

## 别具特色的企业文化——谁与争锋！

### ——聚焦北京各大印刷企业文化特征

“文化创意产业”是2006年最有吸引力的词语之一。

作为文化产业成员中的重要组成部分，京城印刷企业的文化底蕴究竟有多厚？他们又是如何将京城浓郁的文化氛围溶入到企业的经营管理当中呢？下面让我们一同慢慢揭开京城印刷企业文化的神秘面纱。

#### 京城印刷企业——无法摆脱的骄傲

企业文化或许是一种看得见的实际，它体现在企业管理的种种细节当中；或许又是一种看不见的气氛，浓浓地萦绕在企业的里里外外，每一个角落。

北京——六朝古都，中国的政治文化中心，又在此基础上逐渐衍生成为商务中心，千百年来造就而成的深厚文化底蕴，与充满动感活力的经济



(图为华联印刷在开放月中厂区内放置的巨大宣传条幅)

P 01/02 印刷时评

P 03/05 企业文化

P 06 印刷文化

p 07 企业新闻

P 08/09 必胜看展会

P 10 销售红宝书

P 11 数码印刷

P 12 新闻与网摘

P 13 印刷人生

P 14 培训与工具

P 15 广告

P 16 订阅

支持单位：

北京今日风景印刷有限公司

总第三期

脉搏完美结合，使其独具一种截然不同的气质和韵味。身处环渤海印刷产业带的核心城市，京城印刷企业有着无可比拟的印刷商机，它们与众多的出版社、文化产业公司有着密切的接触，它们无限激情地期待着奥运会的到来，它们的内心充满着莫名的骄傲与优越感，正是如此造就出京城印刷企业千姿百态、丰富个性的企业文化。

#### 印刷企业——各具风骚！

纵观北京印刷企业由于经营理念的不同而各具特色、各有特质。

王者之风型，具备这种风范的北京印刷企业以华联为首，无论是其背后中华商务坚定的基石还是自身的规模与努力都无愧于这个称号。今年8月份华联印刷首创企业开放月，广待宾客、弘扬印刷文明，为推进行业的交流与发展做出了积极的贡献；

大家风范型：走进雅昌大厦，处处流露出优雅和艺术格调。近几年，雅昌以其艺术品复制的精湛技艺、雅昌艺术网的艺术影响力、申奥过程中不可磨灭的贡献，在行业乃至全社会证明着自己。



(图为雅昌大厦内部天井中古色古香的“雅昌彩印”四个雕刻大字)

小家碧玉型：从事商务印刷的奇良海德首当其冲，三兄弟执着于要做“强”企业而非盲目做大的扎实作风，企业虽小却在京城众多的印刷企业

(转下页)



(接上页)

当中留下了厚重一笔。



(图为奇良海德会客门廊，其简洁、干净的风格一目了然)

特色见长型：现今社会有个性才有竞争力，多彩印刷公司在北方地区大力推进UV印刷、尚唐纸制品公司独特的专业后加工技术、印前技术见长的圣彩虹、美通和永丰泰印刷公司的超大幅面印刷等等，无不在市场竞争的狭缝中获得优胜于对手的“独门秘笈”。

另僻蹊径型：这是一个不同于常规印刷企业管理模式的群体，广告公司出身的顶佳印刷结合自己的小“印刷生态系统”的成功，意欲建立一个联合印刷企业的印刷园区，其经营理念与文化思维已跳出了单纯印刷的模式。

正如奇良海德朱国良总经理所说，印刷企业的文化与管理者的价值取向有着密切的关系，这不仅与管理者所受的教育和文化差异息息相关，还需要后天慢慢培养和孕育。

印刷企业文化——理念是纲

企业文化渗透在企业管理的各个细节中，正如华联印刷的张林桂总经理在其《5%成败论》一书中指出，一个企业能否做到每个关键的5%决定着它的成败。在采访朱国良总经理时，我们也听到了类似的声音“文化就是要注意细节！”

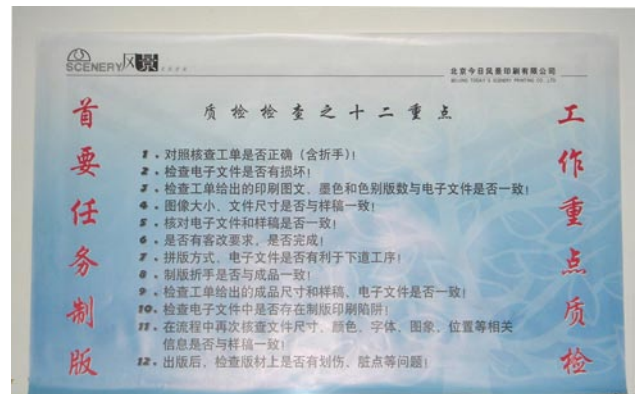
在走访的诸多印刷企业当中，企业除了正常的员工培训、适合企业发展的激励制度、长远规划外，还可看到每个企业正努力对文化素质进行培育与渲染。

厂容厂貌投射文化氛围。雅昌迎宾长廊设计独特的“雅昌彩印”雕刻，大堂顶棚上同样显现的“雅昌彩印”雕刻，都是企业艺术感与文化品位的一种折射。奇良海德或许没有大手笔的精工制作，但是其严谨、朴实的风格依然将企业的管理与发展方向体现得淋漓尽致，最为引起笔者注意是朱总办公室内陈设的由北京印刷学院赠与的“回报母校芳名远扬、泽惠学子德业辉光”的艺术品，更让笔者感受到一股对印刷热爱之情的暖流。



(图为北京印刷学院赠与奇良海德的艺术品)

车间内部管理精细化。毫无例外，每个企业的车间内部都会针对不同的部门有着不同的激励口号。华联权责明确的车间内部空间利用图及人员权责明确单；奇良海德的“专业商务印刷服务商”的口号下“专业、严谨、高效、可靠”的标语；雅昌设计区内“齐心、信心、决心，高质、高产、创高效”的横幅，制版车间10月劳动竞赛公布产量；今日风景印刷车间内质检检查重点表，这些无不体现着企业从大的企业文化落在小的精细化管理的细节中。



(图为今日风景印刷车间内质检检查重点表)

管理者的谦逊之风。正如朱国良总经理所说，企业的每个员工是企业文化的组成部分，也是企业文化的展示，良好的素质对于企业文化的体现至关重要。在采访中，企业管理者礼貌的举动，无不刻上企业文化的烙印。华联张林桂总经理对工厂内每个角落的如数家珍、奇良海德朱总将笔者采访一行人送到厂大门口目送直至离开的情景、今日风景沈总拿出每一个好像是企业孩子一般的产品面带微笑的介绍，想必这都是企业文化的一种潜移默化的渗透和体现。

归根结底，无论是将印刷企业文化说成一个大命题还是小细节，有自己文化气质的企业才是不容易在商海中沉没的有实力的船舶。纵观行业，印刷企业文化无不与“德”、“行”二字紧密相关——首先要有一个“德”字，才能够竖立起行业威信，其次更重要的是要事无巨细的将“德”字贯彻执“行”。上述企业无不是企业文化——“德行”优异的典范，坚信在这样的企业带领下，北京印刷业将会以前所未有的速度蓬勃发展，从而带动整个环渤海印刷带的快速崛起！



# 四两拨千斤——管理提升企业文化

## ——开放月观北京华联印刷有限公司有感

印刷行业进入微利时代是不争的事实，企业在不断提升技术水平的同时，进行精细化管理开源节流，势在必行。6月份，北京华联印刷有限公司张林桂总经理将自己对印刷企业的理解和成功经验凝结成册，取名为《5%成败论》。8月份正值北京华联印刷开放月，张总以博大的胸怀广纳宾客，在笔者一行人参观完华联印刷之后，对华联印刷不经意间渗透出来的企业文化氛围，以及张总倡导的细致管理风格留下了深刻的印象。

