



“少”的威力不可看小

文：李志明

近来，在一个印刷群组中，大家讨论起现今印刷厂家何去何从。其中一位印刷厂家介绍大家上 youtube 观看港台电视节目“两代之间：印务半世纪”。节目中采访了数间印刷公司的负责人，访问他们对印刷业前景的一些看法。有些人看得比较淡，尤其在国内设有印刷厂的厂家，因为面对工资成本，招聘员工困难和人民币汇率波动等等因素影响，表现出有点焦虑。但亦有厂家以积极的态度面对难题，与时俱进地去适应市场变化，寻找生存空间。

在群组讨论中，有人提及香港某间合版印刷公司，以减价手段来“掠夺”市场，“搅乱个市”。我认识那间合版印刷公司的创办人有十多年，在他刚创办此公司时，我已访问他，十多年来看着他事业的发展。坦白地说，他的经营手法为不少行家诟病，但想想，他都要冒很大的风险，如果他的低价策略不行，凑不足够的名片或宣传单张作合版印刷，他会“输得好惨”。幸而，他成功了，他可在香港聘用200多人，创造就业机会。

究竟，该公司有何秘诀踏上成功之路？当人们高兴地再添置一台柯式印刷机的时候，该厂家却把资金投在架设生产流程管理系统上；当人们再次加添一台柯式印刷机的时候，他们已建设好网上印刷系统，做现金生意；当人们忙于追收货款的时候，他们可观的现金收入，提高了他们的贷款能力，继而可添置先进的印刷设备，使他们的竞争力，进一步提升。当人们考虑结束业务的时候，他们已成为上市公司。我说那么多不是为了捧老友场，而是给大家一些思考：大多数印刷厂家都忠于传统的经营手法，革新意味着要冒风险，一动不如一静吧！名片这些“湿碎”的印件，在一般厂家眼中，不值一提，但“长尾理论”告诉我们，“少”的威力不可看小。

本年初，我与儿子创办了一间数码印刷公司 - 适印有限公司 (Fit Print Limited)，经营数码浮凸彩印业务，一件都印。我又有回“做厂”时期的感觉（我曾经开办过柯式印刷厂）。有人说我今次是“以身犯险”，说我自在了那么多年，为何又开厂呢？回想起36年前，我第一份工就做印刷，36年后我又从新出发，以“数码浮凸彩印”为卖点，再战江湖。印刷 — 是我终身的事业。 🎨