



纸上谈兵——谈名片

郑霭仪

在商业社会，名片可说是最有效，却又最被低估的市场推广工具。有公司一掷千金制作广告，亦有公司不花分文依靠口碑宣传。但是一张配合优质纸张，设计和印刷的名片有助公司招徕生意，是最合乎经济效益的工具。商人或各界别从业员每天都派出和接收很多名片。当中多少能发挥其应有的作用？又有多少被丢到垃圾桶？今期让我们看看这小片纸张的来由。此外，有人认为踏入数码年代，传统的名片会被电子名片取代，真会这样吗？印刷名片有哪些技术？名片的设计何谓好、何谓坏？今期都会逐一探讨。





車

將

馬

砲

象

炮

象

卒

卒

帥

車

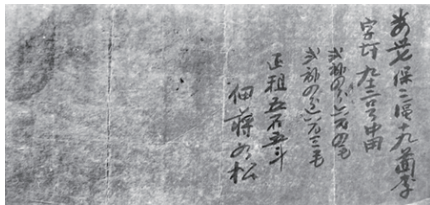


漫谈名片

纸上谈兵

放在名片夹或钱包里的名片很多时被视为日常生活的零碎杂件或社交应酬的小节。名片就是一张印有公司名称和联络数据的纸张，就是那么简单。其实在中外，名片都有很悠久的历史，证明其存在价值，只是我们没有留意罢了。

现今的名片，在秦汉时期被称为「名刺」或「谒」。到了明清时期又称为「名帖」。新中国成立后，才称为名片。它跟文书的发展一样，先用竹、木简，后来才用纸。被冠以礼义之邦的中国是最早使用名片的国家。



清朝的名帖

秦始皇统一中国后，各地被封的诸侯定期进京述职，于是出现了「谒」。所谓谒是下级对上级、晚辈对尊长用作报上名来的名片，一般用于比较庄重和正式场合。各诸侯除了述职外，更会使用谒拜会朝廷的当权者，将名字和其它自我介绍的内容写在竹片或木片上，让被访者知道来者何人及所谓何事。

造访亲朋或同僚则使用「刺」（札）。刺比谒的出现略晚，但肯定的是在70多年后的东汉已十分流行，后来传到日本，至今他们的名片仍然叫做「刺」。刺的出现开始了竹简的没落。东汉后期，蔡伦发明的纸张开始普及，由于携带轻便，人们使用纸张写「刺」。

到了公元612至1279年的唐宋时期，「门状」代替了「刺」。科举生希望得到提携及重用，都四处拜访前科及第

或位高权重者为师。在拜访老师前都要先递上「门状」。

到了明代，科举考试平民化，识字的人增加了，人们的社交活动也频密了。学生见老师，小官见大官前先递上介绍自己的「名帖」是通行的社交礼仪。

「名片」这个称呼要到17世纪清朝才出现，和西方国家通商也加快了名片的普及。清朝的名片，官越大，名片越小，才能彰显身份地位。跟现代的名片不同的是，古代的名片是手写而不是印刷的。

到了民国时期，名片沿用了西方广泛使用的长方形设计。当时还没有电话、传真和手机，所以内容很简单。名片亦只在有身份地位的阶层流行，但是已开始使用铅字印刷了。

新中国成立后实行计划经济，人们的流动少，加上名片的内容有限，使用量便减少了，待之而起的是盖有单位图章的介绍信。及至中国实行市场经济，全国各地经商的人四出寻找商机，介绍信不能交给别人，多次使用亦容易残旧，因此本来式微的名片又再次流行至今。

欧洲也是在17世纪开始使用名片的。名片用于向某城填或门户通报即将莅临的贵客，其设计和尺寸跟纸牌差不多。到了17世纪中，递交名片已是社交场合的指定动作。其后更有镶金和印有漂亮字体的名片出现。



