



خبری، آموزشی- سال دوازدهم - شماره ۱۴۲ - آذر ۱۳۹۵ - ۲۶۴ صفحه - ۱۰۰۰۰ تومان

هنرهای مدیر، یک انتخاب

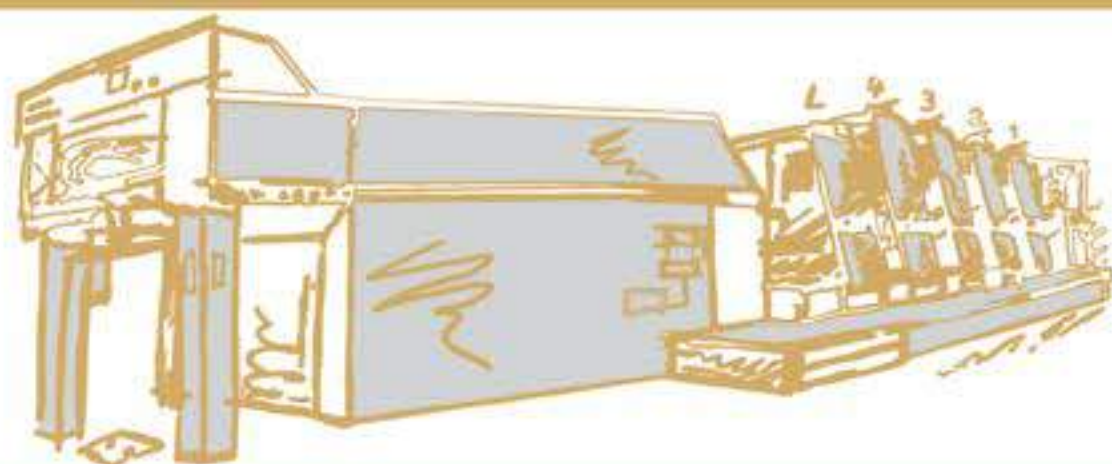


سالنامه **کارا** تدبیر هنر

[اولین تولیدکننده سالنامه چرمی
با قابلیت تغییر رنگ پس از لیزر]

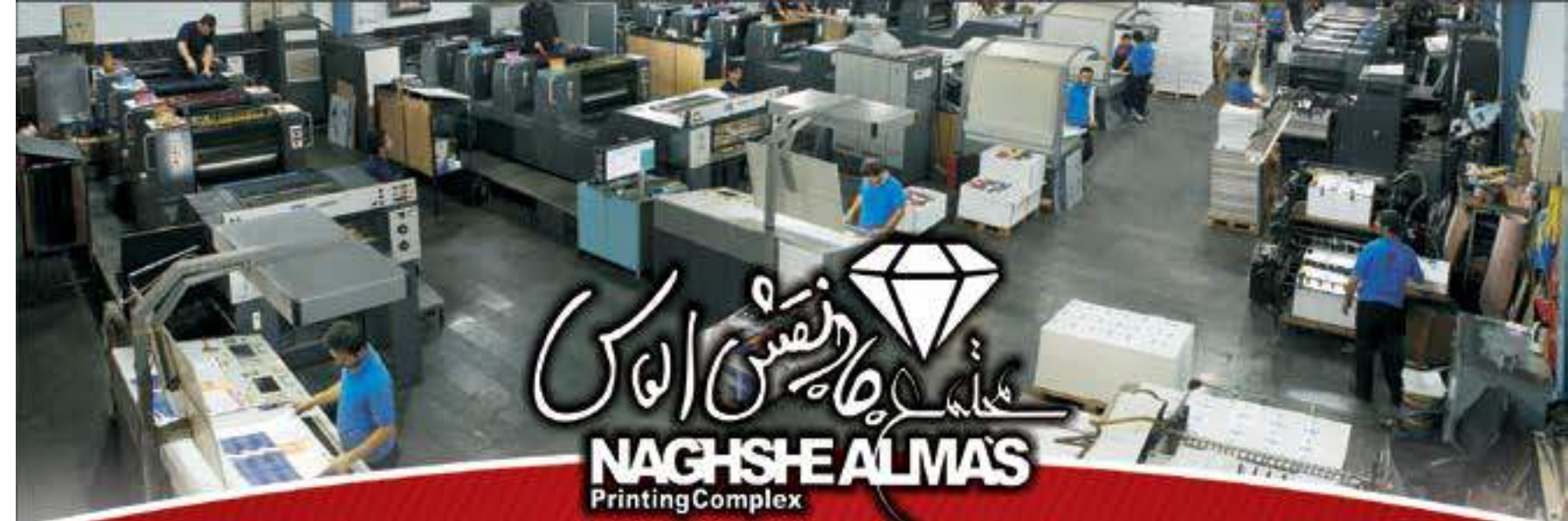
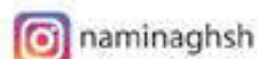
۰۲۱-۸۸۱۷۴۵۲۲-۸۸۱۷۲۲۵۴

www.karaprint.ir



لیتوگرافی . چاپ . طلاکوب . سلفون حرارتی . صحافی

تهران / خیابان جمهوری / بعد از چهارراه مخیرالدوله / نرسیده به خیابان ملت / کوچه محمودی / کوچه سالار فاتح / شماره ۳
تلفن (خط ویژه): ۳۳۱۱۴۳۶۳ دورنگار: ۳۳۹۷۶۳۳۷



ماشین آلات مجتمع چاپ نقش الماس

- 1 دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی هایدلبرگ ۵ رنگ CD102-5L **NEW**
- 1 دستگاه ماشین چاپ دو ورقی هایدلبرگ ۵ رنگ CD 74-5L **NEW**
- 4 دستگاه ماشین چاپ دو ورقی هایدلبرگ ۴ رنگ
- 1 دستگاه ماشین چاپ جنیوس ۵۲ یووی (Genius 52 UV)
- (با قابلیت چاپ بر روی انواع لیبل شیشه ای - پلی کریبات - پی وی سی و ...)
- 1 دستگاه ۲ ورقی تک رنگ هایدلبرگ
- 1 دستگاه تمام اتوماتیک لمینیتور اتوباند مدل ۲۰۱۶ (AUTOBOND) **NEW**
- (تنها دستگاه لمینیتور موجود در خاور میانه-ساخت کشور انگلستان)
- 1 دستگاه مگنت گذار تمام اتوماتیک مخصوص کارتهای بانکی مدل ۲۰۱۶ **NEW**
- 1 دستگاه پانچ تمام اتوماتیک کارت های بانکی و لمینیتی **NEW**
- (با سرعت ۱۸۰۰۰ کارت در ساعت مدل ۲۰۱۶)
- 1 دستگاه لتر پرس ۲ ورقی هایدلبرگ
- 1 دستگاه طلاکوب تمام اتوماتیک هایدلبرگ
- 1 دستگاه لیتو گرافی پلیت ستر creo آنلین هایدلبرگ
- 1 دستگاه لیتوگرافی مگنوس ۸۰۰ کدک فول اتوماتیک
- (پر سرعت ترین و مجهز ترین پلیت ستر جهان)
- 1 دستگاه یووی تمام اتوماتیک ساکورانی
- 1 دستگاه یووی سیلندری دو ورقی
- 1 دستگاه سیلک یووی نیمه اتوماتیک
- 1 دستگاه امباس طرح کتان
- 1 دستگاه سلفون کشی تمام اتوماتیک حرارتی
- 1 دستگاه سلفون کشی تمام اتوماتیک دو کاره (سرد و گرم)
- 6 دستگاه برش پلار دهنه ۱۱۵-۹۲
- 2 دستگاه پاکت سازی تمام اتوماتیک
- 4 دستگاه دایکات ۶۰ - ۹۰
- 1 دستگاه پانچ دور گرد کارت ویزیت BOSCH
- 3 دستگاه برش POLAR مدل های ۲۰۱۱-۲۰۰۸-۲۰۱۲ **NEW**



منتظر حضور گرمتان در بیست و سومین نمایشگاه
بین المللی چاپ ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته هستیم .
سالن ۳۸ آلمان ۵ الی ۸ دیماه

چاپخانه : میدان بهارستان ، خیابان مجاهدین اسلام ، بعد از حسینیه فاطمیه ، نبش کوچه حشمتی ، پلاک ۲۱۴ تلفن : ۳۳۵۳۳۲۷۲
مرکز سفارشات : تهران ، میدان بهارستان ، خیابان ظهیر الاسلام ، پاساژ شقایق ، طبقه ۴ ، واحد ۴۰۶ خط ویژه : ۰۲۱-۳۵۴۱

www.naghshealmas.com

telegram.me/naghshealmas0213541

اسپیرال کو SPIRAL.CO

تولید و فروش فنرهای مارپیچ و دوبل روکش دار خارجی و آویز تقویم دیواری

- ✓ فروش انواع دستگاه های صحافی و فنر زن و فنر جمع کن و پانچ دستی و اتوماتیک
- ✓ فروش انواع قالب پانچ گرد و مربع و پرفراژ و دستگاه برش و پرس کارت
- ✓ تولید و فروش فنرهای فلزی مارپیچ **روکش پلاستیک** خارجی در رنگها و سایزهای مختلف
- ✓ فروش انواع **فنر دوبل** به صورت شیت و **رول** و فنر پلاستیک و کریستال
- ✓ انجام خدمات پانچ و فنر و صحافی در اسرع وقت



میرسائیان ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳

۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۷۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۸۰۰

