

曼羅蘭大中華區首位華裔董事長 袁治能

以客戶增值為主軸 中德文化融合發展



“ 曼羅蘭大中華區第一位華籍掌舵人袁治能先生在2009年11月正式就任，新官上場已經忙得不可開交，他眼中的曼羅蘭與中國及印刷業有著怎樣的關係？在一片向好聲音的2010年，曼羅蘭如何在中國大展拳腳？
本期《香港印刷》特別為他進行專訪。 ”



首位大中華區華裔董事長 揉合中德文化求發展 ■

袁治能先生是曼羅蘭大中華區第一位華裔董事長，來華之先，在曼羅蘭德國總部工作多年；加入公司初期，主要負責財務管理，後來轉職至小幅面印刷機部門，打理全球這方面的業務。一個財務專員來到機械產品部門，兩個看似風馬牛不相及的範疇，是怎樣融入的呢？

「無論在以往的財務部、小幅面印刷機部門，還是現在的大中華區，講求的都是宏觀管理、行業的動力來源、發展方向與需求。更重要的是，曼羅蘭不是一家只懂得製造及售賣印刷設備的供應商，而是一家專注為行業發展認真研發方案和技術，提升知識與設備水平的印刷企業，因此相比設備銷售這一塊業務面，我們更重視行業整體水平的提升與發展。」

袁治能先生與曼羅蘭有著相同之處，就是大家都生於德國，然後到中國發展。經過一段時間遊走在中德文化之間，他感到兩者各有可取之處，可以求同存異。同樣，曼羅蘭將先進的技術與設備帶到中國，而中國深厚的文化和豐富的資源又可以幫助曼羅蘭做得更好，形成了一個良性學習循環，更可以揉合兩者的優點，互為增長。

德國印刷工業起步較快，對於正在發展的中國印刷業而言，可以借鑑學習，再加以改善，規劃出一幅適合國家發展需要的「中國版」發展路線圖。中國幅員遼闊，各地區發展步伐不一，形成了不同規模、不同市場取向的印刷工業圈，袁治能先生認為這種情況是十分正常的，但是要做到整個國家的印刷業能夠穩定地發展，就必須發展標準化。「歐美等發展國家都有自己的一套行業標準，對於提升行業整體水平，以及推動行業更積極發展都有幫助。」



■ 袁治能先生在曼羅蘭工作多年，從財務管理走到印刷部門。

曼羅蘭在中國 南北大不同 ■

曼羅蘭在中國發展超過90年，不單見證了中國印刷業的發展，更重要的是並肩向前。時至今日，曼羅蘭的辦事處及生產基地設在中國主要發展城市，客戶遍佈全國。袁治能先生表示，現時中國的平張印刷機銷售呈上升態勢，而且大幅面印刷機也成為國內熱賣的機種之一。

中國作為工業大國，不同地區面向的市場需要都有分別。「中國南方的印刷業較早飛騰發展，能夠留存至今的很多已經成為有規模、有實力的印刷大戶，加上主要面向海外客戶，生產高品質而精緻的印刷品，因此特別注重印刷機的附加功能，例如印後加工等。至於中國北方的客戶，主營內銷市場，走平實路線，他們對於印後加工等附加功能的關注程度，相比南方同業較低。」

若論到發展潛力，袁治能先生也非常看好中部及北部地區。「這些地區面對中國內銷市場，與正在蓬勃發展的中國一同成長，只要保持競爭力，作好準備，自然機遇處處。」

■ 袁治能先生認為中國印刷業商機不斷，若要出奇制勝，就必先要增強自身競爭力。



設備優化 技術升級 未來印刷業大勢所趨 ■

發展必然遇到挑戰，有危自有機。2009年，突如其來的金融海嘯令全球經濟受到影響，印刷業不能避免地受到衝擊，曼羅蘭也沒有例外。袁治能先生表示，這次正好幫助曼羅蘭對企業自身及行業發展路向重新定位。「曼羅蘭與印刷業關係密切，一直都以『如何幫助客戶增值』為公司的核心價值，希望透過幫助客戶提升競爭力，有效應對社會快速轉變。別人做不到的，我們要做得好；別人做得到的，我們要做得更好。」

袁治能先生認為，印刷業發展的步伐或許會減慢下來，這並不意味著行業經不起時代的考驗而遭到淘汰，而是印刷業要配合社會所需，進一步向高端科技化發展，機能、產能不斷調整與升級，以更高效能的設備取代以往的低端作業。因此，在表面上看似步伐放慢了的印刷業，其實正在強化行業的整體實力。

