

數字印刷點亮無限可能

“由中國印刷及設備器材工業協會及北京印刷機械研究所主辦，數碼與網絡印刷分會、今日印刷雜誌社承辦的2015中國數字印刷聯盟高峰年會，邀請了世界大型印刷相關企業高層擔任演講嘉賓，除了精彩演講及互動交流環節外，還有各類數碼印刷作品的展示，吸引了來自全國各地的印刷企業、行業協會、專家學者、專業媒體逾200人出席。”



這次中國數字印刷聯盟高峰年會有兩個環節，先是主題演講，由七位相關的行業專家分享；隨後是互動交流環節，由五位業界翹楚以「數字印刷、互聯網、企業轉型，探尋產業可持續發展之路」為題進行交流。

主題演講環節由北京印刷學院蒲嘉陵副院長主持。他表示，現時數碼印刷在中國印刷業發展中的地位與眾不同的。當數碼印刷與網絡、數碼流程、智能化管理結合，便衍生了不受地域、時間限制的個性化印刷。數碼印刷已走過技術發展期，現時發展重點為如何開拓新的業務領域。因此，數碼印刷設備製造商不應只著重技術的先進性和完善的解決方案，更要立足於客戶的角度，研究能與數碼印刷配套的商業模式和盈利模式。



■ 主題演講環節由北京印刷學院蒲嘉陵副院長主持。

■ 2015中國數字印刷聯盟高峰年會吸引逾200人出席，第一部分是行業專家的主題演講（左），第二部分是業界翹楚的交流討論（右）。



■ 會議還展示了各企業的數碼印刷作品。



創新制勝—— 引導數字印刷未來發展

Mr. Gido van Praag

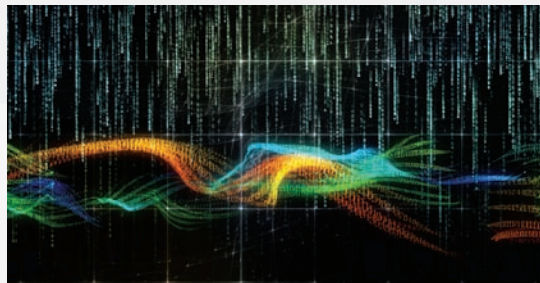
惠普公司亞太及日本地區
圖形印藝解決方案事業部副總裁兼總經理

現時，印刷行業正處於發展的十字路口，而創新便是發展數碼印刷最重要的一環，不單要在技術層面上進行創新，還要在生產流程等方面作出重大的變革。

現時環球經濟正經歷着巨大的轉變，這正是數碼印刷發展最好的時機，當中最重要的大四元素：群眾（Crowd）、社交性（Social）、移動性（Mobility）、大數據（Big Data），人們稱之為新 IT（New Information Technology），為世界帶來顛覆性的轉變，推動各行各業自發地進行革新。只有結合虛擬與現實世界（virtual & physical worlds），才能有效地發展數碼印刷，爭取盈利機會。

網絡上的資源與發展空間是無窮無盡的，而現實的資產，包括土地、設備、器材等有形工具

的發展空間則是有限的。所以，印刷相關企業應重視網絡的發展，投放資源作研究。現時，在設計、圖片、標識展示、直郵／信息打印、營銷材料、包裝標籤、出版等領域，印刷企業都逐漸將四大元素融入業務之中，配合先進的數碼印刷設備，為客戶提供獨特的用戶體驗，這已經成為企業生存的必要手段。



■ 只有結合虛擬與現實世界，才能有效地發展數碼印刷，爭取盈利機會。



為圖書變革做好準備

Mr. Jonathan Edwards

美國施樂公司噴墨解決方案全球業務開發副總裁

隨著數碼化時代、網絡時代的到來，通過手機、電腦、平板電腦、手持閱讀器等閱讀的人越來越多，讀者的閱讀模式、閱讀時間和地點，以至閱讀種類等的自由度大大提高，給實體圖書帶了嚴重衝擊，因而將圖書印刷產業引入變革的步伐。

早前，Mr. Jonathan Edwards 參與了一個大型出版企業雲集的研討會，這些企業不約而同地都在亞洲地區擁有不少業務。他們分析指，在供應鏈上，出版商於一個區域印製圖書後，要運往另一地區銷售，有時又要將存貨較多的地區運送圖書往不足的地區，花費很多運輸費，

