



—專訪中成印刷器材(香港)有限公司銷售總監
馮達諾先生(Mr. Norbert Funder)

與印後加工設備專家 談訂裝

馮諾達先生現任中成印刷器材(香港)有限公司銷售總監，亦曾任職於多家跨國設備供應商，擁有豐富的亞洲市場經驗。

馮： 馮達諾先生

記： 本刊記者

記：馮達諾先生，您好！感謝你抽空接受我們的訪問。我們去年中得悉，萬能寶(Wohlenberg)委任中成印刷器材(香港)有限公司成為大中華地區的總代理，為何會有這樣的改變呢？

馮：2006年4月，萬能寶與曼羅蘭終止了合作關係，雙方已就這個決定發信簡略解釋過了，這純粹是一種策略上的調整。曼羅蘭是一家有名的公司，我本人亦與他們有過許多合作機會。只是現階段，國內印刷市場的發展越趨激烈，設備的競爭已到達白熱化的階段。作為印刷設備的主要供應商，曼羅蘭需要更專注於印刷設備市場的開拓和發展，未能兼顧其他產品的發展。為此，萬能寶重新制定市場策略，物色一家更能專注投入推動我們產品的代理商，所以我們委任了中成印刷器材(香港)有限公司，作為我們合作伙伴。我們相信，中成在銷售裝訂設備方面，會有更大的市場空間。

器材，技術，缺一不可！

記：閣下曾在亞洲工作一段頗長日子，你可以與讀者分享一下，你對亞洲市場，特別是大中華區的一些經驗和心得嗎？

馮：我從1982開始接觸亞洲市場，首站是馬來西亞。

其後以馬來西亞為基地，逐步進軍印度尼西亞、星加坡、台灣、韓國、日本、香港、中國、印度及澳洲等市場。我到亞洲國家發展，主要是由於我的一位客戶。他們是馬來西亞的華裔商人，經營家族業務。他們擁有非常好的營運模式，也購買了我們的設備，對設備的性能是非常滿意，但總會向我們抱怨：「設備是歐洲進口，售價較其他品牌高，但操作的人員卻未達水平，所以生產總會遇到許多問題。我們需要的，不單是一台好的設備，還需要有高水平的技術支援，你便是我們需要的支援。若你們想將來成功，便要將你所明白的、掌握的技術轉移到本地市場，才能徹底解決核心問題。本地市場實在需要專門的人材，協助我們發展業務。」就是因為他們的回應，我主動與上司表示願意到亞洲開拓市場。我的上司起初是大吃一驚，極不贊同我的建議。經過一輪討論和分析之後，他最終也接納了我的建議。

記：你對這些市場的整體感覺如何？

馮：他們學習的速度和效率都非常高，這有助吸納先進的技術和生產模式。我相信，將來會有更多海外出版商進入亞洲市場，他們的注意力將會投放在亞洲諸國的發展，特別是中國；不單是國內市場，出口市場也是可觀的。

「軟」「硬」訂裝

記：你認為中國未來的書刊印刷市場的發展如何？印後加工的市場的最重要挑戰是甚麼？

馮：首先我想瞭解，你所指的書刊印刷，是指那一類

的書刊？在歐洲，我們習慣將書刊分為兩類，即軟封面和硬封面裝訂兩種。軟封面書刊指應用線圈或騎訂進行裝訂的書刊，精裝書刊則指應用膠水牢固。這種分類法其實也可供國內的印刷業借鏡。

自從香港回歸之後，印刷廠北移的情況是非常明顯的，主要落籍在廣東省內。對我而言，最感興趣的是珠江三角洲，這當然包括香港在內。因為在這個區域內，幾乎所有的需求都能夠滿足；有優秀的管理、擁有大量的技術和受教育的人材、先進的印前及印刷技術和設備，但卻偏偏缺乏優良的印後技術支援。一般我們會看到許多二手的裝訂器材在生產線上，這可能基於一個錯誤的概念：印後加工的各項要求，機器能作的，都可由人手取而代之。在這裡，我想將問題的重點放在時間和速度上，而不是在設備的價格或技術上。

從印後加工的角度而言，按我個人的經驗，中國市場的發展潛力是非常巨大，特別在軟封面書刊印製方面。硬封面書刊的需求仍然會增長，主要在教育需求方面；但對比之下，仍以軟封面為主流。正如你到街上走一趟，你會發覺不論在地鐵車廂內、在街上、或在書店之內，看硬封面書刊的人，可說少之又少。其中一個主要因素，是硬封面書刊的價值非常高，一本硬封面書刊的價錢，往往相等於一頓飯的消費。其次，也是我自己留意到。中國的傢俬產品是國際知名的，但傢俬大多沒有預留擺放書籍的空間。就是說，市場的習慣並沒有為硬封面書刊創造有利的發展空間。家居缺乏足

夠地方擺放書架，當然亦是其中一個重要原因。整體而言，是民族間對閱讀的習慣不同，所以對市場的需求亦因而改變。所以軟封面書刊的發展空間會較大。

國內的工業增長速度相當驚人，而目錄的需求，將會創造另一種新市場。雖然我們有互聯網的幫助，可以透過電腦了解許多產品的特性，但不是所有買家都喜歡瀏覽網頁，而且在瀏覽過程翻看前頁也不方便；遇到想深入了解產品的時候，仍是以印刷品較易於查閱。我認為消費品的目錄印製市場是未來的發展重點之一，所有高檔次的消費品，例如服裝、汽車甚至高級內衣等，都必需要有印製精美的目錄以配合。騎訂書刊亦有非常大的發展，但騎訂有它本身的限制，不能裝訂超過6mm厚度的內文，而精裝書刊則不受此限制。