2010年3月，曼羅蘭以「增值印刷」為主題，在中國各地展開巡迴研討會，將增值升級的重

■ 曼羅蘭在中國多個城市舉行巡迴研討會，與同業分享印刷業的增值之道，以及行業標準化的重要性。

要訊息帶給印刷同業，當然也包括了最熱門的主題——環保印刷。環保指的是如何善用資源，發揮最大的效能。資源是成本效益的關鍵，曼羅蘭邀請了行業專家，就如何提升生產效能，節省成本提供貼合各地印刷同業需要的合適方案。

面向電子化時代 推動高端印刷 ■

近年電子書成為行業的熱門話題，不少專家、同業正在觀察和分析電子化對紙質印刷品的影響。袁治能先生面對電子化來勢洶洶，卻不見絲毫擔憂，更以廣告業為例子，說明印刷業長盛不衰的原因。「十年前，數碼化開始流行，很多人都認為紙質廣告如戶外海報、傳單、包裝品等會被淘汰，更揚言十年後不再有紙質廣告的出現。但今天，紙質廣告依然隨處可見，而且是最普遍的宣傳品。」

由此可見，印刷品是不會完全被其他東西取代的。「社會趨向電子化發展是必然的事實，是整個印刷行業需要共同面對的問題。曼羅蘭可以做到的，就是如何幫助客戶增值，不是要對抗電子化，而是要與之融合發展，推動高端印刷成為印刷業的主流。」袁治能先生說。

至於數碼印刷的出現，的確補足了小批量印刷的市場需要，但袁治能先生指出，論穩定性和顏色一致性，目前始終以柯式印刷技勝一籌。他對於柯式印刷的前景仍然感到樂觀，不過也要隨時做好準備，面對新一輪的挑戰。「現在，我們致力減低印刷機的準備時間，以縮短時間成本，大大提高生產效能，讓客戶更有能力去完成更多訂單。」

此外，袁治能先生認為中國印刷業仍有很廣闊的發展空間。中國印刷業以南方較為發達，這地區的企業以外銷為主，很多時接到需要高端印刷技術的海外訂單，特別是包裝印刷企業，這促使他們加緊提升技術水平。對於中國包裝印刷業的發展前景，袁治能先生預計，未來將會是高端包裝印刷的世界，需要有更精湛的印刷技術，將產品包裝得美輪美奐，或是達到防偽安全的目的，令要求越來越高的消費者也感到滿意，無法抗拒產品的吸引力。

「以日本為例，他們對於紙質製品非常講究，設計更是五花八門，要求印刷優質彩色紙（fancy paper）的客戶也有很多，並希望再加上一些特別的效果，這些都需要在印刷機上進行更嚴格

的套準和調校，令印刷品與原來設計一樣，才可以稱得上完成工作。」袁治能先生利用日本嚴格的要求，說明中國包裝印刷業面對的挑戰與機遇。「如果中國印刷業也能夠符合日本客戶的要求，那就意味著國內印刷業達到很高的水準，可以承接更多類型的訂單。」

袁治能先生深信，中國印刷業絕對有能力做到其他發達國家所做的，只是必須要經過知識及技術水平的提升，這正是促進行業向前發展的重要元素。曼羅蘭在包裝印刷方面研發多年，可說是業內的佼佼者，樂意與中國同業分享先進的技術，為推動中國印刷業出一分力。

德國人，中國心 ■

雖然袁治能先生於德國出生，並在那裡生活了一段很長的時間，但中國對他來說並不陌生，他因為工作的需要，經常踏足中國內地。不過，對於具有五千年歷史文化、地大物博的中國，袁治能先生坦言要深入了解的東西還有很多。「以前來中國都是走馬看花的，直接由德國飛到某一個城市，完成工作後便匆匆離開，對中國的認識是片段性的，不夠全面。」

目前，袁治能先生長駐大中華區，對於中國各地的人、事、物的接觸面更廣、更深入，對中華文化也產生了濃厚的興趣。「現時我最想學習、也最迫切需要學習的是普通話。住在中國，就是住在中國的文化裡面，應該用最地道的語言去感受中國。」

袁治能先生是一個好動的人，閒時喜歡做運動，遠足、球類運動、電單車都是他的至愛。「在德國生活的日子，閒時喜歡相約三五知己一起行山，一行就是一整天，有一次走了一百里路，途中看到很多優美的景色，與朋友度過了歡樂的時光，即使很累也是值得的。」不過來到中國後，交接的工作很多，袁治能先生以工作為重，已有好一段時間沒有運動了，他更打趣說：「我的身材都『走了樣』，真的要好好運動一番！」■

■ 曼羅蘭先進的包裝印刷設備。

