Технология изображений

04 2026 (124)

C60 M10 Y0 K0
HEX #64B9EB
RGB 100 185 235
CORNFLOWER BLUE

winter

Встречай зиму
с www.tech.kz

Atexco®

tech.kz



В цифровое струйное будущее вместе с нами!

ЗИМА 2026

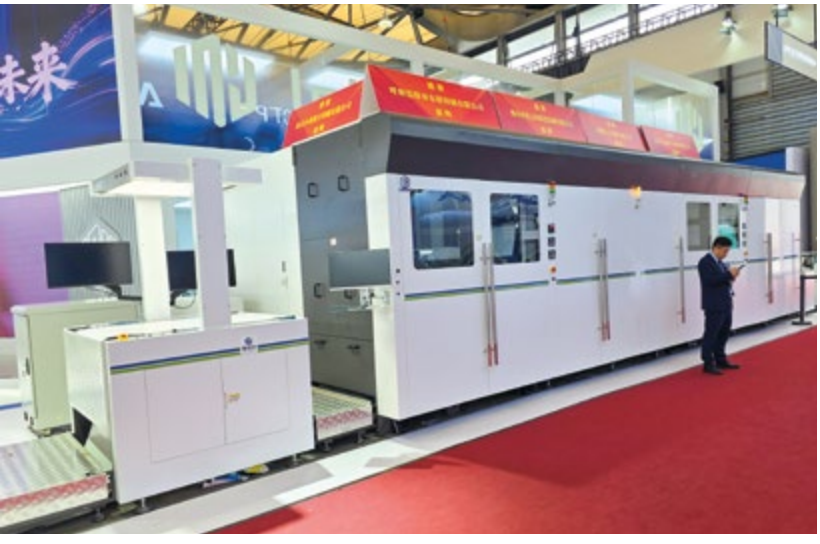
4 **БИЗНЕС**
ТЕКСТИЛЬ КАК ТОЧКА РОСТА

8 **БИЗНЕС**
СОВЕРШЕННЫЙ ПРОДУКТ

14 **ИСТОРИЯ УСПЕХА**
ВРЕМЯ ПОБЕЖДАТЬ

20 **СОБЫТИЯ**
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ





36 **ИСТОРИЯ УСПЕХА**
РАБОТА КАК ИСКУССТВО

42 **ОСОБОЕ МНЕНИЕ**
МАГИЯ В ДЕТАЛЯХ

46 **ИСТОРИЯ УСПЕХА**
ЭНЕРГИЯ БУДУЩЕГО

ПИСЬМО РЕДАКТОРА



Ура, товарищи! Несмотря ни на что, мы снова победили. Еще один год, когда «рынок падает, полиграфия умирает, заказов нет», заканчивается – а мы по-прежнему осваиваем новые ниши, покупаем современное оборудование, улучшаем уже имеющееся и наращиваем мощности. Спрашивается, почему? Да потому, что в эпоху безликой «цифры» именно полиграфия остается незыблемым бастионом тактильности. Шелест страниц, фактура бумаги, глубина черного цвета или деликатный блеск фольги – это то, чего нельзя прочувствовать через экран смартфона или монитор компьютера. Именно поэтому аналитики всего мира публикуют отчеты, в каждом из которых говорится, что реклама в напечатанных каталогах по-прежнему лучше воспринимается, учебный материал в бумажном руководстве легче усваивается, а яркие туристические проспекты сразу вызывают желание выкупить путевку прямо сейчас. А это означает только одно: полиграфия вовсе не умирает, просто надо изменить подход к работе – и тогда все наладится. Тем более что возможностей сегодня миллион до неба: на последней All in Print China можно было увидеть множество решений на любой бюджет, и при этом все они полностью отвечают требованиям рынка. А сегодня это скорость и гибкость. Ну и чем не отличный задел на следующий год?!

ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМА, ФОТО, УПАКОВКА...
Технология изображений

Издается с февраля 1999 г.
Выходит 4 раза в год

Директор: Евгений Люц
Главный редактор: Татьяна Меркурьева
Креативный редактор: Андрей Ганин
Дизайн и верстка: Светлана Аликеева
Дизайнер-художник: Марина Степанова
Корректор: Галина Рябова
Переводчик: Маргарита Люц

Распространение:
«Технология изображений»

Адрес редакции:
Республика Казахстан, 050026
Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2
Тел.: +7 (727) 250 77 28, 258 48 03
E-mail: id-ti@tech.kz

Подписано в печать 25.11.2026 г.
Тираж 2500 экз.

© Собственник:
ТОО «Technology of Imaging»

Все права защищены.
Перепечатка возможна только
с письменного разрешения редакции.
За содержание рекламы ответственность
несет рекламодатель. В журнале
использованы публикации всемирной
сети Интернет и рекламные статьи
поставщиков/производителей
оборудования и расходных материалов.
Мнение редакции не всегда совпадает
с мнением авторов.

Журнал зарегистрирован
в Министерстве культуры,
информации и общественного
согласия Республики Казахстан.
Свидетельство № 3835ж от 06.05.2003 г.

Журнал отпечатан и облагорожен
цифровым способом в типографии
Technology of Imaging
E-mail: zakaz@tech.kz

Поставщик бумаги Top Zero 90–200 г/м²
Technology of Imaging

ВСЕ О ПОЛИГРАФИИ



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ
ПРЯМО СЕЙЧАС

ТЕКСТИЛЬ КАК ТОЧКА РОСТА

Сублимационная печать позволяет работать сразу с несколькими перспективными рынками – от производства спортивной экипировки и рекламного текстиля до изготовления корпоративной продукции и интерьерных решений.

Спортивному клубу нужна новая форма к началу сезона. Рекламное агентство готовит оформление торгового центра. Локальный бренд одежды запускает коллекцию с авторскими принтами, а дизайнер интерьеров ищет производителя текстиля для индивидуального проекта. На первый взгляд, совершенно разные задачи. Однако решить каждую из них можно с помощью одной технологии – сублимационной печати. Сегодня это одно из перспективных направлений цифрового текстильного производства, интерес к которому поддерживается растущим спросом на персонализированную продукцию, небольшие тиражи и индивидуальный дизайн.

По данным международной исследовательской компании Smithers, мировой рынок сублимационной печати в 2025 году оценивался в 11,8 млрд долларов. Согласно прогнозу аналитиков, к 2029 году его объем достигнет 15,2 млрд долларов. При этом почти 72% объема выпускаемой продукции приходится на одежду. Значительную долю занимают также домашний текстиль, рекламные конструкции и технические ткани.

Одно из наиболее привлекательных направлений сублимации – производство спортивной формы и экипировки. Футбольные, волейбольные и баскетбольные команды, спортивные школы, фитнес-клубы и организаторы соревнований нуждаются в одежде с индивидуальным оформлением. Причем речь идет не только о разовых заказах.





В демозале MataPrint Techno можно не только оценить качество оборудования, но и попробовать напечатать образцы на своих материалах

Обновление формы, появление новых участников команд, проведение турниров и спортивных мероприятий формируют предпосылки для регулярного сотрудничества.

Сублимационная печать позволяет создавать полноцветные изображения практически без ограничений по сложности дизайна. Логотипы, фамилии, номера, градиенты, сложные графические элементы – все это можно собрать в единое оформление изделия.

Не менее интересен рынок рекламного текстиля. Тканевые световые короба, флаги, выставочные стенды, мобильные конструкции и оформление торговых пространств давно стали привычной частью рекламной индустрии. Такие изделия востребованы у рекламно-производственных компаний, организаторов выставок, торговых сетей и корпоративных заказчиков. Текстиль удобен в транспортировке, а обновление рекламного оформления зачастую сводится к замене отпечатанного полотна.

Отдельного внимания заслуживает интерьерное направление. Декоративные подушки, шторы, скатерти, дизайнерские ткани и текстильное оформление коммерческих помещений позволяют работать с мебельными производствами, гостиницами, ресторанами и дизайнерами интерьеров. Здесь особую ценность имеет возможность изготавливать небольшие партии с уникальным рисунком, не ограничивая заказчика стандартными коллекциями.

Наконец, предпринимателю необязательно создавать собственный бренд одежды или открывать швейный цех. Контрактная печать для сторонних производителей может стать самостоятельной бизнес-моделью. Многие ателье и небольшие швейные предприятия заинтересованы в услугах печати на ткани, но не готовы приобретать собственное оборудование. Для них специализированный производственный участок становится удобным партнером.

Главное преимущество цифровой сублимации – гибкость. Технология позволяет оперативно переходить между заказами, выпускать небольшие тиражи и работать с индивидуальными макетами без изготовления печатных форм. Это особенно важно на рынке, где все большую роль играют персонализация и производство под конкретного заказчика.

Сам процесс достаточно прост. Изображение печатается специальными чернилами на сублимационной бумаге, после чего под воздействием высокой температуры переносится на ткань. Краситель проникает в структуру полиэфирных волокон, не образуя дополнительного слоя



на поверхности. В результате материал сохраняет мягкость, эластичность и воздухопроницаемость, а правильно выполненный отпечаток обладает высокой устойчивостью к стирке и износу.

Наиболее эффективно технология работает со светлыми полиэфирными тканями, а также с совместимыми смесовыми материалами. Для готовых изделий и твердых заготовок используются специальные покрытия, предназначенные для сублимации.

При грамотной организации производства технология позволяет поддерживать конкурентную себестоимость продукции и получать прибыль даже на сравнительно небольших тиражах. Срок возврата инвестиций зависит от загрузки оборудования, стоимости материалов и выбранной ниши. Поэтому при запуске особенно важно заранее определить целевую аудиторию и сформировать несколько каналов привлечения заказов.

Для организации полноценного рулонного сублимационного производства необходим комплекс, состоящий из печатного оборудования и каландрового термопресса. Первый отвечает за нанесение изображения на трансферную бумагу, второй – за равномерный перенос красителя на текстиль при заданной температуре и скорости.

MataPrint Techno предлагает решения для предприятий различного масштаба. В арсенале нашей компании представлены сублимационные принтеры ARK-JET, Mimaki и GongZheng, а также каландровые термопрессы HOTA и TitanJet.

Для начинающих и развивающихся производств особый интерес представляют модели ARK-JET SUB 1601 и SUB 1602 с рабочей шириной 1,6 м. Двухголовая версия SUB 1602, оснащенная печатающими головками Epson i3200, сочетает производительность с качеством полноцветной печати и подходит для изготовления спортивной формы, рекламного и интерьерного текстиля.

Среди других решений – Mimaki (TS100-1600, TS55-1800) и принтеры GongZheng (C3204SG PLUS, Apsaras). Для предприятий с высокими объемами выпуска предусмотрены более производительные широкоформатные модели, включая ARK-JET SUB 1903 и SUB 1904.

Важнейший этап производства – термоперенос. Каландровые термопрессы обеспечивают непрерывную работу с рулонными материалами и позволяют переносить изображения на готовый крой. Например, HOTA 220-1700 Plus оснащен маслонаполненным нагревательным барабаном, который обеспечивает равномерное распределение температуры и стабильность термопереноса по всей рабочей ширине.

Особое значение имеет правильное сочетание производительности принтера и термопресса. Согласованная работа оборудования помогает избежать задержек между этапами производства и эффективно использовать рабочее время.

Приобрести технику – лишь часть задачи. Для успешного запуска необходимы подходящие чернила, сублимационная и защитная бумага, настройка печати, подбор режимов термопереноса и обучение персонала. Все это MataPrint Techno обеспечивает в рамках комплексного подхода к оснащению производства, включая пусконаладочные работы, гарантийное и сервисное сопровождение.

Тем, кто рассматривает сублимационную печать как новое направление бизнеса, специалисты MataPrint Techno предлагают начать со знакомства с технологией на практике.

В демонстрационном зале компании представлен действующий комплекс из ARK-JET SUB 1602 и каландрового термопресса HOTA 220-1700 Plus. Здесь можно оценить процесс печати и термопереноса, провести испытания на собственных материалах, обсудить производственные задачи и подобрать оптимальную конфигурацию оборудования.

Сублимационная печать дает предпринимателю возможность выйти на рынок с востребованной продукцией, работать с корпоративными заказчиками и постепенно развивать собственное производство. При этом начинать стоит не с выбора принтера, а с понимания потребностей будущих клиентов.

MataPrint Techno поможет превратить эту идею в прибыльный производственный процесс. Компания поставляет оборудование и расходные материалы, обеспечивает техническую поддержку предприятий в Казахстане и Кыргызстане, где работает ее подразделение MataPrint Techno Asia.



ARK-JET SUB 1602



GongZheng Apsaras



HOTA 220-1700 Plus

MATA Print Techno

г. Алматы, мкр-н «Астана», д. 6.
Тел. +7 727 339 33 69 / Моб. +7 707 820 98 55
e-mail: info@mataprint.kz, www.mataprint.kz

г. Астана, проспект Женис, д. 75/2.
Тел. +7 7172 65 20 01 / Моб. +7 777 009 18 01
e-mail: filial@mataprint.kz, www.mataprint.kz

г. Бишкек, ул. Карасаева, д. 3.
Тел. +996 312 530 092 / Моб. +996 501 611 811
e-mail: info@mataprint.kg, www.mataprint.kg

tech.kz

Atexco

КНИЖНО-ЖУРНАЛЬНАЯ ПЕЧАТЬ

VegaPress Mini/VegaPress 6602M-HD



РУЛОННАЯ ЧЕРНО-БЕЛАЯ ПЕЧАТЬ • 1000-3000 А4/мин • 40-200 г/м²

PageMaster 330



ЛИСТОВАЯ ЦВЕТНАЯ ПЕЧАТЬ • 400 А4/мин • 320x630 мм • 60-200 г/м²

VegaPress 440C-HD / 6602C-HD



ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННАЯ РУЛОННАЯ ЦВЕТНАЯ ПЕЧАТЬ • 1000-3000 А4/мин • 40-200 г/м²

Technology of Imaging • Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2 • +7 (727) 258 48 03 • info@tech.kz • www.tech.kz

СОВЕРШЕННЫЙ ПРОДУКТ

Под слоганом «Proficio – новая эра цифрового печатного производства» Xerox® Proficio™ PX 300/500 начала свое победное шествие на казахстанском полиграфическом рынке.

Напомним, что Xerox Proficio PX 300/500 – это новая линейка ЦПМ, разработанная для типографий с загрузом от 40 тыс. листов в месяц и выше, которая пришла на смену легендарной Xerox Versant 280/4100. Самое главное отличие серии – наличие пятого тонера, но даже если не брать его в расчет, у этой машины есть всё, чтобы удовлетворить самого требовательного покупателя, – от идеальной цветопередачи до надежной конструкции[1], максимально улучшенной согласно требованиям рынка.

Решение было впервые показано на июньской Central Reclam Asia, и сегодня уже шесть машин радуют владельцев типографий и их клиентов яркими цветами и возможностью благодаря наличию пятого тонера максимально точно передавать пантонные цвета, которые так любят наши корпоративные заказчики. А с учетом того, что в конце ноября текущего года, кроме дополнительных неоновых розового и лака (на минуточку, глянцевого и матового), к заказу станут доступны еще белый, золотой и серебряный тонеры, то становится понятно, что пора менять свою ЦПМ на Xerox® Proficio™ PX 300/500.

Первой в Казахстане, кто установил Xerox Proficio PX 300, стала типография Lpride (Алматы). На сегодняшний день это одно из самых крупных производств в стране, где можно заказать полный комплекс услуг как по цифровой печати, так и по изготовлению брендированной упаковки.





По мнению печатников Lpride, в Xerox Proficio PX 300 прекрасно всё: и печать, и дополнительные цвета, и вакуумный податчик с челночной подачей High Capacity XLS Vacuum Feeder

[1] Подробная информация о Xerox® Proficio™ PX – в статье «Опережая время» («Технология изображений», № 2 (122), 2026).

