

佳能打印机联合百度发布云打印服务

中国出版传媒商报讯 4月21日,佳能(中国)有限公司正式宣布与百度联合推出云打印服务。据介绍,佳能将为百度云打印的输出端提供强有力的硬件共享与技术支持,为广大中国用户带来自由便捷的云打印体验。据悉,首批支持百度云打印的机型包括面向家庭用户的喷墨多功能照片一体机MG7180、MG6400、MG5580以及面向商务用户的喷墨多功能传真一体机MX538、MX478,共计五款。同时凭借优秀的产品品质与对用户体验的不懈追求,佳能也成为了首个支持百度云打印的喷墨打印机品牌。

(尹)

北大方正推出网络印刷平台

中国出版传媒商报讯 在日前结束的第二届中国印刷电子商务年会上,北大方正电子公司正式推出了基于电子商务的网络印刷平台——印捷网络印刷平台。印捷网络印刷平台集成在线下单、支付、资料上传、在线设计、订单追踪、客户管理、订单管理、营销支持、财务结算和第三方平台入驻等功能,为印企打造一体化的网络营销平台,全面进行品牌推广和线上业务拓展。方正电子产品总监熊亮认为,平台可以实现传统印刷与网络印刷的结合,消除顾客个性化印刷和商务类业务交接的瓶颈,是印刷业的又一次突破。据了解,印刷企业无须投入硬件、机房和IT技术人员,只需开通账号并进行店铺装修即可投入使用。

(天)



2014上海印刷周开幕在即 新增医药包装印刷企业专区

中国出版传媒商报记者 文 枫

在往年成功经验的基础上,计划于2014年7月3日~6日在上海新国际博览中心举办的2014上海国际印刷周将继续秉承为印刷企业服务的宗旨,聚焦技术前沿,注重产业发展趋势的引领,突出绿色、创新、服务的理念,搭建贸易平台,加强中外交流。

本届印刷周组织筹备工作稳妥有效开展。

本届印刷周将进一步充实活动板块、论坛板块的内容,注重权威信息发布和产业发展趋势引领,开展一系列技术展示、市场交流和信息发布活动。国家新闻出版广电总局印刷发行司和财政部文资办相关负责人将在主论坛上介绍印刷业政策引领导向及财政扶持措施,相关企业代表将从纸业、新媒体方面展望印刷业的机遇和挑战。活动期间,还将首次举办中国印刷用纸新闻发布会,发布由总局印刷发行司、中国造纸协会等4家单位联合编制的《中国印刷用纸报告》。上海国际印刷周线上服务平台开通仪式也将在展会期间举行。这个全英文的印刷服务网络在线贸易平台直接面向海外用户推介上海乃至全国印刷企业的产品和服务,顺应国际印刷贸易全球化、电子化、规范化的趋势,是政府支持印刷企业拓展海外市场的重要举措。值得一提的是,本届印刷周首设中国期刊论坛,同期开展期刊社与印刷企业现场交流活动和期刊用纸团购活动,促进印刷企业与期刊社对接。今

2014上海国际印刷周策划协调会日前在上海召开。2014年上海印刷周由国家新闻出版广电总局印刷发行司、上海市新闻出版局共同主办,中国印刷技术协会、上海市印刷行业协会、上海现代国际展览有限公司承办。国家新闻出版广电总局印刷发行司司长王岩铨指出,上海国际印刷周是政府管理部门为印刷企业提供服务的重要平台,要秉承为印刷企业服务的宗旨,围绕更充分地展示企业形象、为企业提供更针对性的信息服务、帮助企业获得更多订单等方面,精心策划和组织好活动,努力完善印刷周的服务功能,提高服务水平。各有关单位和部门要统一思想,提高认识。要统筹协调,各司其职,抓好落实,把各项组织和接待工作做得更细致,确保

(上接第13版)

“目前方正正在开发建设的后端数据库(云平台),提供电子版权等相关内容,读者可以根据自己的需求,通过数据库打印某一主题的图书或彰显个性的图书。”秦成介绍道。目前江西新华已在店内进行了小范围试点,从试营业情况来看,效果不错。

多元联营满足读者体验需求

书店提供场地、经营,合作方提供技术、平台支持,个性化印刷业务作为引进项目入驻书店,通过联营方式运作是目前实体书店开展个性化印刷服务的又一种模式。

在青岛书城,由青岛书城与青岛名扬数码印刷有限责任公司联合运营的“影像果实”个性化印制服务,在2014年年初正式进驻。这个位于书城三楼、约50平方米的体验卖场,主要以影像产品的宣传展示为主。据青岛书城副经理李文介绍,针对此项目青岛书城主要提供营销服务,合作方则提供软件、硬件等印制支持。“目前销售情况很好,这是一个以真实记录点滴生活为诉求,市民只要登录相关网站或带着照片、文字的电子版到书城三楼,就可以将照片配上文字印刷成书,从设计、排版到文字编辑完全遵从个人的创意,完全是为市民私人定制,目前很多青岛市民和企业都已经用过了。这项服务与老百姓的生活粘度较强,能满足读者的个性化需求。”李文介绍道。

