

專訪富士施樂（香港）高級總監王偉倫

數碼印刷與傳統柯式印刷相輔相成 並助企業開拓藍海

■ 富士施樂（香港）客戶諮詢業務部王偉倫高級總監分享了他對數碼印刷與傳統柯式印刷融合發展的見解。

富士施樂（香港）有限公司客戶諮詢業務部王偉倫高級總監自 80 年代起投身香港印刷業，見證富士施樂（香港）發展成為資訊、通訊科技和數碼印刷的市場領導者；他近年更擔任香港印刷業商會理事，熱心推動行業發展。逾 20 年的豐富經驗讓他對行業擁有獨到的見解，在這次專訪中，他剖析了傳統柯式印刷與數碼印刷如何相輔相成、印刷企業如何前瞻行業前路，並透過融入數碼印刷技術、應用跨媒體提升競爭力。



柯式與數碼印刷 相輔相成

王偉倫高級總監多年來參與了印刷媒體業的發展歷程，也親身經歷了柯式印刷的鼎盛時期，以及數碼印刷的興起。以往，電視台、電台以外，報章雜誌便是緊隨其後的重要傳播途徑；雖然隨著科技進步，傳播媒體逐漸多元化，但報章雜誌仍是印刷市場的主流，而柯式印刷就是這類型大批量訂單最合適的生產方式，在生產效率、成本控制 and 輸出效果上皆有優勢，可見柯式印刷還有其生存空間。

數碼印刷則主要針對個性化和小批量訂單。以往，部分傳統印刷企業不承接短單；然而，隨著市場需求漸趨款多量少，這種訂單會越來越多，促使這些企業謀求轉型，開拓大批量訂單以外的業務。

印刷企業升級轉型，首要是了解市場需求，前瞻未來變化，並以客戶要求為核心，才能隨時調整業務經營及發展策略，符合行業發展趨勢。傳統印刷企業可以適當地融入數碼印刷，以爭取小批量的訂單，也可應付客戶小量補單的需求。另一方面，數碼印刷的應用亦非常靈活多變，可幫助傳統印刷企業拓展更廣泛業務，甚至發掘全新的市場，包括特殊設計、可變數據與個性化印刷等，生產過程亦具靈活性，可因應客戶要求隨時作調整。可見柯式及傳統印刷相輔相成，才能有效擴大業務範疇，提高競爭力。

技術研發方向： 充分發揮企業特色

數碼印刷的興起不斷推動相關技術的發展。王偉倫高級總監表示，每家數碼印刷機製造商都有其市場定位，科研方面自然各有側重點。以富士施



■ 彩色數碼印刷系統 Color 1000i Press 突破了數碼印刷的局限，可直接輸出色、銀色，是富士施樂（香港）多元色彩技術研發的成果。



■ 2014年，富士施樂（香港）慶祝成立50周年，以其可回收再造的設備部件製成鳥型裝置藝術品，以表示企業開創綠色未來的堅定決心。

樂（香港）為例，其技術研發集中在色彩方面，並以多元化色彩為方向，與他倡議的客戶為先的理念一致。富士施樂（香港）洞悉在個性化印製中，高檔、高附加值印刷品的比重漸增，為滿足品牌或高端客戶對品質與生產效率的高要求，於2015年推出了彩色數碼印刷系統 Color 1000i Press，帶來了獨特的金、銀及其他金屬色的印製，突破了以往只有柯式印刷才能製作金屬效果的限制，省卻傳統離線燙金的工序，大大提升生產效率，以更低成本賦予印刷品更高檔次的質感。

富士施樂（香港）的另一優勢就是可持續性及環保，不單獲得「香港環保卓越計劃」嘉許，在研發各項技術之時，以確保符合環保為首要原則，富士施樂（香港）以「零堆填」為目標，自2010年以來，更成功保持超過99%回收再造率。富士施樂（香港）還設有回收服務，收集用後器材、零件和碳粉匣，並運送到位於泰國的生態製造中心，拆分成88種可供循環再造的原材料，包括鋼、鋁、鏡片、玻璃及銅等，而塑膠物料則會製成細粒重用，避免傷害環境。富士施樂（香港）自九十年代起便致力進行這方面的研究，優化其設備的綠色水平，積極履行企業社會責任。

產品開發方向： 市場導向創新

除了提升設備功能外，印刷企業還可提供具針對性的產品及服務。王偉倫高級總監以書店最暢銷的書種——旅遊書為例，以往旅遊書普遍一年才更新一次內容。然而進入資訊爆炸、社會急速轉變的時代後，每年更新一次已追不上市場需求；加上讀者通常只需要書中幾個章節，攜帶整本書出遊確實不便。為此，有出版社與印刷企業合作，向讀者提供內容經常更新、可自由選購書中章節的個性化訂製服

務，完全滿足用家個人需求；甚至進一步發掘讀者所需，加入香港與旅遊地點同一產品的最新價格比較，吸引熱愛外遊購物的讀者。

這例子需要企業洞悉市場變化，掌握客戶所需，再加上數碼印刷多樣化及靈活的應用，才能有效將市場需求轉化為創新的業務模式。

跨媒體應用 擴展產業鏈

王偉倫高級總監指出，印刷業融入跨媒體應用是大勢所趨，同時這股浪潮亦推動印刷企業由單一的生產廠家，轉變為綜合媒體集團，大幅提升企業業務的多元性及競爭力。他以賀卡為例，隨著數碼媒體興盛，生日卡、聖誕卡等傳統賀卡如植入互動的數碼內容，或結合個性化印製，賀卡不單不會快將淘汰，更能突顯創意，吸引消費者的目光。

這類型重新包裝傳統產品的過程不單涉及印刷品的設計生產，還包含製作和管理數碼內容，如果印刷企業能一手包辦，就可轉型為提供一站式服務的綜合媒體供應商。然而，跨媒體應用雖然已出現了數年，但尚未普及。王偉倫高級總監亦認為，跨媒體的推廣工作是技術研發、保證資金投入以外的最大難題，而富士施樂（香港）未來將會持續推動相關的應用。■



■ 富士施樂（香港）的產品小冊子加入了跨媒體元素，一打開就會自動播放介紹其業務的短片，聲畫俱備，甚具吸引力。