

ФОРМАТ

№3 АПРЕЛЬ, 2023

ПЕЧАТЬ УПАКОВКИ: как пережили 2022 год



V I P

V I S I O N

I M A G E

P R I N T

Все для|



- ☞ Все для **флексопечати**
- ☞ Все для **цифровой печати**
- ☞ Все для **офсетной печати**
- ☞ Все для **глубокой печати**



АО "ВИП-Системы" Email: info@viprumo.ru; Тел.: +7 (495) 258-67-03; web.: www.vipsys.ru.
Полиграфическое оборудование; программное обеспечение; расходные материалы;
запасные части; сервис.

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №3 (170)-2023

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Полиграфический бизнес: что нашли и что потеряли 2

БИЗНЕС

Типография «АПД», компания TCS web-to-print, Нижний Новгород
TCS web-to-print: делиться выгодой 6

Компания «Смарт-НН», Нижний Новгород
«Смарт-НН»: картон точно под размер! 12

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Lucky Hwagwang, Китай и «НЦ Лоджистик», Москва
Lucky Hwagwang: за флексографией будущее! 11

Компания «ХД РУС», Москва
Saphira в помощь: снижаем липкость краски 14

Типография Druck Service, Минск, Беларусь
Druck Service: испытания картона «в полях» 16

ОБОРУДОВАНИЕ

«Любимая Типография», Москва
Замена LED UV-сушки: новый уровень возможностей 22

iESHO: на острие технологий резки 30

СОБЫТИЕ

PRINT CHINA 2023 состоялась 28

Обложка отпечатана на бумаге «Омела» (150 г/м²) компании «Илим»

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн..... 1	Терра Системы..... клапан, 23
Арион Групп..... 21	Фабрика офсетной печати..... вкладка
ВИП-Системы..... клапан, 2-я обл.	ХД РУС..... 15
Герой Труда..... вкладка	Bobst..... 4-я обл.
Илим..... 3-я обл.	Lamstore..... 25
ОктоПринт Сервис..... клапан, 3	NCL..... клапан, 11
Смарт-НН..... 7	Printech..... 5
Смарт-Т..... 31	TCS web-to-print..... 9
	Yam International..... клапан

Учредитель:

издательство «Курсив»

Генеральный директор
А.Ч. Амангельдыев

Исполнительный директор
Н.В. Шапинова

Ответственный секретарь
Л.В. Артемова

Зам. ген. директора по маркетингу
и рекламе
Е.А. Маслова

Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева

Корректор
А. Архангельский

Адрес редакции:

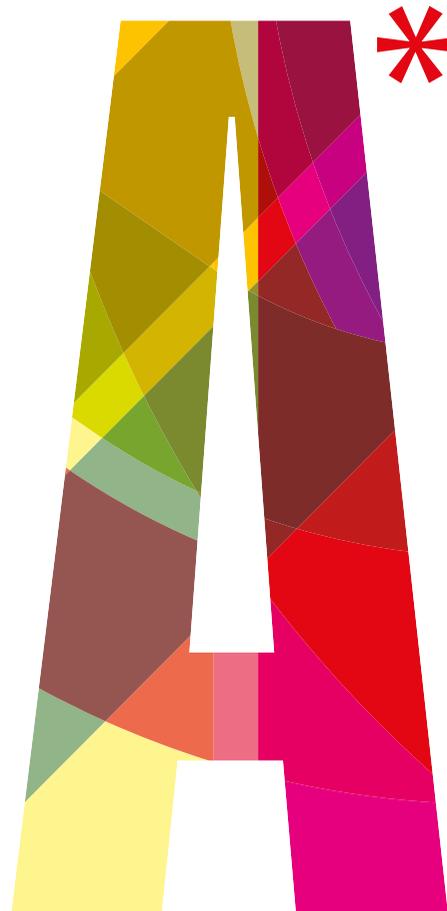
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в «Вива Стар»
Тел.: 8 (495) 737-63-53
Тираж 3000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Воспроизведение материалов или их фрагментов без разрешения редакции запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет.



Изготовим любую рекламно-коммерческую полиграфию, книги и альбомы в твердом переплете на современном оборудовании на самом высоком уровне качества.

Красочно.

Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line
Hi-End—10+лак on-line

Переплетно.

Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;
Фальцовка—«оконный фальц», микрокассеты;
ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;
Шитье нитью—корешок до 52 см,
альбомный спуск, шитье «на марлю»
для объемных изданий;
Переплеты—№ 5, № 7, «французский»,
переплет с кругленным углом.





Полиграфический бизнес: что нашли и что потеряли

Прошедший 2022 год, да и начало текущего, дают повод для раздумий. Вроде бы страна под жесткими санкциями, иностранные компании, многие годы развивавшие бизнес в России, теперь ушли и прекратили продажи своих товаров. Почти все товары, связанные с полиграфией, оказались под санкциями и в нашу страну официально не поставляются. В дефиците оказались и краски, и картон, и бумага. Предполагалось, что это должно было сильно ударить по полиграфии как отрасли промышленности... Но при этом большинство типографий в России не только не закрылось, но и отчиталось о том, что прошлый год был «очень хорошим», а то и «лучшим за всю нашу историю». И это можно было слышать и от книжных, и от цифровых, и даже от упаковочных типографий. Разве что журнальным и газетным типографиям стало сложнее. Рынок потерял большую группу гляцевых журналов и существенную долю малых журналов. Дело в том, что большинство рекламодателей в этих журналах – иностранные компании, ушедшие из России.

А вот ситуация с упаковкой требует осмысления. Многие крупнейшие производства, загружающие упаковочные

типографии, принадлежали иностранным компаниям. Чем же тогда оказались загружены упаковочные типографии, и почему вдруг ушедший 2022 г. оказался едва ли не лучшим в

Иностранные компании, работавшие в России, уходят, страна под жесткими санкциями, в том числе полиграфическая отрасль. Но отрасль жива, работает и даже развивается. Целый ряд типографий оценивают прошедший год как положительный и даже успешный. Попробуем разобраться, что происходит

истории?

Если проанализировать опубликованный в конце марта список иностранных компаний, ушедших из

России или остановивших свою деятельность, то можно обнаружить много интересного. И не просто интересного, а активно влияющего на рынки упаковки и этикеток.

■ Рынок пищевых продуктов и напитков покинули более 25 крупных иностранных компаний, на которые приходилось более 50 известных торговых марок, занимающих внушительную долю рынка России. И большинство продуктов этих компаний производилось в России, было достаточно много импортных товаров, которые приезжали в готовом виде со своей транспортной тарой и в упаковке.

■ Исторически в нашей стране продавалось много иностранного алкоголя. И подавляющее большинство ведущих мировых брендов решило уйти из России. Как минимум, 25 ведущих производителей алкогольной продукции остановили поставки в Россию и еще 7-8 компаний планируют избавиться от российских активов. Почти все производители алкоголя привозили в Россию свою продукцию в полностью готовом к продаже виде: в традиционной или подарочной упаковке.

■ Более 50 крупных иностранных производителей парфюмерии и косметики, владеющих более 80 известных торговых марок, приостановили

деятельность, ограничили или прекратили поставки товаров из-за рубежа. Кто-то имел производство в России, кто-то занимался импортом. Причем в этой товарной группе доля полностью импортных товаров, особенно в парфюмерном сегменте, была высока.

Аналогичная ситуация и во многих других отраслях промышленности: бытовой химии, лаках/красках, спортивных товарах и др. Чисто теоретически, с рынка должно было исчезнуть внушительное количество товаров. По разным оценкам, объемы импорта разных категорий снизились на 15-45%, а по некоторым позициям поставки сократились почти до нуля. По крайней мере официальные. Есть, конечно, параллельный импорт, который частично компенсирует потери, но скорее всего полный объем восстановить вряд ли может. К сожалению, точно посчитать доли рынка, которые освободились при уходе с иностранных компаний, в настоящий момент невозможно. Можно только очень грубо эти доли оценить. На графике в статье мы попытались оценить потери российского рынка от прекращения поставок товаров по разным группам. Там же ориентировочно показана и доля параллельного импорта в этих категориях. На большую точность в этих расчетах не претендуем. Поскольку наблюдение показывает, что даже после «ухода», поставки некоторой продукции сохраняет и сама «ушедшая» компания, и серый рынок, который частично замещает объемы ушедшей компании.

Но ушедшие компании не только перестали импортировать свои товары в Россию. Многие из них имели в России свои заводы или совместные предприятия и создавали объем заказов на упаковку. Ушедшие компании заказы уже не размещают.

По идее, полки наших магазинов должны быть пустые. На огромное количество товаров должен был возникнуть дефицит. И исходя из того, что уже сказано, понятно, что рынок упаковки многих товаров должен был претерпеть существенные изменения. С одной стороны, те, кто решил уйти, должны остановить заказы своей упаковки (и рекламной продукции, кстати, тоже). И упаковочная промышленность России должна была ощутить огромный спад объема заказов.

Но все произошло не так. Почти все производства работают: они либо просто пере-

брендировались, либо перешли под управление российского топ-менеджмента, либо были проданы российскому бизнесу. И все они продолжают работать уже под управлением новых собственников. Многие привычные торговые марки исчезли, но вместо них запущены новые, которые по сути просто подменяют то, что было. За примерами далеко идти не надо. Вместо «ушедшей» Соса-Кола завод производит «Добрый Кола», которая по вкусу и цвету от исходного продукта практически не отличается. То есть тот объем упаковки, ко-

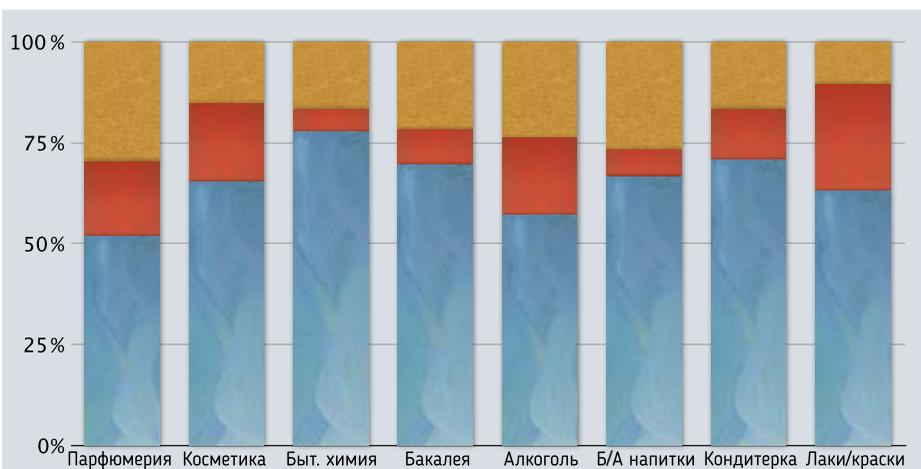
ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoPRINT
SERVICE

www.oktoprint.ru



Оценочный график потерь объемов поставок товаров в Россию и потенциал их замены российским производством (по товарным сегментам). Голубым цветом показана доля иностранных товаров, которые в той или иной форме остались в России, красным цветом — заместившая уход доля параллельного импорта, желтым — «свободная ниша», которую могут занять производители из России или дружественных стран. Российские производители при этом создадут определенный спрос на полиграфическую продукцию

торый заказывали раньше иностранные компании, теперь заказывают российские. Необходимость менять торговые марки, дизайн упаковки и, возможно, товарную линейку только увеличила объем заказа на упаковку в России.

Посещение супермаркетов говорит о том, что ни по каким позициям дефицита нет. Частично это заслуга параллельного импорта, частично — российских компаний, которые решили занять нишу. И в большинстве своем российские компании с этой задачей справились. Раньше пробиться в крупные торговые сети небольшим отечественным производителям было практически невозможно. Но с уходом иностранных брендов место для российских товаропроизводителей на полках освободилось. А им нужно не только произвести продукт, но и правильно его упаковать, причем желательно не хуже иностранного, который на рынке еще остается. То есть вместо импортных товаров, которые приезжали в Россию в готовом виде, на рынок выходят отечественные производители, которым нужна и транспортная тара, и упаковка, и этикетка, и инструкция к товару (если она предполагается), да еще по-хорошему рекламная поддержка. В итоге создается заметный дополнительный (!) объем заказов на упаковку, который пришел в отрасль.