«На самом деле техника Xerox работает у нас в типографии практически со дня основания, – рассказывает Михаил Клыгов, директор Lpride, – она нас полностью устраивает и по цене, и по качеству, и по тому, сколько мы платим за ее обслуживание компании «Копитек». Поэтому, как только встал вопрос о замене ЦПМ (а мы, как правило, стараемся брать максимально свежие решения), Xerox Proficio PX 300 стала самым оптимальным выбором. Кроме обновленной конструкции и функционала, нам довольно перспективным показался еще и пятый тонер. Мы работаем в основном с крупными заказчиками, где нередко используются пантонные цвета, и это может стать дополнительным плюсом в пользу Lpride. Как показало время, мы не ошиблись».

«Многие наши клиенты, – дополняет Ксения Нафикова, руководитель отдела продаж Lpride, – сразу обратили внимание, что печать стала ярче. Своевременной оказалась и возможность печати пантонных цветов. У нас часто бывают запросы на короткие тиражи, в дизайне которых используются Pantone, и до недавнего времени мы не всегда могли попасть в нужный оттенок. С Xerox Proficio PX 300 нам это сделать намного проще, что очень радует клиентов. Сейчас мы ждем золото и серебро, которые обещают привезти уже скоро. Думаю, это тоже будет достаточно востребовано, особенно для клиентов, желающих максимально выделиться на фоне продукции конкурентов».

«Если вернуться к технической стороне, – комментирует Алексей Пронин, технолог Lpride, – то при в разы улучшенном функционале машина довольно проста в работе, что, несомненно, говорит в ее пользу. Из нее убрали «болячки» Xerox Versant: нет проблем с роликом второго переноса, намного быстрее работает RIP. Единственное, что прямо просится, с точки зрения оператора, – это два отсека для дополнительных тонеров. Просто, когда ты печатаешь с использованием розового, а следом идет тираж с лаком, то приходится менять дополнительный тонер, а это, я вам скажу, не совсем простая задача. Ну, или пусть бы был какой-то общий блок для замены. Не то чтобы это сильно усложняло задачу, но всегда хочется максимальной простоты ☺. А в целом уже совершенно точно можно сказать, что Xerox Proficio PX 300 дает множество дополнительных преимуществ, которые помогут нам расширить свои услуги».

В отличие от многих казахстанских типографий, предпочитающих работать с оборудованием одного бренда, на участке цифровой печати компании «Центр Элит НС» в Астане представлены решения различных мировых производителей. И в этом есть своя философия,



В Lpride точно знают, что лучшая реклама для клиента – визуализация, например, симпатичный оранжевый пакет с лаком, где находятся образцы печати с новой Xerox Proficio PX 300







Каждая ЦПМ в типографии «Центр Элит НС» отвечает за конкретный спектр заказов. В задачу Xerox Proficio PX входит печать цветов Pantone, где дизайнерам помогает обширная встроенная библиотека, и облагораживание продукции



Клиенты «Центр Элит НС» никогда не переживают за качество продукции, потому что все, что производится здесь, всегда на высшем уровне



которой уже много лет придерживается учредитель компании Сания Ирсалиева.

«Я всегда считала, что успешное производство не может стоять на месте. Рынок меняется, технологии развиваются, растут ожидания клиентов. И если мы хотим оставаться востребованными и конкурентоспособными, необходимо постоянно развиваться, изучать новые возможности и инвестировать в современное оборудование.

Для меня приобретение новой техники – это прежде всего возможность предложить нашим клиентам то, чего мы не могли предложить раньше. Именно с этой точки зрения нас заинтересовала Xerox Proficio PX 300. Дополнительные тонеры, расширенная цветовая палитра, новые возможности цифровой печати открывают перед нами интересные перспективы для создания оригинальной и качественной полиграфической продукции.

Наша компания «Центр Элит НС» работает на полиграфическом рынке уже 24 года. За это время многое изменилось: технологии, требования заказчиков, подходы к производству. Сегодня клиентам важно, чтобы продукция выделялась, привлекала внимание и подчеркивала индивидуальность бренда. Поэтому наряду с техническим оснащением производства особое внимание мы уделяем развитию творческого потенциала команды.

При выборе оборудования наша типография не ограничивается одним производителем. Каждая машина имеет свои особенности, преимущества и технологические возможности. Главное – грамотно сочетать их, находить нестандартные решения и добиваться наилучшего результата для каждого заказчика.

Одно из главных преимуществ Xerox Proficio PX 300 – возможность получать яркие, насыщенные цвета, лак, использовать дополнительные тонеры для создания продукции с интересными визуальными эффектами. Важно, что дополнительные декоративные эффекты можно создавать непосредственно в процессе цифровой печати: это позволяет сокращать производственные операции, экономить время и повышать эффективность работы.

Иногда говорят, что печатная отрасль постепенно теряет свою актуальность, что цифровые технологии вытесняют традиционную полиграфию. Я с этим не согласна. За 24 года работы я убедилась: полиграфия не исчезает – она меняется, развивается и приобретает новые формы. Меняются потребности клиентов, появляются новые материалы, технологии, виды продукции. И вместе с этим открываются совершенно новые направления для бизнеса.

Я всегда говорю своей команде: нужно смотреть вперед, интересоваться новыми техноло-

гиями, учиться, пробовать и искать возможности сделать нашу работу еще лучше.

Когда мы только начинали свой путь, у меня была мечта – создать типографию, в которой клиент сможет получить полный комплекс полиграфических услуг в одном месте. Чтобы ему не приходилось искать разных подрядчиков для разработки дизайна, печати, отделки и изготовления готового изделия.

Сегодня «Центр Элит НС» – это современное производство полного цикла, где мы можем реализовывать проекты самой разной сложности: от визиток и корпоративной продукции до эксклюзивных подарочных изданий, полноцветных книг в твердом переплете и индивидуальных футлярах. Но для меня особенно важно, что, достигнув многого, мы продолжаем развиваться. Только за этот год наша компания приобрела пять единиц крупного производственного оборудования. Каждая такая инвестиция – это не просто обновление технического парка, а новые возможности для наших сотрудников, клиентов и дальнейшего развития предприятия.

Я уверена: у полиграфии большое будущее. Но оно принадлежит тем, кто готов меняться, осваивать новые технологии, постоянно повышать качество своей работы и создавать настоящую ценность для клиента.

Именно поэтому мы продолжаем инвестировать в развитие производства, в профессионализм нашей команды и в современные технологические решения, одним из которых стала Xerox Proficio PX 300. Ведь для меня успех компании измеряется не только тем, чего мы уже достигли, но и тем, какие возможности мы способны создать завтра».

В свою очередь, COPYltd (Алматы) не только является официальным представителем Xerox в Казахстане, но и владеет сетью копировальных центров, которые служат для компании шоурумами, где можно увидеть в работе оборудование производителя.

«На самом деле, – рассказывает Виктор Бойко, директор COPYltd, – наша компания вот уже несколько лет работает больше как рекламно-производственная компания – в одном из филиалов у нас уже даже есть полностью оборудованный цех по изготовлению наружной рекламы. Сегодня наши клиенты могут заказать у нас всю продукцию «под ключ» – от бумажной полиграфии до вывески. И так как заказы в копицентре сильно отличаются от коммерческих, в какой-то момент стало совершенно понятно, что нам необходимо дополнить парк оборудования машиной PRO класса. Причем не просто новой ЦПМ, умеющей быстро печатать, а такой, которая сразу выгодно нас выделит среди других типографий. И Xerox Proficio PX 300, установленная



В «Копитек» точно знают: если и есть сегодня на рынке решение, которое может вывести типографию на совсем другой уровень возможностей, то это Xerox Proficio PX 300



Несмотря на максимально улучшенный фукционал в Xerox Proficio PX 300, обучение на нее благодаря понятному интерфейсу в кописалонах COPYltd и Elcom-Service прошло очень быстро





нами сразу после Central Reclam Asia, – именно такое решение. Во-первых, она быстрая – и это касается не только печати, но и обработки файлов; во-вторых, у нее яркие, сочные цвета, ну и наконец, у нее есть дополнительные тонеры, палитра которых уже в этом году очень сильно увеличится: добавятся белый, золотой и серебряный. С учетом приближающегося Нового года это будет очень своевременно».

«А еще, – присоединяется к нам Дмитрий Ядрышников, дизайнер-печатник COPYltd, – она очень понятная в использовании. У нас это не первая промышленная машина, но, если честно, мне было страшновато, что придется учиться всему заново. Но, как оказалось, ничего подобного: очень простой интерфейс, множество подсказок, огромная библиотека пантонных цветов – это все максимально облегчает работу печатников.

Первое, что удивило, – скорость обработки файлов, даже очень тяжелые на Xerox Proficio PX 300 «рипятся» за несколько минут. Следующее – и это сразу же оценили наши клиенты – качество печати, даже не столько качество, сколько насыщенность. А это сейчас очень модная тема, особенно среди молодежи. Цифровой лак – с ним можно делать какие-то необычные эффекты, которые мы уже опробовали на ряде заказов. Да, у машины есть свои особенности при замене пятого тонера, но, думаю, это не столько неудобство, сколько дело привычки – к любому новому оборудованию нужно привыкнуть. Опять же дополнительные цвета позволяют печатать в том числе и пантоны – это совсем новая для нас тема, но мы уже тоже предлагаем нашим клиентам и такую услугу».

«Кстати, – дополняет Виктор, – наши инженеры оценили в том числе и надежность конструкции Xerox Proficio PX 300. Благодаря внесенным улучшениям она стала не только более функциональной, но и гораздо добротнее в плане инженерии. И если собрать всё вместе, совершенно точно можно сказать, что у владельцев этой ЦПМ большие перспективы».

По мнению Виталия Арышева, коммерческого директора копании «Копитек» (Алматы), у Xerox Proficio PX 300 большое будущее, так как эта машина полностью соответствует требованиям рынка.

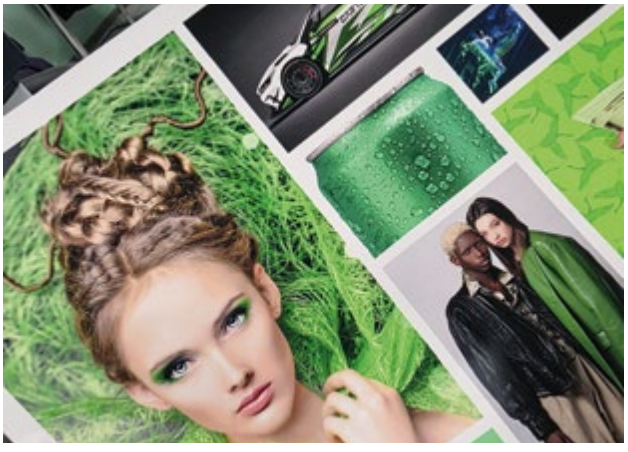
«У серии Xerox Proficio PX есть все, что необходимо на сегодняшний день рынку полиграфии и упаковки, и даже больше. Плотность бумаги, печать на картоне и пленках, скорость, мощный RIP, ровный цвет без разнооттеночности на любом тираже (хоть один лист, хоть 5 тыс.), и самое главное – яркие цвета и возможность воспроизводить максимальный спектр оттенков, включая белый, золото и серебро, которые уже доступны к заказу, – все это делает ее уникальной. Xerox Proficio PX не про печать, она – про возможности и тот самый вау-эффект. Мы были этой осенью на ежегодном саммите Xerox в Нэшвилле (США) и видели вживую золото и серебро. Я вам скажу – это космос! И все это, заметьте, сейчас можно купить по более чем привлекательной цене.

Несмотря на то, что с момента, как мы поставили у себя машину, прошло не так много времени, я с полной уверенностью могу сказать, что это одно из лучших решений, которое когда-то было у Xerox. Xerox Proficio PX – это ЦПМ, которая может стать интересной всем: и дизайнерам, и рекламным агентствам, и типографиям. Машина открывает совершенно новую нишу и перспективы, где можно играть с цветами, создавать необычные оттенки и благодаря этому получать уникальные вещи. А ее конструкция? Это же песня в компактном корпусе, где каждый узел сделан для того, чтобы она работала долго и без проблем.

Я, наверное, не удивлю никого, если скажу, что дизайнеры и типографии – это те самые ключевые игроки, которые время от времени должны подталкивать рынок. Если мы не будем показывать заказчику, что умеем, он никогда и не узнает, что так тоже можно. И с Xerox Proficio PX реально делать намного больше, чем просто CMYK. Типография – владелец этой ЦПМ – может предложить лак/золото/серебро, реальную красивую



Цифровое будущее с Xerox, или Proficio PX 300/500 – нет предела совершенству!







и яркую фотопечать или максимальное соответствие брендбуку, что для многих компаний определяюще. Именно поэтому коллегам - владельцам тех же версантов – я уже сейчас рекомендую задуматься о ее покупке ☺».

«К слову сказать, раз уж мы заговорили о брендбуках, – присоединяется к нам Евгений Петруша, печатник типографии «Копитек», – наш салон благодаря Xerox Proficio PX легко смог попасть в оранжевый цвет логотипа страховой компании Nomad Insurance, для которой мы печатаем сейчас много продукции. Практически все наши клиенты отметили, что цвета стали более насыщенными, думаю, к Новому году зайдут и золотые/серебряные тонеры – все-таки это праздник, когда хочется, чтобы сверкало и блестело. В целом же Виталий Васильевич абсолютно прав: Xerox Proficio PX – это совсем другой уровень полиграфии».

«Заказчики сегодня очень продвинуты, – считает директор компании Elcom-Service (Караганда) Владимир Дурнев, – и надо очень постараться, чтобы их удивить. Так вот с Xerox Proficio PX 300 данный процесс займет минимальное время. Даже без дополнительных цветов – а ее можно использовать и просто как машину с очень хорошей качественной печатью, – эта модель поражает яркостью оттенков. В ней собрано все самое лучшее, добавлены функции, которые отсутствовали, например, в Xerox Versant. Это, несомненно, промышленная машина, предназначенная для непрерывной работы на длинных тиражах и возможностях, которых еще не было. Вместе с PrimeLink C9065/C9275/C9281 и Proficio PX 300/500 Xerox полностью перекрыл потребности в печати для средних и больших типографий».

«Больше всего мне нравится, – комментирует Максим Куликов, оператор кописалона Elcom-Service, – что Xerox Proficio PX 300 максимально проста в использовании. Самые тяжелые файлы обрабатываются за несколько минут, совмещение лицо–оборот с первого листа, над ней не надо стоять, чтобы не пропустить разнооттеночность, – она всегда печатает одинаково хорошо. Если ты работал хоть с одной машиной Xerox, то все настройки тебе знакомы, но даже если нет, всё предельно наглядно, нет каких-то там подменю, с которыми нужно долго и трудно разбираться. Машина очень быстрая, отлично передает полутона и градиенты (для многих заказов это критично) – наши заказчики уже это отметили».

Алексей Агарков, руководитель направления промышленной печати представительства компании «Ксерокс Лимитед» в Казахстане
БЦ Almaty Plaza, ул. Наурызбай батыра, 17а, 8-й этаж
Mobile +7 747 163 88 43



Мы стремимся быть динамичными, так как топтаться на месте нам неинтересно. Если есть возможность быть первыми, мы всегда стараемся её не упустить: чем быстрее подстраиваешься под меняющийся рынок, тем выше вероятность, что твои услуги всегда будут востребованы...

ВРЕМЯ ПОБЕЖДАТЬ

У каждой типографии свой путь развития – кто-то сразу строит крупное производство с «тяжёлыми» решениями, а кто-то, как карагандинская «Идиллия tip», шаг за шагом постепенно наращивает мощности, перенастраивая предприятие под запросы рынка.

