

直邮·数码印刷·商机

作者：邱林华

乍一看，直邮、数码印刷、商机之间似乎没有什么必然联系，但是当你了解到有的印刷企业由于采用了数码印刷等新技术，使直邮产品的产值达到 6.4 亿美元，你一定想知道，直邮加数码印刷究竟能给印刷企业带来多大的商机。

我国直邮市场发展潜力巨大

直邮是一种重要的营销方式，所谓直邮是指寄件人通过邮寄邮件的方式与收件人直接进行沟通，向收件人传递准确、有用的信息，达到宣传产品或提供服务的目的，实现一对一营销。与电视营销、网络营销等其他营销方法相比，直邮不仅针对性强，所需费用低廉，而且具有可测性、互动性、准确性和不受时间与场地限制等特点。

由于具有上述优点，直邮不仅在世界各国得到了广泛应用，近年来在我国也得到了迅速发展。据统计，中国邮政每年为各类企事业单位和组织制作直邮商函近 40 亿件，占邮政信函总量的 70% 以上，直邮业务量年均增幅在 20% 以上。2006 年 5 月 25 日，中国直邮协会的成立，使国内从事或使用直邮业务以及各类与直邮有关的企事业单位、社会团体有了自律性的行业组织，必将对规范我国直邮市场、促进我国直邮行业的健康发展起到积极的作用。中国直邮协会副会长王景江在谈到中国直邮协会今后的发展时提到，目前，中国直邮协会的创始会员有 120 家，包括邮政商函公司、速递公司、数据库公司、印刷企业、银行、保险以及物流航空公司等，今后各省市也要建立直邮协会。中国直邮协会将下设名址信息专业委员会、商函广告专业委员会、账单专业委员会、直复营销专业委员会、印刷及商函制作设备专业委员会、物流等支撑部门专业委员会等 6 个专业委员会，其中，印刷及商函制作设备专业委员会已于 2006 年 6 月 14 日成立，该专业委员会将为所有进入直邮印刷及商函制作设备行业的企业提供一个相互交流、促进合作、共同发展的平台，促进直邮业务快速健康地发展。

直邮商函的种类主要包括数据库商函、直邮账单、直邮广告等。在直邮业发达的美国，2005 年各大公司共邮寄了 1000 多亿份直邮商函（见表 1），采用直邮这种营销方式的主要有银行、信用卡公司、杂志出版商、百货公司、品牌产品的制造商和经销商等。尽管近些年发送 E-mail 和在互联网上发布广告也成为商家普遍采用的营销手段，但由于直邮能获得比其他方式更好的回报，广告商及营销商还是非常青睐这种方式，直邮在美国呈稳步增长的发展态势。虽然近年来直邮在中国发展迅速，应用的领域已覆盖通信、金融、公用事业、零售、房地产、汽车、旅游餐饮、教育文化、农业、医疗保健、IT、会展和咨询服务等行业，但与发达国家相比仍存在较大差距。中国直邮协会副会长王景江以直邮产值占 GDP 的比重来说明我国直邮与国外的差距：欧美国家的直邮业产值占其 GDP 的 0.5% 以上，如荷兰直邮业产值占荷兰 GDP 的 1.6%，而我国直邮业的产值只占 GDP 的 0.2%。由此可见，直邮在我国仍处于起始阶段，还有很大的发展空间。

表 1 美国直邮商函数量的增长

数码印刷使个性化直邮得以实现

谈到直邮的发展，就不能不提数码印刷的发展。数码印刷技术与数据库技术相结合可以实现可变数据印刷，特别是近年来彩色数码印刷技术的发展，使彩色个性化直邮商函在直邮业得到成功地应用，为直邮业的发展带来了新的活力。因此，深入了解数码印刷的现状与发展有利于更好地开展直邮业务。

美国 RIT 理工学院教授 Frank Romano 在一篇文章中指出，可以按照以下方法将数码印刷机分为四大类。



- (1)以单页印刷或文件印刷为主，大多数是色粉类，有些是喷墨印刷机。
- (2)宽幅型，几乎都是喷墨印刷机。
- (3)以包装印刷或销售点展示广告印刷为主，主要是喷墨印刷机。
- (4)第四类是特殊用途、工业用途的数码印刷机，大多数是喷墨印刷机，少数是色粉类。

按照速度的快慢，又可将以单页印刷或文件印刷为主的数码印刷机分为四类：桌面型（印刷速度在 10 页/分以下）、复印/打印型（印刷速度在 10~30 页/分）、中速型（印刷速度在 40~60 页/分）和生产型（印刷速度在 70 页/分以上）。

