



## 安碧印刷: 美好的守候

### Anpak's Special but Steadily Growing Business

香港利东街, 又称喜帖印刷街, 过去曾是很多香港人采购婚嫁喜帖请柬等印刷品的首选之地。整齐划一的唐楼有天台相通, 印刷厂鳞次栉比, 外部是店铺, 多为印刷品陈列室和客户接待处, 内部则是机器声轰鸣的印刷和烫金车间。这种“前店后厂”的经营模式早在40多年前就被聪慧的香港人开发出来, 让印刷成为一个最接近民生的工业行当。在这条街上, 也在香港数十年的印刷业发展史上, 安碧印刷有限公司(以下简称“安碧印刷”)是需要浓墨重彩来书写的一家。

安碧印刷有限公司董事总经理叶淦祥

## 对机器的天然崇拜

在上世纪70年代初的香港,伴随淘金浪潮,六个年轻人决定一起筹钱在生意红火的利东街开一家印刷厂,他们首先面临的一个问题是,这几万块钱是买商铺还是买设备。40年后再看这个问题,可升值数千万之巨的店铺当是无出意外的最佳选择。但出于对印刷的一片热爱以及发展印刷事业的雄心,安碧印刷果断地选择了购置印刷机。正如其董事总经理叶淦祥先生所说,“买设备做印刷才有希望”。就这样,从发票、茶楼单簿、公司文件等小件的商业印刷做起,安碧

印刷开始了沉稳的对于印刷专一而美好的守候。

如今,安碧印刷仍然保留着他们的第一台海德堡活版印刷机和第一台海德堡GTO单色印刷机,但并未闲置展览,而是做一些简单的打号或模切工艺,就好比耄耋之人,依然用劳作来证明自己的实力和尊严。在安碧印刷,这被看作是对机器最好的尊重。

事实上,安碧印刷一直是海德堡的铁杆粉丝,从80年代开始,企业先后引进30

多台海德堡设备,光印刷色组就有近100个。安碧印刷与海德堡的缘分,植根于他们对海德堡质量的认可以及与海德堡团队结下的深厚友谊。几十年的合作过程中,海德堡不但提供设备,还从技术服务、融资等各方面为安碧印刷提供支持,即使在2009年金融危机时期,安碧印刷为了拓展生产工艺、迎合客户需求,购买了香港地区首台骑订王ST350,海德堡也为其创造了适当宽松的融资环境。正是这种互帮互衬的默契,让印刷越发美好。



## 先驱的骄傲

80年代,安碧印刷选择了不同于利东街上其他印刷厂的发展路径,产品定位从商业印刷转向特种印刷。那时,中国大陆刚刚开始走上市场经济发展的轨道,南部沿海地区成为改革开放的最前沿,这让生于大陆并在大陆接受教育的叶淦祥看到了一片曙光。借助良好的内地关系网,他激活了挂历市场的试水之举。

在由深圳市印协主办的第一届展览会上,安碧印刷带去了香港同行的挂历,在华强路的简易竹棚里,当他们将一件件精美月历挂起来的时候,人潮沸腾了。不用问,那次销售异常火爆。后来,叶淦祥听说,当时很多人都把月历一直挂在家中墙上,不舍得拿下来。

对于刚刚开放的中国,挂历还是新鲜事物,美不胜收的风景和明星图片以及实用的家居装饰功能,让人爱不释手。然而,与强烈的市场需求相应,是寥寥几家印刷企业的共存,这也意味着,企业利润相当可观。基于对市场的准确“切脉”,安

碧印刷决心做挂历专家。”到今天,如果说安碧印刷在中国做挂历是第二,没有人敢说自己是第一”,叶淦祥不无自豪地说。这种作为先驱的骄傲源于他们独一无二的发展路径和无比专注的力量。

此后不久,安碧印刷开始和日本客户合作,为这个“对质量要求最苛刻”的市场提供服务。如今,日本业务在安碧印刷的营业额中已经占到了四分之一,但回想过往,叶淦祥仍感慨万千。“有一次,我们和日本迪斯尼合作,他们的设计十分古灵精怪,又需要不少手工,制作难度极

高。”客户对每一本都仔细检查之后,发现了印刷厂的失误,叶淦祥和出版社老板一同给客户鞠躬道歉,尽管苦口婆心,可客户依然坚持要退货。

正是在这样的高压下,安碧印刷坚持优化和完善生产流程,并对每一个环节都严格把控。在他们看来,没有无法满足的客户需求。“为什么客户钟意我们的服务?绝对不是比价格,几十年的专业和经验是拿不走的。”叶淦祥坚定地说:“我们不会满意,直到客户满意为止!”安碧印刷数十年如一日地坚持这个信念。