同时是日视的功能性名片

到了18-19世纪，社交名片越见普及。访客叩门时，家佣递上名片盘让访客放下名片，然后交给女主人审视决定是否接见。访客在偏厅等待期间若偷看其它访客留下

的名片是很没教养的事。折角的名片代表亲手递交，不是由家佣事先张扬；折成两半的名片表示探访所有家庭成员；亦有标明‘P/F’（祝贺）或‘P/C’（慰问）的来意。但在同期的英国，名片亦作为商业用途。自1830年平版印刷出现后，便革新了一向使用雕版木刻印刷的名片。

工业革命改变了社会的结构，社交名片和商业名片的使用普及，亦不拘泥于形式，主要作为交换联络数据用途。但这时候的上流社会仍固守其传统，所以欧洲的望族将美国商人的名片拒诸门外是时有发生的情况。

再根深柢固的传统都会被时间淡化。现在名片上只要有齐身份和联络数据已算妥当。很难想象300年前的诸多规矩，譬如不能用左手递上名片、不能没有名片便叩门或后补名片等。今时今日，名片讲究内容和设计，比礼仪更形重要。

纸上谈笑用兵

商场如战场，有效的谋略和工具是致胜之道。名片就是一种市场工具，用得其所，它就能彰显公司的形象和持卡人的专业水平，进而招徕生意，所以其市场价值很高。市场推广顾问、作者兼讲者Chris Ruisie在一次网上访谈中向从商者提供意见。

主持：究竟商业名片有多重要？

CR：商业名片是你给客人的第一印象，所以要给人甚么讯息和提供甚么数据必须经过深思熟虑，否则不单会浪费商机，更可能发出错误讯息，破坏公司形象。

主持：除了公司数据外，名片的选材又如何呢？

CR：商业名片若不选用最上乘的材料，也必须要优质。使

用劣质纸张和油墨印刷的名片令人怀疑你的诚意，更被其它名片比下去，无疑浪费金钱。不妨尽量投资在公司名片上，因为成本始终有限，但回报可以很高。



适合制作名片的纸材种类很多，各有特性，宜先了解清楚

主持：名片的款式非常多，如何选择呢？

CR：大部份名片都是长方形，大小约8-9cm x 5-6cm。标准尺寸给人正规专业的感觉。视乎行业而定，名片可突出其业务性质和专业水平。包点公司可能会使用一片烘多士形状的名片；或车呔公司的名片使用圆形的车呔都是可以理解的，甚至被视为是好的设计，但是会计师行、律师行之类的行业就不能哗众取宠。商业机构介乎两者之间，有发挥的空间。大前提是要恰如其分，最好能收藏在钱包或卡片盒内。



使用巧克力制成的名片固然受欢迎，但是给客人吃了便丧失了公司的数据

主持：名片的背面应该都印上数据吗？

CR：这要视情况而定，但我建议名片应有空白地方给人们

记事，例如在甚么场合见面，让人们日后容易记起。但是名片背面亦可以印上公司的标语。

主持：如何令别人保存自己的名片？

CR：你必须给人们保存你的名片的理由，例如他们为甚么应选择你的公司而不是你的同行，如何令人在众多的名片中辨认出你的公司，这些是值得花时间推敲的问题。

主持：谢谢你的建议，还有甚么要注意的吗？

CR：记得名片并不是公事上的附加物，而是市场推广的有效工具，所以必须交到市场去。不派发的名片就是没有价值的名片。所以经常要随身带备足够的名片应付一天的活动。总言之，一张专业和有意思的名片是要花心思的。不投资就不能有回报。在名片上省钱可能比干脆不用名片的损失更大。



设计新颖的非标准尺寸名片

名片小 回报多

现在已是数码年代，老少都有一部甚至多部电子通讯器材在手，电子名片透过电邮通传，传统的名片似乎有点落伍。不过存在已久的名片自有其不可取替的优势，绝对经得起时间的考验。