پیکری سفارشات

تولید و فروش **آویز تقویم** دیواری روکش دار
و **شیرازه** تقویم دیواری



سیمای شهر عرضه کننده تجهیزات مدرن صنعت تبلیغات

دستگاه چاپ بنر کونیکا ۵۱۲۱



انتخاب هوشمندانه
برای موفقیت



بدنه مستحکم/سرعت و کیفیت چاپ بالا



دستگاه بنر کونیکا ژاپن



انواع دستگاه برش لیزر



دستگاه چاپ بنر ایکون تک با هد سیکو ژاپن



دستگاه بنر اسپکترا پولاریس



دستگاه چاپ اکوسالونت DX7



انواع دستگاه سی ان سی



اصفهان، ارغوانیه، ارغوانیه ۱۷ پلاک ۳۷

تلفن ۰۳۱-۳۵۳۱۶۲۵۱-۶

تلفن ۳۵۳۱۷۰۶۰-۳۵۳۱۷۰۵۰

www.simayeshahr.com



- بزرگترین مجتمع فروش و خدمات پس از فروش دستگاههای چاپ فلکس و بنر
- عرضه کننده انواع دستگاه برش لیزر و سی ان سی و دستگاههای حروف ساز چلیوم
- توزیع گسترده انواع مدیا و جوهر مخصوص چاپ لارج فرمت
- عرضه قطعات یدکی مخصوص انواع دستگاه چاپ
- تبدیل دستگاههای فرسوده به تکنولوژی روز دنیا
- سرویس و خدمات گسترده در سراسر ایران

www.signkala.com

NEW COLLECTION

۷۷۶۴۱۳۳۰۶ info@iranefarda.com
iranefarda.com iranefarda_bot

ایران فردا



designed by HAMID RADEGH
iranefarda Studio 2018

کیفیت برای همه

کلکسیون جدید روکش های ترمو ساخت کشور ایتالیا و پارچه های ساخت کشور آلمان
مناسب برای تولید سالنامه، کتاب و هدایای تبلیغاتی
برای اطلاعات بیشتر و دریافت کاتالوگ با ما تماس بگیرید



Made in KOREA

dilli
digital illustrate inc.

RECORD

DGI
DIGITAL GRAPHICS INCORPORATION

شرکت رکورد شما را به بازدید از جدیدترین تکنولوژیک روز دنیا دعوت می کند.
وعده دیدار سیزدهمین نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته
۱۵ الی ۱۸ دیماه - نمایشگاه بین المللی تهران - سالن ۶ - غرفه رکورد

رکورد نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش Dilli و DGI در ایران
تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۰۸۹۸۹ (خط ۱۰)

WWW.RECORDSD.COM

POWER OF CHOICE

اولین و بزرگترین مرکز چاپ
اختصاصی فاکتور در ایران

بنیان گذار فرم های عمومی چاپ فاکتور در ایران
مرکز انحصاری چاپ کاغذ های کاربری
چاپ، شماره و پرفراژ با سیستم افسر

سفارش آنالین

www.faktorprint.com
info@faktorprint.com 

دارایه جایخانه اختصاصی مجهز به:

- ▲ یک دستگاه افست GTO پنج رنگ هایدلبرگ (شماره زن)
 ▲ دو دستگاه افست GTO دورنگ هایدلبرگ (شماره زن)
 ▲ چهار دستگاه افست GTO تک رنگ هایدلبرگ (شماره زن)
 ▲ چهار دستگاه ترتیب کن دوپلو دوازده خانه
 ▲ دستگاه برش یلار دهانه ۱۱۵

تلفن های تماس: ۳۳۱۱۹۴۰۱- ۳۳۱۱۹۶۷۴- ۳۳۹۸۰۱۰۴- ۳۳۹۸۵۰۹۳
مرکز سفارشات: تهران، میدان بهارستان، خیابان ملت، برج بهارستان، واحد ۴

تخفيف ويره
همكلان

۶۹ ۱ تومان / ۱۰۰۰ / ۱۰۰
 ۷۸ ۲ تومان / ۱۰۰۰ / ۱۰۰
 ۸۶ ۳ تومان / ۱۰۰۰ / ۱۰۰
 ۹۵ ۵ تومان / ۱۰۰۰ / ۱۰۰



ط آزادی سراج

تلفکس : ۶۸ ۳۶ ۹۴ ۳۳
عمومی : ۹۷ ۳۷ ۹۴ ۳۳
اختصاصی : ۸۵ ۲۵ ۹۵ ۳۳
۰۶ ۲۱ ۹۵ ۳۳
۱۸ ۳۸ ۹۴ ۳۳

میدان بهارستان ، خیابان ظهیرالاسلام ، بن بست
خاورمیانه ، ساختمان خاورمیانه ، پلاک ۴
Tarahanazadi@gmail.com

مدیریت: محمد خانے

قیمت	میزان خرید	نوع سرمایه‌گذاری
۴۰/۰۰۰	۵ الی ۷ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۵/۰۰۰	۲ الی ۳ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۰/۰۰۰	۵ الی ۷ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۵/۰۰۰	۲ الی ۳ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۶۰/۰۰۰	۵ الی ۷ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۷۰/۰۰۰	۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۷/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۰/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۲/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۰/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۵/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۵۵/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۵/۰۰۰	۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۵۰/۰۰۰	۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۸۰/۰۰۰	۲۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۱۰۰/۰۰۰	۲۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۷۵/۰۰۰	۲۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۵۰/۰۰۰	۲۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۴۷/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۲۷/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۲/۰۰۰	۱۲ الی ۱۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۵۷/۰۰۰	۱۲ الی ۱۵ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۵۵/۰۰۰	۱۴ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۶۷/۰۰۰	۱۵ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۹۰/۰۰۰	۱۵ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۲۵۰/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۲۸۰/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۸۰۰/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۱۴۵/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۳۱۰/۰۰۰	۱۵ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۹۰/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۱۹۰/۰۰۰	۱۰ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق
۲۰۰/۰۰۰	۱۵ الی ۲۰ روز کاری	سرمایه‌گذاری بر روی صندوق

جنس	(مکان نمونه)	تعداد (تیرها)
سلفون برای پیکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۱/۰۰۰
سلفون برای میکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۵/۵۰۰
سلفون مات پیکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۱/۰۰۰
سلفون مات میکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۵/۵۰۰
کتان افساس پیکرو	۳ ا ۴ روز کاری	۱۴/۰۰۰
کتان افساس میکرو	۳ ا ۴ روز کاری	۱۵/۵۰۰
کتان آلمان پیکرو	۳ ا ۴ روز کاری	۱۹/۰۰۰
کتان آلمان میکرو	۳ ا ۴ روز کاری	۲۴/۰۰۰
گشامه - پیکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۱/۰۰۰
گشامه - میکرو	۱ ا ۲ روز کاری	۱۵/۰۰۰
سوسنتری پیکرو	۷ ا ۱۰ روز کاری	۱۶/۰۰۰
سوسنتری میکرو	۷ ا ۱۰ روز کاری	۱۸/۰۰۰
لیبل معمولی	۳ روز کاری	۱۲/۵۰۰
لیبل ۴ روزه سلفون برای	۳ روز کاری	۱۳/۵۰۰
لیبل مس قرمز	۷ ا ۱۰ روز کاری	۹۰/۰۰۰
لیبل شیشه ای	۷ ا ۱۰ روز کاری	۵۰/۰۰۰
لیبل، متالیزه	۱۵ ا ۲۰ روز کاری	۹۵/۰۰۰

ردیف	مبلغ قابل پیش‌پرداخت		مبلغ قابل پیش‌پرداخت
	۲۰۲۰	۲۰۲۱	
۱	۳۰۰۰	۱۰۰۰	۴۵×۶۰
۲	۴۲۰/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰	۵۰×۷۰
۳	۴۷۰/۰۰۰	۳۳۰/۰۰۰	۴۵×۶۰
۴	۴۹۰/۰۰۰	۳۴۰/۰۰۰	۵۰×۷۰
۵	۵۷۰/۰۰۰	۳۸۰/۰۰۰	۴۵×۶۰

[illegible]



POWERED BY CANADIAN TECHNOLOGY



الوان سازان آسیا

شرکت الوان سازان آسیا نماینده انحصاری شرکت LUXUL

تامین کننده جوهر چاپ افست خشک و فلكسو یووی

در بیست و سومین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران، پنجم لغایت هشتم دی ماه
سالن ۳۸ (سالن آلمان) پذیرای شما می باشیم



نشانی: تهران، شهرک غرب، میدان صنعت، بلوار فرمزدی، سافتمان صدف ۲ طبقه ۶ واحد ۲۱

تلفن: ۲۶۷۶۱۲۴۹ - ۲۶۷۶۱۲۷۹ فکس: ۲۶۷۶۱۲۵۳

مجتمع چاپ و صحافی

هدف نوین



لیتوگرافی

دستگاه پلیت ستر ۵/۴ ورقه

چاپ

ادستگاه ۸ رنگ ۲ ورقه هایدلبرگ پشت و روزن همزمان (اسپیدمستر)

۲ دستگاه ۴ رنگ ۲ ورقه هایدلبرگ (اسپیدمستر)

ادستگاه دورنگ ۲ ورقه هایدلبرگ پشت و روزن همزمان (اسپیدمستر)

ادستگاه چهاررنگ ۵/۴ ورقه اسپیدمستر هایدلبرگ پشت و روزن مدل ۲۰۰۴

صحافی

خط کامل لاین

آدرس: جاده مخصوص، کیلومتر ۱۸، خیابان ۶۷، پلاک ۵
تلفن: ۴۴۹۹۲۷۰۱
فکس: ۴۴۹۹۲۷۰۲
همراه: ۰۹۱۲۵۴۳۶۹۳۰
ایمیل: www.hadafnovin@gmail.com



برج بهارستان

BAHARESTAN TOWER

بزرگترین مرکز ارائه دهنده خدمات
چاپ، تبلیغات و کارت عروسی

تهران، میدان بهارستان، ابتدای خیابان ملت

WWW.BORJEBAHARESTAN.IR

The largest service center
Of Print, Advertising &
Wedding card



شرکت رزین‌های صنعتی ایران
اولین تولید کننده چسب و رزین در ایران

تاسیس ۱۳۵۴



**Innovation means
victory!**

• چسب‌های هات ملت زنده (PRESSURE-SENSITIVE ADHESIVES):

