

曼羅蘭平張印刷系統有限公司董事會成員、全球業務副總裁

Mr. Rafael Penuela 接受視像專訪

勇於創新，以客為先，與中國客戶攜手向前

從宣佈申請破產保護至成功重組，曼羅蘭的一舉一動都受到業界的廣泛關注。強勢回歸的曼羅蘭續寫傳奇，繼早前在 drupa 上創造了理想成績後，在新的管理團隊蘭利集團的帶領下，曼羅蘭平張印刷系統有限公司取得快速發展，其成績受到世界各地包括大中華區業界及媒體的高度重視。最近，公司董事會成員、全球業務副總裁 Mr. Rafael Penuela 接受中港地區印刷媒體的視像專訪，表達了追求設備的可靠性和卓越性、增強客戶的滿意度和盈利能力、不斷研發創新技術，仍是曼羅蘭堅持不懈的目標，同時表達了對中國印刷業的堅定承諾。



曼羅蘭平張印刷系統有限公司董事會成員、全球業務副總裁 Mr. Rafael Penuela

精技術、強研發
助客戶保持盈利

在談及公司的相關經營戰略時，Mr. Rafael Penuela 強調，作為客戶最出色的商業合作夥伴，曼羅蘭致力通過兩種方式幫助全球客戶實現和保持盈利。第一是為客戶提供增值的自動化印刷技術，如 QuickChange 快速轉換技術等，幫助他們縮短印刷準備時間，節省成本，從而進一步提高其生產力。第二是以差異化解決方案，全力支持客戶的業務發展，當中包括高附加值的聯線技術等，使客戶的印品與眾不同，從而在激烈的競爭中脫穎而出。

「在未來五至十年，膠印仍然是最有效和成本最低的印刷方式。在印刷行業裡絕大部分企業仍在使用膠印，這表明其發展前景是光明的。」Mr. Rafael Penuela 預計，未來平張印刷不會被其他印刷技術取代。因此曼羅蘭將會繼續投放資源在平張印刷上，希望把最好的印刷技術帶給客戶。



曼羅蘭大中華董事長袁治能先生(左)和曼羅蘭市場部全球總監譚文浩先生(右)也出席視像專訪。

Mr. Rafael Penuela 還指出，創新對於曼羅蘭保持其印刷技術的領先地位是非常重要的。他認為創新不僅是新印刷技術和解決方案的開發，同時還包括如何改進現有的技術。他補充：「我們必須持續對研發進行投資，這是我們目前和未來的方向。」這正好驗證了曼羅蘭的新口號：「並非所有印刷機都相同，並非所有印刷機都能稱為曼羅蘭」(Not all presses are made equal, not all presses are manroland)。

融合傳統與數碼技術 曼羅蘭與 Landa 及 Océ 等合作

面對業界的熱門話題——「傳統印刷和數碼印刷的不斷整合」，Mr. Rafael Penuela 指出，膠印和數碼印刷各有發展空間，並不存在競爭，兩者融合將能夠提升整體印刷技術。曼羅蘭與 Landa (蘭達) 達成戰略夥伴關係，就是最佳的例子。兩家公司將會融合各自優勢，研發一台能完美地把數碼印刷和膠印結合在一起的新機器。曼羅蘭認為，Landa 的納米印刷技術將會帶給市場重大的突破。首先，納米油墨的覆蓋率低，比墨粉和噴墨技術更為實惠；第二，Landa 機器能夠在 3B 幅面的機型上以每小時 12,000 張的高速運行，提高了整體印刷效率；第三，納米印刷技術適用於不同的承印材料，擁有很大的可能性。Landa 的新技術仍處於研發階段，新設備預計需 18 至 24 個月才面世，相信曼羅蘭與 Landa 共同合作的新產品至少需要兩至三年推出市場，請大家拭目以待。

此外，曼羅蘭還與 Atlantic Zeiser 合作，於最後一個印刷單元之後，把噴墨頭集成在一個專門改裝的應用模塊中，進行個性化印刷，讓傳統印刷的高質高效與數碼印刷的靈活多變實現完美結合。

至於與奧西公司 (Océ) 的夥伴關係，其實在重組之後，曼羅蘭平張印刷系統有限公司與曼羅蘭輪轉印刷系統有限公司已達成產品相互銷售協議，前者仍會代理 Océ 產品，這同時與 Landa 研發納米印刷技術並無衝突，因為兩者各有不同的市場和需求：Océ 以書籍印刷為主，是輪轉數字印刷的全球市場領導者；Landa 則專門從事商業包裝，產品仍在研發階段。

以客為先 提供全方位服務支援

Mr. Rafael Penuela 強調曼羅蘭致力於為客戶提供服務支援的重要性。曼羅蘭在全球各地擁有超過 2,000 名員工，為客戶提供專業而高效的服務。遍佈全球的備件倉庫，確保曼羅蘭能夠為世界各地客戶快速地供應充足的備件。

秉承「以客為先」的服務宗旨，曼羅蘭設立了 TeleSupport 客戶服務中心 (TSC)，並透過 TelePresence「達利通」遠程遙控診斷系統，為客戶提供及時的技術支援。

更值得一提的是曼羅蘭創新的「TOP 全面績效管理」解決方案，專門為滿足世界各地印刷企業的不同需求而開發。這一解決方案集創新性和實用性於一身，旨在進一步改善和提升客戶的綜合競爭力，包括生產力、效率和印刷質量，大大提高投資回報率 (ROI)，讓客戶達到可持續性盈利。

對中國印刷業 作出強而有力的承諾

在 2006 年至 2008 年，曼羅蘭和其他印刷機製造商的印刷機有三分之二在歐洲、北美和日本銷售，三分之一則銷往拉丁美洲、中國、東南亞和印度。在 2008 年金融海嘯後，這種銷售情況正好相反。金磚四國的人口增加，對教育的需求增長，商業和個人消費也在不斷發展，成為主要的印刷購買力，購買的印刷機佔全球三分之二。展望未來兩三年，隨著拉丁美洲的發展趨穩，歐美走出金融危機，金磚四國與歐美及日本之間的比例或會平分秋色。

Mr. Rafael Penuela 指出，雖然大中華市場的競爭越來越激烈，區內的印刷成本也不斷增加，但預計這市場在未來兩至三年仍然會有平穩的增長。對此，曼羅蘭將把大中華區的戰略重點放在自動化 (Autoprint 自動印刷功能) 及推行印刷增值服務 (PRINTVALUE 印刷價值) 上。Mr. Rafael Penuela 提到，中國已經是曼羅蘭在全球最重要的市場之一。通過對中國印刷行業做出的長期堅定承諾，曼羅蘭將繼續擴大對大中華區的銷售和售後服務投資。這是曼羅蘭實現客戶最高滿意度的最終目標。■



■ 除了香港媒體外，Mr. Rafael Penuela 還與北京和上海的媒體同步進行視像專訪。