Рынок упаковки

Если проанализировать ситуацию с упаковкой в России за прошедший 2022 и начало 2023 г., то получается следующая картина:

■ Ушедшие с российского рынка това-

ропроизводители прекратили импорт своих товаров. Они почти никак не влияли на объем заказов упаковки, разве что те относительно небольшие производства, которые импортировали в транспортную упаковку, а в России фасовали в местную розничную. Но это очень небольшой объем заказов упаковки.

■ Заводы иностранных производителей, которые работали в России и заказывали внушительный объем упаковки, продолжают работать и заказывать упаковку. Часто меняется бренд, дизайн, отделка, материалы и т.д., но объемы сохраняются. И во многих случаях даже одномоментно выросли, поскольку раньше упаковку часто заказывали вперед, а смена бренда привела к тому, что старую со склада использовать нельзя.

■ Вместо исчезнувших с рынка импортных товаров появляются отечественные или товары дружественных стран. Последние приходят в готовом и упакованном виде, а вот отечественная продукция — нет. И это серьезный дополнительный объем заказов.

■ Помимо роста объема заказов, рынок полиграфической упаковки изменился еще и качественно. Произошли события, которые позволили типографиям и поставщикам оборудования и материалов успешно поработать в прошлом году.

■ Использование рыночных условий. Весной прошлого года рынок оказался перед дефицитом «всего». Не было картона, краски, самоклейки и других необходимых материалов. Те, кто мог это все «достать», вполне успешно использовали дефицит в свою пользу. Товаро-

производители готовы были заказывать упаковку впрок и даже не сильно торговались. Это позволило многим типографиям частично отыграть сложившийся в последние годы жесткий ценовой прессинг товаропроизводителей.

■ Улучшение финансовых условий. Крупные иностранные компании часто пользовались своей репутацией (порой, кстати, необоснованно), чтобы «прессинговать» типографии: «у нас имя, большие объемы заказов, широкий ассортимент, хорошая репутация, поэтому цена на упаковку должна быть вот такой, и еще отсрочка платежа на несколько месяцев». И в большинстве случаев типографии соглашались. С новыми российскими клиентами можно договариваться на более удобных для себя условия.

■ Улучшение финансовой дисциплины. Договариваясь об отсрочке платежа «на месяцы», зачастую эти сроки плохо выполнялись. У типографий формировалась кредиторская задолженность, управлять которой было непросто. В новых условиях многие заказы выполняются по предоплате или с небольшой отсрочкой. При этом товаропроизводитель дорожит возможностью получать упаковку в срок и исправно за это расплачивается.

По совокупности всех описанных факторов, на рынке упаковки и этикетки сложилась необычная картина. Несмотря на уход ведущих брендов и общей санкционной политики, спрос на упаковку и этикетку в России заметно вырос. Пока объемы этого роста оценить сложно, но он вполне заметный, наверное, в районе 10–15%. При этом отметим, что вырос не только объем заказов — у многих типографий выросла и прибыль в общем денежном обороте. В конце концов именно ради прибыли все и работают.

Получилось так, что в сложнейших условиях многие типографии смогли отработать весьма успешно, поэтому многие и оценивают прошлый год как хороший, а кто-то и как лучший в своей истории. И косвенно это, кстати, подтверждается тем фактом, что объемы оборудования для производства упаковки, завезенные в 2022 г., оказались ничуть не ниже, чем в досанкционном 2021 г. и даже близко к весьма успешному допандемийному 2019 г. ■

printech

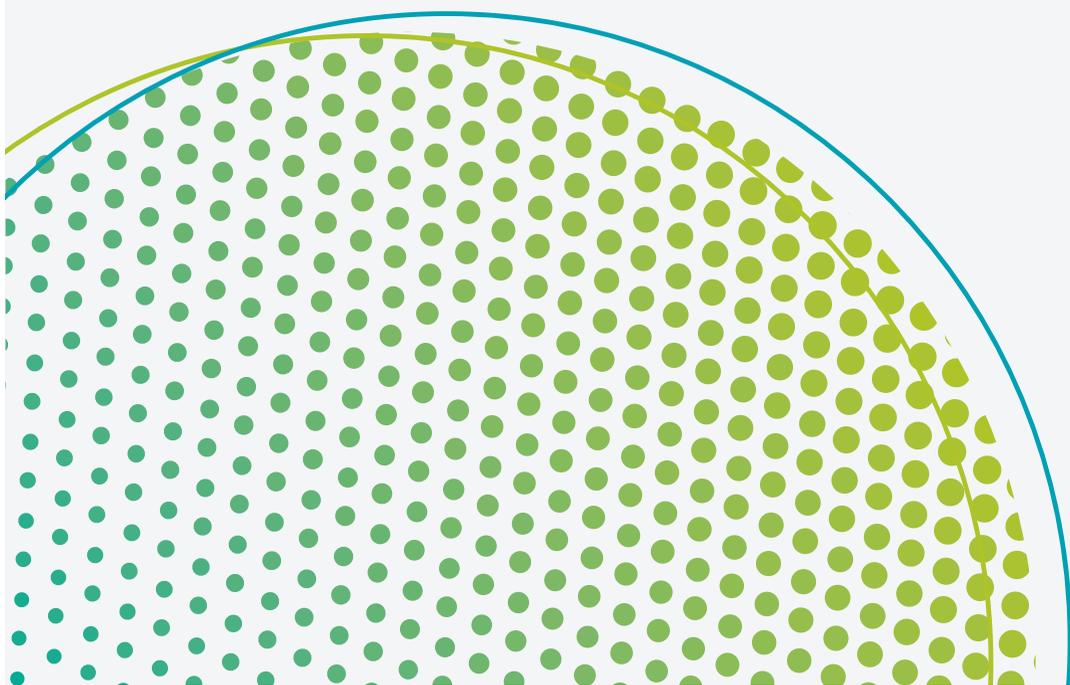


8-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

6-9 ИЮНЯ
2023

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ

PT23k

printech-expo.ru



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER



TCS web-to-print: делиться выгодой



Рустем Мухаметшин,
руководитель,
TCS web-to-print,
[Нижний Новгород]



Дмитрий Самохвалов,
генеральный директор,
типография «АПД»
[Нижний Новгород]

О том, что технология web-to-print может существенно улучшить ситуацию с экономикой в коммерческих типографиях, разговоры идут давно. Есть даже множество успешных примеров таких решений в развитых странах. Мы не раз затрагивали эту тему, но по большей части в теоретическом плане. Однако постепенно такие решения появляются и в России. Недавно технологию web-to-print запустила у себя известная нижегородская типография «АПД». О том, для чего это нужно и как работает, мы обсудили с ее директором Дмитрием Самохваловым и руководителем компании-разработчика TCS web-to-print Рустемом Мухаметшиным.

Ф: Зачем «АПД» web-to-print?

ДС: «АПД» — крупная универсальная типография, специализирующаяся как на коммерческих, так и упаковочных заказах. Установленная у нас система TCS ориентирована на расширение потока коммерческих заказов. Web-to-print, по сути, — интернет-магазин печатной продукции. Клиент просто выбирает из предложенного списка нужное ему изделие, выбирает параметры (тираж, тип бумаги, красочность и т.д.), загружает свои файлы или использует конструктор макетов, выбирает место доставки, оплачивает счет и заказ уходит к нам в работу. Все это можно сделать из дома или офиса, не вставая со стула и не прибегая к телефонным переговорам. А чтобы потенциальному

клиенту было интересно размещать заказ именно таким образом, ему предлагается весьма привлекательная цена. Удобство пользования, привлекательная цена, знаменитые качество и сроки типографии АПД должны стимулировать наших заказчиков пользоваться именно таким каналом размещения заказов.

Ф: Чем отличается система TCS web-to-print от других?

РМ: Она обладает рядом особенностей. Типовая интернет-витрина полиграфической продукции, которую можно заказать через сайт, существует у многих компаний. Для уточнения стоимости конкретного изделия определенным тиражом зачастую используются просто данные из таблицы или формулы. У нас же работает полноценный полиграфический калькулятор, который просчитывает заказ так, как это делает менеджер при работе над заказом, двигаясь по этапам технологического процесса изготовления продукции. Это позволяет рассчитать более точную цену. Для этого у нас есть базы данных всей нормативной информации типографии, все данные об оборудовании и многое другое. За простой на вид функцией лежат довольно сложные расчеты. Этим мы существенно отличаемся от конкурентов, которые есть на рынке. Более того, помимо

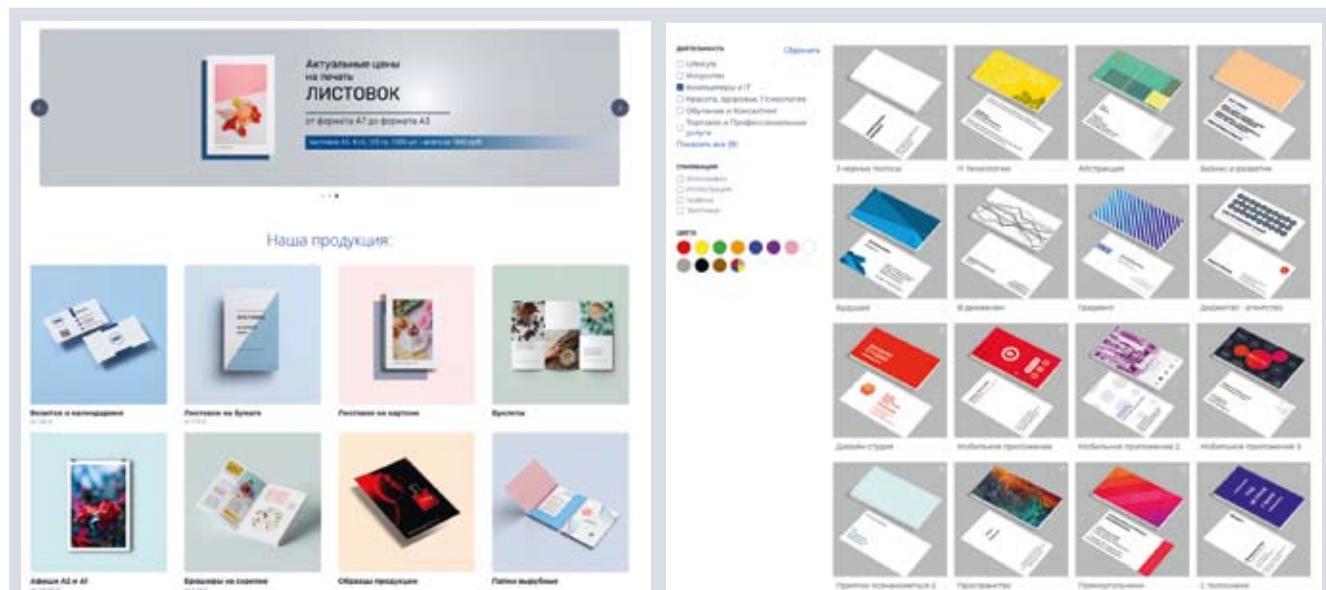
собственного калькулятора, мы сделали интеграцию с известными системами управления производством «А-Систем» и «Аxiom» — можем запрашивать расчеты у них и оперативно получать ответ. В этом случае расчет заказов будет полностью объективен на базе реальных производственных процессов типографии.

Ф: В чем были основные сложности при разработке?

РМ: Одним из наиболее сложных и ответственных участков нашей системы является интерфейс. Мы много внимания уделяем дизайну, эргономике, удобству использования. Ведь мы работаем на «клиента нашего клиента». Заказчик типографии будет более охотно пользоваться системой только в том случае, если она удобна, прозрачна и не требует каких-то специальных знаний. Даже возможность получить более низкую цену на изготовление продукции не будет эффективно работать, если сам процесс заказа будет сложным, неудобным или вовсе раздражать пользователя — работу с такой системой пользователи станут избегать. Поэтому вопросы удобства интерфейса для нас очень важны. Сейчас есть три вектора развития TCS: офсетные типографии с уклоном на сборные тиражи (она и работает в «АПД»); производство фотобуклетов и решения для рулонной этикеточной печати (как цифровой, так и флексографской).

Ф: Дмитрий, а какие вы ставили цели при подключении TCS web-to-print?