甚至會因預算錯誤而生產過剩。因此，他們都認為圖書印刷會逐漸走向按需印刷，在實際生產上，印刷設備亦需具備較高的靈活性，才能夠隨時隨地應付不同印量的生產。

自2008年德魯巴（drupa）印刷展後，數碼印刷一直是行業焦點，不斷提升的質量能夠滿足90%的科技、技術、醫藥圖書需求，靈活多變的生產能實現100至3,500冊的圖書印刷，如今已經成為全球圖書按需印刷市場的重要利器。隨著巨頭出版商逐漸消失、個人出版日益興起、版權輸入持續增長、小批量圖書品種快速增加，圖書印刷的短版化需求越來越旺盛。雖然現時

各類型資訊於多種媒體上流通，但圖書出版從業員應多關注那些適宜於實體書上展示的資訊，加大力度集中發展這類型的圖書。



■ 不少出版社認為，圖書印刷應向按需發展，以解決存貨積壓的問題。



圖書出版行業的數碼打印

Mr. Wilbert Verheyen

佳能（中國）有限公司專業打印產品本部副總裁

從全球圖書出版的市場趨勢來看，出版的圖書量及品種呈上升趨勢，但印刷量卻持續下降，這種情況推動了按需印刷，以減低傳統印刷錯估市場，造成存貨積壓的危機。與傳統印刷相比，按需印刷的優勢是有效的生存周期（life cycle）管理：簡化了整個印刷生產流程，不存在庫存壓力和退貨風險，只有生產和運輸兩個環節，大大縮短了交貨周期，降低了整體生產成本。按需印刷最大的優點在於預收利益，只有在確定訂單後，才會印製及運送，不需擔心市場反應，確保出版及印刷企業不用承擔過高的風險。

其次，圖書的生存周期因為資訊發達而變短，因此，數碼印刷企業應該發展高自動化及簡便的短版印刷流程，配合網絡接單等輔助性數碼解決方案，才能應對這種快速改變的市場，同時降低成本。例如，以往學校購買教科書，是一批量訂購，但現時教師卻要求從課本中選擇所需要的章節印刷客製化的教科書。只有能夠靈活應對客戶個性化要求的圖書印刷企業，才能突圍而出。總括而言，數碼印刷帶來了個性化印刷、可變數據印刷等，還可為印刷行業帶來新的可能性，這亦是數碼印刷最關鍵的作用——創新的無限可能。



數碼印刷推動印刷事業

安部高志先生

柯尼卡美能達全球數字印刷營業部銷售總經理

從 2012年至今，中國數碼印刷機入口量持續上升，標誌著中國這方面的市場已逐漸發展起來。而全球生產型數碼印刷市場亦已趨成熟，有些地區採用數碼印刷是「必須的流程」，「膠印+數碼印刷」是基本配置。隨著數碼印刷品質的提升、單張成本的下降，以及增值的印刷服務上升，數碼印刷因能夠帶來了更廣泛的盈利空間而倍受青睞。

為發展及擴大數碼印刷市場，提升輸出質素是關鍵。在數碼印刷初現時，許多用戶只著重價格，追求更廉價的系統、更大的生產量，而輸出質素卻被忽視；但受現時資訊數碼化影響，

讓大批量訂單大幅減少，印刷買家更關注高檔印刷，因此，現時數碼印刷設備製造商應該專於研發能夠媲美柯式印刷效果的技術，這樣才能開拓更廣泛及高端的市場，提升印刷買家的信心。

在開拓新領域時，只有“Think Big”才能成功，勇於創新，敢於描繪未來市場的發展，才能先人一步，研發出符合市場需要的技術，甚至為用戶設計適切的商業模式。對於印刷企業來說，現時市場正處於汰舊換新的時期，只有具備靈敏觸覺，提升自身的企業才能生存。



互聯網+工業 4.0

楊斌先生

北京北大方正電子有限公司董事長兼總裁

要 了解「互聯網+」，首先需要知道網絡為整個社會帶來的顛覆性的轉變，是繼蒸氣機動力、電力後，被稱為第三次工業革命的主要力量，極大地提升了信息傳播的速度及廣度；透過網絡就能夠隨時隨地、無遠弗屆於數秒之內將信息傳送至全世界。