Мы никогда не видели себя ничем иным, кроме цифровой типографии, – вспоминает Геннадий Марченко, один из основателей «Идиллия tip». – Ни в 2008 году, когда открылись, ни сейчас. Рынок у нас не очень большой, тиражи с каждым годом сокращаются, но на цифровые заказы спрос есть всегда, особенно если не стоять на месте, а постоянно внедрять что-то новое: передовые технологии, оборудование, современные продукты.

Начинали мы с бланков, – присоединяется к нам Елена Марченко, – причём первое время я занималась совсем другим бизнесом. Но в какой-то момент Гена настоял на совместной работе, я с ним согласилась, о чём ни разу не пожалела. Бизнес у нас семейный, и нам очень удобно, что мы всё делаем вместе: придумываем, изучаем, внедряем. Геннадий у нас отвечает за стратегию и развитие, а я – за творчество ☺.

А полноценная цифровая типография появилась…

Буквально через несколько месяцев после открытия. На тот момент Геннадий уже совершенно точно понимал, что бланки – это не бизнес, – продолжает Елена. – За идеями он поехал в Москву на «Полиграфинтер», где и познакомился с Михаилом Тарновским, который тогда работал в Xerox. Так как мы начинали совсем новое для себя дело, выставка нам очень помогла – там демонстрировалось много и цифрового, и постпечатного оборудования, и можно было сориентироваться, что нам необходимо сразу, а что можно докупать по мере надобности. И первая печатная цветная машина, появившаяся у нас, была Xerox DCP 700, который мы потом поменяли на Versant 2100.

А сегодня парк печатного оборудования включает в себя…

Если говорить о ЦПМ, то их три, – подключается Геннадий, – монохромная Konica Minolta AccurioPress 2100 и цветные Xerox Versant 4100 и AccurioPress C12000. У каждой из них свои задачи, и все три работают постоянно. Ещё у нас есть DTF, этикеточные и широкоформатные принтеры, каждый из которых был инсталлирован под конкретные запросы.

На самом деле с первого дня у нас была идея построить универсальную типографию, где клиенты могли бы заказать всю необходимую продукцию. А так как технологии развиваются очень быстро, подстраиваясь под постоянно трансформирующийся рынок, то всё оборудование в нашей типографии – и печатное, и постпечатное – регулярно дополняется, меняется на более современное.

Например, если вернуться к цифровым машинам. Xerox Versant 4100 и цветная AccurioPress – это совершенно разные мощности, качество, скорости и рынки. И то, что у нас есть возможность предложить клиенту печать, идеально подходящую под его запросы, – уже большой плюс.

В 2008 году достаточно было иметь одну цветную ЦПМ, гильотину, брошюровщик и степлер, чтобы полностью удовлетворить запросы заказчика. Сегодня, если ты хочешь зарабаты-

вать деньги, необходимо предлагать клиенту то, что сразу отличит его полиграфию от продукции конкурентов.

Как, к примеру, цифровое облагораживание при помощи Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil...

Да, именно так, – отмечает Елена, – город у нас небольшой, и для нас важно всегда удивлять наших заказчиков чем-то необычным, для чего мы постоянно придумываем что-то новое. У нас очень много клиентов из сектора HoReCa, а также владельцев малых бизнесов, которым мы предлагаем стикеры, бирки, открытки, визитки и т. п. И любая подобная продукция выигрывает от использования цифрового облагораживания, которое смотрится эффектно и вызывает сильные эмоции у людей.

Кстати, цифровое облагораживание, – дополняет Геннадий, – в наши дни становится не премиальной технологией, а одной из базовых, и мы давно уже присматривались к возможностям 3D-лакирования и тиснения фольгой.

На самом деле облагораживание – это не совсем новая услуга для наших клиентов, мы его внедрили несколько лет назад и делали при помощи UV DTF, но давайте смотреть правде в глаза: эффекты на UV DTF получаются отличные, но такая технология была изначально разработана для брендирования сувениров, где производительность и скорость – совершенно неважный фактор, в отличие от цифровой типографии. В момент, когда необходимо быстро выпустить несколько сотен открыток с облагораживанием, нужна производительная машина. Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil уже не первый год эксплуатируется у многих наших коллег, и мы лично могли убедиться, что это рабочая машина, а не выставочный экспонат. Опять же, с учётом того, что у нас уже есть позитивный опыт сотрудничества с Konica Minolta Kazakhstan как в плане надёжности оборудования, так и высокого уровня сервиса, в момент, когда мы стали готовы установить у себя систему цифрового облагораживания, другие предложения даже не рассматривали.

Насколько поменялась цена на фольгирование и лакирование после установки Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil – всё-таки это совсем другие вложения и стоимость расходных материалов?

Эта машина прежде всего – возможности, – комментирует Елена, – и когда наш клиент видит, как преображается его продукция (визитка,



Теперь благодаря Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil цифровое облагораживание стало не только очень быстрым, но и разнообразным, что позволяет за короткие сроки делать совершенно уникальные вещи











наклейка, коробочка, каталог, меню) при добавлении эффектов цифрового облагораживания, цена для него перестаёт быть определяющей. Да, нам, наверно, ещё рано делать выводы – всё-таки это совершенно новая услуга для нас[1], мы пока только учимся грамотно её позиционировать и предлагать своим клиентам, но уже сейчас понятно, что наш выбор был правильный.

Эффекты, которые можно получить при помощи AccurioShine 3600, не только сразу бросаются в глаза, но и запоминаются. Людям, которые их видят, хочется повторить что-то подобное в своей продукции, потому что это прежде всего эмоция, причем эмоция положительная. Прежде чем купить эту машину, мы со всех мероприятий, выставок привозили образцы и развешивали их в офисе. Клиенты сразу обращали на них внимание и просили создать что-то подобное, потому что такие работы невозможно не заметить – это ярко, красиво и необычно. И вот эта реакция в том числе помогла нам решиться на установку.

Причём мы с самого начала понимали, что такое оборудование не окупается мгновенно, но оно уже необходимо, особенно в нашей восточной стране, где к золоту всегда было особенное отношение. Повторюсь, что мы всегда стараемся, чтобы наши заказчики могли получить некую уникальную услугу, благодаря которой они выделятся уже на этапе знакомства, когда их потенциальный клиент видит только упаковку, визитку или каталог.

А какие они, заказчики «Идиллия tip»?

Самые разные, – рассказывает Геннадий, – большие и маленькие, крупные компании или частные лица. В основном они у нас постоянные (мы хорошая типография ☺) и те, кто приходит к нам по «сарафанному радио» или рекламе в соцсетях. Мы не участвуем в тендерах, у нас достаточно много заказов и без этого. Причём мы одинаково относимся и к большим тиражам, и к единичным.

Как-то мы делали книгу в одном экземпляре, которая была настолько огромной, что её держали два человека. Ещё был заказ диаметрально противоположный, когда у нас заказали книжку в развороте 20 миллиметров.

А так мы печатаем сегодня абсолютно всё – от наклеек, визиток и флаеров до каталогов и книг в твёрдом переплёте. Какое-то оборудование у нас работает постоянно, какое-то остаётся по необходимости, так как мы всё-таки ограничены размером помещения. Если в какой-то момент

[1] Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil была установлена в «Идиллия tip» 1 сентября 2026 г.

заходит заказ, который мы никогда не делали, но понимаем, что он перспективный, начинаем учиться изготавливать что-то новое, иногда это срабатывает, иногда нет, но такой опыт всё равно всегда полезный.

Наши клиенты знают: если они придут к нам с чем-то необычным, мы всегда постараемся это сделать. И вот эта наша готовность всегда учиться чему-то новому в том числе помогает нам быть востребованными.

Когда я сажусь за отчёты, – дополняет Елена, – я понимаю, что все наши заказы очень сложно стандартизировать. Да, понятно, что 60% – наши постоянные клиенты, в основном это средние и крупные компании, которые чаще всего заказывают коммерческую полиграфию. А вот остальные 40% – это и сувенирка, и какие-то журналы – сейчас очень модно среди молодёжи дарить друг другу индивидуальные издания, книги воспоминаний и метафорические карты, в общем, как говорится, любой каприз за ваши деньги.

Но мы тем не менее стараемся как-то всё упорядочить. Допустим, если к нам обращается компания, планирующая у нас заказать полиграфию для конференции, наши менеджеры сразу предлагают необходимый набор продукции, который может пригодиться на таком мероприятии. То же самое с ресторанами – это один из самых любимых моих заказов, мы, как правило, знаем, кому достаточно одного листа меню, а кому необходима полная карта на премиум-бумаге с максимально возможными эффектами облагораживания.

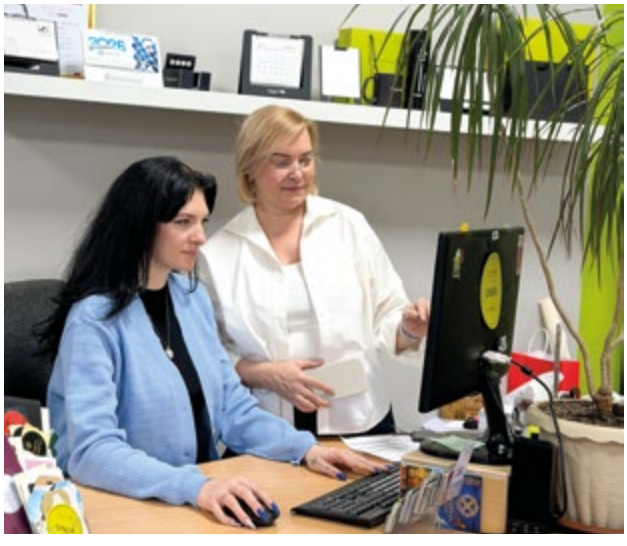
И то, что заказчики не тратят времени на долгие обсуждения (а сейчас это очень важно), – тоже наш большой плюс.

А в чём, по мнению Геннадия и Елены Марченко, успех типографии «Идиллия tip»?

Наверно, прежде всего в том, что мы стремимся оставаться компактными, но эффективными, делая ставку на производительное и автоматизированное оборудование, – объясняет Геннадий, – мы всегда берём технику с приставки PRO, чтобы всё было профессионально, красиво и быстро.

А ещё у нас есть определённые ниша и цель, и мы стараемся не распыляться. В своё время мы чётко решили для себя, что сосредоточимся лишь на цифровых заказах, и стараемся делать только их. Мы не занимаемся перезаказами, не стремимся охватить абсолютно все сферы полиграфии и при этом всё равно остаёмся универсальной типографией, которая предлагает уникальные услуги.

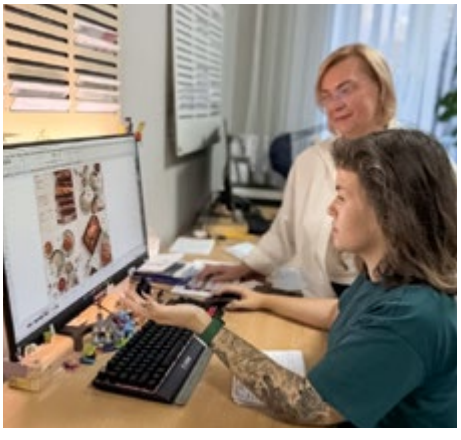
> Типография «Идиллия tip», – комментирует Михаил Тарновский, руководитель направления индустриальной печати «Коника Минолта Бизнес Сольюшнз Казахстан», – одно из немногих предприятий в нашей стране, владельцы которого точно знают, что конкретно они хотят получить в итоге. Именно поэтому шаг за шагом они строят типографию с уникальными услугами, всегда делая ставку на лучшее оборудование, которое сегодня есть на рынке. И инсталляция Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil, которая позволит им максимально расширить спектр услуг, так как с его помощью можно печатать продукты с высокой добавленной стоимостью, – это ещё один шаг к успешности и процветанию…







Люди – самое ценное, по мнению Елены и Геннадия Марченко, потому что только в команде можно добиться настоящего успеха





Уникальность – это вообще наше главное отличие, – дополняет Елена, – сегодня никого не удивишь яркой печатью без полошения или идеально ровным срезом на каталоге. Именно поэтому все эти годы мы стараемся привнести в каждый заказ некую изюминку – например, мы были одними из первых, кто стал надевать деревянные обложки на блокноты и меню. Это было необычно и потому пользовалось успехом. Сегодня мы первые в регионе, кто поставил у себя Konica Minolta AccurioShine 3600 с модулем iFoil, а значит, «Идиллия tip» – единственные, кто может предложить совершенно уникальные эффекты на любой продукции.

Опять же бумага – я очень люблю дизайнерскую бумагу, и у нас её едва ли не больший выбор, чем у поставщиков ☺. Мы точно знаем, какая фактура лучше всего подходит для той или иной задачи, и наши заказчики абсолютно уверены, что их продукция всегда будет отличаться – бумагой, необычным скреплением или облагораживанием. Да, это намного сложнее, чем печатать обычные заказы на стандартных материалах, но зато это очень интересно.

И поэтому мы практически не замечаем, когда рынок проседает. Как только какая-то услуга становится невостребованной, мы тут же меняем её на новую. Те же метафорические карты – их многие печатают, но только у нас этот процесс настолько отработан, что их производство не вызывает никаких сложностей. И так как играть в метафорические карты модно, престижно, современно, то сейчас у нас это один из самых востребованных заказов.

А ещё это, конечно, люди. Все наши сотрудники такие же вовлечённые, как и мы с Геной. Они всегда принимают активное участие во всех процессах, будь то разработка новой услуги или внедрение оборудования. У нас практически нет текучки, многие сотрудники работают с нами с первого дня. У нас никогда не стоит вопрос «а зачем нам это надо?», каждый из наших работников всегда готов учиться чему-то новому. А когда все люди работают как единый механизм, ничего не страшно и всегда прибыльно…

KONICA MINOLTA

Konica Minolta Business Solutions Kazakhstan
Бизнес-центр «Abylai Khan Plaza», пр. Абылай хана, 53, 3-й этаж
050000, Алматы, Республика Казахстан
Тел. +7 727 32 111 99 / Моб. WhatsApp +7 701 220 46 47
E-mail: Mikhail.Tarnovskiy@konicaminolta.kz
www.konicaminolta.kz

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ

Под лозунгом «Intelligent Print, Infinite Creation» в Шанхае (КНР) прошла 10-я, юбилейная All in Print China, которую в этом году посетили 220 820 специалистов, из них 180 870 приехали из ближнего и дальнего зарубежья.

Напомним, что данная выставка, в отличие от China Print, которая больше ориентирована на внутренний рынок, позиционирует себя как инновационная площадка для зарубежных полиграфистов.

А начнем мы все-таки с основных трендов, доминирующих во всех сегментах полиграфии. И первый – это, конечно же, искусственный интеллект, который сегодня активно используется в системах контроля качества и настройки оборудования. Еще одна тенденция – объединение различных технологий в одну линию. В упаковочном и этикеточном сегментах нормой становятся машины, совмещающие цифровую печать, флексосекции для смесевых цветов и модули цифрового холодного тиснения фольгой. Ну и, несомненно, еще стоит упомянуть вектор на «умную» типографию, когда практически все экспоненты сделали упор не просто на отдельные станки, а на экосистемы Industry 4.0, где программное обеспечение (ERP/MIS и автоматизированные рабочие процессы workflow) связывает допечатную подготовку, печать и финишную обработку.

Если же перейти от общего к частному, то первое и самое главное (и это можно было увидеть в каждом павильоне, которые, к слову сказать, занимали 120 тыс. м²) – на выставке All in Print China всем стало очевидно, что высокоскоростная струйная печать, ИИ, автоматизация всех полиграфических процессов и строгое соблюдение экологических норм – уже не будущее, а самое что ни на есть настоящее. Тот же искусственный интеллект стал сквозным трендом выставки. Практически все производители демонстрировали «умные» инспекционные системы



10 павильонов, 120 тыс. м², 1100 экспонентов из 15 стран мира



(например, Luster), где ИИ используется для автоматической калибровки и настройки заданий под оператора, безошибочного распознавания дефектов печати на сложных субстратах и управления логистикой внутри типографии.