下面截取华联印刷开放月参观过程中印象深刻的几个场景以飨读者。

场景一：车间内“推行6S纲要，提升技术与素质”横幅。

6S是在风靡日本的5S（管理、整顿、清扫、清洁、素养）的基础上发展而来。在华联印刷的车间里，笔者看到了这样一个调幅“推行6S纲要，提升技术与素质”。华联提出这样的口号，体现出企业走在印刷行业前端的企业文化，也表现出企业将科学管理贯穿在企业每个层次。印刷行业的特殊性，意味着企业管理的难度，没有和国际企业接轨的意识和眼光，无异于杯水车薪、事倍功半。

引《5%成败论》：

成功是从一点一滴中积累起来的，所谓5%成败论，就是要重视管理中的每一个细节，实现精细化管理。

——张林桂总经理



场景二：隔层监管到位，责任落实。

步入印刷车间，墙壁上张贴板内的公告上明确写着企业每台设备落实在每位员工身上职责的“包干到位”。上有责任人签名、审批以及详细的时间安排，详细内容包括每位人员的权责、从设备管理到

原材料消耗等各个生产环节。不同车间有着不同的责任范围和规章制度。由此，管理者对员工主人翁意识的点滴培养可见一斑。

引《5%成败论》：

要稳定客户群，员工不但要有出色的专业知识和技能，还必须做事到位。做事到位，是印刷企业员工必须具备的工作作风。

——张林桂总经理



场景三：印刷车间空间利用分布图。

或许很多人说不是每个企业都能像华联一样具备引进多台先进设备的实力，但是华联将多台设备最优化地布局在厂房中，井然有序地进行生产归功于精细的管理风格，而这是每个企业都应该学习和借鉴的。醒目的颜色和摆放位置一目了然地说明着每台设备所处车间的位置、图片、与其他设备的链接关系，使整个印刷流程顺畅便利而颇具人性化。这是张总所倡导的精细化从5%做起的管理原则的又一次细致入微的体现。

引《5%成败论》：

在竞争如此剧烈的年代，只是傻干是不行的，一定要会动脑筋，要独具慧眼，要有创新精神。

——张林桂总经理

场景四：“一言九鼎、诚信为先”。

诚信不仅是一个企业厚积薄发的体现，也是对客户的一种承诺。在2006年华联印刷开业四周年及华联开放月的庆典上，客户为其送上一个古色古香的鼎，上书八个字——“一言九鼎、诚信为先”。它所涵盖的意义不仅是对华联印刷产品质量的肯定、业务的周到，更是对企业长久诚信做事风格的肯定，对华联企业品质的肯定，对华联员工品质的肯定。这同样来源于

从5%的细处做起的管理风格的贯彻。

引《5%成败论》：

“实实在在”是我所在的中华商务一直追求的经营作风，我们要讲诚信、讲信誉、重合同、重承诺。也只有这样，才能有企业的持续发展，才能有企业的长长久久。

——张林桂总经理



场景五：裁切废品回收系统。

印刷企业如何将环境的污染控制到最小、如何环保地利用资源，这在华联印后车间得到了充分体现。笔者一行人在华联参观中看到了裁切废料的收集装置，可以将废物回收再加以利用。就在大家讨论目前企业的利润节节下降、抱怨原材料涨价的时候，是否想过通过自身的节约来平衡、弱化这种不利的外界因素？每个印刷企业都应该“将节约进行到底”，将合理利用资源重视起来。

企业文化四个字正像是血液一样融合在华联的管理中，正是这个四两拨千斤的精细管理使它取得了行业领先的成绩。最后，引用张总在《5%成败论》一书中经典话语作为收尾，为了企业的发展、更为了行业的进步，与所有印刷同仁共勉：

在同样环境、同样条件下，有人不成功，有人成功，重要的原因之一就是成功者有着艰苦奋斗的精神。

“别人黑着，我们亮着；  
别人睡了，我们醒着；  
别人行了，我已出发；  
别人出发，我已奔跑……”

# 今日风景印刷，印刷也是一种风景！

——访北京今日风景印刷有限公司董事长沈黎明先生



(图为笔者一行与沈黎明先生合影留念)

北京的秋日，借助必胜网联合中国印刷器材及工业协会书刊印刷专业委员会、北京印刷协会举办“2006年度印刷企业色彩及工艺管理高峰论坛”的机会，有幸认识了北京今日风景印刷有限公司董事长沈黎明先生，也有了走近今日风景，了解它的诞生、成长与发展历程的机会。在洒满秋日阳光的总经理办公室，沈总豪爽、阳光的个性给我们留下了深刻的印象，倍感亲近与温暖。

## 多重身份——文化企业向印刷服务商的转变

置身于今日风景位于亦庄开发区2005年刚落成的厂房内，办公楼与生产加工区相互独立，远观办公楼如同汽车销售的4S店，宽敞明亮通透，带出了与众不同的企业人文气息。沈总名片背面赫然写着“文化企业”四个字，这与公司“艺术服务者”的定位遥相呼应，短短的时间便感受到了企业的“文化氛围”。



(图为今日风景敞亮的办公区接待处)

今日风景印刷有限公司将文化的氛围和气质点点滴滴溶入到企业的管理和经营当中，走出了一条由印刷客户转变为提供印刷服务的供应商的发展之路。公司2005年底刚刚正式进入印刷领域，但其多年来从事广告、创意、设计所沉淀下来的厚重积累，使

其以轻快而又稳健的步伐快速发展。短短一年多的时间已位列北京“艺术印刷”企业行列当中。

今日风景印刷有限公司与今日风景设计中心、风景纸品同属风景文化企业。成立于2005年，是“三兄弟”中最小的一个，也是建立在其他两家公司印制需求和成熟客户群体基础上的企业。有着极大设计业务量、设计经验和原材料经验的今日风景，十分了解客户所想，为更多对精品印刷有需求的客户提供服务。

## 稳健过渡至CTP流程

谈到今日风景的发展，离不开全线海德堡设备的技术支持。93年，今日风景设计公司开始初次接触印刷，95年上马第一台苹果桌面系统，2001年引进第一台海德堡照排机，从桌面系统向印前输出发展，为顺利进入CTP工艺流程奠定了良好的基础。2005年震惊业内的一次性订购CTP及两台CD102印刷机。全新的国际化厂房、全线海德堡品牌的设备，正是这样一步步由于市场的需求而逐步发展的今日风景慢慢地壮大开来，正应了企业宗旨中的那句话——“风景不会静止！”

沈总很坦率地说现在回想当初如果做设计的时候，就进入印刷的话，不会对印前很懂，也就没有太多的精力投放在对印前的研究和技术实施上，也就没有现在对色彩管理、CTP及工艺流程的理解，也就达不到如今接近80%的CTP出版量。这一出版数字在北京印刷企业当中都属领先地位。目前，业内普遍的现象是投入了大量的设备和技术却无法发挥出他们的效益，这已成为许多企业发展的瓶颈。而今日风景在技术层次上的稳步提升，在选购设备方面的成熟稳健，使其能够以较高的效率发挥出新技术、新设备的功能，令今日风景公司感到了十足的成就感和满足感。

实践证明，今日风景由设

计、输出到印刷的发展之路避免了许多印刷企业常见的弊病：如避免了印刷厂设计部门过多为印刷实现过程考虑而忽视了设计要素的现象；避免了印刷厂没有全套的流程而又硬要上流程，上了流程又无法发挥效率的弊病；避免了印刷企业与设计创意公司沟通不畅的弊病。今日风景拥有相对独立的艺术设计中心，以创意为核心，印刷为辅，主次关系分明。这些对于有着高质量印刷需求的客户来说至关重要，这也诠释了现在今日风景有着各种国际知名品牌、邮品印制等印刷客户的原因。

谈及此处沈总很自豪地向笔者展示了今日风景在自己的宣传画册中运用的精准的四色套准成品，精细的技术彰显了今日风景人对于优质印刷品质的要求。



(图为今日风景独立的生产车间外貌)

