

从印刷媒体的本质看直接制版技术的发展前景

时间: 2003-12-01 来源: 科印网 作者: 蒲嘉陵

【收藏】【打印】

直接制版进入产业应用已经近10个年头，已经走过了是什么、为什么两个阶段，进入怎么做的高速发展阶段。直接制版在我国的应用也走过尝试的诱导期，正在步入高速增长和大面积采用的时期。无论是设备还是材料，依靠进口已经不能维系中国庞大市场的需求，国内外企业开始在中国演义本土化战略，纷纷在中国建厂或寻求合作伙伴，这将更大程度加速并推动直接制版在我国的应用。在这样蓬勃发展的强劲时期，人们关心的焦点基本上都集中在直接制版的技术层面，如成像方式、版材、工作流程管理技术以及配套的数字环境、器材等等。但，只有技术层面的认识是不够的，至少是不完全的。本文拟从发展的视角，分析在各种媒体多元化发展、纷纷涉足印刷市场的背景下，探讨印刷媒体的发展与直接制版技术的关系。

一、印刷媒体的魅力

媒体是信息和载体的一种组合，例如，可视信息与以纸为主体的物理载体的组合构成了印刷媒体、声音与电磁波的组合构成了广播媒体、可视信息与电磁波的组合构成了影视媒体（包括电视）、信息与网络的组合构成网络媒体，……。印刷媒体的诞生要远远早于其它的媒体，是一种古老的媒体技术，但在历次的产业革命中都得到巨大发展，经久不衰，表现出极强的生命力。有人从文化的高度评价印刷媒体，将其称为“纸文化”。不管这种表述是否准确，但印刷媒体所具有的优势确实是其它媒体，特别是互动媒体难以比拟的。表1是印刷媒体与互动媒体作为信息载体的特性比较。

表1 印刷媒体与互动媒体的优缺点比较

| 比较指标 | 印刷媒体 | 互动媒体 |
|-------------|---------|---------|
| 是否需要能量维持 | 不需要 | 需要 |
| 携带的方便性 | 方便 | 不方便 |
| 是否符合人的阅读习惯 | 符合 | 不符合 |
| 质量 | 高 | 中(→高) |
| 成本 | 低 | 高 |
| 信息的是否可更改/擦除 | 不能 | 可以 |
| 信息的读取方式 | 视印 | 交互方式 |
| 信息内容 | 大众化/大批量 | 个性化/按需化 |

从表1可以看出，印刷媒体的优越性主要表现在不需要能量维持、携带方便、符合人的阅读习惯、高质量、成本低等五个方面，互动媒体主要表现在信息可以更改擦除、交互式读取和个性化三个方面。一方的优势恰巧是另一方的劣势，因此两者不是竞争关系，而是互补关系。

上世纪90年代末期，在世界范围内开始了一种叫电子纸的开发研究，试图将互动媒体和印刷媒体的优点融合为一个整体，赋予印刷媒体新的功能，即所谓的“以纸的感觉实现信息的互动显示”。目前单色的电子纸已经接近实用水平，不久将会得到应用。电子纸也可以看成是互动媒体薄型化发展的一个成果。阴极显象管的出现使电影的播放空间缩小到米量级，等离子体和液晶显示屏的出现使显示器件的显示空间进一步缩小到厘米量级，有机电致发光器件（EL）和电子纸的将使显示器件的显示空间缩小到毫米甚至微米量级。也许有一天人们看电视、看报纸、杂志甚至看书籍都没有必要在固定的

名家简介



名家: 蒲嘉陵

简介: 工学博士, 教授, 北京印刷学院副院长。中国感光学会副理事长、教育部印刷包装教学指导委员会副主任委员、全国印刷标准化技术委员会副主任委员、中国印刷技术协会理事兼学术委员会主任委员, 中国仪器仪表学会复印科学与工程学会副理事长、中国科学技术协会全国委员会委员、印刷媒体专业人员协会(IPP)会士, 国际影像科学委员会(ICIS)秘书长。1983~1989年赴(日本)千叶大学和东京工业大学留学, 1990年回国创建信息记录材料研究室。2007年获“毕昇印刷杰出成就奖”, 2008年入选北京高校“高层次人才”。

