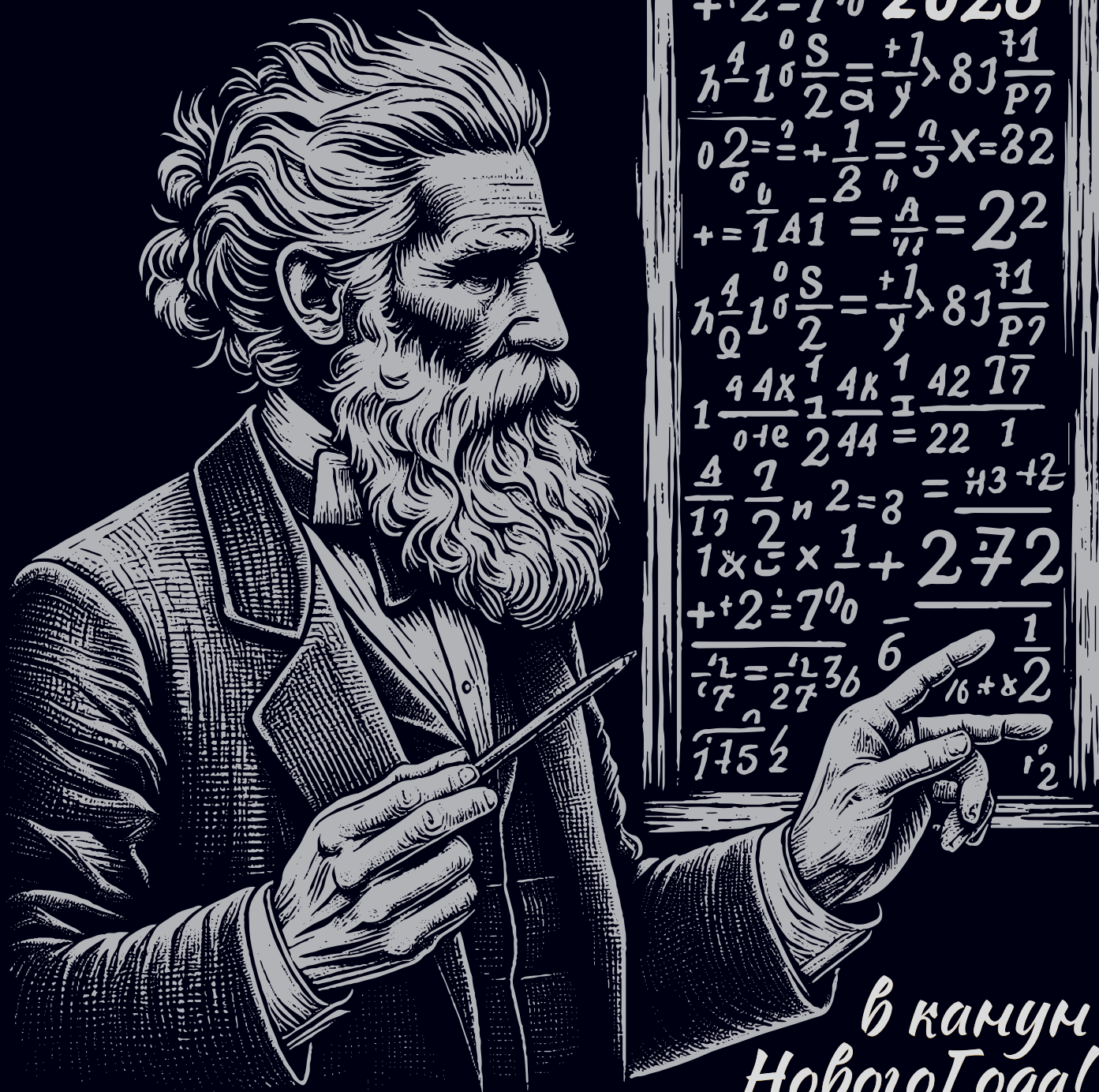




№9 ДЕКАБРЬ, 2025

НОВАЯ МАТЕМАТИКА



в каму
Нового Года!

ВСТРЕЧАЙТЕ!



HSS10402J



HSS104



HSS920J



HSS10802J



Компания Hansheng производит современные листовые одно- и двухкрасочные офсетные печатные машины для односторонней и двусторонней печати
Теперь они доступны в России

Красочность	Скорость работы	Форматы		Диапазон бумаг
1+1	10000 отт/час	650x920 мм,	720x1040 мм	40~200 г/м ²
1+1	13000 отт/час	650x920 мм,	720x1040 мм, 780x1080 мм	40~200 г/м ²
2+2	13000 отт/час	650x920 мм,	720x1040 мм, 780x1080 мм	40~200 г/м ²

Компания Hansheng начала производство офсетных печатных машин в 2020 году. В настоящее время эта компания выпускает в год более 100 печатных секций различного формата и конфигурации. В ассортименте компании печатные машины с шириной листа 92, 104 и 108 см.

VIP
 VISION
 IMAGE
 PRINT

АО «ВИП-Системы»
 Официальный представитель
 Hansheng в России
 Тел.: +7 (495) 165-05-05

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Новые правила игры, или Новая математика себестоимости. 2

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Марина Гранкина, Ставрополь
«Ирбис»: опыт, который позволяет постоянно развиваться 8

УПАКОВКА

«Харменс Дубна»: качественная упаковка и развитие в масштабе
полиграфического холдинга 12

ИСТОРИЯ

150 лет назад: полиграфия Нового Года 16

ЭТИКЕТКА

Андрей Решетов, Москва
«Флекс-Принт»: до 90% цифровых и малых тиражей 18

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Антон Куликов, Санкт-Петербург
«Альянс»: хорошее сочетание флексографии и цифры 24

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн. 1	Т-Системы клапан, 7
ВИП-Системы. клапан, 2-я обл.	Фабрика офсетной печати. вкладка
Илим 3-я обл.	ХД РУС. 5
Моноритм 15	B2Print. 4-я обл.
Нисса Центрм. 19	Harmens Group. 13
ОктоПринт Сервис клапан, 3	Lamstore 17
Смарт-НН 21	NCL клапан
Смарт-Т. 27	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.А. Пряжников

Адрес редакции:

127106, Москва,
Алтуфьевское ш., д. 13, корп. 5
Тел.: (495) 602-02-62
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.

СЕЗОН ОТКРЫТ



Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете

(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).

А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы

(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов,

цвет которых Вы можете выбрать по каталогу **Pantone**

100 оттенков итальянской
искусственной кожи

1000 оттенков итальянского
переплетного шелка

на нашем складе в Москве

Новые правила игры, или Новая математика себестоимости

Закончился 2025 год. Большинство полиграфистов согласятся, что был он не такой успешный и позитивный, как 2023 и 2024 года, когда полиграфия активно росла и развивалась. В 2025 году многие типографии отмечали падение в области объемов заказов, а те заказы, которые остались, оказались не столь прибыльными как раньше. Эйфория 2023–2024 гг. — когда бизнес активно рос — благополучно завершилась. На рынок вернулись «правила игры», которые были еще до и во время пандемии, и к ним добавились еще и новые подходы текущего времени.

■ **Ценовое давление на типографии существенно усилилось.** Почти все заказы проходят через жесткие тендеры, которые порой выигрывают те, кто, скорее всего, не сможет их выполнить в полном объеме и с должным качеством. Но время, когда заказчики поймут, что связываться с такими исполнителями не очень разумно, еще не наступило.

■ **Практически все заказы теперь оплачиваются с отсрочкой.** Причем отсрочка постепенно увеличивается. Было 30 дней, теперь доходит до 90 дней и больше. Это отдельный вызов для типографий, поскольку кредитоваться на время отсрочки платежа, как это можно было сделать в 2015–2019 гг., уже не получится — проценты

На полиграфическом рынке России постепенно меняются «правила игры». Начало СВО и введение санкций привели к любопытным тенденциям. Вопреки всем прогнозам, рынок начал активно расти, перестраиваться и развиваться.

Но постепенно импульс развития начал угасать, и ушедший 2025 год уже не является столь успешным, как предыдущие года. В статье рассмотрим сложившуюся ситуацию и порассуждаем о новых экономических реалиях, с которыми, возможно, придется столкнуться многим типографиям уже в ближайшем будущем

по коммерческим кредитам практически неподъемны.

■ **Платежная дисциплина на полиграфическом рынке ухудшилась.** Сразу после введения санкций дисциплина была на очень высоком уровне — все понимали, что отрасль на грани выживания, и все участники рынка стремились работать максимально аккуратно. Сейчас ситуация изменилась. Кредиторская задолженность становится нормой на всех этапах взаимодействия (заказчики-типографии, типографии-поставщики оборудования/материалов, типографии-контрагенты и т.д.).

■ **Сокращение тиражей.** В коммерческом сегменте заметное сокращение тиражей журналов и газет, книги частью тиража переходят в сегмент «печати по требованию». Спрос на рекламную продукцию раньше во многом формировали иностранные компании, которые из России либо ушли, либо сократили свою рекламную активность. Многие заказчики в упаковочном секторе за прошедшие два-три года «новой жизни» адаптировались к ситуации: стали точно понимать сколько им нужно упаковки. В прошлые годы многие стремились занять освободившиеся от иностранных компаний доли рынка и наращивали производство, зачастую излишне. Сейчас стало примерно понятно, сколько реально можно продать, и именно под этот объем и размещаются заказы.

■ **Дробление тиражей.** Это относительно новый тренд, частично связанный с попыткой многих компаний четко понять свою долю рынка. Именно под этим знаком и прошел 2025 год. Многие компании начали понимать реальные объемы, которые они могут произвести и продать (известно, что в прошлые года у некоторых товаропроизводителей до 15-20% товаров оказывалось нереализованными или просроченными — тратиться на это абсолютно неразумно). И сейчас четкого понимания пока нет. Поэтому запускать сразу заказы упаковки на несколько месяцев вперед страшно, вдруг рынок еще не до конца стабилизировался. «Закажем лучше на пару недель или на месяц, а там поймем сколько нужно будет дозаказывать». В итоге у многих товаропроизводителей привычные тиражи стали делиться на несколько частей, создавая определенные проблемы типографиям.

■ **Малые серии.** В условиях не до конца стабилизировавшегося рынка ряд товаропроизводителей стремятся вывести на рынок новые товары, запуская их небольшими партиями. Для этих небольших партий нужна упаковка небольшими тиражами, со всеми вытекающими проблемами.

