

攜手同業「藍海」起航 以協同效應維護行業價值 專訪永固紙業有限公司 行政總裁歐陽龍瑞



現時印刷行業競爭激烈，更有新媒體來「分一杯羹」。不少行家都在積極尋找出路，希望脫離這一片產品同質化的價格競爭「紅海」。印刷行內的轉型者，永固紙業是其中一個，並且本著「行家是盟友，同行非敵國」的信念，選擇成立永固興碼，與國外同業合作共同開拓中外版權書業業務，在短短幾年間成為中國最大的非英語類書籍版權貿易進出口公司，並研製出能容納眾多出版社的點讀筆，從而促進印刷業務的昇華發展。今期《香港印刷》專訪永固紙業有限公司行政總裁歐陽龍瑞先生，與讀者分享永固如何通過「藍海」戰略，產生同業之間的協同效應，維護行業價值，希望為同業帶來一點啟發，一點新的思路。



永固紙業基業穩固 不斷突破創新發展

橫跨兩世紀的永固紙業有限公司於1969年創辦，現於粉嶺坪輦的自置廠房面積達九萬平方公呎，而在東莞塘廈鎮興建大型廠房佔地達30萬平方呎，擁有瓦楞和彩盒包裝兩條生產線，更發展了紙袋及說明書等印刷產品，聘用員工及專業技工近800人。

現時，永固紙業的客戶遍佈玩具業、煙草業、食品及飲料、電子產品、運動用品及個人護理產品等行業。如果將市場上銷售的商品比喻為「紅花」，而「紅花雖好也要綠葉扶持」，為商品提供保護、使商品增值的包裝盒就是「綠葉」了，永固紙業以發揮高度的「綠葉」效能而感自豪。

所謂「工欲善其事，必先利其器」，為了生產出優質的產品，永固紙業一直積極投資於機

器及廠房設備之上。在瓦楞紙箱生產方面，永固紙業擁有坑機、紙板切斷機（包括分紙壓線）、自動滾筒印啤機及其它先進機器，並特設獨立維修保養部，確保生產順利。而在永固紙業的廠房在，更有包括製紙板、印刷、過油、磨光、制模、裱紙、啤盒、黏盒、釘盒、貼窗口等全套加工設備，易於控制生產時間及質素，使產品更能符合客戶需求。此外，永固紙業除了生產粉灰咭外，還供應瓦紙，確切切切為客戶提供一站式的服務。

近幾年，永固面對行業激烈的競爭，積極脫離「紅海」，開創一片「藍海」，成立永固興碼，發展嶄新的業務。



永固紙業在東莞塘廈的廠房擁有各類生產設備。

「UPM 雅光」90克



■ 永固興碼的北京辦公室充滿書香氣息，很有「家」的感覺。



與行家攜手合作 永固興碼採取藍海戰略

談及永固興碼成立的初衷，歐陽龍瑞先生指出，印刷業是「雙高」行業——高投資、高增值，印刷機器設備的價格高昂，折舊價值及折舊年期較長。外間一直認為，印刷業的毛利率很高，但若將所有的成本如人工及折舊的價值計算在內，實際所得的收入並不算可觀。另一方面，從上世紀80年代出現的供應鏈管理概念，以及90年代初至2000年所出現的產能運用（capacity play），大量訂單輸出至中國，使印刷業經歷了高速發展的時代；但也由於歐美客戶要求產品的品質及質量規範、均一，因此印刷同業間的競爭優勢有所局限。面對國際市場需求減少，中國內需市場未能短時間內消化過剩的產能，有行家出現了割喉式的減價戰，行業的不團結令印刷業所面臨的考驗更為嚴峻。

歐陽龍瑞先生表示，為了應對各種難題，不少印刷同業推出了各自的措施，有的選擇建立自家品牌，也有的變身為 ODM（Original Design Manufacturer）貼牌生產商。但這些方式或多或少都帶有排他性。他一直在思考，如何通過融合發展，產生效益，提升行業價值，達到「1+1>2」的目的。