网上社交平台 and 智能电话的普及改变了人们社交和联系的方式。互联网成为营商或社交的另一有效渠道。公司网页、社交网站，如LinkedIn，都能搜集联络人数据和建立人际网络。但是公司网站和社交户口都是虚拟世界的工具，很难确保人们记得再次登入同一个网址和户口。但是有实物在手，人们就容易记得联系过的某公司或某人。下列诸多理由解释了为何科技一日千里，商业名片始终是商场必备的工具。

首先，智能电话的普及不一定表示能够更快将公司的数据传送给客户。你可以将公司的产品和服务广告透过电邮传送，但先要取得他们的电邮地址再输入数据，无论如何也不比递上名片这动作来得快捷和有诚意。

少数智能手机，如Galaxy Nexus，具备近程射频通讯功能，能将数据从一部手机传送到另一部，但只限于技术兼容的型号。要潜在客户都拥有同型号手机的机会很微，还是派名片实际。

在今天信息爆炸的年代，人们都被讯息炸得不胜其烦。透过电邮或手机传送的商业讯息一般会被列为垃圾邮件或杂件，对方可能根本不会留意到或没有机会看到。当面递交名片更能得到别人的注意。此外，尽管很难相信，但仍有很多人不会定期上网。对于这些群组，递交名片往往是最佳的方式。

名片亦是全天候、最可靠的推广工具。它们无惧断电、网络挤塞的威胁，在没有网络覆盖的偏远地方，或须关闭手机的环境下（如医院、研讨会等）都可使用。

名片能彰显公司的专业形象。一张设计创新的名片不单显示名字和联络数据，也能显示品牌的个性。专业的设计和印刷技术能给人留下深刻印象。在提供讯息的同时，亦给人不一样的感觉。

不论是人数众多的博览会或个别展销活动，每次向潜在客户递交名片都是展开对话的机会，比网上的虚拟接触更能建立以人为本的商业关系；况且交换名片有其实际需要，能帮助人们实时辨识各人的身份。在亚洲，包括香港和日本，不论是否推广用途，向各人派名片已成惯例，否

则会被视为不敬。

所以一张细小的长方形卡片仍然是最快最有效的工具。同业间的名片亦是一种比拼的方式。虽然业务性质相同，但是名片的内容，设计和印刷技术则可以脱颖而出，争取潜在客户的好感。

名片制作技术

现今的印刷技术为名片的设计和制作提供很多选择，成品质素高和稳定，更能为客户提供度身订造的名片。

柯式印刷的质素高，纹理清晰，颜色细腻。柯式印刷亦能提供快捷和便宜的服务。印刷的数量越多，价格越低。由于牵涉制版的时间和成本，所以少于200张便非常昂贵。价格亦因应个别印刷公司而有所不同。数码印刷适合少量订单。其质素跟柯式印刷非常接近。基本上，不是行内人是容易分辨的。它的优胜之处是快捷灵活，适合需要定时变更名片内容和少量订单，但数量多就非常昂贵。

不论柯式或数码印刷，成本效益要看潜在客人的反应：他们是否对名片有回应、曾否将名片推介给他人，他们保存名片的时间等。相对其他如人力、时间、设备、产品、服务等因素的投资，名片所占的成本比例仍然非常小，所以选择印刷方式很有弹性。

在名片的制作方面，除形状，图案和颜色，印刷技术亦是设计的一部份。一些常见的印刷技术不单扩阔设计的空间，更为名片的内容和讯息增值。

铝箔纸印刷 – 就是将压成薄片（约0.007-0.02毫米）的铝覆在纸上，有金、银、铜或多色选择，通常采用凸版印刷方式，能防潮防湿，用途很多，但用于名片而言，就能给个别文字，字母或标志闪亮的外观。

