



武漢名尚：勇闖商務和包裝印刷市場

在武漢，江漢區的紅旗渠路上有一個聲名遠揚的萊特紙張油墨市場，成立於2000年，最初主要供應紙張、油墨等印刷耗材，十幾年來匯聚了上千家供應商。後來自2005年開始，陸陸續續也有一些印刷企業搬到這個市場，到如今不過短短10年時間，已入駐了大大小小的印刷企業共五六十家。

依托於整個市場對印刷耗材的供應，無形中便拉動了這些採購原材料的客戶「就地印刷」的需求，使得這裡的印刷企業根本不愁沒有業務。武漢名尚時代印刷有限公司（以下簡稱：武漢名尚）就是其中的一員，那麼這家在當地小有名氣的印刷企業究竟是如何發展起來的呢？

開辦新廠：走商務印刷路線

其實從整個印刷大環境來看，近幾年開辦印刷廠並非易事，畢竟很多印刷企業都在這個微利的行業面臨著競爭激烈、成本上漲、活源不足等難題。但是，武漢名尚卻毅然進入了這個不被看好的領域，原因何在？

武漢名尚羅榮剛總經理表示，成立武漢名尚之前，他一直在廣告公司負責跑業務，但是這種「吃了上頓沒下頓」的業務生涯讓他覺得有點不妥當。「無論是哪個行業，做業務的都知道，你今天做了這個單，可能明天就沒有了，太零散，沒有固定性。」就這樣，他自己開廠幹起了印刷，鑒於以往在廣告公司接觸的客戶大多是做畫冊、宣傳單、台掛曆、賀卡等，他一開始便選擇了走商務印刷路線。

公司成立之初，由於資金緊張，羅榮剛總經理購買了一台100多萬元的國產八開機，到了第二年又引進了一台國產對開機。憑藉一直以來的客戶累積，他將公司經營得有聲有色。

業務萎縮：拓展包裝遇難題

然而從2012年開始，對市場十分敏感的羅榮剛總經理漸漸察覺到，商務印刷業務有萎縮的跡象。特別是到了2013年，中共中央紀委在10月31日發出《關於嚴禁公款購買印製寄送賀年卡等物品的通知》之後，賀年卡、明信片、台掛曆等活源驟減，公司的一大塊業務就這樣「蒸發」了。他十分感慨地說：「以前到過年過節的時候，特別是從11月到來年的1月，賀卡、年曆的業務特別瘋狂，可後來禁令出台之後就所剩幾無了。」

為此，羅榮剛總經理不得不拓寬業務領域，將目標轉向了平穩上升的包裝印刷市場。剛開始進入包裝領域的時候，公司的業務量還比較小，主要來源都是以前做商務印刷的老客戶，所以原有的一台國產對開機還能勉強支撐。後來，隨著不斷累積和開拓，公司的包裝印刷業務廣泛滲透到禮品、食品、藥品、化妝品、電子產品等各個領域。

眼看著包裝印刷逐漸佔據了公司業務的半壁江山，加上客戶對印刷品質和效率的要求越來越高，原本「愁業務」的羅榮剛總經理轉而「愁設備」了。

■ 武漢名尚自購置高寶利必達 75-4 四開機以來的 10 個月，總共印了 2,500 多萬印次，所承印的都是要求高的業務，有的客戶甚至排單也要等待高寶機印刷。



解決難題：獲業務兼容利器

顯然，購買一台新設備是武漢名尚的當務之急。但問題是，在琳琅滿目的印機市場，究竟選擇甚麼樣的設備才能更好地兼容公司旗鼓相當的商務印刷和包裝印刷業務？

為此，羅榮剛總經理自 2013 年底開始進行考察，恰好在萊特紙張油墨市場內有另外一家同行率先購買了高寶的利必達 75-4 四開機。他親身體驗之後，發現這台四開機各方面表現都十分出色，不久之後，即 2014 年 3 月，同樣一台設備也在武漢名尚安裝調試完成了。

羅榮剛總經理表示，讓他決定購買這台設備的真正原因是薄紙和厚紙都能印，能夠完全兼容他們的商務印刷和包裝印刷業務需求。不僅如此，這台設備的印刷品質和印刷效率也備受客戶青睞，獲得了大家的一致認可和稱讚。

談起近一年來的設備使用情況，羅榮剛總經理感觸頗深：「現在看來，我們選擇高寶利必達 75-4 四開機是非常明智的，否則業務量一定會受到影響。自購機以來不到一年時間，確切地說是 10 個月，我們總共印了 2,500 多萬印次，設備剛投產半個月左右就開始滿負荷運轉，所承印的都是要求高的業務，例如四色平網、大墨量疊印等，有的客戶甚至排單也要等待高寶機印刷，這完全出乎我的意料，在此也要感謝客戶對我們的支持和理解。」

品牌效應：業務量翻倍增長

讓羅榮剛總經理最欣慰的是，得益於高寶利必達 75-4 四開機的到來，公司充滿了新的活力，不僅順

■ 羅榮剛總經理敢在優良設備上花錢，因為憑藉一台高寶設備，就能夠讓他同時勇闖商務和包裝印刷市場。



利實現了從以商務印刷為主，向商務印刷和包裝印刷並舉的過渡，而且 2014 年的營業額比以前翻了一番還多。

「我們現在沒有業務員，只有四名網上客服人員。」羅榮剛總經理這樣一句話著實讓人吃驚，沒有業務員的印刷企業如何開展業務？他說：「依托於萊特紙張油墨市場，只要有耗材需求，就有印刷需求。所以說，只要你有一台好的設備，能夠滿足客戶需求，業務自然會找上門。」據說，現在整個湖北及周邊地區乃至全國各地，有很多客戶都來這裡採購，他們也不想買了耗材再運回去印刷，像這樣買完就在隔壁印刷，直接拿成品回去非常便利。

在印刷企業雲集的萊特紙張油墨市場，武漢名尚又有何競爭優勢？羅榮剛總經理說：「雖然整個市場有五六十家印刷廠，但是像我們這種有四開機的不過 30 多家，而有高寶利必達 75-4 四開機的包括我們在內唯獨有兩家。以前客戶問我們有甚麼設備，我們說是國產設備時，好感度大打折扣，客戶立刻少了一份信任。現在就不同了，我們一說是高寶的設備，客戶不問就知道薄紙和厚紙都能印，認為我們的實力肯定沒問題。這就是品牌效應。」

羅榮剛總經理是一個敢在設備上花錢的經營者。起初，為了實現客戶對化妝品說明書的裝訂需求，引進了德國知名品牌的騎馬訂聯動線。後來，為了滿足商業印刷客戶的包裝印刷需求，又購買了高寶的四開機。如今，面對一些大客戶潛在的大量包裝印刷需求，他又動了購買新設備的念頭。因為一台高寶設備就足以同時勇闖商務和包裝印刷市場的他已經意識到：「如果我還有一台高寶對開機的話，業務量會比現在再翻一番！」■