

112

publish

Eurasia

1/2 [264] январь/февраль 2024



ТЕМА НОМЕРА:
**ВЫСТАВКА
УПАКЕХРО 2024**

9 771560 518007 24001

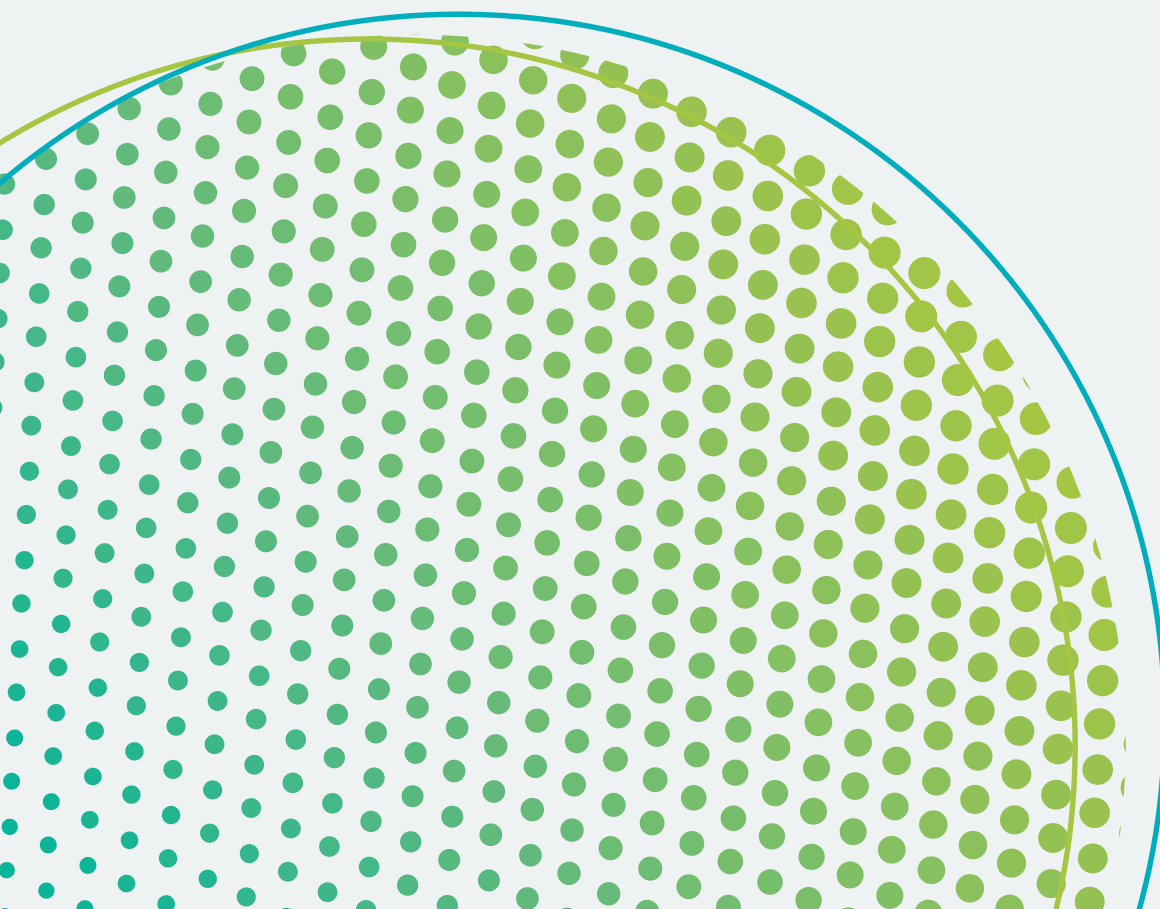
printech



9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

18-21 ИЮНЯ
2024
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ ОБ УЧАСТИИ
printech-expo.ru

ITE ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

РЕКЛАМА

Не только «плюсы»

Дмитрий Старцев



Мы привыкли вести отсчёт с Нового года. Смысла, надо признаться, в этом мало, но человеческая психология заставляет верить в магию «понедельников»: с них как-то привычнее начинать новую жизнь.

Тем более не хочется подгонять к началу года важные изменения в редакционной политике. Ритм современной жизни требует меняться гораздо быстрее и чаще, чем раз в году. Но вы и сами всё это могли наблюдать практически в прямом эфире: как трансформировался за эти полтора года журнал, как поменялись его наполнение, визуальная составляющая, подходы в формировании информационной политики. Изменился формат издания: и в переносном смысле, и в прямом — он стал физически больше в миллиметрах. Увеличилась частота выходов, география распространения.

Расширились варианты доставки до наших читателей: помимо вполне традиционной подписки (на бумажную и PDF-версию) и распространения на отраслевых мероприятиях (выставках, конференциях, форумах), теперь свой экземпляр свежего номера Publish можно забрать в одном из пятидесяти офисов «Зенона» (внимание: предложение ограничено, поэтому не зевайте — уточняйте наличие на местах). И видов Publish стало больше: мы стали делать выпуск Publish Eurasia для Центральноазиатского региона, приложение Publish Pro, специальный выпуск с образцами Publish Box.

И все эти изменения произошли не одновременно и не с «понедельника», как можно догадаться. Всё это — результат планомерной работы редакции по актуализации журнала, созданию нового образа

и нового звучания нашего издания с длинной историей.

И следующий (но не последний) шаг на этом пути — новый подход к подаче материалов. В среде, наполненной (и даже — переполненной) информацией, больше нельзя делать вид источника, обладающего абсолютным знанием, финальным и непререкаемым. И невозможно замечать неудобные факты под ковёр, сохраняя на лице невозмутимость. В лучшем случае это тянет на некомпетентность, а в худшем — на обман доверия читателя.

Мы много сделали для того, чтобы авторитет журнала не мог быть подвергнут подозрениям в предвзятости и продажности. Все статьи пишутся авторами Publish, никак не аффилированными с рекламодателями, что позволяет следовать нам принципу равноудалённости от всех участников рынка. Можно купить рекламу в Publish, но нельзя купить мнение наших авторов. Теперь это мнение будет ещё более открытым: помимо сильных сторон оборудования, расходных материалов, технологий, методов работы, мы в обязательном порядке будем писать и о слабых сторонах. В статьях будут упоминаться не только «плюсы», но и «минусы» и «подводные камни». Такой подход станет основой нашей редакционной политики.

Мы находимся в периоде перемен, меняемся и будем продолжать меняться, чтобы следовать принципу, заложенному при основании журнала: приносить пользу читателю и отрасли, для которых мы и работаем. Да пребудет с полиграфией сила! ♣

Мой телеграм: t.me/dmitrostartsev



к содержанию





4
24



26



34



42



1 **ОТ РЕДАКТОРА**

3 **НОВОСТИ**

4 **ОБЗОРЫ**
КОМПЛЕКС DTF-ПЕЧАТИ:
ПРИНТЕР PRESTIGE DTF XL2
И ШЕЙКЕР-СУШКА SEISMO L24
юрий захаржевский

8 **ЖУРНАЛУС**
МЕДИА О ДИЗАЙНЕ: КРУТЫЕ
ПРОЕКТЫ ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ



10 **ОБЗОРЫ**
GONGZHENG APSARAS G4-Н
юрий захаржевский

15 **СОБЫТИЕ**
СУАН-ОГОНЁК 2023
27 декабря 2023 года журнал Publish провёл новогодний прямой эфир «Суан-огонёк 2023». В ходе его участники смогли поделиться своим видением состояния отрасли, а также сделали прогнозы на будущее.

18 **ПРИБЫЛЬНОЕ ДЕЛО**
ФЛЕКСО-СЧЁТ
Считаем себестоимость во флексографской печати — как?
денис ходанович

20 **ТЕМА НОМЕРА**
ВЫСТАВКА УРАКЕХРО
Международная специализированная выставка упаковочного оборудования и готовых упаковочных решений под этим названием проводится впервые, хотя это всё та же знакомая нам упаковка. Ключевая идея УРАКЕХРО — обмен профессиональным опытом и информацией по основным темам упаковочной отрасли. Ниже вы найдёте список экспонентов, которых мы отобрали как наиболее интересных для наших читателей.

24 **ВЗГЛЯД ЭКСПЕРТА**
ТРЕНДЫ БРЕНДИНГА 2024:
ЧТО НОВОГО И ПОЧЕМУ?
Тренды — социально-психологическое явление в чистом виде. Они отражают происходящее и очень сильно зависят от контекста, который провоцирует то или иное поведение и потребности большинства людей. Грамотный менеджмент и маркетинг заключаются в правильном считывании этой ситуации и реагировании на неё — так мы получаем возможности.
ольга зурашвили

26 **КАК ЭТО СДЕЛАНО**
ОПЫТ КОЛЛАБОРАЦИИ
«РОСК» И «ППФ»
Типографию «РосК» и компанию «ППФ» объединяют давние партнёрские отношения. За спиной годы сотрудничества и интересных, сложных проектов. «РосК» — офсетная типография, специализирующаяся на полном цикле производства картонной упаковки: от разработки дизайн-проекта до сложных видов финишной отделки. «ППФ» — компания, специализирующаяся на производстве готовых решений и разработке новых технологий тиснения. В арсенале «ППФ» широкий ассортимент фольги для отделки полиграфической продукции, инструмент для тиснения, а также оснастка для приладки. Планы организовать творческую коллаборацию зрели давно, и наконец у нас всё сложилось.
елена никонова



30 **ВЗГЛЯД ЭКСПЕРТА**
ГОД НАРАСТАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ
Год 2022-й ознаменовался коренным переломом, но к концу 2023-го переходные процессы закончились и к началу 2024-го новая реальность полностью сформирована. Это не значит, что не будет изменений — будут, да ещё какие. Не будет рынков, качелей. Изменения будут плавные, тенденции — нарастающие.
михаил кувшинов

32 **ФОРУМ**
ТЕКСТИЛЬНЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ
В апреле 2023 года компания «Смарт-Т» получила статус официального дистрибьютора концерна GongZheng по промышленным текстильным принтерам. О том, как складывается сотрудничество двух крупных игроков рынка текстильной печати и каких результатов уже удалось достичь, мы поговорили с директором по международным продажам и руководителем текстильного подразделения компании GongZheng Дэвидом Чэнном.

34 **ПОЛИГРАФИЯ КАК ИСКУССТВО**
ОЧЕНЬ ТОНКАЯ ГРАНЬ
Что такое печатное искусство, тиражная графика, printmaking?
ирина паялина

36 **ФОРУМ**
ИННОВАЦИИ В ЛАМИНАЦИИ
Вот уже многие годы ламинирование остаётся одной из самых востребованных отделочных операций, и, несмотря на определённую консервативность направления, на рынке ламинаторов регулярно появляются новые модели. О том, как можно усовершенствовать и без того хорошую технологию и как пандемия повлияла на создание принципиально новой модели ламинатора, мы поговорили с господином До Янгом, управляющим директором MEFU — одного из мировых лидеров по производству широкоформатных ламинаторов.

38 **ЭТИКЕТКА И УПАКОВКА**
ДЕЛО — СТАКАН
Бумажный стаканчик сегодня является неотъемлемым атрибутом индустрии общественного питания. Уже более 100 лет в разных странах с удовольствием используют этот вид одноразовой посуды. И с увеличением числа вновь открывающихся кафе и кофеен разного формата спрос на одноразовые бумажные стаканчики только растёт.
владимир непогодин

42 **PUBLISH EURASIA | НАПРИМЕР**
«КВИНТА ПРИНТ»: РАБОТАТЬ
КРАСОЧНО И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНО
В столице Узбекистана Ташкенте работает крупная полиграфическая компания «Квинта Принт». Её соучредитель и заместитель директора Александр Жарков рассказывает об истории становления и современных реалиях этого бизнеса.
дмитрий шепелев



44 **PUBLISH EURASIA | ВЫСТАВКИ**
QAZPASC 2023
В Алматы в ноябре 2023 года прошла 20-я Казахстанская международная выставка «Упаковка, тара, этикетка и полиграфия».

47 **ВЗГЛЯД ЭКСПЕРТА**
НЕ ВСЁ ТО ТРЕНД, О ЧЁМ В НАЧАЛЕ
ГОДА ПИШУТ
«10 трендов в упаковке на 2024-й», «Самые яркие тренды нового года, которые должен знать каждый», «Твоя карьера погибнет, если ты проигнорируешь 5 главных трендов года» — каждый год мы читаем десятки версий «в этом сезоне все носят красное, а зелёное не носят». Но так ли это важно? Откуда берутся, сколько живут и на что влияют тренды в полиграфии: читайте прямо сейчас мнение команды WIZART Polygraphic, студии допечатной подготовки.
татьяна кусова

ДВЕ НОВОСТИ

Расширенные версии статей и самые свежие новости читайте на нашем сайте

Текстильный гибрид

Настольный принтер SureColor F1070 от Epson предлагает решение для прямой печати на одежде и на плёнке. Epson объявила о выпуске нового принтера SureColor F1070 в своей линейке SureColor, гибридного настольного принтера начального уровня Direct-to-Garment (DTG)/Direct-to-Film (DTFilm).

Прямая печать на одежде и прямая печать на плёнке стали актуальными темами для полиграфического производства. Но для достижения необходимого качества и производительности для успешного малого бизнеса эти принтеры часто были недоступны с точки зрения затрат. Новый Epson SureColor F1070 обещает изменить ситуацию — благодаря СМΥК + W, простоте использования и цене менее 10 тысяч долларов.

Принтер, прототип которого был показан на выставке PRINTING United, дебютирует на выставке Impressions Expo, запланированной на 19 января в Лонг-Бич, штат Калифорния (США). Ожидается, что поставки начнутся в мае 2024 года.

Техно-воздействие

С 13 по 28 января в ЦТИ «Фабрика» прошла выставка плакатов Techno Influence студентов НИУ ВШЭ.

Техника и технологии всегда оказывали влияние на окружающий мир. Изобретение колеса и компьютера лишь крайние точки в технической эволюции человека. Изобретения — инструменты, которые совершенствуют наши тела: микроскоп и телескоп расширяют силу глаза, двигатели повышают скорость ног и так далее.

То, что недоступно органическому телу, становится возможным телу, оснащённому технически. Но след, который оставляет новое, дополненное тело, — другой. Выставка «Techno Influence» — исследование влияния технологий на мир и на место человека в нём. Выставка поднимает вопрос ответственности изобретателей перед всем человечеством. При работе над исследованием перед изобретателем встаёт вопрос о последствиях, к которым приведёт его работа. Такие вопросы порожают новые право-

вые поля, широкие общественные дискуссии и влияют на расстановку сил в мире. И дизайнеры, которые формируют внешний облик предметов, интерфейсов, логику поведения, скорость работы, также ответственны за облик мира.

Формат плаката остаётся одним из самых «громких» форматов высказывания в графическом дизайне. Его размеры, монументальность, по сравнению с цифровыми устройствами, требуют умения говорить языком носителя большого формата и уметь читать этот своеобразный язык. Плакат позволяет создавать ёмкие и концентрированные высказывания — как оптимистичные, так и пессимистичные — на заданную тему. Выставка покажет работы двадцати студентов, объединённые одной темой. На выставке будут представлены как печатные, так и цифровые плакаты.

Автор концепции и куратор: Анастасия Пронина, креативный директор Secret Kitchen, аспирант Школы дизайна ВШЭ, куратор группы 623дз08. — **Ирина Паялина.**

DTF-СИСТЕМА 60см от компании РУССКОМ



**НОВИНКА В
ТЕКСТИЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**ПЕРЕНОС НА ЛЮБЫЕ
МАТЕРИАЛЫ**

ВЫГОДНАЯ ЦЕНА

- Высокая производительность
- Низкая себестоимость, как больших, так и малых тиражей, в отличие от шелкографии
- Подходит для абсолютно любых тканей
- Печать на материалах любого цвета
- Износостойкость
- Эластичность изображения
- Отсутствие плоттерной резки
- Отсутствие необходимости готовить поверхность материала
- Относительная дешевизна начальных инвестиций



Комплекс DTF-печати: принтер Prestige DTF XL2 и шейкер-сушка Seismo L24

Юрий Захаржевский

Prestige DTF XL2 и Seismo L24

Разработчик: ГК «РУССКОМ»

Заключение: комплекс для DTF-печати, подходящий для средних и больших тиражей, а также для развития направления печати по ткани и по готовым текстильным изделиям: элементам одежды, сумкам и т. п.

Комплекс для DTF-печати **Лоро** поступил в продажу на нашем рынке в конце 2023 года. Это очередной вариант DTF-систем, которые китайская **Лоро** производит для ГК «РУССКОМ». Совсем недавно мы рассказали о родственной модели с рабочей шириной 30 см (см. *Захаржевский Ю. Prestige R2 DTF // Publish № 11, 2023*), которая хороша для начинающих и малых предприятий. Пришло время рассказать о новом, более продвинутом DTF-комплексе для развития производства в нише DTF-печати.

Технология DTF-печати

Перед описанием оборудования стоит напомнить основы DTF-печати: всё же это пока достаточно новая технология, хотя и успевшая распространиться довольно широко.

Всё начинается со струйной печати на рулонном струйном принтере по специальной ПЭТ-плёнке. Особенностью данной технологии является то, что чернила не закрепляются сразу, да они и не должны этого делать: вся соль этой технологии заключается как раз в том, что чернила на запечатанной поверхности лишь подогриваются нагревателями, спрятанными в рабочем столе. В результате чернила перестают растекаться по поверхности плёнки, но до конца не высыхают, сохраняя поверхностную липкость.

Из принтера запечатанное пластиковое полотно отправляется в послепечатное устройство, называемое «шейкер-сушка». В шейкере полотно щедро посыпается специальным клеевым порошком,



Числа и возможности

Скорость печати — **9,5 м²/ч** (6 проходов),
7,5 м²/ч (8 проходов)

Разрешение печати — **1440/2160/2880 dpi**

Цветовая схема — **CMYKWWWW**

Макс. ширина печати — **600 мм**

Электропитание — **220 В**

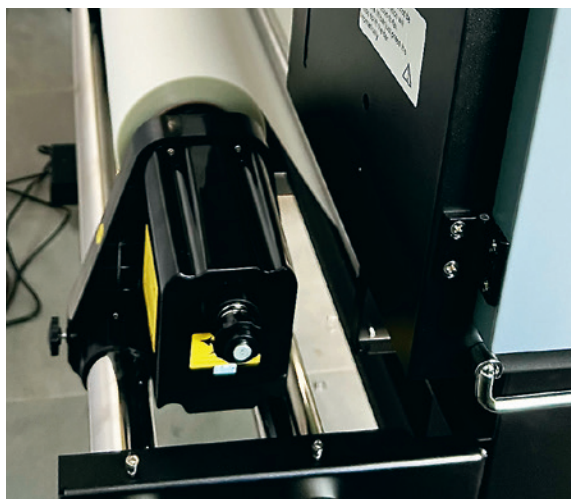
Масса принтера — **154 кг**



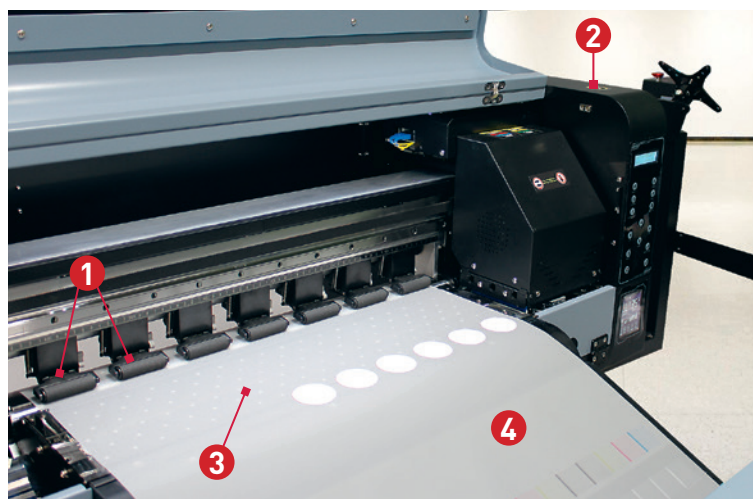
который прилипает только к липким чернилам на запечатанных участках. Слово «шейкер» используется в названии этого послепечатного устройства, потому что небольшая пластиковая «колотушка» стряхивает с полотна лишний порошок.

Затем приходит черёд «сушки» — плёнка с изображением проходит под электрическими нагревателями (часто называемыми «тэнами»), которые нагревают поверхность материала примерно до 120 °С. Благодаря этому, во-первых, чернила окончательно закрепляются на пластике, во-вторых, прилипший к изображению клеевой порошок плавится, а после охлаждения образует на картинке твёрдую плёнку. Полученная плёнка сматывается в рулон, хотя при необходимости её можно сразу порезать на отдельные листы.

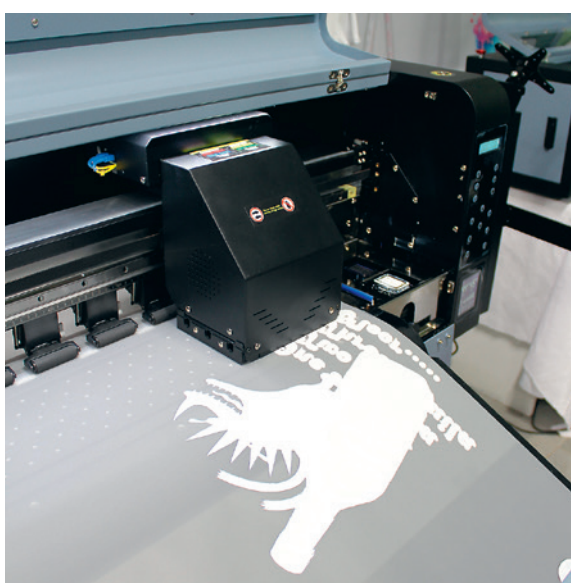
Ну а потом происходит то, ради чего всё это и было затеяно: перенос изображения на различные материалы, чаще всего — текстильные (как натуральные, так и синтетические). Нужная картинка вырезается и переносится на материал (а чаще — на готовое текстильное изделие) с помощью термопресса и многоразовых тефлоновых подложек (между плёнкой и нагревательной плитой). При этом температура составляет около 150 °С. Через несколько минут клей расплавится и картинка будет надёжно закреплена на ткани, а оставшуюся плёнку, которая была её носителем, можно просто выбросить. При этом вовсе



Размотка рулона снабжена электроприводом



1 — прижимные ролики на Prestige DTF XL2 такие же, как на младшей модели, но расположены они несколько ближе друг к другу;
2 — кнопка для одновременного подъёма всех прижимных роликов;
3 — рабочий стол принтера подогревается и оснащён вакуумным прижимом, который создаётся встроенными вентиляторами;
4 — стол, соединяющий принтер и сушику-шейкер, тоже имеет подогрев

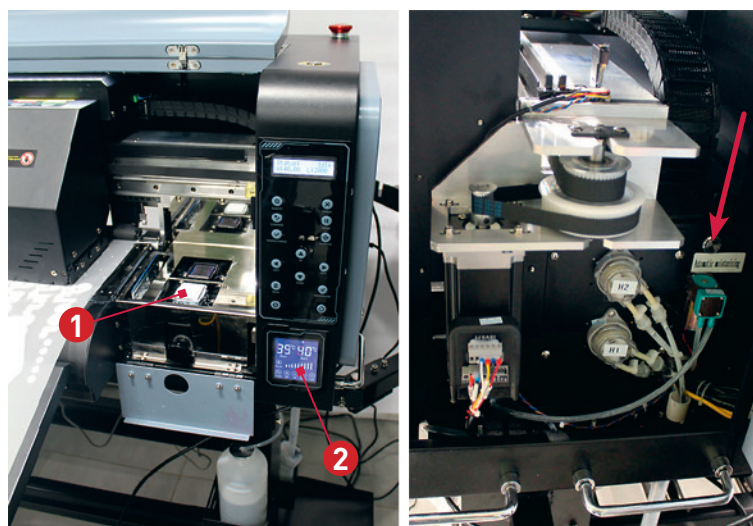


Разумеется, изготовление «переводных» картинок требует наличия белых чернил: они создают фон, на котором и лежит итоговое изображение. Печать, правда, производится в обратном порядке: сначала на плёнку наносится цветное изображение, которое затем закрывает белая плашка.