■ **Изменяющиеся внешние требования.** Тут пока не все понятно. Утилизационные сборы, введение нового НДС и другие государственные нововведения создают целый ряд сложностей типографиям. Сюда же можно добавить и необходимость на некоторой упаковке печатать переменную информацию (например, коды «Честного Знака»), которая с каждым годом появляется на все больших группах товаров и в ближайшей перспективе будет на любой упаковке.

Что делать?

Вот такие вызовы стоят перед отраслью накануне нового 2026 года. И, скорее всего, это еще далеко не полный их список. И что с этим делать? Как дальше развиваться или хотя бы продолжать работать российским типографиям? С внешними требованиями ничего сделать не получится. Они будут введены законодательными актами и их придется

исполнять. А к внутриотраслевым рыночным особенностям придется искать пути адаптации. И если с отсрочками или платежной дисциплиной можно попытаться бороться организационными методами, то с другими вызовами можно попытаться бороться методами оптимизации производства, позволяющей снизить себестоимость производства.

В настоящее время для развития производства у российских типографий выбор лежит в основном в области технологий, представленных в Китае и других странах Азии. Европейские или японские технологии, на которые мы раньше ориентировались, теперь практически недоступны, да и

сейчас в Европе и нет особенно технических и технологических новинок. А в Китае есть. И некоторые из них потенциально представляют определенный интерес именно в плане снижения себестоимости полиграфического производства.

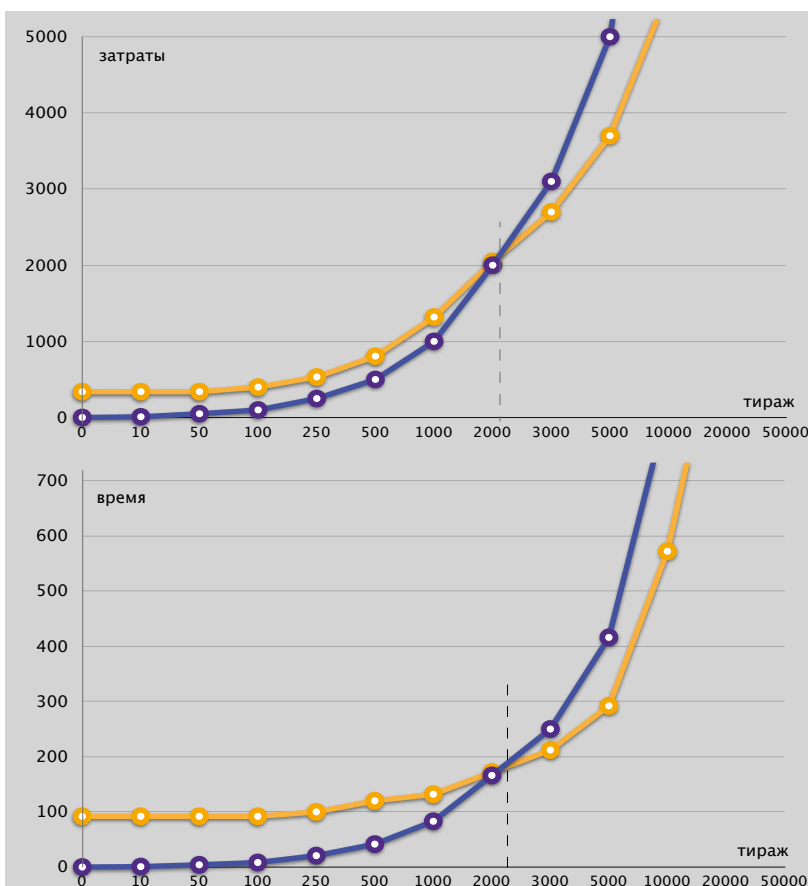
■ **Малоформатная струйная листовая печать.** Коммерческая цифровая печать в России в основном базируется на электрографических машинах японского производства нескольких известных мировых компаний. И тут, судя по всему, развитие достигло определенного предела. Производительность практически не растет, себестоимость оттиска не падает, при-

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoprint
SERVICE
www.oktoprint.ru



Сравнение затрат и скорости производства типowego 64-страничного журнала по тиражам. Синим цветом показаны данные для цифровой промышленной печати, оранжевым — для офсета. Любопытно, что простые расчеты, указанные в основной статье, приводят к тому, что и себестоимость, и производительность у промышленной цифровой печати будут лучше при тиражах ниже 2500 экз. (ориентировочно). Затраты на тираж менее 250 экз. в офсете не считали, просто приравнивали к минимальному 250 экз. Расчеты в области больших тиражей (>20000 экз.) для цифровой печати вряд ли имеют смысл при текущем положении дел с экономикой цифровой печати. Впрочем, даже незначительные изменения в области производительности цифровой печати или стоимости чернил могут существенно изменить данные графики. А вот заметные изменения в области офсета вряд ли предвидятся.

чем уже последние лет 8-10. Новые модели являются косметическими модификациями моделей прошлых годов.

При этом пару лет назад на мировом рынке начали появляться листовые струйные малоформатные печатные машины. Инициатором стали японские компании (в частности, Kyocera и Epson), выпустив свои модели ЦПМ. Ассоциация коммерческих пользователей цифровых печатных машин в США подсчитала, что использование струйных листовых печатных машин способно снизить себестоимость печати до 30% на цветных изделиях и до 45% на смешанных (часть страниц цветных, часть черно-белые). А показатель TCO (Total Cost of Ownership — общая стоимость владения) таких машин выгоднее на 20-25%. Но, самое интересное, что струйные малоформатные цифровые машины начали активно производить в Китае. И даже есть успешные решения по печати на таких машинах на мелованных бумагах с качеством, близким к хорошему офсету, и с себестоимостью на 15-30% ниже, чем у электрографических. В ближайшие 1-2 года на выставках в Китае будет представлено уже много подобной техники. Более того, идет активное развитие китайских компаний, произво-

дящих струйные чернила. Ряд исследований показывает, что за последние 2-3 года стоимость чернил для промышленной струйной печати (без офисного и домашнего рынка) снизилась на 25-30%. Инвестиции в разработку чернил для струйной печати в Китае фантастические — в ближайшие три года они достигнут 4 миллиарда долларов. Правда, основная часть этих инвестиций идет в чернила для микроэлектроники, например для печати OLED-дисплеев и мониторов, которую запустила компания TCL. А известная «чернильная» компания — INKBANK — инвестировала в 2025 году 48 млн долларов в новый завод по производству чернил для всех видов струйной печати, включая упаковку, гофроупаковку, книги, коммерческую продукцию, этикетки и т.д., а также чернила для мелованных бумаг. Повышение конкуренции на рынке производителей чернил для струйной печати неизбежно приведет к снижению цен на чернила.

Есть и другое направление развития струйной печати. Китайская компания Hiink разработала чернила и технологию их нанесения, позволяющие сократить как минимум на 25-30% их объем при печати для получения результата, аналогичного типовому нанесению. Иными словами: одинаковые картинки с Hiink можно получить, затратив на 30% меньше чернил, чем обычно. И хотя основные разработки в этом направлении идут в первую очередь в печатную микроэлектронику, где чернила очень дорогие, но и полиграфию в компании тоже считают приоритетным направлением. Так что в ближайшее время такие чернила и рекомендации по их использованию должны появиться и на полиграфическом рынке.

■ **Промышленная струйная печать.** Это очень большой сегмент, куда входит и микроэлектроника, и текстиль, и керамика и многое другое, в том числе и полиграфия — печать типовой коммерческой продукции:

книг, журналов, каталогов и т.д. Соответствующие технические решения в этом направлении уже есть и их много. Целый ряд китайских компаний производит такие машины, в том числе способные качественно печатать на мелованных бумагах. Поэтому в данном материале мы ограничимся этим сегментом. Для России важным направлением печати можно считать производство книг как на офсетной, так и на мелованной бумаге.

Цифры

Расход чернил при качественной струйной печати по мелованной бумаге составляет примерно 0,5-0,8 мл на одну страницу А4 при среднем заполнении. При печати на офсетной бумаге используются другие чернила, и их расход чуть меньше, около 0,4-0,6 мл на страницу А4. Стоимость чернил для мелованной бумаги находится в диапазоне 20 долларов за 1 литр, для офсетной бумаги — 15 долларов. Таким образом, при помощи одного литра чернил можно отпечатать около 1400 страниц А4 на мелованной бумаге и примерно 1900 страниц на офсетной бумаге. И стоимость одной страницы составит около 1,4 цента на мелованной бумаге и

0,8 цента на офсетной бумаге. Это средние цены по Китаю и другим странам Азии. Сколько это будет стоить в России, пока сказать сложно, база установленных машин пока невелика, и поставки чернил эпизодические. Эта цена не включает бумагу и амортизацию оборудования и состоит из стоимости чернил и других расходных материалов (например, замены печатной головки по выработке своего ресурса).

Много это или мало? Печать обычного 64-страничного журнала на мелованной бумаге с обложкой при таких затратах будет обходиться примерно в 90 центов за экземпляр (около 70 рублей на момент написания статьи). Книга в 240 полос на офсетке будет напечатана за 1,9 доллара (150 рублей). Имеются ввиду только затраты на чернила. Может показаться, что это дорого. С другой стороны, нужно смотреть комплексно.

Современная промышленная струйная цифровая машина печатает на рулонной бумаге и имеет на выходе рубку, которая нарезает на листы заданного формата, или может сформировать привертку из страниц книги в нужной последовательности, готовую к бесшвейному скреплению. В результате отпадает ряд технологических операций (фальцовка, подборка), что тоже дает дополнительную экономию.

Сравнить полученную стоимость с офсетной печатью довольно сложно, поскольку в офсете стоимость экземпляра нелинейна и зависит от тиража. Обычно в офсете стоимость краски на страницу А4 никто не считает, хотя расход ее идет. Международная статистика дает следующие цифры: 6–10 мл (6–10 см³) на 16-страничный печатный лист при типовом журнальном заполнении (при книжном или упаковочном заполнении цифры отличаются). При плотности офсетной

краски 1,6–1,9 г/см³ получаем, что на один печатный лист журнальной печати уйдет около 5–7 г краски. При средней стоимости 1 кг краски 10–13 долларов на 16 страниц потребуются краски на 10–12 центов или на одну страницу 0,7–0,8 цента. Но это только на краску. В офсете есть еще целый ряд расходных материалов, которые расходуются постоянно в процессе печати. Это увлажняющий раствор, различные смывки, добавки в краску (если есть), противоотмарочный порошок. Сколько его реально расходуется, вычислить невозможно. Укрупненно можно взять, что еще 0,1 цента на страницу. Итого 0,9 цента на страницу!