据 Frank

Romano 教授统计，2005 年当年全球彩色数码印刷机的装机量达 20000 台（见表 2），其中约有一半安装在北美，美国约有 60% 的商业印刷商和快速印刷商已经拥有彩色数码印刷能力。目前，彩色数码印刷机的供应商主要有佳能、柯达、HP

Indigo、柯尼卡美能达、施乐、奥西、赛康等。此外，大日本网屏公司也于 2005 年进入高速喷墨印刷市场。

表 2 2004~2010 年全球彩色数码印刷机装机量及预测

如果按照给纸方式分，数码印刷机还可以分为单张纸数码印刷机、卷筒纸数码印刷机，不论是哪一种类型的数码印刷机，都能实现个性化直邮印刷品的印刷。未来数码印刷机的印刷速度会更快，单张纸机型将达到 100 页/分以上，卷筒纸机型将达到 150 页/分以上。

事实证明，数码印刷尤其是彩色数码印刷使个性化的直邮达到了新的水平，由于采用数码印刷机印刷的个性化直邮商函能够获得更高的客户回应率，越来越多的公司开始采用个性化直邮作为营销手段。目前，除交易账单外，汽车销售宣传、博彩高额回报宣传和超市商品宣传等领域都不乏应用此类成功案例，他们利用数据库和适用的软件，实现了高水平的个性化直邮，获得了 15%~40% 的客户回应率。

然而，虽然从理论上讲数码印刷技术可以实现 100% 的可变数据印刷，而且采用可变数据印刷的具有个性化的直邮印刷品能够获得更高的客户回应率，但从目前的实际应用看，真正采用全部可变数据印刷的直邮商函还不多，90% 的交易账单和 85% 的直邮商函都采用传统印刷与可变数据印刷相结合的方式，即先用胶印印刷好固定不变的图文信息，再用数码印刷机加印可变数据信息。由此可见，可变数据印刷在直邮业的应用并没有人们想像得那样普遍。即使是应用了可变数据印刷，也分为简单应用、一般应用和复杂应用三个层次。据 Frank

Romano 教授介绍，在当前的可变数据印刷应用中，简单活件占 45%，复杂活件占 34%，中等复杂程度的活件占 21%。影响可变数据印刷应用的因素既有人们的认识问题，也有技术应用水平的问题，还有数据库的建立与数据保密性的问题。

直邮为印刷企业带来商机

随着数码印刷和网络的发展，国外有一类公司应运而生，这类公司既非单纯的广告公司，也非单纯的印刷公司，更不是传统意义上的直邮公司，他们能提供全套的营销服务解决方案，他们将新的数码印刷技术和营销媒体与创新的设计相结合，生成面向每一位客户的真正的个性化印刷品，提供从账单到直邮印刷、从网络营销服务到多媒体、从数据库管理到国内外电话营销等多种方式的服务。像 DME 和 Sourcelink 公司就属于这样的公司，他们拥有研究手段、创新的思路及丰富的专业经验，全程参与客户的战略开发和活动开展，帮助客户实现高效的市场策略。在这些新公司诞生的同时，一些传统的印刷企业也看到了直邮市场巨大的发展机遇，纷纷采用数码印刷技术，开展直邮商函的印刷及邮寄业务，有不少印刷企业都取得了成功。有关杂志曾撰文列出了美国排名前 10 位的直邮印刷企业及其直邮印刷



品的销售额：魁北克世界印刷公司（6.4 亿美元）、当纳利公司(4.92 亿美元)、Vertis(3.17 亿美元)、Banta(1.84 亿美元)、IWCO 直邮公司(1.18 亿美元)、Japs-Olson 公司(8500 万美元)、Von 霍夫曼公司(7900 万美元)、Consolidated

Graphic 公司(7000 万美元)、Holden Communications 公司(5000 万美元)、Berlin Industries 公司(4200 万美元)。这些公司大都是美国百强印刷企业的上榜企业，其直邮印刷品的销售额占公司总销售额的比例最高的达 94%，最低的也达 6%。

国外的发展和实践表明，数码印刷为印刷企业创造了重要的机遇，它使印刷企业不再局限于印刷业务，而能够将服务延伸到直邮或其他领域，为印刷企业创造了新的利润增长点。国内很多印刷企业可能都有过这样的经历：在完成一批直邮商函的设计、印刷加工后，客户又将活件拿走，送交商函中心进行邮寄。因此，很多印刷企业的负责人也在思考这样的问题：既然企业已经拥有了对直邮商函进行创意设计、印刷、印后加工的能力，为什么不投入一些设备完成直邮商函的封装和邮寄，为客户提供一站式服务呢？