Правда, на белом материале можно обойтись и без белых чернил, но даже в этом случае печать по специально созданному фону выглядит, как правило, лучше

не обязательно вырезать картинку точно по контуру: там, где не было никакого изображения, на ткань ничего и не прилипнет.

Конечно, есть и другие способы нанесения изображения на текстильные материалы. Каждый из них имеет свои преимущества и свои недостатки. Что касается DTF-технологии, то она позволяет получить яркие и гибкие изображения, которые, будучи перенесёнными на предметы одежды, не раздражают тело, не ломаются. Отсутствие запаха и вредных выделений позволяет использовать этот способ печати даже для детской одежды. Также поставщики обещают неплохую устойчивость к стиркам — не менее 40–50 раз.



На фото слева показаны капли (1), на которых останавливаются печатающие головки, когда принтер не занят работой.

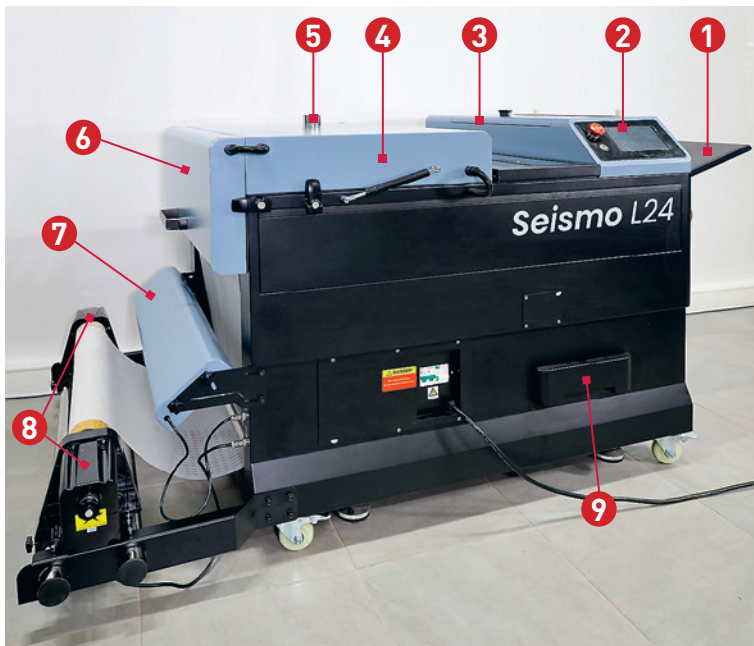
Подогрев рабочей зоны оператор контролирует с помощью небольшого, но хорошо видимого экрана (2)

На фото справа стрелкой показана кнопка, нажатием которой оператор при необходимости увлажняет припаркованные печатающие головки

Важный момент: от печати до переноса изображения может пройти несколько лет. А это значит, что типография или рекламно-полиграфическая компания, владеющая технологией DTF-печати, может использовать её как для немедленного переноса на те или иные изделия, так и на продажу для внешних потребителей, которые могут находиться даже в другом городе. Таким образом, можно найти покупателей там, где ещё нет DTF-комплексов.

Конструкция

Лоро — это комплекс, состоящий из принтера **Prestige DTF XL2** и шейкера-сушки **Seismo L24**. Самое заметное отличие нового комплекса —



Намотка готовой запечатанной плёнки.

- 1 — стол, соединяющий принтер и шейкер-сушку, с изменяемым углом наклона;
- 2 — пульт управления устройством;
- 3 — люк для засыпки порошка;
- 4 — первый модуль с нагревателями;
- 5 — второй модуль с нагревателями;
- 6 — вытяжка;
- 7 — блок охлаждения с вентиляторами для охлаждения запечатанной плёнки перед намоткой в рулон;
- 8 — намотка готовой запечатанной плёнки;
- 9 — лоток для сбора порошка

разумеется, вдвое большая рабочая ширина и, соответственно, увеличенная производительность (до 9,5 м²/ч). Но достигнуто это не за счёт простого масштабирования: изменилась и конструкция как принтера, так и сушики-шейкера для послепечатной обработки.

Даже чисто зрительно машина с рабочей шириной 60 см гораздо солиднее младшей модели: принтер имеет собственные «ноги» с колёсиками, также и сушка-шейкер имеет колёса, в то время как предыдущая модель просто устанавливалась на столе.

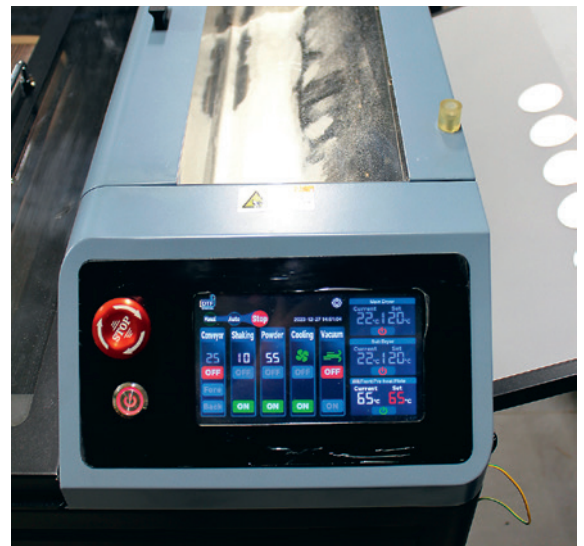
Если принтер Prestige R2 DTF был оснащён двумя печатающими головками Epson XP600, на принтере Prestige DTF XL2 установлены две печатающие головки **Epson i3200**.

Более доступные по цене XP600 предназначены в основном для работы с малыми и средними тиражами, а i3200 устанавливаются на гораздо более серьёзное оборудование промышленного уровня, в том числе широкоформатное. Они более надёжны, имеют высокий ресурс и более высокую скорость печати.

На Prestige DTF XL2 одна из печатающих головок служит для печати цветными чернилами, а вторая целиком предназначена для работы с белыми чернилами — для них использовано сразу четыре чернильных канала.

Послепечатная обработка

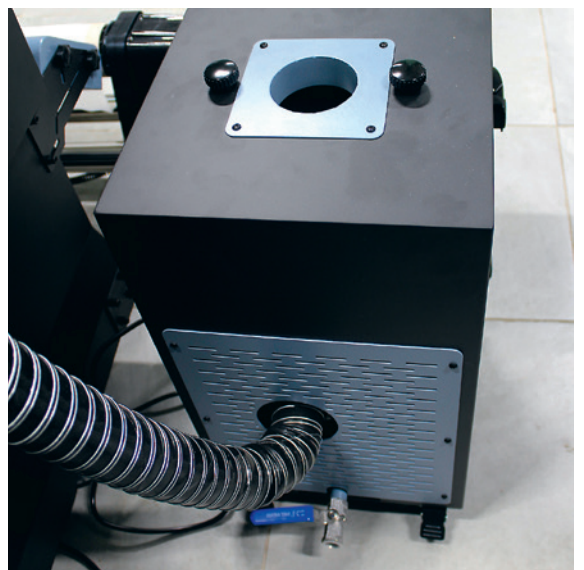
Высокая скорость печати принтера требует и соответственной производительности со стороны послепечатного модуля. Обработка запечатанной плёнки в DTF-комплексе Лоро происходит в шейкере-сушке **Seismo L24**.



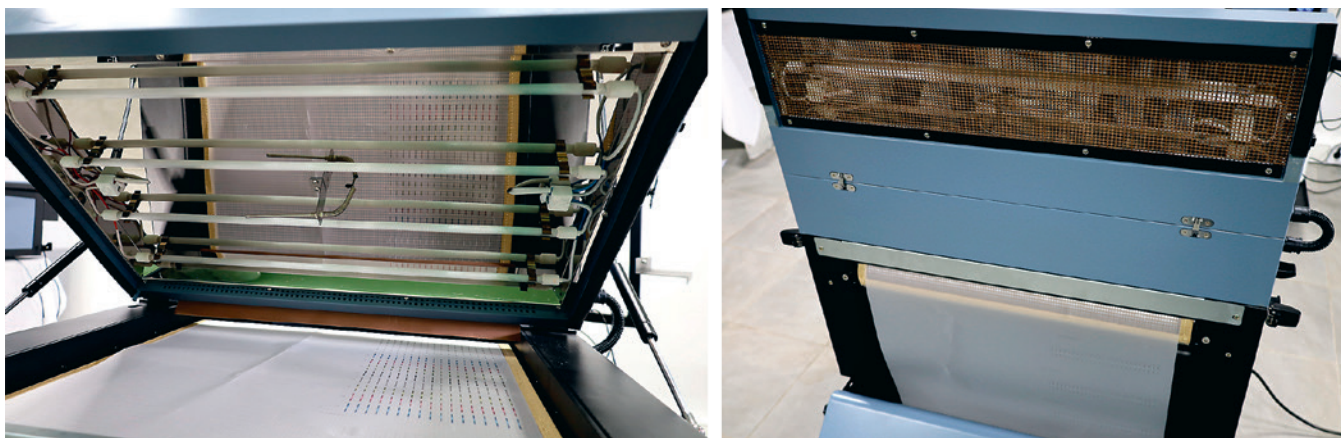
Управление сушикой-шейкером осуществляется с помощью цветного сенсорного экрана. Выше пульта виден люк, через который засыпается порошок



Клеевой порошок, не прилипший к изображению, попадает в специальный лоток, из которого оператор снова высыпает его в шейкер



Сушка оснащена фильтром. Кран внизу служит для отвода конденсата, который образуется из пара, выделяющегося при нагреве гигроскопичного клеевого порошка



Электрические нагреватели на Siesmo L24 помещаются в двух отдельных модулях.

Запечатанная плёнка движется под нагревателями по конвейеру в виде жаропрочной сетки. Чтобы плёнка плотно лежала на этой сетке, под ней создаётся вакуум. Это не только предохраняет запечатанный пластик от соприкосновения с раскалёнными докрасна тэнами, но и облегчает работу оператора: при запуске тиража ему не приходится тянуть плёнку до самого намотчика, достаточно дотянуть передний край до сушки, и вакуум «прихватит» её



Перед намоткой находится модуль охлаждения с вентиляторами: запечатанный пластик и клей надо охладить, чтобы слои в рулоне не слиплись



Ёмкости снабжены сигнализацией уровня чернил и краниками, которые позволяют выборочно промывать те или иные печатающие головки, не расходуя зря чернила на других каналах. В ёмкости для белых чернил имеется ещё и мешалка, которая препятствует оседанию белого пигмента

Расходные материалы

Что касается чернил, то на DTF-комплексе Loro используются те же самые, что и на младшей модели, то есть чернила **SuperNOVA** от ГК «РУССКОМ».

Этот поставщик предлагает и прочие материалы, необходимые для данного технологического процесса: ПЭТ-плёнку и клеевой порошок.

Большинство клиентов предпочитает матовую плёнку: в этом случае итоговое изображение на текстильных изделиях также получается матовым, что, очевидно, делает его привлекательнее для конечного покупателя.

Что касается клея, то «РУССКОМ» предлагает универсальный порошок белого цвета, который одинаково хорошо подходит как для светлых, так и для тёмных материалов и изделий. Это избавляет оператора от необходимости менять клей при переходе со светлого материала на тёмный и наоборот.

На складе поставщика в Москве всегда имеются в наличии как основные расходные материалы, то есть чернила, плёнка и клей, так и вспомогательные: фильтры, палочки и салфетки для чистки печатающих головок и т. д. Есть на складе и сами печатающие головки.

Заключение

«РУССКОМ» предлагает варианты для тех, кто считает, что он ещё немного не дорос до этого уровня или, наоборот, уже перерос его.

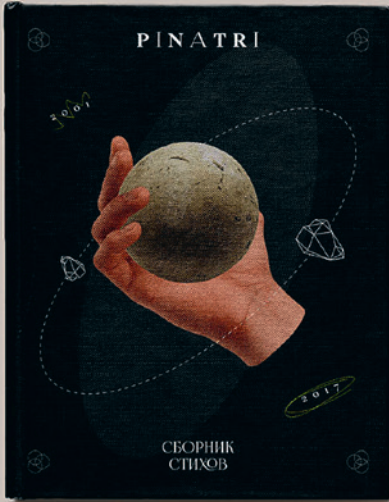
С одной стороны, можно приобрести под заказ модель с рабочей шириной 45 см (печатающие головки при этом будут те же, что у старшей модели, то есть Epson i3200).

С другой стороны, можно приобрести модель, практически неотличимую от Galaxy, но имеющую не две, а четыре печатающих головки, что, естественно, резко повысит производительность: до 19 м²/ч (при печати в 6 проходов) или 15 м²/ч (при печати в 8 проходов).

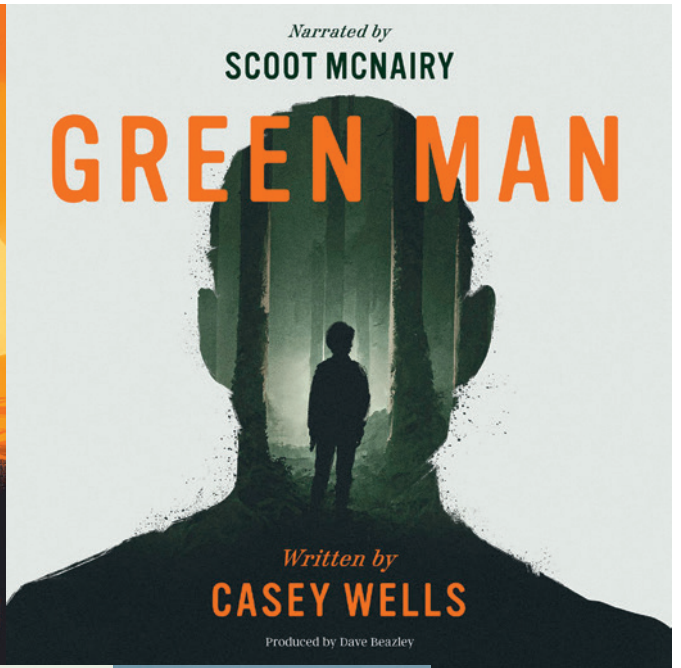
Таким образом, DTF-семейство Loro пригодится многим типографиям и РПК, желающим диверсифицировать свою деятельность, а при расширении производства у них будет выбор: можно как расширять парк оборудования, так и менять старый комплекс на более производительный. При этом работникам не придётся привыкать к технике другой марки. ▣



369



Изящное оформление сборника стихов **Сергея Соколовского «Книга Пинатри»** с коллажами, линейными иллюстрациями, винтажными текстурами и динамичной экспериментальной вёрсткой.



371

Серия альтернативных киноафиш к известным фильмам, созданная польским дизайнером Михалом Краснопольским.





371



Ребрендинг британской марки томатных соусов и приправ Isle of Wight Tomatoes.

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ШИРОКОФОРМАТНЫЕ ПРИНТЕРЫ ДЛЯ СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ

SMART-T
www.smart-t.ru

ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР

для многопрофильных РПК
и швейных производств

скорость печати

до 363 м²/час

4 модели
в наличии
в шоуруме

Самые
передовые
печатающие
головки
Epson i3200



GZ
GONGZHENG



Читайте десятки историй
инсталляций на нашем сайте



Компания Смарт-Т является
официальным дистрибьютором GongZheng
в России и странах СНГ

GongZheng Apsaras G4-H

Юрий Захаржевский



Apsaras G4-H

Разработчик: GongZheng

Оценка: ★★★★★

Заключение: сочетание производительности, простоты эксплуатации, качества печати и надёжности делает этот принтер хорошим выбором для предприятий, специализирующихся на цифровой печати по ткани для изготовления одежды, предметов интерьера, рекламных конструкций.

Рекомендуемая цена: 21 900 долл.

Летом 2023 года в России появился в продаже широкоформатный струйный принтер **GongZheng Apsaras G4-H** для печати сублимационными чернилами. Сублимационная термотрансферная печать является непрямым способом печати: специальные чернила наносятся сначала на сублимационную бумагу. Эта бумага впитывает чернила для последующего переноса красителей на текстиль.

Перенос изображения с бумаги на текстиль происходит с помощью термопресса или, для рулонных материалов, термокаландра.

Принтеры GongZheng Apsaras G4-H имеют по четыре печатающих головки **Epson i3200**. Если быть точными, то это головки модели Epson i3200-A1. Индекс A1 означает, что данная печатающая головка предназначена именно для водных чернил.

В свою очередь, индекс H в названии принтера означает, что это сублимационный принтер для печати по бумаге (есть ещё вариант P — для прямой печати по ткани).

Чернила для данного принтера предоставляет его производитель, то есть GongZheng. Он, естественно, подобрал чернила, наилучшим образом подходящие именно для его оборудования. Они сертифицированы по стандарту OEKO-TEX международной ассоциации исследований и испытаний в области экологии текстиля и кожи.

GongZheng Apsaras G4-H предлагается в двух цветовых конфигурациях: он может печатать как обычной «триадой», так и в восемь цветов. В этом случае к цветам CMYK добавляются флуоресцент-

Числа и возможности

Макс. скорость печати — **168 м²/ч**

Макс. разрешение — **2400 dpi**

Объём капли — **3,8–9,4 пл**

Цветовая конфигурация — **CMYK/CMYkY¹fPink²fBlue³fGreen⁴**

Макс. ширина рулона/печати — **1900/1950 мм**

Плотность сублимационной бумаги — **35–100 г/м²**

Макс. диаметр рулона — **300 мм**

Электропитание — **220 В**

Макс. потребляемая мощность принтера — **1500 Вт**

Макс. потребляемая мощность сушки — **7700 Вт**

Масса — **525 кг**

Компания **GongZheng Group** была основана в 1997 г. и с самого начала фокусировалась на исследованиях и разработках в области цифрового печатного оборудования и предназначенных для него чернил. Завод компании расположен на двух производственных площадках: в промышленной зоне в провинции Чжэцзян (90 тыс. квадратных метров промышленных и офисных площадей) и в Шанхае (40 тыс. квадратных метров). В цехах установлено более десятка современных производственных линий. Каждое изделие проходит строгий контроль качества: предприятие сертифицировано по международным стандартам OHSAS и ISO.

В GongZheng работает отдел НИОКР с большим штатом инженеров высокой квалификации. Его работа позволила компании получить более 50 патентов на изобретения.

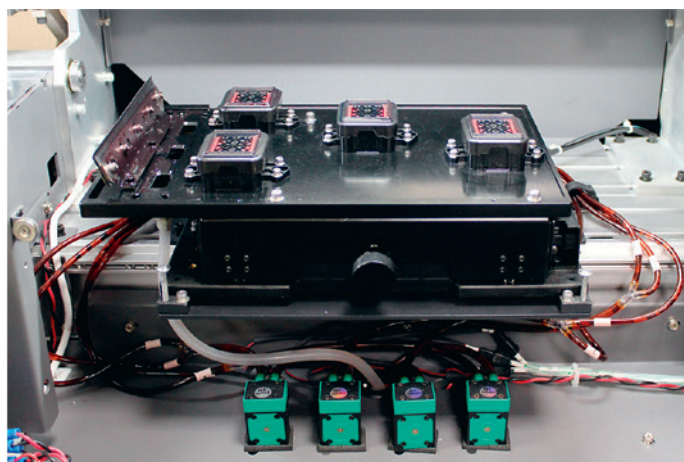
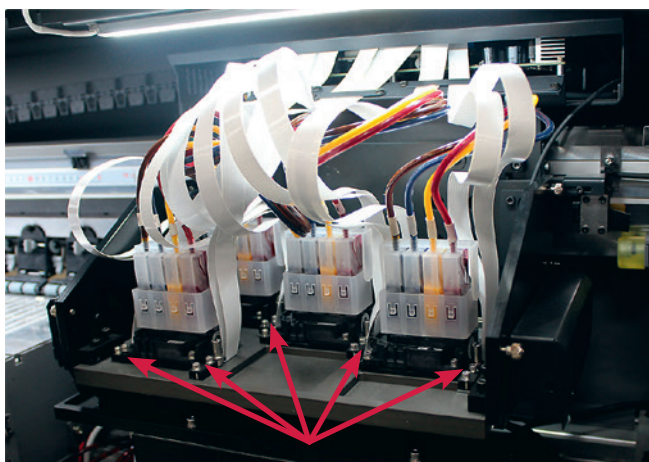
На производстве GongZheng присутствуют штатные представители производителя электроники, которые могут подрегулировать необходимые настройки.

Серьёзный подход к качеству комплектующих и расходных материалов позволил компании выйти в лидеры по объёму продаж, причём доля экспорта составляет около 50%. Через дистрибьюторскую сеть продукция компании продаётся более чем в 60 странах.

¹ Флуоресцентный жёлтый. ² Флуоресцентный розовый.

³ Флуоресцентный синий. ⁴ Флуоресцентный зелёный.





На фото каретки стрелками показаны винты, которыми можно механически регулировать положение печатающих головок. Парковка и чистка на GongZheng Apsaras G4-H производится автоматически

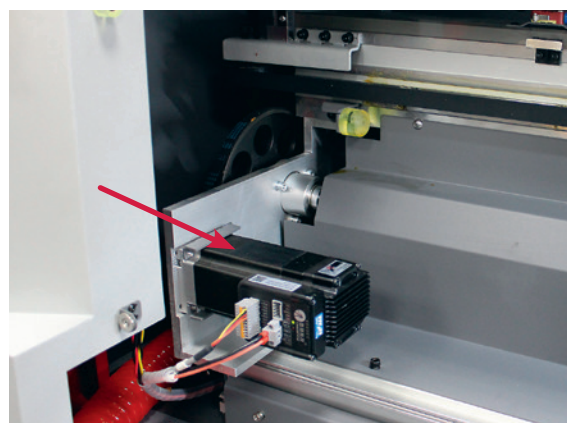


Размотка и намотка рулонов сублимационной бумаги происходит с одной стороны — «со спины», так что между принтером и стеной должно быть достаточное расстояние для прохода оператора с рулоном.

