

創意文化 印刷智造

甬港創意印刷合作研討會 圓滿舉行（下）

“ 上一期《香港印刷》報導了「甬港創意印刷合作研討會」的上半部分。這個活動由寧波市文化廣電新聞出版局及寧波市印刷行業協會，聯同香港印刷業商會舉辦，以「創意文化 印刷智造」為主題，力圖用創意印刷打開寧波傳統行業的新路徑。會上，雙方更簽訂合作備忘錄，共同推動甬港印刷業發展與升級。今期將繼續與讀者分享這次活動下半部分的精彩演講內容。 ”



印刷智造及其未來發展

杭州電子科技大學數字媒體與藝術設計學院院長
王強先生

印刷製造與印刷智造

印刷製造，簡單而言就是用戶有需求，通過印刷廠的印前、印刷、印後和管理把需求做成產品。早期日子比較好過的時候，其實行業不需要構思很多東西，把產品做出來就好。中國印刷業在黃金30年取得迅速發展，日子非常好過。數字化已融入印刷的日常生產中，無論是書刊與商業印刷品，或是包裝、標舉與標籤製造，在生產前都可以通過數字模擬、生產過程透過數字化控制，最終得出成品。從製造的角

度來講，按照別人的意思把產品做出來，就算是完成。

面對今天的市場，大家會發現產能在不斷增長，日子不像以前那麼好過，成本在上升，利潤空間很小，那可以怎麼辦呢？能不能用智慧做一些智造性的東西？這就涉及到印刷智造。

工廠裡的人越來越少，相反做控制的人就越來越多，控制人主要處理的是數字，而數字一定是由智慧所得，因此，印刷智造有幾個過程：

第一，智造一定要做跨媒體化整合。以前在紙上做的東西，最開始只是印上去，後來給它上光，再覆膜，就做出很多新工藝，表面上的東西其實已經做完了，但僅僅守住這個是不夠的。現在的年輕人，除了看書還想看電子書；小孩看兒童書的時候，還想玩互動的遊戲。要實現這些概念，就需要在傳統印刷的基礎上加上數字印刷，而跨媒體整合是一種趨勢。

第二，建立智能化的印刷生產與服務增值平台。印刷企業有許多內容，這些內容除了是資源外，也是印企的資產，通過分析就能讓它增值。例如經常談到的大數據，足夠數據是能反映出社會上的趨勢和潮流，引導出很多消費的發展路向。其實，印刷也可以做類似的工作。

第三，行業需要網絡化的營運平台。印刷行業做得好在於什麼呢？就是看能不能以最短時間，或者最便宜的成本建立一個服務平台，讓自身擁有足夠的業務或是可挑選的業務去做。今天，印刷不單是面對中國，而是面向世界。新加坡的同業表示，當地以前有很多印刷工業，現在不是遷到中國去，就是遷到東南亞發展。雖然他們現在不做印刷，但歐洲設計師做完草稿以後，就會把草稿做成一個能夠控制的文件，再把這個文件發送去中國或是東南亞加工，而他們從中賺取的利潤其實很可觀。

發展網絡化營運平台是不可避免的，有了這個平台，就可以把所有需求聯繫起來，而且可以把區域的生產能力整合起來，既是文化運營平台，也是智造的關鍵部分，是印刷製造與智造間的差異。其實印刷的基礎沒有改變，但智能化的拓展卻是十分重要。另外，行業尚有很多東西可以拓展。

印刷智造的未來發展

第一方面：多元資料或多元數據 跨媒體融合與運用

今天印刷工業面臨的數據是十分單一的。出版社、設計公司給印刷廠的數據其實很單一，但

面臨的用戶需求數據卻相反是可變的。IBM 以前把 PC 機業務出售給聯想，自己則專注於做數據服務。例如：IBM 做了大量的醫院數據，把很多好醫生的經驗集在一起，現在看病只需要測出多項指標，就能在數據中找出類似病例，給予處方。可見當中的增值空間是巨大的。

多元數據到來後，可以用什麼方法統一？這就是業界所要應對的問題。比如以前報紙印股市廣告，擁有數據庫來抓取資料，讓其得以排版。其實有許多的東西都可能變成智能化，而當中把不同數據化成一個標準就是第一步。在進行數據處理後，延伸服務就是另一個還能優化的地方。

