

## 功能材料印刷拓印刷新蓝海

**商报讯** 5月16日,China Print2013开幕的第三天,首届中国功能材料印刷技术发展论坛在北京召开。本次论坛由中国印刷及设备器材工业协会和杜塞尔多夫展览(上海)有限公司联合主办,200余名企业代表参会。

杜塞尔多夫展览(上海)有限公司副总裁Hans Werner Reinhard表示电子印刷是属于印刷业的一部分,举办此次论坛可以让大家更好地了解到消费者如何看待印刷技术。同时,他透露Drupa2016也将与功能印刷相结合。中国印刷及设备器材工业协会特别顾问许

锦枫在致辞中表示,举办该论坛的目的是要进一步推动功能材料印刷产业的发展。与会的公司代表们分别介绍了各自企业的最新电子印刷技术,引起了现场观众的浓厚兴趣。

本次论坛以“洞悉前沿资讯,传达真知灼见,共赢印刷产业新机遇”为理念,聚焦功能印刷,为国内正在发展的印刷企业描绘了新蓝图,指明了新领域,开拓了新道路。据了解,该论坛具有四大亮点:一是一站式平台,与China Print2013同期举办;二是大机构强强联手,中国印刷及设备器材工业协会和杜塞尔多夫展览(上海)有限公司联合主办;三是邀请来自欧美及中国的知名演讲嘉宾,呈献了世界最新技术的介绍;四是专家现场解答,解决大家最关心的问题。

(王少波)



# Web2.0

## 开放集成的网络印刷启航

数字 *Digital*

12.0%

相关数据显示,2013年第一季度全球大幅面打印机货运量为7.5万件,总额比去年同期下滑120%。据了解,在过去3年里紫外光固化喷墨设备销量有所增长。预计这种增长趋势将在未来3年稳步持续。其中日本在货运量和货运总额方面都呈现出逐年增长的态势。今年是其连续第5年出现增长。尽管总体市场在今年一季度下降56%,应用在技术领域的设备还是达到了4.59万台,大幅面打印机市场的份额也从去年的57%上升到61%。在货运量方面,日本和美国的表现尤为突出,分别出现7.5%和11.5%的逐年增长。

运用于图像打印的设备销量为2.9万台,比去年同期下降20%。市场份额从去年同期的43%下降到39%。其中,今年一季度全球大幅面打印机市场份额排名前5位的企业分别是惠普、爱普生、佳能、奥西和曼罗兰。

64%

最新的数据显示,在世界软包装印刷市场中,柔印已占有64%的市场份额,成为软包装印刷市场中当仁不让的主角,这与柔印本身的绿色环保特性有着绝对的关系。数据表明:柔印软包装在北美市场的占比为75%、南美为82%、欧洲为57%,但亚太地区仅为10%,中国仅为5%左右,说明中国在柔性版印刷上发展空间巨大。国内软包装市场主要以食品包装为主,大约占整个市场需求的60%左右;其次是医药和化工行业占30%左右;工业及其他行业用占10%左右。中国包装业近年来飞速发展,国内包装工业总产值已从20世纪80年代初的72亿元发展到2006年的6000亿元人民币,仅次于美国和日本;预计到2010年可望达到8000亿元人民币;到2015年总产值可望突破10000亿元。经过20多年的发展,软包装已成为我国塑料工业中发展最为迅速的行业之一,年增长率一直保持在15%左右。

70%

近日,据澳洲相关部门的调查报告显示,澳洲印刷业的产能利用率目前已跌至25年来的最低点。澳洲的印刷价格已连续46个季度出现下降。报告称,从2012年第二季度的统计资料来看,只有41.7%的受访企业的产能利用率能够达到70%以上,而在去年同期,产能利用率能够达到70%以上的受访企业比例高达48.3%。此外,印刷企业的净利润、成本、订单、生产、就业和投资等方面的资料也在持续恶化。

20亿日元

日本造纸企业王子控股公司将在缅甸仰光市建设瓦楞纸箱工厂,力争2014年夏季投产。投资金额约为20亿日元。王子控股认为缅甸经济发展迅速,商品流通日趋活跃,需求有望大幅增加。王子控股将设立近乎全额出资的业务公司,在仰光郊外的敏加拉洞工业园建设工厂,月产能约为300万平方米。

王子控股近几年在经济有望增长的马来西亚和柬埔寨,以瓦楞纸业务为核心,不断推进企业收购和工厂建设。公司提出了东南亚各国(包括印度)瓦楞纸等包装业务的销售额目标为:2015年度比2012年度增长4倍,达到1600亿日元。此次进军缅甸就是其中重要一环。

971427吨

2013年4月份欧洲消费者纸浆库存和纸浆消费量双双下降,纸浆库存量环比下降0.9%至630620吨,消费量下降3.8%至971427吨。其中阔叶浆库存量由362665吨增至371121吨,针叶浆库存由251215吨降至237501吨。

目前,国内外都有基于网络印刷的流程产品,它们大多提供方便快捷的网上订单完成系统,也可以建立个性化网络印刷平台。印刷企业能从上述产品中获得极大的益处,得到一套整体管理环境下的开放式的、完善的、集成的网络印刷解决方案。