ДС: Мы специально вывесили на наш внешний интерфейс продукцию, которую мы по большей части можем печатать сборным способом. Этим в последнее время активно занимаемся и достигли уже определенных успехов. Если, например, считать каждый комплект визитных карточек отдельным заказом, то мы можем в день пропускать многие сотни, а то и тысячу заказов. И печатать сборные спуски очень выгодно, причем чем больше заказов удаётся сгруппировать, тем выгоднее. И частью нашей выгоды мы готовы делиться с заказчиками, предлагая очень хорошую цену на типовые виды продукции. Не буду скрывать, мы стремимся стать едва ли не самой



Облачный web-to-print от TCS – это готовое решение для создания интернет-магазина по продаже разной печатной продукции

В системе есть конструктор макетов и готовые шаблоны: заказчик может создать макет, использовать готовый дизайн или загрузить свой макет

выгодной российской типографией по уровню цен на такую продукцию. А широко заявить об этом можно только через web-to-print.

PM: В нашей системе есть еще так называемый «смарт калькулятор», который предлагает вариативность, что является еще одним плюсом. В нем один и тот же заказ просчитывается по разным технологическим потокам: печать на разных машинах, разными технологиями (офсет, цифра), с разными форматами листов. В результате пользователю показывается самая

оптимальная стоимость заказа.

Ф: Особенностью работы по технологии web-to-print является необходимость жесткой стандартизации предлагаемой продукции. Большой ассортимент «АПД» не усложнит работу, типография этим себя не ограничивает?

ДС: Мы вывешиваем на наши внешние страницы системы web-to-print наиболее типичную продукцию и в тех видах, которые нам наиболее выгодно печатать. Но при этом идем навстречу клиентам: порой вывешиваем

вид продукции по запросу заказчика. В системе TCS добавление/удаление новых продуктов осуществляется очень просто и удобно.

Ф: Какие еще особенности у TCS?

PM: Очень интересной является возможность объединять несколько компаний в единую систему. Приобретая платформу, клиенты TCS могут подключиться к другим таким же клиентам TCS, назовем их исполнителями. В самом простом случае клиент TCS, например рекламное агентство, может не



г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178,
тел: (831) 281-81-88

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



- Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества
- Расфуровка бумаги в любой формат

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178Ж
8 800-444-26-40, zakaz@apd52.ru

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

Печатаем по низким ценам –
листочки от А7 до А3, плакаты А2 и А1,
визитки, буклеты, брошюры, папки

Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:

apd52.ru

Доставка по всем городам России

иметь своего производства — только сайт с витриной печатной продукции, и, приняв заказ и оплату за него, система будет перенаправлять заказ кому-то из внешних исполнителей, к которым он подключен, например, в ту же типографию «АПД». В более сложном случае клиент TCS может иметь свое производство и часть заказов делать у себя, а часть — отдавать на сторону.

ДС: Это очень интересные функции. Например, наша типография работает с большим количеством цифровых типографий, небольших офсетных типографий и сетями копировальных салонов по всей России. У них есть возможность принимать к исполнению полиграфические заказы, которые они у себя изготовить не могут. Мы хотим, чтобы эти заказы размещали у нас. Чтобы этот процесс автоматизировать, система TCS очень хорошо подходит. На компьютере специалиста типографии или копицентра будет сразу высвечиваться стоимость заказа, срок изготовления и ему будет очень легко эти заказы продавать.

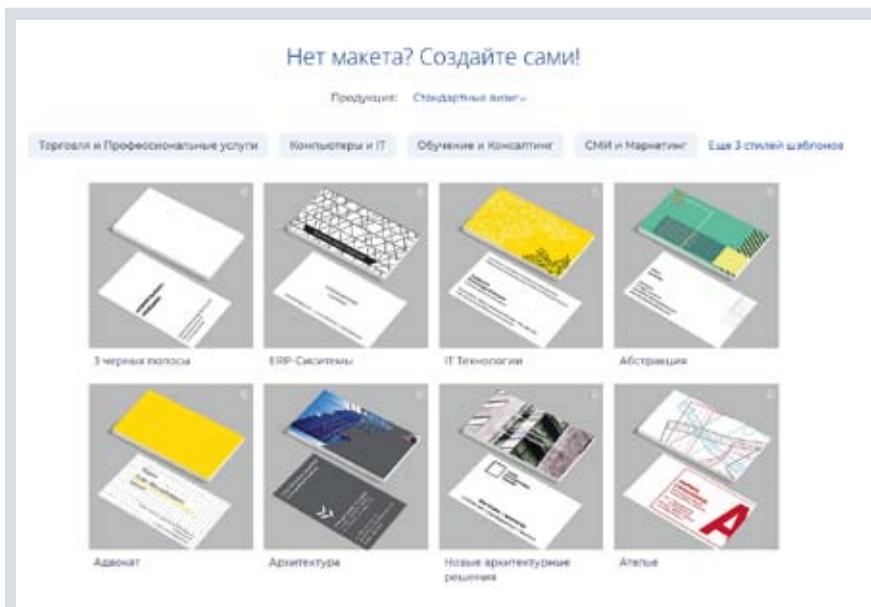
РМ: Любая типография или печатный салон может приобрести нашу платформу и в ней внутри видеть типографии-исполнители, например «АПД». Они также будут видеть все виды ее продукции, выставленные во внешний мир. При желании они могут эту продукцию перенести на свой внешний интерфейс и перепродавать ее со своей наценкой. И в этом случае заказ автоматически отправится на исполнение в типографию «АПД».

Сейчас в стадии разработки дополнительная функция, которая будет полностью скрывать от покупателя истинного исполнителя заказа. Для клиента печатного салона исполнителем будет являться этот салон, хотя по факту работу выполнит «АПД» или другая типография, пользующаяся платформой TCS, и доставит заказ непосредственно в руки конечному заказчику.

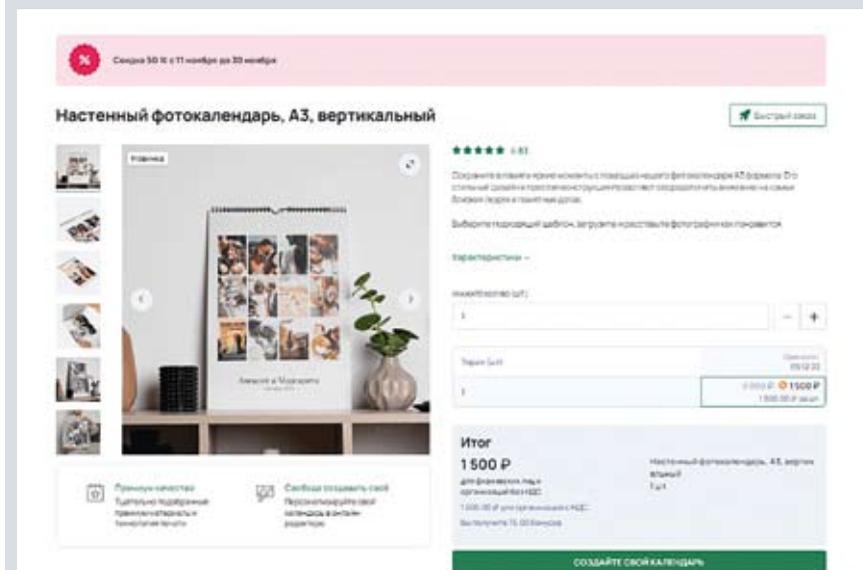
Ф: А что в этом случае с оплатой?

РМ: В нашем web-to-print есть развитая система оплаты, как онлайн, так и автоматическое формирование счёта на оплату. Вы можете настроить так, чтобы заказ не взяли в работу, если он не оплачен заказчиком. Это, без сомнения, большое преимущество подобных систем, по сравнению с работой традиционным способом, когда часто клиенты просят отсрочку платежа и не всегда соблюдают сроки оплаты.

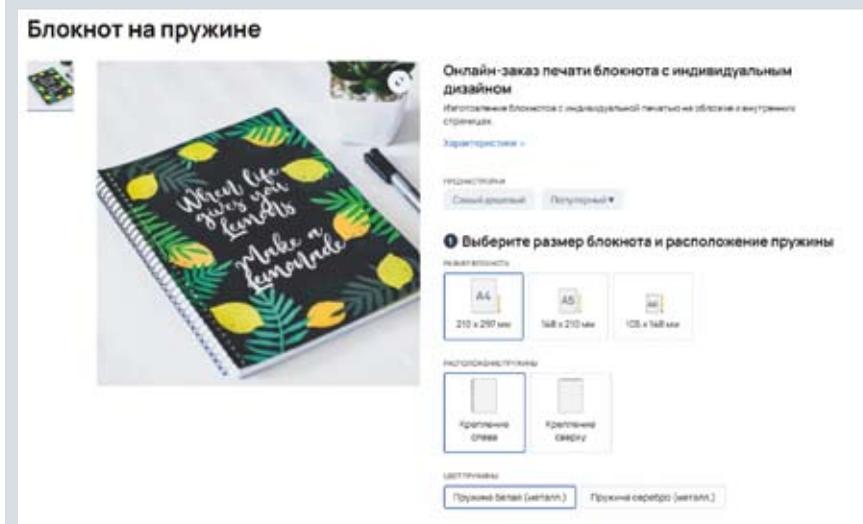
Кстати, у нас в системе есть еще маркетинговый модуль, позволяющий ти-



Готовые шаблоны в разных стилях привлечет клиентов, даже если у них нет своих макетов



У TCS есть и маркетинговые инструменты, типография самостоятельно может улавливать скидки и создавать программы лояльности для заказчиков



Сервис дает онлайн-калькуляцию заказа в зависимости от разных параметров

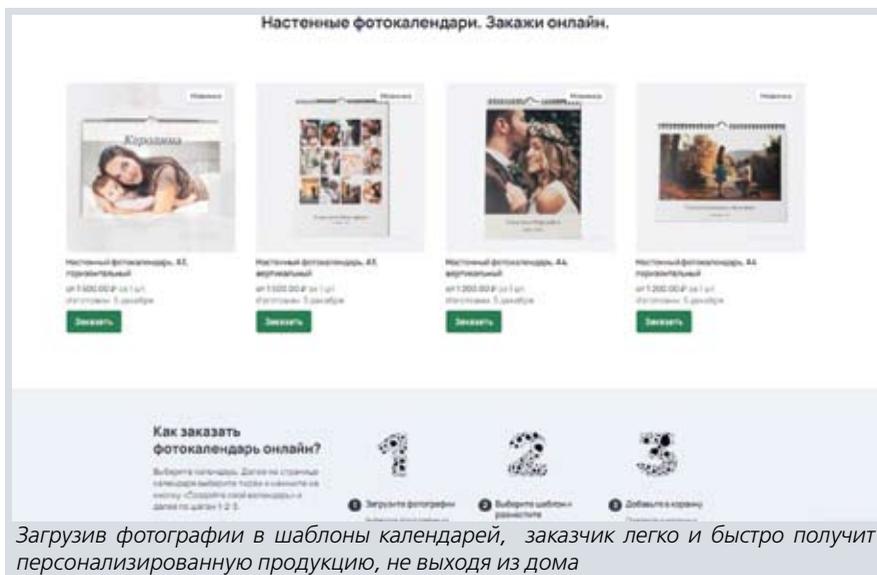
пографиям создавать различные виды скидков, программ лояльности, кешбеков и тд. А для акцента на отдельные, например сезонные, продукты можно делать отдельные баннеры.

ДС: Да, и мы в типографии этим активно пользуемся. Например, при заказе в текущем месяце на 100 тыс. руб. в следующем даем скидку 5%. И это, как оказалось, работает.

Ф: А сколько стоит эта система?

РМ: С 2020 г. мы перестали брать деньги за установку платформы — только подписка или небольшой процент с каждого проведенного и оплаченного через нее заказа. С одним небольшим исключением: есть минимальный порог месячной оплаты — подписка. То есть в месяц мы берем с клиента определенный процент от всех его заказов, если он больше стоимости подписки на сервис (например 6 тыс. рублей). Если процент выше этой суммы, то взимается только процент, если меньше, то только стоимость подписки.

Ф: Электронная коммерция постепенно добирается и до полиграфии. Опыт «АПД» в этом смысле уника-



лен. Вы не перешли полностью на web-to-print, а добавили его к существующей системе...

ДС: Для нас web-to-print — это еще один способ, которым нам должны поступать заказы. Наша типография нацелена на дальнейший рост бизнеса. Мы растем и с использованием классической работы через менеджеров, а также верим, что новая исполь-

зуемая нами система TCS web-to-print даст дополнительный приток заказов. Мы знаем в России компании, успешно работающие через web-to-print. Наши технологии позволяют иметь очень хорошую себестоимость. И мы можем предложить рынку более низкие цены, чем у наших конкурентов, сохранив при этом хорошую маржинальность. ■

АВТОМАТИЗИРУЙТЕ ПРИЁМ ЗАКАЗОВ С TCS

- Оптимизация расходов
- Увеличение кол-ва заказов
- Рост производительности
- Прозрачность ведения заказов



Оставьте заявку на wow2print.com
Бесплатный пробный период

Магазин
.TCS WEB-TO-PRINT

Lucky Huaguang: за флексографией будущее!