第二方面：智能化的跨媒體色彩的 高保真複製

大眾市場或低端市場，其實都不是主流印刷企業的發展方向。大企業一定是做高端的，而高端最難的應付的問題就是色彩管理，即是讓顏色在不同媒介上看起來都一致。現在有很多數字博物館、數字圖書館，例如世博會的清明上河圖，所獲得的評價非常高。這些數字博物館、圖書館運用了一個很好的概念，以中國盛唐時期的場景，展示出大量中國文化，而且令它從靜態變成動態，有一種震撼的效果。現時，很多文化發掘或是專業的東西都在融合，既可以做成紙面的，也可以做成二維甚至三維的，發展空間非常巨大。

第三方面：自適應動態排版技術及應用

為適應不同大小的屏幕，自動化或是自適應的動態排版技術尤為重要。比如一本 16 開的紙製書，有了自適應動態排版技術，在 IPAD 或是手機上看也完全不會走樣。論排版技術，做得最好的是印刷行業；而台灣在電子閱讀方面則頗有成效，如能夠繼續深入挖掘和拓展，將有廣闊前景。

第四方面：功能印刷與物聯網包裝

印刷光印在紙上增值空間不大，但是印一些不同的東西增值空間就大了，假如印個傳感器，

按一下它能有反應；印一些感溫的東西，摸著有溫度的變化，這樣的增值空間就變得很大。在2010年間，日本、歐美的功能印刷已發展得頗具規模，在表面印刷顏料的覆蓋下，中間可以有許多新變化，產生很多新的功能。雖然印刷過程一樣，但它的價值跟現在所說的印刷品價值完全不一樣。未來這種需求會越來越多。

還有物聯網包裝。物聯網經常為業界所談論，但基本集中在平台和物流技術上，究竟如何可讓包裝進入信息流？現在的二維碼或是以後的遙測技術，令物聯網包裝在今後擁有很大的發展空間，單做個紙箱其實沒有多少錢，但在包裝上印一塊標記就相反十分值錢。

第五方面：3D 打印技術

3D 打印技術推出以後，各方各有見解。以前印刷雖是都是二維的，現在同樣也可以印成三維的了。印刷行業的長處在於色彩管理，因此在3D 打印技術上，不要關注太多結構性的東西，而是要專注於和印刷專業性相關，可拓展的領域。這或許是未來行業較主要的發展方向。

一個工業，能夠活500年的不多，活過1,000年的更是少。印刷可能是現存唯一活上超過1,000年的工業，能夠存活這麼長時間，經歷了如此多的新技術都沒有被淘汰，證明了印刷業不僅有生存價值，更有未來發展的空間。



印刷標準化對企業的效益

香港印刷業商會副會長 梁兆賢先生

香港印刷企業在過去30多年發展得很快，首先是開拓市場，不僅在香港本地設有生產廠房，還到內地去建設印刷基地。過去十多年，內地印刷產業發展迅速，只要有業務、有訂單，購買設備投產就能獲得盈利。但在過去兩、三年中，相信很多不同的印刷企業都感到市場變化很快，迎來的挑戰和競爭很多，市場改變，加上新媒體的出現，對行業的影響很大。另外成本也在上升，競爭也越來越激烈，而價格亦越來越低，盈利對印刷企業來說是最大的挑戰。投資設備是否能帶來回報和效益，

是企業所關心的，也是企業能否持續發展的重要因素。

未來挑戰和機遇並存，我們希望能找到一個正確的方法，使得生產更高效，用最小的資源包括人財物，做到產出和產值更高，產生更大效益。所以印刷是要走自動化和工業化之路，並以標準化為基礎。

印刷標準化從2007年開始在香港推動，採納並取得標準化認證的企業日益增多，大中華區所

取得的認證包括 G7、PSO 及 PSA。發展至今，從最初的以大企業率先採納為主，到近年中小型企业也紛紛關注、採納和考取認證。有些小型企業特意改善整個生產流程，提升效率，再考慮進一步考證，這是很值得嘉許的。改善與提升是實施印刷標準化的真正意義。

市場主導 推動企業實施印刷標準化

對於大多已實施印刷標準化並取得認證的企業來說，市場主導是一個主要推動誘因。從前，大多數公司只憑印刷師傅的經驗和感覺去判別顏色，因此印前及印刷部之間經常發生磨擦，不僅容易出錯，還會影響生產進度。隨著客戶對品牌形象及產品顏色一致的要求越來越高，他們所要求的是印刷公司於印刷品質上有一套客觀標準，令產品保持穩定的水平。而印刷廠的生產往往更需要跨地域同步進行，因此，客觀、數據化、標準化方法，就成為印刷廠與客戶溝通的可靠平台。