مناسب برای کاربرد در صنایع بهداشتی، خودرو سازی، لیبیل سازی

• چسب‌های جراتی (هات ملت (HOT MELT): برای صنایع بسته بندی، صفا، چوب و صنعت فرش

• چسب‌های تمینیت، استارکینگ، و اتدینگ مخصوص دستمال دلسی

• رزین‌های پلی وینیل استات (PVA): برای صنایع تولید چسب و آهار فرش و موکت

• چسب‌های سرد (پایه پلی وینیل استات): برای صنایع چوب، بسته بندی، کارتن، صفا، و توله مقوای (گر)

• افزودنی‌های مختلف برای صنایع شیمیایی و ... بر اساس سفارش مشتریان



دفتر مرکزی: تهران، خیابان قائم مقام قزوینی، کوچه میرزا حسن، پلاک ۲، طبقه اول

تلفن: ۸۸۱۰۰۲۲۹ - ۸۸۱۳۹۷۱ - ۸۸۱۳۹۷۲ - ۸۸۱۳۹۷۳ (۴ خط)

کارخانه: سازه شوره صنعتی کاوه، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۴

email: info@iirc-co.com www.iirc-co.com

hoormelt

hoormelt



بازرگانی راد

RAD.IMPEX.SERVICE

وارد کننده محصولات تکمیل چاپ
فهرز، پرس کارت، برش کاغذ
و ملزومات اداری از اروپا و آسیا

QUPA SPC SAX ELM FRONT



۸۸۹۱۶۹۸۰-۱
۵۵۵۷۶۱۸۴
۵۵۸۰۰۵۸۰
۵۵۱۵۰۳۶۸
۵۵۸۰۹۷۱۱ : فکس

www.rad-office.com

بودار تبلیغ کنید!!!
فوشبوکننده تبلیغاتی آروما

”دارنده تفصی ترین فط تولید
فوشبوکننده در قاورمیانہ“



نمونه بسته بندی



میزبان شما در سیزدهمین نمایشگاه بین المللی تبلیغات (سالن ۲۷)

با رو نمایی از محصولات جدید

تولید شرکت فرداسازان شمیم پایتخت

www.aroma-fresh.ir
info@aroma-fresh.ir
@shamimpaytakht
shamim.paytakht

آدرس کارخانه: تهران، کیلومتر ۱۲ اتوبان ساوه
نسیم شهر، شهرک صنعتی نسیم شهر، پلاک ۱۷۷
021-330 20 922 021-330 25 494
0912 437 2006

با بیش از ۶۵ سال سابقه

بزرگترین تولیدکننده انواع ورنی و اتریس و یووی در اروپا

۱۸۰ نوع و اتریس برای بسته‌بندی‌های غذایی، دارویی، آرایشی، سیگار، لیبل، مقاوم در برابر حرارت ۲۴۰ درجه سانتی‌گراد، پلیستر، افست‌رول، کارتن (مقاوم در مقابل چسب) مخصوص PE و AIU، لاک داخل بسته‌بندی غذایی، Kalanderlacke، پرایمر، لاک مخصوص کاغذ فلزی، لاک Akzident دو رو و...

اتریس ACTEGA Terra

عالی‌ترین مواد اولیه بدون Benzophenon، رعایت صد درصد سلامتی، براق، مات، قابلیت پانچ hot foil stamping

یووی ACTEGA Terra

تولیدکننده شماره یک ورنی IML در اروپا در ۷ نوع مختلف، پاستوریزه‌کننده، Uberlappen، مقاوم در مقابل آب، مات، براق، خیلی براق، Soft-Touch

IML - ACTEGA Terra

قرارداد جدید همکاری با KBA طرف قرارداد با JTI (وینستون)، BAT (کنت) و MM اطریش

آدرس: تهران - میرداماد - میدان مادر - خیابان بهروز - کوچه یکم - ساختمان خادم - طبقه پنجم واحد ۱۷
تلفکس: ۲۲۲۲۴۱۹۵ - ۲۲۹۲۱۳۵۷ - ۲۲۴۶۵۸۷۰ همراه: ۰۹۱۲۳۵۷۴۹۳۳ (عباس سپاهی)

E-mail: puyan@sepahi-co.com

آفاق
سالنامه



همگام با زمان ، همراه با شما

برای دریافت کاتالوگ و لیست قیمت به سایت مراجعه کنید

۲۳۰۰۰۰۱۱۰ - ۲۳۰۰۰۰۱۵۱ - ۲۳۰۰۰۰۹۴ - ۲۳۰۰۰۰۳۴

WWW.AFAGH-CO.COM

گروه بازرگانی سپکا

شاهواری

نماینده انحصاری مرکب دایهان کره از سال ۱۳۸۸

The color
you can see everywhere is
Daihan Ink

محصولات قابل عرضه دایهان:

افست: مرکب Plus Kleentec، مرکب VP، مرکب AQUA، مرکب Vidan

U.V: سری مرکبهای Prism

سری مرکبهای Heatset

White Coating, Varnishes, Metal Decoration, Sublimation

(مرکبهای ترانسفر پارچه، ورنی، مرکب فلز و سفید پوششی)

آدرس: دروازه دولت، سعدی شمالی،
خیابان نادری، کوچه خانقاه مطهریه،
پلاک ۵

تلفن: ۴-۷۷۶۲۳۵۸۰ - ۷۷۶۱۸۴۸۶
۸۸۳۱۴۹۷۳-۸۸۸۲۰۴۶۱

وبسایت: www.sepka.org



چاپ سلامی

برترین های محصولات پارچه ای نانوون را از ما بخواهید

اولین
صادرکننده
محصولات
نانوون

تولید ساک های دستی با قابلیت نصب زیپ و سلفون به صورت همزمان
امباس پارچه های اسپان باند تا عرض ۱۸۰ cm به صورت رول دربیش از ۲۰ طرح
چاپ چهار رنگ افست بر روی ساک های دستی آماده به صورت تصویری با حداقل تیراژ ۱۰۰۰ عدد
چاپ سیلک اسکرین برجسته به صورت رول به رول تا عرض ۱۲۰ cm
چاپ فلکسو تا عرض ۱۶۰ cm



پارچه های اسپان باند سازگار با محیط زیست و قابل بازیافت می باشند

۸۸۳۲۰۴۰۰-۵ @chapesalahi salahiprint.com ecobagsiran

تهران، خیابان انقلاب، دروازه دولت، خیابان خاقانی، نبش کوی خاص، پلاک ۴۹

واحد پس از چاپ آماده انجام سفارشات متالایز، سلفون چسبی، U.V سیلندری می باشد.



kingwood

SPEEDY-ISO

سریع تربه کیفیت دست یابید

اسپیدی ایزو

مركب‌های مقرون به صرفه و با کیفیت
افست اسپیدی کینگ‌وود بهترین تعادل
آب و مرکب را همراه با براقیت فوق‌العاده،
زمان نشست مطلوب و مقاومت عالی در
برابر سایش به ارمغان می‌آورد. اسپیدی
مركب ایده‌آل برای چاپخانه‌هایی است
که به دنبال مرکب‌های استاندارد با
کیفیت بالا و قابلیت خشک شدن سریع
هستند. مناسب برای تمامی ماشین‌ها.
اسپیدی ایزو دارای استاندارد ISO 12647
و گواهی‌نامه‌های اروپایی ROHS, En71
و ASTM با فروش جهانی قابل توجه.

مزایای بارز:

- براقیت بالا
- رنگ‌های درخشان
- حداقل جاقی ترام
- سرعت بالای نشست
- سازگار با انواع ورقه
- حداقل نیاز به پودر زنی
- اکسیداسیون سریع

ایران روتاتیو R

نماینده انحصاری

کمپانی کینگ‌وود

تهران، خ سهروردی شمالی

خ دکتر قندی، خ سیبویه شمالی

پلاک ۲، ساختمان هایدلبرگ

کدپستی ۱۵۴۹۱۵۲۱

تلفن بخش فروش: ۰۲۱ ۸۷۷۸۰۳۴۰

www.iranrotative.com



Graphic
www.cyangraphic.com

تقریباً روزی و سررسیدهای جدید
و منحصر به فرد سایان گرافیک



تهران - خیابان ۳۷ وزرا، پلاک ۴، واحد ۴ فکس: ۰۲۱ - ۸۸۷۹۷۳۴۹

تلفن: ۰۲۱ - ۸۸۷۸۰۳۴۰

صحافی و بسته بندی

آرتیم



- تولید تقویم و سررسید عمومی و اختصاصی
- جلدسازی، صحافی ته دوخت و پانچ و فنر
- تولید دفتریادداشت، ساک دستی و جعبه فانتزی

نشانی: کیلومتر ۲۰ بزرگراه فتح، شهر قدس، ۴۵ متری انقلاب، بلوار مصلی، بعد از چهارراه نبوی، پلاک ۳۶
 تلفن: ۲۶۷۶۴۴۳۵ - ۲۶۷۶۴۴۳۹ فکس: ۴۳۸۵۳۹۱۷
www.arteamgroup.com



فولدرهای A4 از مجموعه رث فایل
 محصولی جدید از رث گرافیک
www.rathgraphic.com

Make it
 Order Form

KIYANICO

همراه همیشگی لحظات شما

وعده دیدار ما در نمایشگاه های

✓ چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته ۸ - ۵ دی ماه

✓ تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته ۱۸ - ۱۵ دی ماه

در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

جهت دریافت کاتالوگ محصولات ۱۳۹۶ با ما تماس بگیرید.



به کانال تلگرام ما بپیوندید:



@KIYANICO

آدرس: تهران، خیابان انقلاب اسلامی،
خیابان نامجو جنوبی، پلاک ۶۶
(۱۰ خط) ۰۲۱-۷۷۶۲۳۰۵۰
WWW.KIYANICO.COM
KIYANICO@YAHOO.COM

سالنامه VOZARA یک سالنامه خوب...