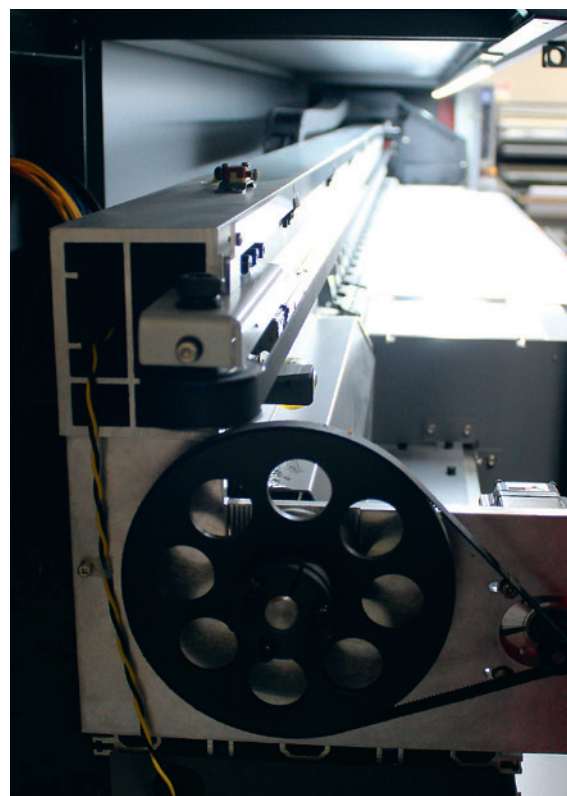
Один из валов системы намотки устроен таким образом, что при вращении разглаживает бумагу.

Трёхдюймовые втулки крепятся на валах с помощью пневматики (компрессор в комплект не входит)

ные: жёлтый, розовый, синий и зелёный. Использование дополнительных цветов, разумеется, делает отпечаток на бумаге и готовый продукт ярче (особенно при правильном подходе со стороны дизайнера). Однако это вдвое снижает скорость печати, так что надо заранее решать, что для вас актуальнее: производительность или возможность выпуска эксклюзивной продукции. Конечно, решить эту дилемму гораздо проще, если в типографии несколько однотипных принтеров: в этом случае можно позволить себе дополнительные цвета на одном из принтеров, практически не рискуя получить проблемы с задержкой тиражей.



Стрелкой указан серводвигатель, вращающий вал для подачи материала. Такой же двигатель отвечает за движение каретки

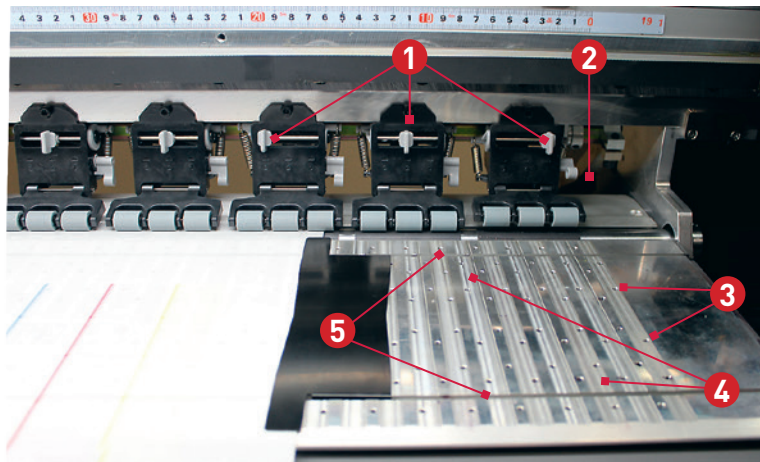


Каретка движется по массивной алюминиевой балке с внутренними перемычками, которые ещё более увеличивают её жёсткость



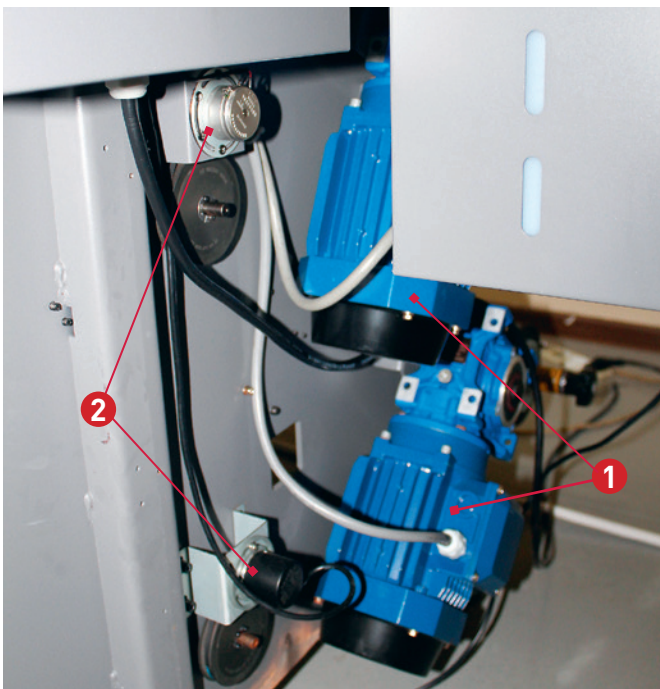
к содержанию





Прижимные ролики установлены на рабочем столе GongZheng Apsaras G4-H практически вплотную.

- 1 — переключатели на каждом ролике могут находиться в трёх положениях: так регулируется сила прижима;
- 2 — рычажок на каждом ролике позволяет поднять его над бумагой;
- 3 — отверстия вакуумной системы рабочего стола, которая не позволяет бумаге коробиться при печати;
- 4 — фрезерованные углубления на рабочем столе помогают сохранять ровной поверхность бумаги, когда она пропитывается чернилами;
- 5 — углубления на рабочем столе, по которым оператор с помощью ножа отрезает запечатанный материал



Большие электродвигатели (1), вращающие валы для перемотки запечатываемого материала, управляются с помощью энкодеров (2), что помогает синхронизировать процессы печати и протяжки полотна



После печати запечатанная сублимационная бумага проходит под сушкой с максимальной потребляемой мощностью 7700 Вт и вентиляторами

Программно-компьютерное обеспечение

Для связи GongZheng Apsaras G4-H с компьютером служит высокоскоростной Ethernet-интерфейс. Внутри принтера передача данных к печатающей головке происходит по оптическому кабелю.

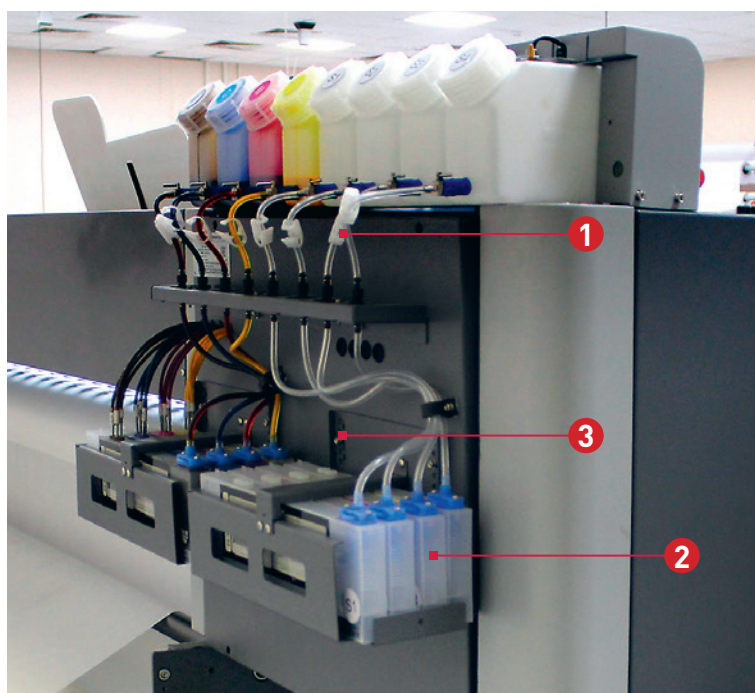
В качестве RIP используется **NeoStampa**. При цветodelении это ПО старается максимально использовать информацию о цветах, содержащуюся в RGB-файлах, что позволяет получить на отпечатке более яркие цвета.

Также среди преимуществ этого RIP — возможность пользоваться дополнительными цветами,

что будет актуальным в случае с восьмицветным GongZheng Apsaras G4-H.

Производительность

Согласно заявленным техническим характеристикам, максимальная скорость печати у данного принтера составляет 168 м²/ч. Однако при тестировании максимальная скорость, которую показывал «спидометр» принтера, была даже выше: до 250 м²/ч! И этот результат был показан даже не при максимальной ширине печати (ширина запечатываемого сюжета — 150 см, в то время как максимально возможная ширина печати — 195 см),



Два варианта чернильных ёмкостей на GongZheng Apsaras G4-H: для четырёхцветного и для восьмикрасочного варианта. В первом случае ёмкости содержат около 4 л чернил, во втором — 1,2 л.

1 — устройство, которое механически перекрывает канал подачи чернил;

2 — промежуточные ёмкости с регулировкой уровня чернил;

3 — «гребёнка», позволяющая перемещать промежуточные ёмкости на несколько сантиметров вверх и вниз: благодаря этому можно тонко настраивать давление чернил в соплах. Это может пригодиться, например, при установке разных принтеров в разных географических зонах, на разной высоте над уровнем моря, что влияет на атмосферное давление

которая необходима, чтобы широкоформатный принтер мог продемонстрировать максимальную производительность.

Разумеется, этот результат достигается не без оговорок. Во-первых, при такой скорости печать ведётся всего в один проход, её разрешение составляет 300×600 dpi, а работа идёт в режиме без «размытия», при котором у струйной печати возможны проблемы с полошением.

Во-вторых, надо помнить о специфике сублимационной печати как печати с промежуточным носителем. При такой производительности один каландр не справится с переработкой всей запечатанной принтером сублимационной бумаги.

В-третьих, у сублимационной печати есть и другие особенности. Конечный клиент, который заказывает печать по текстилю, зачастую не интересуется точным воспроизведением мелких деталей. Поэтому разрешение печати 360×1200 dpi является, как правило, вполне достаточным, хотя технически на данном принтере можно печатать и с более высоким разрешением.

Что действительно волнует клиента — так это возможность печати ярких сюжетов с плотными заливками. Для этого надо, чтобы сублимационная бумага впитала в себя как можно больше чернил. А количество чернил зависит как от толщины бумаги, так и от технических возможностей самого принтера.

При печати в один проход на максимальной скорости четыре печатающие головки не могут пропу-



В качестве материала станины у принтера GongZheng Apsaras G4-H выступают вертикально расположенные листы стали толщиной 5 мм. Тяжёлая, жёсткая рама уменьшает величину вибраций при работе, что улучшает качество печати и в то же время уменьшает износ деталей принтера

стить через себя достаточно большое количество чернил, чтобы напечатать яркое изображение. Тут, кстати, можно упомянуть, что у рассматриваемого нами принтера есть старшая модель — GongZheng Apsaras G5, у которой печатающих головок восемь, то есть вдвое больше. На нём, разумеется, производительность будет совсем иной.

Очевидно, производитель выбрал в качестве максимальной скорости для GongZheng Apsaras G4 величину 168 м²/ч, так как разработчики посчитали, что не стоит обещать клиентам скорость, на которой они смогут печатать далеко не каждый сюжет.

При печати в два прохода с разрешением 360×1200 dpi скорость составила до 135 м²/ч.



к содержанию





В режиме печати в три прохода с разрешением 360×1800 dpi максимальная скорость уменьшилась до 95 м²/ч.

Все эти показатели актуальны для принтера, который печатает в четыре краски. Если клиент выберет восьмикрасочную конфигурацию с дополнительными цветами, скорость печати будет в два раза меньше.

Качество печати

Для тестирования был использован синтетический материал сатен⁵ плотностью 183 г/м², а для переноса изображения — сублимационная бумага плотностью 45 г/м². Перенос изображения с бумаги на ткань производился с помощью термокаландра TitanJet K1-40-160.

Также не стоит забывать о зависимости качества изображения на ткани от толщины и качества сублимационной бумаги.

Экономика

Однако более толстая бумага имеет более высокую цену. Так что на практике исполнителю и клиенту может понадобиться искать компромисс между качеством печати и её себестоимостью.



Как видно на снимке, довольно яркое, сочное изображение хорошо получилось после переноса на ткань как при печати в один проход, 250 м²/ч (образец сверху), так и при печати с практически максимальным качеством в три прохода, 95 м²/ч (внизу). Разница между «картинкой» при разном количестве прогонов есть, но незначительная и разглядеть её достаточно сложно.

Учитывая большую разницу в скорости печати (в несколько раз), в большинстве случаев имеет смысл выбрать именно скоростной режим

Что касается чернил, то оригинальные сублимационные чернила цветов CMYK, поставляемые GongZheng, стоят 3200 рублей за один литр или 15 500 рублей за 5 литров.

При тестовой печати был использован яркий и плотный сюжет форматом 150×150 см. Расход чернил определялся по показаниям управляющего ПО.

При печати в один проход было израсходовано 7 мл чернил всех цветов: больше в один проход четыре печатающие головки просто не пропускают. При печати в два и три прохода — 9,4 и 9,7 мл соответственно.

В любом случае расход на печать сюжета площадью более двух квадратных метров составляет менее 30 рублей. Пожалуй, больше внимания пользователи будут уделить не расходам на чернила, а расходам на сублимационную бумагу.

Стоимость самого принтера, как отмечено выше, составляет 21 900 долл.

Заключение

Первые два принтера GongZheng Apsaras G4-N были установлены в России ещё в августе прошлого года: в Казани и Набережных Челнах. А на конец года количество инсталляций этого принтера превысило два десятка.

Этот принтер является хорошим выбором для предприятий среднего размера, которые желают расширить свои возможности и масштабы производства. □

⁵ Не путать с сатином — материалом из хлопка или шёлка.

Суан-огонёк 2023

27 декабря 2023 года журнал Publish провёл новогодний прямой эфир «Суан-огонёк 2023». В ходе его участники смогли поделиться своим видением состояния отрасли, а также сделали прогнозы на будущее.

Комьюнити-менеджер бизнес-сообщества Rosupack Connect Екатерина Дьяконова

поделилась итогами прошедшего года и рассказала о планах на будущее. Екатерина напомнила, что ITE GROUP занимается организацией отраслевых мероприятий и работает в России уже более 30 лет. В 2023 году компания запустила восемь онлайн-бизнес-сообществ, целью которых стало объединение отраслей выставок ITE GROUP. Помимо тематических выставок, коллегам по профессии необходимо взаимодействовать на постоянной основе, общаться, делиться новостями, продвигать свои товары и услуги. И одно из сообществ — Rosupack Connect сложилось на основе выставок ROSUPACK и PRINTECH. Участниками сообщества могут быть не только компании из России, которых уже более 500, уже сейчас к бизнес-платформе присоединились компании из Ирана, США, Турции, Индии, Китая.

Екатерина наглядно показала и объяснила функции Rosupack Connect, методы работы и виды использования платформы для общения и публикации новостей её участниками. В 2024 году бизнес-сообщество планирует предложить всем участникам рекламный кабинет. Сейчас все функции бизнес-сообщества доступны участникам на бесплатной основе.

Основательница типографии «Кредо Принт» Анастасия Ивченко

отметила, что она уже 11 лет занимается рекламной полиграфией, наружной рекламой, сувенирной продукцией. В течение последних трёх лет Анастасия вела в соцсетях видеоблоги на тему дорепечатки графических дизайнеров, которые выросли в онлайн-школу. В ней учат создавать полиграфические проекты с учётом новейших технологий и материалов. Неожиданным событием для компании был уход ключевого сотрудника одного из направлений работы. Но любое негативное событие освобождает ресурс для его понимания, и решение проблемы, наоборот, привело к очередному росту в компании.



Полное видео прямого эфира смотрите на нашем Youtube-канале.



Анастасия также заметила, что упаковка стала одним из самых перспективных направлений и «Кредо Принт» в 2023 году начала осваивать эту нишу. К личным достижениям Анастасия отнесла приглашение её в качестве преподавателя в Московский политехнический университет.

Заместитель коммерческого директора «Смарт-Т» Татьяна Тюрина

рассказала, что основной тенденцией прошедшего года стал уход всех европейских поставщиков из российского рынка и поворот в сторону азиатских: китайских и корейских брендов. И оказалось, что азиатские производители не стояли на месте: китайские и корейские технологии уже во многом превосходили европейские по качеству. Поэтому компания как была, так и остаётся с выбором самых лучших премиум-поставщиков. Новое оборудование приходится тщательно тестировать, поэтому расширился демозал — с 500 м² до 850. Этот глобальный поворот был осуществлён не без помощи компании «Ковчег», которая была основана в 2018 году и занималась закупкой и продвижением китайского оборудования. И за пять лет очень хорошо внедрились в конкурентную среду, что в свою очередь стало спасением для «Смарт-Т», которая специализировалась на оборудовании японской Mimaki. Это было сложно, потому что надо было поменять и психологию менеджеров, и техническое обслуживание, потому что все привыкли к Европе, к Японии, которые обеспечивали прекрасную техническую поддержку и обучение: Китай в этом плане ещё немного отстаёт. Поэтому пришлось приглашать достаточно часто партнёров-поставщиков из Китая и Кореи, чтобы они смогли провести дополнительные тренинги для инженеров компании.

Татьяна также заметила, что одним из новых направлений работы стала поставка и продажа цифровых промышленных принтеров и финишного оборудования для изготовления этикеток и гибкой упаковки.



к содержанию



Сессия вопросов и ответов

Каким образом компании могут помочь в оснащении учебных заведений современным технологическим оборудованием для обучения студентов?

Татьяна Тюрина, «Смарт-Т», поделилась опытом своей компании: у них проходили производственную практику студенты из Российского государственного университета им. Косыгина. В этом году «Смарт-Т» открывает представительство на базе Ивановского государственного политехнического университета. Там уже стоит оборудование: сублимационный принтер Mimaki и каландровый термопресс. Теперь его планируется дополнить раскроечным комплексом, разного рода сублимационными машинами, текстильной машиной для прямой печати. Представительство компании будет использовать демозал для продвижения, но и в то же время студенты будут иметь возможность проходить обучение с использованием её оборудования.

Что бы вы делали, если бы Китай был под санкциями?

Александр Иванов уверен, что тогда европейское и американское оборудование шло бы через Среднюю Азию — Казахстан и Киргизию — в виде серого импорта. Лариса Данилова считает, что по расходным материалам помимо Китая есть ещё и Корея, и Вьетнам, и ещё какие-то небольшие страны, но полностью Китай заменить было бы нечем.

Что же должно произойти, чтобы предприятия полиграфической отрасли и учебные заведения начали договариваться в вопросе подготовки кадров?

Александр Иванов полагает, что отрасль живёт в своей реальности, а учебные заведения живут — в своей. И решение этого вопроса — уровень государственной политики. Договориться без государственной поддержки пока что нереально. Если государство развернётся в сторону практико-ориентированного подхода в обучении и начнёт менять дальше политику, чтобы учебные заведения работали для отрасли, а не сами для себя, то эффект будет. А так: какие рычаги влияния на учебные заведения есть у отрасли? Никаких.

В 2024 году, по мнению Татьяны, развитие экономики и бизнеса будет ещё большим, потому что уход западных конкурентов способствует развитию внутреннего рынка, а поддержка государства очень заметна в виде выделения грантов и площадей под организацию производства.

Марсель Шарифуллин (НИУ «Высшая школа экономики») представляет одну из ведомственных типографий, которые, по отзывам коллег, в большинстве своём убыточны. Однако Марсель поделился успехами своей работы: рост прибыли после пандемии был по 30–40% каждый год. А за последние два года типография стала производить более широкий ассортимент продукции: копировальные работы, брошюры, широкоформатная печать, печать на твёрдых сувенирных изделиях и сложная упа-

ковочная продукция. Также в 2023 году было куплено много нового оборудования, которое требует грамотной установки и наладки, поэтому и планы на 2024 год очень большие.

Председатель клуба директоров цифровых типографий, профессор Александр Иванов

поделится итогами уходящего года. По его мнению в 2023 году произошёл серьёзный рост сегментов этикетки и упаковки, а также различного рода продукции для маркетплейсов. С технологической стороны виден рост струйной печати. Конечно же, качество последней пока не дотягивает до идеала, по словам Александра, однако тенденция очень хорошая. Появился китайский ролевой офсет, и активно продаётся уже несколькими компаниями «книгопечатание» малых тиражей. Хотя, по данным Российской книжной палаты, спад за девять месяцев 2023 года по тиражам составил 18%, а по наименованиям — 12%, по сравнению с предыдущим периодом.

Кроме успехов обозначилась одна очень непростая проблема — отсутствие кадров. Для производства нужны уже даже не узкие специалисты (по подготовке файла к печати, переплётчики и т. д.), а просто те, кто готов работать и учиться. Это очень тревожный тренд, считает Александр Иванов. И причин тут несколько, но и вариантов решений — тоже. Одно из них — это повышение зарплаты, чтобы выдерживать конкуренцию с другими сферами экономики.

За прошедший 2023 год были решены очень многие вопросы со снабжением сырьём и расходными материалами в обход санкций. Да, всё стало стоить дороже, да, ценники растут, но процесс улучшений есть.

Прогнозы на 2024 год от Александра Иванова: это рост продаж на маркетплейсах, продажи на которых составили более заметный сегмент на рынке полиграфии. Дальнейшее развитие получит струйная печать упаковки и этикетки, а также — печать по текстилю.

Директор по маркетингу «ОктоПринт Сервис» Лариса Данилова считает, что в уходящем году сложилась сложная ситуация с расходными материалами. Те материалы (бумага, картон) и расходники, которые типографии привезли самостоятельно, начали заканчиваться, а европейские поставщики ушли практически полностью. По качеству материалов и расходников было очень много проблем, и в «ОктоПринт Сервис» пытались решать все эти зачастую очень разные вопросы.



Этот год прошёл под эгидой поставок из Китая, и, по мнению Ларисы, это большое счастье, что есть «китай», и «ОктоПринт Сервис» сейчас почти полностью перешёл на китайские поставки. Некоторые офсетные краски одного из поставщиков полностью соответствуют европейской колористике.

Одна из многочисленных проблем, с которой столкнулись в типографиях, — нехватка запасных частей и перебои с поставками печатного оборудования. Стало понятно, что одной технологической поддержки недостаточно, и теперь в штате есть три печатника-технолога.

В уходящем году «ОктоПринт Сервис» обновила практически всю линейку продуктов, т. е. нашлись практически все аналоги европейским поставщикам и европейским продуктам, поэтому 2023 год прошёл под эгидой обновления, несмотря на то, что компании исполнилось уже 20 лет.

Лариса с сожалением прогнозирует, что в следующем году проблемы с оборудованием и с его техническим обслуживанием обострятся ещё больше. Поэтому она призывает клиентов, партнёров, потребителей очень бережно относиться к оборудованию, выбирать только качественные продукты, качественную технологическую и техническую поддержку.