蒲嘉陵的近期文章

- 蒲嘉陵: 数字印刷管理模式与五大市场
- 蒲嘉陵: 荣获“印刷行业百名科技创新标兵”...
- 蒲嘉陵: 筑梦肩负责任努力攀升
- CHINA PRINT 2009中国印刷业态势分析
- 蒲嘉陵: 论印刷业的技术架构与发展
- 从系统整合看设备、器材的发展
- 我认识的武文祥同志
- 数字时代的印刷产业技术

相关阅读

- 印刷行业CI ELAB色差公式的评价分析
- 30多家打印店免费复印? 点子绝一年赚进一辆...
- 印刷质量测控条设计及制作
- 小投资高回报——教你投资快印店
- 印刷业薪酬问题之我见
- 中国印刷工业发展总结
- 弱市中的砥柱——2009百强读本
- 李永强谈“如何当好胶印机机长”

场所、固定的位置，翻动厚重的报纸或书页，而只需取出放在自己衣袋里的“纸质”显示器，将其平展开，接上类似手机那样的无线通讯设备即可。有人预测，电子纸将会成为一种主要的可视信息载体。这从另一个侧面反映“纸文化”的价值和持久的生命力，支持各种媒体相互补充、共同发展的观点。

二、印刷媒体生产中的有版与无版

印刷的内涵可以从“印刷”这两个字得到解释。在中国印刷博物馆可以形象地看到，“印”就是印版，“刷”指在印版表面刷涂油墨和油墨向纸张转移过程中使用“刷子”的基本操作。按现代印刷工艺过程的分类，前者指印前，后者指印刷。印刷工业被传统定义为复制加工业的根本原由在很大程度上也来自印版，印版起到大量复制的“母版”的作用。印刷媒体针对大众化/大批量的市场的特点也来自印版，一是满足高速大量生产的需要，二是为了降低印刷品的成本。由此可见印版在印刷媒体中的关键地位和作用。但是，这种关键地位和必要性目前受到**数字印刷**的挑战。数字印刷不需要使用印版，属于无版印刷方式，而且也可以达到与传统有版印刷相近的速度和质量，还可以实现传统有版印刷难以实现的“一对一”的个性化生产。

从本质来看，不管是大众化的大批量印刷市场，还是一对一的**个性化印刷**市场，如果不借助印版也能高速获得高质量、低成本的印刷品，那就完全没有必要使用印版。因为印刷生产的本质是将可视信息高速、高质量放置到承印物上，与是否采用印版没有必然的联系。从另一个角度来看，因为采用印版，有版印刷只能针对大众化的批量市场，靠大量复制生产降低成本。也因为采用印版，传统的有版印刷不可能实现一对一的个性化生产。

人们通常将印刷市场按照质量和数量划分，有长版、中版、短版和超短版（一张、一份、一册）不同类型。传统的有版印刷（单张纸印刷、卷筒纸印刷）定位在高质量的中长版市场，无版的数字印刷定位在短版和超短版市场，这种分类在很大程度上是按照印刷生产的成本因素来考虑的（图1）。

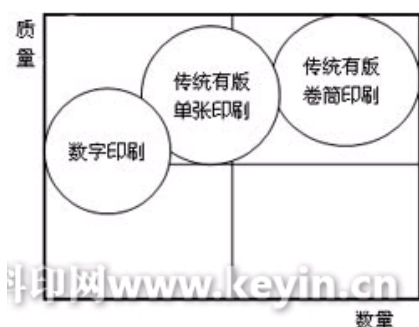


图1 传统有版印刷和无版数字印刷的市场定位

数字印刷的出现填补了传统有版印刷难以实现个性生产的缺陷，填补了极短版市场的空白，使印刷媒体市场覆盖范围得到扩充和完善。因此，数字印刷和传统的有版印刷也不是竞争关系，而是相互补充，共同发展的关系。尽管短版化是目前印刷市场发展的一个趋势，但还没有任何迹象表明批量的大众化需求和市场会消失。只要存在这种需求和市场，通过母版转移复制的有版印刷在技术上是一种兼顾可靠、高速和低成本的方法。因此，有版印刷不会受到无版印刷的冲击，依然有很强的生命力。

上一页 1 2 下一页

关键字： 直接制版 印刷媒体

评论(0) 【收藏】 【打印】 【回到顶部】

会员留言板

新会员注册

用户名： 密码： 验证码： JSVB

登录并发表评论

重填