Новый виток эволюции цифровых печатных машин очень четко прослеживался на всех стендах крупнейших производителей, чьи разработки наглядно показали, что сегодня фокус сместился на индустриальные струйные листовые решения для коммерческой, книжно-журнальной печати и упаковки, которые продолжают вытеснять не только традиционные технологии за счет экономии времени на приладку и чистку, но и уверенно теснят лазерные ЦПМ, чей потенциал ограничен максимально возможной скоростью и высокой себестоимостью отпечатка.

Интеллектуальные комплексы для печати по гофрокартону и гибкой упаковке наглядно показали, что цифровая трансформация достигла наконец и секторов упаковки и этикетки, где традиционно доминировали аналоговые технологии. На All in Print China были представлены высокопроизводительные гибридные и цифровые решения с использованием технологий IoT, 5G и цифровых двойников для оптимизации процессов.

Ну и, наконец, автоматизация послепечатных процессов коснулась не только финишных опций в линию, но и автономных гильотин, термобиндеров, ламинаторов и прочей техники. Практически на всех стендах ключевой упор делался на роботизированные линии, финишные модули с быстрой переналадкой, а также на автоматизацию процессов подготовки и послепечатной обработки с целью сокращения времени запуска и чистки оборудования.

Регулярное ужесточение экологических норм, на которые еще пять лет назад многие производители расходных материалов не обращали должного внимания, в наши дни заставило всех участников полиграфического рынка кардинально пересмотреть свою точку зрения по данному вопросу. Как результат, на All in Print China можно было увидеть множество растительных и биобазированных офсетных и флексографических красок на основе соевого, льняного и других растительных масел, которые в ближайшее время окончательно вытеснят минеральные составы. Новые материалы демонстрировали сниженное выделение летучих органических соединений (ЛОС/VOC), что, несомненно, пойдет всем на пользу.

Кроме того, резко вырос ассортимент водных латексных чернил, которые к тому же стали универсальными. Такие чернила стабильно ложатся не только на бумагу, но и на ПВХ, искусственную и натуральную кожу, полиуретан и текстиль, сохраняя стойкость к истиранию и спиртам. Еще один тренд: практически все представленные УФ-отверждаемые лаки и краски адаптированы под светодиодные (LED) сушки, что снижает энергопотребление типографий и исключает выделение озона.

Коснулись изменения и материалов для цифровой и гибридной печати. В этом сегменте расходных материалов также появились «умные» тонеры и праймеры – специализированные полимерные составы нового поколения с пониженной температурой запекания. Кроме того, на рынок запущено множество новых праймеров, позволяющих печатать пигментными цифровыми чернилами на стандартных офсетных немелованных и глянцевых бумагах без потери качества. Не обошлось без изменений и в секторе чернил для промышленного Single-Pass. Для высокоскоростных струйных линий (упаковка, гофрокартон) производители представили чернила с повышенной оптической плотностью, которые позволяют максимально снизить их расход при сохранении ярких, насыщенных плашек.

В секторе расходных материалов для картонной упаковки было представлено множество мономатериалов и биоразлагаемых пленок, которые в отличие от старых многослойных композитов легко поддаются вторичной переработке. Также на выставке можно было протестировать новые сорта ламинированного и крафт-картона, устойчивые к деформации при скоростном цифровом облагораживании.

Ну и, наконец, главным стандартом в секторе допечатной подготовки стали беспроцессные CtP-пластины. Материал, не требующий химического вымывания и процессоров, стал более прочным и тиражеустойчивым (включая работу с УФ-красками) и, кроме всего прочего, позволяет типографиям полностью избавиться от токсичных проявителей на препрессе.

В целом же, в сегменте допечатных технологий ключевыми моментами, как и на всей выставке, стали автоматизация, интеграция систем искусственного интеллекта и облачные сквозные решения. К примеру, в ПО основной акцент производители сделали на внедрении алгоритмов машинного обучения в допечатную подготовку. ИИ-модули автоматизируют проверку файлов (preflight), оптимизируют раскладку (nesting/imposition) для сложных упаковочных форм и осуществляют автоматическую цветокоррекцию без участия оператора. При этом допечатное ПО (Web-to-Print-решения, MIS-



Atexco PageMaster 330 – несомненный фаворит среди решений для производства учебной литературы и рабочих тетрадей. Места занимает мало, печатает 400 л. в минуту, цветная, себестоимость низкая, а самое главное – уже сейчас доступная к покупке...







Малышка Atexco NovaPress 330, которую при желании можно разместить на площади всего 4 м², предназначена для производства этикетки. Печатает на всем, включая пленки, и при этом она струйная, работящая, а главное – цифровая. А это значит, что персонализации быть ✊





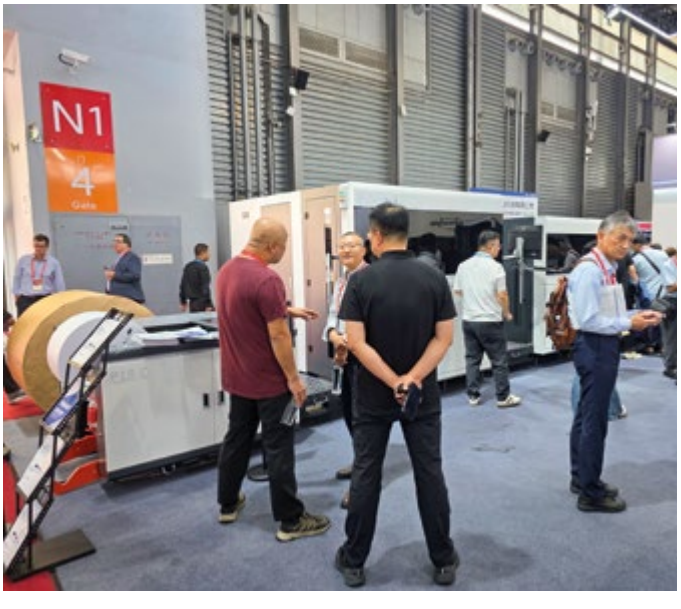


Atexco OfsetMaster B2, чье название говорит само за себя. Формат 660x920 мм, печать 2000 л. в час, в том числе на картоне, и при этом опять же самая низкая себестоимость в классе. Кто хочет печатать картонную упаковку – можно начинать













От простого к сложному, или Как из цифровой печати сделать цифровую книжку





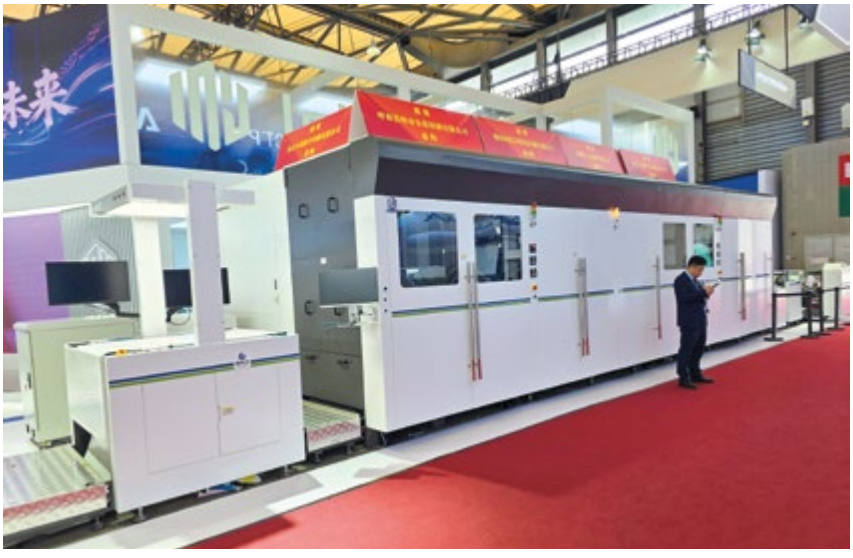
и ERP-системы) теперь проектируется как обязательная часть всего производственного цикла. Внедрение таких систем позволяет минимизировать «ручные» операции от момента загрузки макета клиентом до вывода на печатные формы или цифровые машины. Если же говорить о машинах, то современные CtP (Computer-to-Plate) отличаются повышенной энергоэффективностью и лазерными диодами нового поколения, обеспечивающими более высокую скорость вывода и разрешение.

Кроме того, в секторе допечатных технологий было показано множество специализированного софта для трехмерного моделирования упаковки, симуляции финишных эффектов (тиснение, выборочный лак) на этапе препресса и точного управления цветом (Color Management). Появление этих инструментов стало особенно важным при переходе с аналоговой (флексо/офсет) на цифровую печать, так как сегодня заказчик хочет видеть конечный результат до того, как тираж запущен в производство.

В секторе промышленной печати четко обозначились две ключевые тенденции: окончательное закрепление доминирования цифровой струйной печати (Inkjet) и масштабная экспансия комплексных inline-решений китайского производства, охватывающих все этапы от печати до финишной отделки.

Для начала стоит отметить, что китайские производители вывели промышленные ЦПМ, конкурирующие с традиционным аналоговым оборудованием. Яркий пример – премьера флагманской ЦПМ Atexco VegaPress 880-HD-RD на головках Kyocera 1200 нового поколения, которая выдает до 200 м/мин при разрешении 1200x1200 dpi. Интеграция «всё в одном» (inline), представляющая собой технологические цепочки, способные выполнять за один проход печать, ламинирование, резку, высечку и сбор листов, позволяет получить на выходе практически готовый продукт, минуя фазу изготовления форм и приладки.

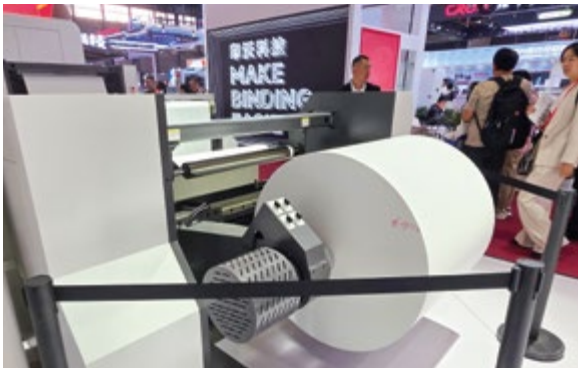
Сектор классического офсета и флексографии также демонстрировал интеграцию с цифровыми модулями. К примеру, флексографские секции все чаще работают в связке с цифровыми модулями (струйными головками) для нанесения переменной информации (QR-коды, уникальный дизайн). Кроме этого стоит отметить новые версии ПО, например, платформы от Hybrid Software или системы контроля цвета ChromaQA, где умные датчики с ИИ в реальном времени корректируют натяжение полотна во флексомашинах и следят за балансом «краска–вода» в офсете. Множество решений для средне-







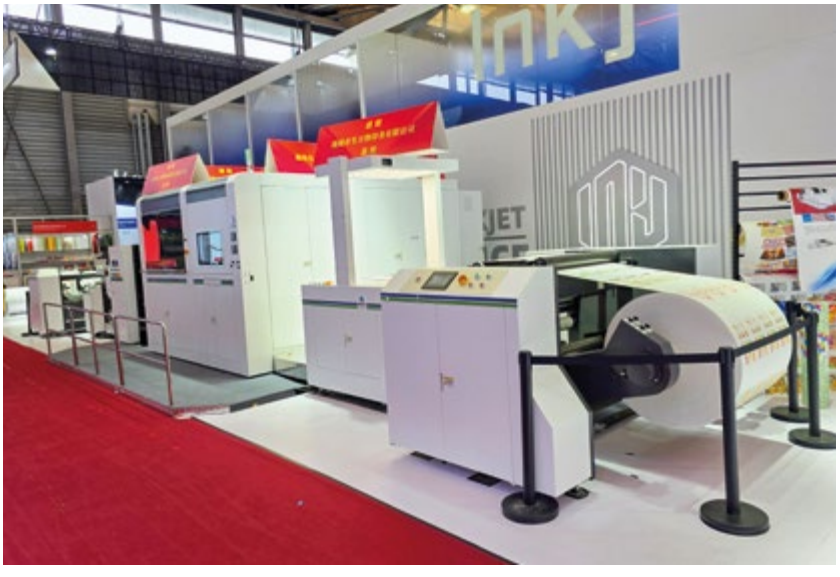
Та самая вишенка на торте: VegaPress Color HD со скоростью 200 м/мин для производства лайнера и упаковки (печать на картоне имеется) и VegaPress 880-HD-RD – машина с потрясающе яркой цветопередачей для изготовления высококачественной продукции на мелованной бумаге. Два ярких флагмана от Atexco, сочетающих в себе все преимущества цифровых струйных технологий, – скорость, качество и гибкость...



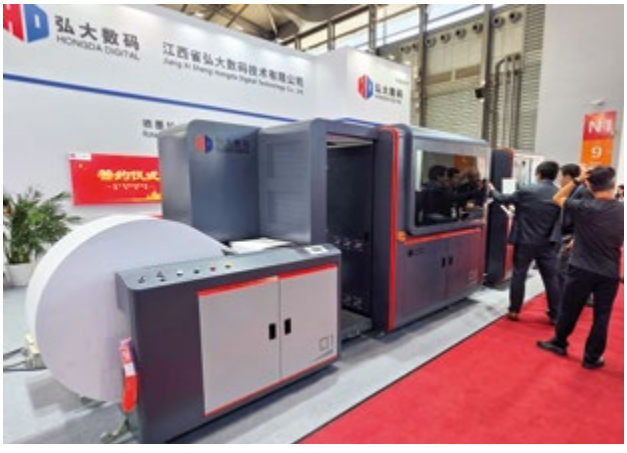


Благодаря рулонной приемке, установленной в линию на ЦПМ Atexco, даже хрупкие девушки производят замену рулона за минуту



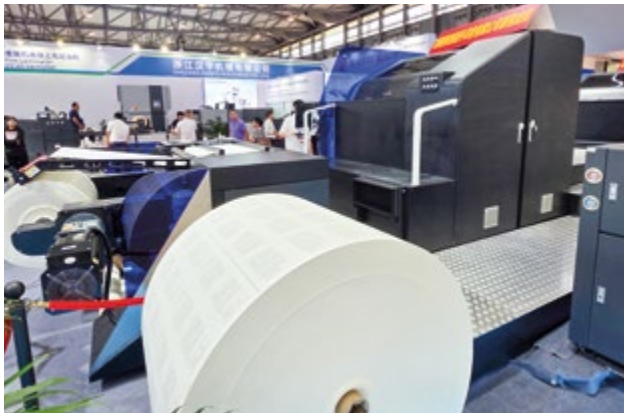






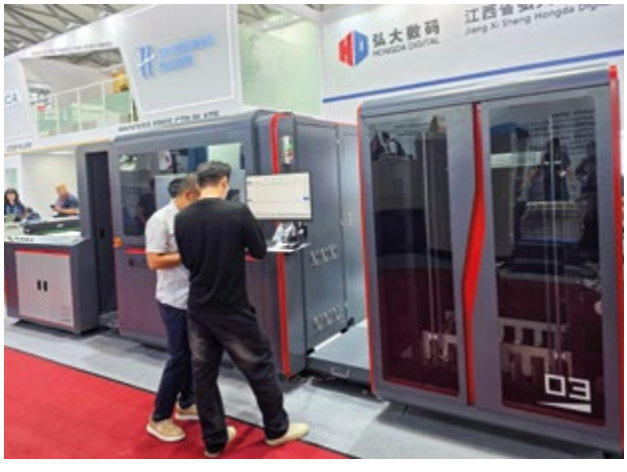
All in Print China, цифровой павильон. Наравне с известными японскими цифровыми брендами, представленными здесь практически в полном составе, можно было увидеть множество струйных ЦПМ от китайских производителей, чувствующих себя вполне комфортно и конкурентно. Разные размеры, конфигурации и скорость уверенно доказывают, что струйное будущее уже наступило ☺

