

中国印刷技术协会

“柯达蓝海战略与您共赢” 主题巡展系列研讨会 会议通知

数码时代，媒体出版形式日趋多元，蚕食印刷企业生存空间
数码时代，传统印刷深陷同质竞争，迫使企业掉入无边“红海”
数码时代，快印行业产品形式雷同，亟需探索新的赢利模式

数码时代的创新与探索，微利时代的思考与选择

是在已知的市场空间中，与对手展开激烈竞争，以损失利润为代价抢夺市场，还是独辟蹊径，突破竞争，创造新的需求，发现价值无限的“蓝海”？

为了更好地发挥协会的服务沟通职能，帮助会员企业拓展思路，创新产品，超越“价格战”等低层次竞争，中国印刷技术协会、中国印刷科学技术研究所、柯达图文影像集团协同业内权威人士共同举办“柯达蓝海战略与您共赢”主题巡展系列研讨会，以期用集体的智慧，共同探寻行业良性发展之路，推动中国印刷业价值创新与产业升级。

本次活动专家团由中国印刷技术协会副理事长、中国印刷技术协会数码印刷分会理事长、柯达图文影像集团大中华区主席沈海祥先生以及多位业内资深专家、成功用户代表组成，他们将分别从市场、技术、应用等多个层面，为您深入剖析传统印刷以

及数码印刷未来的发展与应用，给您带来印刷“新视界”。除了分享先行者的成功经验，他们还将和与会人员一起，为您指点迷津、出谋划策，帮您实现产品和价值创新，带您一起进入前景无限的“蓝海”！正如沈海祥先生所言：“柯达的蓝海战略就是要与用户，以及用户的用户共同创造一个属于自己的蓝海”。

一、研讨会主题：

- 沈海祥论中国印刷行业的蓝海战略；
- 数码时代：新闻出版业的创新与发展；
- 数码时代：传统印刷业的转型与突破；
- 数码时代：快印业的技术创新与市场开拓；
- 柯达与用户共赢俱乐部成立；
- 克里奥全球首创热敏CTP十周年；
- 柯达深圳演示中心成立；
- 柯达用户成功案例；参观成功用户。

二、研讨会时间、地点：

日期	地点	时间	会场	会场地址	问路电话
11月22日	北京	8:45-17:00	清华科技园科技大厦 -国际会议中心	清华大学东门外科技大厦	010-82151838
11月24日	厦门	8:45-12:00	马哥孛罗东方大酒店 -马哥孛罗宴会厅	厦门市湖滨北建业路8号	0592-5091888
11月28日	上海	8:45-17:00	古象大酒店 -古象大宴会厅	上海市九江路595号	021-33134888
11月30日	深圳	8:45-17:00	华南城-华丽城会议厅	深圳龙岗区平湖街道华南大道一号	0755-89633333
12月05日	南京	8:45-12:00	南京金丝利喜来登酒店 -江海缘宴会西厅	南京市汉中路169号	025-86668888
12月12日	昆明	8:45-12:00	世纪金源大饭店 -首见厅	云南昆明市官渡区迎宾路1号	0871-7388888
12月15日	西安	8:45-12:00	西安建国饭店-宴会厅	西安市互助路2号	029-83238888

市场总是属于擅于创新的前行者。在此，中国印刷技术协会诚邀各会员单位踊跃报名参加此次研讨会，共同开创中国印刷行业的“蓝海”！



柯达蓝海战略与您共赢

主题巡展系列研讨会

听众报名回执表

敬请填妥后发送至：010-88275618

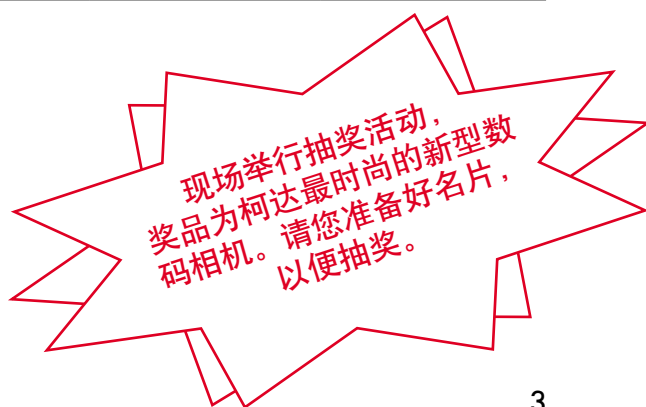
姓名		性别	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女		职务	
单位名称						
详细地址					邮编	
联系电话					传真	
电子邮件					手机	
其他人员姓名	性别	职务/职称	电话	传真	手机	
项目选择	<input type="checkbox"/> 11月22日 北京站			<input type="checkbox"/> 12月05日 南京站		
	<input type="checkbox"/> 11月24日 厦门站			<input type="checkbox"/> 12月12日 昆明站		
	<input type="checkbox"/> 11月28日 上海站			<input type="checkbox"/> 12月15日 西安站		
	<input type="checkbox"/> 11月30日 深圳站					

详情咨询电话：010-88275750 / 88275752

登陆网站：科印网 (www.keyin.cn)

慧聪网 (www.printing.hc360.com)

必胜网 (www.bisenet.com)



柯达的蓝海战略，就是要与用户

以及用户的用户共同创建一个属于自己的蓝海

2006年1月9日，在沈海祥就任柯达图文影像集团大中华区主席兼执行总裁的就职发布会上，柯达图文影像集团全球总裁蓝礼肯定地说：“2006年是柯达转型最重要的一年，并在今年启动图文影像的‘蓝海战略’，中国市场是柯达“蓝海战略”最重要的组成部分。”这一天，柯达正式揭开了迈向蓝海的序幕……

上任已近一年的沈总，对柯达的整合充满了自信和希望。他说：“整合后的柯达已成为图文影像行业的领头羊，整合优势凸显。我们销售给用户的不仅仅是产品，而是一个新的市场，一个价值创新的业务。我们要与用户一起跳出竞争，寻找新的市场，我们要与用户以及用户的用户共同开创一个属于自己的蓝海。”

印刷业进入微利时代，数码印刷业遭遇瓶颈
企业奔命于充满血腥竞争的红海
沈海祥、资深专家、成功用户为您出谋划策
带您一起走进数码印刷业的蓝海

沈海祥 指点迷津，引领蓝海方向
资深专家 助力用户，开辟蓝海市场
成功用户 分享经验，畅谈蓝海体验

什么是

蓝海战略

企业为了寻求持久的、获利性的增长，往往与其对手针锋相对地竞争，为竞争优势而战，为市场份额而战，为实现差异化而战。然而在目前过度拥挤的产业市场中，硬碰硬的竞争只能令企业陷入血腥的“红海”，即竞争激烈的已知市场空间中，并与对手争抢日益缩减的利润额。

蓝海战略要求企业突破传统的血腥竞争所形成的“红海”，拓展新的非竞争性的市场空间。与已有的、通常呈收缩趋势的竞争市场需求不同，蓝海战略考虑的是如何创造需求，突破竞争。

红海代表当前业已存在的所有行业，这是一个已知的市场空间。蓝海代表当前尚不存在的所有行业，即未知的市场空间。