這轉變帶來的重大影響包括：（一）完全改變了以往信息不對稱的情況，而信息對稱是現時眾多商業規則及模式的基礎，生意人可從網絡輕易得知全國各地的產品售銷價格，方便他們進行商業決定。（二）如此便利的信息傳遞只需極低成本，如合作編纂一本書，以往要協同幾十

名編者都是頗大的難題，現時卻能透過網絡，瞬即聯繫上百人互動交流、共同協作。(三) 建構出平等的平台，以往資訊不流通，大眾都聽從權威人士一家之言，但網絡賦予人們知識的同時，亦讓他們暢所欲言，敢於挑戰與創新。

但以上改變都影響不了商業的本質——提供優質的產品與服務。網絡的出現只是迫使其精益求精，在掌握市場及客戶的反應及偏好後，提供個性化、更切合不同客戶所需的商品，這便是「互聯網+」的概念。現時許多行業都已加入這行列，印刷業也不例外，通過網絡技術轉型升級的空間很大。憑著網絡的快速連接能力

及相關技術，規模較大、競爭力強、資本雄厚、IT 建設能力強的企業可以自建生態圈；規模較小、縱向拓展能力強、具備獨特優勢、市場觸覺敏銳的企業，可以成為生態圈中的一部分，並努力成為其中的佼佼者。

工業 4.0 則是正在完善的概念，促使全球工業向智能化發展，建立高適應性、資源效率，以及符合人體工學的智能生產模式。智能化的作業能協助印刷業快速把握市場動向，完善資源調配，以更自動化、智能化的方式生產，全面簡化生產流程及繁瑣的管理，最終提升企業整體在瞬息萬變市場上的適應力及生存能力。



智能印後的神奇力量—— 歐洲數字印後新科技特點分析

甘為民先生

悠印數碼科技有限公司產品方案和銷售總監

歐洲的數碼印後市場與中國迥異，中國的印後工作細分為不同成份，如訂裝、膜切甚至可在不同廠房進行，歐洲的印刷企業則大致分為印刷及加工，前者完成印刷成品，後者則包含所有其餘工序，盡量做到一站式服務。因為加工廠房涵蓋較多工序，所需人手便相應提高，而人力成本不斷增加是歐洲同業的一大難題，最終促使了歐洲印刷向數碼進化。

印刷企業的智能進化主要有三大方向：一是搭建智能化印刷新工廠，向「後」(印後)走；二是數碼／傳統混合印刷生產，配備針對不同產品的數碼印刷機；三是產品模板化、服務網絡化。

網絡對印刷業的衝擊在歐洲同樣嚴重，許多以往由印刷品承載的資訊都轉投網絡媒體，不斷收窄的印品種類及市場，迫使歐洲印刷業革新產品，間接加強了印後增值這部分工序，因為只有附加值高的印刷才能突圍而出，獲得市場的關注。而各式各樣的印後工藝、以及一體多功能的印後設備，便能實現市場趨向個性化印刷的需要。

「他山之石，可以攻玉」，中國印刷行業在新業務環境下，應該向歐洲學習，既要向「前」看：關注印前，也要向「後」走：投資印後，才能完善數碼印刷業務，以及調整傳統印刷的結構。



中國數碼印刷市場 分析及發展趨勢

後田雅人先生

美國贏船市場研究及諮詢有限公司市場研究及分析總監

美國贏船公司早前曾研究及分析了中國數碼印刷市場，報告顯示現時中國的數碼印刷設備與日俱增，特別是噴墨打印的業務愈趨繁盛。另一方面，相關企業愈來愈重視設備的圖像色彩，要求更高端、輸出效果更優越的印刷品，而這趨勢促使個性化及短版印刷的發展。

同時，環保意識在全球漸受關注，對於印刷業來說，必須全方位進行綠色印刷，才能達到社會大眾的期望；不管是設備、流程、資源運用，均需要作出相應的環保措施。中國近年引進的印刷設備中，具有環保性能的佔比愈來愈多，顯示了中國印刷業已開始在這方面作出努力。