龙樱网就是电子商务时代的产物。但在2012年春节后,网络平台的台历、挂历业务出现下滑。如何才能保证网上业务的持续增长,这是摆在该网站面前的难题。经过研讨,龙樱网适时推出了适应节日消费的个性化产品,如配合“五一”、“十一”黄金假日,网站先后推出了网上消费送积分、积分送产品,还通过参加诸如书展、婚庆展、印刷展等展会,发放上千张礼券,让顾客登录龙樱网,体验DIY的乐趣。龙樱网还与卡卡乐园合作推出了卡卡台历,与婚庆公司合作推出了婚礼系列产品,如婚宴喜帖、婚礼签名簿、婚庆画册等,还与某品牌企业合作推出了网络印刷活页影集,满足不同层次客人的需求;尤其公司还开通了企业专区板块,配合界龙集团和下属子公司,以及品牌企业、高等院校等单位推出了印有企业LOGO的宣传配套台历、名片,让企业客户也体验自己动手制作的便利。

据了解,龙樱网还分别与丫丫网等单位开展合作,推出了妈咪宝贝纪念册(共有3种款式)。如果妈妈把宝宝的照片上传到龙樱网妈

### 观察 *Focus* (上接第10版)

**昌昇集团**在继续关注客户需求的同时,开展进一步的市场开发,将书刊印刷和包装印刷双线推进,力求开拓新的业务领域。

同一个世界,同一个梦想;不同的展台,不同的精彩。北京国际印刷技术展览会汇集了全球知名印业品牌,海德堡、高宝、惠普、柯达等精彩纷呈,民族企业江苏昌昇集团也是一道靓丽风景。江苏昌昇集团从事书刊装订设备制备20年,此次展会携CS130五色胶印机和CSS10402B大对开双面双色胶印机两大机型参展,在继续关注客户需求的同时,进一步发力,将书刊印刷和包装印刷双线推进,力求开拓新的领域。按照昌昇集团营销总监杨明所说就是“两条腿走路”。

CSS10402B大对开双面双色胶印机是昌昇集团于2013年新春刚刚推出的双面印刷机新品,也是昌昇集团针对书刊印刷领域潜心研发的新一代“硬压软”双面印产品。这是一款集高印质、高效率、易操作、低能耗、绿色环保于一身的设备。展会上,CSS10402B以12万张/时的印刷速度进行现场演示,吸引了大批对印刷质量有着较高需求客户的驻足。据昌昇集团董事长沙晓明介绍:“一台CSS10402B印刷机的生产效率相当于4台05印刷机,而且还能节约50%的人工成本。”这就是昌昇重视用户需求的成功案例。通过对国内外书刊印刷企业的分析,针对客户对高质量黑白印刷的需求,昌昇集团在国内率先研制成功了拥有自主知识产权的“硬压软”双面印刷技术,以此代替“软压软”,走在了行业的前端。

CS130全张五色胶印机是昌昇集团针对高档包装印刷领域研发推出的重要机型。沙晓明表示:“此前,包装印刷领域在102~142幅面之间没有更多的机型可以选择,而市场上超过90%的印刷需求都是幅面在130以下的。正是瞄准这一市场空白,昌昇推出了118及130两个型号印刷机,为印企提供更为‘量身定做’的印机选择。”CS130印刷机能够确保印刷压力恒定,大大缩短了印刷准备时间,提高了生产效率。与国外同类产品相比,CS130拥有极高的性价比优势,也大大缩短了印刷企业成本回收的周期。

昌昇集团双线推进的强大基础和不竭动力来源于对用户需求的持续关注,正如沙晓明说的那样:“创新没有停止,因为创新的动力来源于客户的需求”。企业只有不断从用户的角度去思考市场需要什么,才能研制出符合市场走势、具有市场前景的产品。

咪宝贝论坛活动区,就可得到一本16页纪念册,还可动员论坛妈妈们为其宝宝投票以提高人气积分,最高分者可获得了一本32页横式杂志。有一位妈妈是PS高手,为其女儿设计了一本32开横式个性化杂志,不仅宝宝成为了杂志封面人物,而且还真正体验到了自己设计杂志的乐趣。在该活动中,客人购买某品牌商品即赠送一张台历礼券,让客人自己DIY个性化精美台历。龙樱网络与品牌大企业强强联手,建立了互动双赢的合作模式。

在美国,美国销售信息通信公司R&R采用网络印刷模式后,使得多个客户并行进行订单选择、管理和跟踪,且每个成员都拥有独立的用户名和密码,以及不同的高级用户权限,可以自定义自身的市场资料、管理自己的账户和根据需要自行下订单。公司自身也可自动接收市场销售资料,进行实时销售。

已有50年历史的美国Innovation Printing公司表示:“通过实施基于网络的按需印刷流程和管理解决方案,公司建立从订单到交货的自动化印刷流程,从而提高了效率、降低了成本;同时,系统还给客户提供了友好的订单管理系统,我们的客户使用该工具能获得像在亚马逊购物一样的体验,这些革命性改进吸引了更多的客户,业务量每年提升30%。当公司每年业务增长量达到30%,就可以肯定地说,一定是采用革新式措施的结果。”该公司自2006年4月实施了网络印刷工作流程后,拉近了与客户的关系,客户忠诚度获得大幅提升。