## 优越的地理位置

目前今日风景生产基地地处北京经济技术开发区的光机电产业园。由于享受亦庄开发区政府鼓励发展的优惠政策，同时又可享受北京中关村的相关优惠，因此享受着双重发展优势。预计07年开通的地铁在此穿过，地理位置的优势的逐步显示出来，一些同行协作企业的加入为今日风景公司的发展打下了良好的基础。在这样的位置买地建厂，摆脱了以往传统的更新设备扩大生产型的原始积累过程，起点更高，无疑加快了企业的发展速度，而搬入新厂短短的一年内，单土地部分的升值都非常可观，应该说这又是沈总非常自豪的一件大举措。

(转下页)



(接上页)

现身说法谈企业引进CTP

借助举办“2006年度印刷企业色彩及工艺管理高峰论坛”的机会，不但向沈总了解了今日风景是如何在印前领域发展起来的，同时还向他请教了根据今日风景的实际经验，给想要上CTP以及上了CTP目前还没有稳定操作的企业给予建议。沈总很中肯地说选择适合自己业务需要的设备才是最恰当的，在充分了解自己业务需求的基础上更加充分地了解CTP技术的使用优势是上CTP之前必修的课程。

众所周知，很多企业选择CTP的原因更多是出于对出版速度提升的考虑，而今日风景的目的则是寻求出版质量。这同样与今日风景设计出身的缘故密不可分，为此今日风景在对CTP的应用上不单单将CTP作为制版机进行使用，而是将它变成一个提高产品质量、以高品质以及最先进流程吸引客户的主要工具。“上CTP为的是印品质量，为的是给客户最好的流程服务，为的是与同行取得差异性。”沈总如是说。

不是每个企业都具备紧跟时代潮流不断引进多台最先进印刷设备的实力，但是每个企业都会考虑如何将有效资金进行最优化利用，尤其是中小企业，在目前印刷所处的“微利时代”更是如此。相信今日风景从印前设计公司做起、小而精的发展规模和模式对于更多的企业有着良好的学习和借鉴作用。在今日风景运用自己的智慧将印刷事业做成一道风景的时候，我们也祝愿今日风景能够成为印刷行业最亮丽的一道风景！

## 国家最新印刷设备有关税收政策



印刷设备的免税问题，二十多年来对它的关注和争议一直都没有停止过。近日，在某会议上有幸聆听新闻出版总署原技术发展司印刷管理处处长杨方明先生关于国家最新印刷设备的税收政策变动的演讲。下面将杨先生的发言内容梗概以及业内人士众口不一的观点整理如下，希望能够给持币代购、意欲买进印刷设备的企业以及关注印刷设备进口关税政策的业内人有所指导和帮助。

二十世纪初期，在各种优惠政策的作用下，印刷业进入黄金引进期。据海关总署统计，从1998年到2005年，卷筒纸胶印机进口有增无减之外，进口单张纸胶印机每年直线上升。近年胶印机进口数量分别为：1998年进口91台，1999年进口310台，2000年进口414台，2001年进口645台，2002年进口785台，2003年进口933台，2004年进口1052台，2005年进口1135台。

2005年7月7日，印刷业发生了被海关总署定为“7.7专案”的事件使得进口设备的免税政策迎来了吐故纳新的新转折。有人举报，在我国进口的单张纸胶印机中有一部分达不到15000张/小时、卷筒纸胶印机达不到60000张/小时，由此涉及到的骗税、逃税的违法行为引起了很多省市的大清查。但是由于国家有关部门对某些政策认识不一，分歧就此产生：海关认为如果免税，国家每年将减少约50亿元税收；印机部门认为免税会影响民族工业的发展；印刷企业认为国产胶印机不能满足高档印刷产品的需求。

时至今日，经过新闻出版署、发改委、海关总署等多方组织协商，基本达成共识，预计2006年12月将会给出一个结果。共识大致如下：

- 1、对开单张纸胶印机16000张/小时以上，720mm\*1020mm规格可以免税；
- 2、对开双面多色单张纸胶印机速度为13000张/小时以上，720mm\*1020mm规格可以免税；
- 3、全张及超全张单张纸多色胶印机速度为13000张/小时的，面积为1000mm\*1400mm以上可以免税；

4、印刷速度大于45000张/小时单纸路单幅的印刷机定义为商业轮转机；

5、报纸用卷筒纸胶印机单纸路单幅大于70000张/小时、双幅大于146000张/小时免税。

6、表格用卷筒纸胶印机速度要大于250米/分钟准予免税；

7、柔版印刷机速度每分钟250米，宽幅在1米以上准予免税；

8、CTP直接制版机为免税项目。

这个政策的出台将毫无疑问地又一次将悬而未决的印刷行业进口设备的税收政策烘托成为业内的焦点。但是同时，也不能忽视另外一种声音，据国务院刚颁布的免税条例以及各种迹象分析，一些业内人士认为这种免税政策的优惠会在实施时冠以“暂时”或者执行时效等“定语”。当然，在政策还未出台之前，任何推断都仅是猜测，对于新免税政策的出台相信不久就会见得分晓，所有人拭目以待！

### 小贴士

#### 应该杜绝的进口印刷设备中的违规问题：

近几年进口印刷设备的一些违规问题请大家注意并杜绝，第一，替人进口机器；第二，转让印刷许可证；第三，虚报机器数量；第四，用低报价逃税；第五，监管期间专卖机器；第六、从非正常渠道进口二手手机。

# 中国印刷文化掠影

## 一、起源篇



文字的起源：甲骨文。约公元前16世纪之物，被认为是已经成熟的汉字。



竹简与帛书。汉字实印刷术的主要对象，汉字的演变及规范，促使了今后印刷术的发明。



东汉元兴元年（105年），蔡伦用树皮、麻头、颇不、渔网等为原料造出优质纸张，造纸术的改进，为印刷术的发明，提供了必要的条件。

## 三、活字印刷术



根据宋代学者沈括在其《梦溪笔谈》中的记载，活字版是杭州的一位刻版工匠毕升于北宋庆历年间发明的。毕升的活字是用胶泥制成，先做字坯，再在字坯上刻字，最后进行烧结。



木活字，铜活字以及字模

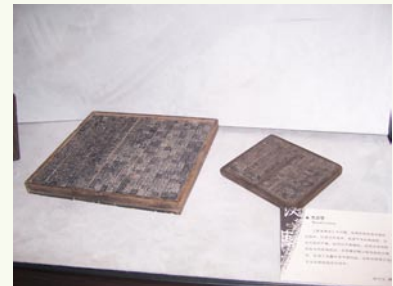


轮转木活字：历史记载最早的排字设备。由元代农学家王祯发明。

## 二、雕版印刷术的发明与发展。



雕刻木版。进入隋唐，佛教及科举的兴起，使人们对书籍产生了大量的需求，雕版印刷术在这样的需求下产生了。



## 四、从单色走向多色



历史上第一步彩色印刷品。明代后期画家胡正言与工匠合作，首创木版彩色印刷，用八年时间在南京刻印而成。是中国版画史上一部划时代作品。

## 五、近现代印刷术的传入



1450年，德国人谷登堡吸取了中国印刷技术经验，首创铅合金活字，并印刷了著名的《42行圣经》。19世纪40年代传入我国，延续使用了140余年。

从活字印刷术开始，中国印刷人用手码字块的印刷历史延续了900多年。1974年，以王选教授为代表的我国工程技术人员研制了汉字激光照像技术，使中国的印刷业告别了“铅与火”，进入了“光与电”的时代。





## 海德堡印刷机械股份公司上海新厂正式落成



2006年9月28日，海德堡印刷机械股份公司中国上海青浦的新组装厂举行正式落成仪式。这是全球最大的单张纸胶印设备厂商海德堡在亚洲开设的第一个工厂。新组装厂从2006年春开始启动，主要生产一系列适于印刷品印后加工的折页设备。机器的核心部件由德国引进。大约80%的零部件将由中国本土的厂商提供。另外，小幅面胶印机的组装已从2006年夏天开始。从目前来看，这些印刷和印后设备都是为了满足中国用户需求而准备的。