印刷標準化一方面是回應客戶的需求，也是全球性的需求，是有效說明質量和顏色的標準，由市場主導。另一方面就是內部的需求。我們越來越發覺有市場、有設備，但是難找到優秀的操作人員。例如有時公司管理層會說某台設備的操作人員特別好，印刷出來的東西特別令客戶滿意；另外一台卻總是有差距。要解決這個問題，實行標準化就可以滿足企業內部提升質量、顏色、生產標準的需求。

管理層支持 減少推行阻力

即使企業負責人決定實施標準化，但在推行的過程中仍會遇到不少困難。一方面，由於一線的生產人員原本都有自己做事的一套方法及經驗，所以實施新標準難免會遇到阻力，較難貫徹執行。另一方面，大多數客戶對標準的認識

表面，並沒有仔細了解各標準的細節，這也構成了溝通上的問題。此外，在起步初期，企業還需要對機械器材和員工培訓等方面的資源進行投放，其後亦需要定期維護與更新設備配件，使其保持達標狀態更是不可缺少。

在決定實施標準化的過程中，管理層對公司遠景的重視及規劃十分重要，需要控制質量、能夠百分之百明白需求和結果。如果管理層非常支持標準化，對標準化認識得更深，明白標準化所帶來的成果、成效，以及可控範圍有多大，可能對標準化的推行和執行就更有效。當然還需要全員培訓的配合，從高層管理人員到操縱人員，以至是客戶的層面，都要考慮到如何有效地培訓使他們明白標準，這才是實施標準化的關鍵。現在我們都能買最新的設備，但是否能用好標準，有效地發揮設備的作用就是一個要點。除了有成效的方法、標準之外，還需要進行一些檢測和內部工作的調整，也要跟客戶更充分溝通交流，對執行標準化會更有幫助。

標準化之益

談及印刷標準化帶來的好處，能夠提升生產效益，提高產出，降低損耗就是最直接的效果。舉個例子，包括從造版到印刷整個印張，原本每小時能印八個印張，但通過標準化，我們確實能發現生產效益和產出都得以提高，降低損耗，令一個班次（10個小時的班次）印出848個版。事實上不同的機台通過標準化，都能夠實現同樣的質量和產出，質量問題也能減少出錯。

現在很多中層管理人員認為，很難管控生產車間具體的產出、質量。我認為，如果通過印刷標準化，可以做更多系統性工作，包括流程控制，對整個生產情況就更加可控。更有效監控設備的狀況、產出、損耗、生產進度等等。現在，印刷廠不光是買一台設備、能夠印出東西就可以，改進整個生產流程和相關要求卻是更

為重要。過去大家或許習慣了買一台設備，找個工人開機，能印多少就印多少，盡可能出多少就盡可出多少。但現在通過標準化，我們能設定目標、產出、損耗，所有的進度都能掌控，這也為企業帶來很多效益，最終對客戶也有保證。

另外，實行標準化，最直接的優勢就是搭建了一個良好的平台，讓大家有了共同語言，一個統一的印刷標準指標。對於企業內部，標準化不再是依靠主觀的經驗，而且在生產出現問題時亦很容易追蹤，即使是不同部門的同事也能有默契地解決問題；對外，標準化也促進了客戶與印刷廠的良好溝通，減少爭議。當客戶有特別要求時，印刷廠也能盡力根據標準去配合完成。

其實，考取標準化認證的過程也是企業自我檢視、對症下藥、作出改善的過程。大企業實踐標準化可優化長處，改善短處；而小企業也可因應環境及企業需要，靈活實踐及運用印刷標準化，加強控制生產流程的能力，突圍而出。

印刷標準化的未來： 市場的大趨勢

香港印刷企業早已在國內落地生根，不少企業已開始開展標準化的工作，也受客戶的歡迎，本身內部管理工作也能提升。所以，印刷標準化如果能夠在企業當中有效實施，相信能夠幫助企業在激烈的競爭環境中脫穎而出，大大提升效率、質量，最終幫助企業邁上新台阶。標準化帶來的是根本的改變，越早實施對企業更有幫助。實行印刷標準化是市場的大勢所趨，如果印刷企業不走標準化道路，很可能就沒有明天了。