Хуанг Лиминг,
инженер,
Lucky Huaguang Graphics

Екатерина Макеичева,
генеральный директор,
NCL

Чен Шаосюн,
директор по экспорту,
Lucky Huaguang Graphics

Ситуация с поставками флексографских фотополимеров в нашу страну за прошедший год очень изменилась, хотя они в явном виде под санкции не попали. Рынок России добровольно покинули DuPont и MacDermid, и хотя некоторые компании продолжают импортировать их фотополимеры, за год объемы упали почти на 70%. DuPont и Flint Group долгое время были явными лидерами российского рынка, обеспечивая примерно 30% и 40%. Но общий объем поставок в 2022 г. практически не изменился. При этом доля Flint осталась прежней (41%), а вот доля DuPont уменьшилась до 9% (за счет объемов первых месяцев года). Получается, новые игроки заместили долю ушедших брендов. Основной освободившийся объем премиальных продуктов был замещен фотополимером китайской компании Lucky Huaguang (далее Huaguang) и вырос почти на 160%. Прогресс впечатляющий.

В конце марта в Россию прибыла делегация компании Huaguang для встречи со своим партнером — NCL («НЦ Лоджистик»), а также для посещения ряда предприятий, использующих эти фотополимеры. Нам удалось встретиться с ее представителями и расспросить их о причинах успеха Huaguang на рынке флексографских фотополимеров.

О компании

Lucky Huaguang Graphics является частью группы Lucky Film. Компания

создана в 1977 г. и на сегодня является крупнейшим производителем и обладателем новейших разработок и мощностей по производству фоточувствительных материалов для печати в Китае. Она производит офсетные предварительно чувствительные, флексографские фотополимерные, а также цифровые пластины. Huaguang занимает первое место в мире по выпуску офсетных пластин, которые производятся как под своим брендом, так и по некоторым OEM-соглашениям. Помимо этого, Huaguang — крупнейший в Китае изготовитель флексографских пластин и обладает большими ресурсами, так как ее материнская компания — CASC, Китайская аэрокосмическая научно-техническая корпорация (очень крупная государственная компания с огромными бюджетами на исследования и разработки).

Надо сказать, что Huaguang много лет производит офсетные пластины, а работу над флексографскими фотополимерами начала существенно позже, в 2007 г. Причина проста: в приоритете был местный рынок, а в Китае флексография начала развиваться позднее, чем в других странах — только в начале нулевых годов. Для основной части продукции использовался либо офсет, либо глубокая печать. Последняя обладает хорошей стабильностью и очень высоким качеством, но использование летучих органических соединений делает ее неэкологичной. Принятие законов о защите окружающей

среды, особенно в отношении летучих органических веществ, сделало глубокую печать менее предпочтительной и помогло развитию других решений, в частности флексографии: «Работу над флексопластинами мы начали в 2007 г., но официально выпустили их на рынок только в 2010 г., — рассказывает Чен Шаосюн (Chang Shaoxiong). — Будучи крупнейшим поставщиком офсетных пластин, мы заметили, что некоторые наши клиенты стали переходить на флексографскую печать, и поэтому решили серьезно заняться этим сегментом. Считаем, что за флексографией будущее. Мы довольно долго не выпускали полимеры в продажу, поскольку хотели сделать высококачественный продукт. Это оказалось не так просто: пришлось изготовить множество пробных вариантов, затем изучать их возможности и свойства, исправлять недочеты и ошибки, разрабатывать новые версии, и так несколько лет, пока мы не увидели, что наши полимеры почти ничем не уступают продукции ведущих мировых разработчиков. Только после этого мы были готовы предложить наш продукт рынку. Сначала выпустили аналоговые флексопластины, и спустя еще несколько лет были готовы цифровые».

Довольно быстро Huaguang стал лидером на китайском рынке и сейчас занимает около 35% внутреннего рынка флексопластин. Несколько лет назад компания начала работать на экспорт — в прошлом году за рубеж ушло более трети всего объема производства. Сейчас она экспортирует фотополимеры в 50 стран. Основные объемы идут в страны Юго-Восточной Азии и Океании, но есть продажи в Европу и даже в США.

Большой потенциал

Что касается России, то здесь Huaguang за четыре года работы добился впечатляющих результатов: «Для успеха на любом зарубежном рынке нужно иметь надежного локального партнера, — говорит Чен Шаосюн — В России для нас таким партнером стала компания NCL. Флексографские пластины — высокотехнологичный продукт, продажи которого невозможны без профессиональной технологической помощи. NCL — серьезный игрок на российском рынке с хорошей

репутацией, а нам как относительно новым поставщикам необходима надежная поддержка, в том числе и нашим российским клиентам. Разумеется, у нас очень хорошие, самые экономически выгодные пластины, тем не менее, нам нужен партнер, который не просто предлагает нашу продукцию, но и предоставляет всесторонний сервис и помогает решать любые проблемы типографиям — как компания NCL».

«Российский рынок для нас очень важен, — добавляет Чен Шаосюн. — Как любому производителю, нам крайне важно увеличивать объемы, а для этого нужен стабильный сбыт. В Hwaguang продажи цифровых пластин составляют основную часть экспорта. Российским типографиям, выпускающим этикетки и гибкую упаковку, как мы поняли, нужны очень хорошие фотополимеры, чтобы обеспечивать печать высокого качества. Во многих странах наши фотополимеры больше используют для простой печати по гофрокартону, в то время как для печати этикеток или гибкой упаковки используют продукцию ведущих мировых производителей. Далеко не все готовы доверить печать важных заказов материалам из Китая. Потом, спустя время, некоторые переходят с гофрокартона на другие виды работ. Сейчас использование наших фотополимеров в разных работах примерно 60% к 40%. В России компания NCL смогла продемонстрировать стабильно высокое качество мирового уровня, и многие лидирующие типографии сразу начали печатать с наших пластин высококачественную продукцию. В этом огромная заслуга ее специалистов, у которых богатый опыт работы с полимерами мирового производителя и серьезными российскими флексотипографиями. Когда поставки полимеров этого производителя стали сложны, а потом и невозможны (причем было это еще до СВО — *Прим. ред.*), NCL перевела своих клиентов на наши

фотополимеры, и те смогли продолжить успешно печатать высококачественную продукцию. В этот приезд нам очень хотелось побывать в типографиях России и поговорить со специалистами, посмотреть продукцию, которую они печатают. Мы побывали на производстве асептических пакетов для напитков, в репроцентрах, изготавливающих формы на заказ, и на производстве гибкой упаковки. Везде мы отметили очень высокий уровень организации производства и качества продукции».

Ассортимент

Для флексографии у Hwaguang ассортимент продукции весьма широк: это и аналоговые, и цифровые пластины. Аналоговые используются в основном в Китае для простой печати по гофрокартону. На экспорт, в том числе в Россию, идут главным образом цифровые фотополимеры. Компания предлагает пластины всех популярных толщин: от 1,14 до 7 мм, всех размеров и разной твердости. Наряду со стандартными цифровыми пластинами для флексопечати производятся пластины с интегрированной плоской точкой, для лакирования и др. Hwaguang готова и к персонализированным запросам, демонстрируя гибкость, недоступную другим производителям.

«Нам кажется, что у наших фотополимеров лучшее соотношение цена/качество, — полагает Чен Шаоченг. — Мы производим не самые дешевые пластины, они лишь немного дешевле продукции мировых лидеров. Но мы предлагаем отличное качество. С наших форм можно печатать высококачественную продукцию. У нас есть все современные виды пластин: для HD Flexo, с плосковоршинными точками и т. д. Именно широкие возможности делают наши пластины лучшими на рынке».

NCL
PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

ДОПЕЧАТНЫЕ
КОМПЛЕКСЫ

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕРВИСНОЕ
ОБСЛУЖИВАНИЕ

ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ

**КОМПЛЕКСНОСТЬ
РЕШЕНИЙ СОЗДАЕТ
ОБЪЕМ БИЗНЕСА**

ООО «НЦ Лоджистик»
www.nc-l.ru

Москва +7 (495) 956 4015
Санкт-Петербург +7 (812) 640 0367
Екатеринбург +7 (343) 220 3735
Новосибирск +7 (383) 209 0773

«Смарт-НН»: картон точно под размер!



Дмитрий Самохвалов,
генеральный директор,
«Смарт-НН»
[Нижний Новгород]

В прошлом номере журнала был репортаж, посвященный фабрике по производству мелованного картона из белорусского города Добруша. Она производит внушительные объемы картона, и, в силу сложившихся обстоятельств, основным рынком его сбыта становится Россия. В середине апреля нам довелось побывать в Нижнем Новгороде, где на площадке компании «Смарт-НН» работает сервис по нарезке в том числе Добрушского картона на листы для поставки российским типографиям. Основной объем картона поставляется на экспорт в ролях, в то время как печать картонной упаковки чаще всего идет на листовых офсетных машинах. А это значит, что рулон картона нужно нарезать на листы определенного размера. И особенность упаковочного производства состоит в том, что для каждого заказа формат листа разный.

Конечно, можно все заказы печатать на листах стандартных размеров. Картон стандартных размеров фабрика в Добруше тоже производит, и он доступен для приобретения, но это не всегда выгодно. Раскладка заготовок коробок на листе картона уникальна для каждого

Раскладка заготовок коробок на листе картона уникальна для каждого размера коробки, и при использовании стандартных размеров листов с высокой долей вероятности будут существенные отходы. При нарезке рулонов на заказ можно получить уникальный формат, наилучшим образом подходящий для конкретного заказа с минимальными потерями материала.

размера коробки, и при использовании стандартных размеров листов с высокой долей вероятности будут существенные отходы. При нарезке рулонов на заказ можно получить уникальный формат, наилучшим образом подходящий для конкретного заказа с минимальными потерями материала. Форматы, которые мо-

гут быть нарезаны на предприятии «Смарт-НН», будут подходить для конкретной раскладки коробок на листе с точностью до 1 мм. Это реальный способ экономии с учетом все время дорожающих в настоящее время расходных материалов.

Во время нашего визита мы общались с одним из владельцев «Смарт-НН» — Дмитрием Самохваловым, который рассказал о работе с Добрушской фабрикой и оценил перспективы ее картона в России.

Сотрудничество

«С картоном из Добруша мы работаем практически с самого начала его производства, уже несколько лет. — рассказывает Дмитрий. — Мы начинали его резать на нашей площадке в Нижнем Новгороде и продолжаем это делать и сейчас. Картон пользуется устойчивым спросом у типографий в самых разных городах нашей страны. Мы держим на площадке внушительных запас, что позволяет нам оперативно отгружать заказчикам картон в листах практически в любом разумном объеме.

Более того, в этом году мы специально под работу с картоном из Добруша, совместно с группой компаний «Сонора», открыли новую площадку в Подмоскowie (Оптиформ во Фрязино), где установили современную флаторезную машину для нарезки



Компания «Смарт-НН» имеет большой опыт в расфлатовке бумаги и картона на любой формат в любом количестве

рулонов картона на листы. У нас достаточно много клиентов из московского региона, и возить картон из Беларуси сначала в Нижний Новгород, а потом в обратную сторону (в Москву и область) нам показалось неразумным. Поэтому теперь для работы с этим картоном у нас две площадки в Нижнем Новгороде и столице».

У компании «Смарт-НН» большой опыт работы и с другими российским поставщиками бумаги и картона. И в этой связи работа с Добрушем оценивается очень положительно: «Помимо того, что мы продаем бумагу и картон, у нас еще и достаточно крупная типография, и, разумеется, в ней мы используем те же расходные материалы, что и продаем. С одной стороны, это позволяет нам узнать все сильные и слабые стороны этих материалов, а с другой — наработать опыт работы с ними. Этим опытом мы потом делимся с нашими покупателями бумаги и картона: многим это дает возможность избежать ряда возможных проблем. На сегодняшний день мы накопили богатый опыт работы с мелованной бумагой и картоном из России и Беларуси».

