

# 合版印刷之我見

## 「合版印刷」存在已久 從前是小作坊經營模式

對於印刷從業人士來講，「合版印刷」並不應該是一個陌生的詞語。它是一種常見的生產模式，為了節約版材、紙張而把不同訂單搭建在一起生產，這經常在印刷企業內發生。當印刷企業利用這種生產模式，把市場上不同客戶、款多量少的訂單整合在一起，把相同紙張、色數的印件合成一個大版，同時進行印刷，形成批量和規模印刷，共同分攤印刷成本，達到節約製版及印刷費用的目的，這樣就產生了「合版印刷」的商業模式。

「合版印刷」這種商業模式在印刷行內存在已久，以前在電腦不普及的年代，「合版印刷」一般都是印刷小作坊的經營模式。由於市場上有一定數量的零散訂單，而這些散客大都對印刷行業生產流程感到陌生，需要高度貼身和個性化的服務。在沒有電腦軟件的幫助下，這樣的訂單需要較大的人力和材料的投入，總體成本較高，因此承接此等業務的都是小型的印刷服務供應商。

## 科技發展促成 「合版印刷」規模化

隨著資訊科技的發展，以及物流成本的降低，有靈敏商業觸覺的經營者開始把原來小作坊的經營方式變成規模化，對「合版印刷」進行創

新經營。首先他們透過電腦軟件和互聯網，在沒有任何地域及時間限制下，輕鬆地進行報價、收單等工作；他們再運用全自動工藝流程，在收到訂單後，印前部門便自動對稿件進行標準化處理，其後運用電腦再把相同要求的訂單自動拼湊成為一個大版，直接輸出 CTP 版後，即可上機印刷。



■ 隨著資訊科技的發展，現時印刷企業可運用電腦把相同要求的訂單自動拼湊成為一個大版。

裝訂裁切後的成品包裝進倉，電腦隨即會以手機短信通知客戶自行前往門市部取貨，或採用速遞送貨，整個流程快捷高效，把原來需要很多人力跟進的工作，改為利用電腦輕鬆準確地完成，得以節約生產和經營成本。這不但能夠讓客戶享受更優惠的價格，還能夠保持理想的邊際利潤。由於業務源自不同的客戶，「標準化」的質量是「合版印刷」的唯一途徑；因此，客戶如需要任何特殊質量效果的話，「合版印刷」則無法滿足。

## 「合版印刷」 如何繼續發展？

搭建了這類經營模式的大型「合版印刷」企業就如超級市場一樣，競爭力越來越強；原來的小作坊就好像小型的便利店一樣，競爭力被比下去，慢慢地被大型的「合版印刷」企業淘汰。大型「合版印刷」企業逐漸形成了絕對的優勢，把行業的準入門檻抬高，後來者很難圓滿複製成功者的模式並與其競爭。

這種商業模式針對的是市場上個性化、短版的訂單，這類訂單的數量是有限的，因此大型「合版印刷」企業發展穩定後，數量也一定是有限的，就好像大型超市一樣，能夠上規模經營的在每個城市裡不會多於兩三家。

由此可見，雖然「合版印刷」在科技帶動下的發展比以往迅速猛烈得多，但是「合版印刷」與傳統大批量的印刷業務是屬於不同市場的業務範疇；而且「合版印刷」該如何繼續發展下去的關鍵，在於哪個經營者能有進一步整合市場資源的能力，把終端消費市場的短版活、甚至在印刷服務企業手上的短版活，也一併囊括在手裡，進一步把「合版印刷」的市場佔有率提高，把「合版印刷」的規模效應發揮得更大。



■「合版印刷」可否繼續發展下去，關鍵在於經營者能否有能力進一步整合市場資源，提高其市場佔有率，發揮更大的規模效應。

## 投身「合版印刷」前 必須知己知彼

美國 Vistaprint、台灣健豪及香港 e-print 等印刷企業把傳統印刷工業重新整合，在合版印刷市場非常矚目，使印刷行業煥發出新的生機。隨後，國內便出現了不少印刷企業開始模仿這些較成功的例子，加入合版印刷市場。

在此，寄語各同業在考慮是否複製「合版印刷」這種商業模式之前，最好先進行充分的市場調查，特別是在業務量、IT 技術研發及客戶關係等方面，要做到知己知彼。合版印刷必須善用網絡技術，在利用互聯網的基礎平台，建立信息管理系統、印刷管理系統、文件管理系統、物流管理系統、客戶管理系統、倉儲管理系統等，並通過各個系統之間的良好協調，為客戶提供便捷的印刷品製作服務。這些系統缺一不可，一旦某個環節脫節，就會影響整個鏈條的運作。因此企業需要投放大量的資金在 IT 技術的研發和維護上，以保證生產流程的實時與高效。■



■合版印刷必須善用網絡技術，在利用互聯網的基礎平台，建立不同的管理系統，並通過各個系統之間的良好協調，為客戶提供便捷的印刷品製作服務。