当然，开展直邮商函的邮寄业务并不只是增添几台设备这么简单，需要经过长期的努力。据统计，即使在直邮业发展相当迅速的美国，也只有 9% 的印刷企业能提供直邮商函的邮发服务。如果一个印刷企业决定开展此项业务，就意味着企业的市场部门也要着力开发直邮市场，企业的业务员及客户服务人员要把直邮商函真正作为公司的一项产品去销售，企业生产部门的有关人员要做好一切准备，生产满足不同客户需求的直邮印刷品。直邮商函的生产流程主要包括商业信函设计、印制以及函件投递所需要的地址打印和邮资打印等。有专家指出，印刷企业在进入直邮商函市场时，不仅要注重数据库的建设，还要慎重选择合适的印后加工设备和邮资分发设备。在购置新的封装机、插页机、传送机、邮资打印等设备时，要针对自己所加工商函的特点来选择。如果资金很充裕，可以从大而全的角度出发，将所需的设备添置齐全。因为一般来讲，只要你有了相应的设备和能力，客户就愿意尝试。另外一个思路是先盘点一下自己现在加工的商函种类，然后再选购所需的设备。此外，如果你只想将自己定位于某个明确的目标市场，例如银行信用卡账单或保险公司的商函，也可以只添置加工该印刷品所需的相关设备。

国外直邮企业成功案例

从下面几个国外的成功案例中，我们可以看到印刷企业该如何开展直邮业务，他们的成功经验值得国内的印刷企业借鉴。

案例一：DST Output 公司

DST

Output 公司成立 35 年来，为金融、保险、保健、电信等领域的客户提供印刷账单、电子账单、直邮商函的印刷与邮寄服务，每月直邮量达 1.75 亿份（包括电子账单与直邮印刷品），2005 年总收入达 4.872 亿美元。

为了满足如此大的业务量需求，公司添置了 5 台柯达万印的 VX

5000 喷墨印刷系统。公司不仅为用户提供直邮商函的印刷服务，还提供包括设计、数据扩展、工作流程管理等一系列服务。公司生产经理 Dave

Smith 说：“我们看到越来越多的客户愿意采用全彩色的个性化信息服务，包括一些信用卡公司、汽车销售公司，还有许多品牌产品供应商。采用柯达万印的数码印刷机，不仅能印刷彩色印刷品，更重要的是可以按照客户需要印刷个性化印刷品。实践证明，与单色直邮商函相比，彩色印刷的个性化直邮商函能使客户的回应率提高 30%。例如，我们的一个信用卡公司客户会依据客户的消费水平定期为其寄送优惠券，并且在其生日时还提供额外 10% 的优惠；这家信用卡公司还要求在优惠券上印上条码，以便对优惠活动的结果进行跟踪统计。还有一个客户，通过寄出的账单对库存货物的数量进行跟踪分析，当发现存货过多时，



就立即搞一些促销活动，在每月给客户寄送的账单中告诉客户减价销售的信息。”

DST Output 公司承接的活件中，常常有要求在 24 小时之内完成的，因此，数码印刷机的印刷速度能否满足要求非常重要。

案例二：Rapid Solutions 集团

总部位于美国纽约的 Rapid

Solutions（简称 RSG）集团为客户提供“端到端”的解决方案，包括应用开发、创意设计、数码印刷、胶印及封装等，通过采用数码印刷、按需印刷技术和网络化的解决方案，提高客户的满意度及忠诚度，因此，人们不是把 RSG 视为印刷公司，而是称其为营销支持服务公司。

金融及保健业是 RSG 集团服务的两大领域，由于客户对彩色交易账单的需求日益增多，RSG 集团近年来添置了施乐 DocuTech 180

Highlight Color 系统及 6 台施乐 iGen3 生产型数码印刷机。RSG 集团副总裁 Julia

Lombardo 表示：“6 台 iGen3 满足了我们对印刷速度及印刷品色彩质量的要求，采用施乐数码印刷机印刷的彩色交易账单大大促进了金融及保健业的客户与其客户间的沟通与交流。我们印刷的商函品种比较多，要求数码印刷机具有较强的灵活性。有些账单或商函是单色与彩色混合印刷的，有时一份由许多页组成的商函还会采用不同种类的纸张。采用 iGen3 印刷这类活件无须停机一次就可完成，其速度、灵活性及专色印刷能力增强了我们的竞争力。”

据介绍，随着 RSG 集团发出更多的客户定制产品，采用复杂的可变数据管理及印刷控制策略，为客户印刷的产品使其客户的忠诚度提高了 20%。自从 RSG 集团引进了彩色数码印刷机后，90% 的客户都愿意应用彩色印刷。

