字化。**对于品牌拥有者来说,数字印刷好处多多:从供应链来说,可以有效控制成本;从市场来说,可以给消费者增加额外的价值;从安全性来说,数字印刷更能够保护品牌;从速度

上来说,数字印刷比传统印刷有优势。实际上数字印刷是一个很好的桥梁,可以将虚拟的媒介与最终的产品衔接起来,而且可以做到个性化。

**第四,注重食品安全。**过去二十年间,对食品安全问题的关注从来没有中断过,品牌拥有者会对包装印刷的原材料和方式更加关注。

**第五,更关注新兴市场的大众化定位。**随着消费者收入的两极分化,新兴市场聚集了越来越多的人群,大众化定位就是要符合发展中国家的需求:产品更有营养、价格合适更多人能买得起。对于包装印刷企业来说,设计小包装和更符合新兴人群的包装会有更大的市场。

**第六,包装印刷可持续发展。**现在,企业的社会责任感增强,对包装印刷也有了这个要求。雀巢倡导材料循环使用和回收,关注再生资源的材料的使用,也在包装产品上有新的措施。比如雀巢在中国有大量的PE矿泉水瓶,过去七年里瓶身重量减少了40%,330毫升容量的平均的重量只有9.5克。

## 防滑、耐磨、耐破、防水

### 啤酒行业需要这样的包装供应商

■ 刘青(百威英博亚太区包装材料采购经理)

在中国拥有百威、哈尔滨和雪津三个品牌的百威英博,是著名的啤酒品牌。在亚太地区,2010年百威英博销售啤酒500万吨,2011年600万吨,且计划在2014年达到1000万吨,现在每年百威英博的纸箱采购量是10亿个,整个包装物的增长很迅猛。

百威英博最早在中国推行彩印纸箱的啤酒企业,也是中国柔性版印刷使用的先行者。之所以推行柔性版印刷,首先是因为中国啤酒行业走过了“战国时代”,集中度和工厂规模都在增加,且中国品牌的整合从低档品牌转移到哈尔滨这种高档的品牌上,提供了很好的条件。其次,成本大大降低了,印材加工设备现在已经国产化,一台预印机只要三到四百万元,相应的国产油墨光油质量过关了,使大规模推行成为了可能。而且,企业的社会责任感增加,越来越多的企业意识到要采用绿色印刷方式,要做对社会有益的事情。

百威对纸箱的要求总结为8个字:防滑、耐磨、耐破、防水。第一是防滑,纸箱的滑动角在21-27度间,因为

在工厂物流装卸的时候,如果很滑在皮带上影响工厂运行效率。第二要耐磨,要求8磅的力量来回200次的摩擦,纸箱颜色不发生转移。第三耐破,标准是纸箱达到154PSI,1PSI大概为6.89公斤,因此也是一个很高的要求。第四防水,要浸泡24小时,纸板不发生明显分层,经过冷冻也不发生分层或者受潮。由于有这些要求,在采购纸箱的时候,也就有更高的标准,所以,啤酒行业需要这样的纸箱供应商:

**首先,对环境友好。**百威希望供应商是绿色印刷认证的企业,用的材料最好是环保性的水性油墨和光油,有稳定的方法和渠道去回收废物。

**第二,降低成本。**啤酒行业对材料的选择要求尽量低成本,一个纸箱的成本可能占到65%-70%,如果再提升纸箱的标准和规格对成本的提升非常大,因此采购时对辅助材料比较看重,希望供应商能有竞争力的价格和持续的成本优势。

**第三,供货商有较稳定的质量。**  
**第四,创新。**创新的印刷企业不仅提供好的产品,也能带给企业创新性的观念,带动销售。