

利奧集團印刷品 奪 33 項「美國金墨獎」殊榮

01

利奧集團奪得「美國金墨獎 2020」33 項獎項，包括 3 項金獎、4 項銀獎、5 項銅獎及 21 項優異獎；本年度角逐的印刷品數以千計，利奧能取得佳績令人鼓舞。

美國金墨獎大獎賽創辦於 1987 年，是美國最矚目及權威的印刷獎項之一，每年皆由美國 Printing Impressions 雜誌、Publishing Production Executive 雜誌，以及羅切斯特工業學院 (The Rochester Institute of Technology) 聯合舉辦。評審團成員由世界各地知名行業經理人、客戶和畫家組成。獲獎者均被印刷行業



■ 金獎 (Gold-Invitations) 作品「Leo Paper Group Annual Report 2018- Invitation Card」(左下)，用光銀紙呈現金屬色彩，內頁 Pop-up 獅子造型站立的「舞台」，效果突出，其中燙金工藝令設計更耀眼。另一金獎 (Gold-Packaging - Rigid) 作品是「Leo Luxe Multi - Cut Wine Box」(右上)，酒盒上的立體圖案以多重鏤射切割重疊而成，加強視覺和觸覺效果。

公認為「最受尊敬的精英成員和具有影響力的設計者」。今次利奧再度獲獎，是評審團再度肯定集團的印刷技術。■ 資料來源：利奧

海德堡中國憑數碼化成功轉型 獲第四屆金匠獎營銷方式大獎

02

屬商業營銷領域的「金匠獎」早前公佈海德堡奪得第四屆「B2B 營銷方式 · 年度數字化轉型銀獎」；獲獎項目包括海德堡中國微信生態系統構建，促進了銷售增長。

評審專家指出，海德堡中國微信生態圈以「海德堡服務號」為手機端唯一的外部用戶及內部管理入口，整合企業數碼化應用程式，通過迭代開發模式，為用戶提供優化服務體驗。其次，微信生態圈和企業核心用戶數據庫得以打通，以數據分析驅動精準營銷和銷售線索。

另外，海德堡中國通過社交媒體及平台運營，如抖音、領英等自主和相關人氣 KOL，實現從公域流量到私域流量的引流和轉化，促進企業微信生態圈的持續發展，發掘商機。

金匠獎是由金匠獎評委會暨 CMO 價值營銷峰會組委會主辦，由國際性獨立研究諮詢公司 Forrester 獨家支持，旨在提升 CMO 價值，以發掘獨特的案例、公司和平台。2020 年第四屆金匠獎專家評審來自品牌方、服務商、媒體專家和營銷技術等領域共百位知名人士組成。■

資料來源：海德堡



■ 海德堡中國數碼轉型獲得金匠獎評委會高度評價，成為 B2B 類年度優秀獎印刷機械製造業的唯一代表。

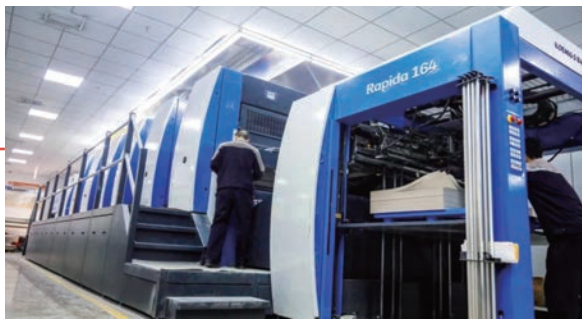
「UPM 麗印® 雅光銅版紙」80 克

福櫻配備高寶最新全張六色印刷機 增強大幅面產品印刷能力

03

上海福櫻包裝材料有限公司(下稱:福櫻)於2019年4月購入高寶 RA164-6 全張印刷機,2020年4月購買高寶 RA105-5+L 設備,同年11月又引進了高寶利必達 145-4 和 145-5+L 設備,兩年內連續購買四台高寶利必達。高寶在包裝印刷領域的先進技術實力、穩定的產品品質、高效的印刷速度、廣泛的承印材料及貼心的售後服務,為福櫻尤其是大幅面產品印刷能力打下鞏固基礎。

位於上海奉賢區的福櫻所創立的一站式印刷加工服務平台,具有多個特色。除了配備最新的



■ 福櫻於2019年至2020年間引入四台高寶利必達印刷設備,增添其印刷實力。

高寶全張六色印刷機外,福櫻還整合了總公司上海華芳紙業有限公司的資源,常年備庫達6,000餘噸各種類的紙張;他們對外報價只收取產品印工費,而紙張費則與華芳紙業對外售價一致,不但減少企業紙張庫存壓力,還節省紙張運輸費用。