تولید روزانه ۵۰۰۰ جلد سررسید
صحافی اتوماتیک توسط لاین کامل Kolbus
جلد سازی به صورت اتوماتیک Kolbus

اعطای نمایندگی فروش به سراسر کشور تخفیف ویژه برای همکاران

برای دریافت کاتالوگ و لیست قیمت
با ما تماس بگیرید.

www.iranvozara.com

ارسال رایگان تا پایانه و باربری

۰۲۱ - ۸۶۰ ۷۰ ۷۰ ۵

۰۳۱ - ۳۲۲۰ ۷۰ ۶۶



telegram.me/iranvozara
instagram.com/vozaracalendar96





KIYANICO

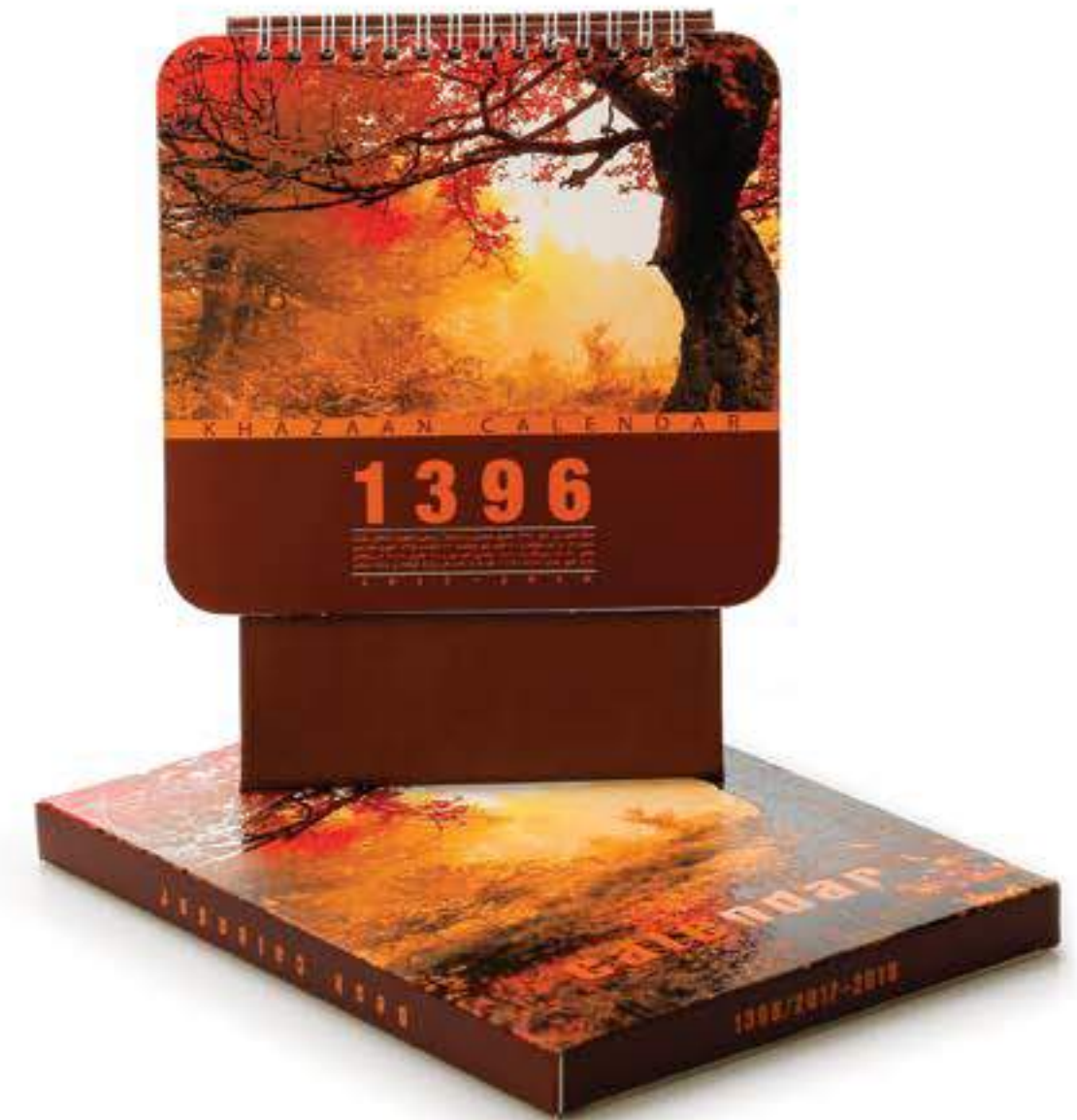
GIFTS SET

It may be said that publicity gifts is one of the most important elements for attracting the attention and continuation of cooperation with customers, and this direction, the management is a suitable gift and is an especial application for the friends who are respectful and worthy to us, and we may record our name in their memories by a proper selection.

KIYANICO

پیشرو در ایده های برتر

تقویم رومیزی بیش از ۲۰ مدل متفاوت



با پیوستن به کانال تلگرام، از تولیدات روزانه ما مطلع شوید



انجام کلیه پروژه های چاپی

AVAZEH
Printing Complex

www.avazehprint.com



ماشین چاپ ۴/۵ ورقی پنج رنگ همراه با واحد لاک زنی CD 102-5L • سلفون کشی فول اتوماتیک حرارتی

پلیت ستر حرارتی ۴/۵ ورقی با گردش کار دیجیتال • ماشین چاپ دو ورقی چهاررنگ اسپیدمستر SM 74-4H

• ماشین دایکات ۴/۵ ورقی BOBST • برش دیجیتال پلار 115E • دستگاه عاج زن و تاکن اشتال
لتر پرس ۲/۵ ورقی، جعبه چسبانی، یووی سیلک، یووی سیلندری

مجموعه چاپ آوازه

تهران، جاده مخصوص کرج، کیلومتر ۱۱، خیابان ۲۹، شماره ۱
تلفن: ۴۴ ۹۰ ۱۰۰۰ - ۴۴ ۹۰ ۲۰۰۰ • فکس: ۴۴ ۹۰ ۴۷ ۰۹
info@avazehprint.com

کنجینه ماندگار

تولید کننده سررسید های عمومی و اختصاصی
با ۲۰ سال سابقه کار

CALENDAR 1396
2017-2018

تلفن: ۴۶۸۱۷۴۹۲-۵
همراه: ۰۹۱۲۳۲۶۲۶۰۰



Calendar BOX

جعبه سررسید ۹۶



HARD BOX

جعبه های هارد باکس (جعبه سخت)



بسته بندی های جدید هارد باکس ویژه صنایع مختلف

انواع جعبه سخت ویژه سررسید ، جعبه هدایای تبلیغاتی ، جعبه ارگانایزر
جعبه های کادویی شکلات ، مصنوعات چرم ، صنایع دستی ، زعفران ، پوشاک

تجربه تولید صدها هزار جعبه ی هارد باکس با دستگاه تمام اتوماتیک
کامل پک ، دستگاه های تمام اتوماتیک ، نیروی متخصص ، تجربه تولید

(خط ۱۰) ۰۲۱ - ۸۸۵۰۳۶۳۳

۰۹۱۲۴۱۴۳۹۵۰

WWW.KAMELPACK.COM
SALES@KAMELPACK.COM



پیشرو در صنعت چاپ و بسته بندی

www.avazehprint.com

AVAZEH
Printing Complex



← پلیت ستر حرارتی چهاررنگ ورقی با گردش کار دیجیتال

ماشین چاپ دو ورقی چهاررنگ اسپید مستر SM 74-4 H

ماشین چاپ چهاررنگ ورقی پنج رنگ همراه با واحد لاک زنی CD 102-5 L

ماشین دایکات ۴/۵ ورقی BOBST

برش دیجیتال پلار 115 E

لترپرس ۲/۵ ورقی ، جعبه چسبانی ، یووی سیلک ، یووی سیلندری

سلفون کشی فول اتوماتیک حرارتی ، دستگاه عاج زن و تاکن اشتال

مجموعه چاپ آوازه

تهران، جاده مخصوص کرج، کیلومتر ۱۱، خیابان ۲۹، شماره ۱

تلفن: ۴۴۹۰۱۰۰۰ - ۴۴۹۰۲۰۰۰ • فکس: ۴۴۹۰۷۷۰۹

info@avazehprint.com



KONICA MINOLTA
bizhub C454e
bizhub C654e
New Version

ایده آل
متعدد - متفاوت !!!
شرایط واگذاری آسان

سری جدید ماشینهای مالی فاکشن چند منظوره

کونیکا مینولتا

با شرایط ویژه، آماده نصب و راه اندازی!!!

www.idealshop.ir

ماشینهای اداری ایده آل عضو رسمی اتحادیه فن آوران و ماشینهای اداری تهران

عرضه، نصب و راه اندازی، سرویس و پشتیبانی جدیدترین مدلهای ماشین کونیکا مینولتا مرکز تخصصی و حرفه ای بخش مواد مصرفی و لوازم یدکی اورجینال تمامی مدلهای کونیکا مینولتا دارنده اولین سایت اینترنتی تخصصی آنلاین تجهیزات و ملزومات ماشینهای کونیکا مینولتا در ایران

IDEAL
Professional Industrial Equipment

تهران - سعادت آباد - علامه جنوبی - مرکز تجارت طوس - شماره ۵۹
تلفن : ۸۸۹۶۳۰۳۰ تلفن همراه : ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴
info@idealshop.ir



KONICA MINOLTA

نسل جدید ماشینهای اداری کونیکا مینولتا

با کیفیت و قابلیت های متفاوت با آنچه تا بحال دیده اید.....!!!

عرضه ایی متفاوت از ایده آل

عضو رسمی اتحادیه فن آوران و ماشینهای اداری تهران

ایده آل

متعدد - متفاوت !!!