## 网络印刷流程的两大方式

要实现网络印刷,拥有传统印刷设备和大型数码印刷设备的数字印刷中心应根据网络订单传票在前端进行生产调度,进行24小时规模化生产,这样才可以保证低成本和高效率的生产灵活性。无疑,支持网络印刷的数字化工作流程(以下简称网络印刷工作流程)的参与是必要且重要的。网络印刷可以分为两大方式:B2B和B2C,相应的网络印刷工作流程分别需要做以下工作:

**B2B网络印刷工作流程。**对于B2B方式的网络印刷,数字化工作流程需要解决的是尽量提高大客户的使用体验,方便快捷的网上订单系统要实实在在地满足高端客户对印刷产品的管理和订单跟踪。网络印刷工作流程要做到,让客户制作出一个内部的产品目录,包括印刷

品和非印刷品,并通过互联网把它发送给员工或特许经营店;终端用户可以登录到这个系统上,并从中选择产品或下载需要印刷的内容。

印刷产品目录应支持静态模板、版本控制模板和可变数据模板。针对某一印刷产品使用哪款模板可以灵活选择。客户一旦提交了订单,系统就能对订单的整个生命周期进行控制,包括订单的批准、信用卡或现金支付的确认,预检和数据的验证、拼版、印刷、交付和接受确认。

**B2C网络印刷工作流程。**B2C应用也是网络印刷工作流程关注的大市场。众所周知,网络购物已经融入到我们的日常生活当中,特别是年轻的网络一族,他们对于网络的依赖程度非常高,所以建立友好、便捷、有趣且针对大众消费的个性化网络印刷平台成为当务之急。

(上接第11版)

## 巴基斯坦印刷商机凸显

■穆罕迈德·伊斯梅尔·梅蒙(巴基斯坦印刷协会会长)

巴基斯坦的印刷企业正在投资世界知名印刷设备的新机器和二手机,大多是欧洲、日本、中国和美国的品牌。中国品牌机器设备与耗材在巴基斯坦具有较强的市场竞争力,巴基斯坦也是中国印刷企业潜在的消费市场。

巴基斯坦印刷业在过去5年的年增长率超过20%。印刷及包装是巴基斯坦仅次于纺织的第二大产业。在巴基斯坦有近15家印刷企业,每年有大量的投资,以满足包装产品日益增长的需求。巴基斯坦的印刷企业正在投资世界知名印刷设备的新机器和二手机,大多是欧洲、日本、中国和美国的品牌,产品整体印刷质量可媲美世界任何国家的印刷质量,并向很多国家出口包括贺卡、包装纸、杂志及包装材料等各种印刷品。

巴基斯坦的印刷企业意识到印前需求的重要性,在这个领域里已显示出巨大的发展。在胶印和柔印行业已投入巨额资金,在过去的5年里,CTP的年增长率为100%。

巴基斯坦的印刷机数量和胶印印刷质量都有显著增加,无论是单张纸胶印还是卷筒纸胶印,在过去5年每年都以20%以上的速度增长。包装的柔性版印刷过去几年也表现出平稳的增长,来自意大利、中国大陆及中国台湾的机

器不断被进口。

巴基斯坦大幅面数字印刷是一个不断增长的市场,除了大幅面打印以外,小幅面数字印刷也在迅速增长。标签印刷在巴基斯坦也是快速增长的一个部门。在这一领域新兴的印刷企业更多地采用来自欧洲、美国和中国一些知名品牌的科研成果和机器设备,很多设备已经经过调试投入生产。印后设备的投资也正在加大,机器已经接管了大部分手工工作,这使得生产加速,质量得以提高。

巴基斯坦是防伪印刷的一个潜在的市场,因为银行业正得到迅速的增长。印刷是在普通胶印机上进行的,印刷机上安装有数字印刷机打印号码、MICR代码和个性化的数据。

巴基斯坦的纸品加工行业是一个新兴的市场,国内很少有印制信封、ATM卷纸、热敏纸卷和复印纸的工厂,从大卷纸加工成较小的纸卷和平板纸等在巴基斯坦都是不断增长的业务。在瓦楞纸与纸箱方面,就像其他各个领域一样,这个领域也有显著的增长。新的投资改善了制作瓦楞纸与纸箱的基础设施和质量。

在巴基斯坦有2个印版生产厂家,很多印版都是从中国、欧洲和世界其他国家进口。巴基斯坦有生产柔印、凹印和胶印工艺的油墨工厂,也有潜力建立工厂生产高质量的、特种的油墨和化学品。

巴基斯坦是一个快速发展的国家,对印刷及包装的要求也相应地增加。最佳的地理位置让巴基斯坦有很大的出口潜力,巴基斯坦希望产品能进入中亚市场且能成倍增长,现在正在建立自己的行业标准,以便可以轻松应对国际竞争。