在2006年，永固與多年的合作夥伴——擁有近180年歷史的德國興碼股份公司（Himmer AG），

在印刷業務合作的基礎上，決定共同發掘新空間，在香港成立香港永固興碼有限公司，從事書業版權業務，提倡中外文化交流。隨著近年中國經濟實力逐漸提升，中歐版權貿易從封閉走向開放和交匯，蓬勃興起。2008年，永固興碼在中國文化之都、擁有全國八成出版社的北京，成立了北京永固興碼文化傳媒有限公司，聘請多位精通英語、德語、法語、意大利及西班牙語等外語人才從事翻譯及銷售工作，盡得天時地利人和。

北京永固興碼文化傳媒有限公司，座落在北京最繁華的朝陽商業中心，屬寸金尺土之地。走進這辦公室，你見不到密密麻麻的辦公格子間，卻見到達300多平方米的展廳，一排排古香古色的木質書架上，整齊地陳列著數千本精美的外文圖書，仿似一家典雅的書室。歐陽龍瑞先生表示，這是為了讓客戶得到一份在家讀書的感覺。

引進歐洲各國優秀圖書資源 積極推動中歐文化交流

屈指算算，永固興碼成立不過幾年，已經成為中國最大的非英語類書籍版權貿易進出口公司，當中的秘訣在哪裡？

歐陽龍瑞先生表示，永固興碼擁有德國背景，信譽度高，國外出版社願意把版權交付代理。同時，兩家企業憑藉在出版、印刷行業多年的經驗和實力，便於監督圖書印製，可有效保證圖書質量，與眾多出版社，尤其是歐盟許多著名出版社保持了悠久而緊密的往來合作關係。因此，永固興碼在成立之初，就擁有很多歐洲出版社圖書的中國獨家代理版權。



■ 永固興碼目前是中國最大的非英語類書籍版權貿易進出口公司。

目前，永固興碼已經與歐洲十多家大型出版集團、逾30家出版社簽訂了中國大陸獨家版權代理協定，其中包括：在德國非小說類文學作品和兒童文學領域所佔市場份額最大的 VEMAG 集團，當今德國領先的信息及教育傳媒公司 Wissenmedia GmbH，以及在語言學習、旅遊、製圖學和參考書領域享有國際領先聲譽的朗氏集團 (Langenscheidt)。代理的圖書種類包括：旅遊、百科、兒童、生活、育兒、語言學習、經濟管理、職教科技等。

除了向中國市場引進德國及歐盟國家的圖書版權外，幫助中國圖書「走出去」同樣是永固興碼一項非常重要的業務。在2009年法蘭克福書展上，永固興碼成功促成了商務印書館、國家漢辦與德國知名的朗氏出版集團的首次合作，將國家漢辦推出的《圖解漢語詞典》德語版成功輸出。最近，永固興碼還與「華文教育基金」合作，幫助華文圖書走向世界，得到國家的認同和肯定。



■ 永固興碼藉著參展北京、法蘭克福等國際書展，為中國市場引進和輸出優質圖書，作為中歐文化傳播的橋樑。



「『引進歐盟各國優秀圖書資源，積極推動中歐文化交流』是永固興碼的宗旨。」歐陽龍瑞先生說：「本著這一宗旨，永固興碼不斷努力，不僅持續加強同海內外出版機構的合作，而且每年都會參展北京國際圖書博覽會及法蘭克福書展，引進或輸出更多的精品圖書、優質圖書，構建起中歐文化傳播的橋樑。」短短數年時間，公司不僅將數千本歐洲圖書帶入中國市場，也將中國的圖書推廣到德國。