انتخاب حرفه ای ها

عرضه لوازم یدکی و مواد مصرفی اورجینال

کلیه مدلهای نسل قبل پروداکشن کونیکا مینولتا با قیمتهای تجارتي

C6500-C6000-C7000-C8000



عضو فعال و موفق بیش از ۲ دهه در صنعت چاپ دیجیتال ایران
تجربه نصب و پشتیبانی بیش از ۳۰۰ ماشین حرفه ایی کونیکا مینولتا

bizhub C1060/70-C1060L-C1085

COLOUR PRODUCTION MULTI FUNCTION COPIER / PRINTER / SCANNER

آماده نصب و راه اندازی با آپشنهای متعدد و دلخواه

گارانتی و خدمات پس از فروش مطابق استاندارد کمپانی سازنده

انبوه مواد مصرفی و قطعات یدکی فابریک

استفاده از تسهیلات فایناس مدت دار بدون بهره

مشارکت و پشتیبانی فنی و مالی از ایده آل آلمان

شرایط واگذاری آسان !!!

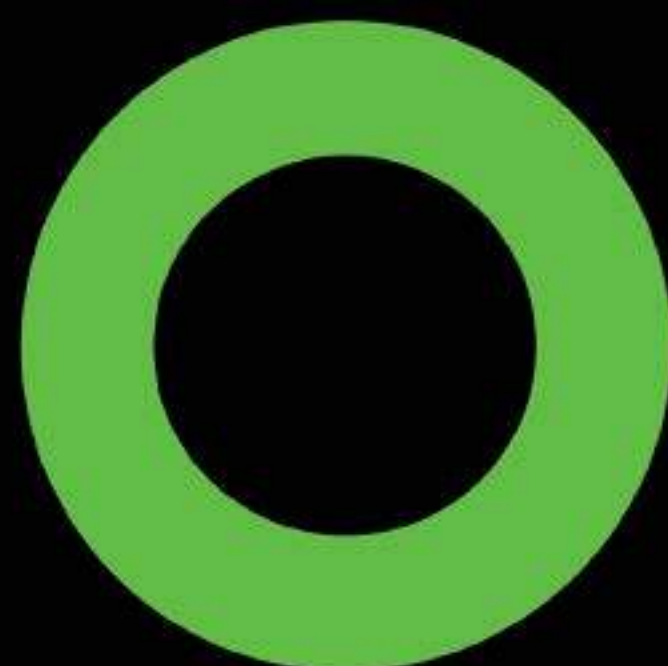
دفتر تهران : سعادت آباد - علامه جنوبی - مرکز تجارت طوس

شماره ۵۹ تلفن : ۸۸۹۶۳۰۳۰ تلفن همراه : ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴

کانال تلگرام

@idealshop





کارنو
karinoprinting

این مجله در کارنو صحافی شده است

مجتمع چاپ و صحافی کاری نو

جاده قدیم قم، بعد از گهریزک، جاده واوان، ترسیده به اتوبان قم، پلاک ۱۱۴ تلفن: ۵۶۵۳۷۴۱۶ - ۵۶۵۳۷۴۲۰ فکس: ۵۶۵۳۷۴۱۱
صحافی جلد، سخت: میدان محمدیه، خیابان شمالی، کوچه مهدویان اجدی، پلاک ۲۴ (نوری) تلفن: ۵۵۸۱۷۹۹۷



**TANDIS
BARTAR**

طراحی، عکاسی
لیتوگرافی، چاپ
صحافی، جعبه سازی

۳۰۰ گرم

کارت ویزیت
Business Card

جنس	قیمت (تومان)	زمان تحویل
فلون برای یک رو	۸۰۰۰	
فلون برای دورو	۱۲/۵۰۰	۱ روزه
فلون مات یک رو	۸/۵۰۰	
فلون مات دورو	۱۳/۰۰۰	
کتابان یک رو	۱۴/۰۰۰	۴ روزه
کتابان دورو	۱۵/۰۰۰	
کتابان دورو دوگانه	۲۸/۰۰۰	۷ روزه
فلون مات دورو دوگانه	۲۳/۰۰۰	
فلون برای دورو دوگانه	۲۳/۰۰۰	۵ روزه
سومناری یک رو	۱۵/۰۰۰	
سومناری دورو	۱۷/۰۰۰	
لیبل	۱۱/۰۰۰	
لیبل فلون برای	۱۲/۰۰۰	۲ روزه
برچسب انیوال	۴۰/۰۰۰	
لیبل سیل CD	۹۰/۰۰۰	

لینت برای ۲ رو دورگرد	۳۸۰۰۰	
لینت مات ۲ رو دورگرد	۶۰/۰۰۰	
لینت برای دورگرد	۳۰/۰۰۰	۷ روزه
لینت برچسب	۳۹/۰۰۰	
لینت برچسب مربع	۳۳/۰۰۰	
PVC 500 mic	۴۰۰/۰۰۰	
لینت اسراف فوری	۴۴/۰۰۰	۲ روزه
لینت مات فوری	۶۵/۰۰۰	

گلاس و تحریر

پاکت نامه Envelope	تحويل ۷ روز کاری	بکرو	تعداد	ملفی	A4
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۱۰۰۰ عدد	۹۰/۰۰۰	۱۹۰/۰۰۰		
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۲۰۰۰ عدد	۱۳۰/۰۰۰	۲۸۰/۰۰۰		
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۵۰۰۰ عدد	۲۵۰/۰۰۰	—		
پاکت گلاس ۸۰ گرم	۱۰۰۰ عدد	۱۲۰/۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰		
پاکت گلاس ۱۳۵ گرم	۲۰۰۰ عدد	۱۸۰/۰۰۰	۴۰۰/۰۰۰		

تحریر

تحويل ۵ روزه	تحويل ۸۰ گرم Writing Paper	بکرو	تیراژ ۱۰۰۰	تیراژ ۲۰۰۰	تیراژ ۵۰۰۰
A4 29x20	۶۵/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	۱۵۰/۰۰۰		
A5 20x14	۳۲/۵۰۰	۴۵/۰۰۰	۷۵/۰۰۰		
A6 9x14	×	۲۲/۵۰۰	۳۷/۵۰۰		
دورو	تیراژ ۱۰۰۰	تیراژ ۲۰۰۰	تیراژ ۵۰۰۰		
A4 29x20	×	۱۴۰/۰۰۰	۱۸۰/۰۰۰		
A5 20x14	×	۷۰/۰۰۰	۹۰/۰۰۰		
A6 9x14	×	۳۵/۰۰۰	۴۵/۰۰۰		

گلاس

تحويل ۵ روزه	تحويل ۱۲۰ گرم Glossy Paper	بکرو	تیراژ ۱۰۰۰	تیراژ ۲۰۰۰	تیراژ ۵۰۰۰
A4 29x20	۷۰/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	۲۰۰/۰۰۰		
A5 20x14	۳۵/۰۰۰	۴۵/۰۰۰	۱۰۰/۰۰۰		
A6 9x14	۱۷/۵۰۰	۲۲/۵۰۰	۵۰/۰۰۰		
دورو	تیراژ ۱۰۰۰	تیراژ ۲۰۰۰	تیراژ ۵۰۰۰		
A4 29x20	۱۰۰/۰۰۰	۱۲۰/۰۰۰	۲۳۰/۰۰۰		
A5 20x14	۵۰/۰۰۰	۶۰/۰۰۰	۱۱۵/۰۰۰		
A6 9x14	۲۵/۰۰۰	۳۰/۰۰۰	۵۷/۵۰۰		

دریافت سفارش آنلاین
www.tandisprint.ir

سفارشات کار میدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان طبقه همکف واحد ۱۱۵ تلفن: ۳۳ ۹۶ ۶۷ ۶۵
تحويل کار میدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان طبقه همکف واحد ۱۱۳ تلفن: ۳۳ ۹۶ ۶۷ ۶۴-۶۵
چاپخانه خیابان جمهوری کوچه مراغه ای پلاک ۶۴
www.Tandisprint.ir save@tandisprinting.com

www.bargcalendar.com
+98 21 88 67 21 91

واحد سالنامه برگ
BARG CALENDAR



مقدم شما را در
نمایشگاه چاپ و بسته بندی، سالن ۷
نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی، سالن میلاد
گرامی می داریم

AS
ARGSYSTEM



RS Royal
Sovereign
نماینده انحصاری در ایران



کاتر دیسکی RS در عرض‌های ۱/۶ و ۲ متر
دارای تیغه‌های تیتانیوم آمریکایی دارای پایه،
سبد و LED خط برش



RSM-1651 MA لمینتورهای سرد گرم و
سلفون کش قابلیت تنظیم ۹ برنامه و سرعت،
دهانه دستگاه تا ۱۵ میلیمتر باز می‌شود، دارای
رول جمع‌کن بالا و پشت و کاتر عرضی و طولی



کاتر دیسکی برقی RS عرض ۲/۵ متر، تیغه‌های
تیتانیوم آمریکایی دارای پایه، سبد و LED خط برش



RSM-382 MA دستگاه لمینتور سرد، گرم و سلفون کش
قابلیت تنظیم ۹ برنامه و سرعت دارای رول جمع‌کن
بالا و پشت، کاتر طولی و عرضی و رول



RSL-382 لمینتور سرد و گرم سلفون کش
رومیزی عرض ۳۸ سانت



لمینتور سرد و گرم حرفه‌ای دارای غلطک حرارتی
جهت لمینت حرفه‌ای و با سرعت بالا قابلیت پرس با
ضخامت ۳-۱۰ میلیمتر ضخامت فیلم ۵۰۰-۷۵ میکرون



www.argsystem.com

فروشگاه مرکزی: میدان امام خمینی خیابان باب‌هاشون
بمسار ایران پنگاه طبقه اول: پلاک ۷۳ و ۷۴

تلفن فروشگاه مرکزی: ۰۲۱-۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷
تلفن دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۸۵۳۱۰۱۲-۱۳