据了解,青岛书城从2014年春节期间大打“全家福”理念的系列活动,温馨地实现了图书销售产业的创新;到情人节推出了“私人定制台历”活动——购买图书或音像制品满108元,可免费私人定制个性台历一本,再到“三八”妇女节活动以及后续的“五一”、“六一”的系列促销活动,再到毕业季学生的毕业纪念册等活动,通过持续的系列活动来推进该项目的运营。适应读者的个性化需求,不断拓展的新渠道也是青岛书城推出该项目的主要原因。

正在改造升级的新街口新华书店也打算在未来增加文化礼品、个性化印书等文化产品,提高书店文化休闲的关联度,为读者创造一个多元的文化交流体验场所。对此,南京市新华书店营销业务部副主任谢光锋介绍道,针对个性化印书服务,目前南京市新街口新华书店正在与相关合作方进行洽谈,与相关合作方的合作正在快速推进中。“书店推出的个性化印书定制功能,包括微博书、微信书,个人作品印制成册等,也会邀请一些出版社提供部分图书版权,为读者提供小批量定制等。”谢光锋介绍道。他认为,目前个性化定制已经成为业内亮点,目前在书业也有一些成功的案例,在这个讲究满足个性化需求的时代,个性化印书在书店未来必有一席之地。对于项目的赢利预期,谢光锋强调道:个性化印书服务如同目前正在热议的24小时书店,短期效果好不好并不重要,它是倡导阅读、推动阅读的有利举措,适应了市场的需求,是迎合市场、符合规律、扎实与读者进行互动的有力举措,“不管最终市场、现实效益如何,但能够满足读者的体验需求”。

秀台

海德堡新战略聚焦数字发展

中国出版传媒商报讯 近日,德国海德堡印刷机械有限公司公布未来数字发展战略。据悉,海德堡新一代数字发展策略将围绕满足更多客户需求、面向更多应用、在不同领域与技术领先的合作伙伴展开合作、将新技术与海德堡现有的优秀工业化平台相整合等方面展开,将分成三个阶段进行。

数字印刷和传统印刷融合。利用印通流程平台,不仅可以将数字印刷与传统印刷集成于一体,还可以连接网络实现信息化管理及数字资产管理。在过去的一段时间里,海德堡在商务印刷领域与理光公司的合作取得了长足进展,目前海德堡在全球已有400余台的数码设备保有量。

定位标签领域进入喷墨印刷。海德堡数字事业部负责人Jason Oliver认为,喷墨技术将是海德堡未来一个新的核心市场,并提出“SYNERJETIX”战略,根据此战略将率先面向标签市场研发出新一代标签数码印刷机,这款设备定位于工业化生产,满足多种承印材料需求,并拥有胶印的质量、柔印的速度、联线加工以及UV喷墨低成本长耐久性的优势。预期将在今年第四季度面世。

4D打印技术。策略发布会上的4D打印技术引人注目,它是在3D物体的表面再打印上黑白和彩色的图文信息,这一技术将满足于消费者的个性化商品的需求。仅仅1分钟不到的时间就可以完成在一个足球上的个性化打印。

此外,为了更好地推进海德堡数字策略的推进,海德堡公司还特别成立了数字专家顾问小组,这也是海德堡成功实施战略的保障。此次数码策略的发布,充分体现出海德堡战略转型以应用为导向的决心。

(晓)

传统核心业务萎缩 高宝预计明年收益将好转

中国出版传媒商报讯 近日,印刷机制造商科尼希&鲍尔股份公司(KBA)公布2013年财务报表:由于胶印和防伪印刷机的需求低迷,2013年的销售额和订单吸收量均低于上一年。KBA首席执行官兼总裁Claus Bolza-Sch ü nemann认为,公司预计2015年收益将出现显著好转,最迟于2016年重新恢复持续盈利。财报显示出六方面特点。

传统核心业务萎缩。根据VDMA(德国机械设备制造商协会)发布的数据显示,德国生产的印刷设备的订单量和销售额均下跌了10%。作为全球第二大印刷机制造商,KBA在2013年的订单量为10.122亿欧元,销售额为10.997亿欧元。单张纸胶印领域的订单量比2012年减少了8.9%;较之上一年,卷筒纸特种印刷领域的新订单量下滑了9.9%。

特别项目取得营业利润。尽管KBA的销售额下跌了近200亿欧元以及相关边际收益较低,但KBA公布的特别项目之前的营业利润为2450万欧元。由于维尔兹堡和拉德博伊尔的主要工厂对工资协议进行了修改,特殊印刷机的较小收益以及卷筒纸印刷工厂较低的产能利用率水平抵销了人工成本节省费用。