歐陽龍瑞先生認為，版權代理其實就像是文化大使一樣，要不斷的向兩個國家的合作夥伴介紹對方的情況，還要理解對方的立場和心態。當引進書籍的時候，會考慮該書籍的內容是否吻合中國文化，永固興碼在2010年與西方漫畫家合作，引進《快樂使者 Oups》漫畫系列的版權就是最佳例子。該書形象積極健康，內容主旨與中國傳統的儒家思想十分吻合。永固興碼希望透過引入類似的「正面」書籍，為中國人帶來正能量。



■ 永固興碼成功將國家漢辦推出的《圖解漢語詞典》德語版成功輸出，在2009年法蘭克福書展上舉行簽約儀式。



悲观的人看到的是麻烦……



……乐观的人看到的是机会。

■ 歐陽龍瑞先生很欣賞《快樂使者 Oups》漫畫系列，內容與中國傳統的儒家思想十分吻合，意義深長，思想正面，於是買下中文版版權，此書的作者更曾到中國推廣。

“TING”點讀筆糅合紙與電子 協同效應帶動印刷增值

面對近年業內流行的「傳統紙書與電子書」之爭，歐陽龍瑞先生認為，電子書與傳統紙書並不一定處於互相取代的角色，兩者可以在不同的層面，發揮各自的價值與作用。正如電燈不會完全取代蠟燭一樣，現時蠟燭大多用於製造氣氛而非照明，以後紙質書會在 coffee table book 等高檔市場出現，而報紙雜誌則可以出現於電子書平台上。況且，取代的過程也是漫長的，正如電燈泡發明後好一段時間才取代蠟燭，獲得普遍的應用。因此，歐陽龍瑞先生及永固興碼的團隊一直在思考：是否能夠創立一種新產品，糅合紙書及電子書的概念？於是，“TING”點讀筆及其開放式平台便由此應運而生，並於 2011 年正式在歐洲市場推出。

“TING”點讀筆基於紙張「鋪碼」技術，只要將點讀筆點在文本頁面上，便能發聲，使音頻資料能廣泛應用於任何書籍；而且設計輕巧，易於隨身攜帶，打破傳統紙書的模式，令閱讀變得更有趣。

歐陽龍瑞先生希望，“TING”點讀筆還可以在版權保護方面發揮作用，例如教科書、工具書等，其部分內容可以只在點讀筆上發聲。由於所有適用“TING”點讀筆的正版書籍紙張已經「鋪碼」，因此盜版影印書籍自然無法取得相關資料，這樣就可有效實現版權保護。

開放性與國際性平台 一筆多用輕鬆便捷

讀者可能會有疑問，點讀筆並非新鮮事物，“TING”點讀筆的優勢又在哪裡？現時市面上銷售的點讀筆，一枝筆只能供一個出版社的書籍使用，如果讀者想要閱讀不同出版社的書，就需要不斷另行購買，令點讀筆未能夠發揮最大的效益。而基於永固興碼擁有廣泛的合作出版社網絡，其點讀筆具有開放性，目前已有 25 家德國出版社加入了“TING”點讀筆的平台，如 KOSMOS, COLUMBUS 等，讀者可以在這個點讀筆的國際化平台上，看到各國的圖書。

■ 要配合點讀筆的使用，紙張必須「鋪碼」，盜版影印無法取得相關資料，可有效保護版權，也為印刷品增值。



■ 不同題材類型的書籍皆可配上點讀技術，為讀者帶來閱讀新樂趣。



■ 以旅遊書為例，點讀筆點在圖片上之後，會有人聲介紹圖片中的名勝古跡，日後更可上網更新點讀筆的資料，取得最新旅遊資訊。

UPM Finesse Classic Matt, 90 gsm



“TING”點讀筆及與之配套的資源互動平台已經開始運營，並已成為全歐洲最大的點讀平台，他們預計在2014年推廣至30個國家和地區。現時，這款點讀筆產品已遍及德國、奧地利、瑞士、英國、西班牙、美國、意大利、盧森堡等地，僅德國就在4,000多個實體書店裡設立了專櫃，全歐洲設有超過14,000個零售網絡。目前，“TING”點讀筆已出版適配讀物超過200種，總印量已超過百萬冊。