人手裝訂面臨淘汰

記：剛才你提及印刷廠家較傾向將印後工序作為成本的一部份，並假設人手可以取代機械，你可否再詳細討論一下？

馮：事情總有其特殊性。基本上人手是可以做到機械的功能，但他們卻忽略了品質和穩定性的問題。在國內，人力資源是較為充足的，廠家可以隨時增聘人手以完成某些訂單。但隨著印刷設備不斷提升，人手裝訂已不能趕上生產需要。舉例，2008年的奧運將至，國內投資了巨額金錢在印刷設備，以應付印刷需求。但很難想像，這樣數量



現今客戶追求「品質」與「速度」，自動化裝訂設備取代人手裝訂是必然的事。

龐大的印刷品，如何經人手在短期內裝訂完成。在奧運的稍前時間，他們必會感受到印後技術和設備的重要性，即或不然，奧運過後，國內的印後作業也會經歷一次深層的改革。因為客戶現今追求的是品質及時間，若人手作業並不能達到客戶要求的穩定質量，將會被淘汰；要生存，只能求助於自動化設備。

客戶不要便宜貨

記：要將歐洲品牌打入亞洲市場，特別是中國市場，你認為主要的挑戰是甚麼？

馮：我覺得作為一個服務供應者，竭力減省生產成本，並無不妥。每一個廠家都希望能夠以低價錢買到好的設備。但可以肯定，我們的客戶並不是要便宜貨。他們不會願意花錢購買一台全新的三流設備，只因為機價符合他們的預算。客戶首要的是好的品質，在這個基礎上再找出一個雙方都能夠接受的價錢。

作為生產商，我們也需要適應這個發展中的龐大市場。裝訂技術在歐洲發展已經非常成熟，我們也有許多不同類型的機種，滿足市場的需求。但面對像國內裝訂市場的現況，我們不能簡單地將我們已有的設備，要國內市場照單全收，因為他們正處於發展期，許多人材及環境的條件仍未及歐洲市場成熟，並不需要高速大量自動化的設備。因為國內的市場仍處於人力主導的情況，時間和速度對廠家而言，暫時仍未構成太大的壓力。他們必須經歷歐洲市場的發展歷程，將足夠的生產量過渡至自動化，才能達到更全面的地步。只是，這個過程將會來得更快速、改變來得更急速。

企業成敗看訂裝

記：書刊裝訂如何協助印刷業務增長？

馮：我認識很多印刷廠，現在大多在國內。當與他們討論到印後加工的需求時，他們都反映兩種情況。第一種是被動的，要等到有足夠的需求，才尋找合適的設備去應付；另一種是主動擴展本身的生產線，以迎合更多不同客戶的需求。經常聽到他們反映市場的現況是，若你能夠提供某些裝訂服務，你才能拿到訂單。客戶現在都期望一站式的服務供應商，他們期望你能為他們完成所有的工作，所以你的裝訂能力越強，你的競爭力便越強，亦間接協助業務增長。

記：當印刷廠考慮投資裝訂設備時，那些條件必須優先考慮？應當如何選擇一台合適的設備？

馮：我個人的理念是，將客戶需要的東西賣給他們，如此才能建立長久的客戶信任。我簡單地介紹一下，也是總括我在這一行四十五年的經驗的一些建議。第一，必須運用你的計算機，分析你實際的需要如何。購買裝訂設備的生產量，並不是你想要多少，是你能生產(供應)多少。假設你要製作一本256頁的精美書，即需要處理16帖紙。以裝訂系統每小時處理5000本書作基數，則每小時便可處理80000帖；若以雙面印刷計算，即每小時處理160000張印張。平均每小時印數12000張的印刷機，也要13.3小時的生產時間才能完成。廠家要考慮的，就是如何讓裝訂設備發揮最高的生產力。其次就是人材，是否有足夠的技術人員去操作這些設備。再其次，就是考慮要採用何種膠水、物料等。這些要求落實以後，我們便能按需要組裝合適的設備。這就是我剛才所說的，要賣一些客戶需要的東西給他們，才能保持長遠的合作關係。

顧及客戶長遠利益

記：你預期在大中華區內會爆發價格戰嗎？

馮：我預期會有激烈的價格競爭，是客戶的最佳時刻。也是必然發生的進程。本地生產的設備與進口機的爭持。進口設備在技術上有領先優勢，雖不是太空科技，但在過程控制和監察上，都較為嚴謹，在品質上仍較穩定。

他們雖然能夠模仿外國的設計，但仍未有足夠的技術水平去理解及改良，所以遇到問題時，仍會是發展的阻力。然而，當市場不斷擴大，技術相應提高之後，國內生產的設備將會是一個強勁的對手。我們仍會不斷改良設備的親和力和普及性。可見的將來，將會有更多的裝訂服務提供者在國內出現。為了進一步提供技術支援，萬能寶在國內已建立擁有面積達16000平方米的新廠房，並已投產。我們將會提供培訓課程，讓更多企業內部的生產員工，在我們的生產基地得到更全面的實際操作訓練，掌握更專業的技術。

記：謝謝你接受我們的訪問。 