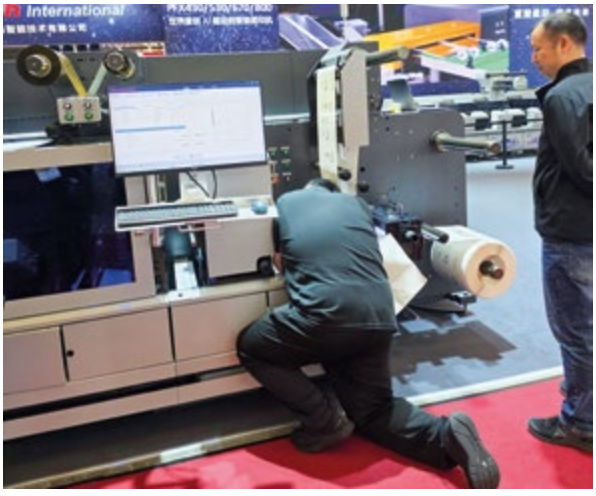












All in Print China – просто внимательно смотри по сторонам

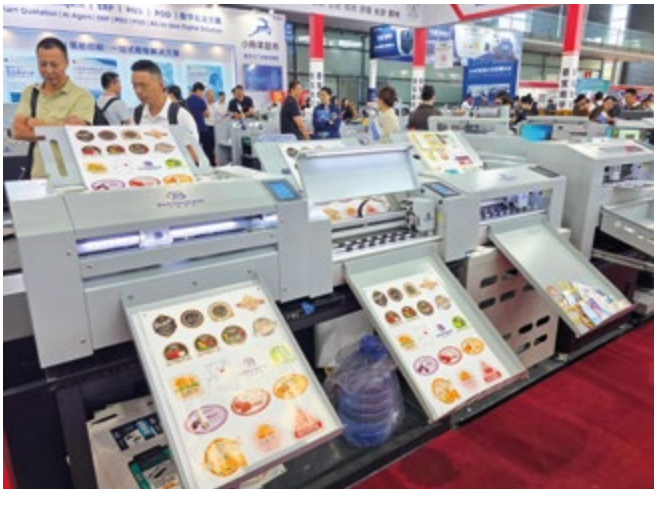


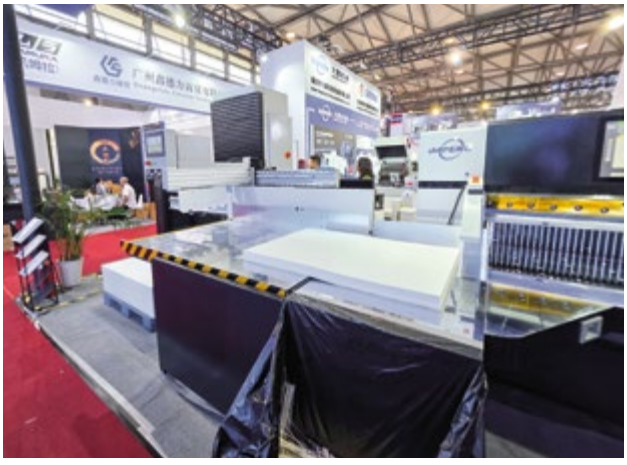












Можно бесконечно смотреть на огонь, воду и на то, как работает автоматизированная линия от Dapeng





и узкорулонной печати с акцентом на скорость перехода с тиража на тираж также в первую очередь говорят о сокращении сроков выдачи готовой продукции.

Инспекционные системы на базе искусственного интеллекта также стали неотъемлемой частью флексомашин. Та же компания Luster представила платформу Vision Print для допечатной подготовки и складных картонных коробок, а также систему 100%-го контроля дефектов в реальном времени Carton Hero, монтируемую прямо на печатный барабан флексомашины.

Китайские производители первого эшелона (такие, как Weifang Donghang, ZONBON Machinery) сделали акцент на сервоприводных бесшестеренчатых планетарных машинах (gearless CI flexo), которые обеспечивают высокую точность совмещения на тонких пленочных субстратах и минимальное время перехода с тиража на тираж.

Ну и, наконец, четко сформировался тренд на объединение флексопечати с финишными линиями в один проход. Экспоненты продемонстрировали машины, способные одновременно выполнять многоцветную флексопечать, выборочное лакирование, 3D-эмбоссирование и холодное тиснение фольгой, что значительно снижает трудозатраты на малых и средних тиражах.

В секторе автоматизации смывки и смены форм стоит отметить модули роботизированной очистки анилоксовых и формных валов, а также автоматические системы приводки, минимизирующие процент брака при запуске машин.

Классический офсет на выставке представлял машины, усиленные за счет внедрения робототехники и максимального исключения человеческого фактора на этапе препресса и печати. На фоне дефицита кадров и жесткой конкуренции производители классического офсетного оборудования сделали ставку на автономность работы (технологии Push-to-Stop). Практически во всех новых офсетных машинах смена форм, смывка, приводка и контроль цвета теперь полностью управляются искусственным интеллектом и роботизированными системами без участия печатника. Кроме этого усилилась тенденция интеграции цифровых модулей в офсетные линии, где струйные секции впечатывают переменную информацию. Еще один важный момент: поскольку сегмент издательского офсета стагнирует, все ключевые многокрасочные офсетные комплексы (включая модели от китайских технологических лидеров) были кастомизированы под производство картонной упаковки. В настоящее время офсетные машины оснащаются усиленными модулями проводки плотных материалов,

лакировальными секциями и блоками для тиснения в линию, что и было продемонстрировано на All in Print China.

Финишные и послепечатные технологии, пожалуй, стали одним из главных векторов развития всей индустрии, показав, как сместился фокус с изолированных станков на автоматизированные цифровые линии, искусственный интеллект и опять же экологичность.

Так, с учетом доминирования цифровых рулонных струйных машин было продемонстрировано множество комплексных рабочих процессов, где финишные линии интегрируются с ЦПМ. К примеру, Haoxin Precision Machinery показала комплексную автоматическую систему, с помощью которой рулон превращается в готовый книжный блок, ниткошвейный автомат и флагманскую книговставочную линию HDP 380 для твердого переплета.

В свою очередь, Dayuan Machinery представила готовые inline-решения короткого цикла, объединяющие цифровую печать, ламинирование пленкой, поперечную резку и сбор листов в рамках одного прохода оборудования. Также на стенде можно было увидеть автоматическую систему для вырубки и тиснения фольгой.

Системы инспекции брака на базе искусственного интеллекта, также представленные на многих стендах, решают проблемы сложной и быстрой настройки финишных и упаковочных линий при переходе с тиража на тираж, мгновенно распознавая дефекты лакирования, высечки и геометрии упаковок без остановки машин.

Высекальные и биговальные плоттеры с автоматической сменой инструмента для работы с гофрокартоном и гибкой упаковкой, ротационные высечки для самоклеящихся этикеток с возможностью быстрой переналадки с пульта управления, роботизированные линии «подача стопы бумаги – гильотина – упаковка готовой продукции на палете» и множество других, к сожалению, пока еще недоступных по ряду причин отечественным полиграфистам «мулек» еще раз подтвердили, что финишные технологии в 2026 году окончательно перестали быть «ручным» этапом типографии и превратились в высокотехнологичные IT-управляемые процессы.

Ну и, конечно же, несомненным трендом All in Print China стали гибридные и полностью цифровые модули для премиальной отделки коротких тиражей, не требующие изготовления дорогостоящих штампов и форм. Это и машины с интегрированными опциями цифрового холодного тиснения фольгой, выборочного УФ-лакирования и нанесения тактильных эффектов, адаптируемые под








上海香宝机械设备有限公司
Roland

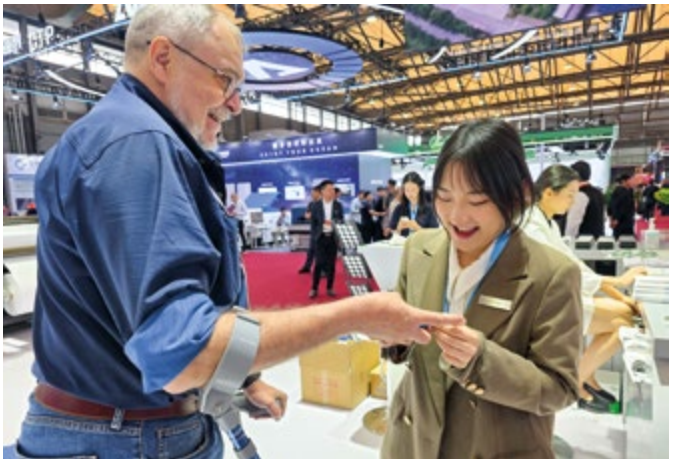

DUPINGXIAN








DUPINGXIAN





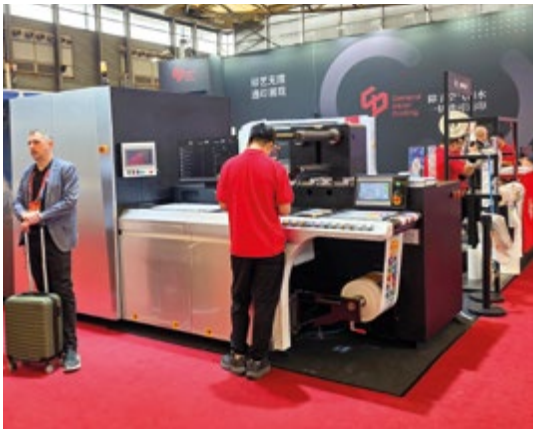
Общение – главный элемент каждой выставки, а с кем вы встретились на All in Print China?



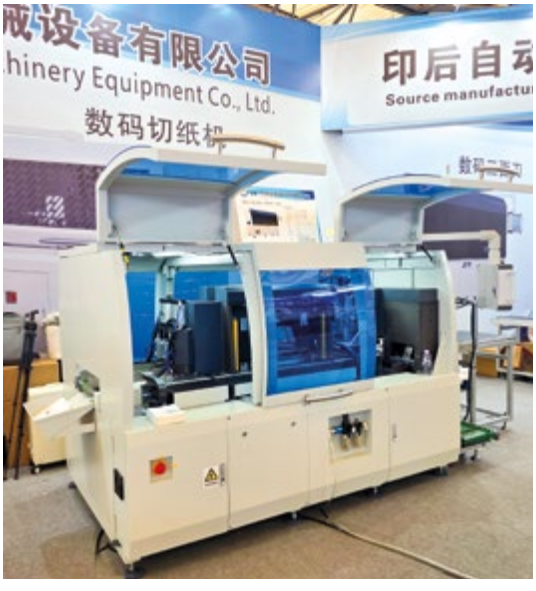


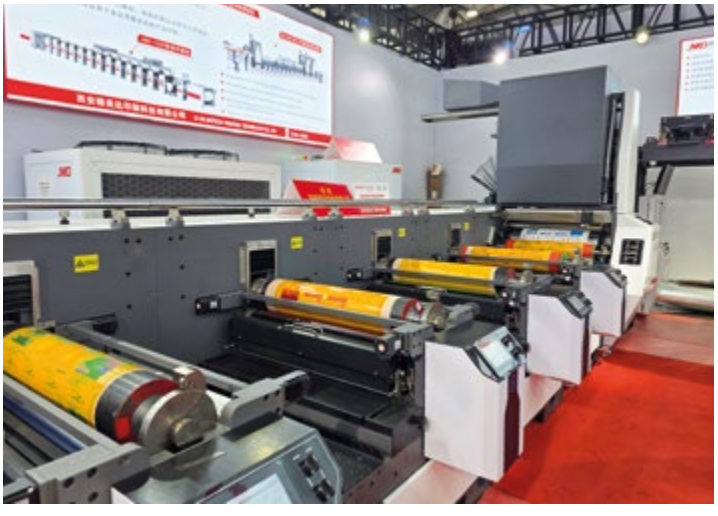




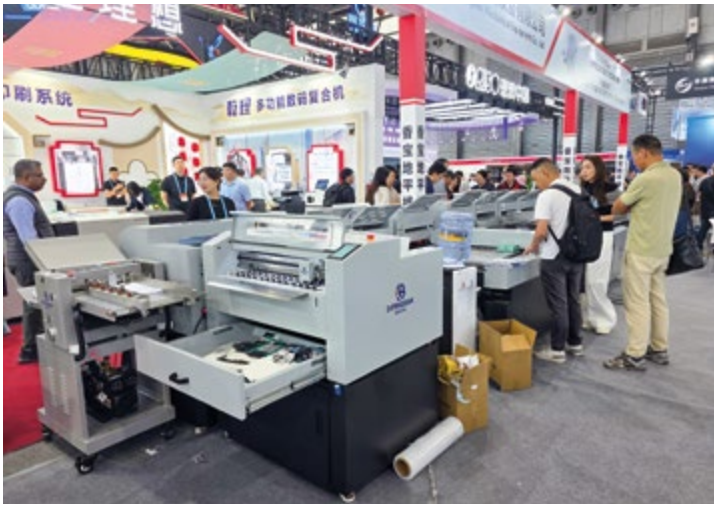



drupa Connect Hub
KONICA MINOLTA


Source manufactu
数码切纸机




FLORA



конкретный заказ; и полностью автоматические машины для горячего тиснения фольгой с точностью приводки до ±0.1 мм, как, например, YH** от Sino Jiguo Machinery Co., Ltd.; и даже технологии сложного облагораживания (картонные коробки и элитные бумажные пакеты), где были показаны решения для скоростного многоуровневого конгрева, ламинирования, эмбоссирования и выборочного УФ-лакирования. Кстати, о лакировании. Ведущие китайские бренды продемонстрировали способность наносить тактильный лак толщиной от 12 до 300 мкм, создавая выраженные текстуры и объемные эффекты (включая Doming Effect – имитацию объемной смоляной заливки) за один проход, – и это ли не здорово?!

Отдельно стоит отметить, что модули цифрового лакирования и фольгирования перестали быть исключительно изолированными машинами, так как их начали массово встраивать непосредственно во флексографские и гибридные этикеточные линии для финишной отделки за один проход.

All in Print China наглядно доказала, что китайские производители систем облагораживания окончательно преодолели барьер «дешевых, но медленных» решений. Так же, как и в сегменте высокоскоростной цифровой струйной печати, все представленные машины готовы конкурировать с европейскими лидерами (такими, как MGI или Scodix) как по качеству приводки и высоте 3D-элементов, так и по степени автоматизации рабочих процессов с использованием AI-камер для контроля совмещения.

Если перейти к премьерам, то одной из самых заметных стала демонстрация листовой струйной ЦПМ Atexco OfsetMaster B2 с площадью носителя 660x920 мм. Машина умеет печатать 2000 л. в час, в том числе на картоне, а также предназначена для изготовления коробок и, как все решения производителя, имеет самую низкую себестоимость в классе.

Xeikon Ecolyne показал рулонную машину с шириной полотна 330 мм, которая особо примечательна тем, что создана в рамках стратегиче-

“

All in Print China с первых дней существования максимально отличалась от других полиграфических выставок, проводимых в Китае, – комментирует директор Technology of Imaging Евгений Люц. – Благодаря тому, что она проходит под патронажем Messe Düsseldorf (Германия), мероприятие изначально было ориентировано на иностранных специалистов, которые приезжают со всего мира за лучшими решениями, произведенными в Китайской Народной Республике.

В этом году All in Print China еще раз подтвердила глобальные изменения в полиграфической и упаковочной отраслях. Рост производительности труда, которая достигается за счет автоматизации до-, печатных и послепечатных процессов; максимально быстрое развитие цифровых струйных технологий; улучшенный soft; гибридные решения, когда классические офсет и флексопечать объединяются с цифровыми, – все это еще раз подтверждает, что отрасль движется в сторону четырех магистральных векторов: «экологичность, цифровизация, интеллектуальность и интеграция».