如要更新“TING”點讀筆的資料也十分方便，而且不需額外收費，只需一台可上網的電腦，用USB線將電腦與點讀筆相連接，其內置的智能軟件就可以在幾分鐘內自動完成所需圖書的聲音文件下載，讓「任何年齡層都可以完成獨立下載」。

歐陽龍瑞先生表示，“TING”點讀筆為出版商提供了一個全新的出版前景。業界往往視同業為競爭對手，但透過“TING”點讀平台的運作理念，卻打破了傳統的商業模式，這是由於“TING”的點讀平台能帶動讀者購買同類書籍的需求。例如，當讀者購買了兒童讀物類的書籍後，發現點讀筆帶來的革新意義，相類似的書籍如兒童故事書、兒童繪本和兒童百科全書的需求便會隨之增加，誘發客戶在不同的出版社搜尋各類的兒童書籍，令客戶群相互交替，直接帶動其他出版社的銷售，從而產生協同效應，為業界帶來正面的益處，充份體現出橫向銷售的效應，實現多層面增值，這才是令印刷業共存的關鍵。

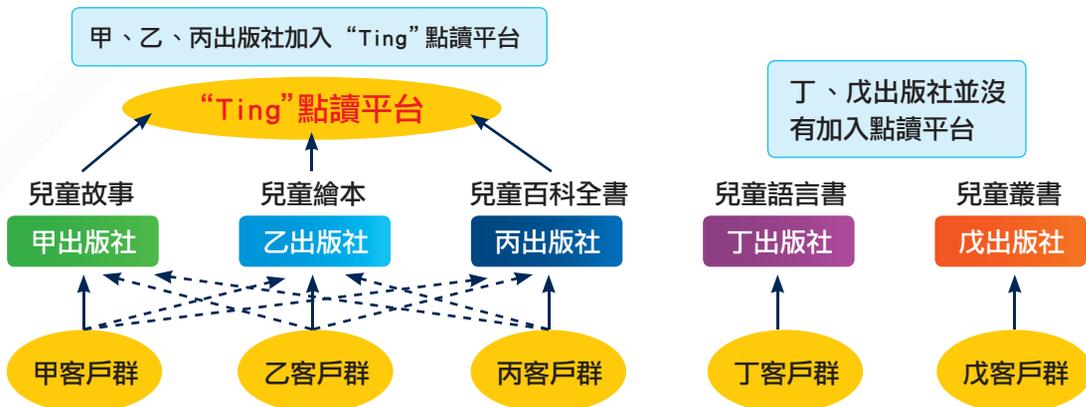


“TING”點讀筆的資料可上網更新，下載簡易，不另收費。

藍海戰略產生協同效應 開創印刷業價值

歐陽龍瑞先生提及的「行家是盟友，同行非敵國」，令人印象頗深。誠然，要在同業間的競爭中脫穎而出，沒有一些「獨到」的東西是不行的。然而這種「獨到」，是否意味著一定要「排他」？若一條路只有極少數人能夠行得通，那麼這條路也不一定好走。何不換個角度，考慮一下如何讓更多的同業加入，發揮「1+1>2」的協同作用，共同提升競爭力，共同拓展新空間，或許還能夠成就一個「多贏」局面。

永固興碼的圖書版權及點讀筆的業務進一步鞏固了永固紙業的原有印刷業務，而新開拓的這片「藍海」，得益者不單是永固本身，更是眾印刷同業，因為其圖書版權買賣和點讀筆的蓬勃發展，可以帶動書籍印刷，其他印刷企業可同得好處。■



透過客戶加入點讀平台，令客戶群相互交替，直接帶動其他出版社的銷售，產生協同效應。

相反，沒有加入點讀平台的出版社只能擁有單一的客戶群，並不能享受點讀平台所帶來的互動和正面影響。