凹凸压印 – 使用凹型和凸型两种压模，加热后向卡纸加压，形成立体的文字，图像或商标；当然纸质的厚度和弹

性需达到一定的标准。这种立体的效果为平面的名片增加视觉效果，更给人厚实的手感。



铝箔纸及凹凸压印技术造出无与伦比的惊艳效果

凸字粉印刷 – 可说是改良的凸版印刷技术，是印刷后使用松香粉末撒在未干的油墨上再加热，印刷部份便会浮凸起来。松香粉有粗有幼；有颜色，透明无色和闪亮之分，以及光面，哑面和半哑面选择，能点缀名片，更显高贵大方。

名片的材质亦有很多选择。常见的有象牙纸，它的质感像图画纸，平滑不反光，给人朴实的感觉；不想名片被糟蹋，可选用合成纸，它是纸和塑料的合成物，能防湿，又不易被撕破，但最终亦能自行分解再造，故又称环保纸；沙点纸呈微黄色，图案似沙粒；细纹纸有弯曲的石纹图案；莱妮纸有幼浅的大小横直纹路；安格纸则显现整齐的细格子；珠面的琥珀纸质感像绸缎又像画布，很有艺术感；还有很多其它纹理的纸材未能尽录。

有些名片可烫上透明亮膜或雾膜，前者光洁亮丽，后者柔和平实。烫上雾膜的名片更可再局部上光，突出商标或部份设计。此外，还有带有金属银光的炫光纸，不需额外的设计已很有特色。



透明的名片令人耳目一新，但不够环保

此外，模切技术可将名片切割出所需的线条，例如圆角

或中空的设计，令名片从众多的长方形名片中突围而出。



图角设计的牙医名片令人回心微笑

基于现今先进的印刷技术和多元化的纸品种类，使用劣质名片是找不着借口的。不论使用哪种技术或哪种纸材，都可印制出专业醒目的设计。随便登入一家网上印刷公司的网页都可参考不同的款色和效果，或由专人设计，都是快捷妥当，又有趣味的工作。

名片宜忌

有没有人赞赏过你公司的名片？它能否吸引人的注意？它能清楚交待公司的业务性质吗？很多初成立，甚至成立已久的公司都仍然是寂寂无闻。一张小小的公司名片怎样可以扭转乾坤？

首先，空间的利用很重要。名片的面积小，要有足够的信息又能抢眼，确实是个挑战。信息是名片最重要的元素，放上基本数据后，再决定是否需要用背页。

名片宜印有简略的推销语句，例如「全天候一站式数码喷画服务」；「香港制作，质量保证」；「24小时网上印刷超市」等，这些都是公司的卖点，给顾客选择你公司的理由。当然亦有其它拥有相同卖点的同行，但重点是谁先让客人知道。

非标准尺寸或大名片不能放入卡片盒，要额外保存，但如果具备实用的数据，加上设计师的功力，就能延长其寿命，毕竟非一般设计的名片有其收藏价值。

若为讲究设计而减少文字，只会顾此失彼。文字需清

晰易看，不应太小或使用异体字。使用标准文字，宁用不同字款，颜色或其它设计（如双面印刷或折页）将数据分隔。资料太多，不单难看清，亦不够专业，除联络资料外，宜一切从简。

刚出席一大型展销会，手上名片一大堆，当中大部份都会被淡忘。如果因为客观原因，不能在尺寸或颜色上标其立异，可以在纸材方面下功夫。优质的纸材给人良好的手感，让人印象深刻。一张质料轻薄、油墨透底、纸边起毛的名片让人想象到公司提供劣质产品或服务。

名片最忌只讲美观，不求实际。内容含糊不清，未能实时让人知道是甚么公司，从事甚么业务，也就糊里糊涂被丢进垃圾桶里。知名的公司或企业可以单放一个商标在名片上就无人不识，但其它公司还是交待清楚为宜。