Заместитель генерального директора по продажам и маркетингу «Европапир» Владимир Данилов напомнил, что команда «Европапир» работает в России уже 20 лет и полностью сохранила всю свою инфраструктуру, увеличила количество складов. Появились планы на освоение и развитие новых регионов, в большей степени это касается Дальнего Востока и Сибири.

«Европапир» теперь поставляет мелованную бумагу и картон из Китая, добавились продукты, которых не было в линейке после ухода европейских производителей. Фактически в 2023 году удалось найти замену и успешно протестировать практически весь ассортимент специальных и дизайнерских бумаг, который был прежде, и теперь в компании представлено 14 новых коллекций. В конце этого года привезли самокопирующуюся бумагу, которую долго искали и тестировали, как и новые варианты самоклеящейся бумаги.

«Европапир» продолжил работу с Сыктывкарским ле-

сопромышленным комплексом, Светогорским ЦБК, группой «Илим». В частности, появилась новая линейка бумаг Cartblank Digi из Сыктывкара. Владимир отметил, что компания стремится обеспечить бесперебойное наличие продукции на складах, чтобы перерывы в выработках были минимальны и полиграфисты могли работать на качественных материалах.



Директор Print Store Арман Жумагалиев (Казахстан) отметил, что его компания занимается поставками оборудования и расходных материалов в регионе Центральной Азии. Суммарно известно о порядка более 1800 типографий всех видов на этом рынке. В 2023 году на рынке Казахстана и Центральной Азии произошли очень сильные изменения, и не в последнюю очередь из-за влияния России. Часть проблем решается за счёт Китая, часть — за счёт реэкспорта из Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана в Россию. В Print Store происходило много изменений. Компания стала представителем большого количества серьёзных брендов, были налажены поставки материалов из Европы, начали продавать тяжёлые флексографские машины. Сейчас среди приоритетов в работе компании помощь полиграфистам Центральной Азии в поиске всех тех материалов и оборудования, которые они раньше покупали в России.

Прогнозы полиграфистов на 2024 год, как всегда, более осторожны: они оглядываются на ситуацию в мире, страшатся новых изменений, но в любом случае покупают оборудование и расходные материалы, постоянно ездят на выставки, китайские в том числе. ■



oktoprint
SERVICE

www.oktoprint.ru

Расходные материалы
для полиграфии

20 ЛЕТ ВМЕСТЕ
ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!



ООО «ОктоПринт Сервис»

Головной офис: 143405, Московская обл.,
Красногорский р-н, п/о «Красногорск-5», Ильинское ш,
4 км, на территории ППК | +7 495 150 50 88 |
info@oktoprint.ru | www.oktoprint.ru



Флексо-счёт

Считаем себестоимость во флексографской печати — как?

Денис Ходанович

В предыдущей статье мы рассмотрели вопрос о расчёте себестоимости печатной продукции. Ниже приводятся основные формулы из предыдущей статьи.



Себестоимость печатной продукции (0) =

стоимость печати (2) + стоимость расходных материалов (1)

Стоимость расходных материалов (1) вычисляется простым сложением всех стоимостей материалов, которые планируется использовать при выполнении заказа, а именно: бумаги, печатных форм, краски, вспомогательных материалов.

Стоимость печати (2) = стоимость часа работы (3) × плановое время печати заказа (4)

Плановое время печати (4) заказа исчисляется отдельно для каждого тиража, исходя из длительности перенастройки на новый тираж и количества оттисков в час.

Стоимость часа работы (3) = стоимость владения (5) / время работы (6)

Стоимость владения печатной машиной (5) является суммой всех постоянных издержек, в том числе возврата инвестиций, обычно за год. Время работы (6) — это плановое время работы оборудования, обычно также за год.

А что с флексой?

Используя эти же формулы, рассчитаем себестоимость флексопечати. Для примера возьмём типографию, владеющую двумя единицами флексопечатного оборудования и одним станком продольного раскроя и перемотки материала.

Таблица 1. Оборудование типографии

Наименование	Стоимость, руб.	Доля, %
Печатная машина Gallus	12 000 000	22%
Печатная машина Donghang	30 000 000	56%
Перемотка	12 000 000	22%
ИТОГО	54 000 000	

Сумма постоянных издержек на предприятии, включающих в себя заработную плату, налоги, аренду, общепроизводственные расходы, — 2,5 млн рублей в месяц. Всё оборудование типографии каждый месяц должно зарабатывать как минимум эту сумму, более дорогое оборудование — большую долю из этой суммы.

Таблица 2. Распределение суммы постоянных затрат

Наименование	Доля, %	Сумма постоянных расходов, руб.
Печатная машина Gallus	22%	550 000
Печатная машина Donghang	56%	1 400 000
Перемотка	22%	550 000
ИТОГО		2 500 000

Расчёт возврата инвестиций проводится по формуле расчёта аннуитетных платежей. Можно воспользоваться функцией ПЛТ в Excel, в которой используются следующие значения ПЛТ (процентная ставка/12; количество месяцев платежей; сумма займа). Во всех вычислениях — процентная ставка 20%.

Таблица 3. Расчёт ежемесячной суммы возврата инвестиций

Наименование	Стоимость	Срок возврата, лет	Возврат инвестиций, руб.
Печатная машина Gallus	12 000 000	7	266 474
Печатная машина Donghang	30 000 000	7	666 186
Перемотка	12 000 000	7	266 474

Стоимость владения рассчитывается как сумма постоянных затрат, возвращаемых данным оборудованием, и возврата инвестиций. То есть это та минимальная сумма, которую оборудование каждый месяц должно зарабатывать для того, чтобы полностью покрыть постоянные издержки и вернуть инвестиции.

Таблица 4. Стоимость владения

Наименование	Постоянные расходы, руб.	Возврат инвестиций, руб.	Стоимость владения, руб.
Печатная машина Gallus	1 260 000	222 062	1 482 062
Печатная машина Donghang	640 000	132 469	772 469
Перемотка	100 000	37 164	137 164

Стоимость часа работы — это стоимость владения, делённая на плановое время работы оборудования.

Таблица 5. Стоимость часа работы на оборудовании

Наименование	Стоимость владения, руб.	Плановое время работы, час	Стоимость часа работы, руб./час	Заработная плата оператора, руб./час	Итого, руб.
Печатная машина Gallus	816474	360	2268	580	2848
Печатная машина Donghang	2066186	360	5739	580	6319
Перемотка	816474	360	2268	350	2618

В итоге получена стоимость часа работы на каждой единице оборудования. Далее произведено нормирование основных операций на оборудовании.

Таблица 6. Расчёт стоимости операции

Операция	Норматив	Стоимость
Печатная машина Gallus		
Общая настройка	0,5 час	1424 руб.
Настройка одной печатной секции	0,33 час	949 руб.
Производительность	1500 м/час	1,899 руб./м
Печатная машина Donghang		
Общая настройка	0,5 час	3160 руб.
Настройка одной печатной секции	0,25 час	1580 руб.
Производительность	3000 м/час	2,106 руб./м
Перемотка		
Общая настройка, час	0,5 час	1309 руб.
Производительность, м/час	18000 м/час	0,145 руб./м

Настройка печатной машины Gallus в сервисе «Делаем дело»

Статьи расходов +				
	Наименование	Значение (формула)	Условие применения	Себестоимость → Цена
	Исполнение	{Чистая длина флексо (70)}	Всегда	1,899 Р → 2,5 Р
	Краска	0,5*{Красочность лица <5>}*{Чистая длина флексо (70)}*{Ширина флексо (72)}/1000000	Всегда	2050 Р → 3000 Р
	Настройка секции	<Красочность лица <5>	Всегда	949 Р → 1100 Р
	Общая настройка	1	Всегда	1424 Р → 3000 Р

На основе полученных данных легко посчитать себестоимость любой продукции. В себестоимость печати также необходимо включить стоимость краски, печатного материала, химии, печатных форм и прочих сопутствующих прямых расходов, стоимость которых хорошо известна на каждом предприятии. В данной статье стоимость этих расходов не рассматривается, так как расчёт прямых расходов достаточно простой и не вызывает затруднений. Кроме того, как сами прямые расходы, так и нормы расхода могут сильно отличаться на каждом предприятии.

Таблица 7. Себестоимость этикетки, печать 4+0, длина полотна 6000 метров, печатная машина Gallus

Операция	Расчёт	Сумма
Печать, общая настройка		1424 руб.
Печать, настройка секции	4×949	3796 руб.
Печать, исполнение	1,899×6000	11394 руб.
Перемотка, настройка		1309 руб.
Перемотка, исполнение	0,145×6000	870 руб.
ИТОГО:		18793 руб.

Таблица 8. Себестоимость этикетки, печать 6+0, длина полотна 100 000 метров, печатная машина Donghang

Операция	Расчёт	Сумма
Печать, общая настройка		3160 руб.
Печать, настройка секции	6×1580	9480 руб.
Печать, исполнение	2,106×100 000	210 600 руб.
Перемотка, настройка		1309 руб.
Перемотка, исполнение	0,145×100 000	14 500 руб.
ИТОГО:		239 049 руб.

Таблица 9. Расчёт этикетки в сервисе «Делаем дело»

Технология	Себест.	Цена
Этикетка Тираж: 230000 штук; размер 60x60	78 441,00	94 054,00
Флексопечать БПГ акриловый клей (бумага самоклеящаяся), количество по раппорту 3, количество ручьев 3	45 990,00	51 968,70
Изготовление флексоформ Общая площадь 1909 кв.см.; печатных форм: 4	4 198,22	6 965,22
Изготовление штанцформы Общая длина ножей 2160 пог.мм	9 180,00	9 871,20
Печать Gallus Красочность 4; ширина полотна 200 мм; раппорт Z / 196,85 мм; чистая длина 5031 м; межэтикет 5,6167 мм. 5475 -- 5181; тек отходы 294 м. пог. *< Общая площадь материала 1095 кв.м.	18 899,29	24 613,46
Намотка на втулки Gallus В одной намотке: 12778 шт.; d рулона 396 мм; бобин: 18 шт.; направление размотки: Ручная; 76-ая втулка	172,80	334,80
Упаковка в коробки	0,00	300,00

Об авторе:
Денис Ходанович,
создатель системы управления предприятием «Делаем дело». Имеет 15-летний опыт работы в качестве директора типографии.



Выставка UPAKEXPO

Международная специализированная выставка упаковочного оборудования и готовых упаковочных решений под этим названием проводится впервые, хотя это всё та же знакомая нам упаковка. Ключевая идея UPAKEXPO — обмен профессиональным опытом и информацией по основным темам упаковочной отрасли. Ниже вы найдёте список экспонентов, которых мы отобрали как наиболее интересных для наших читателей.

тема! номера

«Армекс»

Автоматизация полиграфических предприятий на базе системы программ «1С: Предприятие»: разработка, внедрение и обслуживание систем автоматизации для крупных, средних и малых типографий — «1С: Полиграфия 2» и «1С: Полиграфия 2. Модуль для ERP». Предназначены для различных типов предприятий: офсетных и цифровых типографий (листовая и рулонная печать), книжно-журнальных и газетной печати, производств самоклеящейся этикетки и гибкой упаковки, гофроупаковки, полимерной упаковки, сувенирной полиграфии, пластиковых карт, сетей печатных салонов и копицентров.

82A15

«АРТОН»

Типография для производства упаковки. Большая база готовых штампов, широкий выбор специальных отделок продукции.

81C16

«Биком»

Производство и переработка промышленных самоклеящихся материалов.

81A21

«БлистерПром»

Производство различных видов упаковки из пластика: блистеры, коррексы, ложементы, упаковка flowpack. Используется для упаковки продукции сельского хозяйства, медицинской, косметической промышленности, кондитерского производства.

81B30

«ВИП-Системы»

Поставляет в Россию печатные машины для флексографской, офсетной и цифровой печати, допечатное и финишное оборудование, в том числе для маркировки, расходные материалы и запасные части, а также оказывает сервисную поддержку.

81A28

«Гофромир»

Разрабатывает и производит все виды гофрокартонной упаковки, а также любые конструкции по каталогу FEFCO и GALIA.

81A17

«Джи-Пак»

Занимается разработкой и производством комбинированной упаковки. Основное направление деятельности — производство пакетов из полипропиленовой плёнки с картонным основанием. Оригинальная упаковка для тортов и пирожных.

82C26

«Джингмода Рус»

Прямые поставки из Китая оборудования для производства бумажной посуды и упаковки — стаканчиков, тарелок, супниц, ланч-боксов, бумажных пакетов. Широкий спектр сопутствующего оборудования: бобинорезки, флаторезки, высечки, флексопечатные машины. Гарантия и сервисное обслуживание в России и СНГ.

81A30

«ИНТ»

С 2021 года компания занимается производством асептических упаковочных материалов: картон, бумага, пергамент, самоклеящаяся бумага и упаковки из них. На поверхности биоцидных материалов и внутри упаковки, изготовленной из биоцидных материалов, образуется асептическая среда, которая сдерживает размножение грибов и бактерий.

81A05

«Корпорация ЗНАК»

Интегратор и разработчик комплексных решений по автоматизации маркировки, аккредитованный ЦРПТ, технологический партнёр системы «Честный знак».

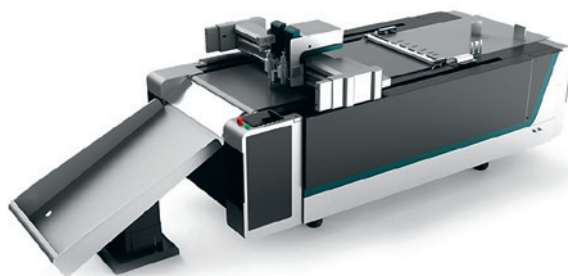
81A10

ТД «Крафт»

Производство упаковки, в том числе: плейсметов, коробок для пиццы, салфеток в коробке, влажных салфеток в индивидуальной упаковке, крафт-стаканов, бумажных трубочек, коробок для одежды, упаковочной бумаги, наклеек, бумажных наполнителей, сумок из спанбонда и др.

81A25

На стенде (81B21) «Нисса Дистрибуция» будет представлено оборудование:



- Планшетный режущий плоттер с автоподачей материала **AOL-1070 PAS 4** — компактная автоматизированная система для раскроя, фигурной резки, биговки и перфорации листовых и рулонных (опционально) материалов форматом до 1070×710 мм и толщиной до 6 мм.
- Струйный этикеточный принтер **VIPColor VP660** с шириной печати 51–216 мм и разрешением 1600 dpi на скорости до 305 мм/с.
- Фольгираторы **Amydor AMD3025** (планшетный с форматом печати 25×30 см), **AMD320** (для печати на атласной ленте шириной от 1 до 4 см) и **AMD360D** (рулонный с шириной печати 30 см).



к содержанию



НПО «КРИПТЕН»

Производство оптических защитных элементов для нанесения на упаковку, товар, документы, чтобы защитить их от подделки. Защитные голографические этикетки, пломбировочные голографические этикетки и пломбировочный скотч для защиты от несанкционированного вскрытия, защитные ламинаты, горячая фольга.

81С07

«Кропоткинский завод МиССП»

Производство и комплексные поставки технологического оборудования для автоматических линий розлива и упаковки продуктов в ПЭТ.

82А05

«Маркировка Плюс»

Официальный дистрибьютер UBS (Испания) на территории Российской Федерации. Занимается поставкой, обслуживанием и ремонтом оборудования для маркировки, кодировки и автоматизации упаковки. Принтеры-маркираторы высокого разрешения UBS Amlink для печати на гофрокартоне (коробке) любого типа информации: штрихкод, QR-код, рисунки, логотип, состав продукта, а также другие постоянные и переменные данные.

82С15

«Мегапак Принт»

Типография занимается производством этикеток, наклеек, термочечков, штрихкодов, QR-кодов и другой печатной продукции для бизнеса. Есть специализация на работе с корпоративными клиентами.

81С11

Московский Политех

Московский Политех — университет передовых технологий. Здесь готовят востребованных специалистов по разным направлениям. От инженеров цифрового производства и робототехнических систем до журналистов, маркетологов и бизнес-аналитиков.

83В04

«Нисса Дистрибуция»

Сеть компаний, охватывающая все регионы России, предлагает оборудование для оперативной и профессиональной полиграфии, изготовления упаковки, печати по ткани. Товары мировых брендов с многолетней репутацией.

81В21

«Нова-М»

Поставка широкого ассортимента клеев: клей-расплав для различных применений и клей для ламинирования.

81С13

«Национальная конфедерация упаковщиков» (НКПак)

Отраслевое объединение предприятий и организаций российской индустрии упаковки. Аналитика и информация в области производства и применения упаковки. Ключевое звено Подкомитета по развитию упаковочной и печатной индустрии ТПП РФ.

81С28

«НПФ ЛПК»

Производство бумажных пакетов и другой экоупаковки в Санкт-Петербурге

81С24

«Пермский Завод Упаковки»

Производство картонной продукции: шпули спирально-навивные, уголки защитные и бумажные пакеты. Применение гильзового и коробочного картона, а также мешочной и облицовочной бумаги.

81А18

«Полипринт»

Типография предлагает услуги по изготовлению гибкой упаковки и самоклеящейся этикетки: дизайн, допечатная подготовка, изготовление фотополимерных форм, флексографическая печать, изготовление трёхслойной полиэтиленовой плёнки для продуктов питания.

81В10

Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина

Готовит специалистов в сфере дизайна, текстильной и лёгкой промышленности.

83В02

ГК «РУССКОМ»

Группа компаний сотрудничает с крупнейшими мировыми брендами на правах эксклюзивного представителя в России в области широкоформатной, сольвентной, сублимационной и УФ-печати, ламинирования, производства пластиковых карт и лент с печатью.

81В06

ГК «Смарт-Т»

Поставщик оборудования для широкоформатной печати и послепечатной обработки: оборудование и ПО, предназначенные для предприятий индустриального сектора, текстильной и лёгкой промышленности, приборостроения и ВПК, рекламных производств.

81В23



тема ! номера

Выставка УРАКЕХРО 2024



«ТЕРЕМ»

Поставщик оборудования для производства гибкой и пластиковой упаковки, в том числе широкоформатных флексографских печатных машин, выдувных и плоскощелевых экструдеров, промышленных бессольвентных ламинаторов и бобинорезальных и пакетоделательных машин от производителей из стран Азии.

81B15

ГК «Терра Принт»

Поставщик оборудования для полиграфической и упаковочной отраслей таких марок, как Donghang, ZONTEN, FLORA, Sinomech, Brotech, Zonten, S-dai и др.

81B08

«Форинтек»

Продажа и обслуживание маркировочного и этикетировочного оборудования: каплеструйные и лазерные промышленные маркираторы, этикетировочные машины и автоматические аппликаторы, термотрансферные и полноцветные принтеры этикеток, принтеры для гибкой упаковки и упаковочных машин, блистерные машины, термотрансферная лента, чернила, растворитель. А также самоклеящиеся этикетки — «пустышки» и полноцветные — собственного производства.

82A04

DEBAO NewTop

Премиальное скоростное и высокоскоростное оборудование для производства бумажных стаканчиков, ведёрочек, чаш. Это высококачественное оборудование, конкурирующее по качеству с южнокорейскими и даже европейскими брендами, но при этом более доступное по цене.

81A30

ECI PACKAGING LTD

Упаковочное и технологическое оборудование для пищевой, фармацевтической, косметической и химической промышленности. Оборудование для упаковки в картон, гофрокороба, дойпак, саше, флоупак, обёртка и для производства соусов, майонезов, начинок, кремов. Сервис и запчасти.

82A06

FARACHAP

Упаковочное производство с иранскими корнями.

81B31

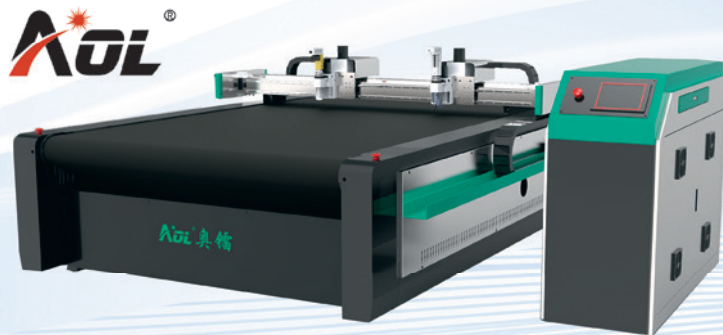
Publish

Журнал про бизнес в полиграфии: традиционную, цифровую и промышленную печать, дизайн и допечатную подготовку, бумагу и расходные материалы.

81C30

Изготовление упаковки

От одной коробки до промышленных тиражей



Широкоформатные режущие плоттеры AOL.
Конфигурации под любые задачи.



Автоматические ротационные высечные прессы DAPENG.
Производительность — до 6000 циклов в час.

Персонализация упаковки

От полноцветной этикетки до печати фольгой



Струйные этикеточные принтеры VIPColor. Технология MemJet.
Скорость печати — до 18 метров в минуту.



Фольгираторы AmyDor.
Печать фольгой на листовых материалах, упаковочной ленте и по готовой упаковке.

Тренды брендинга 2024: ЧТО НОВОГО И ПОЧЕМУ?

Тренды — социально-психологическое явление в чистом виде. Они отражают происходящее и очень сильно зависят от контекста, который провоцирует то или иное поведение и потребности большинства людей. Грамотный менеджмент и маркетинг заключаются в правильном считывании этой ситуации и реагировании на неё — так мы получаем возможности.

Ольга Зурашвили

Анализируя предыдущие четыре года и понимая движение трендов, хочу сразу сказать, что тренды 2024 напрямую отразятся на стиле ведения бизнеса, если речь идёт об успешных стратегиях. Остаться в прежнем вакууме уже не получится — пришло время трансформаций и адаптаций.

Как эксперт вижу такие три направления трендов нового периода. Первый — инновационные изменения, в которых постоянно нуждается социум, к которым ведут научная мысль и крупные игроки экономики, чтобы быть «эволюционным» обществом.

Второе направление — трансформация человека, его социальных и личных привычек, научение новым паттернам, желание новых продуктов. Это и естественный процесс, и процесс управляемый (!).

Третье — выделю отдельно — трансформация психологическая. Только речь идёт о массах. Это бессознательная рефлексия нашего биологического вида на обстоятельства: так, тревожный фон и нестабильность всегда формируют «защитные» потребности, которые позволяют легче проживать ситуацию. Все эти направления взаимосвязаны.

Особенность периода 2024, на мой взгляд, будет заключаться в широком диапазоне этих тренд-потребностей. От простой реакции держаться вместе (тренды на единомыслие, ритуалы) до нужды в верхнеуровневых ценностях и технологиях. Поговорим детальнее.



1 Начнём с высокого ESG-подход становится мерилом для современной компании и бренда. Забота об окружающей среде (Environment), социальная ответственность (Social) и ответственное корпоративное управление (Governance) — всё это особенно откликается у молодёжи. Демонстрировать это, создавать такой подход, даже «лежать» в эту сторону — необходимо, чтобы получить уважение аудитории будущего. И это будущее начинается сейчас. Этот тренд — не хайп, за ним стоят (особенно в нестабильные времена) глубинные потребности индивида присоединяться к сильному и благородному, так как культура в широком смысле — синоним безопасности и осмысленности.