創新發展 開拓印刷行業新成長

寧波市印刷行業協會會長 鄭奮先生

一、寧波印刷業當前的狀況

最近10年，寧波印刷業有非常快的進步和發展，主要體現在以下幾個方面：

第一，產業規模迅速壯大。在2012年底，寧波共有印刷企業總共有2,965家，其中出版物印刷36家，包裝裝潢業有1,730家；從業人員達

到8.5萬人。去年有62家企業年銷售產值超過5,000萬元；全市實現印刷產值205億元人民幣。

第二，產業的結構逐步完善。目前寧波印刷業已覆蓋整個印刷領域，擁有期刊、雜誌、精品圖書、紙品文具、禮品、包裝用紙和大幅面包裝裝潢產品印刷生產能力，同時票據印刷、紙箱的生產也頗具行業規模生產特色。

第三，廣泛應用先進印刷技術與設備。目前寧波大多數印刷企業都採用 CTP 製版，先進的大幅面多色印刷設備在多家印刷企業引進，進口精裝生產線、膠裝生產線，以及高速全自動多工序模切機，甚至數碼印刷機也得到了引進和應用，大大提高了寧波印刷業的技術生產水平和產品質量。

第四，寧波已有很多印刷企業通過了國家綠色印刷認證，多家外貿印刷企業已取得沃爾瑪 ES、BSCI 人權認證等，提高了企業市場競爭力和管理能力。近年，寧波印刷產品在國內及國際評比上都得到好名次和成績。

第五，寧波印刷產業鏈已形成較好的業態。從造紙、印刷設備、印前設計製作、燙金、覆膜、輔料、大型國際國內展會舉辦，以及名列世界前五位的寧波港口吞吐量優勢、與世界各地的通航能力和便捷快速的物流服務，從而確立了寧波印刷外貿競爭力和競爭優勢。

在看到這些優勢的同時，寧波印刷業其實也存在許多的問題：一是眾多小型企業規模小，缺乏先進的生產工藝和品質管理，使行業間管理水平、產品質量差異比較大。二是人民幣升值及用工成本大幅上漲，使以外貿 OEM 為主的寧波印刷業盈利更加困難。三是欠缺產品設計與創新能力，缺乏產品價格的話語權。四是專業技術和管理人才的匱乏，企業人員流動率高。五是行業之間依靠低價競爭、同質競爭，不利於企業的健康與發展。

二、當前印刷業的現狀與特點

印刷曾為人類的文明和進步作出了傑出的貢獻，但在 21 世紀的今天，人們不再依賴書本記錄、學習、傳播知識，而是更為依靠互聯網、移動技術，新媒體對印刷業造成極大衝擊。第二，過去兩年，曼羅蘭與柯達公司相繼破產重組，大家越來越感受到印刷生意難做，傳統印刷業

已輝煌不在。第三，當今世界經濟復甦困難，受海外市場需求減少影響，中國出口形勢不好，人民幣升值，勞動力成本大幅攀升，材料價格高企，使許多印刷業面臨生存的危機。

第四，包裝企業的利潤空間被擠壓。當今崇尚綠色、環保、低碳、簡約的包裝，加上國家對煙草行業實施不斷嚴格的控制政策，對酒類奢華包裝風氣的整治，也擠壓了這些包裝企業的利潤空間。第五，中國正在轉變經濟發展方式，同樣印刷業也正經歷轉型期，需要印刷企業轉型調整產品結構，必須向提升質量、向高新技術產業和生產服務業、向設計創新轉變，向智能化、數字化、網絡化轉變，向產業延伸、高附加值轉變。第六，出口外貿受阻，許多印刷企業嘗試做內銷印刷服務，但在缺乏誠信經營和三角債的影響下，貨款回收困難，影響眾多印刷企業做內銷的積極性。

三、如何創新發展， 開拓印刷行業新成長。

第一，創新發展之一是依靠創意文化驅動印刷。寧波印刷企業家需要走出去，與世界接觸，拓展視野，緊緊抓住國家文化產業大發展、大繁榮的歷史機遇，將印刷與文化、創意融合，獲取印刷發展的新動力。

第二，使印刷從製造向智造轉變。事實證明，中國低資源成本、低人力成本、低環境成本的時代已經過去，中國製造的優勢正在喪失，印刷企業要保持健康發展必須依靠科技進步、智慧增長，由製造轉為智造。如何智造？一就是要依靠創意文化產業增長。二要靠數字化流程。三要靠新一代移動通訊技術和下一代互聯網發展技術，躋身新的印刷領域，例如物聯網視頻識別標籤印刷、可變數據印刷。四是積極採用新材料、新工藝、新設備，如新型可降解生物塑料包裝，以及採用集中供熱和洗車水回收利用裝置，從而降低生產成本。五是依靠數碼印