Еще один устоявшийся тренд – цифровое облагораживание. Из премиальной технологии оно перешло в разряд базовых, ведь без него сегодня уже невозможно соответствовать требованиям рынка. В наши дни заказчикам уже неинтересна просто отпечатанная продукция, им необходима отделка, которая выгодно выделит их на фоне конкурентов. И на All in Print China можно было увидеть множество цифровых систем для облагораживания, которые ничуть не уступают по качеству европейским и японским производителям, но при этом намного доступнее по цене и выгоднее по себестоимости.

Производители струйных цифровых решений уже не просто уверенно входят в тройку лучших в мире, но и максимально расширяют ассортимент предлагаемых разработок. На стенде Atexco, к примеру, можно было увидеть не только улучшенные VegaPress для книжно-журнальной печати, уже знакомые полиграфистам Центральной Азии, но и три новинки – листовую PageMaster 300, печатающую со скоростью 400 л. в минуту, этикеточную NovaPress и совершенно уникальный, на мой взгляд, листовой OffsetMaster B2, с шириной печати 660x920 мм, который идеально подойдет для печати картонной упаковки короткими сборными тиражами. Как и все решения Atexco, новинки отличаются высоким качеством печати и самой низкой себестоимостью в классе.

Ну и, наконец, постпечатные решения тоже были максимально автоматизированы – двусторонние ламинаторы с автоподачей, автообрывом; термоклеевые биндеры с биговкой и автоподачей обложек; полу- и автоматические ниткошвейки, работающие с листами A5–A3; автоматические крышкоделки и даже клеемазки с конвейерами – все это не только максимально увеличивает производительность, но и позволяет типографиям выйти совсем на другой уровень.



ского партнерства с компанией Weigang, которая теперь собирает цифровые машины Ecolyne на собственном заводе в Китае.

Новая высокопроизводительная флексографская печатная машина от Zonten – Smart 9X-680 с шириной полотна 680 мм и шестью печатными секциями – умеет работать с картоном плотностью до 400 г/м^2 на скорости до 200 м/мин.

Dayuan H-1716CH впервые показал инновационную линию для цифровой струйной печати по гофрокартону и упаковке, включающую в себя автоматические прессы для высечки и горячего тиснения фольгой, в том числе двухсекционную модель MHK-2S1050TT с модулем удаления облоя и высокоскоростной пресс BHT-1060CE.

Dapeng на своем стенде демонстрировал автоматизированный и интеллектуальный цикл резки бумаги.

MauFung показал обновленные автоматизированные системы твердого переплета, выполняющие сборку от готового блока до финальной книги.

Zonten и Guowang продемонстрировали законченные тяжелые финишные модули для обработки этикеточной продукции и гибкой упаковки в линию с флексографскими и гибридными машинами.

Таким образом, юбилейная All in Print China 2026 еще раз подтвердила, что развитие индустрии максимально ускорилось в рамках четырех магистральных векторов: «экологичность, цифровизация, интеллектуальность и интеграция».

В наши дни искусственный интеллект вышел за рамки абстракции и стал частью реальных производственных сценариев, таких как, например, автоматизация настройки задач (Easy Job Setup), где ИИ применяется для мгновенной калибровки и настройки печатных машин, что радикально снижает требования к квалификации оператора, помогая тем самым решить проблему дефицита кадров. Кроме этого, ИИ применяется для интеллектуального контроля качества, где системы машинного зрения на его базе с высокой точностью распознают и классифицируют дефекты на любых субстратах (включая фольгу, лакированные и голографические поверхности), минимизируя ложные срабатывания тревоги. Сюда же можно добавить и «умную» логистику (Smart Warehouse), при которой интеграция печатных линий с автоматизированными складскими системами и роботами для перемещения порезанной продукции и сырья максимально облегчают доставку заказов до клиента.

Еще один устойчивый тренд – тотальная цифровизация, когда границы между традиционными методами и «цифрой» продолжают стираться (гибридные решения). Печать по требованию (On-Demand Printing), о которой впервые активно начали говорить еще на drupa 2012, уверенно перешла из разряда «модной» фишки в необходимость, без которой невозможно соответствовать требованиям рынка. С каждым днем все больше растет спрос на оборудование для сверхкоротких тиражей и кастомизированной упаковки, особенно в пищевом и фармацевтическом секторах.

Ну и, наконец, взрывной рост сегментов гибкой упаковки и этикетки, которые, по-прежнему остаются самыми динамично развивающимися секторами полиграфии. На выставке были представлены специализированные зоны для Label & Flexible Packaging. Особый акцент сделан на финишную обработку (высечка, тиснение, лакирование) в один проход.

Подытоживая вышенаписанное, в очередной раз напоминаем: работать как прежде уже не получится. Если вы хотите построить высокодоходное производство, вы должны соответствовать требованиям рынка, главное из которых сегодня – короткие сроки, а это в первую очередь означает цифровизацию и автоматизацию ☺.

10 ЛЕТ УСПЕШНОГО ПАРТНЕРСТВА

КАТАЛОГ www.tech.kz

tech.kz

SAMS 三明机电 UNITY



OP-8000 MIX термобиндер



8210 HD
7210 HD
гидравлическая
820/720 мм

NEW русский интерфейс



CM460X электрическая 460 мм



CM330E биговка

✓ НАДЕЖНОСТЬ ✓ ВЕЛИКОЛЕПНЫЕ ЦЕНЫ ✓ ОТГРУЗКА СО СКЛАДА В АЛМАТЫ ✓ 1 ГОД ГАРАНТИИ

ТОО «Technology of Imaging» • Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2 • +7 (727) 250 96 69, 258 48 03 • info@tech.kz • sales@tech.kz • www.tech.kz

ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЛАМИНАТОРЫ B3-B1

foliant



Gemini 400



Taurus 760 NG



Vega 400A

ТОО «Technology of Imaging» • Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2 • +7 (727) 250 96 69, 258 48 03 • info@tech.kz • sales@tech.kz • www.tech.kz

Reprocenter

МАТОВАЯ ПЛЕНКА

альтернатива фотовыводу

+7 727 313 37 84

ул. Нурмакова, 51а

ctp@repro.kz

отправляйте файлы с пометкой «Матовая пленка» или «РМ»





Если твоя работа приносит удовольствие, значит, ты себя нашел. И не важно, что ты делаешь – праздничную полиграфию или ножи для тигеля, главное, чтобы интерес к этому никогда не угасал...

РАБОТА КАК ИСКУССТВО

Знаменитое «Найдите себе дело по душе – и вам не придется работать ни дня в жизни» Конфуция, дополненное Генри Фордом «Самая хорошая работа – это высокооплачиваемое хобби», как нельзя лучше характеризует творчество Виктории Духно и Светланы Шалхаковой, выпускающих в своей «Мастерской праздников» настоящие шедевры.

Каждое изделие, рождающееся здесь, – это маленькое чудо, которое не только создает настроение, но и поражает воображение. Казалось бы, ну что еще можно придумать с бонбоньеркой или пригласительным, если ты этим занимаешься 18 лет? Оказывается, очень многое. Главное, получать удовольствие от работы и никогда не забывать, что основа любого процесса – это творчество…

На самом деле полиграфия для праздников логично выросла из моей профессии маркетолога, – вспоминает Виктория Духно. – Когда-то я работала в Казахстанско-Немецком университете, где в мои обязанности входила организация семинаров, конференций и других рекламных мероприятий, которые были неразрывно связаны с печатной продукцией. А так как я очень люблю учиться, то в 2009 году поехала в Москву на курсы для организаторов мероприятий…

Как сейчас помню свой приезд: возвращаюсь и говорю, что буду делать бонбоньерки. А на меня смотрят квадратными глазами и в принципе не понимают, о чем это я. «Ну это вот такие коробочки подарочные, индивидуальные», – с готовностью объясняла я ☺. «Да кому это надо», – говорили мне. Но я совершенно точно знала, что надо и что пройдет совсем немного времени – и это станет таким же востребованным, как и на Западе.

И, как показало время, вы не ошиблись…

Да, и что самое интересное, несмотря на развитие ИИ, мессенджеры вроде WhatsApp и прочие электронные нововведения, бумажная полиграфия не становится менее востребованной. Да, она сейчас совсем другая – люди стали требовательнее, им хочется, чтобы их продукция была более индивидуальной, менее кричащей, необычной и запоминающейся.

Ты расскажи, как первые коробочки делала, – присоединяется к нам Светлана Шалхакова. – Это же был полный треш ☺.

О да, – смеется Виктория, – на момент первого заказа у нас еще ничего не было. Ну какие-то там выкройки я нашла в интернете, взяла нож, линейку и первые свои 30 бонбоньерок вырезала руками. Делаю и думаю: «Господи, какой ужас! Вот же придумала себе занятие – это же кошмар, кошмар! Ну как это можно резать руками?» А я точно знала, что все, кто занимается такой продукцией, делают всё вручную. «Ну нет, – решила я, – мне мои руки жалко и время тоже. Лучше я его потрачу на что-то другое». И стала искать оборудование, подходящее для таких производств, как мое.

А чтобы вы понимали, на тот момент это было совсем нелегко. Ну, на крупных производствах, понятно, были тигели, но кто мне на них будет вырубать 30–100 коробочек или пригласительных?!

Но, как известно, кто ищет, тот найдет, и первым моим помощником стал Silhouette. Через какое-то время выяснилось, что он отлично работает с тонкими материалами и совсем непригоден для плотных, да к тому же биговки у него нет. И тогда я решилась на покупку Sizzix Big Shot Pro, который пришел к нам прямо из Америки.



Чем сложнее задача, тем интереснее, иначе, по мнению Виктории Духно, любая работа теряет смысл





Этот тот, который сразу с готовыми ножами?

Да, и, так как скоро мне понадобились и другие ножи, я тут же столкнулась с проблемой, кто мне их сделает. А выручили меня Laser Line. Вместе с их мастерами мы придумали, как модифицировать классический нож для тигеля, и дело пошло ☺.

А когда вы поняли, что вам нужна Светлана?

Практически сразу, несмотря на то что она сопротивлялась до последнего ☺. На самом деле мама по образованию – преподаватель по изобразительному искусству и художественному труду, которая проработала в школе почти 20 лет. В какой-то момент родители переехали в Астану, и папа предложил маме оставить работу, чем я тут же и воспользовалась. Приехала и говорю: «У меня тут есть открыточки, коробочки, и еще я тут придумала, что вот это можно делать и вот это».

Я ей говорю: «Ну я же не умею», – улыбается Светлана, а она мне в ответ: «Я тебе еще вот глину привезу и будешь цветы делать». Ну куда деваться – пришлось присоединяться. Работа у нас некоторым образом сезонная, поэтому, когда летом–осенью подряд идут свадьбы, дни рождения, юбилеи, всем всё надо быстро. И бывает, что тиражи отнюдь не маленькие: 500 бонбоньерок или пригласительных, например. А с учетом того, какая у нас Виктория затейница, это же не просто коробочка, которую напечатал, вырубил, а дальше клиент сам ее соберет, у нас же это сложная конструкция с юбочками, галстуками, цветами, бусинками и прочими красивостями – понятно, что одному человеку не справиться. Поэтому со временем у нас появились еще помощницы.

Праздничная полиграфия – все-таки достаточно специфичный продукт, который сложно назвать массовым, а где «Мастерская праздников» ищет клиентов?

Ну, в первую очередь, конечно же, мы ориентируемся на организаторов мероприятий, которые передают наши контакты своим коллегам, – рассказывает Виктория. – Также в нашей работе очень помогают соцсети, и какой-то процент – «сарафанное радио». В пандемию было совсем сложно, но, думаю, не нам одним, нам тогда даже пришлось расстаться с девочками-помощницами. В этом году тоже есть некоторый спад, но в целом наша продукция востребована, причем у нас постоянный приток новых клиентов.

Какая-то продукция уходит – сейчас, например, резко снизилось количество подарочных сертификатов, которые у нас заказывали коммерческие предприятия на тот же Новый год или юбилеи фирм, – но это, опять же надеюсь, временно.

Когда нет заказов – мы учимся, потому что в нашей работе надо постоянно вводить что-то новое и удивительное, так как технологии не стоят на месте и запросы заказчиков быстро меняются вместе с ними. И это тоже помогает нам в поиске новых клиентов.

Как, например, смола…

…которая на самом деле появилась у нас после полимерной глины. Все необычные элементы, те же цветы к примеру, – из глины. Работе с глиной мы учились у Галины Леберман, известной под псевдонимом Русалина Цернит, которая живет и занимается творчеством в Крыму. Благодаря этому сотрудничеству мы не только внесли необычные украшения в бумажную полиграфию, но и смогли предложить нашим клиентам дополнительный декор для праздников – например, оформление бутылок шампанского и фужеров для молодоженов или юбиляров. А лет пять назад начались перебои с Cernit (это лучшая глина для таких работ), и мы начали думать, чем сможем ее заменить.

На тот момент смола уже была, но ее больше использовали для производства магнитов, брелоков и тому подобной продукции. Мы нашли мастера – Ольгу Галецкую, которая проводит онлайн-курсы, и постепенно ввели смолу в свою работу.

На самом деле глина и смола – это совершенно разные технологии и задачи, – дополняет Светлана. – Глина – больше для декорирования, в то время как смола – это самостоятельный продукт, позволяющий делать по-настоящему уникальные вещи: новогодние игрушки, кольца для салфеток, блюда и многое другое. При этом в работе с ней можно использовать абсолютно разные вещи – однажды мы создали поднос для невесты, которая захотела увековечить свой свадебный букет.

Или, например, мы как-то подготовили праздничную полиграфию в тематике «Русалочки», где в том числе была книга пожеланий. Так вот обложка у нее была как раз из смолы, внутри которой у нас получилось настоящее море с ракушками, водорослями и прочей атрибутикой.

Еще у нас хорошо зашли игрушки из смолы, и мы даже подумываем в дальнейшем поставить у себя 3D-принтер, чтобы делать их под заказ.

Самое время открывать школу по обучению мастеров…

Ну, мама, наверное, и так наработалась учителем за 20 лет, – улыбается Виктория. – А я на самом деле думала по поводу обучения и даже пыталась запустить пробный курс по бонбоньеркам, но поняла, что это не мое. Люди, как правило, хотят



Когда нет предела совершенству, или Как при помощи глины сделать маленький шедевр







Хочешь – блюдо, хочешь – новогоднюю игрушку… Смола – нет предела совершенству!





всё и сразу. А вот посидеть немножечко, где-то головой подумать, почему это делается вот так, а не вот так… Я объясняла, как отрисовывается нож, мне в ответ – зачем, если есть ИИ. Рассказываю, что ИИ – это классно, но ровно до того момента, пока вы не попытаетесь с этого макета сделать готовую продукцию… Мне в ответ прилетает, что я не умею правильно формировать задание ☺. В общем, проект закончился, не начавшись…

Ну и ладно, всему свое время. Зато у вас есть книги, которые можно заказать только в «Мастерской праздников». Как вообще появилась идея делать светящиеся обложки?

Как и все остальные – по запросу. Книги пожеланий были у нас в ассортименте всегда. Первый заказ пришел нам от организаторов одного мероприятия, столкнувшихся с тем, что все предложенные им варианты были однотипными и выглядели непрезентабельно. Позже выяснилось, что виновники торжества хотят совместить такую книгу с фотоальбомом, когда тут же печатались фото, которые вклеивались вовнутрь с каким-то пожеланием. Было несколько запросов от музеев, приобретающих такие книги на открытие, к примеру, выставки. Часто заказывают такую полиграфию и на юбилеи фирм.