دفتر مرکزی: تهران، خیابان سهروردی شمالی
خیابان هوشنگ فریدی، پلاک ۶۵، طبقه اول



مجموعه‌ی کامل چاپ، صحافی و بسته‌بندی

GOLBARGSAZPRINT.COM

چاپ ۴/۵ ورقی ۵ رنگ اسپیدمستر ۲۰۰۵-102 SM
چاپ ۴/۵ ورقی تک رنگ
دستگاه لامینیت ۱۴۵×۱۱۰ سانت فول اتوماتیک
دستگاه جعبه‌چسبانی عرض ۱۴۰ سانتی‌متر
دستگاه سلفون کشی
دستگاه دایکات ۶ ورقی



چاپ ۴/۵ ورقی ۵ رنگ اسپیدمستر ۲۰۰۵-102 SM

تلفن: ۷۷۹۳۹۵۲۱-۷۷۹۶۵۳۶۸-۷۷۹۶۵۳۹۵
۷۷۹۶۴۱۷۴: فکس ۷۷۹۳۵۲۲-۷۷۹۶۴۱۵۵
golbargsaaz.print@gmail.com

تهران، تهرانپارس، ابتدای جاده دماوند
کیلومتر ۳، جنب شرکت کیمیدارو، کوچه دانا
شماره ۳ کدپستی: ۱۷۴۶۸-۱۳۱۱۹



تولید کننده انواع جعبه های فانتزی با مقوای سخت
با استفاده از ماشین آلات



تهران . خیابان فدائیان اسلام . نبش خیابان افشار نو . پلاک ۷۵۳
تلفن: ۳۳۶۰۰۹۲۳
WWW.HIRADBOX.COM
Email: info@hiradbox.com
همراه: ۰۹۱۲۱۲۵۵۷۹۳ شاهوندی
همراه: ۰۹۱۲۶۵۴۴۴۶۵ اکبری

اسپیرال کو SPIRAL.CO



فروش دستگاه اتوماتیک صحافی مارپیچ موجود
پانچ اتوماتیک

فروش ویژه فنر دابل رول و شیت وزیری
۱۷ لوپ، ۱۸ لوپ، ۲۶ لوپ و ۲۷ لوپ



نازلترین قیمت

نقدی - چکی

فروش فنر مارپیچ سفید، مشکی و نقره‌ای



۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰ ۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰ ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳



tell:03132243568

09137229448

sepidan_gifts

ISO 9001:2008 دارنده گواهینامه مدیریت کیفیت کالا و
ISO 10004:2010 گواهینامه مدیریت رضایتمندی مشتری

www.sepidangraphic.com

Sepidan
سپیدان

تغییر را ورق بزنید

بزودی ...
ارائه محصولات منحصر بفرد ۹۶

با اعتماد طلاکوب کنید

بازرگانه شالچیان

- ✓ وارد کننده انواع دستگاه های لمینیت ، برش و صحافی
- ✓ انواع طلق لمینیت ، فنرها ، صحافی و مواد مصرفی



مفتخر به بیش از
۴۰ سال همکاری با
معتبرترین برندهای
آرایی، دارویی و غذایی

طلاکوب - یووی - برجسته



عضو کمیته حمایت
از تولید ملی



دریافت نشان
مدیریت کیفیت



عضو رسمی اتحادیه
بیمه‌های چاپ طلاکوب
والکت‌های ویژه



دریافت سیمرغ زرین و
منتخب عنوان بهترین
چاپ طلاکوب کشور



- ۶ دستگاه طلاکوب تا سایز سه ورقه‌ای
- ۲ دستگاه یو وی موضعی و سیلندری دو ورقه‌ای
- ۴ دستگاه برجسته تا سایز سه ورقه‌ای



خیابان فردوسی، کوچه شاهچراغی، پلاک ۱۴
تلفن: ۰۲۱۱۹۴۰۰ و ۰۲۱۲۲۸۳۶
فکس: ۰۲۱۰۹۸۷
وبسایت: www.etemadprint.com

www.datis-co.com

meghdad134@yahoo.com

آدرس: تهران، خیابان ۱۵ خرداد، بازار آهنگران، ابتدای کوچه مسجد جامع، پلاک ۴
تلفن: ۵۵۸۱۶۱۱۰ - ۵۵۸۱۶۱۱۱ همراه: ۰۹۱۲۱۳۴۱۲۵۸

تولید و پخش انواع تقویم های رومیزی
بیش از ۲۰ مدل در طرح و سبک های مختلف



1396 CALENDAR

تقویم تحول سال ۱۳۹۶ هجری شمسی
ساعت ۱۳ و ۱۴ دقیقه و ۲۰ ثانیه روز
دوشنبه ۳۰ اسفند ۱۳۹۵ هجری شمسی
مطابق با ۱۴۰۳ هجری قمری
و ۲۰۱۷ میلادی



www.shamlooco.com



مجتمع چاپ ایرانی

تجهیزات مجتمع چاپ ایران

HEIDELBERG	OFFSET SM 74-4
HEIDELBERG	CREO 100*70
مطبعون کتب و نشریات - نشریات و پویشی	
دایکات - لترپرس و...	
برش پلار	

چاپ دو ورق چهاررنگ همزمان از ۸۰/۰۰۰ تومان

زینک پلیت دو ورق چهاررنگ ۴۵/۰۰۰ تومان

مرکز تخصصی

چاپ کارت ویزیت و فرم عمومی

برای دریافت قیمت و مشاوره آنلاین به سایت ما مراجعه کنید

با ما آنلاین باشید

www.iraniprint.com

دفتر مرکزی : میدان بهارستان ، خیابان ملت
برج بهارستان ، طبقه ۵ واحد ب ۵۷
واحد سفارشات : میدان بهارستان ، خیابان ملت
برج بهارستان ، طبقه زیر همکف واحد ۱۱
۳۶۰۵۷۰۶۴ - ۳۶۰۵۷۰۵۳ - ۳۶۰۵۷۰۴۷
چاپخانه : خیابان ملت ، کوچه میر شریفی پلاک ۹
سفارشات چاپ ۳۳۹۹۱۸۶۱
print.irani64@gmail.com
www.iraniprint.com



چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising Shamloo

www.shamlooco.com

بیش از ۲۴ مدل ست مدیریتی متفاوت، زیبا و کارآمد و انواع
سررسیدهای چرم ترمو خارجی و هدایای تبلیغاتی

شعبه مرکزی: میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام، روبروی پاساژ

شقایق، بعد از کوچه خاورمیانه، پلاک ۱۸

تلفن: ۳۳۹۸۱۰۵۰ - ۳۳۹۸۱۰۴۰ - ۳۳۹۸۱۰۳۰

فکس: ۳۳۹۸۶۱۰۸

Advertising

Publishing

Printing



چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising Shamloo

www.shamlooco.com

تولید انواع تقویم حصیری
چینی با بهترین کیفیت



تقویم
حصیری

شعبه ۲: تهران، خیابان ۱۵ خرداد،
بازار آهنگران، کوچه مسجد
جامع، پاساژ کاغذ و تحریر،
پلاک ۱۴ و ۱۳

تلفن: ۵۵ ۵۸ ۴۲ ۷۵

۵۵ ۸۰ ۰۵ ۴۱

۵۵ ۶۲ ۵۱ ۵۶

تلفکس: ۵۵ ۶۱ ۰۲ ۷۵



سالنامه پرتو
مجتمع چاپ و تبلیغات

مجهز به چاپخانه کامل، صحافی و خدمات پس از چاپ



برای اولین بار سررسید صوتی غزلیات حافظ



www.partoprint.com
partoprint2@gmail.com
Cell : 0912 688 7680



Telegram : @partoprint



Instagram : partoprint

031-36633395 - 36637531 - 32243554

جهت دریافت کاتالوگ ۹۶ آدرس خود را به همراه کدپستی به شماره ۰۹۱۲۶۸۸۷۶۸۰ پیامک و یا از طریق تلگرام ارسال فرمایید



چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising Shamloo

www.shamlooco.com

Printing
Publishing
Advertising



تولید و پخش انواع : ست و نیم ست های مدیریتی، سالنامه، ارگانایزر، تقویم های رومیزی، دیواری، حصیری، و هدایای تبلیغاتی آماده عقد قرارداد با شرکت های خصوصی و دولتی و تولید سالنامه اختصاصی

تلفن : ۳۳۹۸۱۰۳۰ - ۳۳۹۸۱۰۴۰ - ۳۳۹۸۱۰۵۰

فکس : ۳۳۹۸۶۱۰۸

- حفظ سرعت چاپ ۱۰۰ صفحه A4 در دقیقه برای کلیه ی گوماها از ۵۵ تا ۳۵۰
- کیفیت چاپ عالی با نسل جدید تونرهای SIMITRI HD
- ثبات کیفیت بی نظیر با پردازنده ی نسل چهارمی S.E.A.D. IV و سنسورهای پرخط RGB و CMYK
- رجیستر پشت و رو با دقت بی نظیر



بالاترین کیفیت چاپ، پایین ترین هزینه تولید



PRESS C1070



Pro C1060L



PRESS C1100/C1085



PRESS C71hc

ارائه مواد مصرفی اورجینال و خدمات پس از فروش با استاندارد های بین المللی شرکت کونیکا مینولتا توسط شرکت پدید پردازش، نماینده رسمی تجهیزات چاپ دیجیتال حرفه ای کونیکا مینولتا در ایران

روزهای کارآمدتر

با سررسیدهای تیج



TIJ Calendar®
۸۸۸۹۷۵۶۷-۹
www.tijco.com

سررسیدهای اروپایی شمسی و میلادی
ست مدیریتی | Planner | ارگانایزر
با تنوع در فرمت و مترال های جلد
در

سیزدهمین نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۳-۱۸ دیماه
غرفه سررسید تیج - سالن 31b



۱۳۹۶
سررسید
تولید و بخش



سالنامه اکسیر

آدرس : خیابان جمهوری - نرسیده به ظهیرالاسلام
کوچه مراغه ای - ساختمان خلیج فارس - طبقه ۲ - واحد ۲۰۵
تلفن : ۳۳ ۹۱ ۱۷ ۱۷ ■ ۳۳ ۵۳ ۱۶ ۹۹