Планы

Во время нашего визита на производственную площадку «Смарт-НН» нам показали склады бумаги и картона, а также процесс размотки картона из Добруша. «Хотя мы работаем с обоими производителями мелованного картона из России и Беларуси, в последнее время наш интерес смещается в сторону белорусского картона. — отмечает Дмитрий. — Мы постоянно видим прогресс в его качестве. Картон становится все лучше. На практике нашей собственной типографии мы это наблюдаем. Да и клиенты чаще обращают на него свое внимание».

В настоящее время через размотку компании «Смарт-НН» проходит примерно тысяча тонн мелованного картона в месяц: «С запуском новой площадки в Подмоскovie мы надеемся еще увеличить этот объем. На первом этапе мы перевели туда клиентов из Московского региона, кто раньше заказывал картон в Нижнем Новгороде, избавившись таким образом от лишнего логистического плеча. Но в планах привлечь к работе типографии и из западных регионов России. И процесс активно идет — сейчас подумываем поставить еще одну флаторезную машину на московскую площадку».



Трехслойный мелованный картон белорусской «Добрушской фабрики «Герой Труда» компания нарезает на листы и продает уже несколько лет



На производстве «Смарт-НН» работает несколько листорезальных машин Goodstrong с верхним вращающимся и нижним неподвижным ножами, предназначенных для высокоточной резки бумаги и картона. Они гарантируют чистый и четкий рез без волокон и пыли

Saphira в помощь: снижаем липкость краски



Станислав Ямилинец,
технолог-консультант,
«ХД РУС»
[Москва]

В работе типографий самым важным вопросом является оптимальный выбор материалов для конкретного печатного процесса. Так, выбор красок зависит от печатной машины, запечатываемого материала, а также требований заказчика. Компании, поставляющие расходные материалы для офсетной печати, имеют в своем ассортименте широкий спектр печатных красок, в том числе дополнительных материалов.

Одной из часто возникающих проблем при печати, с которой сталкиваются в последнее время многие российские типографии, является выщипывание бумажных волокон и расслоение листа при выходе из зоны контакта офсетного полотна (резины). Чтобы избежать этого, Станислав Ямилинец дал рекомендации относительно печати на сложных материалах специализированными красками.

Процесс

Представим процесс отделения листа от резины (рис. 1) в виде системы связанных пружин, где каждая пружина является когезией резиноканевого полотна, краски и бумаги (рис. 2). При растяжении этой системы какая-то из пружин должна лопнуть. В идеальной системе должна лопнуть средняя пружина (краска) максимально близко к резиноканевому полотну. Если лопаются пружинка верхняя или нижняя, то мы имеем выщипывание из запечатываемого

мого субстрата или полотна. Этот процесс тем вероятнее, чем выше усилие на отрыв запечатываемого материала от резиноканевого полотна.

Усилие на отрыв зависит от характеристик резины и липкости краски. Для описания полотен был введен параметр QR (Quick Release): этот параметр зависит от шероховатости полотна и жесткости (рис. 3). Для уменьшения нагрузки рекомендуется использовать жесткое и шероховатое полотно.

Один из наиболее важных компонентов печати, конечно же — запечатываемый материал. Даже при работе с обычной бумагой возникает довольно много проблем и вопросов. Подробно о подготовке бумаги к печати можно прочитать в книге Вольфганга Валенски «Бумага+печать», а также в специальных брошюрах компаний, торгующих бумагой и другими материалами для печати.

Прежде всего необходима специальная подготовка бумаги к печати — акклиматизация. Акклиматизацию бумага должна проходить в фабричной упаковке. Продолжительность подготовки бумаги зависит от разницы температуры доставленной для печати тиража бумаги и температуры в печатном цехе, а также от величины паллеты или объема упаковки бумаги.

Кроме того, при подрезке бумаги на формат необходимо следить за заточкой ножей и выполнять встречный рез для подчистки, чтобы избежать образования «марашек» при печати.

Листовая бумага для печати должна иметь направление отлива, параллельное печатному цилиндру, в противном случае, особенно если бумага тонкая и печать производится на машине большого формата, ее «раздаст» и происходит несовмещение по крестам в конце печатного листа.

Стоит помнить, что переувлажненная бумага теряет свою прочность и легче деформируется (расслаивается). Рекомендуется выбирать бумаги с хорошей проклейкой.

Отдельно надо сказать и о важности ухода за печатным оборудованием.

Рекомендации по печати

Вести печать специальными красками с низкой липкостью (Low Tack), например, Novastar F 908 LOW TACK BIO, Saphira Ink Ultimate 900 LOW TACK. Такие

серии разработаны для проблемных бумаг и не требуют дополнительных корректировок.

При использовании обычных красок можно использовать добавку Saphira Reduxpaste, но это требует от печатника время на подготовку краски: введение необходимого количества пасты и тщательное перемешивание, что не всегда удобно. Паста отлично работает со всеми типами масляных красок.

Вязкость краски можно скорректировать увлажняющим раствором. Мы не печатаем чистой краской, а эмульсией краски и увлажняющего раствора. Чем больше увлажняющего раствора в эмульсии, тем меньше когезия краски. Но эмульсия должна быть стабильной, и увеличение подачи увлажняющего раствора без подбора добавки в увлажнение будет временным решением. Для увеличения эмульсации краски можно использовать добавку в увлажнение Saphira Fount Antipiling, которая может вводиться в текущую добавку. Такой подход не увеличивает время работы печатника, но требует дополнительных материалов, также данное решение плохо работает с минеральными красками.

Необходимо отслеживать климат в типографии. Вязкость краски зависит от ее температуры. При запуске машины липкость может быть выше, чем при дальнейшей работе. Если печатная машина оснащена темперированием, то

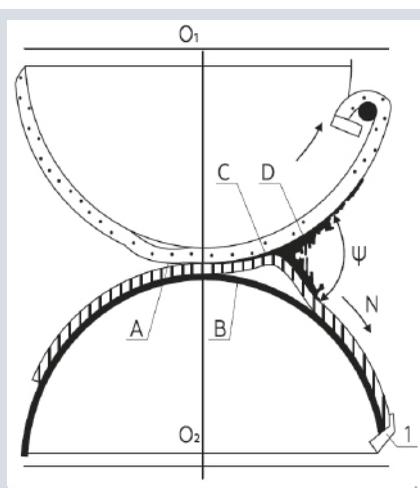


Рис. 1. Выход листа из печатной зоны, где 1 — захват печатного цилиндра, А — точка входа в зону контакта, O_1, O_2 — осевая линия, В — точка выхода из зоны контакта, ВС — полоса контакта, D — точка отделения листа, N — растягивающее усилие

вязкость краски может быть скорректирована путем увеличения температуры на красочных валах.

■ Липкость зависит от красочного слоя. Старайтесь наносить достаточное количество краски. Но переизбыток краски, особенно с большим количеством увлажнителя в эмульсии, дольше сохнет и может не высохнуть совсем.

■ При высыхании краска повышает свою липкость. Не допускайте длительных простоев оборудования с раскатанной краской. Пользуйтесь средствами для предотвращения высыхания Saphira Antiskin, Saphira Print Oil.

■ Ежедневно проверяйте кислотность увлажняющего раствора с помощью индикаторных полосок или электронного рН-метра. Поддерживайте рН раствора в интервале 4,8-5,3 (снижение и превышение водородного показателя может привести к отмарыванию).

■ Не реже одного раза в две недели меняйте увлажняющий раствор и производите промывку увлажняющих ванн.

■ Регулярно проводите глубокую очистку красочных валиков специальными средствами: Saphira Cleaner Roller Deer, Saphira Dry Ink Cleaner. Карбонатные отложения хорошо удаляются жид-

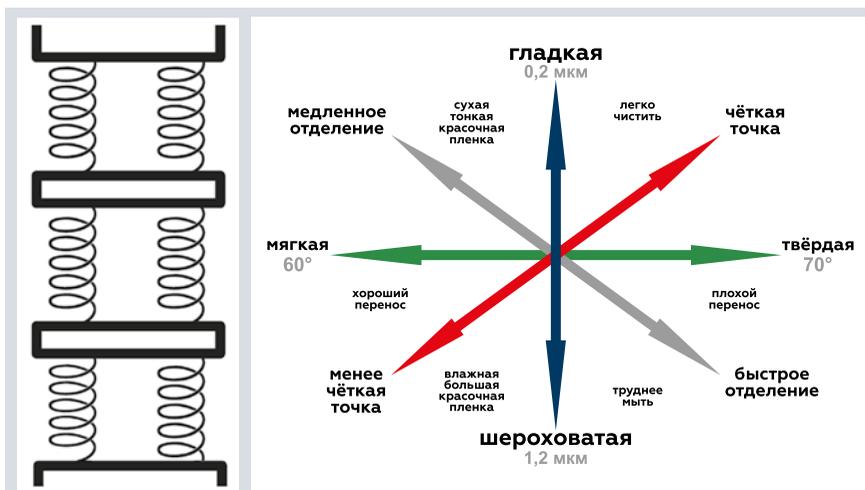


Рис. 2 (слева): физическое представление адгезии и когезии

Рис. 3 (справа): зависимость отделения листа от жесткости и шероховатости

ким концентрированным средством Saphira Calcium Deglazer, Saphira Calcium Deglazer Combi. Очищенная от глазури поверхность валика хорошо переносит краску и требует минимальной подачи краски и увлажнения. Для очистки валиков современных систем увлажнения от краски используется быстро испаряющееся средство Saphira Cleaner Dampening Roller.

■ Используйте качественную бумагу, соответствующую техническим данным многокрасочной печати: шероховатость 50±20 мл/мин по Бендтсену или гладкость не менее 300 с по Бекку.

■ Требуйте технические характеристики на поставляемую бумагу. После испытаний определите лучшую марку бумаги по закреплению на ней краски и рекомендуйте ее для закупок.



Saphira
Окружи свою
машину
заботой.
Расходные материалы
и решения.

Druck Service: испытания картона «В ПОЛЯХ»



Сергей Ключац,
директор,
Druck Service
[Минск, Беларусь]

В досанкционные времена довольно часто доводилось бывать в типографиях в самых разных странах, в том числе развитых. И порой приходилось удивляться тому, как в этих типографиях все устроено. Аккуратное, специально построенное здание, порядок и чистота в цехах, на всех этапах учет и контроль. Нельзя сказать, что в нашей стране такого нет, но все же в Европе или США встречалось чаще. Теперь поездки в зарубежные типографии невозможны. Но недавно по приглашению «ЦБК Трейдинг», главного дистрибутора Добрушской бумажной фабрики мы посетили подобное предприятие в пригороде

Минске. Типография Druck Service — ведущий производитель упаковки из картона и кашированного микрогофрокартона в Беларуси и России. Ее директор Сергей Ключац рассказал об истории ее создания и об отношениях с местным производителем картона.

История

«Наша типография появилась в 1999 г. — рассказывает Сергей, — как

успешный пример целевых инвестиций. Наши учредители имели опыт в нефтяном бизнесе и в определенный момент решили инвестировать в полиграфическое производство. С самого начала было понятно, что типография будет производить картонную упаковку. И исходя из этого, подбирали и парк оборудования. В течение года закупили необходимое оборудование для печатных и послепечатных работ и сфор-



Современное и стильное здание типографии Druck Service в пригороде Минска



Печатный парк типографии — две одинаковые шестикрасочные офсетные печатные машины manroland



Типография Druck Service стала испытательным полигоном для добрушского картона. Для каждого заказа здесь разматывают рулонный картон на нужный формат

мировали штат высококлассных специалистов: дизайнеров, технологов, печатников.

В то время мы были первой частной типографией в Беларуси, у которой был пятискрочный manroland формата 72x104 см и пресс для вырубki компании Bobst. На этом оборудовании мы сразу начали производить качественную картонную упаковку. Я присоединился к команде в том же 1999 г.: попросили наладить продажи и затянуло.

Сначала у Druck Service было помещение в Минске. Но по мере развития бизнеса стало понятно, что в черте города развиваться будет сложно. Было принято решение найти новое помещение — более подходящее под задачи типографии. «Мы взяли в аренду помещение бывшего зернохранилища (позже мы его выкупили) в пригороде Минска, — вспоминает Сергей, — и начали его перестраивать под типографию. В итоге прежнее здание перестроили практически полностью и еще достроили отдельный производственный цех, в котором и разместили типографию. Помимо этого, пришлось построить электроподстанцию, газовую котельную, водяную скважину и т.д. Но зато теперь мы мало зависим от внешнего мира».