中国印刷业的增长速度在全球首屈一指。据中国印刷行业协会统计，中国现约有十万家印刷企业，整个行业的销售额以每年15%的速度递增。据协会预测，到2007年，中国将成为全球印刷机

销售的第一大市场，胶印机在各类印刷设备销售额中占据的比例最高。考虑到各个方面的因素，海德堡公司决意在中国开设自己的组装厂。

在2005~2006财政年度内，海德堡在中国市场上的销售额占整个集团销售总额（35.68亿欧元）的10%。中国市场业已成为海德堡公司的第三大市场，仅次于德国和美国。海德堡公司在中国的员工约600名，其中大部分就职于销售和服务部。

## “登峰造极，精彩一跃”

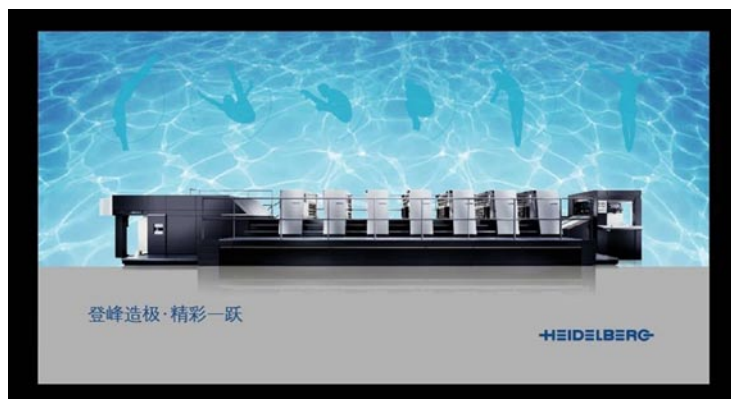
### ——海德堡速霸XL105正式登陆中国市场

2006年9月5日，海德堡公司在深圳中国印刷媒体技术中心正式推出其速霸XL105胶印机。

XL105在Drupa2004上推出，至今世界范围内已安装了1000个印刷单元，中国境内第一台速霸XL105落户在深圳中华商务印刷有限公司。速霸XL105面向的是在商业印刷和包装印刷领域实行大规模、工业化生产的印刷企业，并具有较高的自动化生产能力。速霸XL105不仅将作业时间大幅缩短近30%左右，同时可以提高活件的平均生产速度。即使印刷速度达到每小时18000张，印品上的色彩也可保持恒定。这样一来，印刷厂花费在每张印品上的成本降低，令客户满意的“OK印张”大幅度增加。对用户而言，这意味着实现更大的产量和销量，其75cm×105cm的印刷幅面更为印刷企业开拓了新的发展空间。2006年2月，速霸XL105因其出色的机械与外观设计，赢得了德国政府授予的设计大奖。

此次演示会海德堡工程师分别对印前、印刷到印后不同环节进行了分解展示，让参观者对XL105有了一个全方位的亲密接触。速霸XL105具有高度自动化的监测、调节和一体化的工作流程控制：最新理念设计与配置、从飞达端到收纸端的纸张无痕传输系统；持续稳定的油墨水平；上光单元的创新技术；出色的干燥质量等等。此外XL105在薄纸与厚纸之间快速转换并能达到同等印刷产品质量的特性也得到了广大用户的青睐，为印刷企业在商业与包装印刷市场中的发展奠定了良好的发展。

演示会结束后我们一行有幸亲临中华商务印刷有限公司，参观了这台设备在实际生产工程中的运行情况。中华商务是一家以书刊印刷为主的大型商业印刷公司，一向秉承重质量、重服务、重创新的企业发展理念，为了满足作业周期短、质量要求高等需求而引进这台XL105，2005年12月正式安装成功，现已正常运行8个月。公司副总经理周志强先生介绍说，XL105以其优异的表现赢得了公司的广泛认可，它最大的特点是速度快、作业更换时间大大缩短。因此在生产过程中，它不但适合批量化的长版作业生产，也经常用于短版印刷的生产，并在公司的加工产能中占有相当的比重。



2006年9月的双印展上见到很多、即使很细微，听到很多、即使是不乐观的冷言冷语，谈到很多、即使是关税和微利，收获颇丰。展会上的人气也未必可以作为展会优劣的完全注解！在这里笔者将从展会上形形色色的人身上获得的宝贵资料整理如下，希望能够成为一块引玉的砖。

#### 一、展会观众少有着必然的原因！

展会企业的设备销售中承担着至关重要的作用，但是从参展企业中听到的声音中却不无失望之音。一方面源于观众数量没有预期的多，另一方面因为参展的印刷企业太少，设备商居多。上海新星印刷器材有限公司的陈总经理跟笔者说，作为协会的会员单位每届双印展必参加，而今年的人气不如

往届。这并不是一家参展商的想法。在和众参展设备商沟通后，了解到人气不旺似乎有着必然的原因：

1、免税政策悬而未决，使得企业不热衷买设备、看展会。

从2005年12月5日开始执行所有申请购买印刷机的一律不批免税申报的政策。据环球印刷器材公司高先生介绍由于税收政策的不确定，使得销售情况与之前相比少了很多客户的关注度。在新的进口设备免税政策出台之前更多的厂家选择了观望，势必影响展会的人气和用户的参展数。尽早将关税等热门问题解决并解决的合适、充分，相对接连不断地举办展会来说更是当务之急。

2、展会太多，企业疲于参加。

展会过多似乎也是业内人经常讨论的一个话题，企业在说，协会也在说，都在试图找到两全其美的办法。北京印刷协会任玉成副理事长认为如果协会之间能够互相协调、互通有无，携手将雷同展会一起合作举行的话，将会省去参展企业的大笔参展费用，并且达到更好的效果。

展会太多还会引起“撞车”事件。本次双印展时间从9月11日至15日，共5天。同期还有由中国印刷技术协会等共同举办的全国印刷经理人年会，9月7日和8日。撇开会务费不谈，北京和新疆两地相隔甚远，也使两个会议都想参加的企业分身无术。对于行业而言，是一种有限资源的互相削弱和浪费。

二、注定的结果却有着必然的好处！

或许正是因为它的规模“相对小”、参展企业数量“相对少”、参观观众“相对少”，才留给了笔者乃至所有关心这个展会的观众更多观看和思考的时

间，让大家有了充足的“闲庭信步”慢慢品尝的时间，从而发现了一些细节和亮点之处：

#### 1、盛世万润力推京印

本次展会盛世万润的展位上，金色的“京印”二字格外显眼。据工作人员李明先生介绍除四开四色胶印机主推外，同系列已经申请国家专利的压痕机受到了很大的关注。平滑的折后效果是区别于以往折痕机的最大特点，也是专利的精华所在。

2、佳能大幅面激光打印能否真的铸就代替丝网印刷的神话？

带着数字印刷技术是否能够代替丝网印刷这个问题，笔者采访了佳能展台上负责大型激光打印机技术的人员。他表示这其中不乏炒作成分，纵观印刷技术的发展历史，没有任何一种技术能够取代另外一种，他很风趣地引用了哲学中的一句话：“存在的即是合理的！”

3、华光精工高宝、北人和三菱引领双印展上的OEM之风

北人展位上循环播放着一个声音——“OEM”，指的是北人和三菱采用OEM形式生产的四开四色印刷机。华光精工的展位上也将其在全印展期间与高宝合作推出的HG-PERFORMER466四色印刷机放在了最醒目的位置。

国家规定设备大部件的引进税率远低于整台设备的直接引进，意味着在印刷设备免税政策尚没有定论之前，厂家之间采用OEM的合作形式对印刷设备的大部件引进势必会降低企业购买设备时的费用。这是否会引发国内大型企业和国际印刷设备知名品牌的OEM合作风潮？拭目以待。