А в этом году наша давняя клиентка попросила, чтобы ей сделали книгу, которую она сможет постоянно дополнять новыми фото, лежащими сейчас по всему дому: «Я хочу, чтобы она была не меньше А3 формата, мои дети будут расти, и я буду ее постоянно дополнять новыми фото, а когда они вырастут, покажу им, как все начиналось».

И мы стали думать, как же сделать так, чтобы это получилось не только красиво, но и функционально. Во-первых, что немаловажно, книгу надо было собрать так, чтобы это все не развалилось и не порвалось. Во-вторых, так как фотографии сами по себе пухлые, нужно, чтобы после того, как их все собрать вместе и вклеить, ее не распирало, она должна смотреться эстетично.

Просмотрев множество вариантов, мы случайно нашли сайт мастера, которая занимается разными сувенирными книгами уже много лет. Среди ее работ были в том числе и книги с подсветками, что и натолкнуло меня на идею.

Я знаю, что такое сумасшедшие мамочки – я сама такая. Дети растут очень быстро, и хочется, чтобы их детство было сохранено не просто в документальной форме, а осталось чем-то памятным и необычным.

Я видела множество беби-буков, которые делают скрапбукеры. Но они все однотипные и совсем скучные, что ли, а это же дети – хочется сказки и волшебства. И мне кажется, что книги со светящейся обложкой как раз и смогут это обеспечить. Причем, так как подобную книгу необходимо в чем-то хранить, практически сразу появилась идея и с футляром.

Как человек не совсем посторонний в полиграфии, я примерно понимаю, сколько труда уходит на создание такой книги, но не очень хорошо представляю, сколько это может стоить…

Так как это далеко не потоковая продукция, ее цена начинается от 200 тыс. тенге и до бесконечности, в зависимости от материалов, использованных при ее изготовлении, и времени, которое было на нее потрачено. Мы можем сделать ее за две недели, а можем – и за два месяца. Дело в том, что дизайн бывает стандартным, уже готовым, или разрабатывается под конкретного человека, а это обозначает, кроме всего прочего, тестирование материалов. К примеру, когда мы делали образцы, выяснилось, что такие книги не могут быть маленькими, так как на небольшом формате подсветка совсем не смотрится.

Опять же тематика: если это детская книга, то, скорее всего, – сказки или популярные мультфильмы; а если это книга пожеланий для ресторана или музея? Понятно, что и материалы для этих двух видов книг будут разными, а значит, и цена окажется другой.

Виктория, а какие заказы для вас самые любимые?

Я больше всего люблю бонбоньерки и пригласительные. Обожаю делать какие-то сложные конструкции-головоломки, продумывать схемы, потому что главное в такой продукции – чтобы на выходе все это работало и не разваливалось после первого раза. Причем мне неинтересно повторяться, даже если мы делаем что-либо по отработанному образцу, там все равно всегда есть что-то новое, индивидуальное.

Возможно, когда-нибудь появится что-то еще такое же обожаемое. Как правило, все идеи приходят мне в голову спонтанно, что-то отсеивается сразу, что-то трансформируется, а что-то принимается без раздумий. Чем хороша наша работа – в ней всегда есть место творчеству, а значит, она никогда не приестся и неизменно будет приносить удовольствие…



Когда магия, или как при помощи батарейки создать настоящее чудо





МАГИЯ В ДЕТАЛЯХ

Каждый год – круговорот: «Нам нужно круто и необычно!» – «Вот креатив!» – «Ой, дорого, сложно, невозможно!» – «Возьмите трио!» – «Спасибо, нам “домик”!»

На сайте подрядчика всегда все прекрасно. Сложные проекты, любые виды отделки, собственное производство. Судя по описанию, могут напечатать северное сияние на олене заказчика.

Отправляешь задачу: необычная конструкция календаря, фигурная открытка, сочетание фактур, несколько видов отделки – и в ответ прилетает: «У нас есть стандартный квартальный календарь. Три блока. Пружина. Ваш логотип сверху». Финита ля комедиа, индивидуальный подход закончился, не успев познакомиться с заказчиком, потому что менеджер привык продавать то, что уже посчитано. Поменять тираж, поставить логотип, отправить счет. А здесь нужно разобраться в конструкции, материалах, последовательности операций, идти к Михалычу в цех… Проще объяснить клиенту, что его идея неправильная. Таким образом, тиснение есть, а желание разобраться – за доплату.

Допустим, хочется открытку, которую приятно держать в руках. Плотную, с выразительной фактурой и деталями, которые замечаешь при повороте к свету. Для этого существуют вполне земные технологии. Тиснение позволяет получить рельеф или углубление, а при использовании фольги – еще и металлический акцент. Логотип можно почувствовать пальцами. Иногда это полезно: хоть какое-то осязаемое подтверждение того, что компания существует.

Еще есть кашировка – приклеивание отпечатанного листа или другого покровного материала к плотной основе, например картону. Так получают жесткие элементы коробок, обло-



жек, календарей. Изделие приобретает нужную толщину и держит форму, вместо того чтобы печально складываться под тяжестью собственной значимости.

Фольгирование добавляет металлический блеск отдельным элементам. В зависимости от технологии фольгу закрепляют на подготовленных участках изображения. Это может быть тонкая линия, надпись, узор. Золотить все целиком необязательно: открытка все-таки новогодняя, а не удостоверение владельца нефтяной скважины.

Выборочный лак наносится на отдельные участки: логотип, снежинки, рисунок, детали иллюстрации. Он помогает выделить их блеском, а при соответствующей технологии – еще и объемом. На матовой поверхности такой контраст особенно заметен.

По отдельности все это есть в списке услуг. Но стоит попросить собрать несколько приемов в одном изделии, как начинается: «Михалыч сказал нельзя!», технолог подтвердил: «Нельзя».

А ведь технолог знает, как превратить красивую картинку в изделие, которое можно изготовить, собрать, упаковать и доставить.

Но иногда обсуждение заканчивается раньше, чем начинается.

– Хотим нестандартные материалы.

– Возьмите обычную мелованную бумагу.

– А дизайнерский картон? Кальку? Прозрачный пластик? Сочетание нескольких материалов?

– Будет сложно.

Да, будет сложно, кто бы спорил. Но ведь именно поэтому заказчик и пришел на производство, а не попросил бухгалтерию вырезать тираж ножницами.

Нестандартные материалы требуют внимания: как на них ложатся краска и лак, держится фольга, ведет себя клей, выдерживают ли они сгиб. У красивого материала может оказаться отвратительный характер. Выяснить это лучше на образце, чем на готовом тираже.

То же самое с конструкцией. Вырубка позволяет получить фигурный контур, окошки, прорези и элементы для сборки. Благодаря ей открытка может превратиться в силуэт елки, а плоская заготовка – в объемный сувенир. Но сначала кто-то должен продумать, как все это будет держаться. Желательно без участия получателя, скотча и ненормативной лексики.

Или нужна печать в шесть красок. Это шесть печатных красок, часто дополнительные – металлик или белила. Шесть красок сами по себе не делают макет шедевром, но могут решить задачу, с которой обычная четырехкрасочная печать не справляется так, как задумано.





Здесь и нужен специалист, который посмотрит макет, проверит материалы, объяснит ограничения и предложит рабочий вариант.

Иногда же за всеми ответами слышится одна большая, честная, почти рекламная фраза: «Не нужно писать ТЗ и объяснять при встрече – нам плевать еще до вашего звонка!»

На сайте ее, конечно, нет. Там индивидуальный подход. Посчитали всё. Почти…

Другой вариант развития событий: проект берут быстро и уверенно. Цена приятная. Заказчик счастлив. Потом выясняется, что кашировку не учли. Вырубной штамп тоже. Фольгирование считали на другом материале. Выборочный лак забыли. А сборка, оказывается, ручная.

Видимо, предполагалось, что по ночам будут приходить эльфы.

Цена растет. Сроки сдвигаются. Из проекта последовательно исчезают детали, ради которых он вообще затевался.

Поэтому сложный заказ требует подробного расчета: какие материалы используются, какие операции включены, нужна ли оснастка, сколько стоит сборка и упаковка; в какой последовательности выполняется отделка и проверена ли ее совместимость.

Если задача непростая, а вопросов тебе не задали вообще, стоит насторожиться. Особенно когда ты сам еще не до конца понимаешь конструкцию, а подрядчик уже все понял за одиннадцать секунд.

К счастью, есть фанаты полиграфии. Их чаще всего видно по реакции. Показываешь необычный проект – человек начинает рассматривать сгибы, трогать поверхность, переворачивать образец. Спрашивает про тираж. Достает картон. Куда-то звонит.

Через десять минут на столе – три материала, два варианта крепления и фраза: «Бро, а если вот здесь сделать иначе?»

Как правило, интересные изделия появляются именно при работе с такими людьми. Они знают, где тиснение действительно добавит выразительности, а где просто увеличит счет. Какую основу выбрать для кашировки. Стоит ли использовать фольгирование вместе с выборочным лаком. Нужна ли печать в шесть красок именно этому макету.

Они тоже могут сказать «нельзя». Но объяснят, почему, и предложат, что изменить. Иногда соберут пробный образец и сами же его забракуют, потому что нашли решение лучше. Им интересно сделать вещь, которую потом захочется показать. Желательно всем. Несколько раз.

Ну и как выбрать тех, с кем получится? Попроси показать сложные работы и объяснить, как их делали. Какие были ограничения, что пришлось проверить, почему выбрали именно такую конструкцию и отделку. По ответам быстро становится понятно, кто участвовал в проекте, а кто просто скачал фотографию для портфолио.

Обрати внимание на вопросы. Хорошему партнеру важно, кому предназначен подарок, как его будут вручать, перевозить и использовать. От этого зависят материалы, прочность, упаковка и сама идея изделия.

До запуска согласуй образец конструкции и необходимые пробы отделки. На экране всегда все красиво раскрывается, блестит и держит форму. У картона иногда другое мнение.

Проверь расчет и сроки по этапам. Фраза «успеем к Новому году» звучит приятно. Но хотелось бы уточнить, к какому именно.

И главное – ищи людей, которым интересно вникнуть в твою задачу. С ними можно обсуждать, спорить, менять конструкцию и находить решения в рамках бюджета. Потому что станки, бумага и фольга сами по себе сотрудничать не умеют. А стандартный календарь тебе предложат в любом случае…



Андрей ГАНИН, арт-дизайнер

@ganinbiz

tech.kz

Atexco

ПЕЧАТЬ ЭТИКЕТКИ



NovaPress 330

ширина 330 мм • скорость до 60 м/мин

ПЕЧАТЬ КАРТОННОЙ УПАКОВКИ



OffsetMaster B2 (920)

ширина 660x920 мм • скорость 2000 А1 л/ч • 128-350 г/м²

ПЕЧАТЬ ЭТИКЕТКИ, ЛАЙНЕРА, ПАКЕТЫ



VegaPress 880 Color HD

ширина 880 мм • скорость 100 м/мин • 38-350 г/м²

Technology of Imaging • Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2 • +7 (727) 258 48 03 • info@tech.kz • www.tech.kz

ЭНЕРГИЯ БУДУЩЕГО

В наши дни прибыльность типографии определяют не размер и количество печатных машин, а скорость обработки заказа и гибкость производства.

Мы уже почти 20 лет работаем, – рассказывает Михаил Клыгов, директор Lpride, – и все это время я постоянно слышу про стагнацию рынка ☺. Но, как по мне, он у нас всегда был, есть и будет нестабильным, и переживать по этому поводу как минимум нецелесообразно. Просто надо постоянно двигаться вперед: вводить что-то новое (и речь не только про оборудование или продукты); работать с командой: люди в нашем бизнесе – это главное; поддерживать связь с клиентами – с каждым годом они становятся все требовательнее; придумывать какие-то фишки. Согласитесь, типографий много, и все они постоянно печатают, значит, надо чем-то выделяться, причем непрерывно.

И если мы говорим о Lpride, то это...

...наверное, опережение. Мы всегда стараемся предвосхитить желание заказчика: разрабатываем дизайны, делаем интересные образцы, дарим подарки с прицелом на то, что клиент закажет что-то подобное для себя. Я точно знаю, что клиенту надо максимально наглядно показывать возможности типографии, многие в принципе не знают, чем отличается та же УФ-печать от цифровой, а картон – от мелованной бумаги. А с учетом того, что мы уже давно позиционируем себя как рекламно-производственная компания, то на сегодняшний день у нас очень много услуг, каждую из которых так или иначе надо показывать.

Кроме печатной полиграфии, мы производим широкоформатные заказы, стикеры и огромный ассортимент упаковки как из переплетного картона, так и из фанеры.



Энергия – самое главное, чего не хватает нам всем сейчас. Именно поэтому я желаю, чтобы ее было как можно больше, тогда любой даже сложный проект, легко получится

А упаковка – это больше сезонный продукт или постоянный?

По-разному. Если говорить о подарочных боксах, то их больше заказывают на праздники: Новый год, 8 Марта, Наурыз. Пакеты и другие виды упаковки заказывают круглый год.

А с какими клиентами Lpride в основном работает?

В основном это крупные коммерческие компании и рестораны – мы всегда старались уйти от частных лиц. Если сначала мы еще брались за небольшие заказы, то сейчас, даже если мы их и делаем, то уже совсем за другие деньги. Мы работаем с бизнесом, которому нужны комплексные услуги. Причем у нас бывают не очень большие по объему, но емкие по стоимости проекты или, наоборот, крупные заказы, где мы двигаемся по цене, но берем количеством.

Нашим клиентам удобно, что они в одном месте могут заказать практически все, включая изделия из дерева или металла, – такое мы тоже производим. Некоторые услуги мы перезаказываем – в какой-то момент стало понятно, что невозможно в рамках одной компании с помещением в 300 м² разместить оборудование, которое позволит забрать все, что есть на рынке. Но под производство, которое, на наш взгляд, перспективно и будет таким еще несколько лет, мы стараемся выстроить законченный технологический цикл.

Те же стикерпаки, например, – мы были практически первыми, кто стал производить их большими тиражами. Причем печатаем мы их на виниле – на тех же Roland, которые отвечают у нас за широкоформатную печать.

Да, я помню, что вы с первых дней работаете с Xerox и Roland...

Да, потому что нет никакого смысла менять производителя, – присоединяется к нам Алексей Пронин, технолог Lpride, – если тебя все в нем устраивает, включая техподдержку от их представителей в Казахстане. Мы всегда стараемся приобретать решения, оптимальные по соотношению «цена – качество – сервис». Никогда не берем машины на перспективу, всегда исходим из текущих потребностей.

Сервис – обязательное условие. Так как мы крупное производство, нам необходимо, чтобы все оборудование работало максимально бесперебойно и уж точно не зави-



Коллектив, по мнению Михаила Клыгова, – это самое ценное, что есть в его бизнесе. Именно команда помогает Lpride стабильно развиваться, несмотря на все, что происходит вокруг







село от поставщика, у которого средний срок доставки расходных материалов 4–6 недель. У нас за это время может пройти от 800 до 1500 заказов, и где мы их должны делать?

И расходные материалы «под себя» тоже не возим – хоть мы и рекламно-производственная компания, но все равно не печатный гигант. Поэтому предпочитаем пользоваться услугами поставщиков расходных материалов. Мы с Михаилом считаем, что каждый должен заниматься своим делом: их задача – обеспечивать нас качественными материалами, а наша – создавать из них классные продукты.

Все время хочу спросить, почему в субботу вы работаете три часа – не полдня, не целый рабочий, а именно столько?

Это наша фишка, – улыбается Михаил. – На самом деле все началось, когда мы только открылись: в субботу в это время мы отдавали клиентам готовые заказы. С тех пор так и повелось: три часа в субботу – рабочий день, и заказчики точно знают, что в это время они могут спокойно обратиться к нам с запросом.

А в чем, по мнению Михаила Клыгова, успех типографии Lpride?