此外,福櫻擁有四萬平方米的現代化廠房,自身配有覆膜機、上光UV機、裱紙機、模切機、糊盒機等一系列印後加工設備,亦已有多家印刷細分領域企業入駐,合力打造全產業鏈的開放式印刷加工服務平台。■ 資料來源:高寶

富士施樂與基利 深化合作建立商業夥伴關係

04

富士施樂(香港)早前正式授權基利印刷器材有限公司(下稱:基利)成為代理經銷商,銷售富士施樂高端生產型印刷系統,以滿足印刷業客戶需求,並提供一步到位的解決方案。

基利是印刷物料及印前設備供應商,近年積極拓展國內銷售網絡,以客為先的宗旨與富士施樂一貫秉持的服務理念不謀而合。富士施樂深信優質生產型數碼印刷系統於未來的印刷業市場發展潛力巨大,期望通過今次與基利合作,攜手推廣產品服務和擴闊客源。

富士施樂深明商業印刷行業客戶需求的變化,致力推出多項適用於圖像通訊業和印刷企業的生產型印刷系統,提供高效能及高品質的技術和服務。現時推出的生產型系統操作簡易,處理紙張能力穩定,同時提供卓越的色彩管理和

表現,能夠準確且快速處理大量高質素的彩色印刷品,客戶可以靈活地應付各類印刷工作,增強市場競爭力。■ 資料來源:富士施樂



■ (由左至右)基利黃國華董事及羅肇彰董事、富士施樂(香港)松本泰幸董事總經理及市場部陳偉明總監出席合作夥伴簽署儀式。

佳能連續 35 年位列 獲最多美國專利首五名企業

05 據 2020 專利排名資料，佳能不僅是全球第三位獲取最多美國專利的公司，更是唯一的公司連續 35 年位列前五名內，亦是連續 16 年獲取最多美國專利的日本公司。

佳能積極推行業務全球化，重視和認真處理專利的保護，旨在令不同地區的業務及發明都得到專利的保護，同時配合各地區市場的商業策略、科技及產品路線發展。基於美國有許多高科技公司及市場規模龐大，於業務發展及科技聯盟方面是一個非常重要的據點。

根據 2020 年 IFI CLAIMS Patent Services 及 2005 年至 2019 年美國專利及商標局公佈的資

料，佳能於 2019 年及 2020 年獲取專利數量分別高達 3,548 及 3,226，2014 年及 2015 年更分別達 4,048 及 4,127 的高水平。

佳能推動知識產權的獲取和應用，不僅包括下一代產品所需的基礎科技，還包括共享下一代社交通訊基建的無線通訊和圖像壓縮技術。

此外，該公司於 2020 年 5 月以創始成員身份加入新冠肺炎疫情的抗疫對策聲明，承諾不會對開發、製造和其他旨在阻止新冠肺炎蔓延相關活動的知識產權作出追究，以助疫情盡快結束。■

資料來源：佳能

愛克發 InterioJet 噴墨解決方案 為天元匯邦和帝龍新材 帶來裝飾紙定製印刷

06 中國大型室內裝飾印刷材料公司天元匯邦集團與帝龍新材皆已投資愛克發 InterioJet 系統，業務得以拓展，並取得理想成效。

天元匯邦安裝了全球第一台 InterioJet 2500 裝飾紙專用數碼印刷機，以用於短版印刷與個性化定製裝飾紙服務。InterioJet 2500 能以一致色彩品質進行 7 日 x 24 小時不停機工業化生產，並且與後道製程、浸膠壓板工藝匹配；亦可生產更複雜的設計及非重複性圖案。天元匯邦張贊總裁表示，這系統配備了水性油墨和模擬底漆，有助開拓數碼短版印刷和定製印刷等新業務。

帝龍新材引進愛克發 InterioJet 3300 印刷系統後，無需太多凹版印刷滾筒，每年節省數以百

■ 愛克發 InterioJet 系統解決方案為數碼打印裝飾紙提供了高品質影像輸出、高生產力、穩定而高還原性的色彩及定製個性化印刷，天元匯邦及帝龍新材已先後購入。



萬元計的成本，同時能生產無重複列印大幅面圖案，適合短版印刷及大規模個性化定製。該公司的設計與業務發展部林凱總經理指出，這系統解決方案切合他們的生產要求、理念及當前浸膠壓板工藝，而愛克發在機器性能、品質、支援和服務方面都超出了他們預期，相信可長期合作。■

資料來源：愛克發

理光應對氣候變化獲高度認同

入選 2020 CDP 氣候變化 “A List”



CLIMATE

■ 理光持續關注和應對氣候變化問題，因而躋身 2020 CDP 氣候變化 “A List” 之中。

07

理光於企業可持續性方面具卓越地位，在 CDP 的氣候變化 “A List” 上佔一席位。

2020 年 3 月，理光根據全球暖化趨勢而更新了環保目標，將 2030 年全球溫室氣體減排目標從 2015 年訂定的 30% 修改為 63%，新目標已經得到 SBTi 的批准，有助將全球暖化控制在比工業化前水平高出 1.5°C 的範圍內。公司又承諾到 2050 年實現「碳中和」，並將繼續通過節能活動、可再生能源和積極參與國際倡議，促進實現零碳社會。