## “牢靠”的依赖

2013年年底,安碧印刷如同往常一样紧张而有序地忙碌着,但他们却不是忙于生产2014年的日历。定睛一看,正在赶制的竟是2015年的日历。

年历是非常特殊的商品,明年的年历明年才做,显然已经无法推向市场。年历分为挂历、台历、日历、月历,品种繁多,对纸张、工艺、印量和交货期的要求又不尽相同。比如,安碧印刷正在为欧美客户制作的2015年台历就有好几十种,叶淦祥和他的团队在9月下旬为客户报价,11月确认打样,12月开始印刷并安排分批配送,穿插其中的还有本土和日韩等国的急单,他们要一直忙到2014年4月这批日历全部交货,才能稍稍松口气。

“最快的时候,我们6秒出一本,这样才赶得上交货时间。”无论是几百本还是几十万本的订单,质量好、效率高、交货及

时、价钱公道,这就是安碧印刷让世界各地的客户信赖有加的原因。为此,很多海外客户慕名而来,甚至有东欧的客户放弃当地供应商,直接找安碧印刷下单。

“印刷不难做,最重要的是牢靠”,叶淦祥强调着。几十年来,安碧印刷接触过的客户成千上万,但他们始终坚持选择和有实力、有信誉的客户合作。另一方面,客户知道,安碧印刷不是最便宜的,但不管遇到什么问题——原料采购、质量把关、欧洲标准……安碧印刷都能圆满解决,这就令客户对他们产生了一种“牢靠”的依赖。

近年来,源于对中国人力成本上升的顾虑,制衣、玩具等行业的制造基地开始向东南亚国家转移。作为香港印刷业发展的亲历者,叶淦祥相信港企仍然保有相当显著的竞争优势。他认为,除却先进的

设备和技术,发达的资讯、成熟规范的商业系统、一丝不苟的态度和工作作风,都是港企的强项。而立足香港、坐拥全球市场的安碧印刷,既有专业的设备和人才,又有经年累月的沉淀和积累,在严酷的竞争中自然可以稳步向前。

提到历年来创意十足、工艺超前的海德堡台历,一定会勾起您的许多美好回忆吧?让我们有请“幕后英雄”——安碧印刷隆重登场。现在,您是否对台历整体的精致美观、承印物的多样性和生产工艺的复杂性立刻有了重新认识呢?听到外界对台历的一片赞誉,叶淦祥感慨“做印刷不像做衣服,错了可以重来,做台历一分一毫都不能错,每个环节都有风险”。他想起去年制作海德堡台历时,他们一张张地审核冷烫印张,就是为了确保每一个台历都是优等品。

## 畅想未来

有专家称未来的印刷业态将是哑铃型,超大规模的综合性印刷厂和灵活周全的小微印刷企业将成为市场主体。而崇尚专而精的安碧印刷一直在规划着未来小微企业的经典模式。

首先,安碧印刷并不满足于已有的技术水平,他们要引领市场一路提升。据叶淦祥介绍,他们在海德堡速霸CD 102-5+L印刷机上启用四色印刷、连线模切加联线上光的工艺,高效而精准,这项应用在欧洲已颇为成熟,在中国却方兴未艾。近一年来的实践让安碧印刷收获了成功,“客户对效果十分满意,甚至经常加单”。

在2009年引进海德堡骑订王ST 350之前,安碧印刷已有若干台手动设备。“但我们要在很短的时间内做几十万个月

历,要高效率,就一定要用自动化设备,而且三面刀切得又快又漂亮,速度和品质都有保证。”由此引申,叶淦祥认为,印后因其工艺及变化繁多,将成为印刷业未来发展中最具潜力的部分。

与此同时,安碧印刷也在考虑多元化发展,他们的制胜法宝依然是与客户建立的牢靠关系。除了日历和月历之外,安碧印刷还为各国迪士尼乐园、环球片场等世界性主题公园提供纸制品和礼品,为中国内地以及香港地区的麦当劳、大快活、大家乐等大型企业印制餐纸、优惠券和其他企业宣传品,此外,书和包装盒也被逐步纳入安碧印刷的业务范畴。正如叶淦祥所说,安碧印刷并未考虑扩张,但只要客户有想法和需求,他们都会竭力满足。为客

户做足,这便是小微企业的成功基石。

叶淦祥还有一个计划,让安碧印刷开展电子商务。马云和王健林曾为2020年电商在中国零售市场份额占比50%而对赌一个亿,尽管孰胜孰负还不得而知,但在这个电子商务兴盛的年代,推广网购模式定将为企业开拓市场、增强盈利能力。

如今,印刷市场充满竞争,要想生存下来,很多因素都要考虑:首要是订单,然后是价格、原料采购、加工成本、品质控制、交货期要求、团队合作,最重要的是收到货款,任一环节出问题都可能要了企业的命。所以,安碧印刷总是告诫自己要有自知之明,做生意讲求真诚互信,这是他们美好的守候。