Таким образом, по прямым расходным материалам офсетная печать выгоднее современной цифровой печати как минимум в полтора раза! Но это еще не все. Для печати нужны формы! В офсете они недорогие, но они есть. Стоимость одной готовой печатной формы на 16 страничный печатный лист составит около 8–9 долларов. Таких форм нужно восемь: по 4 на каждую сторону листа. Таким образом, минимум 70 долларов на лист дополнительных затрат неизбежны. На четыре листа — 280 долларов. Но это разовые затраты на весь тираж (если, конечно, тираж не супердлинный, и не потребуются второй комплект форм). Попробуем подсчитать, какой тираж можно напечатать на офсете, при совпадении затрат на цифре и на офсете. Разницу в цене за страницу (в нашем случае получается примерно 0,5 цента) нужно отнести к лишним постоянным затратам (280 долларов). Получаем тираж около 875 экземпляров, который на современной цифровой печатной машине должен быть гарантированно выгоднее по расходным материалам!



Saphira

Окружи свою машину заботой.

Расходные материалы и решения.

Конечно, это слишком грубый и прямолинейный подсчет. Есть производственные потери и чернил, и офсетной краски. Первая уходит на промывку и прочистку сопел, вторая — на смывку красочного аппарата и на остатки в банке (100% извлечь невозможно) и т.д.

Но есть еще один аспект — временные затраты. Цифровая печатная машина шириной 660 мм способна печатать на мелованной бумаге с высоким качеством на скорости 40-70 м/мин. Время приладки формально есть, но оно минимально и сводится к регулярной калибровке и настройке машины, которую делают раз в смену, а не перед каждым тиражом. Поэтому пока его рассматривать не будем. Один экземпляр указанного ранее 64-страничного журнала (четыре 16-страничных листа или 3,5 погонных метра) можно будет напечатать примерно за 5 секунд. Тираж 1000 экз. примерно за 1,5 часа! А 10 тыс. экз., соответственно, за 15 часов. На четырехкрасочной листовой офсетной машине формата В1 (70–100 см) для печати 1 тыс. экз. журнала потребуется 8 приладок (4 листа по две стороны у каждого) и 8 прогонов по 1 тыс. экз. На самой современной офсетной машине приладку не получится сделать быстрее 12-15 минут. Прогон одной тысячи листов на скорости 12-14 тыс. листов в час (типовая скорость листовых машин) потребует 5 минут на оборот или всего 40 минут. Таким образом, общие затраты времени составят 140-160 минут или 2,5 часа. В свою очередь, 10 тыс. экз. тиража офсетная машина напечатает примерно за 8 часов. И вновь получается, что область пересечения тиражей, при которых цифровая печать и офсет пересекаются, находится в пределах 3-4 тыс. экземпляров.

Теперь стоит вернуться к себестоимости печати. Для простоты примем, что рабочий час у офсета и у цифровой промышленной машины примерно одинаковый — примерно 50-60 долларов (или грубо 1 доллар в минуту). На тираж в 1000 экз. офсету потребуется лишние 60 долларов. На 2 тыс. примерно 15 долларов (аналогично можно посчитать на все типовые тиражи, используемые в наших графиках). А на тираже около 2.4 тыс. экз. производительность сравняется и дальше уже цифровая печать будет обходиться дороже за счет более длительного времени.

В теории есть еще такое понятие, как стоимость приладки. Оно включает множество затрат, в том числе те, которые мы уже посчитали. Это и печатные формы, и время работы оборудования, и много чего. Примем для простоты, что за вычетом уже посчитанных затрат на приладку будет дополнительно еще 25-30 долларов. Таких приладок восемь, следовательно, дополнительные затраты составят еще примерно 220 долларов.

Если все посчитать и поместить на график, то получится, что математически оправданная себестоимость печати на промышленной цифровой машине по сравнению с офсетом будет ниже при тиражах до 2 тыс. экз. Конечно, приведенные здесь расчеты очень грубые и основаны на очень скудной предварительной информации о промышленной цифровой печати на мелованной бумаге. Цифры могут сильно измениться в случае снижения цен на чернила. На ряде китайских сайтов есть предложения на чернила для мелованных бумаг в районе 15-17 долларов за литр, да еще и при существенных скидках за объем. Производители цифровых машин работают над повышением их производительности, что тоже заметно повлияет на себестоимость. В частности, при снижении цен на чернила до 15 долларов за литр экономически оправданный цифровой тираж будет более 3 тыс. экз. Есть еще интересные разработки в области «экономичной печати» (получение измеримого качества печати меньшим объемом чернил) и т.д. Цифровая печать в стадии активного развития, в то время как офсет уже давно стабильно держится на определенном уровне, и ожидать существенного снижения себестоимости не приходится. Мы взяли некие средние цифры по офсету: у кого-то они окажутся ниже, у кого-то выше. Но, используя предложенную методику, каждый может посчитать свою себестоимость и сравнить с данными из статьи.

Можно еще теоретически посчитать пересечение с рулонной офсетной печатью, где существенно дольше приладки, но зато выше скорость печати. Но, скорее всего, тиражи до 3-4 тыс. экз. все равно выгоднее печатать на цифре.

Вот такая «новая математика» получается у нас в контексте новых технологий из Китая. Конечно, полученные расчеты идеализированы и на практике могут измениться. Но главное — продемонстрировать не точные цифры, а экономические тенденции: «привычный мир меняется». В данной статье мы рассмотрели только коммерческую цифровую печать. В следующих номерах рассмотрим и другие решения в области упаковки, этикетки, гофротары и других направлениях полиграфии. Так уж получается, что везде есть существенные изменения. Следите за публикациями. ■



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



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

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

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА КИТАЙ

БОЛЬШЕ ОБОРУДОВАНИЯ
В КАТАЛОГЕ НА САЙТЕ
www.t-sys.ru



DAYUAN: АВТОМАТИЧЕСКИЕ ПРЕССЫ
ДЛЯ ВЫСЕЧКИ И ТИСНЕНИЯ,
ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
ЛИСТРЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ



KUAUYIDA: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
МАШИНЫ ДЛЯ ОТДЕЛЕНИЯ
ВЫРУБЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
ОТ ОБЛОЯ



HPM: ОДНОНОЖЕВЫЕ
БУМАГОРЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ,
УСТРОЙСТВА ПЕРЕВОРОТА СТОПЫ,
ПЕРИФЕРИЙНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



FENGCHI: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
КАШИРОВАЛЬНЫЕ МАШИНЫ
И ВЕРТИКАЛЬНЫЕ
ПАЛЕТУКЛАДЧИКИ



ROLAM: ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
ФАЛЬЦЕВАЛЬНО-СКЛЕИВАЮЩИЕ
ЛИНИИ ДЛЯ КАРТОНА
И ГОФРОКАРТОНА



JINBAO: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
МАШИНЫ ДЛЯ ТРАФАРЕТНОЙ
ПЕЧАТИ И ХОЛОДНОГО ТИСНЕНИЯ
ФОЛЬГОЙ



TIANCEN: ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
АВТОМАТИЧЕСКИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ЛАМИНАТОРЫ



ZHENGGRUN: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
И ПОЛУАВТОМАТИЧЕСКИЕ ЛИНИИ
ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ЖЕСТКИХ
КОРБОК

«Ирбис»: опыт, который позволяет постоянно развиваться



Марина Гранкина,
директор,
«Ирбис»
[Ставрополь]

Как развивать цифровой полиграфический бизнес в современных условиях? Можно ли это делать сейчас или лучше отложить до лучших времен? Компания «ФКМ Лизинг» предложила нам пообщаться на эту тему с типографией «Ирбис» из Ставрополя. Ее директор Марина Гранкина рассказала нам о своем видении ситуации.

По воле случая

«Компания «Ирбис» появилась на рынке достаточно давно — 18 лет назад. Сейчас это уже серьезное, «взрослое» предприятие, которое может выполнять большие и важные заказы. Мы — одни из лидеров нашего рынка на юге России. С самого начала специализировались на сувенирной продукции, но при этом имели и полиграфическое направление, которое часто сопровождает сувенирный бизнес. В полиграфию мы пришли по воле случая. До этого у нас была семейная компания, занимающаяся нанесением информации на продукцию для электроники. Использовали специализированное оборудование для шелкографии и тампонной печати. У нас размещали государственные заказы по нанесению текста и изображений на микросхемы и другие подобные изделия. Но во время кризиса 2008 года заказы

исчезли, а оборудование осталось. Мы стали думать, куда можно применить шелкографское и тампонное оборудование и имеющийся опыт в этой сфере. Интернет подсказал, что на этом оборудовании можно брендировать сувениры. Этим и занялись и продолжаем по сей день.

Но довольно скоро наши любимые клиенты стали спрашивать у нас о полиграфических возможностях. Полиграфия часто идет рядом с сувенирным производством, так получилось и у нас. На первых порах, когда мы были еще небольшим предприятием, приобрели первую простенькую цифровую печатную машину — Konica Minolta одной из

младших серий. На ней мы быстро освоили производство относительно простой полиграфической продукции: визитки, листовки, флайеры, буклеты и т.д. Сейчас многие виды такой продукции постепенно уходят в прошлое, но есть и вполне стабильные виды полиграфической продукции, которые мы регулярно производим. Также мы изготавливаем большой объем календарей и другой новогодней полиграфии, а также многостраничные каталоги, материалы для выставок и т.д. Эта продукция в ближайшее время будет стабильной, в отличие, например, от визиток, которыми сейчас мало кто пользуется — вся информация теперь в телефонах.



Благодаря лизингу в типографии появилась новая профессиональная ЦПМ Konica Minolta AccurioPress C4080 (вверху), а предыдущие машины остались в работе



Существенную часть продукции типография печатает при помощи трафарета

Шаг вперед

Тем не менее, полиграфия у нас развивается. Сначала была одна машина Konica Minolta, затем к ней добавилась еще одна аналогичная. Но, спустя некоторое время, мы решили сделать шаг вперед и приобрели машину уже профессиональной серии. У нас требовательные заказчики, которым нужна качественная печать, поэтому мы инвестировали в серьезную машину, позволяющую грамотно работать с цветом, калиброваться и получать максимально возможное качество.

Высокое качество цветной печати позволило нам активно развивать не только сувенирное направление, но и различные полиграфические приложения. Например, мы много изготавливаем брендированного шоколада. Специально для нас кондитерская фабрика отгружает плитки шоколада только в фольге, а мы печатаем для него брендированную обертку. Помимо этого, производим различные блокноты, ежедневники и другую беловую продукцию. Здесь два пути: либо приобретаем готовые блокноты и ежедневники и брендировем обложки (тиснением или струйной УФ-печатью), либо приобретаем готовые блоки у типографий, их производящих, и сами делаем уже брендированные обложки или твердый переплет.