名片宜巧妙运用颜色。没有人会认为花碌碌的名片会是专业的名片，只会给人杂乱无章的感觉，分散注意力。只要少许红，青或紫等强烈的颜色就很容易做出惊喜的效果。选用白底灰字是自寻死路，但冷色中一点红则有画龙点睛之效。

名片的优胜劣败取决于很多客观的因素和主观的感觉，很难以遍盖全。能够取悦某些人，另一些人却认为是平庸，甚至庸俗。正因如此，大部份公司都情愿走安全路线。四四方方，白底黑字，顶多加点颜色，这也可以理解。反正专家们都认为大胆创新的设计是双刃刀，很难保证能取得平衡的效果。

出奇制胜

公司当然想得到潜在客户的注意，希望在市场上突出自己。不难理解他们透过不一样的材料，例如草碎、木、金属、胶等；异于平常的尺寸，如超大或超细尺寸，或采用不同形状或功能，如连附公司贴纸的名片，以达到宣传的目的。但是特殊名片不可随便用，还是看看有没有其它选择再定断。

人们对于吸引其注意的名片都会仔细阅读，保存或响应。这也是名片的天职 - 能够让潜在客户保存和使用。但是更能吸引人注意的特殊名片始终不通行。因为它们的生产成本比传统名片昂贵，特别是特殊材料和印后加工，生产上牵涉很多复杂的程序；尺码不同或不规则，存放亦不容易。其实外观上突出不一定合乎成本效益，内容突出，譬如印上幽默又容易上口的标语，同样可以取得人们注意。

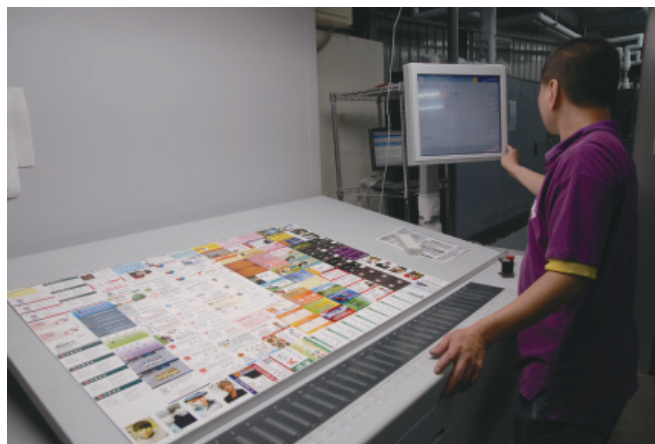
就名片来说，要在同行中突出自己，可使用其它人没有使用的设计，譬如将白色的底色换成黑色或红色，或使用较少用（但易读）的字体。

出奇制胜的方法还有同时使用多款名片，每款标榜公司的某项产品或服务，在不同的地区或场合派发，集齐所有款式有折扣优惠。



使用红色和发热线图案作为炉具公司的名片设计匠心独运

名片可以保留传统的尺寸但仍然独一无二，例如变成信息性名片，譬如印刷公司的名片可以在背页印上色版；纸材公司可以使用不同纸材印制多款名片，并在背页简略介绍该纸材的特性。



以合版印刷方式印较便宜的名片

至于塑料名片又如何？它们有型又漂亮，不易磨损，还有透明和磨砂选择。它们同样可以印刷信息，而且甚为抢眼，相信很多人都会好奇想要一张，跟客人攀谈不愁没话题。

但是现在环保意识高涨，客人对不能自行分解的塑料名片可能有意见，反而为公司带来负面眼光。而且透明的塑料名片只可在一面印刷，印刷空间有限制。

撇开成本和环保的问题，塑料名片亦是商场抢滩的有力武器。在设计上它多了一项透明的特性，设计上的变化可以更多，配合鲜明或柔和的颜色均可，只要能显眼就是了。

公司的持续发展取决于拥有固定的客户基础以及招徕新客户的能力。名片帮助从业员建立客户关系，为壮大公司的市场版图打通门路。