预付款影响现金流。高额的客户预付款对KBA集团因经营活动产生的现金流量具有决定性影响,KBA仍持有正向现金流量3410万欧元。截至2013年12月31日,预付款达1.75亿欧元,自由现金流量达3200万欧元,流动资产总计1.854亿欧元,净流动资金达到1.639亿欧元。可见KBA的财务状况仍比较稳定。2013年,KBA还将5.8%的销售额投入研发活动之中。

中国仍然是最大单一市场。KBA在国内的销售额由4490万欧元同比增长至1.97亿欧元,出口比率相应下滑至82.1%(上一年为88.2%)。由于重要市场的经济不景气,KBA在除德国以外的其他欧洲国家的销售份额仅达到30.1%;在北美地区的销售占比从10.4%增加至12.8%;而亚太地区的销售份额出现增长,占集团销售额的27.4%。中国仍然是KBA的最大单一市场。

核心业务人员减少,培训率仍高于平均值。截至2013年底,KBA的雇员名单中有6409名雇员(2012年为6187名)。职员总数总计5347名,不包括学徒、学员、临时雇员和参与阶段性退休计划的员工。由于KBA调整,员工人数很可能再次减少逾1000名。尽管如此,KBA仍然负责对年轻员工进行培训,培训率高于平均值,达7.2%。

2014年市场成交量或继续下降。展望2014年,KBA预计全球经济将恢复积极增长,机械制造业有望复苏。尽管如此,KBA的管理层认为传统单张纸和卷筒纸胶印市场在2014年及未来几年的成交量会继续下降。这主要是由于印刷行业的持续结构调整及整合发展趋势所造成。相比之下,管理层在其他领域看到了KBA恢复增长的机遇,包括可扩展的数码印刷领域、行业编码系统和包装印刷的多样化领域。

(波)

技术创新

New technology

关注中国印刷电子商务发展现状

网站竞争。”

北京图文天地制版印刷有限公司董事长谢宇波:“数码印刷的发展,并不意味着传统印刷尤其是书刊印刷无路可走,需要走与其他企业不同的路:大企业不愿意做的,我们做;我们不愿意做的,交给大企业做。”

北京北大方正电子有限公司产品总监熊亮:“我们需要把短期目标与长期目标衔接起来。降低成本,提升效率,有了这样的基础,印刷厂才有了向前发展的基石。”

话题二

商业印刷的电子商务变革

开心印董事长华强:“开心印从做商业印刷为主的小印刷厂,利用互联网实现改造和升级,就是把线下的业务引流到线上,用线上的操作体验来享受更低的价格和更短的交货期,更好地降低成本和实现流程再造。”

浙江影天印业有限公司总经理陈啸谷:“影天在2011年一直希望有所突破,建立了自己的IT团队,目前团队工资总额已快超过200万元。”

改图网CEO陈涛:“如果要在产业链发挥作用,需要通过设计介入。解决设计上的问题需要通过傻瓜模板式的设计软件来实现,我们希望成为快捷设计的领导者,解决好设计的问题,再考虑到整合印刷的问题。”

话题三

个性化印刷的困境与出路

印刷技术杂志社总编辑王丽杰:“对于个性化印刷,第一,最重要的是信心,要具有活下来的信念;第二,要定位,要找准自己的根据地。一定要坚定方向走自己的路。”

有福网董事长姚宏兵:“个性化印刷市场必须做到第一、第二,排在后面的很快都会死掉。互联网的本质很简单,就是去掉中间商。印刷电商干的活就是优化整合,淘汰一些企业,留下最优资源配置的企业。”

商印网CEO李江:“细分市场和平台是两种模式。从个性化角度来说,就是在做细分市场。互联网是没有边界的,如果我从本地的学校切入的话,就是本地市场。你把本地市场做成熟了,自然会切入到全国的市场,最终是面向所有的客户。”

香港兆迪董事长、旦恩创投创始合伙人凌代鸿:“首先有强大的推进团队。第二要有使用IT方法和手段的强大工具。第三要成为社交平台,具备互动粘性,并有强大的流程整合能力。”

话题一

运营模式 and 营销实战

台湾布莱特数码科技有限公司董事长殷庆璋:“健康成功秘诀:第一,年终送豪车,吸引媒体持续关注,省了好多广告费;第二,让客户参观公司,办流水席,有免费的游览车,还有礼物送,通过客户做营销。”

北京虎彩文化传播有限公司总经理黄端:“虎彩要做的是服务,不是印刷,借助的也完全是互联网思维。”

亿企恒信(北京)科技有限公司总经理刘市委:“个性化定制印刷国内市场还没有成熟,B2C的运营模式是用户在线下单、线下印刷,流程上来说与按需印刷相似。但个性化礼品行业非常耗钱,需要与很多大