CDP 是全球性的非盈利組織，推動企業和政府減少溫室氣體排放，保護水資源和森林，獲投

資者視為氣候研究的首選，並與擁有 106 萬億美元資產的機構合作，利用投資者和購買者的力量，推動企業關注對環境的影響。2020 年，超過 9,600 家公司（佔全球市值 50% 以上）通過 CDP 披露了環保數據。

至於 CDP “A List” 則由全球具領導地位的企業組成，這些企業在應對氣候變化的行動和策略方面皆有出色成果。這次 CDP 調查了全球 5,800 多家公司，2020 年氣候變化 “A List” 有 270 家公司，其中 53 家是日本公司。■

資料來源：理光

柯尼卡美能達連續九年 奪得「香港綠色企業大獎」

08

柯尼卡美能達連續九年榮獲由環保促進會頒發的「香港綠色企業大獎 2020」，並連續六年蟬聯「優越環保管理獎（企業）」銀獎，表揚在環保管理上的貢獻。

該公司在產品研發和服務上加入環保元素，例如在生產線使用回收牛奶瓶的塑料製造墨粉盒；至於面對大眾，也積極樹立榜樣和推動環境保護，並加強與持份者溝通，包括客戶、供應商及員工，以推動社會支持綠色生活。

為了進一步推動綠色低碳生活，柯尼卡美能達更訂立清晰的年度減少碳排放目標（每位全職僱員所產生的二氧化碳排放量），在 2019 年財政年度的整體碳排放量比上一個財政年度減少 15%；同時透過活動向不同持份者推廣環保訊息，包括以綠色音樂會和減塑計劃推動商界及



■ 柯尼卡美能達重視可持續發展，連續九年獲得「香港綠色企業大獎」。

社區身體力行參與環保，為可持續發展作出貢獻。

「優越環保管理獎」的評核範圍十分全面，包括環保政策和管理、節約能源、節約用水、減少廢物、室內空氣質素管理、碳排放控制、環保採購、環保推廣與培訓等。■

資料來源：柯尼卡美能達

近利與設計師 Eric Chan 再度合作 推出牛年利是封系列

09 近利(香港)有限公司與著名設計師陳超宏先生(Eric Chan)再度合作，設計一系列利是封，配上不同的圖案及祝福語，並選用優質的環保花紋紙張和採用特別的印刷效果製作而成。

這一系列的利是封設計既有高貴的刺繡及鏤射切割款式，亦備有可愛的日本風選擇，其中加入了達摩元素的牛仔利是封有招來好運之意。另外，可愛的鯉魚旗造型印於閃紙上，打開利是封後即出現祝福語「年年有魚」，寓意年年有餘。「花開富貴」利是封則加入了刺繡的元素，高貴、特別而富立體感。■

資料來源：近利



■ 近利再度與設計師 Eric Chan 合作，推出多種風格的利是封，令人愛不釋手。

Adobe 報告： 2021 年企業更注重洞察與分析能力

10 Adobe 與 Econsultancy 共同發佈《2021 年數碼趨勢報告》，調查全球超過 13,000 名品牌和代理服務機構專業人員，涵蓋營銷、廣告、電子商務、創意和科技行業，當中 2,500 名來自亞洲，深入探討由新冠肺炎疫情衍生的不同問題。

在 2020 年的數碼挑戰下，亞洲企業中只有 7% 至 12% 認為在洞見的準確度、執行力、速度與獲取力方面具強大能力，有 49% 計劃於 2021 年投放更多資源提升企業洞察力及分析能力，另分別有 30% 和 35% 將專注改善營銷技巧的基礎建設和提升客戶旅程的協調能力。

調查又發現，有 48% 亞洲企業認為所提供的數碼化體驗只是一般，或令客戶失望；受訪者如

對所屬企業的客戶體驗充滿信心，他們對企業策略(56%)及自身職業發展前景(57%)也更感樂觀。

受訪亞洲企業又指出，工作流程問題(48%)、陳舊技術與系統(37%)及缺乏數碼技能(43%)均影響企業營銷與客戶體驗。他們較少使用雲端營銷數據平台；相對於主流企業(11%)，具領導性顧客體驗的企業明顯更多採用單一雲端營銷技術方案(28%)。

亞洲企業保護客戶數據私隱方面，有 41% 表示處理客戶私隱及獲取客戶同意收集數據意向是規劃的關鍵，但只有 12% 聲稱能夠有效與客戶溝通有關數據的搜集與使用。■

資料來源：Adobe