Установленное оборудование позволили типографии освоить рынок упаковки из плот-



В послепечатном цехе на выщекке работает оборудование известных мировых производителей



GMP- сертификат

В типографии установлена кашировальная машина для изготовления кашированной упаковки из гофрокартона

ного картона. А дополнительные устройства для вырубки и тиснения только расширили ее возможности. Это позволило предприятию изготавливать эксклюзивную продукцию высокого класса со всеми видами отделки: конгрев, многоуровневое тиснение фольгой на разных материалах. Установленная кашировальная машина расширила ассортимент различной упаковки из картона и гофрокартона.

Вот уже 24 года типография непрерывно развивается, инвестируя средства в новое оборудование и техническое оснащение. На сегодня штат типографии составляет 200 человек. Большие современные производственные мощности, двухсменный режим работы и высококвалифицированные специалисты обеспечивают высокое качество выпускаемой упаковочной продукции.

Все продумано

Сейчас в типографии работают практически одинаковые две шестикрасочные офсетные печатные машины manroland, хотя и приобретенные в разное время. При этом изначально фундамент рассчитан на три печатные машины. Это было сделано, чтобы без остановки работы иметь возможность менять машины: «Когда мы понимаем, что машину нужно заменить, мы покупаем новую и монтировали ее на свободном фундаменте, продолжая работать на двух других. По окончании монтажа и запуска новой машины, старую демонтируем и продаем». Надо сказать, очень необычное и продуманное решение.

Специализация

На начальном этапе работы типография Druck Service принимала любые заказы на упаковку и даже некоторое время выпускала сухую этикетку: «Но затем мы решили специализироваться на нескольких направлениях: фармацевтическая, кондитерская, упаковка для парфюмерии/косметики и пре-



Для отделки оттисков используется тиснение фольгой, трафаретная печать (и трафаретное лакирование), а также лакирование на промышленной лакировальной машине



В типографии работают фальцевально-склеивающие линии, одна из которых специализированная «фармацевтическая» (но фото слева внизу)



час объем реализации типографии разделен примерно поровну между Беларусью и Россией. В России она работала с самого начала, даже некоторое время назад имела свое представительство в Москве.

В конце 2021 г. типография стала еще и тестовой площадкой для оценки качества мелованного картона, производимого в белорусском городе Добруше: «На самом деле никаких специальных усилий мы для этого не прилагали. Все получилось само собой, на взаимном интересе. Нам как типографии всегда нужен картон, а До-

миального алкоголя. Но еще в 2015 г. мы решили, что главным для нас будет фармацевтика — даже приобрели специальную фальцесклею. Она простая, но позволяет быстро и эффективно клеить малоформатную упаковку большими тиражами. Впрочем, на двух других наших фальцесклеях мы можем делать сложные коробки даже с шестью точкам склейки».

Постепенно типография осуществила задуманное, и сейчас объем фармацевтической упаковки в портфеле ее заказов превышает 60%.

Сертификация

Некоторое время назад Druck Service получила GMP-сертификат, который подтверждает, что система менеджмента предприятия полностью соответствует требованиям международного стандарта ISO 15378 для упаковочных материалов лекарственных препаратов. Типография в этом вопросе была первой на постсоветском пространстве: «В самом начале нашей работы учредители требовали, чтобы в общем объеме заказов не было ни одного заказчика, доля которого превышала бы 10%. То есть мало было научиться работать с фармацевтической упаковкой, важно было сделать так, чтобы таких заказчиков было много! Кроме того, сейчас мы развиваем и направление упаковки для продуктов питания, скорее всего, будем получать специальный сертификат на соответствие требованиям в области пищевой упаковки. И уже есть потенциальные заказчики».

Тестовая площадка

Постепенно Druck Service стала очень заметным игроком на рынке картонной упаковки. Сей-



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



наглядный пример качества печати

*Визуализация эффекта

РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



г. Москва,
ул. Электrozаводская,
д. 20, стр. 3

+7 495 780 67 05
sale@vivastar.ru
vivastar.ru



Фармацевтическая упаковка — один из основных видов продукции типографии Druck Service



брушской бумажной фабрике внимательно изучили и основные замеченные недостатки, пыльность и выщипываемость, начали постепенно устранять. Их наличие, конечно, неприятно, но не такая, чтобы на картоне вообще нельзя было работать. Если в типографии есть профессиональный технолог, то все проблемы можно



брушской бумажной фабрике нужна была типография, которая могла бы объективно оценивать качество ее картона.

Когда появилась первая партия белорусского картона, мы попросили руководство «ЦБК Трейдинг» отгрузить нам небольшую партию на пробу. С этой компанией я знаком очень давно. В итоге мы приобрели партию картона, попробовали на нем напечатать первый заказ, после чего написали подробный отчет, что нам понравилось, а что — нет. Этот отчет на До-



Вот так в типографии Druck Service видят свою миссию



Другая специализация — премиальная упаковка кондитерской и алкогольной продукции



Машина для вклейки окошек в упаковку

ликвидировать. Мы довольно быстро освоились с картоном из Добруша и успешно печатаем на нем любую нашу продукцию. И она соответствует всем требованиям, которые к ним предъявляют наши заказчики, а они довольно придирчивые.

Я, кстати, сам часто езжу на предприятия наших заказчиков, чтобы посмотреть, как ведет себя наша упаковка типографии в условиях фасовочного и упаковочного производства. В процессе поточного производства крайне важно, чтобы упаковка успешно проходила все стадии процесса упаковывания. Она не должна создавать никаких препятствий, иначе заказчик от нее откажется. И даже аргумент, что «другого картона сейчас нет», не поможет. Фасовочные и упаковочные линии наших клиентов настроены на упаковку из импортного картона, которую мы (и другие типографии) им поставляли раньше. И сейчас можно уверенно говорить о том, что упаковка из картона Добруша идет на этих фасовочных и упаковочных линиях так же, как раньше из европейского картона».

Под контролем!

В типографии есть профессионально созданная группа ОТК — Отдел Технического Контроля. В его обязанности входит в том числе и входной контроль поступающего картона: «И мы замечаем, что качество картона из Добруша со временем растет. Причем сейчас уже нельзя говорить о том, что у нас нет альтернатив. Есть картон российского производства (мы его иногда используем для некоторых заказчиков, и у которых он прописан в технических требованиях), есть картон из Китая и других стран. И белорусский картон вполне конкурентоспособен. Некоторые говорят, что «специально для нас Добруш поставляет особый «улучшенный» картон, поэтому мы можем делать качественную упаковку из этого картона, а другие — нет. Но все, кто хоть немного знаком с технологией производства бумаги и картона, понимают, что так быть не может».

В итоге выбор типографии Druck Service в качестве тестовой площадки для добрушского картона хоть и был случайным, но оказался удачным. Тестировать расходные материалы нужно в тех типографиях, кто не просто готов оценить «годится или не годится», а может обстоятельно объяснить, что именно плохо или хорошо. Для этого как раз пригодился профессионализм и большой опыт Druck Service, поскольку ее бизнес состоит в производстве высококачественной упаковки вне зависимости от рыночной ситуации с картоном. ■



Офсетные краски из Южной Кореи

- ▶ Масляные триадные краски
 - Plus Kleentec SW
 - Pride 50
 - VitaPrinta plus LM
- ▶ Pantone Basic Colors
- ▶ УФ-отверждаемые офсетные краски
- ▶ УФ-отверждаемые флексо краски
- ▶ Фолиевые офсетные краски
- ▶ Масляные лаки



Изготовление смесевых красок по системе Pantone на собственном производстве

Москва,
+7 (495) 730-98-97
in@ariongroup.ru

Владивосток,
+7 (423) 233-18-30
invl@ariongroup.ru
www.ariongroup.ru

DEERS i

Daihan Ink,
сделано в Корее

Замена LED UV-сушки: новый уровень возможностей



Сергей Шинкарев,
генеральный директор,
«Любимая Типография»
[Москва]

Весной прошлого года многие прогнозировали, что сложившаяся ситуация вызовет лавину банкротств типографий и, соответственно, массовые продажи полиграфических бизнесов. Причем желающих продать будет больше, чем желающих купить. Прошедший год показал, что такой катастрофы не случилось. Хотя редкие случаи смены владельцев типографий были. Так, московская «Любимая Типография» в прошлом году приобрела другую столичную типографию — «Еврографика». О мотивах приобретения и задачах, которые пришлось решать, нам рассказал Сергей Шинкарев, генеральный директор «Любимой Типографии».

Истоки

«Любимая Типография» представлена на рынке с 2004г. и предлагает широкий спектр возможностей в области представительской полиграфической и сувенирной продукции, а также наружной рекламы. «Изначально типография ориентировалась на цифровой вид печати. — рассказывает Сергей. — На производстве были установлены печатные машины компании Хегох, а также широкоформатное оборудование и устройства для печати по сувенирной продукции. Мы производили большой объем рекламных изделий: от визиток, открыток до широкоформатных постеров, табличек, объемных букв, вывесок. Несколько лет назад мы перешли на работу с другим поставщиком цифровой техники — компании Ricoh. И как позже выяснилось, это было правильным решением. С началом спецоперации Хегох полностью прекратил поддерживать своих клиентов, в то время как Ricoh всеми

силами старается выполнять свои обязательства и поддерживать пользователей. Даже в самый сложный период продолжалось снабжение расходными материалами и оказание сервисных услуг».



Блок управления новой китайской ECO LED UV-сушкой



Машины Shinohara в «Любимой Типографии», одна оснащена LED UV-сушкой





Широкоформатное фрезервальное устройство дает возможность вырезать различные изделия из листовых материалов.



Машина трафаретной печати

Сделка

У большинства цифровых типографий время от времени возникают непрофильные заказы, которые цифровым способом изготавливать нерентабельно и тогда идет переразмещение заказов в офсетные типографии: «территориально мы находимся недалеко от типографии «Еврографика». — рассказывает Сергей, — и при необходимости сотрудничали. Постепенно с ее владельцами выстроились не-



Для высечки заготовок из картона в типографии используются разные тигельные прессы



Пресса для высечки и тиснения DAYUAN VHT-1060SCE



БРЕНД №1
в Китае

- 1 Скорость работы до 9000 ударов/час
- 2 Усилие высечки до 600 тонн
- 3 Точность высечки $\leq \pm 0.075$ мм
- 4 Самые тяжелые машины в своем классе
- 5 78 национальных патентов



TERRA SYSTEMS

БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

+7 (495) 120-27-82
www.terrasystems.ru





На производстве своя система изготовления печатных форм

плохие партнерские отношения. В первую очередь, нам были интересны возможности печати офсетными масляными, а также УФ-отверждаемыми красками по непитьвающим поверхностям. При этом на локальном рынке было хорошо известно, что владельцы «Еврографики» уже несколько лет хотят выйти из полиграфического бизнеса. Но продать типографию не удавалось. В определенный момент они решили распродать оборудование. Тогда возникла идея эту типографию приобрести, и около года назад сделка состоялась».

Перспективы

Чтобы не содержать две площадки, было решено все производство сосредоточить на базе типографии «Еврографика»: «Когда мы изучали новые производственные площади, думали, что места очень много и мы легко все разместим. Но это оказалось не просто. В Москве с производственными площадями теперь сложно».

Теперь объединенный парк печатного оборудования включает две полуформатные листовые офсетные машины, две цифровые печатные машины, широкоформатные принтеры и послепечатное оборудование. Надо сказать, что типография «Еврографика» была первой, кто оборудовал свою офсетную машину Shinohara 75V под LED UV-печать с использованием полупроводниковых сушильных устройств американской компании AMS. Это было около восьми лет назад, и по тем временам — серьезный шаг в область новых перспективных технологий. Тогда монтаж этих сушильных устройств и запуск технологии LED UV-печати осуществляла компания «Терра Системы». Она была первой, кто начал активно продвигать на российском рынке светодиодные УФ-сушки, позволяющие печатать высокореактивными офсетными красками, которые не толь-



В типографии большое количество различных устройств цифровой печати



ко расширяют спектр доступных запечатываемых материалов, но и мгновенно сохнут.