WWW.EXIRSTAR.ir

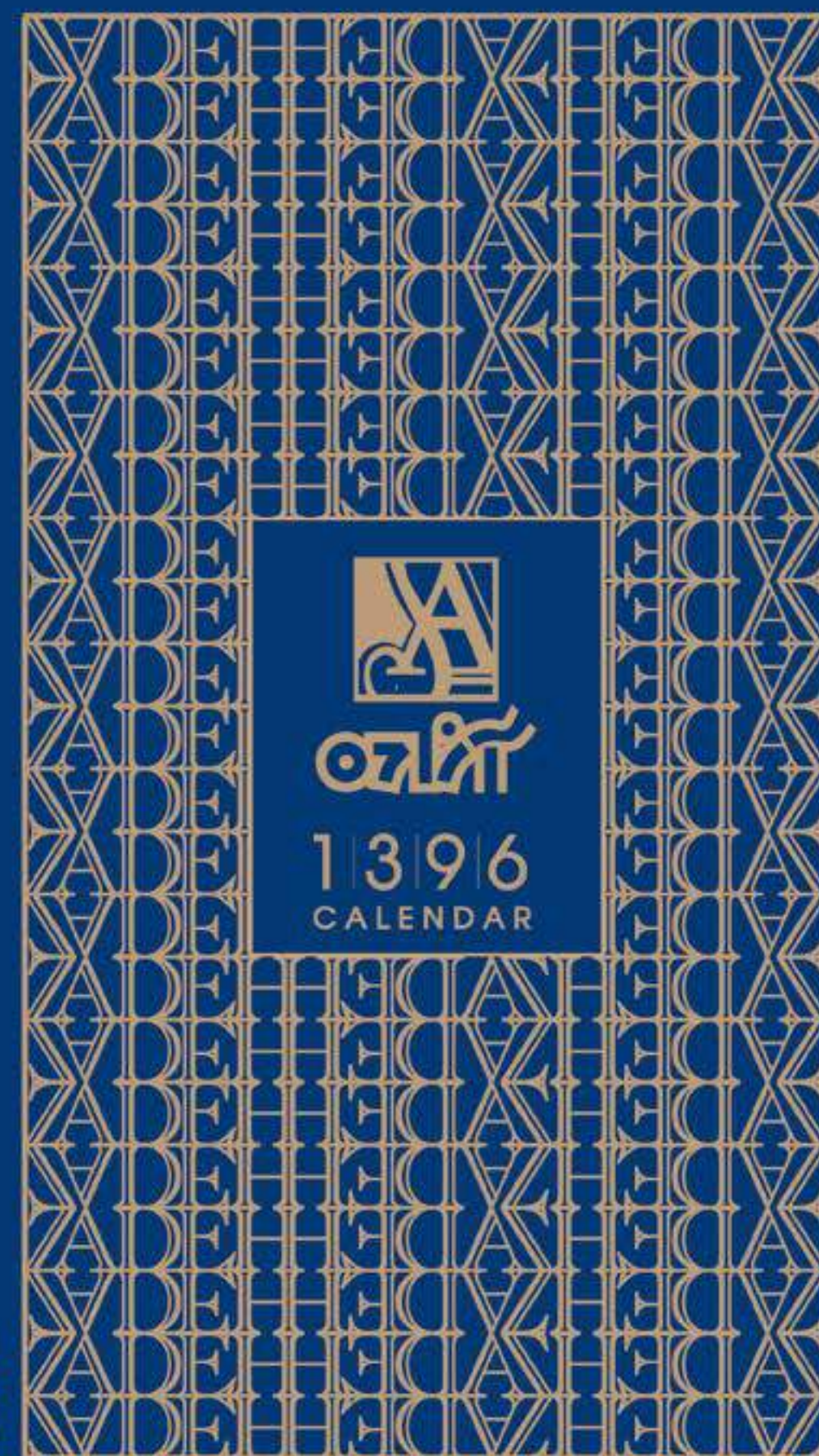


نقشه‌های سفر

تولید کننده سالنامه و دفتر تلفن نفیس

۸۸۸ ۳۶۸ ۴۵ - ۸۸۸ ۴۵۴ ۹۲ - ۳
www.naghshafarinmehr.com
info@naghshafarinmehr.com

NEW
COLLECTION
CALENDAR
ORGANIZER
GIFTSET



WWW.AZADEHCO.COM

چاپ بادکنک تبلیغاتی سپهر

امروز، بادکنک فقط یک
سرگرمی کودکانه نیست
یک کالای تبلیغاتی
اثرگذار است.

چاپ تک رنگ بادکنک



چاپ چهار رنگ
روی بادکنک

و برای اولین بار
در ایران

استقبال گسترده هم وطنان گرامی از غرفه مؤسسه تبلیغاتی سپهر در سومین دوره نمایشگاه چاپ، بسته بندی، تبلیغات و بازاریابی اراک و همچنین پنجمین دوره نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی مشهد ما را بر آن داشت تا با قدرت و اقتدار بیشتری در بیست و سومین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته تهران حضور داشته باشیم.

منتظر قدم پر مهرتان هستیم.

زمان: ۵ لغایت ۸ دی ماه ۹۵

دفتر مرکزی: تهران،

میدان توحید، ابتدای خیابان ستارخان، جنب بانک مسکن، پلاک ۲۹، طبقه سوم واحد ۶

تلفکس: ۰۲۱ - ۶۶۹۴۶۲۰۴

تلفن: ۰۲۱ - ۶۶۹۰۶۲۶۹

۰۹۱۹۳۲۲۳۴۲۸

www.samansepehrco.ir

ضمانت
می
کنیم

کیفیت چاپ، برش
چسبندگی و
مقاوم در برابر تنش های محیطی



پشت چسب دار

انواع رول و شیت

لیبل

0912 522 7891

0911 175 2800

0912 068 2218

0173 225 1613

نمایندگی انحصاری

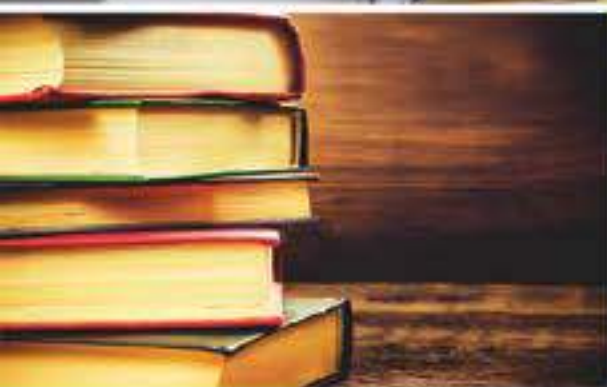
گلستان و هرازاران





وعده دیدار ما:

بسیست و سومین نمایشگاه چاپ و بسته بندی ماشین آلات وابسته، ۵ الی ۸ دیماه ۱۳۹۵ محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران، سالن خلیج



www.kimiajavid.com

SGP گروه صنایع گیتی پسند
Giti Pasand Industrial Group

بزرگترین تولید کننده چسب های گرمادوب

صنایع چاپ و نشر (صحافی کتاب، مجله، گلاس، تحریر و ...)

صنایع بسته بندی (بسته بندی انواع کارتن، جعبه، لیبل های بسته بندی و ...)

صنایع چوب (چسب ویژه نوارهای کاغذی لبه زنی، نوارهای PVC و ...)

صنایع بهداشتی و سلولزی (چسب زنده، چسب نشانه گذاری و ...)

دفتر مرکزی: اصفهان خیابان شریعتی غربی، شماره ۸۳ تهران، بلوار آفریقا، بالاتراز پل میرداماد، کوچه آناهیتا، پلاک ۲، برج امین، طبقه ۴، واحد جنوبی

تلفن: ۰۲۱-۲۶۹۲۷۷ و ۰۲۱-۲۶۹۲۷۸ داخلی: ۲۵۰۱، دورنگار: ۰۲۱-۲۶۲۸۲۰۱۰ کد پستی: ۸۱۷۲۸۳۷۴۵ تلفن گویا: ۰۲۱-۸۲۳۷۷ و ۰۲۱-۸۸۶۵۳۷۰۰ داخلی: ۲۲۰۱ کد پستی: ۱۹۱۷۶۴۳۳۶۷

Full color inks

نمایندگی انحصاری فروش جوهر های فول کالر
و ماشین آلات چاپ بنر فول جت در ایران

فروش ویژه چاپگر اکو سالونت با هد DX7 و بدنه صنعتی

Fulljet
Printer



یک سال گارانتی و پنج سال خدمات پس از فروش

چاپ افقی، بزر، ویدئو، متن، گرافیک، چاپگر، یک لایت و ...