4、上海新星国内唯一的国际标准准入证

上海新星印刷材料有限公司展位上的一个“招牌”绝对会令其在众多的展商中脱颖而出，那



就是国家为其生产的橡皮布颁发的采用国际标准产品标志证书，符合美国工业标准协会制定标准的橡皮布乃国内唯一一家获此殊荣的企业。

#### 5、筱原卫星式印刷机

环球印刷器材有限公司展版上展示了其作为全国唯一代理商所推广的筱原卫星式四色胶印机，采用传统耗材的设计使得设备有了更好的适应性，卫星式结构节省的空间创造了成本的再节约。这些都使筱原卫星式印刷机进入亮点之列。

#### 6、北京印刷城首现双印展

北京印刷城在众多的参展商中很“另类”，原因是它是北京正建、待建的几个“印刷包装城”中唯一一个参加本届双印展的。用印刷精美的北京印刷城项目介绍宣传单中的一句形容就是让到会的行内人了解了——“Who am I？”

小编点评：两只眼睛实在有限，以上的几点或许只是笔者在短暂的时间内所能够捕捉的双印展的几个闪亮瞬间，但是足以让笔者感觉到人气固然重要但又不绝对的道理。

在这些偶然、必然中，印刷人永不停止的努力是有目共睹的，一张张执着的面孔可以证明，不断地创新可以证明。正如技术发展的历史潮流一样，像大河，永远奔腾向前。相信这个展会不只是唤出了笔者的无限想象力，也希望能够真的激发出大众的想象力和一些行业中的火花。





## 书展上，我们互相了解吗？

### ——印刷企业和自己的出版客户如是说



印刷企业将更多的注意力集中在国外来的展团身上。而对于国外参展商，除了希望能利用这个平台与国内外的出版机构达成版权交易以外，也希望与国内知名印刷企业建立联系，降低印刷加工成本。但据笔者了解，这次参加本次展会的印刷企业只有五家——中华商务、勤达印务、洪兴印务、恒美印务、美程在线印刷。

在商言商，每家参展印刷企业都想从中获得直接的利益，目前国内印刷工价相对国际企业，有着极大的价格优势，因此印刷企业来书展与国外出版商面对面接触，为扩大企业的外单量奠定了很好的基础。连续六年参加北京国际图书博览会的中华商务联合印刷有限公司以书刊印刷久负盛名他们现有的业务中就有很大的外单量，随着企业产能的不断扩大，承接更多的外单，另外与众多国内的出版社维护关系、保持良好的联络成为他们参展的主要目的。

说法二：“炒作”知名度。

在与印刷企业的交流中，了解到参加这样的展会，他们认为并不能急功近利，实质性接单合作少之又少，更多的是一个让客户了解企业、近距离接触客户、培育市场的机会，而这个过程是必须的。

中华商务展示了在国际上屡次获得印刷顶级大奖“小金人”显示了其实力；勤达印刷公司展示的公司简介印刷精致、色彩亮丽，负责勤达企业内部管理的何先生为笔者介绍，让客户更多地了解勤达、勤达的技术是参展的主要目的。

小编点评：更多地关注外单、宣传企业是印刷企业参展的主要原因，但国内出版社也依然是印刷企业关注的重点。当笔者问到印刷企业代表的时候，他们均表示参展的目的是希望

能够起到引导消费并可与出版社建立宝贵的联系。笔者不禁为印刷同仁们愿意努力去培养市场的耐心而敬佩。

#### 二、出版社说

谈到出版社参加书展的目的，不用多说，版权贸易。但是对于参展的印刷企业，出版客户们是否会去关注、了解到有多少呢？为了回答以上提出的问题，笔者走访了展会上的各大出版社代表，听听他们对于印刷企业参加展会的看法。正如笔者在对出版社人员采访中谈到的一样，我们更愿意听到非行业中的人是如何看待印刷的。这次展会正是一个很好的机会。

说法一：只要好看就行。

采访的众多出版社代表中，听到最多的回答是——“只要好看就行”。当然，因为参加书展的出版社派出的参展人员大多为版权合作项目人员以及图书的内容编辑，这两类人对印刷的了解并不多。即使是好看就可以了，但是潜意识里也是有标准的。他们还是会特别关注最新的图书印刷形式和特殊的印后装帧方式，即使是不懂如何实现这些工艺，他们依然会关注并转将想法提供给印制人员来实现。因此说印刷企业参展的意义还是不可否认的。

说法二：能够接受低的价格，说明印刷企业还是有利润可赚的。

在采访出版社的过程中有幸采访到了商务印书馆下的美术出版社的印制人员。他为笔者展示了展位上采用CTP无水制版印制而成的画册，并且认为这种技术虽然目前还没有普及，但势必会成为未来印刷出版的大趋势。当笔者问及出版客户是否愿意为新的技术承受随之带来的成本增加时，他的回答是：“印刷企业能够接受我们提出的价钱，说明他们还是

第十三届北京国际图书博览会上，热热闹闹、美不胜收。但是更多的出版人对同样来参展的印刷企业知之甚少，那么印刷企业参加图书博览会的目的是什么？出版社是否会关注参展的印刷企业？他们彼此了解吗？带着这些问题，笔者在走访了参展的印刷企业和部分代表性出版社，听到了他们的声音——

#### 一、印刷企业说

关于印刷企业参加此类国际性书展的目的和意义，有两种说法：

说法一：为了寻求更多的外单。

借助国际性书展的影响力，吸引来众多的国际出版商，这对于想要加强外单业务的印刷企业来说有了一次在家门口便可接触国际客户的机会，因此这些印

有利润的，不然他们不会接这个活儿。”其实这样的说法代表了很多出版客户的真实想法。

而如果将这种客户的想法与印刷企业间如“洪水猛兽”般讨论的微利时代、原材料涨价放在一起来看的话，似乎又是自相矛盾的。出版客户对印刷技术的不甚了解也是促成印刷行业在工价方面恶性竞争的原因之一。为了寻求出路，部分印刷企业在找解决办法的时候想将原材料涨价所带来的压力转移到客户身上，从以上出版客户的这种想法看来，这并非一件容易之举。

小编点评：一年一度的国际书展就像是一个展示文化的大舞台，没有印刷就没有这个舞台的绚烂多彩，但是印刷企业却是这个舞台上默默无闻的配角。让参加这样展会的出版人员头头道道的说出印刷的种种工艺是不现实的想法，但是在印刷品质的检控方面，出版人们表达的观点非常一致——很重视！书籍代表着思想，国家指定的出版社代表着权威，不能有半点闪失。

可以说，无论是客户还是印刷企业本身，无论了解印刷与否，提供精确而高品质的印刷品是双方最终追求的共同目标。为了达到这个目标，印刷企业需要更多的了解客户的需求，也有责任让客户更多的了解我们的行业，从而才能达到相辅相长的促进！



# 销售红宝书：成功销售的12.5个原则

本文是Barbara Pellow为一本有关印刷业务销售的书《The Little Red Book of Selling: 12.5 Principles of Sales Greatness (销售红宝书：成功销售的12.5个原则)》所做的书评，希望大家可以从中找到自己想要的东西。

以前，印刷服务非常简单，印刷业务也只是针对普通的印刷品。但是随着印刷服务质量的提高，很多印刷企业都开始从普通印刷模式过渡到增值服务模式。

之所以起名为“红”宝书，是因为红色代表热情、专一、狂热和火焰。如果你不热爱自己所做的事情，没有争取成功的动力和热情，那么你就不可能取得成功。你会把胜利拱手让给竞争对手。销售的成功取决于你对产品、公司和自己的信任。正如我以前所说的那样，我愿意与很多人在“红色区域”内交流。

一些大的印刷公司雇佣高度敬业且充满激情的销售人员，这些员工愿意尽自己最大努力来为客户提供更好的服务，帮助他们提高投资回报率，降低成本。他们知道，在当今这个竞争高度激烈的市场环境下，日用品印刷已经不能成为一个企业获得成功的砝码，只有充满热情的问题解决者才会成为最后的赢家。而下面的12.5原则便能够为他们的成功打下基础。