案例三：Sprint Mailing Services 公司

Sprint Mailing

Services 公司每月都要印刷并邮寄 2300~2400 份商函（合计约有 1.16 亿页），为了实现高效率，向自动化生产的目标迈进，2004 年 1 月，公司添置了 10 台 IBM 公司的 Infoprint 4100HD3 及 HD4 型数码印刷机，从机器开始安装到正式投产只用了一个月。公司印刷直邮部经理 Krystal

Barr 说：“在电信业，大家一般都使用 20 磅的纸张印刷账单类印刷品，但采用 IBM 数码印刷机后，我们可以使用 18 磅的纸张，每年节约的纸张就达 480 吨。而且由于能够使用更薄的纸张印刷账单，还节省了邮资。”

除 Infoprint 系列数码印刷机外，Sprint Mailing Services 公司还选用了 Infoprint Productivity

Tracking 软件，该软件能告诉操作者印刷活件用了多少时间，出错频率，估测用了多少吨纸等，便于公司分析生产状况。

案例四：IWCO Direct 公司

IWCO

Direct 公司在美国直邮市场已经有 35 年的专业经验，在金融服务和保险市场都有不俗的表现，能提供端到端（创意设计、印前、印刷、印后加工、信封印制、促销塑料卡、邮寄、打包、数据处理服务等）的服务，每月直邮商函的数量达 2 亿件。近年来，IWCO

Direct 公司的客户要求其印刷更多的个性化直邮商函，且交易账单上的图片越来越多，彩色印刷品越来越多，为了满足客户不断增长的需求，IWCO

Direct 公司不断在提高个性化生产能力方面进行投资，引进了 12 台奥西 VarioStream 7650cx 连续票据印刷机、23 台奥西 PageStream 印刷机，这些印刷机全部采用奥西 PRISMAproduction APA 服务器控制。



IWCO Direct 公司信息服务部副总裁 Jim

Leone 说：“面对客户日益增长的双面印刷需求、MICR 图像印刷需求及个性化印刷的需求，我们考察了许多厂商的高速个性化印刷系统，最终选择了奥西，奥西数码印刷机不仅印刷质量稳定，而且生产速度高。此外，奥西的解决方案具有可升级、可拓展性，例如印刷图像分辨力可升级到 600dpi，印刷数据格式可以支持 PCL、PDF，也可以支持 PostScript。”

IWCO

Direct 公司为客户印制的直邮印件可谓千差万别，有的直邮印件只有几页，有的则可能多达 40 页，因此，对数据处理的准确性和效率要求很高。数据处理部经理 Marc

Hacker 说：“我们的工作流程中采用了 Exstream Dialogue、GMC Print Net T

Letterwriter 软件及 Firstlogic 的邮件准备软件，因此不论是邮件的生成，还是邮件的个性化、可变数据的管理等都非常方便。”

直邮拥有广阔的发展前景

从上面几个例子可以看出，印刷企业要向直邮商函服务领域拓展，在投资添置先进、适用的数码印刷设备，印后加工设备，邮寄设备的同时，还要考虑节约成本的问题。有研究表明，在直邮项目中，60%的成本都是与印刷有关的（包括纸张、邮寄费用等），只有40%的成本与预媒体（印前、创造性的服务、管理等）相关。因此，控制纸张成本、节约邮资是印刷企业在从事直邮业务时应该注意的问题。

尽管面临网络媒体、电视媒体的挑战，直邮仍具有广阔的发展前景。英国 Pira 研究机构曾在一份研究报告中指出，未来 10~15 年，直邮仍将是一种强有力的媒体，将对企业网站和电子邮件营销活动起到辅助的作用。未来的直邮印刷品将变得更有吸引力，也更复杂，不仅具有彩色化和个性化的特点，还将拥有客户定制的内容，直邮产品将采用条形码和 RFID（射频标签）技术，从而让营销活动的组织者能对直邮印刷品进行追踪，对客户的回应情况进行收集、整理和分析。

目前，个性化直邮商函在我国还未得到广泛应用。随着技术更加成熟，市场更加规范，相关政策的不断完善，相信个性化直邮商函会在我国得到更广泛地应用，除专业的商函中心外，今后将有越来越多的印刷企业涉足这一市场，提供直邮商函的印制及邮寄等服务。谁能抓住机遇，利用数码印刷技术提供满足客户需求的高附加值服务，谁就能够在直邮商函市场中大显身手，在激烈的市场竞争中争取双赢。