«Для нас технология LED UV-печати выглядела очень перспективно. — поясняет Сергей. — Мы работаем на рекламном рынке, где большая доля продукции, которую нужно сделать очень быстро, «вчера». Конечно, у нас есть цифровые печатные машины, но их возможности все-таки ограничены. Офсетная машина формата В2, после которой получается сухой оттиск, который сразу можно отдавать на послепечатную



В типографии большой парк послепечатного оборудования

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок

На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

В наличии пакетная пленка А4 от 60 до 175 микрон, А3 от 60 до 175 микрон

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пражская,
ул. Подольских
Курсантов, 3

г. Чебоксары,
ул. Патриса Лумумбы
д. 8, офис 204

г. Санкт-Петербург,
ул. Химиков 18

г. Ульяновск
ул. Ленина
д. 50/115,
+7-8422-303711

Мы работаем без выходных с **9.00 до 21.00**

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50

e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК – бесплатно. У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!



Послепечатное оборудование позволяет выпускать самую разную рекламную продукцию



обработку — очень хорошее подспорье. К тому же есть возможность печатать на невпитывающих материалах. Так что на машину с полупроводниковыми сушками мы возлагали большие надежды».

Модернизация

Но, как выяснилось позже, старую сушку нужно было либо ремонтировать, либо менять на новую. При этом она была американской, и все детали, имеющие мощные светодиоды или лазеры, в Россию поставлять нельзя. К сожалению, в прошлом году ее производитель — компания AMS, попала под санкции.

«Для решения возникшей задачи мы обратились к сотрудникам компании «Терра Системы» — как главным специалистам в области LED UV-печати. И вместо ремонта американской системы нам предложили установить новую китайскую светодиодную сушку. Ознакомившись с ее возможностями, мы поняли, что за прошедшие годы технологии полупроводниковых сушильных устройств продвинулись очень далеко. В результате приняли решение ее установить. Сервисные специалисты компании «Терра Системы» провели модернизацию нашей офсетной машины Shinohara 75V, заменив светодиодную УФ-сушку AMS на аналог китайского производителя.

Надо сказать, что летом 2022 г. «Терра Системы» подписали соглашение о сотрудничестве с одной китайской компанией, решения которой будут поставляться в Россию под OEM-брендом — ECO LED-UV. Они ни в чем не уступают американским. Благодаря этому, компания получила возможность дальнейшей поддержки своих клиентов, а также продолжит активно продвигать LED UV-технологии на российском рынке.

По словам Сергея, новая сушка оказалась даже лучше предыдущей. Например, раньше нужно было очень внимательно подходить к выбору краски, которой можно печатать: не все успешно высушивались. При большой толщине слоя (например, темная трехцветная плашка) краска могла и не просохнуть до конца. Работать приходилось с учетом всех особенностей: «Испытав новую китайскую сушку в работе, мы были удивлены ее возможностями. Теперь мы можем работать с любой УФ-краской, даже не предназначенной для LED UV-печати — она будет сохнуть. Более того, расширились возможности работы с невпитывающими материалами — сейчас можно печатать практически на всем, что можно пропустить через машину: самоклеящихся пленках, пластиках и других материалах. Замена сушки показала, что мы сделали правильный выбор. Кроме того, этот шаг позволил нам выйти на новый уровень качества и возможностей. Конечно, сначала нашего объема заказов не хватало даже на минимальную загрузку офсетной машины. Но мы стали активно развивать заказы и вширь (привлекать новых для нас заказчиков) и вглубь (делать больше продукции для существующих). Сейчас у нас уже полная загрузка одной офсетной печатной машины, работаем над загрузкой второй. Технология LED UV-печати нам очень помогает — удается получить заказы, которые мало кто в Москве может делать». ■

Print Daily.ru

ЧТО ПРОИСХОДИТ В ПОЛИГРАФИИ?

Самые важные и интересные новости российской и мировой полиграфии

КТО ЧТО КУПИЛ

Информация об инсталляциях оборудования в России и странах ближнего зарубежья

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

Обзоры печатного и отделочного оборудования, представленного на российском рынке

В ГОСТЯХ У ТИПОГРАФИИ

Руководители типографий рассказывают про свой бизнес

КОЛОНКИ

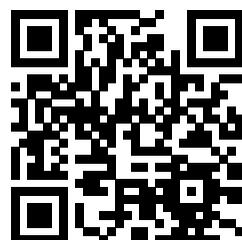
Авторские колонки экспертов про полиграфический бизнес и технологии

ЛОНГРИДЫ

Редакционные статьи на самые разные темы, имеющие отношение к полиграфии

<https://printdaily.ru>

<https://t.me/printdaily>



PRINT CHINA 2023 СОСТОЯЛАСЬ



Александр Амангельдыев,
главный редактор,
«Курсив»

Обычно к крупным международным выставкам организаторы и экспоненты готовятся многие месяцы, а то и годы. У выставки Print China 2023 такой «роскоши» не было. Даже за два месяца до ее начала не было известно, состоится ли она, но она состоялась, и было на что посмотреть.

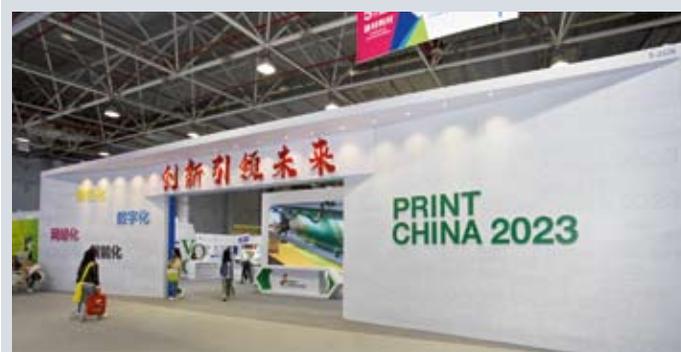
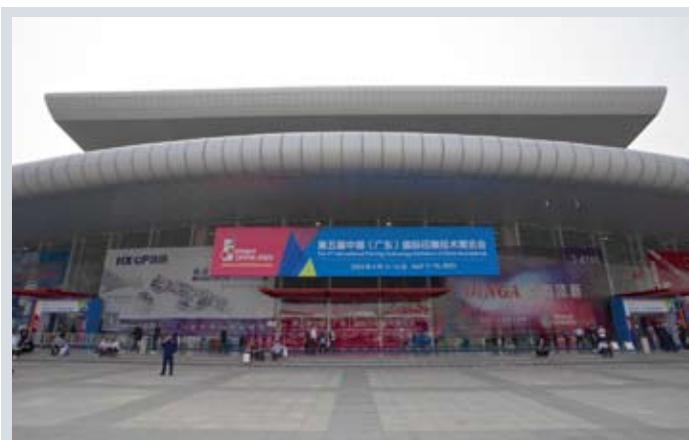
Сложности

Крупных зарубежных полиграфических выставок не было давно. Последней международной была Print China 2019 в Гуанчжоу. Затем все ждали dгpa 2020: сначала ее переносили, потом отменили, как и другие аналогичные зарубежные мероприятия. И вот, наконец, в апреле у нас появилась возможность посетить ту самую выставку Print China. Хотя ее организаторы долгое время находились в состоянии неопределенности: состоится она или нет. Ковидные ограничения в Китае были жесткие, но потом проведение выставок разрешили, но при поездке в эту страну оставалась необходимость проходить карантин в течение двух недель, что мало кого воодушевляло. И лишь в марте этого года стало понятно, что выставка состоится, да и карантин отменили. Появилась возможность полететь в Китай. Однако получить визу оказалось не так просто. Скорее всего, по этой причине российских полиграфистов на выставке было очень мало. Впрочем, и из других европейских стран тоже.

Прежде всего надо отметить, что выставка очень изменилась. Прежние выглядели примерно так: базовая экспозиция ведущих мировых производителей печатной, послепечатной и цифровой техники и немного оборудования китайского производства. В этот раз мировые бренды хоть и были представлены, но смотрелись обычно. Разве что Heidelberg развернул масштабную экспозицию печатных машин нового поколения, причем произведенных в Китае. Остальные ведущие производители офсетных машин дежурно показали текущие линейки, которые готовили еще к dгpa 2020. manroland в выставке не участвовал. Возможно, все это объясняется тем, что решение проводить выставку

было принято меньше, чем за два месяца до ее начала. Обычно к крупным выставкам мировые игроки начинали готовиться как минимум за год.

Но китайским компаниям, как показала выставка, хватило времени к ней подготовиться. И в этом году смотреть на экспонаты китайских производителей было намного интереснее, чем европейских или японских, которые раньше составляли основу всей экспозиции. Китайские компании сделали огромный шаг вперед относительно того, что можно было видеть на Print China четыре года назад. Например, появилось высокотехнологичное полиграфическое оборудование, которое еще недавно считалось прерогативой лишь развитых стран (Европы, США и Японии). Раньше на долю азиатских стран приходилось недорогое оборудование по большей части для ручных операций. Теперь в Китае производится огромное количество цифровых печатных машин, множество высокоавтоматизированных послепечатных устройств, включая поточные книжные и линии для детских книг, оборудование для производства разной упаковки, лазер-





Крупная международная полиграфическая выставка для Китая — значимое событие. На ее открытие приезжают руководители всех профильных полиграфических ассоциаций (а их более 10), руководители полиграфической и смежных отраслей, например машиностроения. В отличие от России, в Китае полиграфия — большая отдельная отрасль промышленности, точнее даже две отрасли: печать и полиграфическое машиностроение. И руководители страны уделяют большое внимание их развитию. Печать в Китае относится к отраслям приоритетного развития. И благодаря этому за двадцать прошедших лет страна сделала колоссальный рывок именно в плане полиграфии. Тогда по объему полиграфического производства Китай был в третьем десятке, а сейчас занимает второе место, лишь немногим уступая США.

ные устройства и много всего, что может потребоваться типографиям.

Подробный отчет о выставке будет опубликован в «Курсиве» №3-23, где мы расскажем о полезных для российских типографий новинках. Ведь Китай для России становится источником нового полиграфического оборудования и технологий, а за четыре года там успели разработать и произвести много интересного. ■

■ Формат №3-23

Подписка на журналы

«Флексо Плюс — Этикетка и Упаковка» и «Курсив»

ДОСТУПНА ВСЕГДА



Подписку **через редакцию** можно оформить, прислав заявку в свободной форме по факсу **+7 495 617 6652**, адресу **subscript@kursiv.ru** или заполнив бланк на нашем сайте в Интернете **www.kursiv.ru**.

Журналы выходят с периодичностью один раз в два месяца, стоимость подписки через редакцию составляет **600 р.** по территории России; для стран СНГ, дальнего и ближнего зарубежья — **3000 р.** Заказать можно как все номера сразу, так и любой конкретный номер, включая ранее вышедшие! Оплата по безналичному расчету.

Подписку на наши издания на территории России можно оформить **через агентства:**

- «Руспресса», тел.: +7 495 369 1122;
- «Урал-Пресс», тел.: +7 499 700 0507 (Екатеринбург и еще 63 города), **www.ural-press.ru**.

Наши партнеры:

в **Казахстане** — агентство «Урал-Пресс» (Петропавловск), тел.: +7 7152 36 51 08

Электронные версии наших журналов в формате **ПДФ** Вы можете заказать на сайте издательства **www.kursiv.ru**.

Стоимость одного номера — **50 р.**, подписка на год — **300 р.** на любой журнал. Отправка прав доступа к ftp по электронной почте сразу после выхода очередного номера из печати. Объем ПДФ-версии — 10–15 Мб.

ЖУРНАЛЫ МОЖНО ПРИОБРЕСТИ ONLINE, ПРОЙдя ПО ССЫЛКЕ С САЙТА PRINTDAILY.RU

іЕСНО: на острие технологий резки



На китайской выставке Print China, прошедшей в апреле в Гуанчжоу, мы получили возможность напрямую пообщаться с местными полиграфическими производителями. В силу сложившихся обстоятельств с китайскими производителями оборудования отношения у нас активно развиваются. Хотя и до этого в России активно продавались некоторые его виды. Например, китайские режущие плоттеры компании iECHO. Официальным дистрибутором этой марки в России является компания «Смарт-Т». Вместе с ее руководителем — Андреем Макачёвым мы посетили стенд компании iECHO и поговорили с директором по международным продажам Дэвидом Чэном о новых направлениях ее работы и новинках оборудования.