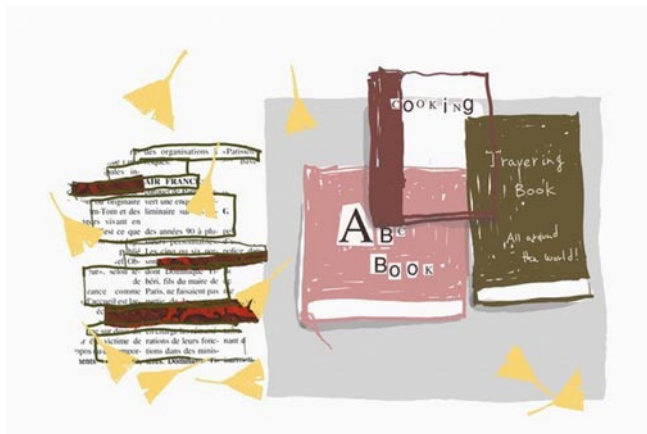
1、主动自我激励。通过学习来不断完善自己，对自己负责，不要怨天尤人。Gitomere的观点是：“没有人会为你做什么，也没有人会真正愿意帮助你，几乎没有人会提醒你，人们只关心自己，就像你所做的一样。”

2、遵循“童子军”模式：做好准备。知己知彼，百战不殆。了解客户的业务、目前存在问题、他们关心的行业趋势，这些信息能够直接决定着你的服务能否帮助他们得到想要的结果。

3、个人品牌化的过程就是销售的过程。Gitomer认为：“在销售过程中，知名度决定着客户对销售人员的选择。”因此，应该花时间建立自己在当地市场上的知名度，使自己成为客户心目中的专家。

4、销售与产品的价值取决于你的关系网而不是产品的价格。Gitome认为：“价值就为客户所做的事情。首先要建立价值。”当今市场的客户需要的并不是你的产品和服务，而是想要更多的销售额、更高的生产力、更多的利润、更好的图像、更多的客户以及更少的麻烦。当你的产品不具备相应的价值时，价格也就成了它唯一的竞争筹码。

5、联络是最关键的。Gitomer说：“我认为直接给潜在客户打电话非常浪费时间。最好举行一个年度会议或贸易展会。”当你到达展会或会议现场时，可能有75%的时间都要与不认识的人一



起度过。这些会议能为你带来很多在当地市场上与客户进行联络的机会。

6、要知道谁是最最终的决策者，并与他们见面。你可以利用见面的机会推销自己的产品。在这种情况下，最好的办法就是利用曾经得到过优质服务的参考用户。

7、预约潜在客户并巧妙地提出问题。在与客户见面之前，应该了解客户的企业情况，并在见面后提出相关的问题。Gitomer认为：“好的问题应该与客户的问题、需要和现状有关，而不要让他们感到自己在被迫回答问题。”

8、如果你可以让客户们露出笑容，那么你就能让他们掏钱买东西。笑容能让人们感到轻松。Gitomer说：“你不能否认笑容的力量，它能将全世界的人们联系在一起。”

9、用创造力让自己变得与众不同。如果你的客户认为所有的产品都是一样的，那么改变他们这种看法的唯一办法就是销售人员的创新能力。

10、减小风险并且将销售转变为购买。找到客户所面临的障碍并且尽力去消除这些障碍。

11、努力证明自己，消除客户的恐惧。告诉客户你的增值服务如何能够提高响应率，增加投资回报率，减少库存量，降低生产成本。现有的客户是你的销售团队中最具说服力的一员。

12、用积极的心态去战胜消极的心态。如果你的消极心态占据了主导地位，例如：害怕和怀疑自己等，那么你的潜在客户就会对你失去信心。

12.5、不要把自己当作救世主。Gitomer说：“你在其他人的业务、其他人的问题和其他人的事情上所花的时间越少，留给你争取成功的时间就越多。”

要想实施这些原则，首先就是要组成一个充满了激情的销售团队。虽然改变是一件好事，但这并不容易实现。改变需要长期艰苦的努力和放弃原有习惯的魄力。



## 数码照片市场的增长 为数字印刷厂带来了新的商机

目前，数码照相技术的飞速发展使数字印刷服务供应商带来了新的商业机会。在美国，有一半以上的家庭拥有一台数码相机。除了标准的相片尺寸外，消费者们一直都在寻找能够使用和展示自己数码图像的新方式。目前比较普遍的方式有：相册、台历和贺卡等。据照片市场协会（PMA）介绍，定制服务市场的价值已经达到了10亿美元，而且这一数据将在未来两年内继续增长。



定制照片的应用市场增长，为拥有数字生产性彩色印刷机的企业带来了扩展业务范围的最佳时间，他们可以迅速占领照片服务市场。

相册是数字照片印刷市场上最热的一款产品，据照片市场协会（PMA）介绍，它在2005年为各个企业带来了2亿美元的销售额。最近的一份2006年PMA照相机、便携式摄像机数字成信调查结果显示：34%的家庭拥有定制的相册。个性化照片台历的排名仅次于相册，28%的家庭拥有这种产品。随着定制照片的应用范围在消费者和专业摄影师市场中不断增长，现在已经成为了数字彩色印刷厂增加照片服务，扩展业务范围的最佳时机。

### 数字印刷的力量

将照片与数字印刷技术（例如可变量数据印刷）、完美的输出质量以及清晰的文本和图像结合起来，便能够创造出更有价值和更加个性化的产品。电子照相印刷技术的进步——不但能印刷出更广的色域，而且能在多种承印物上进行印刷——使数字印刷机能够满足人们对照片输出质量和设计的要求。

除了图像质量和个性化功能，数字印刷机还能照片服务市场带来很多独一无二的好处。这些设备的速度能够让印刷服务供应商以更短的生产周期为客户生产出个性化的照片产品。此外，多种多样的印后加工形式和材料能够为客户带来多种更多选择，并且为相册和其他产品带来特别的外观和感觉。

建立一个照片服务企业

印刷服务供应商数量的稳定增长促使照片印刷成

为了一种增值服务，而且这种服务也成为了很多印刷企业参与市场竞争的筹码。实际上，由于提供照片服务能让他们的公司在市场竞争中脱颖而出，因此很多印刷厂都没有对其进行大肆宣扬，而是在老客户群中悄悄进行推广。

对于照片的应用服务，印刷服务供应商可以从两个基本的商业模式中进行选择：一个是通过网站直接向消费者进行销售；二是通过外部合作伙伴（例如图片社、零售商或网上照片服务公司）进行合作，为客户提供印刷和交付服务。当对这两种模式进行选择的时候，应该重点考虑进入这个市场所需要的资源，以及购买照片应用软件和网络基础设施等问题。

对于数字印刷服务供应商而言，建立一个直接面对消费者的照片服务企业需要进行大量的投资。很多提供数字网络直接印刷解决方案的公司能够授权印刷服务公司使用自己的系统，这样就能让消费者自己设计相册、卡片、礼品和其他产品了。接着，这个系统还能将活件发送到数字印刷机上，并对订单进行管理。当然，还有一些印刷厂也都开发了自己的解决方案。

由于多数印刷厂都是为其他企业服务的，因此如果他们选择直接面对消费者的经营方式，就应该考虑为照片印刷建立一个独立的子企业。当决定进入价值75亿美元的贺卡市场时，Rocky Mountain印刷公司就开设了一家专门制作贺卡的子公司——Card Café。

通过浏览Card Café公司的网站，消费者和企业可以从数百种贺卡图案中选择自己最喜欢的设计，这些贺卡的主题非常丰富，有关于假期的、生日的、特殊事件的，也有关于某一个地方的。Card Café公司可以通过数字印刷，把个性化信息和署名添加到贺卡上，并将贺卡插入到印有收件人地址的个性化信封中，再用最高级的邮票将其邮寄出去。消费者也可以选择将自己的照片或作品印到卡片的封面上，然后再对贺卡表面进行高质量的上光涂布。目前，Card Café公司网站每天的浏览量能够达到1100人次。