Специализация

Что касается производства сувенирной продукции, у нас есть все современные технологии брендирования: трафарет по бумаге и текстилю, а также тампонная, DTF-,

сублимационная и УФ-струйная печать и т.д. Для сувенирного производства «Ирбис» — достаточно крупное предприятие — 1500 м² производственных площадей и более 30 сотрудников.

Что касается печатных заказов, то они у нас очень разные. Мы работаем как с очень крупными компаниями (южные филиалы «Альфабанк», «Сбербанк», «Газпром» и др.), так и небольшими региональными организациями, поэтому тиражи сувенирной и полиграфической продукции у нас очень разные: и штучные, и многотысячные. Полиграфию большими тиражами мы не делаем, для этого есть другие типографии, но высококачественную малотиражную печатную продукцию выпускаем успешно.

Случайности не случайны

Полиграфия хоть и не является основной частью бизнеса, тем не менее, это очень важная и необходимая составляющая. Поэтому к выбору печатного оборудования подходили очень внимательно. У меня в жизни есть девиз: «Случайности не случайны». Первая Konica Minolta у нас появилась давно, в самом начале работы. Тогда наш региональный поставщик оборудования сказал, что у него на складе есть несколько машин Konica Minolta, которые и предложил купить. Но мы тогда только начинали, и денег на покупку не было. Предложили взять машину в аренду: попробовать, посмотреть, пойдет ли у нас этот бизнес. Машину в аренду мы получили, и спустя полгода ее выкупили, а чуть позже приобрели и вторую машину, чтобы иметь



В «Ирбис» много специализированного оборудования для нанесения изображения на сувениры





В типографии активно используются и различные виды широкоформатного оборудования

возможность распараллелить процесс печати некоторых заказов. Затем появилась и третья такая машина.

В результате в российском офисе поставщика нами заинтересовались как заметным игроком по объему печати. Пригласили на семинар в Москву и показали возможности старших машин. В итоге я приняла решение приобрести машину профессиональной серии, тем более, что имевшиеся у нас младшие уже становились «возрастными». Мы планировали их продать и приобрести старшую модель. В итоге получилось несколько иначе: профессиональную машину мы купили, а младшие продавать не стали. И где-то с 2017 года работали в основном на ней, иногда задействуя другие машины для простых заказов. И вот недавно мы приняли решение поменять имеющуюся у нас профессиональную машину на новую — время идет.

Хороший инструмент

Для развития бизнеса мы стараемся использовать кредитные средства. В случае нашей компании это достаточно выгодно: мы умеем быстро закрывать кредиты и, как следствие, не очень сильно переплачивать. Но в случае с приобретением новой машины Konica Minolta AccurioPress C4080 получилось по-другому: компания «ФКМ Лизинг» предложила нам уникальные условия по лизингу. Переплата получилась практически символической. По сути, мы получили просто рассрочку на определенный период. С «ФКМ Лизинг» мы работали и раньше, поэтому получили очень хорошие условия.

Радует также то, что у компании Konica Minolta в Ставрополе есть инженер, который в случае чего готов оперативно приехать и решить возникшую проблему. У нас



Полиграфия для бизнеса и фирменные сувениры с логотипом, в том числе брендированные шоколадки — основная специализация типографии «Ирбис»



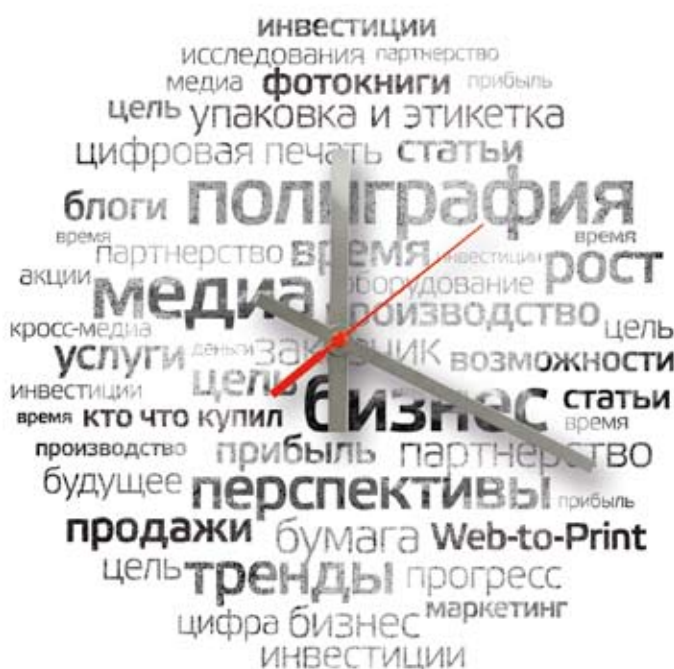
Сувенирная продукция

все машины на клик-контракте, и этот же инженер осуществляет все необходимые операции по обеспечению работоспособности наших машин. Для нас такой контракт очень удобен. На первый взгляд, может показаться, что выгоднее приобретать расходники отдельно и не платить за клики. На совсем новой машине, может, это и так, но мне такой подход не кажется правильным. У нас машина на полном обслуживании у поставщика, и вопросы ее работоспособности — целиком его забота. Мы оплачиваем только те отписки, которые мы отпечатали, и точно знаем себестоимость печати всех наших заказов, что очень удобно.

Рынок

В этом году ряд типографий отмечает падение объема заказов. У нас все несколько сложнее, но определенная просадка есть. За многие годы работы мы приучили крупный бизнес, с которым работаем, что мы должны отработать новогоднюю программу в августе и сентябре. И в этом году отработали даже лучше, чем в прошлом. А небольшой бизнес к нам приходит с первым снегом. Заказчики чувствуют, что Новый Год уже близко, значит, нужно начинать заказывать корпоративные подарки.

Наша компания, как и вся страна, за прошедшие годы пережила несколько кризисных периодов. И я считаю, что кризис хорошему руководителю помогает. Он выводит из «зоны комфорта» и заставляет искать новые пути развития, которые, как правило, находятся. Важно только из этой «зоны комфорта» выйти. Сейчас многие бизнесы в ожидании и пытаются понять, что будет в новом году: новые трудности, новые налоги, новые политические изменения. Может быть, поэтому не все торопятся с заказами, но мы верим в лучшее. 



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

Что происходит на рынке, и что это значит для вашего бизнеса?
 Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
 Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
 Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
 Как меняться предпочтения заказчиков печатной продукции?
 Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»



«Харменс Дубна»: качественная упаковка и развитие в масштабе полиграфического холдинга

Летом прошлого года мы публиковали материал о группе компаний «Харменс», созданной в 2014 г. и представленную на рынке картонной упаковки четырьмя типографиями, находящимися в Центральном, Сибирском и Южном Федеральных округах.

Холдинг специализируется на картонной упаковке разных видов: кашированная гофроупаковка, упаковка из плотного картона и премиальная упаковка из металлизированного картона.

В начале года у нас появился информационный повод побывать на

площадке «Харменс Дубна»: инсталляция нового оборудования. Новая автоматическая двухролевая листорезательная машина Dayuan CM-1500A (поставщик компания «Т-системы») заработала в Дубне в середине декабря 2025 года. Линия для флатовки рулонного картона

на листы позволит типографии полностью покрыть собственные потребности в листовом картоне.

По словам руководства, листорезальную машину выбирали довольно придирчиво. На рынке много предложений подобного оборудования с примерно одинаковыми возможностями и ценами. Специалисты «Харменс Дубна» ориентиро-

вались прежде всего на параметры, в том числе ее массу и, конечно, на репутацию поставщика. Компания «Т-Системы» успешно установила уже несколько подобных флаторезок в российские типографии, а масса Dayuan CM-1500A — одна из самых больших. Надо сказать, что для таких машин общая масса — параметр критичный. Это очень влияет на точность реза, долговечность и стабильность.

Специализация

Сегодня группа «Харменс» — один из ведущих производителей картон-



Новое приобретение типографии — одноножевая автоматическая флаторезная машина китайской компании Dayuan



Для высечки и тиснения типография эксплуатирует прессы компании Masterwork



Оборудование для сплошного и выборочного УФ-лакирования



Комплекс оборудования для фальцесклейки недавно пополнился новой фальцевально-склеивающей линией МК1 000FB II компании Masterwork (фото справа)



ной упаковки в России и странах СНГ. Типография «Харменс Дубна» специализируется на упаковке из плотного картона для товаров среднего ценового диапазона, а также кашированного микрофлоркартона.

Специализация предприятий по разным направлениям позволяет холдингу создавать эффективные производственные цепочки. Гофроагрегат на площадке «Харменс



ТОП-5
производителей
картонной упаковки

Производство
гофрокартона

4 производственные
площадки:
ПОЛНЫЙ ЦИКЛ

Кашированная
упаковка

Премиальная
упаковка

ДУБНА

МОЛОКОВО

БЕЛОРЕЧЕНСК

БЕРДСК

Крупнейший
полиграфический
холдинг



Для изготовления кашированной упаковки используется собственная кашировальная машина. Также в типографии есть станок для гибки вырубных ножей. Он используется для ремонта и модернизации штампов для высечки



Эффективность

Высокая конкуренция ставит перед компанией задачи по оптимизации бизнес-процессов, снижению издержек, повышению производительности и высоким стандартам качества продукции. В этой связи контроль, централизация и стандартизация процессов группы — отличное решение.