刷結合標準化、網絡化為的個性與多元印刷消費服務的合版印刷。六是引進自動化設備及智能專用裝備，減少人力投入。

第三，企業的管理需要創新驅動，使企業朝精細化、制度化、規範化、標準化、信息化管理邁進，實現企業健康發展、可持續發展。

第四，向香港印刷業學習，攜手共創發展。香港是世界金融貿易中心，也是世界四大印刷中心之一。內地印刷業的進步與發展離不開香港印刷業在資金、技術、人才、管理上的支持與幫助，寧波印刷業許多骨幹和老總都曾經有過在廣東、深圳外資香港印刷企業從業的經歷，

他們接觸的先進印刷設備、管理、技術、工藝，受益匪淺，成為寧波印刷業進步與發展的開拓者。香港印刷業面對全球金融危機和激烈的市場競爭，敢為人先，率先進行轉型升級，調整行業結構，通過政府與行業所發揮得作用，將創意文化融入印刷，將印刷製造變為智造，積累了豐富的經驗和創造力。寄望通過這次研討活動，能進一步推動甬港兩地印刷業友好交往和發展，希望寧波印刷行業協會能夠得到香港印刷業商會的幫助，共同謀劃未來得發展，也願兩地印刷界朋友交往更密切深入，將香港先進的創意設計、管理、人才培訓、理念與思想帶給寧波，推動寧波印刷業發展達到新高度、新水平，做出新業績。



提升產能 從印刷標準化及人才培訓開始

印刷科技研究中心總監 彭安琪女士

彭安琪總監首先介紹了印刷科技研究中心（APTEC）的相關情況及主要培訓課程內容。其後，她指出，APTEC 從 2006 年開始認識印刷標準化。當時美國有單位邀請 APTEC 合作進行一個有關 G7 的測試。G7 是印刷校正法，屬於品質控制的方法，由於當時不太清楚如何執行，所以就邀請了六家印刷廠，將 G7 應用在他們的印刷生產中，測試其可行性。完成測試後，APTEC 在 2006 年首次以中國代表的身份出席了 ISO/TC130 會議（ISO/TC130 為 ISO 下

面的一個技術委員會分組，專為印刷行業制定印刷相關標準）。

經過測試後，得出 G7 可以幫助企業提升產能及效率的結論。2007 年，APTEC 成為美國 IDEAlliance 大中華區獨家地區代表，成為唯一具備簽發大中華區 G7 認可企業證書的機構，推廣 G7 和印刷標準化。G7 是美國的認證，但印刷行業服務全球。考慮到有些印刷廠客戶來自歐洲，APTEC 在 2010 年又在全國首批取得

德國的 PSO 認證資格，向企業提供 PSO 的培訓和認證服務。另外，APTEC 一直與美國 RIT 大學有緊密交流，共同發展 PSA 認證。2012 年，APTEC 也成為這認證的大中華區獨家合作夥伴，推動 PSA 認證。

按層次來劃分，印刷標準認證大致有四類：首先是 G7，其後是進階版的 G7 PC，以及 PSO 和 PSA。PSO 主要是為膠印的認證，與 PSA 的層次一樣比較高，難度也較高。PSO 和 PSA 所關注的是整個印刷流程，即從印前到印刷都要達到標準化，而且檢查印張的難度也比較高。G7 PC 屬中間層次，企業要做 PSO、PSA 認證前，只需要多一點的培訓，有一定基礎，就可以做 G7 PC 認證。如果有些企業還沒有做過標準化，直接做 PSO 是十分困難的，所以可以先學習 G7，考取 G7 認證。

印刷廠非常關注數字化的問題，數字對於色彩管理及印刷標準化相當重要。例如 APTEC 在 2006 年首次參加 ISO/TC130 會議的時候，參觀了一家很大印刷廠，主要印刷時代雜誌，印量十分巨大。該公司的 CEO 指出，其實廠長是色盲的。當時 APTEC 對此感到十分詫異，色盲的竟然可以當上廠長，及後細聽之下原來該廠當時已經採用數字印刷，而不是靠主觀眼睛看顏色，可見美國在數字化色彩管理方面走得很前。另外，當時他們所有打樣都是在屏幕檢查，所以回來後 APTEC 也開始測試虛擬打樣。

G7 認證簡介

從獲得 G7 認可的企業數目來看，目前大中華區共有 179 家，其中中國大陸 89 家、香港 80 家、台灣九家、澳門一家。另有十多家企業正等候做 G7 資格認可。需留意的是，如果公司有幾家廠房，G7 認可需分開申請，並非一個認證全公司通用。