随着越来越多的印刷服务供应商想要通过数字印刷技术扩大自己的服务范围，照片服务就成为了潜力无限的新的利润中心。



新闻:

网屏与IBM签署OEM协议 2006-10-23  
10月20日,大日本网屏公司下属的媒体技术公司与IBM印刷系统公司就网屏的Truepress Jet520打印机签署OEM协议,同时IBM表示自己使用Seiko Epson的压电晶体按需喷墨技术和水性油墨。

“中华印刷之光”展览在纽约揭幕 2006-10-23  
“中华印刷之光”展览于10月20日在纽约亚洲文化中心开幕,这也中国首次在美国举办印刷史专题展览。

中国柔性版与标签印刷技术交流研讨会北京顺义召开 2006-10-20  
会议主要介绍了柔性版印刷技术和标签印刷的新技术、新工艺、新发展,对国内外柔性版印刷与标签市场的最新发展动态,以及柔性版印刷与标签印刷解决方案和成功案例等问题。

GMG发布数字印刷样张的远程校正工具 2006-10-20  
GMG公司近日为GMG Colorproof推出了Remote Calibration Wizard远程打印机校正工具,能让用户在不购买或安装Colorproof软件的前提下,实现对数字打印机的远程校正。

柯达推出使用方便的照片产品定制软件 2006-10-20  
柯达公司新推出的Nexpress Photobook软件,是Nexpress印刷机用户的理想选择。这款软件涵盖了照片产品生产所需的所有步骤,以及一个预定程序。

2006年新的国家印刷标准颁布实施 2006-10-19  
《GB/T 20439-2006 印刷技术 印前数据交换用于四色印刷特征描述的输入数据》近日正式颁布实施。此标准2007年5月1日起实施,预计2006年年底前正式对外发行。

材料短缺造成全球涂料价格飙升 2006-10-16  
出涂料价格的飙升是由主要原材料的持续短缺造成的。这些材料包括:环氧树脂,二甲苯、乙醇、丙酮等溶剂,以及用于生产保护性油漆的亚铅粉等。在过去的两年中,中国对涂料的需求量不断增加,这也为原材料的供应带来了压力。这与其他因素一起,造成了全球重要原材料的短缺。

惠普公司发布最新户内/外影像方案 2006-10-13  
惠普9月14日为其大幅面打印技术揭幕,这些新产品为HP Scitex TJ8500打印机、HP Scitex X2以及HP Designjet 10000s打印机,幅宽达到104英寸。

“十一五”期间我国环保投资将达14000亿元 2006-10-12  
“十一五”期间,我们将继续加大污染治理和生态环境建设的投资规模,环境保护投资总额约达14000亿元,约占同期国内生产总值(GDP)的1.23%,比“十五”期间提高0.1个百分点。国家将实施危险废物和医疗废物处理?城市污水处理?城市垃圾处理?燃煤电厂脱硫等8大重点环境保护工程,总投资约3336亿元。

网摘:

复杂的折页过程 国际看点 2006-10-23  
纸张是最不稳定的产品。它们的等级、纹理方向,表面性能和质地都将对折页过程产生影响。而折页对于书刊包装产品,都是最为关键的一个步骤。

印刷定价只与产品的价值有关 国际看点 2006-10-18  
价格是营销组合的四个基本要素之一,但并不是最重要的。客户购买一个产品时,看中的是产品的价值主张,而不是它的低价格。当今的印刷购买者都想寻找最适合自己的产品和服务组合,希望能够得到一站式的完整的解决方案。

浅谈CTP最新加网技术 国际看点 2006-11-17  
计算机直接制版系统能够极大地提高印刷质量,由于不需要使用胶片,而是直接在印版上成像,因此能使印刷车间变得更加整洁,同时还能让人们使用更加精确的网点,减少了印刷机所受的四色印刷的限制。此外,计算机直接制版系统能够减少网点变形,最大限度地补偿印刷机上的网点扩大。在这样发展趋势下,很多制造商都推出了用于计算机直接制版系统上的随机加网产品。

谁动了印刷业的奶酪 行业纵览 2006-11-10  
曾经,印刷业是一个辉煌暴利的行业。于是一夜之间,印刷厂遍地开业。下调价格直至无利可求,原材料价格走高更是雪上加霜。尽管外部环境不容乐观,但饮鸩止渴的做法只会把印刷人推入绝境。还有谁能在此时力挽狂澜?也许我们应该明白:其实真正能帮助印刷业的只有我们自己!

印后加工:及时地装订 国际看点 2006-9-7  
生产过程中的每一分钟都会对企业的收益产生影响。每一个商业印刷厂在不同纸张上进行生产的时候,都会产生不同的准备时间,活件达到骑马订书机上的时间也就各不相同。当需要装订的活件具有不同尺寸和长度的时候,装订机缓慢的转版速度就会为企业带来损失。

造纸行业概况 行业纵览 2006-10-13  
全球造纸行业生产与消费每年以2-3%的速度增长,亚洲以8.5%增长,名列各大洲之首,而中国造纸行业以18.13%的增幅列亚洲之首。我国印刷、包装业平均每年以18%的速度递增,我国的纸品需求快速增长,我国现在已经是世界上仅次于美国的第二大纸品消费国,各类纸和纸制品的消费量占世界纸消费总量的14%以上。

我国纸张七成废纸被浪费 2006-9-29  
我国废纸回收利用率为30%,远低于47.7%的世界平均水平。我国造纸发展的“瓶颈”主要是原料,用废纸生产高档办公文化用纸的企业不多。

如何做好领机工作 经验技巧 2006-10-13  
质量是第一思想,在保证质量的情况下要爱护好自己的设备,遵守作业规程,不断提高对电脑操作的应用,另外还要实行科学的管理。

二手胶印机选购指南 经验技巧 2006-10-12  
首先慎重考虑供应商的在业界的口碑,其次要了解机器的历史情况如何。历史情况包括产地、制造时间、服务维修记录和印数等。

必胜邀您看印刷之新闻与网摘



# 印刷感悟：从业抉择

作者：网点

印刷行业缺乏大量的优秀人才，但什么是优秀的印刷人才？什么又是印刷行业真正需要的人才？

很多读者都是专业院校毕业的，我也一样。由于中国教育体制的约束，我们的专业课老师大多都没有起码的实践经验，所授课程也远远被现时的印刷发展抛在后面。当我们走出校门，才发现虽然毕业于专业院校，但其实我们好像什么都不会：飞达不会开、纸堆不好、开本不会算、工价计算不了、颜色不会看、工序搞不清楚等等等等。

刚出校门的我们自我感觉非常良好。一般印刷企业里的人员素质都不太高，觉得这回可以天高任鸟飞大有作为了，但最后才发现自己对印刷的感性认识比一个小学毕业的四色机机长还差得很远。于是不禁问自己：我以后该怎么办呢？

一般来说有几条路，一种是从车间做起，堆纸擦橡皮，和机器打交道做技术；一种是去做业务，跑单和人打交道；还有就是改行，不在印刷行业里混了。

进入国际品牌的设备公司是一些毕业生梦寐以求的选择，如印前的柯达、惠普；印刷的海德堡、罗兰、小森、三菱、高宝；印后的马天尼、博斯特，这是最幸运不过的了。在这样的公司，地位较高，有机会了解行业最新的进展，掌握比较核心的技术，也能开阔自己的眼界，还会得到印刷厂商的尊重，当然待遇也相对较高。但进入这样的公司也有压力，上面有那么多高人，做技术活来不得半点虚假，从给别人拎工具箱做起。但毕竟能进去就不容易，而且是凤毛麟角，大多数人仍只能选择印刷企业。