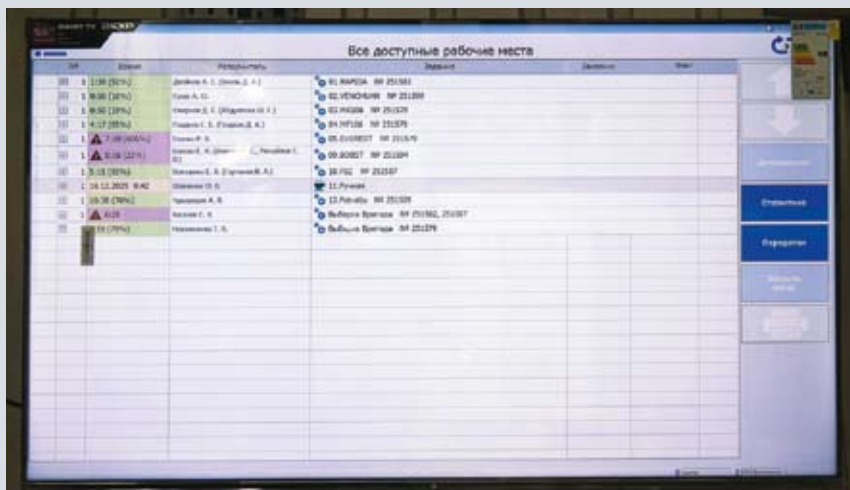
В рамках всей группы компаний «Харменс» внедряется централизованное использование автоматизированной системы управления производством ASystem компании «Моноритм», которая постоянно расширяется и дорабатывается. В «Харменс Дубна» программа активно используется на разных этапах: от просчета заказов и планирования до автоматического учета выработки каждого сотрудника, расчета заработной платы и фактической себестоимости заказа. В цехах стоят терминалы



Белореченск» успешно производит гофрокартон для всех типографий холдинга, что позволяет исключить внешние наценки поставщиков на материал.

Имеющиеся мощности «Харменс Дубна» позволяют делать любую отделку картонной упаковки: различные виды тиснения, лакирование, вклейку окошек и склейку конвертов.

В Дубне делают большое количество разной картонной и кашированной упаковки, в том числе для новогодних подарков



В цехах типографии установлены терминалы ASystem Touch (фото справа). Также используются общие большие мониторы системы, где отображаются все текущие задания и их исполнители



ASystem Touch, где каждый сотрудник отмечает все операции, которые он выполняет в течение рабочей смены.

Сейчас с помощью специалистов «Моноритма» и инженеров группы «Харменс» тестируются и другие модули системы. Возможности у нее огромные, и к моменту внедрения в масштабе всей группы компаний все входящие в нее типографии могут использовать

успешные наработки своих коллег.

В заключение можно отметить, что в сложившихся экономических условиях рынка предприятиям необходимо системно усиливать фокус на автоматизацию процессов управления производства, а также снижение себестоимости выпускаемой продукции, в том числе за счет инвестиций в оборудование.

ASystem — система управления полиграфическим предприятием

mo
моноритм



Точный расчет заказа



Складской учет



Планирование производства



Адаптация под самое сложное производство



Контроль всех стадий выполнения заказа



Обмен данными с внешними системами



Оперативная отчетность



Коробочный продукт PrintEffect для малых предприятий

mo
моноритм



150 лет назад: полиграфия Нового Года

Современная журнальная периодика представляет собой различные многостраничные цветные журналы — их тысячи выпускаются сейчас по всему миру. Но становление цветной иллюстрированной периодики было довольно сложным. В развитых странах мира, особенно в США, печать журналов в цвете была прибыльным бизнесом, хотя в конце позапрошлого — начале прошлого веков технологически это было очень непростым занятием. Единственной «рабочей» технологией на тот момент была хромолитография.

Хромолитография (от греческого *chromo* — «цвет, краска», *litho* — «камень», *grafo* — «пишу») — цветная литография, при создании которой для нанесения каждого цвета применялась отдельная печатная форма (порой их было до 20 и более). Печатная форма изготавливалась на специальном литографском камне, на который художник наносил изображение одного из цветных каналов. Техника хромолитографии достаточно широко использовалась в конце XIX и в начале XX века. Первые серьезные опыты в области хромолитографии датируются примерно 1860–70 гг. Как такового процесса цветоделения и синтеза цвета тогда не существовало, и, как следствие, для каждого цвета делали отдельную печатную форму.

По сути, художник должен был нарисовать на литографском камне один и тот

же сюжет в десятке отдельных изображений с максимальным геометрическим совпадением, чтобы при наложении изображений друг на друга цвета совпадали. В процессе печати тоже нужно было обеспечить приводку одного изображения по предыдущему, что было очень непросто, учитывая количество используемых цветов. Процесс получения готовых оттисков был очень трудоемким и, как следствие, весьма недешевым. Хромолитографию обычно применяли для печати красивых и дорогих декоративных изображений для интерьера: на стенах жилых и общественных зданий (в современном понимании это «постеры»).

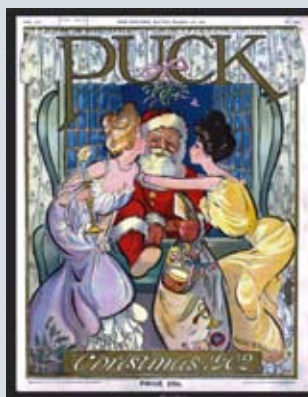
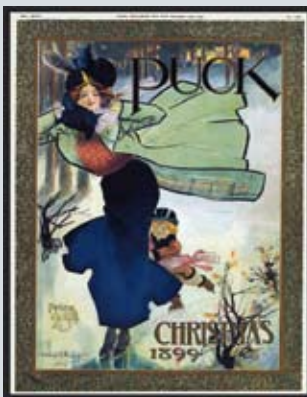
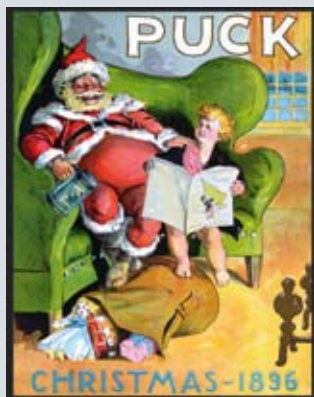
Но ряд издателей того времени отваживались запускать и издательские проекты с использованием этой технологии. Одним из таких интересных и успешных проектов был журнал *Puck*, который начал выходить в 1871 г. в США. Это был первый успешный юмористический журнал в США, содержавший красочные иллюстрации, карикатуры и политическую сатиру на злободневные вопросы. Название журнала — имя персонажа комедии Шекспира «Сон в летнюю ночь», а сам персонаж (в логотипе журнала) отсылает к одноименному образу древнегерманской мифологии. *Puck* (Пак) — дух-проказник, и от его имени и ведется изложение журнала.

Но для нас важно не столько содержание журнала того времени, сколько те

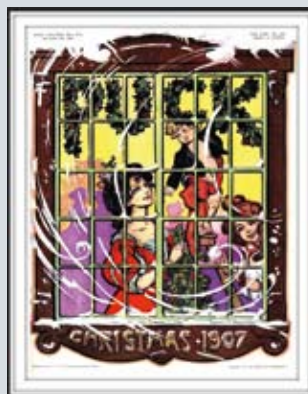
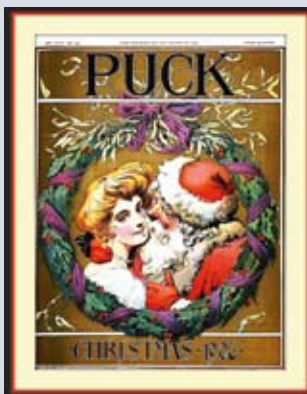
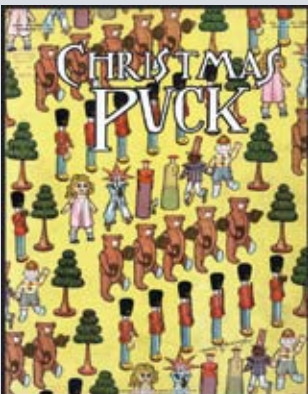
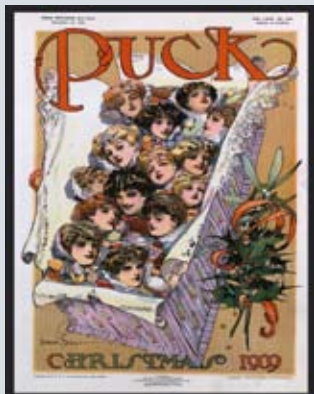
технологии и подходы, которые использовались практически впервые в истории. Конечно, попытки выпускать цветные издания были и до этого, но именно *Puck* делал это регулярно и стабильно — в цвете печатались его обложка и центральный разворот. Всего в журнале сначала было 16 страниц, большинство из которых были текстовыми с отдельными чернобелыми иллюстрациями. А центральный разворот занимала большая иллюстрация — как правило, сложная карикатура, отпечатанная в цвете.

А самое интересное — в обложке журнала. Она была сложной, печаталась в 8–10 красок и носила хулиганский характер с легким налетом эротики. При этом каждый год в декабре издательство выпускало отдельную версию журнала *Puck* в новогоднем исполнении (точнее, рождественском) *Christmas Puck*. В номере давался анализ событий прошедшего года в особом — сатирическом — пересказе. На центральном развороте публиковалась карикатура, которую заказывали у очень известных в то время художников-карикатуристов, ее затем специалисты в области хромолитографии разрисовывали по отдельным печатным формам для каждого цвета, используемого в изображении.

Журнал просуществовал достаточно долго — почти 50 лет, до 1918 года. Ближе к началу XX века журнал перешел на



Новогодние обложки журнала *Puck*, выполненные хромолитографией (конец XIX — начало XX века)



Слева поздние обложки журнала после перехода на цинковую хромолитографию (начало XX века), справа: обложки, хранящиеся в музеях как лучшие образцы хромолитографии



Цветные карикатуры в центральном развороте журнала Puck (начало XX века)

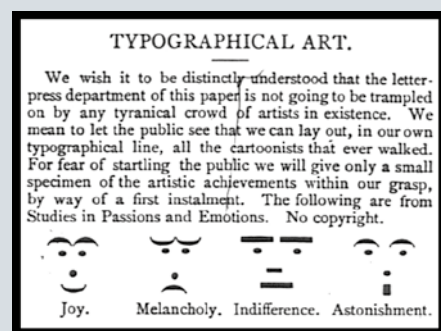
более современную по тем временам версию хромолитографии, в которой вместо камня использовалась цинковая пластина, что несколько упростило процесс. В 1916 году самостоятельное издание Puck было приобретено крупной издательской группой Херста (William Randolph Hearst). Причиной такой покупки, по всей видимости, была обида Херста на издателей журнала, которые высмеяли его в карикатуре несколькими годами ранее за попытку баллотироваться в конгресс США, не имея на то достаточных, по меркам издателей Puck, оснований. В результате все причастные к выпуску оригинальной версии журнала Puck сотрудники были постепенно уволены, а вновь назначенные с задачей не справились и, спустя два года, журнал был закрыт как убыточный.