Риск здесь только один — казаться, а не быть. В эпоху запроса на искренность и настоящесть любые искусственные идеи могут быть легко вычислены и отвергнуты. Как это происходит с гринвошингом (зелёный камуфляж), когда бренды для создания положительного имиджа используют в своих коммуникаци-

ях псевдоэкологию. Эта тактика, согласно ресёрч-источникам, уже привела ряд компаний к репутационным потерям (25%) и финансовому ущербу (6%), так как потребитель сегодня потребует доказательств, цифр, реальных дел.

И наоборот, осознанная и корректная работа с эко-темой и экопродуктами позволит существенно уси-

лить и выделить бренд. Тем более что смежные **тренды на человечность и эмпатию** продолжают лидировать и в 2024-м.

Крупный российский бизнес уже давно там. «Авито», «ВкусВилл», «Пятёрочка», банки активно сотрудничают с НКО. Малый бизнес тоже развивает социальный маркетинг: перечисления части от сумм покупки на благотворительность, коллаборация с фондами. Это стимулирует продажи, это добавляет бренду актуальности. И это превращает обычного покупателя в условно «мецената», даёт добавленную ценность не только товару, но и самому потребителю товара.

Тренд на эмпатию именно двусторонний — мы хотим получать её от брендов, и мы хотим иметь возможность проявлять её. Это стабилизирует нас, потребителей, и повышает самооценку. Компании, которые нам в этом помогают, входят в нашу встречную «программу лояльности». Выгодно всем. Стратегически.

Но любые социально значимые идеи важно активно продвигать, так как они направлены на широкие мас-

сы, а значит, нашими инструментами станут охватные медиа, офлайн- и онлайн-каналы, качественный маркетинг и брендинг.

Кстати, запрос на человечность будет только расти. Причин достаточно: постоянный стресс, технологизация, внедрение ИИ (искусственного интеллекта), индивидуализм и конкурентность. Этот важный запрос можно реализовать не только в активностях, но и в коммуникации с вашими потребителями. Буквально: в более добром общении, удобной упаковке, неискренних скриптах и особо заботливом сервисе (а не только промо). На первый план выйдут сопереживание, эмоции и творчество. Так мы «подкралась» к следующему тренду.

2 Играем!
Геймификация сегодня способна достигать конкретных KPI. Например, по данным компании «Теле2», её новогодние онлайн-игры (пользователь управляет санями Санта-Клауса, собирает подарки от партнёров, борется со снеговиками и так далее) позволили привлечь 400 тысяч (!) новых участников программы лояльности.

Игра безбарьерно может знакомить с вашим товаром или услугой, вовлечь, подарить (и закрепить) ценный опыт и достучаться до совершенно новой аудитории. Например, зумеры готовы оценить ачивки в игре гораздо выше, чем «прямое» вознаграждение. Посмотрите решение викторины по трейд-теме от Tinkoff. С нами уже играют и «Лента», и «Пятёрочка» — «ритейл-битва» за потребителя набирает вес. Почти все крупные игроки (какая уместная метафора) повернулись в сторону геймификации, и всё меньше тех, кто просто присматривается к ней.

Игровая механика, что здорово, подходит для любого бизнеса. А главное — она подходит для любого потребителя. С ракурса психологии: для игры нет возраста и статуса — она легко дарит эмоцию, радость угадывания и чувство успеха. Такое важное удовольствие «я молодец» — сегодня очень актуальная опора для каждого.

3 Новое, новое, новое!
Разрешу себе объединить в этом разделе интерес к новым продуктам, новым реальностям и новому опыту. Все эти запросы отражают, казалось бы, разные тренды, но нашу общую потребность и интерес к новизне — источнику дофамина.

Метавселенная будет снова с нами. Она, с одной стороны, про игру, тренд, который мы уже рассмотрели, но с другой — про оказаться в новой реальности, попробовать новые роли, «проявиться». И получить новый опыт взаимодействия с продуктом и брендом.

А дать вашей аудитории интересный опыт — задача сверхактуальная, так как конкурировать при обилии «одинаковых» товаров всё сложнее, а избалованный потребитель сегодня ждёт больше, чем вчера. Отсюда вопрос: как ещё мы можем его удивить? С этого стоит начать январскую бизнес-планёрку в новом году.

Новые каналы продаж и коммуникаций. Это ещё один фокус нашего внимания в 2024-м. Омниканальный потребитель требует подстройки. Например, производителям не избежать новых правил в подаче продукта на e-commerce-полке — там свои бренд-инструменты, паттерны покупки и особенности восприятия. Или открыть для себя новых инфлюенсеров, скорректировать Tone of Voice. Плюс поведение одного и того же потребителя в разных каналах имеет свои особенности, может существенно отличаться, и без изучения и новой сегментации вернуть стратегию уже не выстроить.

Растительная рыба. Кофеспробиотиками. Новые сорта жгучего перца (появятся в 2024-м). Не все мировые продуктовые тренды придут к нам в чистом виде, но важно одно — развивать бренд без **регулярных новинок** становится непросто. Новые вкусы, новый формат упаковки, новый размер или вес, новое что-то... Думаем. Ждут.

Ещё тенденция — не создавать новые продукты, а **перепрошивать старые**. Помните, как на наших глазах крафтовое пиво, лимонады и их вкусовые коллекции обрели новую жизнь? Дать новый статус привыч-

ной категории — это целая коммуникационная ниша и масса выгод. Например, Whole Food утверждает, что такой потенциал в 2024-м есть... у гречневой крупы — «нового» суперфуда для полноценной активной жизни.

Веганскими продуктами уже не удивишь. А как вам батончики для занятий спортом в менопаузу? Пожалуйста! Новые продукты — это ещё и отклик производителей на появление (или умелое формирование) новых и более **персонализированных потребностей**, которые раньше были «в тени». Бренд, который разглядит новые потребности, получит конкурентное преимущество, место в инфополе и благодарную аудиторию.

При этом для российских производителей сейчас создана отличная платформа: 89% россиян доверяют отечественным брендам, считают их более натуральными (69%), с качественными ингредиентами (58%) — именно так улучшились мнения за последний год. Также меня как бренд-аналитика очень вдохновили высокие показатели гордости локальными брендами — почти все города-миллионники: Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Краснодар, Самара, Нижний Новгород, Красноярск — 80 процентов и выше!*

А значит? А значит, пришло время радовать потребителя всем тем, что для него важно, поддерживать его в значимых ценностях и вдохновлять! Успешно строить бизнес в новой реальности возможно при одном условии — знать о ней как можно больше. ▣

Об авторе: **Ольга Зурашвили**, бренд-аналитик и совладелец Агентства исследований и стратегии



Zurashvili Branding, автор научной работы «Теория ментального кода россиянина: как её применять для достижения бизнес-целей»

* По данным исследования Национального рекламного альянса «Потребительские настроения: лояльность к российским брендам», сентябрь 2023 г.

Опыт коллаборации «РоСК» и «ППФ»

Типографию «РоСК» и компанию «ППФ» объединяют давние партнёрские отношения. За спиной годы сотрудничества и интересных, сложных проектов.

«РоСК» — офсетная типография, специализирующаяся на полном цикле производства картонной упаковки: от разработки дизайн-проекта до сложных видов финишной отделки. «ППФ» — компания, специализирующаяся на производстве готовых решений и разработке новых технологий тиснения. В арсенале «ППФ» широкий ассортимент фольги для отделки полиграфической продукции, инструмент для тиснения, а также оснастка для приладки. Планы организовать творческую коллаборацию зрели давно, и наконец у нас всё сложилось.

Елена Никонорова

В апрельском номере журнала Publish за 2023 год обе наши компании опубликовали статьи, посвящённые теме номера «Технологии защиты в полиграфии». Наш интерес к этой теме не случаен. Гарантия подлинности продукта — один из основных факторов, влияющих на выбор покупателя. В нынешних условиях глобальных изменений на рынке потребительских товаров, когда появляются новые продукты и бренды, тема защиты от фальсификаций становится всё более актуальной.

Цель нашего проекта с «ППФ» — продемонстрировать возможность создания эксклюзивной упаковки с помощью технологий и материалов, обеспечивающих высокий уровень защиты от подделок. Все технологии подходят для использования в промышленных тиражах и позволяют упаковке сочетать в себе эффектный дизайн и надёжную защиту от фальсификации.

Идея

За основу проекта была взята идея, навеянная новогодним подарком для наших клиентов: деревянными пазлами с изображением дракона — символа наступающего года. Пазлы — сим-



вол сложных систем, складывающихся в единое целое из множества мелких элементов. Дракон — хранитель сокровищ и символ плодородия. Мы решили объединить обе темы в концепции нашего календаря и задать высокий уровень сложности проекту, продемонстрировав клиентам наши возможности.

Большинство наших заказчиков — производители косметических, фармацевтических и пищевых товаров, которым нужна картонная упаковка. В этих нишах к упаковке часто предъявляются особые требования: она должна быть эксклюзивна и защищена от фальсификации, поэтому финишной отделке мы уделяем огромное внимание. Основная часть тиражей в «РоСКе» не ограничивается только печатью и лакированием. Стандартный «джентльменский набор» наших клиентов: офсетная печать, трафаретное УФ-лакирование,

ламинация, тиснение золотой или серебряной фольгой и конгрев. За пределы этой схемы мало кто выходит. И причин тут несколько:

- многие просто не знают, с какими технологиями мы можем работать;
 - у заказчика нет грамотного специалиста, который подготовит сложный проект к работе.
- Мы же в сотрудничестве с «ППФ» можем предложить гораздо больше. А чем сложнее комби-



Publish
№4 2023



к содержанию



нации послепечатных технологий, тем меньше шансов у злоумышленников подделать упаковку. При этом уникальная отделка превращает стандартную упаковку в эксклюзив. Так можно убить двух зайцев сразу: добиться эффекта, когда упаковка будет однозначно притягивать взгляды и добавлять ценность самому продукту, и свести к нулю возможность подделки.

Итак, мы решили создать уникальный продукт, задействовав опыт дизайнеров и пресс-специалистов, возможности оборудования «РоСКа» и высокотехнологичные решения компании «ППФ».

Коллаборация

В любой коллаборации есть риск не сойтись в видении результата и организации работы двух самостоятельных команд. «ППФ» и «РоСК» давно и успешно взаимодействуют в клиентских проектах, поэтому мы уверены в профессионализме друг друга. Самый сложный момент, пожалуй, был в том, что никто в начале пути чётко не представлял результат. Слишком многослойным и сложным получался наш пазл: четыре вида фольги, микрорельефы, голограмма, комбинированный конгрев, трафаретный УФ-лак — но все сомнения нивелировались горячим желанием обеих команд сделать настоящую красоту. Мы решили подготовить три разных дизайна под единую финишную отделку. Первые два — с минимумом печати: лишь едва заметный контур дракона на глубоком зелёном и чёрном фоне, а третий отрисовали в цвете. В итоге все три календаря получились одинаково эффектными, все участники процесса остались довольны результатом, каждый выбрал вариант календаря себе по вкусу.

На этапе продумывания деталей все сработало чётко и грамотно. Специалисты из «ППФ» одобрили концепцию и дизайн, придуманный нашей командой, а дальше вносили свои предложения по использованию тех или иных материалов и технологий. Обсуждалась любая мелочь, вплоть до направления чешуек рельефных вставок на туловище дракона.

Плита-экономайзер ТНР

Кроме тактильных и визуальных эффектов, коллеги из «ППФ» предложили использовать в проекте технологические решения, позволяющие не только существенно снизить время на приладку, но и в целом сократить издержки при производстве тиражей.

Плита-экономайзер ТНР (Thin Hard Plate) представляет собой стальной калиброванный лист толщиной 3 мм, на который установлены клише строго в соответствии с расположением элементов тиснения на печатном листе. Плита



Отделка календаря — как многослойный пирог



Комбинированное латунное клише для создания микрорельефов с фольгой и плоского тиснения

ТНР поставляется в сборе, что уже экономит время при подготовке тиража. Клише могут использоваться как стандартные магниевые, так и более износостойкие латунные. Этот инструмент устанавливается на любую сотовую плиту оборудования для тиснения с помощью специальных ТНР-держателей с винтами. Плита ТНР поставляется с сервисными оттисками установленных на ней клише. Сервисные/эталонные оттиски выполняются на тиражном картоне или анало-





Процесс монтажа плиты ТНР на оборудование в типографии «РоСК»

гичном ему материале и с применением фольги «ППФ» в зависимости от используемой технологии тиснения. Данный оттиск, служащий стандартом тиснения для сотрудников типографии, является гарантией качества инструмента и материалов «ППФ».

Благодаря этому настройка оборудования проходит в два раза быстрее, расход фольги становится экономичным, а приладочных листов требуется меньше. После тиснения тиража плита ТНР снимается и убирается на хранение до следующего тиража. Такой формат подходит для регулярно повторяющихся заказов: тиражестойкость плиты очень высокая.

Используя в нашем проекте ТНР-плиту, мы ускорили процесс смены клише, а их было немало. Удобной многократную смену клише на плите делают готовые посадочные отверстия, точно совпадающие с точками крепления на самих клише. Для позиционирования по месту достаточно совместить точки крепления.

Наш дракон — это модульная конструкция, которая впоследствии может корректироваться и дополняться: мы можем убирать лишние элементы и добавлять новые, менять дату и логотип.

Высокотехнологичный дизайн

Поскольку ставки в нашем проекте делались на послепечатные технологии, печать календаря не предполагала каких-то сложных решений. Зато, благодаря трём вариантам дизайна, мы опытным путём выяснили, где какой эффект выглядит выигрышнее.

Матовая ламинация была нужна для того, чтобы сыграть на контрасте матовых и глянцевых фактур. Фоном пустили паттерн трафаретным УФ-лаком. Но вся основная отделка была проведена на прессе для горячего тиснения.

Тиснение и конгрев в один удар. Опробовали возможность применения разных технологий

тиснения «в одно касание» (от создания микро-рельефов с фольгой до плоского тиснения).

Псевдоголограмма с помощью нанозффектов. Логотип «РоСК» выполнен с помощью лазерной гравировки на клише, которая создаёт нанозффект на его поверхности. В результате тиснение фольгой приобретает голографические эффекты, переливы и блеск, глубину и визуальный объём. В макете мы отрисовали только надпись и логотип, остальное делали специалисты «ППФ». Такая технология надёжно защитит продукцию от подделки, т. к. повторить на стороне эту псевдоголограмму будет слишком сложно, а «ППФ» не предоставляет информацию третьим лицам.

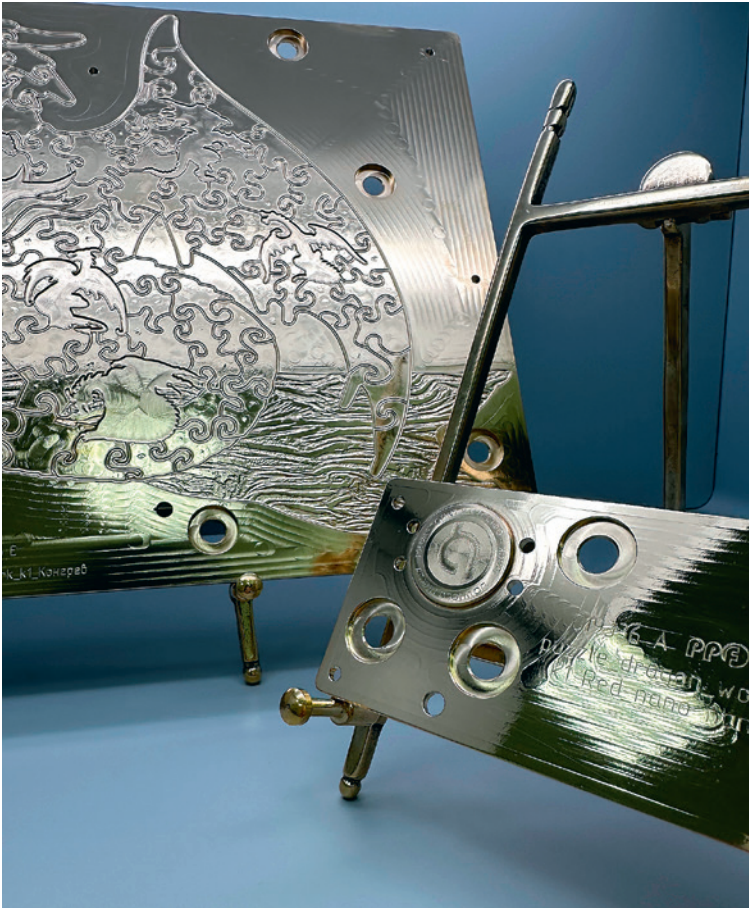
Тиснение прозрачной голографической фольгой. Сначала мы хотели выделить элементы пазла в виде маленьких дракончиков с помощью трафаретного УФ-лака, но команда «ППФ» предложила подсветить эти элементы переливающейся прозрачной голографической фольгой для горячего тиснения. Эффект, действительно, получился гораздо интереснее привычного лакирования.

Сложная комбинация конгрева и микроконгрева без применения фольги для тиснения, имитирующая структуру дерева.

Каждый кусок этого многослойного пирога сам по себе работает на защиту изделия от подделки, а вся комбинация делает фальсификацию если не невозможной, то слишком сложной и долгой.



Полимерная контрматрица для конгрева



Комбинированное клише для конгрева



Клише для создания псевдоголограммы

Квалификация сотрудников

Дилетантство — бич нашего времени. Все мы знаем, что многие клиенты стараются сэкономить на дизайне и часто заказывают макеты у фрилансеров, студентов или, может быть, у профессиональных дизайнеров, но не имеющих опыта создания полиграфической упаковки. Иногда это непринципиально, но эксклюзивные проекты требуют высокой квалификации дизайнеров и специалистов препресса, готовящих макет к печати и финишной отделке.

Сначала наш дизайнер отрисовала дракона в векторе таким образом, чтобы любой из элементов изображения можно было выделить как отдельный объект. Это существенно упростило работу с макетом в дальнейшем. Потом началась скрупулёзная работа со слоями и объектами. Мы наметили группы элементов, которые должны были тиснить разными видами фольги или выделять конгревом. Каждую группу выносили на отдельный слой. Но самая сложная часть работы с макетом была на этапе подбора разных видов микрорельефа по каталогу «ППФ». Вариантов стандартных паттернов множество, но нужно гармонично вписать их в дизайн, учитывая размер элементов и угол наклона. Все виды рельефа имеют артикул, и каждую группу объектов нужно было переименовать в соответствии с номером в каталоге. В таком виде файл отправился для обработки в «ППФ».

Специалисты «ППФ» на месте подбирали фольгу с учётом специфики материала и визуальной составляющей проекта, задавали направление рельефных паттернов, тестировали всё это на своём оборудовании и при необходимости корректировали. Когда всё было готово, на приладку и запуск тиража выезжал специалист сервисной команды «ППФ», который обеспечил технологическую поддержку всего проекта со стороны «ППФ».

Что получилось

На наш взгляд, коллаборацию можно считать успешной. Мы создали уникальный, красивый и функциональный образец в виде календаря, который интересно рассматривать и хочется повесить на стену. Мы продемонстрировали своим клиентам не только наши возможности, далеко выходящие за рамки стандартных способов финишной отделки, но и показали, как при помощи высокотехнологичного дизайна можно сделать яркое, притягивающее взгляды изделие, надёжно защищённое от подделки. Мы убедились в очередной раз, что сотрудничество рождает шедевры. И это прекрасно. ▣

Об авторе: **Елена Никонова**, конструктор-разработчик упаковки типографии «РосК», Санкт-Петербург.

Год нарастания конкуренции

Год 2022-й ознаменовался коренным переломом, но к концу 2023-го переходные процессы закончились и к началу 2024-го новая реальность полностью сформирована. Это не значит, что не будет изменений — будут, да ещё какие. Не будет рывков, качелей. Изменения будут плавные, тенденции — нарастающие.

Михаил Кувшинов

Главная из них в полиграфии и производстве этикетки/упаковки — нарастание конкуренции. Давно кончился рынок продавца, когда покупатели стояли в очереди. Поделены рыночные ниши ушедших игроков рынка: и производителей оборудования, и производителей упаковки. Рынок упёрся в размеры спроса — то есть пришёл в нормальное состояние.

Выжить в конкуренции можно несколькими укрупнёнными способами — технологическим, организационным, маркетинговым, лидерством по издержкам. Точнее, неким их сочетанием. Тема даже не на докторскую, за универсальный метод победы в конкурентной борьбе и нобелевки мало. Так что ниже — без громких открытий.

Лучшее в **технологическом** секторе, буквально Святой Грааль маркетинга, — УТП, **уникальное товарное предложение**. Если вы умеете делать что-то, что другие вообще не умеют, — дальше можно не читать. К сожалению, ситуация лишь незначительно более частая, чем находка настоящего Грааля. Гораздо реальнее уметь делать то, что умеют немногие, т. н. «голубой океан». И тут возможностей больше. Как технологических, так и сервисных. Поставщики технологических решений усиленно ищут подопные технологии, особенно-

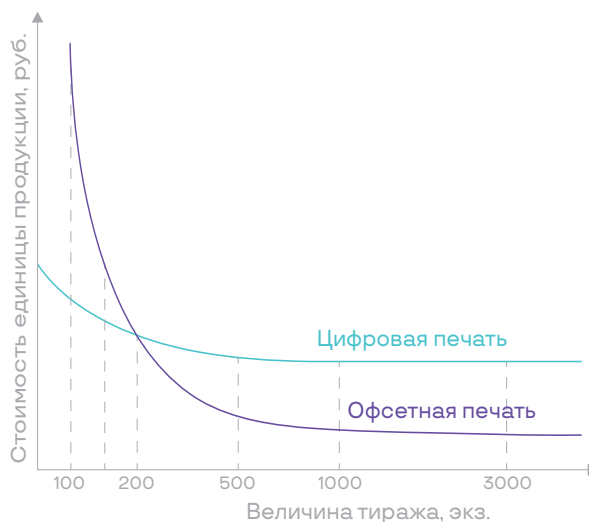


График зависимости стоимости копии от тиража — малоинформативная гипербола

сти их реализации, овециствованные в оборудовании. И это, кстати, основной функционал моей работы как директора по развитию: находим, и интересное. Не буду здесь расписывать, что именно: приходите, а здесь статья, а не реклама. Но, в частности, в этикетке очевиден акцент на цифровое облагораживание.