很少有能做老板的？

这就是专做技术人员的弊端，思维受技术所限。这并非说做技术的人不聪明，实际上很多做技术的人都非常聪明，但技术无止境，不断地学习技术，就一直被技术性的思维所垄断；而做销售的人从一开始就在考虑怎么和人打交道，怎么去赚钱，所以思维活跃，敢于冒险，接触面更广更丰富。

做印刷销售，只要你手上有单子，有客户群，对印刷技术细节的了解不需要太多。经过慢慢积累，时机一旦成熟，就可以自己做了。现今很多老板都是这样起步做起来的。

卡耐基说过：“30%做事，70%做人”。一个好的主管经理是一个技术好手，但他一定也应该是一个善于和人沟通的高人。

大家会说：谁不想做老板啊？是的，如果你想自己做老板，那你一定不能只是关注印刷技术这块空间，还要用一点时间去关注印刷技术之外的世界。



印刷企业最核心的部分就是印刷，建议刚出校门的学弟们，如果你准备靠印刷吃饭，无论如何一定要先到车间现场，从开胶印机开始。

做印刷的辛苦不用说谁都知道：一天12小时，又脏又累，精力高度集中，老板巴不得你一个班能开100套版。进入车间，一般要从堆纸开始，洗胶布、装版，熬够了还得有长进才能当上机长。现在的高速机自动化程度

高，从会开到能开普通活件，到能解决印刷问题，到对机器全面的保养和调节，是需要很多的时间和经验积累的。如果你有一个很好的胶印技能，那么对你以后在印刷厂的发展就会有很大帮助。

技术需要不断地提高，但不能老干这活啊，慢慢地往上走，争取做个主管。做主管你需要熟悉部门的每个细节，这就是前面说的为什么一定要从最基本做起。做印前主管、印刷主管、印后主管，每一样都要对本工序的细节了如指掌。如果还想往上走，做个技术总监，那么你就对各个工序有所了解，同时还要学会协调安排工作，和人沟通，和上下级处理好关系等等。

总之做技术，要钻研、勤学、勤看、勤问。技术过硬，成为企业的高级技术管理者，如印刷行业的职业经理人、厂长经理、主管，都是非常不错的出路，年薪非常丰厚，也是行业内奇缺的人才。但是看现今印刷行业的老板，99%都是做销售出身，为什么做技术的人



# 印刷报价之纸张预算

上期在《印刷报价之入门》文简单的介绍了一下印刷报价的基本流程并且以一个简单的例子对怎样报价进行了演示。本文中将对印刷报价中的纸张报价进行详细说明。

首先我们再来熟悉一下报价公式：

总报价=纸价+印前费+印刷费+印后加工费+送货车费+10%税率

在整个印刷报价中，纸张价格的计算是最重要的一环。因为它不仅在整个价格中占有很大的比重，而且因为涉及到拼版，从而会影响到后续工作的成本。

纸张的报价公式：

纸总价=长×宽×克数×吨价×印数×开数+10%损耗

在上面公式中提到的一些印刷术语，我们有必要了解一下：

1. 长和宽 在印刷中是指一张大纸的尺寸，它分大度纸和正度纸两种常见规格。大度纸通常说法叫A3、A4、A5纸，就是大8开、大16开、大32开，正度纸通常说法叫B3、B4、B5纸，是正8开、正16开、正32开。这就是一张全开纸分成几份而已。

2. 克数 是指面积为1米宽×1米长的纸张的重量叫克数，也叫克重。根据印刷品的不同，需要采用不同克重的纸张。常见的纸张的克重有：80g, 128g, 157g, 210g等。

3. 吨价 是指1吨重量纸的价格，1吨(T)=1000公斤(kg)，1公斤=1000克(g)。按照客户的要求采用不同的纸张，不同的纸张价格会有一定的差别的。关于纸张一节详见第一期《印刷观察报》中纸张的相应文章或者上必胜网搜索相关资料。

4. 印数 也叫印件，是指需要印的数量。

5. 开数 也叫规格，是指一张大纸（也叫全张纸）开几份。比如说需要印刷的是A4幅面的印刷品，则对应的开数是16开。关于不同尺寸对应的开数在下期中会提到。同时你也可以到必胜网搜纸张开数的信息。

6. 损耗 也叫补纸，是指在印刷过程中增加的数量。因为在印刷过程中纸张会存在一定的损耗，所以在预算纸张价格的时候要把这部分给算进去。每个活件在实际印刷中纸张的损耗量都会不一样，通常损耗量按加量10%计算。

当您学会这六个印刷计算纸价术语后就不难计算纸价了。

## Glossary of Digital Ink Terms 有关于数字油墨的词汇

**Aqueous or water-based ink:** An ink that is primarily made of water. but may contain small quantities of organic solvents, such as alcohols or glycols, to help the ink penetrate the print surface, keep the dyes in the solution and the pigments dispersed during ink storage.

**水性或水基油墨:** 一种主要由水组成的油墨，其中也含有少量的有机溶剂，例如：酒精或乙二醇等，它们能帮助油墨渗透到印刷品表面，并能在油墨的保存过程中，使染料均匀地分散在溶剂中。

**“Bio” or vegetable-based ink:** Inks containing ethanol solvents based from vegetables, such as corn and soy, which adhere the ink pigments onto the substrate.

**生态或植物油墨:** 这种油墨含有来自于植物的酒精溶剂，例如：玉米和大豆等，它们能将油墨的颜料粘附在承印物上。

**Ink:** An ink is a liquid containing various pigments and/or dyes used for coloring a surface to render an image or text. Common perceptions consider ink for use in drawing or writing with a pen or brush. However, inks are used most extensively in printing.

**油墨:** 油墨是一种含有各种颜料、染料的液体，它能在物体表面形成有颜色的图像或字体。普通油墨可以用来画画或写字，但它最大的用途就是印刷。

**Inkjet printing:** A non-impact printing process in which a nozzle forces ink droplets from the print head onto a substrate at a high velocity.

**喷墨印刷:** 一种非接触式的印刷方式，喷嘴能通过加压使墨滴从打印头落到承印物表面。

**Solvent:** A liquid or agent that can dissolve, reduce or thin another substance.

**溶剂:** 一种能溶解、减少或稀释另一种物质的液体。

**Solvent release:** The evaporation of a solvent during the ink drying process.

**溶剂释放:** 溶剂在干燥过程中的蒸发。

**Substrate:** (1) A material or surface to be used for printing, adhering or finishing. (Often refers to media or stock).

(2) A base material or foundation over which another material is supplied.

**基底:**

(1) 一种用来印刷、粘附或后加工的材料或物体表面（通常指承印物或纸张）。

(2) 一种基础材料，或者是另外一种材料的应用基础。

**UV ink:** Ink containing an activator that causes polymerization under exposure to an ultraviolet light source.

**UV油墨:** 一种含有活化剂的油墨，这种油墨能在紫外光源的照射下发生聚合反应。



# 2006年印刷行业分析报告

订户名称		联系人	
收件地址		邮政编码	
E-mail		联系电话	
手机		传真	
汇款方式选择： <input type="checkbox"/> 邮局汇款 <input type="checkbox"/> 银行汇款		备注	
您的订阅时间：			

## 邮局汇款

单位：北京必胜印刷网

地址：北京中关村南大街2号科技会展中心1号楼B座12H

邮编：100086

联系人：袁宇霞

## 银行汇款

单位：北京必胜东方信息技术开发有限公司

帐号：6510002032610011248

开户行：中国建设银行北京地坛支行

如果您喜欢我们的《印刷观察报》，请准确填写下面的回执，传真或寄回必胜网。我们会将每期的《必胜观察报》免费邮寄给您。

赠 阅 回 执					
姓名：		年龄：		性别：	
职位：		单位：			
地址：					
电话：			手机：		
E-mail：					
备注：	您对《必胜观察报》的意见和建议				

必胜印刷网

电话：010-62148751/62148752 传真：010-62148750

地址：北京中关村南大街2号科技会展中心1号楼B座12H (100086)

Email: may8899@263.net