Но исходная версия журнала Puck оставила весомый след в мировой полиграфии и как интересный информационный проект, и как уникальная технология его печати. Сейчас сохранившиеся выпуски

журнала являются коллекционной редкостью, и ряд хорошо сохранившихся экземпляров хранится в музеях и библиотеках в разделах «специального хранения». В качестве еще одного интересного факта деятельности

В переводе слово Puck означает «шайба для хоккея». И лишь немногие словари дают еще ряд значений. И одно из них — «дух-проказник» из шекспировского «Сна в летнюю ночь». Пак — озорной весёлый шут. Формально он является слугой Оберона, персонажа комедии, но не может и не хочет подчиняться своему господину и действует самостоятельно. Пак олицетворяет силы хаоса и беспорядка, бросая вызов способности людей и сказочных фей исполнять свою волю. Так что название журнала Puck стоит переводить как «Шут»

журнала можно отметить первое официальное появление привычного нам сейчас «смайлика». Его придумали метранпажи внутренних страниц журнала 30 марта 1881 года!



Первое появление «смайлика». С помощью наборных символов метранпажи журнала показали «радость», «меланхолию», «равнодушие» и «удивление». И приписали: «пользуйтесь...»

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 течение 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
Курсанов, 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!

«Флекс-Принт»: до 90% цифровых и малых тиражей



Андрей Решетов,
генеральный директор,
типография «Флекс-Принт»
[Москва]

Московская типография «Флекс-Принт» — один из ведущих производителей самоклеящейся этикетки. Парк оборудования включает самые технологически продвинутые узкоролонные флексографские, цифровые и отделочные машины. Мы неоднократно бывали в типографии по приглашению ее владельца и генерального директора, Андрея Решетова. На этот раз поводом для визита стала установка и опыт эксплуатации линии лазерной высечки китайской компании Golden Laser.

Типография «Флекс-Принт» основана в 1998 г. и с 2011 г. стала специализироваться на производстве самоклеящейся этикетки. В ее парке изначально были самые современные флексографские машины, которые она приобретала каждые четыре года. И сегодня в цехах «Флекс-Принт» по-прежнему успешно работают три машины от Bobst Firenze, хотя отношения с производителем по понятным причинам осложнились. В результате в 2024 г. было принято решение приобрести 10-красочную богато оснащенную флексографскую машину Label Source, на этот раз китайского производства. И она успешно вписалась в производственный цикл «Флекс-Принт». Но не только флексографией живет типография: еще в 2019 г. была приобретена ЦПМ Durst Tau RSC E, спустя некоторое время еще одна такой же модели. Для обработки коротких цифровых тиражей этикетки есть отделочная линия Grafotronic SCF, а теперь ее дополняет новая лазерная финишная линия Golden Laser. Развитие достаточно мощного цифрового направления связано с наблюдаемым в последние годы снижением тиражности во многих сегментах полиграфии, в том числе и в этикетке-упаковке.

Современный рынок

«В текущих условиях наш рынок испытывает, тем не менее, приток не только новых компаний, но и тех ти-

пографий, которые переориентируются на производство этикетки, хотя раньше этикеткой, упаковкой, маркировкой не занимались, но считают это направление достаточно перспективным. Рынок наш также перенасыщен и оборудованием: в 2024 г. в Россию приехало около 180 флексографских печатных машин разного типа — это очень много... Хотя, должен сказать, присутствует и списание машин — в силу усталости, устаревания и т. п. На мой взгляд, оборудование становится значительно более сложным, и для того, чтобы поддерживать требуемый уровень себестоимости, который требуется клиенту, оно должно обладать значительным числом опций онлайн для того, чтобы себестоимость была приемлемой.

Из России в 2022 г. ушли многие западные производители пищевой — и не только — продукции. Их место занимают отечественные производители, и им тоже нужна этикетка. Но рынок постепенно меняется. Клиенты типографий давят очень сильно, и даже старые клиенты, которые не собираются уходить, теперь все заказы проводят через тендеры, и недавно созданные молодые компании (а такие появляются), которые не обладают ни опытом, ни даже физической возможностью изготовить какие-то изделия, выкладывают свои «очень привлекательные» предложения по цене и сильно играют на понижение. И конечно, нужно обладать достаточной выдержкой, чтобы дать клиенту время

попробовать поработать с этим новым поставщиком. Но, как правило, через пару месяцев 90% клиентов возвращаются. Чудес не бывает, и вряд ли кто-то может что-то внятное сотворить практически по цене материала. Ведь есть и человеческие затраты, амортизация — много дополнительных расходов. Рынок сегодня сильно перегрет.

В условиях присутствия на нашем рынке значительного числа новых, в основном китайских, производителей оборудования, которое существенно дешевле европейского, бытует мнение, что се-



Новое приобретение типографии «Флекс-Принт» — устройство лазерной высечки Golden Laser



На простых заказах скорость работы лазерной высебки доходит до 50 метров в минуту. Но на ряде заказов с очень сложными контурами скорость может падать в десять раз. Но это все равно получается выгодно.

годня купить относительно недорогую, китайскую флексографскую машину, установить ее — и вот ты уже изготовитель этикетки-упаковки...

Но реально производить этикетку начинаешь не тогда, когда установил машину, а тогда, когда начинаешь эти этикетки продавать. Помимо этого, ты должен научиться работать быстро: сегодня рынок требует поставку готовой этикетки максимум на третий день после размещения заказа. Иногда на второй и даже на следующий день. Речь идет, конечно, о малых тиражах — совсем больших тиражей стало совсем немного, их почти нет. Компании, которые их размещают, можно пересчитать по пальцам одной руки. Это не значит, что с рынка ушли крупные игроки, они есть, но сейчас предпочитают делить заказы на части. Раньше заказывали на месяц вперед, теперь в лучшем случае на неделю. Также многие крупные тиражи этикетки ушли в Китай, там их делают существенно дешевле: почти по цене материала. Но у них стоимость материала другая — тот же китайский материал, когда он прибывает в Россию, сильно прибавляет в цене. У отечественных материалов себестоимость выше, НДС выше, чем в Китае, стоимость энергоресурсов выше, амортизация, налоги выше. Стоимость

Люди. Успех. Технологии.



Golden Laser LC 350/500/600/700/800

Поколение 2025 г:

- увеличение скорости до 60-80 м/мин;
- линейка моделей шириной до 800 мм;
- новый дизайн.



NISSA | CENTRE

НИССА ЦЕНТРУМ — официальный дистрибутор Golden Laser в России
+7 (495) 956-77-19 | nissa-centre.ru



Цифровая печать типографии «Флекс-Принт» выполняется на машинах Durst



Производственные линии для аналоговой отделки этикеток

российского материала таким образом неизбежно выше, чем такого же китайского. К сожалению, производить самоклеяку в России сегодня нет большой необходимости. Если нужна оперативность, быстрота согласований, то вариант производства этикетки в Китае не проходит, но если у тебя стандартный продукт и есть возможность ждать тираж пару месяцев или ты организовал нормальную логистику, то заказ размещается в Китае — так существенно дешевле.

И это большая проблема нашего законодательного поля: к примеру, стоимость кредитов у нас в лучшем случае 25%, а там 1,5–2%. Китай дает своим компаниям серьезные компенсации при поставке продукции на экспорт. Так что китайские производители прекрасно себя чувствуют, правительство всячески им помогает. Чего нельзя сказать про наше государство. Например, недавно прекратилось, причем задним числом, льготное кредитования бизнеса, которым мы пользовались. Правительство отказалось компенсировать банкам льготные проценты за кредиты, полученные год назад! Банки попросили нас доплатить...

Но покупать оборудование все же нужно. Рынок меняется и нужно соответствовать. Приобретать оборудование нам, как и другим типографиям, удастся ценой серьезных усилий, пристального анализа рынка, экономии, оптимизации. Наше очередное приобретение — линия лазерной высеки, работающая без высекальных штампов. Скорость достаточно хорошая: при типовых этикетках среднего размера она доходит до 50 м/мин. Безусловно, при сложной высеке, например, при изготовлении стикер-паков, скорость может падать до 3–4 м/мин, но и это получается выгодно. Дело в том, что для аналоговой высеки на флексографской машине требуются штампы, которые нужно заказывать у тех компаний, кто их производит, в нашем случае это JustCut и Kocher+Beck. А они могут стоить 75–100 тыс. руб. Если нужно таким штампом обработать сотню-другую метров продукции, его использование экономически неоправданно. А у нас бывают тиражи и по 50 метров! Мы посчитали и поняли, что лазер — достаточно окупае-



Типография «Флекс-Принт» использует флексографские краски российского производства от компании «Танзор»



Приобретенная в прошлом году автоматизированная флексографская машина компании Label Source оснащена системой автоматической склейки полотна, что позволяет более эффективно печатать средние и длинные тиражи.

мая история. При цифровой печати стикер-паков, например, тиражи которых обычно небольшие, а разнообразие велико, заказывать вырубной штамп абсолютно невыгодно. Также невыгодно заказывать штамп нестандартной формы, который, скорее всего, повторно использован не будет. А он существенно повлияет на себестоимость. Лазер же решает эту проблему достаточно успешно, и для подобных вариантов мы используем его.

Наша лазерная финишная линия приобретена у «Нисса Центр», российского партнера Golden Laser. Мы рассматривали



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
- Расфрловка 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 —
листовки 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



В типографии множество вспомогательного оборудования: перемотчики, бобинорезки, инспекционное оборудование и т.д.



и другие предложения при планировании покупки. На российском рынке по-прежнему работают итальянские компании: Cartes, Prati, есть и другие предложения от китайских производителей.

Лазерные линии Cartes, в зависимости от комплектации существенно дороже — до двух-трех раз по сравнению с Golden Laser. Эта итальянская компания продолжает поставлять в Россию свою продукцию и обслуживать ее. Но так поступают далеко не все западные компании. Именно поэтому мы не хотели попадать в зависимость от европейских поставок, и еще до покупки лазера, в прошлом году приобрели новую 10-красочную флексографскую машину Label Source YTP-F6-370-10C китайского производства. Сейчас она на гарантии. Обслуживают ее оперативно, любая запчасть, расходный материал или есть у нас на складе, или доставляется за два-три дня. Компания «Нисса Центр» все это обеспечивает. У нее есть собственный склад в Москве, а посылки из Китая доставляют самолетом без проблем. Сервис-инженеры квалифицированные и все делают быстро — мы очень довольны именно инженерным обслуживанием.