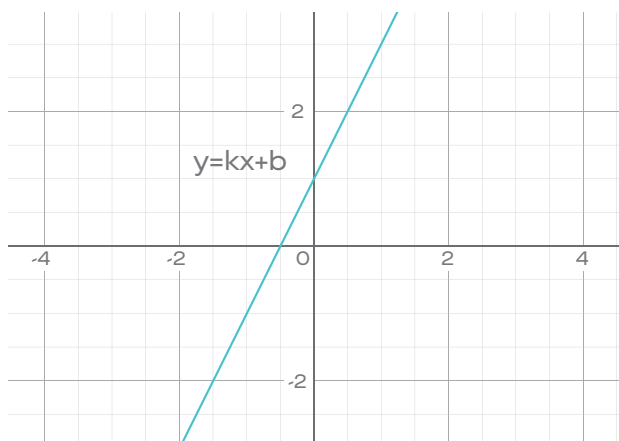
В **организационном** секторе есть широкий набор возможностей для улучшения управления. Уверен, что в нашем сегменте эффективность ведения бизнеса серьёзно уступает средней по экономике. Немного ещё найдется отраслей, где себестоимость конкретного заказа запросто может быть туманной для управленца. Учить ученых не возьмусь, но для начала посоветовал бы начать с отказа от показателя себестоимости экземпляра единицы продукции в пользу себестоимости заказа. Если, для примера, нанести на график зависимость себестоимости экземпляра от тиража, то мы увидим гиперболу, ничего конкретного не говорящую: вот примерно такую. Откуда взялась цифра 200 на пересечении — тайна, покрытая мраком. Но то, что это цифра не расчётная, а придуманная, ясно уже из того, что круглая.

Если же вы построите график зависимости стоимости заказа от тиража, то увидите линейную функцию.



к содержанию





А график стоимости заказа — наполненная ясным смыслом прямая

На вертикальной оси (ординат) она отсекает величину b — стоимость нулевого экземпляра, то есть подготовительно-заключительные затраты. Печатные формы, приладка, затраты на привлечение заказчика и пр. У цифровой печати, кстати, эта величина тоже не нулевая, хотя и ниже, чем у офсета.

А наклон этой прямой k — себестоимость производства плюс одного экземпляра (не первого). Это переменные затраты: стоимость расходных материалов, машинного времени и т. п.

Прелесть такого подхода в том, что все эти затраты именно для вашего производства реально (и необходимо) знать. И он позволяет рассчитывать себестоимость, а не руководствоваться укрупнёнными, часто очень грубыми оценками. А ещё — прояснить величину прямых затрат для всех используемых вами техпроцессов: это история про косты, себестоимость. А вот как вы будете описывать свои цены для клиента — это вопрос совсем другой — маркетинговый.

Маркетинг — это не только привлечение заказчиков, но и удержание маржи на приемлемом уровне. Потому что наименее эффективные из ваших конкурентов точно будут ронять цены. Они же хорошо знают свои, говоря современным политкорректным птичьим языком, негативные преимущества: нестабильное качество, убогий клиентский сервис, ограниченные технологические возможности, медленное исполнение. И что им остается? У меня в подобном случае, когда я работал в продажах, с клиентом, предъявившим мне сильное ценовое предложение от конкурента, происходил подобный диалог:

— Нет, я не смогу дать вам такую же цену.

— ? (Удивление.)

— Но я дам цену на один доллар (рубль, копейку — не важно) **больше**.

(Обязательная пауза.)

— Почему больше? Потому что мы — **лучше**. Вы же это знаете. Если нет, боюсь, вам не стоит нас выбирать даже в случае низкой цены. Если да, то вы знаете, что не на доллар. Так давайте зафиксируем этот доллар и обсудим остальные важные вещи...



Ещё в организационном плане надо помнить, что самый главный ресурс вашего предприятия каждый вечер его покидает. И полезно сделать так, чтобы утром он вернулся, а не отправился работать курьером на «озоберримаркет». И нет, грамотами и стеклянными бусами не обойтись: придётся платить конкурентные деньги. Вот ещё один повод не спешить загонять цены «в пол».



Лидерство по издержкам — это примерно такая же частая штука, тем более на нашем рынке, как УТП. Если вы его действительно достигли — не очень понимаю, зачем вы это читаете. А если нет, и летать, как в бородатом анекдоте про ворону и медведя за штурвалом самолета, не умеете — то не надо выделываться. И мнить ценовой штопор действенным средством конкуренции.

А в целом год обещает быть успешным. Но трудным. ▣

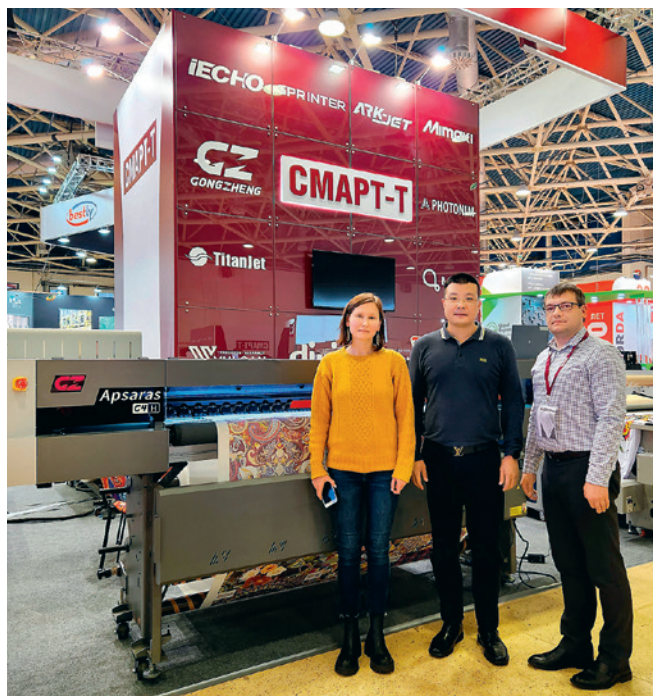


Текстильные профессионалы

В апреле 2023 года компания «Смарт-Т» получила статус официального дистрибьютора концерна GongZheng по промышленным текстильным принтерам. О том, как складывается сотрудничество двух крупных игроков рынка текстильной печати и каких результатов уже удалось достичь, мы поговорили с директором по международным продажам и руководителем текстильного подразделения компании GongZheng Дэвидом Чэном.

Расскажите, пожалуйста, о вашем заводе и о том, какие принтеры вы производите.

GongZheng существует уже более 26 лет. Начав в 1997 году с производства режущих плоттеров, она постепенно сместила фокус в сторону разработки широкоформатных струйных принтеров. В настоящий момент GongZheng в этой области работает в четырёх направлениях: сольвентные, экосольвентные, текстильные и УФ-принтеры. Сегодня производственные площади предприятия составляют 91 тысячу квадратных метров, что позволяет по праву считать GongZheng самым крупным производителем принтеров в Китае. Однако главную гордость завода составляет собственный отдел исследований и разработок, поскольку приоритетом нашей компании всегда было производство высокотехнологичного оборудования, а не погоня за объёмами производства. Сейчас в отделе НИОКР работает более 100 сотрудников. Помимо высококлассных специалистов-разработчиков высокий уровень производства обеспечивается станками с ЧПУ по обработке металла (более 20 единиц оборудования), поскольку практически все корпусные детали компания GongZheng старается изготавливать собственными силами, что нечасто встречается у производителей широкоформатных принтеров по всему миру.



Какую долю занимают именно текстильные сублиминационные принтеры в вашем производстве?

В настоящее время GongZheng располагает четырьмя технологическими площадками, и одна из них полностью отдана под производство сублиминационных принтеров. Однако если говорить о продажах, то доля сублиминационного оборудования составляет 20% от объёмов продаж нашей компании за рубежом, и в следующем году мы планируем увеличить этот показатель до 30%. Хотя, для более объек-

тивной оценки доли рынка, необходимо учитывать не только объёмы продаж, но и производственную составляющую, тем более что все основные усилия отдела НИОКР нашей компании сейчас сосредоточены именно в области текстильных решений.

А какова география продаж вашего оборудования для текстильной печати?

Благодаря обширной дистрибьюторской сети продукция GongZheng представлена более чем в 60 странах мира. Что касается объёма продаж, то основная доля рынка приходится в основном на «текстильные» страны, такие как Пакистан, Индонезия и, конечно же, Россия, во многом вследствие нашего конструктивного партнёрства со «Смарт-Т».

Расскажите, есть ли какие-то передовые технологии и разработки, принципиально отличающие вас от других производителей аналогичного оборудования на рынке?

Если вы проанализируете рынок оборудования, то, вероятнее всего, заметите, что принтеры различных производителей в целом очень похожи друг на друга. Однако GongZheng принципиально отличается, на какое внимание она уделяет каждой детали принтера, особенно если эта деталь способствует улучшению качества печати или повышению её скорости. Ещё одним преимуществом является привлечение отдела исследований и разработок к развитию перспективных направлений, а текстильная цифровая печать, по нашему мнению, является основным вектором развития для широкоформатных принтеров в будущем. Поэтому сейчас в России совместно со «Смарт-Т» GongZheng активно продвигает линейку сублимационных принтеров **Apsaras G2, G4 и G5** на 2, 4 и 8 печатающих головках Epson i3200. Более того, совместно со «Смарт-Т» был разработан новый продукт — текстильный пигментный принтер, предназначенный для печати по натуральным тканям малыми партиями, поскольку это направление становится очень акту-

альным и популярным, особенно на российском рынке. Что касается ближайшего будущего, то мы готовим к внедрению принтер, оснащённый транспортной лентой с клеевым покрытием (кирзой), для печати на особо деликатных, тонких, эластичных тканях и трикотаже.

На выставке «Реклама-2023» на стенде «Смарт-Т» вы представляли один из своих текстильных принтеров, расскажите, пожалуйста, о нём.

Это новый принтер для термотрансферной сублимационной печати GongZheng Apsaras G4-H. Он является одним из наших лучших решений для цифровой печати на синтетическом и смесевом текстиле. Он оснащён 4 печатающими головками Epson i3200, имеет ширину печати 1900 мм, оснащён профессиональной системой подачи, позволяющей печатать из рулона намоткой до 2000 погонных метров. GongZheng уделяет много внимания прочности корпуса, промышленному дизайну, помехоустойчивой электронике, качеству и ресурсу механических и электрических комплектующих, поскольку только сочетание всех этих составляющих обеспечивает долгий срок службы принтера и возможность его эксплуатации в режиме 24/7. □

ПЛАНШЕТНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ

СМАРТ-Т

www.smart-t.ru

SPRINTER



TC-CF2513

до **8** печатающих головок

скорость печати до **66** м²

2500 x 1300 мм

максимальный размер рабочего поля

600 x 900 мм

3 печатающих головки

максимальный размер рабочего поля

3600 dpi

скорость печати до **6** м²

максимальное разрешение



DPP A1E



ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ И СУВЕНИРНОЙ ПЕЧАТИ

Очень тонкая грань

Что такое печатное искусство, тиражная графика, printmaking?

Ирина Паялина

С 15 по 17 декабря 2023 года в Москве в историческом здании Первой Образцовой типографии на Пятницкой улице проходила первая ярмарка современного искусства **Catalog**. Среди участников — **Лаборатория печатного искусства ПиранезиLAB**, открытая семь лет назад **Алексеем Веселовским** на территории центра творческих индустрий «Фабрика». Мы встретились с Алексеем на **Catalog** и поговорили о печатном искусстве и тиражной графике.



Алексей Веселовский на стенде ПиранезиLAB на ярмарке **Catalog**

Миссия ПиранезиLAB — формирование платформы для расширения представлений о возможностях и разнообразии печатного искусства — воплотилась в образовательной траектории, направленной на взаимодействие с молодыми авторами, и издательской деятельности, в рамках которой осуществлялся полный цикл создания авторского тиражного искусства.

Для ярмарки **Catalog** Алексеем была подготовлена короткая инструкция. В ней говорится: «*Тиражная графика — особый объект коллекционирования. Она производится в ограниченном количестве разными техниками печати, каждый экземпляр нумеруется и подписывается автором. Лимитированная графика — это не копирование оригинала. Оригиналом является весь тираж отпечатков, задуманный художником как тиражное произведение. Один лист из тиража может храниться в музее, другой — принадлежать коллекционеру, издателю или самому автору, и все они являются владельцами одного тиражного произведения*».

Однако важно понимать, что существует несколько понятий, между которыми происходит путаница. В Америке принято название **printmaking** — процесс создания произведения искусства путём печати, обычно на бумаге, но также на ткани, дереве, металле и других поверхностях. Традиционно **printmaking** охватывает процесс создания отпечатков с использованием ручной техники обработки, а не фотографическое воспроизведение визуального произведения искусства, которое будет напечатано с помощью принтера. Однако существуют некоторые пересечения...

В русскоязычной практике прижился перевод «тиражная графика», что не совсем корректно. Появилось слово «графика», точного определения которого многие не знают. Если смотреть историю, то само это понятие претерпевает ряд изменений. Согласно Википедии: «Графика — вид изобразительного искусства, в котором основными изобразительными средствами (графическими) являются свойства изобразительной поверхности (чаще белого листа бумаги)

и тональные отношения линий, штрихов и пятен. Составной частью графики является рисунок».

До конца XIX века понятия графики, живописи и рисунка были жёстко разделены. Под графикой понимали только печатные техники: гравюру по дереву и металлу, литографию, монотипию. Под рисунком — «работу от руки», причём лишь в качестве подготовительного материала (эскизы, наброски), но не в качестве самостоятельной разновидности изобразительного искусства. В России в начале XX века термина «графика» вообще ещё не существовало.*

Сейчас же понятие «графика» включает в себя два принципиально важных отличия: рисовальная, или уникальная, графика и печатная, или тиражная, графика. Также в последнее время к понятию «графика» относят широкий спектр работ, выполненных акварелью, карандашами, гуашью, тушью, гелевыми ручками. Плюс существует книжная, журнальная, газетная, прикладная и промышленная, плакат и компьютерная графика.

При всем вышесказанном, корректнее будет обсуждать не тиражную графику, а **печатное искусство**. Это **произведения художников, отпечатанные разными способами**, включая офсет, цифровую печать, 3D, шёлкографию, офорт, литографию, широкоформатную печать и др. Но! **Если это делает художник, осознаёт как художественный процесс и этот процесс институционально (галереями, музеями, фондами) одобряется и поддерживается.**

Понятие «тиражная графика» более запутанное из-за того, что под ним многие понимают совершенно разные процессы, а развитие цифро-



к содержанию





Произведения печатного искусства. Александра Сухарева. Без названия. 2023. Сухая игла, офорт. 56×76 см



Стенд ПиранезиLAV на ярмарке blazar2023

вых технологий добавляет больше споров. Кроме того, когда сам художник руками создаёт серию копий, авторские повторения работ на бумаге, он делает тираж. И это тоже можно назвать тиражной графикой. А в англоязычной среде, из которой к нам приходят многие определения, есть ещё более широкое понятие — Graphic arts.

Алексей Веселовский на вопрос, чем он занимается, отвечает — **печатным искусством. Искусством, созданным при помощи разных технологий печати.** У последнего понятия есть четыре признака: в печати всегда существует матрица, опосредованная форма, с которой производится печать, сам процесс переноса, поверхность, на которую идёт перенос, и исходное изображение. При всём этом важную роль играет не только художник, но и печатник-специалист, помогающий автору в реализации задуманного.

Для многих печатное искусство является более доступным способом приобрести в личную коллекцию работу художника. А если просто взять и распечатать понравившееся произведение? Алексей отвечает, что это будет репродукция. **Произведение печатного искусства отличается тем, что автор его задумал или верифицировал как произведение печатного искусства.** Художник видоизменяет идею, выбирает материалы поверхности, способ печати, форму матрицы — все вопросы решает автор. И в результате получается новое произведение, сделанное при помощи печати и подписанное художником. И второй момент — институциональное согласие, подтверждение, что это произведение искусства.

На вопрос, как быть с открытками или принтами, которые художники продают на ярмарках вместе с основными работами, Алексей говорит, что, с одной стороны, к ним можно относиться как к мерчу, но, с другой стороны, можно вкладываться как в произведение искусства. Это очень тонкая грань, которая никак не регулируется. В этом прелесть искусства: вы можете сейчас купить принт с подписью автора, а через много лет он окажется редким и раритетным. Или нет.

Постоянно делаются попытки нормирования и приведения этого направления к единому знаменателю. Есть организации и ассоциации, которые этим занимаются, пытаются что-то упорядочить. Однако поле искусства, его границы постоянно расширяются и изменяются, как, например, приклеенный скотчем к стене банан итальянского художника Маурицио Каттелана, представленный на биеннале в Майами в 2019 году и проданный там за \$120 000.

Лаборатория печатного искусства ПиранезиLAV на рынке уже восьмой год. В последние годы **отношение к печатному искусству меняется в сторону большего доверия**, появился круг постоянных друзей-клиентов, больше внимания и интереса со стороны коллег. Это интересный медиум для художника, маркетинговый инструмент и более доступный вид искусства для коллекционирования. Произведения печатного искусства, созданные в ПиранезиLAV, находятся в коллекциях Третьяковской галереи, ГМИИ им. Пушкина, музея AZ, в «Гараже», в Новосибирском государственном музее. А в целом, **произведения печатного искусства есть в коллекциях всех мировых музеев.**

Не меньшего внимания заслуживает тема сохранности произведений искусства, в том числе правильное хранение и экспонирование печатного искусства. Но это отдельная большая тема.

Как разобраться тем, кто хотел бы купить произведение, но не ориентируется во всех приведённых нюансах? Алексей отвечает, что **самое простое — покупать в проверенных местах, в первую очередь в галереях.**

Мы попытались разобраться в тонкой грани между печатным искусством и тиражной графикой, а есть ещё авторская тиражная фотография, рынок которой в последние годы также набирает обороты. И это отдельная большая тема. ▣

Об авторе: **Ирина Паялина**, журналист, редактор сайта о современном искусстве **ARTUзел**, artuzel.com

Инновации в ламинации

Вот уже многие годы ламинирование остаётся одной из самых востребованных отделочных операций, и, несмотря на определённую консервативность направления, на рынке ламинаторов регулярно появляются новые модели.

О том, как можно усовершенствовать и без того хорошую технологию и как пандемия повлияла на создание принципиально новой модели ламинатора, мы поговорили с господином До Янгом, управляющим директором MEFU — одного из мировых лидеров по производству широкоформатных ламинаторов.

Расскажите, пожалуйста, немного об истории MEFU и о том, что на сегодняшний день является основной задачей производства компании?

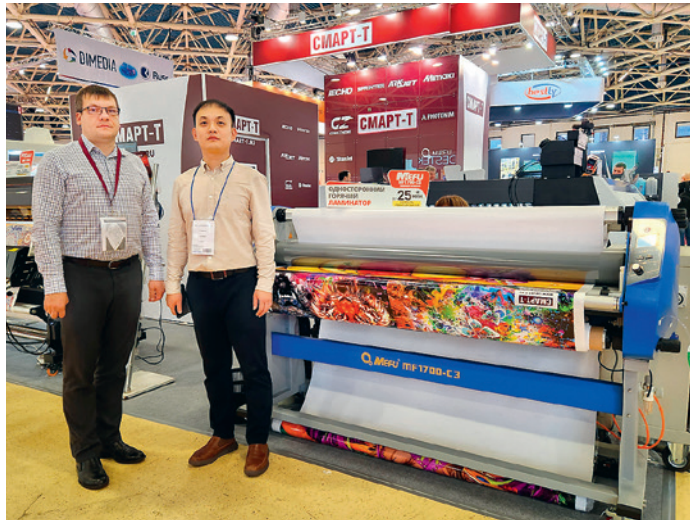
MEFU существует уже более 18 лет. Начав свою деятельность исключительно с производства ламинаторов, в последние пять лет компания активно стала осваивать и другие направления, например, мы приступили к разработкам такого финишного оборудования, как режущие плоттеры и XY-каттеры. При этом MEFU по-прежнему остаётся узкоспециализированным производством, что позволяет концентрировать основные усилия на создании и внедрении решений именно для ламинирования.

Говорят, что глава MEFU, как инженер, сам часто принимает участие в разработке новых продуктов, это так?

Да, основатель нашей компании действительно инженер по образованию, что позволяет ему, как руководителю, успешно сочетать конструкторские и маркетинговые навыки. Дело в том, что все разработки, которые внедряет компания MEFU, являются, по сути, реализацией запросов наших клиентов. Именно поэтому наш бизнес основан на постоянном взаимодействии с потребителем, анализе и обсуждении его нужд, и только после этого создаётся концепция нового конкурентного продукта.

Что же принципиально отличает вашу продукцию от продукции других производителей?

Самое главное для нашей компании, как я уже сказал, это разработка продукции, соответствующей потребностям клиентов.



Например, до 2011 года существовали только горячие и холодные ламинаторы, и компания MEFU была первой, кто разработал тёплый ламинатор. В предложенной нами технологии ТЭН подогревает вал ламинатора, при этом происходит дополнительная активация клеевого слоя плёнки для ламинирования, что улучшает её сцепление с поверхностью материала.

Другим нашим нововведением стало применение продольной резки при выходе ламинированного отпечатка из устройства. Раньше излишки ламината и носителя обрезали вручную, теперь же, когда на выходе добавлены ножи, эта операция совершается автоматически. Ещё одно достижение MEFU — внедрение пневматического привода подъёмного механизма вала. При правке материалов автоматика точно настраивает положение верхнего и нижнего вала относительно друг друга, вручную ничего делать не требуется. Из этих примеров становится ясно, что ключевое отличие MEFU — внедрение собственных разработок, призванных удовлетворять реальные потребности клиента.

Все перечисленные Вами нововведения являются, по сути, ноу-хау. А как вы относитесь к потенциальным заимствованиям ваших идей конкурентами?

Наша компания находится в авангарде отрасли, что позволяет нам занимать ведущие позиции не только на внутреннем рынке, но и на международном, и мы хорошо понимаем, что многие современные технологии, реализованные в ламинаторах, стали доступны благодаря именно MEFU и их заимствование просто неизбежно.

В каких странах ваши ламинаторы наиболее популярны и какие регионы сейчас являются приоритетными для вашей компании?

Мы продаём ламинаторы в более чем 110 стран по всему миру, поэтому достаточно сложно выделить какую-то одну из них. Однако по объёму продаж на сегодняшний момент несомненными лидерами являются Северная Америка, Япония и Россия.



Производит ли MEFU расходные материалы?

Да, производство плёнки для ламинаторов является ещё одной частью нашего бизнеса. Более того, в Японии наша плёнка является № 1 на рынке упаковки и этикетки.

Расскажите подробнее о новом топовом ламинаторе MEFU A30. Что отличает эту модель от других?

Гибридный ламинатор A30 — это устройство, имеющее, помимо стандартных опций, функции продольной и поперечной резки, позволяющие получать на выходе полностью законченные изделия — ламинированные и порезанные. К этой разработке нас подтолкнули обстоятельства. Дело в том, что, как и во всём мире, в Китае с началом пандемии COVID-19 резко возрос спрос на информационные плакаты и предупреждающие таблички. И если с самим ламинированием при изготовлении подобной продукции проблем не было, то резка занимала очень много времени. Поэтому мы решили создать модель ламинатора, с которой можно было бы выполнять и эту операцию. Ламинатор A30 позволяет работать с листовыми материалами толщиной до 10 мм и оборудован столом и системой автоподачи (до 40 листов). Появившись в начале пандемии, эта модель позволила резко увеличить производительность многих цифровых типографий и стала настоящим лидером продаж.