История

Компания iECHO была создана почти 30 лет назад, в 1994 г. На начальном этапе она разрабатывала системы автоматического проектирования (системы CAD) для текстильной промышленности. Ее программное обеспечение — Garment CAD была впервые одобрена Китайской национальной швейной ассоциацией как система с собственными национальными профессиональными компетенциями. Это был один из первых специализированных программных продуктов в своем классе, полностью разработанный в Китае местными специалистами и рассчитанный на применение внутри страны. Первая его версия была выпущена в 1996 г., и очень хорошо была принята китайским рынком, и уже к концу 1998 г. площади iECHO достигли 4 тыс. м², а в течение последующих десяти лет компания стала одним из мировых лидеров в области программных продуктов для размещения лекал и выкроек на полотне материала. Системы постав-

лялись в самые разные страны мира, включая Европу, США и Японию.

Серьезным поворотным моментом стал 2009 г., когда компания решила выпустить на рынок собственное устройство для раскроя ткани. Она разработала режущий плоттер большого формата, став производителем специализированного оборудования. В 2011 г. iECHO впервые приняла участие в международной выставке в Париже. К 2020 г. компания поставляла свое оборудование в более чем 100 стран мира, имела более 400 сотрудников и занимала более 60 тыс. м² производственных площадей.

iECHO постоянно находится на острие технологического развития, обладает большим исследовательским потенциалом в своей области. Ее устройства используются в более чем в десяти различных сферах деятельности, среди которых производство: текстильной продукции, мебели, авто, композитных материалов, рекламное и полиграфическое.

Полиграфия

Исторически компания производит планшетные режущие плоттеры большого и сверхбольшого формата, которые можно использовать для работы с картоном, гофрокартоном и другими рекламными материалами (пластики, композиты, реборд, самоклеящиеся пленки и др.) Эти устройства обладают очень высоким уровнем автоматизации и интеллекта. Пользователю достаточно просто разместить раскраиваемый лист на столе плоттера, а дальше все операции пройдут в автоматическом режиме. Плоттер сам распознает положение листа, найдет на нем специальные координатные метки и проведет точный раскрой, даже если лист лежит неровно. Устройство пользуется набором из более чем десяти различных инструментов, с помощью которых можно резать, биговать, нарезать, вырезать V-образные канавки, прорезать пазы, фрезеровать и т.д.

Компания производит более 15 моделей планшетных режущих плоттеров, отличающихся форматом, скоростью работы и уровнем автоматизации. Некоторые из них предназначены для работы в поточном режиме. Они имеют самонаклад, автоматически берущий и обрабатывающий лист из стопы, размещающий его на столе. После обработки лист попадает в выводной приемный лоток. Все происходит в автоматическом режиме. Выпускаются плоттеры как небольшого — 40x60 см, так и большого формата для работы с рекламными материалами и гофрокартоном — более чем 3.3x1.8 м. До недавнего времени это была основное оборудование iECHO для работы на полиграфическом и рекламном рынке.



Стенд компании iECHO на выставке Print China-2023



Слева: устройство ротационной высечки этикеток с листовой подачей. Справа: устройство для надсечки этикеток с рулонной подачей, надсечка ведется сразу несколькими ножами, после нее есть возможность сразу удалить облой

Новинки

К выставке компания подготовила серию новинок для самых разных направлений полиграфической деятельности. Основные новинки к Print China 2023 г. связаны с рулонными материалами. iECHO решила выйти на рынок самоклеящейся этикетки и гибкой упаковки — она разработала сразу несколько устройств, ориентированных на этот рынок. Так, станки для высечки этикеток

iECHO RK и RK2 работают по принципу «из рулона в рулон» и осуществляют нарезку отпечатанных заранее этикеток по произвольному контуру. В последнее время в Китае появилось большое количество рулонных цифровых печатных машин, ориентированных на производство самоклеящейся этикетки. Но отпечатанную цифровым способом этикетку нужно как-то надсекать. Делать это механически с помощью обычного штампа не тех-

нологично. Эту задачу призваны решить автоматические режущие устройства iECHO RK. В них используется специальная режущая головка, которая по специальному контуру, полученному из управляющей программы, прорезает верхний слой самоклеящегося материала. Также происходит отделение и сматывание облоя. При необходимости рулон этикеток может быть разрезан на несколько меньших по ширине. В качестве опции

СТАНОК ДЛЯ ЛАЗЕРНОЙ ВЫСЕЧКИ

SMART-T

www.smart-t.ru

300 Вт мощность лазера

iECHO LCT

модульная система
установка до 4 устройств лазерной высечки

350 мм макс. ширина резки

режимы резки:

- из рулона в рулон
- из рулона в лист
- с листа в лист

система коррекции носителя при подаче

функции ламинирования и удаления облоя

слиттерные ножи для роспуска на узкие рулоны



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

бесконтактная резка без применения штанцформ



Слева: одноножевое устройство для надсечки этикеток с рулонной подачей. Помимо надсечки, возможна нарезка на отдельные листы. Справа: лазерное устройство надсечки этикеток с возможностью ламинации и удаления облоя

для защиты перед резкой может быть осуществлено ламинирование этикеток специальной пленкой. Есть несколько версий RK2, отличающихся количеством режущих головок (от одной до четырех). Соответственно меняется и производительность.

При больших тиражах этикеток, отпечатанных на листовой машине, компания iECHO рекомендует использовать новое устройство — ротационную высекальную машину МСТ-5035. В нем используется гибкий магнитный штамп, закрепленный на специальном цилиндре, что позволяет существенно ускорить обработку тиража. Можно проводить как надсечку самоклеянки, так и сквозную высечку изделий из бумаги или картона массой до 400 г/м². Устройство работает в автоматическом режиме: берет листы из подающего лотка и укладывает в приемный.

Станок для лазерной высечки LCT350 — самое интересное из последних разработок компании iECHO. В этой машине насечка этикеток ведется при помощи лазера. Специальный фотозлектронный сенсор находит на запечатанном полотне специальные метки и по ним осуществляет «приводку» лазерного луча по сюжету. Благодаря бесшоточным сервомоторам

постоянного тока, протяжка полотна очень плавная. Оно движется равномерно, стабильно и плавно, и в рабочей области лазер осуществляет просечку верхнего слоя самоклеянки. Одновременно специальное устройство удаляет дым из рабочей зоны. LCT350 способно работать с постоянной скоростью 1.5 м/с (или до 90 м/мин), что существенно быстрее, чем механические устройства, скорость работы которых зависит от длины резки. Скорость лазерной резки теперь соизмерима со скоростью работы цифровых печатных машин, что позволит синхронизировать технологические потоки. Важный аспект — мощность лазера LCT350 составляет 300 Вт, тогда как у подавляющего большинства других производителей она всего лишь 200 Вт. У станка удобная модульная конструкция, которая при необходимости позволяет разместить до четырех модулей лазерной резки, тем самым кратно увеличив производительность высечки. Необходимо отметить и наличие слиттерных ножей для роспуска готовой продукции на узкие рулоны.

Компания iECHO начала активно заниматься лазерными технологиями более пяти лет назад — когда возникла необходимость в быстрой резке слож-

ных тканей в текстильном бизнесе. Позднее эти разработки перешли и в полиграфию. Компания инвестировала существенные средства в собственную разработку лазерной технологии резки. И сейчас она ощущает очень большой спрос на нее со стороны полиграфического рынка. В настоящее время используется лазерная головка немецкого производства, которая более надежна, но она надеется, что в скором будущем можно будет использовать и китайские лазеры.

Работа в России

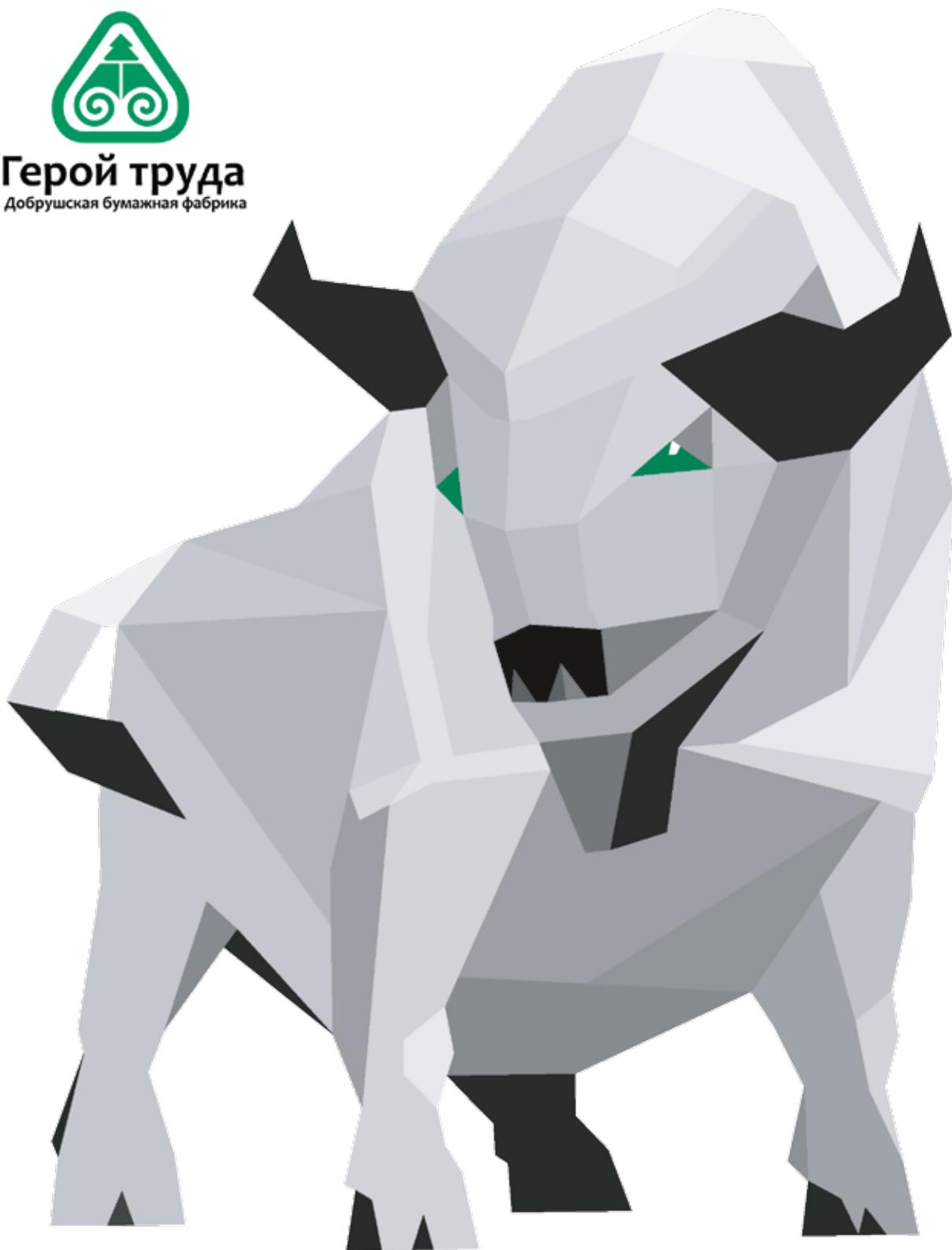
Концепция компании iECHO — по максимуму производить все самостоятельно: и устройства, и рабочие модули, и инструменты. Это позволяет успешно и динамично развиваться и минимально зависеть от поставщиков. Что касается российского рынка, то, по словам Андрея Макачёва, он очень важен и работа на нем идет активно. В России работает три дистрибутора iECHO, но компания «Смарт-Т» наиболее успешна. По итогам 2022 г. она заняла третье место в мире среди всех дистрибуторов по объему поставок оборудования iECHO. И она продолжает активно развивать это направление. ■



Слева: планшетное режущее устройство с автоматической подачей листов и выкладом. Справа: рабочие инструменты планшетных режущих плоттеров

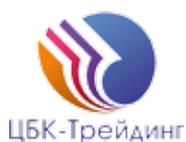


Герой труда
Добрушская бумажная фабрика



МЕЛОВАННЫЙ КАРТОН ИЗ БЕЛАРУСИ

Республика Беларусь,
г. Добруш, пр. Луначарского, 7
+375 (2333) 2-90-57
bumfka@geroytruda.by
www.geroytruda.by



Представительство в России:
ООО «ЦБК-Трејдинг»
+7 (499) 270-05-53
pro@cbk-tr.ru
www.cbk-tr.ru

ОМЕЛА



ЛЕТ
ВДОХНОВЕНИЯ

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

Высокоавтоматизированные производственные линии, которые мгновенно превращают картон в коробки. Экономичные и эффективные решения, обеспечивающие универсальность и высокую производительность, помогут быть всегда на шаг впереди.