Поэтому и лазерную высеку мы купили у «Нисса Центр», хотя предложений на рынке





Продукция типографии «Флекс-Принт»: всевозможные самоклеящиеся этикетки, а также популярные в последнее время стикер-паки

довольно много. И еще: нам в подарок к лазеру установили транспортер и листорезку — для листового выклада, что очень полезно для тех же популярных стикер-паков. Правда, пришлось его доработать, но китайцы оперативно провели модернизацию этого узла, он уже едет к нам. То есть они сделали апгрейд своего подарка, и тоже бесплатно! У них очень гибкая переговорная позиция и клиентоориентированность: они всегда слушают клиентов в отличие от европейских компаний. С точки зрения какой-либо модернизации, усовершенствования, китайцы «впереди планеты всей». Думаю, в скором времени от европейского производства узкоролонных флексографских машин мало что останется. Само устройство Golden Laser оказалось очень простым в настройке и использовании. Обучение оператора заняло буквально пару дней, и он сейчас успешно работает на этой машине. Приладка на ней простая, длина материала небольшая, что важно для цифровой этикетки. Когда технология лазерной высадки только начинала внедряться в

производство этикеток, многие эксперты отмечали ряд недостатков и ограничений. Некоторые проблемы, например, обожженные края, черные контуры решаются технологией или дизайном. Есть, безусловно, некоторые ограничения для лазерной высадки, например, нельзя работать с термочувствительными материалами, материалами с суперпрозрачными лицевыми слоями, с полиэтиленом. Но в целом практически все вопросы решаются, как я говорил, дизайном этикетки или согласованием с заказчиком.

Коротких тиражей у нас сейчас стало больше 80%. Есть и сверхкороткие. Есть даже примеры заказов длиной меньше 50 м. Всех приходится печатать на имеющихся ЦПМ Durst. У нас их две. Причем их обновление и обслуживание поставщик выполняет постоянно. Модернизация таким образом непрерывна: если какие-то новые опции, усовершенствование или улучшенный софт можно установить на наши машины, то они обязательно устанавливаются. Из последних апгрейдов — подъем печатающих головок при прохождении места склейки полотна и специальные лапки, которые удерживают загибающиеся края материала, например, на тубном ламинате. Для обработки цифровых и других коротких тиражей этикеток кроме Grafotronic используется и не так давно установленная линия китайской компании Vision, которая выполняет отделку и высечку цифровых этикеток.

Сейчас стали много говорить о гибридных флексографских/цифровых этикеточных машинах. Это интересная, но при этом очень специальная история. На мой взгляд, они успешно применимы там, где печатаются в основном тиражи средней длины, только в этом случае гибридная технология оправдана экономически. При том, что у нас большая часть — почти 80% заказов, на малые и очень малые тиражи. И мы посчитали, что гораздо эффективнее, технологичнее, выгоднее использовать отдельные виды оборудования — и цифровое, и отделочное. Поэтому и лазерная высечка нам хорошо подошла». ■

«Альянс»: хорошее сочетание флексографии и цифры



Антон Куликов,
заместитель директора,
типография «Альянс»
[Санкт-Петербург]

из Санкт-Петербурга, где компания «Смарт-Т» установила цифровую печатную машину AroJet iHEM-K-220. Мы побывали в ней и пообщались с заместителем генерального директора Антоном Куликовым.

Вход в бизнес

«Наша типография появилась на рынке в 2003 г. Начинали мы с печати этикеток на флексографской планетарной машины FlexoRama бразильского производства. В принципе, в этой сфере мы были задействованы и раньше — в рамках другой компании, где офсетным способом печаталась сухая этикетка. Но в начале нулевых годов целый ряд произво-



Узкорулонная флексография в производстве этикеток для целого ряда типографий долгое время была стабильно развивающимся бизнесом. В последние годы этот сегмент полиграфии стал испытывать определенные негативные факторы, связанные, в частности, с изменением тиражной политики большинства заказчиков. Это вынуждает флексотипографию искать альтернативные пути развития, которые зачастую приводят к инвестициям в цифровую печать. Одним из примеров такого варианта развития стала типография «Альянс»



Парк флексографского оборудования типографии «Альянс» состоит из двух узкорулонных флексографских машин, одна из которых оснащена секцией холодного тиснения фольгой



Новое приобретение «Альянс» — цифровая струйная печатная машина AroJet INEM-K-220. Слева: блок головок печатной машины и узлы подготовки полотна к печати (модуль выравнивания полотна, модуль обработки коронным разрядом и модуль двусторонней очистки полотна от пыли)



дителей продуктов питания и напитков стал переходить на самоклеящуюся этикетку. Они устанавливали новые линии фасовки и розлива с этикетировщиками, рассчитанными на рулонную самоклеящуюся этикетку. Использовать обычную сухую этикетку на таких линиях невозможно. В результате нам пришлось срочно переориентироваться на рулонную печать. Так и появилась типография «Альянс».

Наша первая флексомашинa была пятикрасочной, она позволяла выпускать определенный вид этикеток, с которыми уже можно было входить в бизнес по печати подобной продукции. Впрочем, довольно быстро стало понятно, что пяти красок для флексографии маловато, и после бразильской в 2007 г. мы приобрели машину американской компании Mark Andy. В те годы машины этого производителя были очень популярны в нашей стране, их было установлено довольно много. Машина надежная, достаточно простая в работе и обслуживании, она и сейчас у нас работает.

Дальнейший этап развития нашей типографии был связан с расширением возможностей в области флексографии. К началу 2022 г. у нас был проработан контракт на поставку новой флексографической машины, но в силу известных причин привезти эту машину стало невозможно — она попала под



Слева устройство для перемотки и продольной резки полотна. Для высечки на флексографских машинах «Альянс» использует гибкие штампы отечественного производства

санкции. Поставщик предложил нам заменить эту машину на другую, произведенную в стране, не присоединившейся к санкциям. Так в нашей типографии появилась 6-красочная флексографская машина Kromia бразильского производства, оснащенная секциями холодного тиснения фольгой, ламинации и др. Обе наши машины используют УФ-сушильные устройства для закрепления краски.

Тренды на рынке

Новая машина позволила существенно увеличить производственные возможности, но при этом мы стали замечать и новые тенденции, происходящие на этикеточном рынке. В последние два-три года заказчики стали активно сокращать тиражи. Точнее, не сокращать, а дробить один большой заказ на несколько мелких. Если раньше они заказывали этикетку впрок, на месяц-два работы, то теперь стали заказывать на неделю. И через неделю могли прийти опять и заказать опять на неделю. Впрок мало кто сейчас готов заказывать.

Использовать флексографию для таких работ довольно сложно. Приладка достаточно длительная и требует приличного количества дорогого самоклеящегося материала. Печатать короткие тиражи стало невыгодно. По крайней мере, так ситуация развивается в Санкт-Петербурге, может быть, и в других регионах так же. В результате мы стали задумываться о цифровой печати, начали присматриваться к разным моделям цифровых машин. В настоящее время предложений в области цифровой этикеточной печати довольно много. Есть машины с сухим тонером, есть струйные машины. В принципе, все решения работоспособ-

ны. У нас в городе работают несколько цифровых этикеточных машин, некоторые из них мы посмотрели. От тонерных решили отказаться, выбрали струйные. Поступили следующим образом: подготовили собственный тестовый файл, собранный из наших типовых этикеток, которые мы часто печатаем, и передали нескольким компаниям, продающим цифровое печатное оборудование. Выбирали в основном в относительно бюджетном сегменте ЦПМ. Оценивали качество полученных образцов. Помимо этого, для нас очень важной была еще одна характеристика оттисков — устойчивость к «естественным агрессивным средам». Среди наших клиентов много производителей молочной и масложировой продукции, напитков, консервированных товаров. Нужно было изготавливать для них этикетку, которая не пострадает при контакте с маслами и жирами, солевыми растворами, пищевыми кислотами и т. д.

Наилучшие результаты в нашем «тесте» показала машина AroJet, которую поставляет компания «Смарт-Т». Качество печати очень высокое, текст мелкого кегля отлично печатается, что для нас важно — печатаем много этикеток с очень мелким текстом, а заказчику важно, чтобы он хорошо читался. При этом оказалось, что УФ-чернила, предлагаемые для этих печатных машин, закрепляются на самоклеящихся материалах очень прочно, и в агрессивных средах не повреждаются.

Новая ЦПМ

В итоге в нашей типографии появилась машина AroJet iNEM-K-220 в пятикрасочном исполнении (белила + CMYK). Поставлена она была достаточно быстро, монтаж и запуск в работу

прошел буквально за три дня. Это одна из первых машин AroJet в России, поэтому на запуск приезжали инженеры из Китая, которые справились с запуском очень быстро. Впрочем, у «Смарт-Т» есть свои инженеры, обученные на заводе-изготовителе, они всегда на связи и помогают решать возникающие вопросы. Замечу, что почти все сложности, с которыми мы сталкивались, решались дистанционно.

Новая цифровая машина в работе уже три месяца, и мы перевели на нее все тиражи длиной меньше 5 тыс. этикеток. По нашим оценкам, это пограничный тираж, который выгодно печатать



Это устройство ранее использовалось для печати переменной информации (коды «Честного Знака»). Сейчас печать переменной информации осуществляется на цифровой машине



В дополнение к цифровой печатной машине было приобретено цифровое оборудование для механической высечки и удаления обоя Darui D-S7 с тремя флюгерными ножами

цифровым способом. Тиражи большого объема в нашем случае экономичнее печатать флексографией. На текущем этапе тиражи ограничиваются стоимостью расходных материалов для цифровой печати — пока еще это достаточно дорогое удовольствие. Мы печатаем оригинальными чернилами от компании AroJet, и использовать чернила сторонних производителей не планируем: в этом случае есть риск повредить печатные головки, а это очень дорогая деталь. Рисковать невыгодно.

Для отделки и маркировки

В комплекте с цифровой машиной мы приобрели цифровое устройство для надсечки этикеток. Компания «Смарт-Т» предложила нам станок компании Darui. Надсечка этикеток выполняется тремя подвижными механическими ножами. Скорость работы такой машины сильно зависит от сложности и длины контуров, которые нужно обработать, но пока получается так, что станок Darui D-S7, оснащенный тремя ножами, справляется с объемами, которые мы печатаем на нашей цифровой машине.