В Москве на выставке «Реклама-2023» вы представили две модели ламинаторов. Расскажите о них, пожалуйста.

Стоит отметить, что участие в выставке «Реклама» стало уже важной традици-

ей для нашей компании. Каждый раз мы стараемся показать максимально разнообразное оборудование уровня High-End, и в этом году на стенде нашего партнёра «Смарт-Т» мы представляли модели ламинаторов серий MF C3 и MF F1. **MF C3** — это топовый односторонний горячий ламинатор, включающий самый широкий

функционал. Помимо пневматического подъёма верхнего вала, что для MEFU считается уже стандартом, эта модель имеет пневматический триммер, функцию намотки готовой продукции, регулируемый нагрев и дополнительную панель управления на задней стороне ламинатора. Что касается ламинатора серии **MF F1**, то это популярная модель, предназначенная для наклейки на твёрдые поверхности, такие как ПВХ и стекло, а также позволяющая работать в том числе и с чувствительными к давлению материалами, например пенокартоном.

Помимо оборудования класса High-End, есть ли в вашем ассортименте максимально доступные для рынка модели?

Да, конечно, одной из таких моделей является **MF1700-M1 Lite**. Несмотря на то, что данный ламинатор представляет бюджетный сегмент, он, тем не менее, обладает всеми необходимыми функциями для комфортной работы. Это и регулируемый нагрев, и пневматический подъём вала, и нейтрализатор электростатического заряда. Кроме того, для MEFU всегда крайне важно поддерживать высокий уровень качества своих устройств независимо от ценового сегмента.

Для MEFU всегда крайне важно поддерживать высокий уровень качества своих устройств независимо от ценового сегмента.

Как MEFU представляет развитие такой консервативной области, как производство ламинаторов?

Мы видим свою миссию в продолжении активной работы в области производства финишного оборудования и финишных материалов. И в следующем году мы планируем представить модели XY-каттеров, задачей которых будет увеличение производительности типографий и копирцентров. ▣

Дело — стакан

Бумажный стаканчик сегодня является неотъемлемым атрибутом индустрии общественного питания.

Уже более 100 лет в разных странах с удовольствием используют этот вид одноразовой посуды.

И с увеличением числа вновь открывающихся кафе и кофеен разного формата спрос на одноразовые бумажные стаканчики только растёт.

Владимир Непогодин



Прежде чем изучить существующие технологические процессы изготовления стаканчиков, рассмотрим, какие же бывают бумажные стаканчики. Ниже приведена классификация выпускаемых бумажных стаканчиков, которая не охватывает все виды, но даёт представление о существующем многообразии. Итак, стаканчики различаются:

1. По объёму.

Однослойные стаканчики чаще всего выпускаются следующих объёмов: 100, 200, 250, 350, 450, 500 мл. Для вендинговых аппаратов европейского производства выпускаются стаканчики объёмом 170 мл, для аппаратов азиатского производства — 195 и 205 мл. Двухслойные стаканчики чаще встречаются объёмом 250, 350, 450 и 500 мл.

2. По количеству слоёв в конструкции стаканчика.

Производят и используются однослойные и двухслойные стаканчики. Как понятно из названия, боковые стенки однослойных стаканчиков имеют один слой картона, двухслойных стаканчиков — два слоя картона.

3. Для холодных и горячих напитков.

Для холодных напитков производят стаканчики с двусторонним покрытием. Покрытие с наружной стороны защищает стаканчик от промокания и потери формы при образовании на поверхности конденсата. Для горячих напитков используются двухслойные стаканчики. Конструкция их такова, что имеется воздушная прослойка между конструктивными элементами из картона, а это означает, что такой стаканчик не обжигает руки и не даёт напитку остывать.

Для горячих напитков также используют однослойные стаканчики с покрытием только с внутренней стороны, которое защищает от протекания и потери формы. При этом через некоторое время стаканчик может нагреваться и обжигать руки. В этом случае в дополнение к стаканчику предлагается склеенная обечайка, натягиваемая на стаканчик снизу, или манжета, закрепляемая поверх боковой стенки надсечёнными замочками-крючками.

4. По природе используемого покрытия.

Полиэтиленовое покрытие на внутренней стороне стаканчика самое распространённое. Полиэтилен очень хорошо защищает стенки и дно стаканчика от промокания, сохраняя его форму.

Биоразлагаемые покрытия также используют при производстве стаканчиков, но, надо признать, не так часто, как хотелось бы. Экологический аспект пока стоит на втором месте, по сравнению с простотой нанесения и дешёвизной использования полиэтилена. Пока законодательно не запрещено использование пластика при производстве одноразовой посуды, ситуация вряд ли поменяется.

Следует заметить, что есть компании, уже сейчас предлагающие биоразлагаемые барьерные покрытия для нанесения на бумагу и картон. Эти покрытия обеспечивают водо-, масло- и жиронепроницаемость упаковки из бумаги и картона. Существуют барьерные покрытия, которые способны к термосвариванию и соединению при ультразвуковом воздействии. Многие производители одноразовой посуды из картона провели успешные испытания таких покрытий, некоторые даже выпускают продукцию в производственных масштабах.



к содержанию



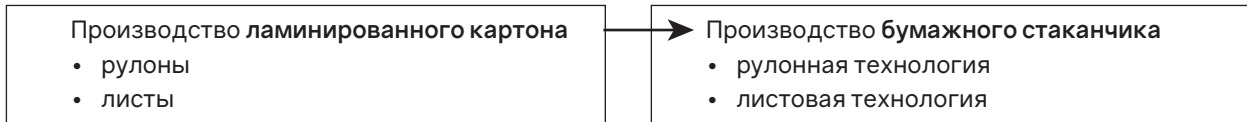
5. По оформлению и отделке.

Стаканчики выпускают как с печатью, так и без печати. На внешнюю сторону стаканчиков могут быть нанесены лаки с тактильными свойствами, например, с эффектом «soft touch». Различны и варианты отделки для двух-слойных стаканчиков. Они могут выпускаться с гофрированным внешним слоем, также внешний слой может быть наружу мелованной или оборотной стороной картона.

Основными потребителями стаканчиков являются рестораны быстрого питания, маленькие кофейни, а также автоматы с напитками. Во всех случаях особое внимание уделяется дизайну, благодаря которому продукт становится уникальным, соответствующим потребностям конкретного заказчика.

На этом закончим рассмотрение классификации и перейдём к **технологии изготовления**.

Технология производства бумажного стаканчика довольно объёмная и насыщенная различными процессами. Условно её можно разделить на два этапа:



Технология производства ламинированного картона

1. Для производства стаканчиков используется целлюлозный картон плотностью 150–300 г/м². Важным условием является низкое значение торцевой впитываемости картона, которое достигается проклейкой специальными составами при его производстве. Это защищает боковые стенки стаканчика от промокания.

На рулонный картон наносится с одной или с двух сторон слой полиэтилена (PE) методом экструзии. Процесс происходит на одношнековых экструдерах. Полиэтилен поступает в виде гранул внутрь экструдера через загрузочное устройство. При перемещении гранул по винтовому каналу, образованному вращающимся шнеком и внешним цилиндром экструдера, под действием высокого давления и нагрева происходит расплавление гранул. Расплав полимера под давлением наносится на поверхность картона через узкую щель головки экструдера. При контакте полимера с картоном он одновременно соприкасается с охлаждающим валом. Вал может быть с глянцевой или матовой поверхностью, что придаёт поверхности полимера соответственно глянец или матовость. Обычно масса полимерного покрытия составляет около 18–20 г/м². Рулоны с нанесёнными защитными слоями разрезаются на два формата — узкие рулоны для доньшек и широкие рулоны для боковин стаканчиков

2. В случае применения листовой технологии изготовления стаканчиков — широкие рулоны режутся в необходимый листовой формат. Процесс осуществляется на высокопроизводительных листорезальных машинах. Формат готовых листов подбирается в зависимости от используемого на следующих этапах оборудования — печатных и вырубных машин.

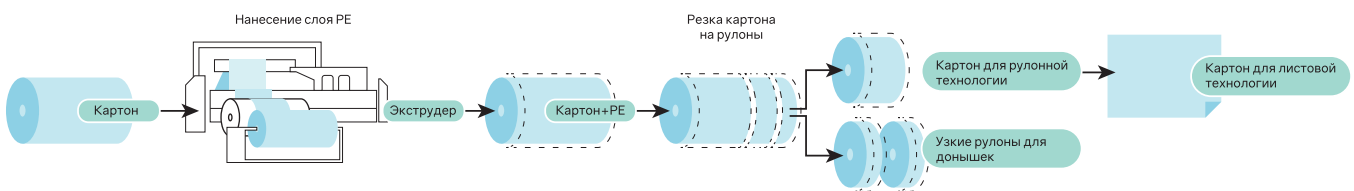


Схема 1. Производство ламинированного картона

Рулонная технология изготовления бумажного стаканчика

Для изготовления стаканчиков с печатью рулон картона, предварительно покрытый полиэтиленом, запечатывается на флексографской печатной машине, по стороне, противоположной стороне с полиэтиленом. Запечатанная сторона будет внешней стороной стаканчика, сторона с полиэтиленом — внутренней. Затем запечатанный рулон поступает на рулонный вырубной пресс, на выходе из которого получаем заготовки для боковых стенок стаканчиков. При изготовлении стаканчиков без печати по внешней стороне, рулон картона, предварительно покрытый полиэтиленом, поступает сразу на рулонный вырубной пресс, на выходе из которого также получаем заготовки для боковых стенок стаканчиков.

Подготовленные заготовки и рулоны для доньшек поступают на специализированный станок, на котором формируются готовые стаканчики. Из заготовок станок изготавливает боковые стенки стакана, а из рулонного картона станок будет автоматически вырубать доньшки для стаканчиков.

В процессе работы станка по производству стаканчиков происходит формирование боковой стенки стаканчика путём ультразвукового воздействия на ламинированный слой полиэтилена, соединение боковой стенки и дна привариванием, формирование верхнего ободка. Станки с ультразвуковой спайкой шва универсальны и нашли более широкое применение по сравнению с термической или электрической спайкой, поскольку подходят для многих видов картона, большинства используемых объёмов стаканчиков, гарантируют идеальную форму изделия без следов на стыке картона.

Готовые стаканчики обычно упаковываются в полиэтиленовый рукав в заданном количестве и укладываются в гофрокороба.

Обязательной стадией производства стаканчиков является контроль качества, когда стаканчики выборочно заполняют модельными средами (в самом простом варианте это горячая вода, чай или кофе). Обращают внимание на герметичность и сохранение формы стаканчика.

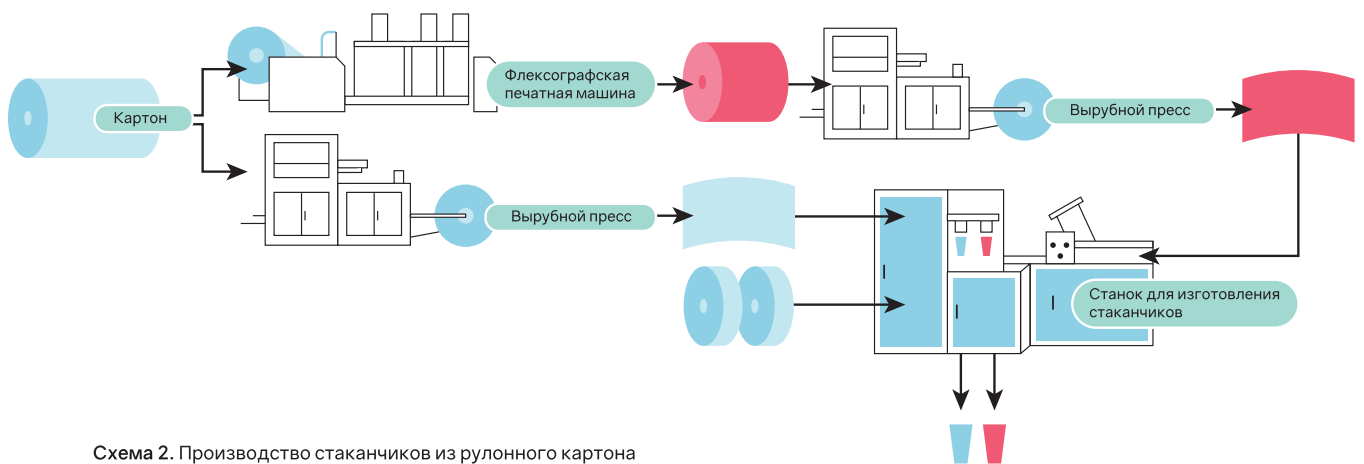


Схема 2. Производство стаканчиков из рулонного картона

Листовая технология изготовления бумажного стаканчика

Листовая технология отличается от рулонной тем, что на этапе производства ламинированного картона рулоны, покрытые полиэтиленом, флатуются на листы, формат которых зависит от формата используемого оборудования, печать осуществляется на листовых офсетных печатных машинах, а вырубка заготовок — на листовых вырубных прессах.

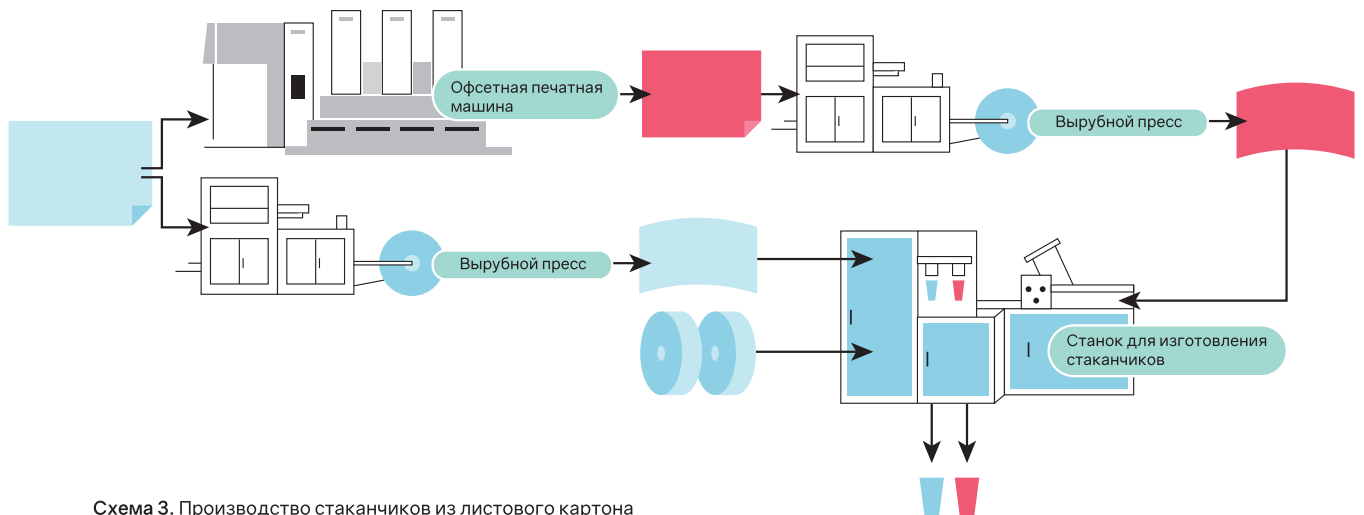
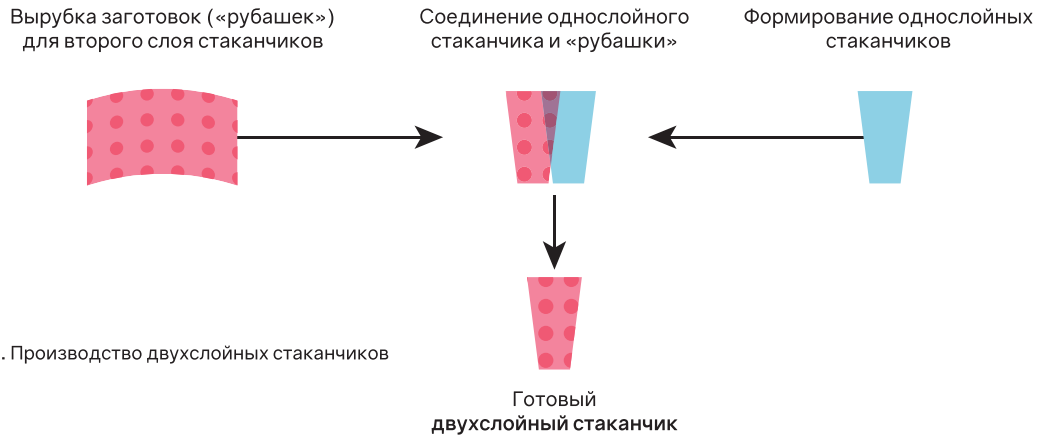


Схема 3. Производство стаканчиков из листового картона

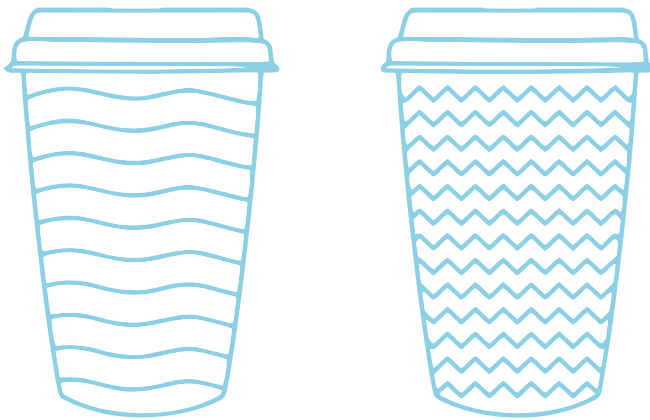
Изготовление двухслойных бумажных стаканчиков

Для изготовления двухслойных стаканчиков необходимы готовые однослойные стаканчики и заготовки для второго слоя. Формирование второго слоя на стаканчике производится в специальном оборудовании. Этот слой может быть гладким или гофрированным.

Стаканчики и заготовки загружаются в станок, где из заготовки формируется рубашка в форме стаканчика и приклеивается к основе, которой является однослойный стаканчик, технология изготовления которого была рассмотрена выше.



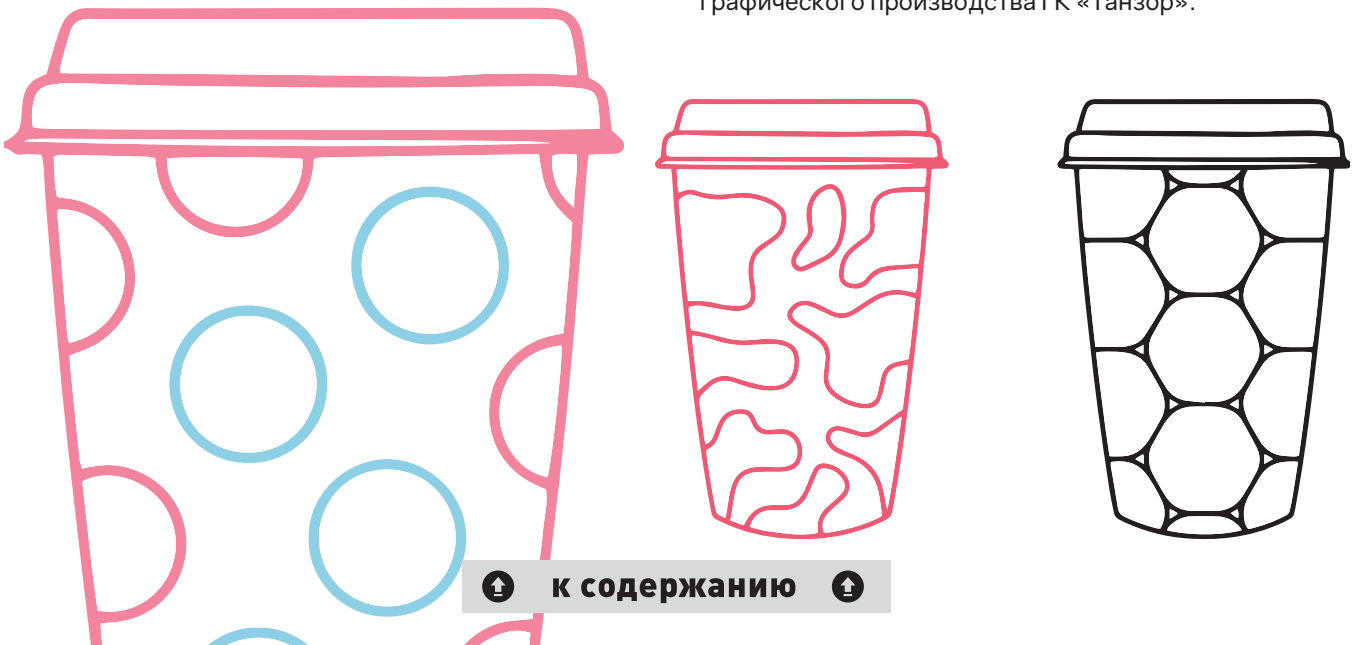
Итак, мы рассмотрели основные варианты изготовления стаканчиков. Часто рулонная и листовая технологии комбинируются между собой. Решение о выборе технологического процесса принимается в зависимости от имеющегося на конкретном производстве оборудования.



Пользуясь одноразовыми стаканчиками практически каждый день, мы не задумываемся, что изготовление такого привычного и удобного предмета, «время жизни» которого максимум 30 минут, требует тщательного подбора материалов, творческой работы дизайнера и высокотехнологичного производства.

Бумажный стаканчик ждет хорошие перспективы — он ещё долго будет востребован, станет на 100% экологичным, с оригинальными находками в дизайне, печатном исполнении и последующих отделочных процессах.

Об авторе: **Владимир Непогодин**, технолог полиграфического производства ГК «Танзор».



«Квинта Принт»: работать красочно и привлекательно

В столице Узбекистана Ташкенте работает крупная полиграфическая компания «Квинта Принт». Её соучредитель и заместитель директора Александр Жарков рассказывает об истории становления и современных реалиях этого бизнеса.

Дмитрий Шепелев



Сооснователь и генеральный директор Денис Мельников до открытия собственного бизнеса успел поработать дизайнером в полиграфической компании. Вместе с Александром бывшие одноклассники, получив опыт в различных компаниях по печатному профилю, в итоге пришли к выводу, что лучше запустить собственное дело. На начало 2000-х годов пришёлся период развития цифровых технологий, когда в молодую типографию пришёл заказ от клиента федерального масштаба. Оператор сотовой связи «Билайн», поглотив местного мобильного оператора, начал работать под своим брендом и заказал огромную партию в 20 тысяч квартальных календарей. Это был сложный заказ для новичков, но с привлечением помощников со стороны для сборки календарей тираж был выполнен.

Дальше — больше

Первой единицей оборудования стал принтер Tally, потом были введены в эксплуатацию две легендарные машины Xerox DC12, после них — две ЦПМ DC252, а в 2018 году Konica сделала компаньонам предложение, от которого невозможно было отказаться: по условиям контракта

были поставлены **Konica Minolta AccurioPress C6100**. Руководство «Квинта Принт» уверено, что и тогда, и сейчас это является лучшим вариантом по совокупности технических возможностей и цены на рынке цифровой печати.