G7 的“G”是灰，“7”指七種顏色。簡單來說，G7 就是用灰平衡作為品質控制的方法，把數據化印刷及肉眼觀看相結合，去校正印刷機，從而控制質量。用這個方法可以幫助印刷色彩更容易的達到標準。需要注意的是，G7 適合所有四色印刷，但如果印刷廠只做專色就不太適合了。

G7 認證的要求

G7 認證有不同級別，最低是 G7 Grayscale，要看印張的平均性，還有中灰。另一個級別是 G7 Targeted，看 CMYK 和 RGB 中性灰的要求；最高的層次是 G7 Colorspace，這是最難的，除了看 CMYK 和 RGB 中性灰以外，還要看 IT8.7/4 中 1,600 多個色塊的數據庫要求。如果企業專門做打樣，就一定要達到 G7 Colorspace；如果做膠印，則三種都可以選擇；如果做絲網印刷、模板印刷，就一定要 G7 Grayscale。

考取 G7 認證有什麼要求？G7 適合任何一種四色印刷，數碼印刷也適用。從事膠印的企業最好有 CTP，一定要有黏度器材分光光度儀，加上穩定的印刷機，並且對顏色管理有一定認識。

怎麼樣申請 G7 呢？根據美國的要求，所有印刷廠一定要是 IDEAlliance 的公司會員，然後由 APTEC 或 G7 認證專家提供培訓，提交所需材料並通過 G7 專家評審。最重要的一點是，無論企業通過哪位專家培訓，所有印張都會去到 APTEC 做最後評審，如獲評審通過，就會由 APTEC 授予證書。

印刷標準化提升效率

眾所周知，現在印刷生意越來越難做，價格越來越低，唯一可以做的就是成本、流程方面下功夫，增加產能、提升效率。流程標準化顯得越來越重要，APTEC 從 2007 年至今做了很

多培訓、技術研究和技術研討會，都在積極推廣印刷標準化。印刷標準化是大潮流。與很多不同的印刷廠交流，他們都認為在2007年的時候尚對標準化抱有懷疑，但現在肯定如果要生存就一定要做印刷標準化。

這幾年，APTEC 對印刷標準化有不同的研究。印刷標準化的意義就是建立一套客觀準則，在印刷公司內部與客戶之間搭建一個相同的溝通語言，拋去從前的主觀溝通，才可以提升整個企業的效能和效率。如果印刷廠與外國客戶做生意，印刷標準化就是跟國際接軌的工具，現在美國或歐洲客戶大都要求印刷廠獲得某項認證。

多年來，APTEC 向很多不同的企業了解，廠家如何從 G7 或其他標準化認證中受惠。星光印刷的幾家廠房都取得了 G7 認證，他們認為無論大企業還是小企業，實行標準化是必然的。標準化可以幫公司節省成本，增加競爭力。另一家是綠藝印刷，是香港的中小企，除了 G7 外還取得了 PSA 認證，其創辦人表示獲得認證後每一天都可以安枕無憂。另外，第一家在大中華

區取得 PSO 認證的台灣印刷廠，其年輕的老闆表示，取得認證不是客戶要求，工廠也沒有接外單。以前感慨公司是落在操作人員手上，覺得公司並不屬於他；但實行了標準化後，他可以親自操作公司，令他感到公司是屬於自己的。還有最重要的一點，就是錯誤率減到1%。以前他每一天都很晚才可以下班，推行標準化後，就可以很準時下班。

APTEC 作為香港印刷業商會屬下的中立非牟利機構，希望用最大的力量幫助中國印刷業提升產能。如果印刷廠要成功達到標準化，最重要的一點是有管理層的支持，另外印刷器材的維護、校正都必不可少。大家可以看到，標準化能夠幫助公司增加效率。我們經常傳遞一個信息，就是不應該為考認證而考，應該要看到取得證書的真正意義。有印刷廠表示，如果取得認證以後沒有堅持做標準化，只有考試的幾天才去做，當印刷買家需要印出 PSA、PSO 或者 G7 標準時，印刷廠很可能做不到，那就損害了企業名聲。所以要緊記，企業取得認證就如自我身體檢查，是為了提升效率而做。■



■ 寧波成路紙品製造有限公司總經理王桂強先生也在研討會上分享了自身企業管理理念與經驗。

■ 參加者表示，研討會的內容給他們帶來不少啟發。