Еще одна задача, которую мы теперь можем выполнять на AroJet iHEM-K-220 — печать кодов «Честного знака». У нас довольно много молочной продукции, и эти коды — обязательный атрибут. На коротких тиражах печатаем коды вместе с основным изображением. Если же нужны коды на многотиражной продукции, то сначала печатаем этикетки флексографическим способом, затем запечатанный

СМАРТ-Т

smart-t.ru



СТАНКИ ДЛЯ ВЫСОКОТОЧНОЙ ВЫСЕЧКИ ЭТИКЕТОК

+7 495 663-9111

ПРИГЛАШАЕМ В НАШ ШОУРУМ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ



Технология высечки	Механическая	Механическая	Механическая	Лазерная	Лазерная
Максимальная скорость высечки	до 10 м/мин	до 15 м/мин	до 15 м/мин	до 20 м/мин	до 70 м/мин
Количество ножей в комплекте	3	8	8		
Ножи для роспуска на ручьи	+	+	+	+	+
Количество ножей для роспуска на ручьи в комплекте	5	7	7	7	8
Резка на листы			+	+	+
Холодное ламинирование/удаление обоя	+	+	+	+	+
Вал намотки готовой этикетки	нижний	нижний и верхний	нижний	нижний	нижний
Опции		вал намотки подложки для пленок холодного ламинирования		вал намотки подложки (уже установлен)	

МОСКВА +7(495) 663-9111

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ +7 (812) 331-3993

ИВАНОВО +7 (910) 995-61-47

КРАСНОДАР +7 (861) 234-3189

ВЛАДИКАВКАЗ +7 (928) 065-2415

НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ +7 (8552) 78-1055

КАЗАНЬ +7 (927) 045-7387

УФА +7 (927) 043-08-07

ВОРОНЕЖ +7 (473) 221-00-30

ЕКАТЕРИНБУРГ +7 (343) 288-5901

НОВОСИБИРСК +7 (383) 36-36-201

КРАСНОЯРСК +7 (391) 218-00-86

МИНСК +375 (740) 740-9242

АЛМАТЫ +7 (727) 339-3369

АСТАНА +7 (7172) 65-20-01

ТАШКЕНТ +998 (90) 966-42-04

БИШКЕК +996 (703) 46-30-84

РЕКЛАМА





Образцы этикеток, которые типография печатает при помощи цифровой машины. Послепечатная обработка (высечка), удаление обложки и продольная резка осуществляется на механическом устройстве для высечки от компании Darui

рулон заряжаем в цифровую машину и в печатаем коды «Честного знака». Затем рулон с этикетками и нанесенными кодами возвращаем на флексографскую машину, которую используем для ротационной высечки с гибкими штампами, и таким образом осуществляем высечку и удаление обложки. Гибкие штампы заказываем преимущественно в компании JustCut. Мы считаем, что у них качество изготовления лучше, чем у других производителей, и штампы их дольше живут. Можно, конечно, выполнять высечку на оборудовании для цифровой надсечки, но в подавляющем большинстве случаев продукция с кодами «Честного знака» достаточно многотиражная, и быстрее с ней справится аналоговая ротационная высечка с магнитным цилиндром и гибким штампом.

В качестве еще одного преимущества машины AroJet iHEM-K-220 могу отметить возможность достаточно легкой корректировки цвета. Нам удалось получить и на флексографской машине, и на цифровой отиски, очень близкие по цветопередаче. Точнее, можем на ЦПМ «попадать» во флексографию, что очень полезно, например, при допечатке тиражей. Программный продукт, поставляемый вместе с ЦПМ, имеет развитые возможности по цветокорректровке, что позволяет даже не изменять исходный файл, в случае если коррекция нужна в относительно небольших пределах. А широкий цветовой охват машины позволяет воспроизводить большинство цветов Pantone».

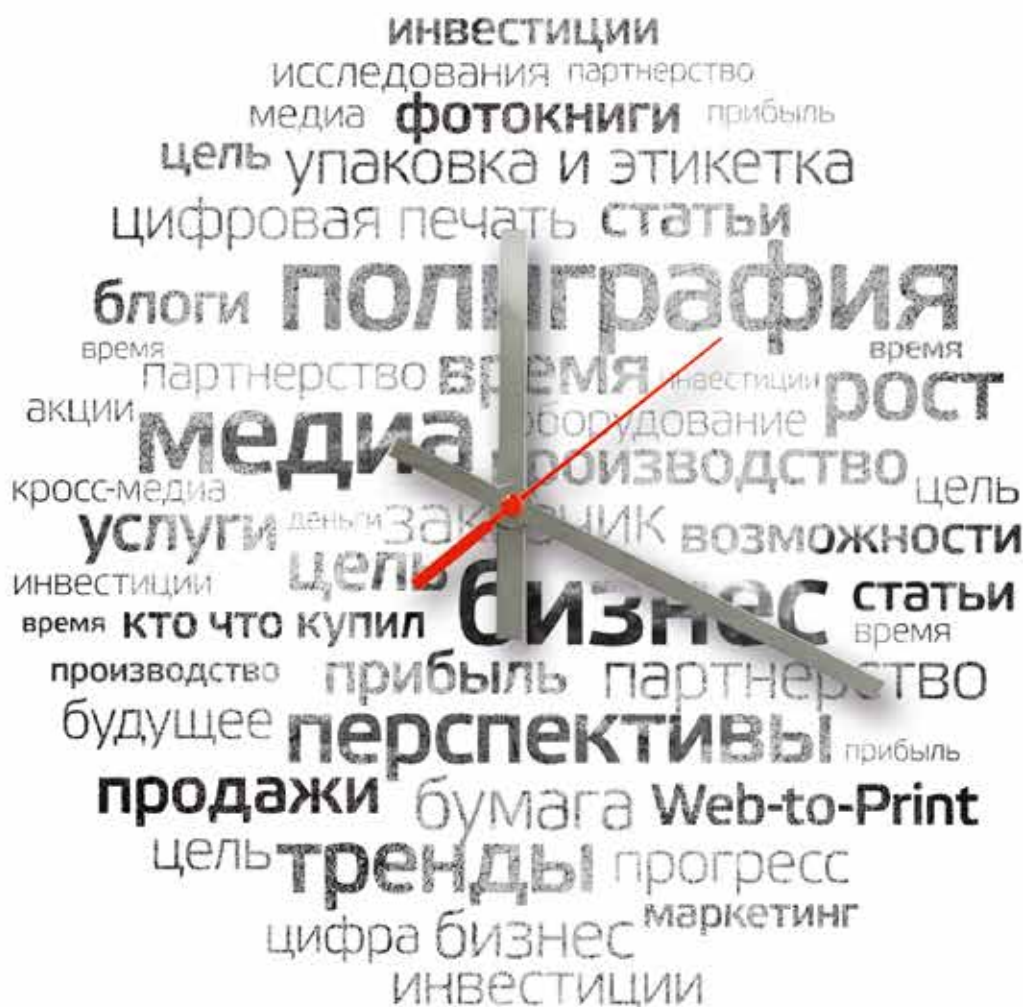
Появление цифровой машины в типографии «Альянс» позволило не только эффективнее управлять себестоимостью производства, но и дало дополнительные возможности в плане печати переменных данных, легкой и быстрой допечатки тиражей и т. д. Судя по тому, как развивается этикеточный рынок, цифровые машины могут понадобиться многим традиционным флексографским типографиям. Это может существенно повысить их конкурентоспособность. ■



Одна и та же этикетка, отпечатанная флексографией (слева) и цифровой печатью. В типографии обеспечили практически полную идентичность результата



Сотрудники типографии «Альянс»: главный технолог Василий Мозжухин и заместитель директора Антон Куликов



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

PrintDaily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

- Что происходит на рынке, и что это значит для вашего бизнеса?
- Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
- Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
- Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
- Как меняются предпочтения заказчиков печатной продукции?
- Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»

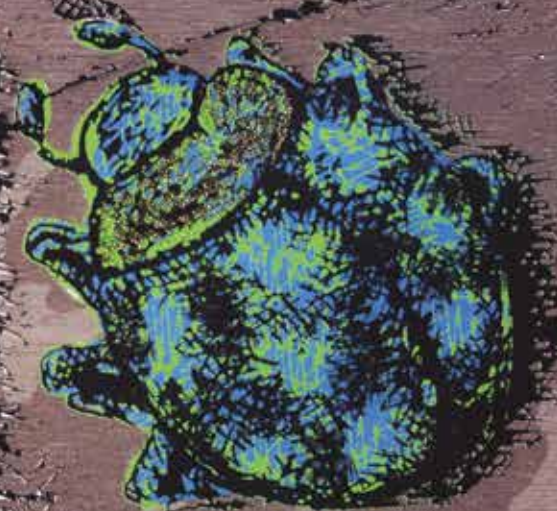


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М У К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью

 илим
Стандарт

СТАНДАРТ
КАЧЕСТВА
ОТ ЛИДЕРА¹

Универсальное решение для ежедневной печати в офисе и дома

- для любого принтера
- 100% белёная целлюлоза
- без замятий и пыли

A3 | A4 | 80 | 104

297x420

210x297

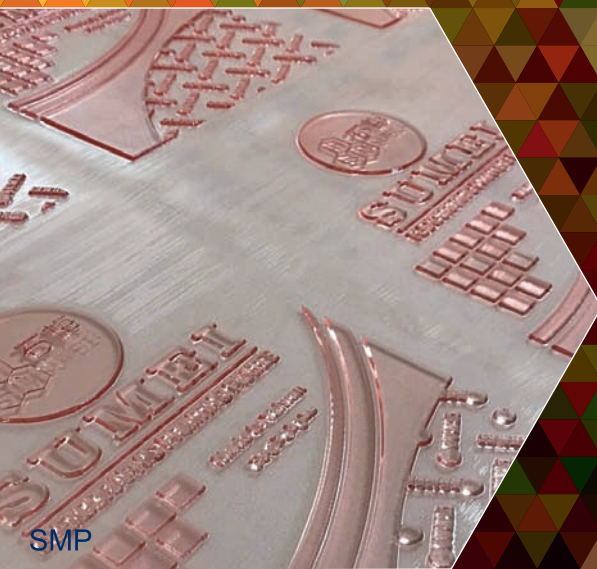
г/м²

МКМ



 officepaper.ilimgroup.ru

¹ АО «Группа «Илим» - лидер по выпуску целлюлозы, бумаги и картона в России по итогам 2022 года на основе оперативных данных Росстата за 12 месяцев 2022 года об общем количестве целлюлозы, бумаги и картона, изготовленном на предприятиях России



Флексографские фотополимерные формные пластины



Самоклеющиеся
этикетки



Гибкая упаковка

Компания
B2Print
представляет
серию
цифровых
фотополимерных
флексографских
формных пластин
всех размеров
от 1,14 до 6,35 мм
для использования в этикетке,
гибкой упаковке и гофротаре.
Пластины произведены на Тайване



Гофротара

B 2 PRINT
BUSINESS TO PRINT



+7 495 150 00 40
info@b2print.ru www.b2print.ru