Параллельно развивалось и офсетное производство в малом формате, но до сих пор приоритетной для типографии является цифровая печать: именно она приносит основную прибыль. Много вспомогательного оборудования было приобретено: итальянский комплекс твёрдого переплёта, резальная машина, японская линия Horizon.

Цены в «Квинта Принт» не самые низкие по рынку, но в Ташкенте у компании есть хорошая репутация: все знают, что заказ будет обработан в нужные сроки с заданным качеством. Это подтверждается множеством исполненных тиражей в том числе в интересах иностранных и международных компаний, которые привычно ожидают высокого уровня работы от подрядчиков. Например, обслуживающий типографию корейский банк KDB ежегодно заказывает ежедневники в количестве полутора-двух тысяч штук. От крупных тиражей до совсем небольших — буквально





10 открыток для лучшего клиента — всё делается в срок, без лишних вопросов и в лучшем виде, говорит Александр.

Парное производство

Основная ЦПМ в типографии на текущий момент — это AccurioPress C6100. И их тоже две единицы, как было до этого две DC252, а до них две DC12. В компании уверены, что такое дублирование помогает максимально быстро и в срок справляться с любым заказом, что бы не случилось на производстве.

Дополнительно работает лакировальная машина **Konica Minolta AccurioShine 3600**, которая была запущена в минувшем году. Она также была поставлена местным представителем Konica Minolta в Узбекистане ATK «Турон». Этот поставщик на рынке работает давно, но плотное сотрудничество с «Квинта Принт» наладилось лишь в 2018 году. В самый тот год, когда в типографии размышляли над путями дальнейшего развития, на её пороге и появился представитель «Турон».

С его подачи и была приобретена первая Konica Minolta AccurioPress C6100, а чуть позже и вторая точно такая же, поскольку первая себя полностью оправдала по совокупности цены и возможностей. Кстати, это были первые машины AccurioPress C6100, которые заработали в Узбекистане. После них поставщик поставил немало таких же машин на



рынок, благодаря опыту, полученному в «Квинта Принт».

Машины трудятся на производстве уже более пяти лет, и в типографии вынашиваются планы по замене их на более свежие AccurioPress C12000/C14000. Помимо Konica Minolta, «Турон» поставляет на рынок машины Morgana, так что ламинаторы и брошюровщики приобретались этой марки.

По поводу последнего приобретения — AccurioShine 3600 — в компании уже сложилось понимание о наилучшем способе её применения. Возможность выборочного лакирования продукции в «Квинта Принт» — это своеобразная «вишенка на торте», которая привлекает всё больше и больше заказчиков. Причём это работает уже методом «сарафанного радио»: из уст в уста передаются между потребителями сведения о новых возможностях типографии, и в «Квинта Принт» заказы приходят целенаправленно за «лаком». Единственное сожаление состоит в том, что машина была приобретена без модуля для работы с фольгой, но это дооснащение — уже в ближайших планах развития типографии, бла-

годаря конструкции AccurioShine 3600 позволяет это сделать в любой момент. Зачем фольга? Александр знает точный ответ: за тем же, за чем и лакирование, — чтобы сделать свои продукты ещё более красочными и привлекательными. □

QazPack 2023

В Алматы в ноябре 2023 года прошла 20-я Казахская международная выставка «Упаковка, тара, этикетка и полиграфия».

Ежегодно на этой площадке собираются казахстанские и мировые производители и поставщики этикетки, готовой упаковки, а также машин и технологии упаковочной промышленности, оборудования для печати, маркировки, нанесения фирменных знаков, технологий складирования, логистики и хранения, а также упаковочных материалов и вспомогательных средств для упаковки, оборудования для печати, технологий и услуг печатной индустрии. Мы спросили мнение участников об их участии в выставке.

Gridan Commerce

Вячеслав Кольчугин: Мы участвуем в выставке впервые, хотим, конечно, найти новых клиентов и познакомить рынок с нашим новым продуктом. Кроме полиграфических материалов и материалов самоклеющихся для этикеток, мы поставляем промышленные клеи для упаковки, приклейки различных этикеток, крышек и практически для всех задач, которые можно придумать в полиграфии и упаковке. Наш клей подходит и для пищевой упаковки, и для полиграфии. Мы предлагаем клеи-расплавы и клеи на водной основе от американской компании H.B. Fuller, которая



Стенд MataPrint Techno

работает уже порядка 150 лет. Эти клеи хорошо известны в Америке и Европе, но не в странах СНГ, поэтому мы стараемся популяризировать их на территории Казахстана.

ECI Packaging Limited

Дмитрий Галасанов: Нашей компании уже почти 30 лет, мы часто участвуем в различных выставках. Так часто, что уже и сложно сосчитать. Главной целью нашего участия на выставке является поиск новых заказчиков, новых потребителей и продвижение своего продукта. Наша компания является дистрибьютором ряда европейских и китайских компаний, чьё оборудование мы предлагаем, комбинируем линии, для того чтобы предложить конечное решение нашему потребителю.



ECI Packaging Limited

EGP+I

Жандос Коблан: Мы являемся производителем полипропиленовых стаканчиков для молочной, кондитерской продукции и любой другой, которую можно запаять в нашу упаковку. Мы в выставке участвуем четвёртый раз, но как представители EGP+I — впервые. Главное, что мы хотим, —

показать себя миру, обзавестись новой клиентской базой, ну и узнать о том, что происходит на рынке Казахстана. Наша упаковка предназначена для хранения продуктов на долгий срок. Тот же пластиковый стакан может подолгу сохранять в себе продукт, не деформируясь и не допуская воздействия большинства внешних факторов.

intellservice

Роман Киселёв: Мы часто участвуем в различных выставках, на QazPack — мы уже в четвёртый раз. Мы расширяем линейку наших продуктов и клиентскую базу, показываем свои возможности, новые технологии и улучшение старой, конечно же. Наша типография занимается практически всем, а на выставке мы представляем бумажную посуду и упаковку.



EGP+I

publish.ru

МЕНЯЕТСЯ МИР — МЕНЯЕТСЯ И PUBLISH

Publish — журнал и портал про бизнес в полиграфии: традиционную, цифровую и промышленную печать, дизайн и допечатную подготовку, бумагу и расходные материалы. В журнале регулярно публикуются обзорные материалы про оборудование и технологии для печати и допечатной подготовки.



ПОДПИСКА

В ПОДАРОК! *

РЕКЛАМА 16+

*Полугодовая подписка на PDF-версию журнала Publish оформляется без ограничений по ссылке: <https://www.publish.ru/lp/welcome>



KZ Recycling

KZ Recycling

Айгуль Туганбаева: Нашей компании уже больше 20 лет, и мы стараемся каждый год участвовать в выставках QazPack. Основной целью мы ставим показать и рассказать о нашей продукции, найти новых клиентов, а также встретиться и поговорить с людьми и компаниями, уже ставшими нашими партнёрами. Мы производим картон и гофроупаковку из макулатуры.

MataPrint Techno

Тая Куркина: В Казахстане мы являемся официальными представителями многих брендов — Mimaki, TitanJet, iECHO, MEFU, Sprinter, ARKJet, GongZheng, VULCAN, Darui, Neenah Coldenhove, Jasper, Palina, HOTA. В выставке QazPack мы участвуем постоянно и в этом году представляем оборудование новых брендов. На нашем стенде представлено оборудование для раскроя iECHO. На этой выставке у нас цель — расширить представление о китайских брендах, которые сейчас активно врываются на рынок. Мы проанализировали запросы наших клиентов и показываем новые возможности в пределах даже небольших бюджетов. Mimaki, конечно, остаётся нашим флагманом, но мы расширяемся, растём и стараемся успевать за всеми изменениями на рынке. MataPrint — это не только печатное оборудование, это и цифровые раскройные комплексы, и бигговщики, и сублимация, и печать на ткани. Спектр оборудования очень широк и предоставляет возможность привлечь максимальную аудиторию.



«Кропоткинский Завод МиССП»

SamPlast

Дмитрий Цзян: Наша компания из Узбекистана, а в Казахстане мы впервые. Главной целью для нас является расширение возможностей сотрудничества наших стран: чтобы в Казахстане могли попробовать нашу продукцию, наше качество. Мы производим сырьё — заготовки для ПЭТ-бутылок, которые используют для розлива воды, масла, напитков и др. Изделия из ПЭТ-преформ являются популярными благодаря их дешевизне, простоте выдува и вариативности дизайнов.

«Алтын-Ажыдаар»

Станислав Головкин: На QazPack наша компания впервые: мы решили осмотреться, представить свою продукцию. Мы уже сделали достаточно интересные выводы по рынку Казахстана. В выставке мы принимаем участие в первую очередь с идеей предложить что-то новое, что-то узконаправленное. Например, октабин, который пользуется спросом у крупных предприятий, занимающихся пресс-формами, бетоном и проч. Кроме того, мы предлагаем полипропиленовую ленту, втулки, уголки и полноцветные коробки.

«Контрольный Пакет»

Ольга Лопатина: В этой выставке мы участвуем во второй раз. С 2005 года мы занимаемся производством гибких полимерных упаковок. В Казахстане мы работаем с 2013 года, занимаемся производством упаковки для пищевой продукции. Продукция молочных заводов, птицефабрик, кон-

дитерских фабрик, хладокомбинатов и практически всё, что вы видите в магазинах упакованным в плёнку, — мы эту плёнку производим или можем произвести. Сейчас наше предприятие динамично развивается и проходит переоснащение с целью увеличения производственных мощностей: с 400 до 600 тонн в месяц.

«Кропоткинский Завод МиССП»

Лариса Шеременда: В выставке QazPack мы участвуем каждый год, лично я — с 2005 года. К нам приходят наши постоянные заказчики, с которыми мы обговариваем нюансы нашего дальнейшего сотрудничества. Ну и, конечно, ищем новых заказчиков, представляем им нашу новую продукцию и т. д. Мы предлагаем оборудование для выдува ПЭТ-тары, линии розлива, в которые входят: этикетировщик, упаковщик, транспортёр, термодатчик и многое другое.

«ТЕХНОИНДУСТРИЯ»

Владислав Сенич: Мы производим линии розлива под ключ, т. е. от выдува до упаковки. Мы можем предоставить нашему клиенту оборудование и для выдува, и для розлива, конвейерные системы, укупорочное и этикетировочное оборудование. В Казахстане мы выставляем во второй раз, нам очень нравится, здесь очень приветливые люди. Нашей целью является привлечение новых клиентов. Например, в прошлом году мы начали работать с Sozo.kz, у нас сложились отличные отношения. □



к содержанию



Каждый день — день Xerox

О том, что будет в 2024 году, как устроены продажи и что становится важным в цифровой полиграфии, рассказывает руководитель направления по работе с партнёрами Xerox в Центральной Азии и Казахстане Владислав Молчанов.

Покупая дорогое оборудование, всегда нужно иметь в виду горизонт планирования не 2–3 года, а как минимум лет пять. И тут можно немного посетовать, что Xerox производит довольно дорогое и слишком надёжное оборудование, потому что у нас на рынке до сих пор работают машины 2003–2004 годов выпуска. Их владельцы понимают, что они отстают в технологиях по настройкам, приводке, цветопередаче, но их это полностью устраивает — буквально так и говорят: «Спасибо машине, что отработала 20 лет, и спасибо Xerox, что на машину есть все расходники и запасные части».



интересен и продавцам оборудования. Во-первых, партнёр делает предложение не на одну машину, а сразу на несколько, за счёт этого можно предложить покупателю дополнительную скидку. Во-вторых, это упрощает пусконаладочные и сервисные работы. И покупателям нравится, что, например, гарантийные обязательства перед ними несёт одна компания, а не несколько разрозненных.

Выставка

Xerox не участвует в drupa 2024 года, вместо этого компания планирует нарастить маркетинговые расходы на свои представительства, чтобы поддерживать наших клиен-

Сервис рулит

Самая важная вещь, которой мы можем сейчас похвастаться: как в крупных городах, так и в регионах предпочитают оборудование Xerox благодаря хорошо налаженной сервисной поддержке с широкой географией покрытия. Ну и, самое главное, опытными инженерами: например, в **Elcom Service** (Караганда) два инженера занимаются обслуживанием оборудования Xerox уже на протяжении 30 лет. А партнёр отпраздновал в этом году 32-ю годовщину со дня создания компании, с чем мы их и поздравляем!

Мы продолжаем развивать наш сервис: например, в январе 2024 года на базе **Logic Computer** проводилось обучение инженеров с целью повышения их уровня квалификации для работы с моделями Xerox Versant 280.

Комплексное предложение

Xerox всегда работает в паре с партнёрами, которые предлагают не только печатное оборудование, но и послепечатное, проще сказать: предлагают комплексные решения. Обычно такие решения нужны тем людям, которые имеют минимальный опыт в этой сфере. Профессионалы, как правило, сами знают, что им приобрести из послепечатного и печатного оборудования, и понимают, что печатная машины — это ещё не залог успеха. Подобный комплексный подход

тов непосредственно на местах.

Тем не менее в течение года планируется объявить об обновлениях в продуктовой линейке, и практически наверняка они будут в сегменте Production Class — высокопроизводительного оборудования. Какие именно — пока неизвестно, но если предстоит обновление модели, это значит, что мы увидим что-то новое. На рынке Казахстана в текущем году, в сотрудничестве с партнёрами, мы планируем продвигать уникальные решения с дополнительными цветами, а также рулонную ЦПМ на базе печатного устройства Xerox для рынка производства этикетки. Образцы этого оборудования будут представлены на выставке **Central Asia Reklam** 3–4 апреля 2024 года в Алматы.

На этой выставке также планируется выступать в коллаборации с партнёрами Xerox в Казахстане. Ведь они предлагают клиентам не просто печатные устройства, но решения, включающие в себя комплексы послепечатного оборудования с различной специализацией, позволяющие строить и полноценно выращивать, оптимизировать бизнес в сфере полиграфии. Это важно, учитывая, что около 30% текущих клиентов Xerox — это новички, которые открывают бизнес в новой для себя сфере. С другой стороны, 70% — это постоянные клиенты, которые работали на обо-

рудовании Хегох не одного поколения. Есть примеры бизнесов, которые оснащали свои печатные производства последовательно машинами DocuColor 240, затем Color 700 и, наконец, Хегох Iridesse.

Постепенный рост

Мы не сторонники продавать машины высокого класса новичкам. Наоборот, мы стараемся обеспечить последующий рост полиграфии как бизнеса, сделать его рабочим. На старте можно взять машину поменьше, но потом, когда человек будет уверен в своих позициях на рынке и в потенциале роста, тогда будет выбираться машина более высокого уровня.

В типографиях есть чёткое понимание, что сейчас все стараются удивить своих клиентов. Уровень качества печати стал достаточно высоким у разных производителей печатного оборудования, по техническим характеристикам ЦПМ одного класса тоже становятся всё ближе друг к другу. Простой способ конкуренции — это борьба за стоимость клика: вот, у кого-то клик дешёвый — 10 тенге, а у другого — 12 тенге. Но если готовый отпечаток продаётся за 100 тенге, то 2 тенге разницы в себестоимости не будут иметь никакого значения, тем более в «цифре». Это ведь не офсетная печать, где на больших тиражах каждый тенге имеет значение.

Дополнительная ценность

Поэтому Хегох следует другому методу. Он предлагает своим заказчикам пройти апгрейд, допустим, для печати «золотом», «серебром» или белым цветом с лаком. Это не борьба за себестоимость, а выход на другой уровень производства благодаря расширению возможностей ЦПМ — это новая жизнь для старого оборудования. Например, люди начали понимать толк в том, что нужно печатать по тёмным материалам. Если раньше пакеты делали методом шёлкографии, УФ-печати или «заливали» белый лист тёмным цветом, получая выворотку, то теперь доступна печать белым, золотым, серебром, прозрачным цветами как по имитлину, так и по другим материалам, с прекрасным результатом. То же касается и не-

стандартной упаковки и для других применений. Чтобы быть уникальными, не нужно покупать машину стоимостью в сотню тысяч евро и получить клик на 2 тенге дешевле. Мы видим, что мировой тренд — облагораживание отпечатка: это может быть лакировка, фольга, дополнительные цвета и тому подобное. То есть люди наконец-то начинают продавать что-то красивое, чтобы повысить маржинальность. А путь демпинга — это не ниша Хегох: тонерная «цифра» в общем случае будет рентабельна до 1000 экземпляров; всё, что выше, — это офсет и струйные технологии, которые сейчас заметно прогрессируют.

У нас есть такая струйная ЦПМ — **Xerox Baltoro** с низкой стоимостью отпечатка и скоростью до 306 отт./мин. Один из наших заказчиков, который рассматривает покупку струйной ЦПМ, ездил в КНР, посмотрел разные варианты, приехал, сказал: всё это красиво, но никто ничего не говорит про гарантию и обслуживание в Казахстане. А у Хегох всё это есть. Мало того, машины даже не продаются по прямому контракту, то есть

невозможно приобрести ЦПМ без сервисного контракта, благодаря которому будет обеспечиваться её работоспособность. Хегох — единственный представитель, у которого есть отдел по прямому сервису, это отдельная организация, которая предоставляет услуги по сервису печати — клик-контрактов, где заказчик не приобретает расходные материалы и запасные части, а оплачивает только по счётчику аппарата за фактически отпечатанное количество листов. А также предоставляет оборудование в аренду на длительные сроки.

**Прошлый — 2023 —
год нам дал много
инсталляций
оборудования Хегох,
вместе этим выросли
поставки расходных
материалов —
это важная часть
нашего бизнеса.**

Xerox Day

Мы хотим сделать в 2024 году «День Хегох». У каждого города будет своя дата проведения этого дня — своего рода «Чёрная пятница». Мы планируем приезжать в этот город с уникальным предложением и рассказывать про свои технологии. Хегох Day пройдёт в этом году в двух городах — Алматы и Астане. Мы хотим попробовать этот формат, изучить его возможности. А наши заказчики получают не только моральное удовлетворение, но и материальное, потому что мы предложим уникальные акции, скидки и тому подобное. 📌

publish
Eurasia

Publish Eurasia

Официальный представитель в Казахстане — ТОО «Publish Eurasia (Паблিশ Евразия)»

Адрес: 050054, Казахстан, г. Алматы, Турксибский район, улица Заветная, д. 31

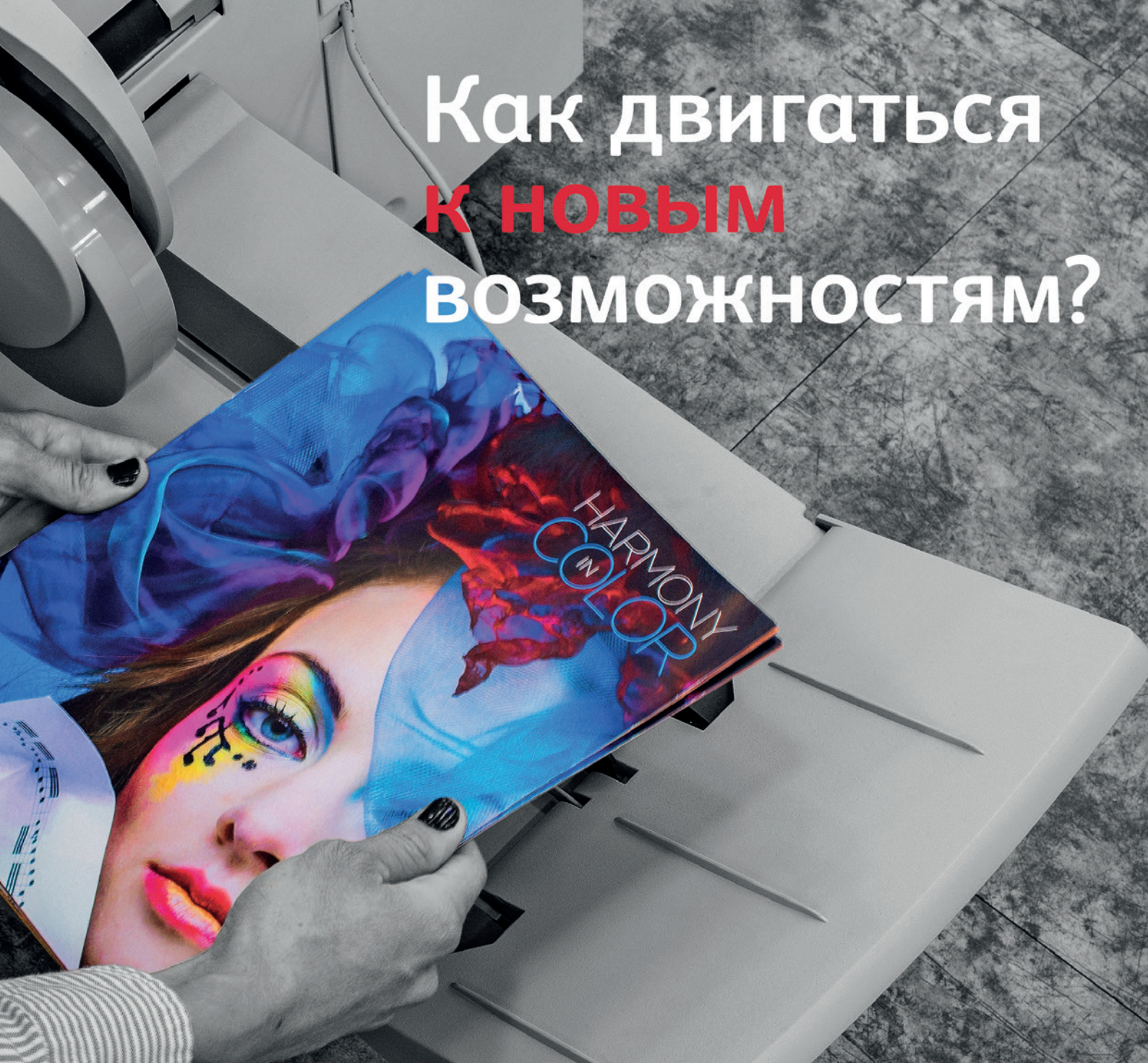
Электронная почта: info@publish-eurasia.kz



к содержанию



Как двигаться к **НОВЫМ** ВОЗМОЖНОСТЯМ?

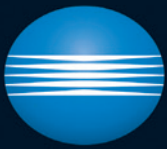


Цифровые печатные машины Xerox®

Развивайте бизнес с великолепным качеством цветной печати.



ТОО Копитек, г. Алматы, ул. Толе би, 65, 1 этаж.
www.copytech.kz, info@copytech.kz



KONICA MINOLTA

AccurioShine
3600

iFoilOne

РОСКОШЬ МОЖНО ОЩУТИТЬ ТАКТИЛЬНО

ПЕРЕОСМЫСЛИТЕ ЛАКИРОВАНИЕ
И ФОЛЬГИРОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИЙ
ОБЛАГОРАЖИВАНИЯ KONICA MINOLTA



Giving Shape to Ideas

Воплощая идеи

konicaminolta.com

konicaminolta.kz