中國數碼印刷市場的未來增長依然可觀，印刷企業要增加設備的每月最高印量（AMPV），時

刻做好準備，才能握掌機遇；硬件和軟件系統供應商亦應該向環保及智能化方向，改進數碼印刷技術及服務，為用戶提供更高效、更創新的印刷生產設備及解決方案。



■ 企業越來越重視設備的圖像色彩，要求更高質素的印刷品。



■ 年會吸引了200多位同業出席。



■ 現場觀眾踴躍提問，與講者互動交流。



■ 與會者參觀精美的數碼印刷作品。

互動環節

數碼印刷、互聯網、企業轉型 探尋產業可持續發展之路

主持人：

主 = 中國印刷及設備器材工業協會數碼及網絡印刷分會秘書長 張建民先生

嘉賓講者：

陳 = 虎彩印藝股份有限公司董事長兼總經理 陳成穩先生

張 = 江蘇鳳凰新華印務有限公司總經理 張在健先生

謝 = 東莞中編印務有限公司執行董事兼行政總裁 謝葆德先生

徐 = 香港保諾時網絡印刷有限公司總經理 徐柏煒先生

潘 = 上海數字印刷行業協會秘書長 潘曉東先生



張建民先生引領各嘉賓在討論環節中分享對中國數碼印刷發展的見解及體驗。



陳：虎彩以往是主要集中在包裝業務，現時正逐漸轉向個性化印刷，透過網絡承接訂單，逐漸開發圖書按需印刷的領域。現在已經是網絡世代，印刷業亦不能例外，其中數碼印刷是最能配合網絡發展趨勢的印刷類型。因此，數碼印刷企業現時不單要好一個「印商」，還要做一個「電商」，網絡連接了印刷設備，還聯繫了龐大的客戶。只要成功觸網，做好 O2O 工作（online to offline / offline to online），才能開發這無限可能性的市場。



張：鳳凰集團是中國最大的出版傳媒集團，江蘇鳳凰新華印務有限公司正隸屬其出版印刷部門。現時閱讀數碼化對出版業務威脅極大，直接影響印刷業務，然而只有迎難而上，連接上網絡，善用其資源，才能化危為機。出版印刷企業首先要妥善處理印前各種出版資源及數據，才能做好印刷工作；其次，善加運用數碼印刷，利用其快速反應網絡訂單、自動化的生產流程等優點，向個性化、款多量少業務轉型升級。如鳳凰新華印務便分別在 2010 年及 2013 年，建立印前數字處理中心和雲印刷處理中心，以此整理產業鏈上下流的資源，才能突圍而出。



謝：中編一直服務各出版集團，承接的訂單多來自歐美，近年亦積極拓展中國市場。大型出版社大多擁有敏銳的市場觸覺，亦較早因應市場而作出業務及經營上的改革，在過去的一年直接影響其對印刷的需求。最大的變化是，以往中編有約五成業務來自歐洲，現在這五成當中已有部分到了亞洲地區，而美國的出版印務亦轉投其本土的印刷公司。為了應對這情況，與中編業務組成相似的企業都應積極探索出路，從客戶的角度出發，讓他們享受到數碼印刷帶來的優勢，例如減少庫存及管理成本。對於出版印刷來說，個性化印刷現時多集中在教科書方面。此外，數碼印刷設備的性能至關重要，能夠同時適應大小批量、按需印刷、個性化印刷的設備，才能有助企業提升競爭力，拓展業務。



徐：目前保諾時有 45% 的業務來自網絡，30% 的業務來自電話，25% 的業務來自香港的實體分店。公司能夠在網絡接到這麼多訂單，主要原因就是做到印刷標準化、降低成本和及時交貨。公司自 2003 年開始網絡化，並成立了數碼與網絡技術團隊，專門為網絡業務服務和提供維護、更新及支援，後來獲取了成功的網絡交易經驗後，便應用到公司其他地區的業務上；後來更成功於 2013 年在香港上市；在按需及短版印刷取得成功後，轉而拓展噴畫等市場。從以上經驗總結，印刷企業可通過網絡獲得強大的數據庫，在單一業務取得成功後，便可將這營運模式套用到其他業務上，不單避免了潛在風險，還保證了公司可透過不斷累積的電子商貿經驗，繼續發展新業務、尋找新客戶、發掘新商機、開啟新模式的能力。



潘：數碼印刷企業面臨轉型升級的困難，主要原因有三：一是雖然業界普遍認為數碼印刷具備良好的發展前景，但實際發展卻舉步維艱，讓同業投資時難以下定決心；二是圖書按需出版被認為是數碼印刷的出路，但非出版集團體制內的印刷公司卻難以接到相關訂單，業界尚在努力建設良好的按需印刷市場環境；三是數碼印刷的特質——個性化印刷、碎片化生產，讓印刷企業無法走向規模化，提升企業的抗風險能力。■