Вне всякого сомнения, – в команде, которая у нас работает. Все мои сотрудники – это люди, на которых я всегда могу положиться. В первую очередь из-за личной ответственности, когда каждый из них знает, в чем заключается его работа и к чему приведет небрежное к ней отношение. Когда коллектив трудится как единый механизм, поддерживает любое твое начинание и проявляет инициативу, это всегда ведет к успеху.

А вообще как вводятся новые продукты в типографии?

Чаще всего благодаря клиентам, – рассказывает Ксения Нафикова, руководитель отдела продаж Lpride. – Поступает необычный запрос от клиентов, и девочки-менеджеры в общем чате запрашивают, сможем ли мы такое сделать. Алексей, проверив срок сдачи заказа (это важный параметр, определяющий, есть ли время на эксперименты и пробы), дает нам ответ.

Когда мы только начинали работать, часто сначала брали заказ, а уже потом придумывали, как его выполнить. Набив шишек, в настоящее время мы делаем с точностью до наоборот: в первую очередь думаем, потом принимаем решение ☺. Это не означает, что сейчас мы не рассматриваем заказы, которые не совсем наши. Если нам



Образцы – это не только красиво, но и полезно. Как правило, увидев что-то необычное, клиент тут же начинает хотеть подобное...





интересно, мы беремся за необычный заказ и нередко благодаря ему приобретаем оборудование, о котором даже не думали, или начинаем предлагать новую услугу.

Бывает, что кто-то из ребят, – дополняет Алексей, – видит что-либо интересное в интернете – и нам хочется это попробовать. Мы делаем образец и, если это действительно может стать востребованным, вводим его в ассортимент. Последнее, как правило, уже не про полиграфию, это чаще стикерпаки (в свое время мы научились их печатать на золоте и серебре), изделия из пластика или фанеры.

Кстати, об интернете. А внедряете ли вы ИИ в работу типографии?

Если говорить о производственном цикле в типографии в целом, то нет, – комментирует Михаил, – но каждый сотрудник, конечно же, им пользуется в частном порядке: дизайнеры довольно активно применяют искусственный интеллект; технолог решает с его помощью много вопросов; руководитель отдела продаж тоже ведет какие-то свои проекты. В грамотных руках ИИ сегодня – незаменимая вещь, просто нужно понимать, в каких вопросах он уместен, а где бесполезен.

А самый интересный заказ для Lpride, он какой?

Ну, если говорить обо мне как о директоре, то это, конечно, тот, который приносит максимальную прибыль. Технологу надо, чтобы он был как можно заковыристей по исполнению – в этом случае всегда можно получить дополнительный опыт.

Девочкам-менеджерам, скорее всего, интересны заказы, где очень много разнообразного мерча. То есть это не изготовление листовок, например, а вот куча всего. Они обожают такие заказы. Во-первых, это много денег. Во-вторых, чем больше продукции, тем интереснее выяснять у клиента спецификацию.

А если перейти к конкретике?

Если честно, – задумывается Алексей, – всего и не вспомнить. За все это время у нас были заказы, непростые по печати и сложные в плане послепечатной обработки, где приходилось придумывать какие-то шаблоны. Один раз помню, у нас принтер начал полосить на срочном заказе, а инженеры не смогли сразу приехать. Так мы порезали бумагу на «неформат» и печатали ее на двух машинах: на одной – лицо, на второй – оборот. Нередко мы совмещаем в одном тираже широкоформатную и цифровую печать – тоже то еще удовольствие ☺.

А я все время вспоминаю подарочную 3D-открытку для компании, которая занимается производством и монтажом лифтов, – дополняет Ксения. – При ее открытии поднималась объемная модель здания, в котором наши клиенты устанавливали лифт. В результате получилась совершенно бомбическая открытка, максимально освещающая деятельность компании и ее реальный проект.

А как часто бывает, что пришел клиент, который хочет чего-то «вау», но даже приблизительно не знает, о чем он?..

И такое бывает тоже, – улыбается Ксения. – Тут нас, как правило, выручает большое количество образцов, как уже «опробованных на клиентах», так и совершенно новых. А еще бывает, что клиент пришел за визитками, а ушел с комплектом полиграфии и брендированной продукции. Соглашусь с Михаилом: когда команда идет в одном направлении, все всегда складывается. Даже если менеджеры в чем-то сомневаются, к нам на помощь тут же приходит технолог, который, как правило, точно знает, сможем мы сделать такое или нет.

На самом деле, независимо от того, хочет клиент что-то необычное или приходит со стандартным запросом, разговор начинается с того, что мы выясняем, чем занимается его компания и какую задачу должна выполнять запрашиваемая им продукция. Также девочки заранее уточняют, что заказчику нравится, а что нет, и показывают несколько разных образцов. Как правило, человеку всегда проще увидеть и выбрать, чем с нуля объяснить свою идею. А дальше по его реакции уже понятно, в какую сторону двигаться. Необычность же может быть где угодно – от конструкции или материала до метода печати, и наша задача – помочь найти решение, которое понравится клиенту и которое мы сможем качественно воплотить.

А бывает, что клиент ушел недовольный?

Конечно. Все люди, все на эмоциях, но мы всегда максимально стараемся сгладить ситуацию, – рассказывает Ксения. – И черный список у нас, как и во всех типографиях, тоже есть. Еще есть клиенты, с которыми мы просто не будем работать с самого начала по ряду причин.

Полиграфия – бизнес, неразрывно связанный с людьми, и от этого никуда не денешься. Но, как правило, клиенты у нас в основной массе постоянные, и, если кто-то пришел к нам за заказом, обычно остается с нами и дальше.



В типографии Lpride все просто: если производитель соответствует формуле «цена – качество – сервис», значит, и сотрудничество с ним будет постоянным





Думаю, это еще и потому, что наши клиенты точно знают, что в типографии Lpride их всегда постараются понять, помогут разобраться в деталях и доведут заказ до результата. Еще для многих важно, чтобы менеджер всегда был на связи, соблюдал договоренности и заранее предупреждал, если возникают сложности, – а у нас это обязательное правило.

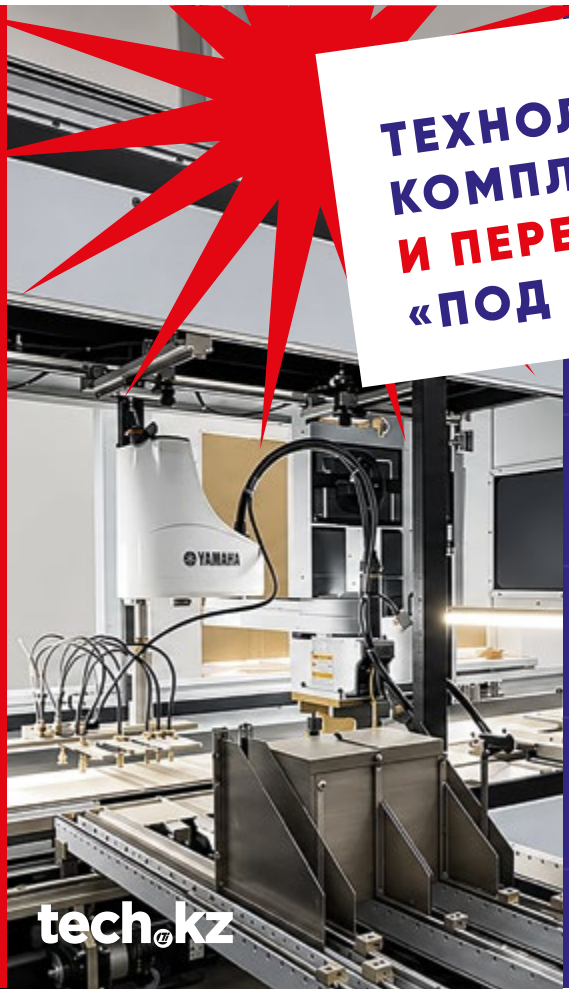
Отношения на годы складываются из внимания к мелочам: помнить особенности, связанные со спецификой продукции клиента, учитывать прошлые заказы, предлагать подходящие решения. И если возникает проблема – находить варианты ее решения, а не констатировать факт. В результате всего этого клиент чувствует, что его заказ важен и за него можно не переживать, и как результат – появляется доверие к партнеру и желание продолжать сотрудничество.

И с коллегами по цеху мы тоже стараемся дружить, – добавляет Михаил. – Как правильно сказал Александр Дубовицкий, директор компании Nakleyka, – у нас нет конкурентов, есть только партнеры. Рынок у нас специфичный, и все мы так или иначе должны друг друга поддерживать.

И в канун Нового года Михаил Клыгов пожелает всем своим партнерам...

...энергии, и побольше. Я, наверное, сейчас понимаю, что это самое важное. Будет энергия – будут новые направления, а за ними – успех и процветание.

pride типография
Алматы, пр-т Сейфуллина, 575, цокольный этаж
+7 (727) 339 33 71
+7 701 485 82 34
tipografiya.kz



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ И ПЕРЕПЛЕТНЫЕ РЕШЕНИЯ «ПОД КЛЮЧ»

- Высокоскоростные струйные ЦПМ
- Ламинаторы
- Термобиндеры
- Ниткошвейки
- Крышкоделки
- Клеемазки
- Производственные линии

tech.kz

Technology of Imaging
Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2
+7 727 258 48 03 info@tech.kz



УСЛУГИ ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ И ТИСНЕНИЮ

ПОДСТАВОК-НОЖЕК ДЛЯ КАЛЕНДАРЕЙ и ОБЛОЖЕК
ДЛЯ КНИГ/ПЛАНЕРОВ/МЕНЮ/ЕЖЕДНЕВНИКОВ из переплетного картона

Бумажный лайнер, переплетный материал (бумвинил, балакрон, термокожа)

от 100 шт. / от 150 ₸

zakaz@tech.kz

ГРИДАН -КОММЕРЦ

Расходные материалы для полиграфии

Для офсетной печати



- Триадная офсетная краска, базовые пантоны, кроющие лаки
- Формные материалы и химические средства
- Офсетные полотна и поддекельные материалы. Очистка и уход за полотнами и валами красочного аппарата
- Увлажняющие растворы и средства по уходу за системой увлажнения
- Лаки водно-дисперсионные и UV-отверждения
- Проволока, смывочные полотна и вспомогательные материалы

Клеи для полиграфии и промышленной упаковки

- Термоплавкие клеи для мягкого переплета на основе EVA, PO, PUR
- Водно-дисперсионные клеи для твердого переплета
- Клей, применяемый при производстве промышленной упаковки
- Клей для оборачиваемой этикетки





Бумага

- Самокопирующаяся бумага
- Бумага для цифровой печати
- Самоклеящаяся бумага

Материалы для флексографической печати

- Самоклеящиеся рулонные материалы:
  - полуглянцевая, винная, металлизированная бумага
  - термобумага
  - полипропиленовые и полиэтиленовые пленки
- Синтетическая бумага
- Краски и лаки UV-отверждения



Услуги по заточке ножей

- Бумагорезательного
- Листорезательного
- Трёхножевого оборудования
- ВШРА и любых других плоских ножей



ТОО «Гридан-Коммерц»
г. Алматы, ул. Бехтерева, 1В
Тел.: +7 (272) 223 23 43, 223 21 86, 223 25 25
www.gridan.kz
gridan@mail.ru

ТОО «Technology of Imaging»
г. Алматы, ул. Нурмакова, 30, оф. 2
Тел.: +7 (727) 250 77 28, 258 48 03
zakaz@tech.kz, www.tech.kz

tech.kz

Ч/Б ПЕЧАТЬ, бумага 80 г (Снегурочка)*

Формат	Цветность	Стоимость, тг.
А4	1+0	11
	1+1	16
А3	1+0	21
	1+1	32

* При печати на бумаге плотностью свыше 80 г/м² к расценкам добавляется стоимость бумаги

NEW
печать на готовых крафт-пакетах и коробках

ПЕЧАТЬ ЛИСТАМИ А3SR, без стоимости бумаги

(стоимость варьируется в зависимости от тиража)

Цветность	До 1000 л., тг.	Свыше 1000 л., тг.
4+0	150	100
4+1	180	115
4+4	295	200

	До 1000 л., тг.	Свыше 1000 л., тг.
Конверты	55	45
Печать на готовых пакетах и коробках	от 70	

БАННЕРНАЯ ПЕЧАТЬ 330х1300 мм

Цветность	до 1000 л., тг.	свыше 1000 л., тг.
4+0	190	125
4+1	250	165
4+4	335	220

ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ/УФ-ПЕЧАТЬ

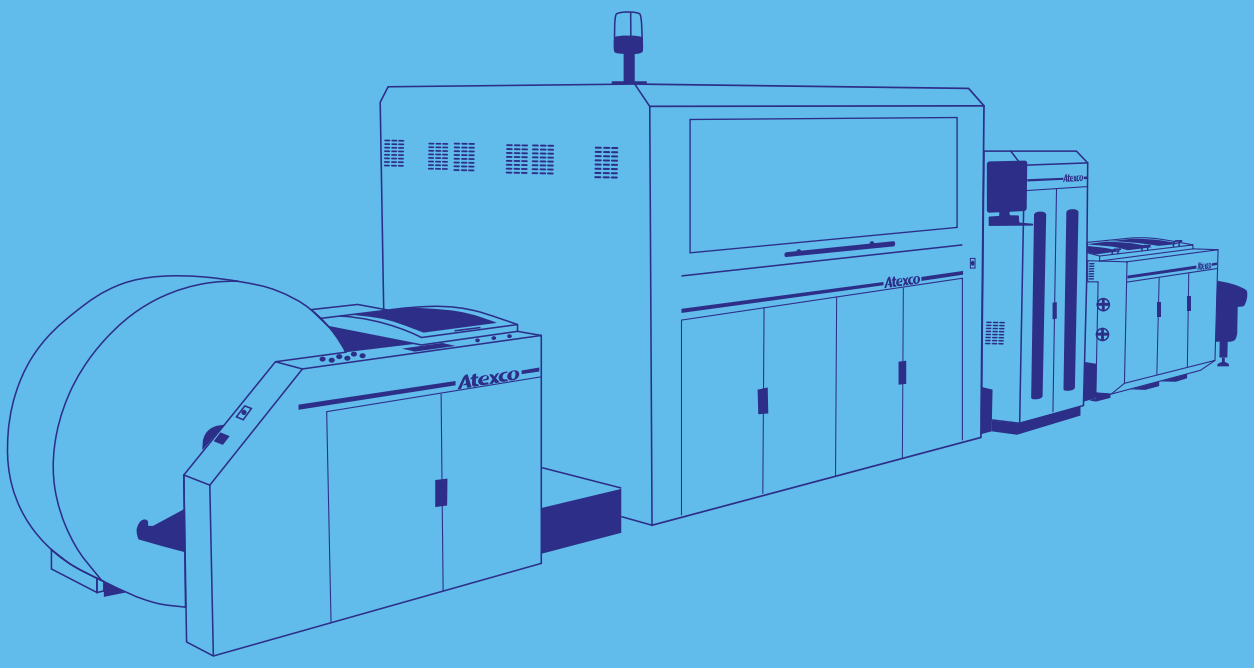
Цветность	Стоимость за 1 кв. м, тг.
4+0, фотобумага (150 глянец, 180 матовая)	3380
4+0, фотобумага с покрытием 230 г	6085
Бэклит, ПЭТ-пленка, политекс	7280
Холст	8780
УФ-печать	12 500

ПОСТПЕЧАТНЫЕ РАБОТЫ

Услуга	За ед., тг.
Припресс глянец, матовый 1+0	40
Припресс глянец, матовый 1+1	80
Припресс soft touch, матовый, глянец 30 мкр, 1+1	160
Вырубка А4, А3SR	200
Фольгирование, выборочный лак	цена по запросу
Термопереплет	100

ПРАЙС-ЛИСТ

tech.kz



БЕЗГРАНИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПЕЧАТИ

с Technology of Imaging