عرض ۴۰۰ (تک هد و دو هد)

عرض ۳۴۰ با بدنه صنعتی و سنگین

بادقت چاپ 1440 dpi

دارای دو فن قوی و قابل تنظیم

فروش ویژه جوهر های : سالونت ، اکو سالونت و UV

با دو سال ماندگاری برای تمامی هد ها

XAAR KONICA MINOLTA SEIKO Eco - Sol



● زار ۳۶۰ - ۱۲۶ - ۱۲۸ - ۳۸۲

● سیکو ۵۱۰ و ۳۵pl

● اسپکترا ۲۵۶ و پلاریس ۱۵ و ۳۵pl

● کونیکا ۵۱۲ - ۱۰۲۴ - ۱۴pl و ۴۲pl

● جوهر اکو سالونت مخصوص هد های

DX4 - DX5 - DX7 (با درخشندگی بالا)

● جوهر UV مخصوص هد های کونیکا و اپسون

واریش، سافت و هارد



بازرگانی رایاشقایق آسیا

دفتر مرکزی: تهران، خیابان بهار جنوبی برج بهار، طبقه دوم اداری واحد ۵۳۴

۰۲۱-۷۷۶۸۷۸۰۸ و ۰۲۱-۷۷۶۸۷۸۸۳

کارشناس فروش جوهر: خانم عبدی

کارشناس فروش دستگاه: نژادحسینی

کارشناس فروش جوهر: علیرضایی

کارشناس فروش جوهر: خانم زارع

فهرست مطالب

سرمقاله	۶۷
گزارش: بورس در انتظار صنعت چاپ و کاغذ	۷۰
گزارش:سهم ناچیز تولیدکنندگان کاغذاز مزایای تامین سرمایه بورسی....	۷۶
مقاله: گام به گام با بورس (بخش اول)	۸۰
گفت‌وگو: آتش بر ساقه نیشکر و فقدان تکنولوژی تولید کاغذ	۸۶
گزارش: بهار طوفانی بازار کاغذ در پاییز برجام	۱۰۴
گزارش: گزارشی از جهان صنعت کاغذ	۱۰۶
گزارش: صنعت چاپ در محاق فراموشی!	۱۱۰
چهره‌های ماندگار صنعت چاپ و نشر: محمداسماعیل قاضی‌زاده ..	۱۱۶
کاروان مهربانی: امیرھوشنگ نوروزلو	۱۲۰
تقویم نمایشگاه‌های خارجی	۱۲۴
سیگنال بسته‌بندی	۱۲۵
گزارش: نمایشگاه مطبوعات؛ از زبان بسته تا آزادی بیان	۱۲۶
گفت‌وگو: نمایشگاه اراک در مسیر رشد	۱۳۴
گفت‌وگو: استان مرکزی به عملکرد قوی صنعت چاپ نیاز دارد ..	۱۳۶
گفت‌وگو:نمایشگاه، فرصتی برای چاپ و بسته‌بندی استان مرکزی ...	۱۴۰
گفت‌وگو: دروازه اقتصاد ایران به سایر کشورها باز شود	۱۴۰
گفت‌وگو: قطب صنعت کشور، بدون امکانات چاپ!	۱۴۲
گفت‌وگو: چاپ یک فعالیت خدماتی است، دولت گوش شنوا ندارد ...	۱۴۴
گزارش: بسته‌بندی هوشمند، نیاز بازار مدرن	۱۴۶
گزارش: نمایشگاه لیبِل اکسیو شیکاگو (بخش دوم)	۱۵۰
مقاله: بررسی مسایل و مشکلات ورق و کارتن (بخش بیست‌ودوم) ...	۱۵۴
مقاله: ۱۸۱ روش موثر برای کاهش هزینه‌ها	۱۵۸
معرفی شخصیت‌های مدیریت: استیو بالمر	۱۶۰
مقاله: ساخت کاغذ و فرآیند چاپ	۱۶۴
معرفی محصولات فرهنگی	۱۶۶
مقاله: برنامه‌ریزی و کنترل تولید چاپخانه	۱۶۸
مقاله: طلوع کهکشان گوتنبرگ در ایران (بخش دوم و پایانی)	۱۷۲
مقاله: برندینگ (Branding) گام چندم...؟	۱۷۶
مقاله: مقاله: برندینگ، اصول و اهمیت نامگذاری	۱۷۸
مقاله: بررسی سبک‌های مختلف تبلیغات در جهان (بخش اول)	۱۸۲
مقاله: ۶ قانون ابدی لاکچری مارکتینگ موفق	۱۸۸
مقاله: پنج کلید طلایی کمپین‌های تبلیغاتی موفق	۱۹۰
مقاله:ویژگی‌های‌فنی تولیددرراستای اهدافبازاریابی عصبی(بخش‌دوم)۔	۱۹۲
پرسش و پاسخ‌های حقوقی	۱۹۵
ستون آزاد	۱۹۵
مقاله: ۷ نکته برای مدیریت زمان و افزایش بهره‌وری بازاریابی ...	۱۹۶
جدول کلمات متقاطع	۱۹۸

طرح روی جلد



سالنامه کارا

تولید کننده سالنامه چرم به با قابلیت تغییر رنگ، پس از لیزر

تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۷۲۲۵۲-۸۸۱۷۴۵۲۲



ماهنامه خبری، آموزشی، اطلاع‌رسانی/سال دوازدهم/شماره ۱۳۲
ISSN: 1735-6431

- صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول:** احمد سمیعی
- سردبیر:** بهروز قزلباش
- مدیر داخلی و بازرگانی:** حمید جارچی
- مدیر هنری:** علی اکبر صالحی
- مسئول روابط‌عمومی:** صبا دالمن
- مسئول سایت و دبیر ضمیمه چاپ و نشر:** حمیدرضا خالدی
- تحریریه:** هانیبه صراف زادگان، فاطمه مهدوی، محمد بختیاری
- همکاران این شماره تحریریه:** اصغر قاسمی، هانیا کیوان، هومن اخوین، مهدی تقوایی
- گروه ترجمه:** مجتبی موسوی، محمود سمیعی
- سازمان آگهی ها و بازرگانی:** حمید جارچی، صبا دالمن، مهدیه زهدی
- حروف‌چینی:** محمد بختیاری
- امور مشترکان:** فهیمه جاوید
- امور مالی:** محمود بخشنده فر، فرزانه میری

مجله چاپ و نشر:

- نشانی دفتر نشریه:** تهران، میدان رسالت، ابتدای خیابان شهید مدنی، نبش کوچه علی‌بخشی، پلاک ۱۸، زنگ تکی سمت چپ، طبقه سوم صندوق پستی ۳۶۸۹-۱۶۷۶۵
- سامانه پیام کوتاه:** ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰
- نشانی اینترنتی:** www.chaponashr.com
- پست الکترونیک:** chaaponashr@yahoo.com
- تلفن:** ۰۲۱-۷۷۲۴۰۶۹۰ **فاکس:** ۰۲۱-۷۷۴۵۶۷۳۱

لیتوگرافی: ایده

- چاپ:** مجتمع چاپ و بسته بندی نامی نقش
- نشانی چاپخانه:** خیابان جمهوری،کوچه محمودی، کوچه سالار فاتح
- صحافی:** مجتمع چاپ و صحافی کاری نو



سرمقاله

قدرت، برای اهالی سیاست همیشه رخ می‌نماید و پرهیز می‌کند. این همان دلبری است که ملأعرشی درباره‌اش سروده است «صد طعن برحلاوت بالنگ می‌زند / گر کفش کهنه تو مربا کند کسی» اما مربای این کفش کهنه حتی به قدر چشیدن نصیب صنعت چاپ و نشر نشد. گویی انگار وزارت ارشاد اصلاً و ابداً مجموعه‌ای با عنوان چاپ و نشر نداشته باشد، کسی را از خاطر نگذشت که دست‌کم، انتخاباتِ در راه به صنعت نیازمند است.

هرچند اصل جهان در نگاه مؤنانه به هستی از باقی‌ست ولی محکوم به فناست نه بقا؛ به هر صورت، کفش کهنه مدیریت و سیاست، برای کسی ماندگار نیست، حالا چه آن را مربا کنند یا نکنند؛ که اگر بود به دیگرانش نمی‌رسید و رسید. تنها یادگار دوران خدمت، اگر مقرون به توفیق باشد، خدمت به خلق خداست. چاپ و نشر توفیق خدمت به وزیر جدید ارشاد را دارد و توصیه می‌کند تا دوام دولتش باقی‌ست چاپ را فرموش نکند. انتظار این است چنان روشنایی به افق این صنعت بتاباند که سایه به سمت آفتاب افکند.

افق های صنعت چاپ، در سپهر نوین نیازهای مدرن تنها برای کسانی روشن خواهد بود که بتوانند در پیشرو بودن رتبه‌های قابل قبولی کسب کنند. اینگونه می‌توان باور کرد که سایه به سمت آفتاب انداختن ممکن خواهد شد.

وگرنه در کجای این جهان که صعود هندسی تکنولوژی‌اش هر بار با اعداد درشت‌تر پیش می‌رود، می‌توان ایستاد؟

باری، نمایشگاه بین‌المللی صنعت چاپ و بسته‌بندی تهران را پیش‌رو داریم. در شماره آتی در چهار حوزه تمرکز خواهیم کرد. نخست چاپ و نشر، دیگری چاپ و بسته‌بندی، چاپ و تبلیغات و بالاخره کاغذ، کارتن و مقوا؛ بخش‌های مهم ویژه‌نامه نمایشگاه تهران خواهد بود.

در شماره پیشین وعده کرده بودیم که برخی از موضوعات جدید را پیگیری کنیم. در این شماره سعی کردیم بر قول خود استوار باشیم. بنابراین موضوع «بورس» را در قالب یک پرونده پی‌گرفتیم، با گزارش‌های «بورس در انتظار صنعت چاپ»، «سهم ناچیز تولیدکنندگان بازار کاغذ در بورس» یک گفت‌وگو با موضوع «بررسی وضعیت کاغذ در ایران» و با یادداشتی در همین زمینه با عنوان «بهار بازار کاغذ در پاییز برجام»، نیز «آموزش بورس»، که بخش‌های مختلف پرونده بررسی این شماره است.

هدف ما در انداختن، اصل بحث بورس و تعاریف جسته و گریخته‌ای از نسبت صنعت کاغذ و مقوا، نیز صنعت چاپ با بازار بورس بود. آشنایی اهالی صنعت چاپ با بازار بورس و سازوکار فعالیت آن و فعالیت در آن بازار به زعم ما می‌تواند گره‌های مهمی از صنعت را باز کند. هرچند پیش‌نیاز ورود به آن و فعالیت جدی در آن علاوه بر داشتن اطلاعات کافی، تبحر و توان کافی همراه با

مهارت‌های خاص فعالیت جدی در این بازار است. همین مقدار که چاپ و نشر توانسته باشد، این راه را به همکاران صنعت چاپ معرفی کند؛ مسیر درستی طی شده است. در این شماره علاوه بر آنچه گفته شد، ورودی‌های داریم به موضوع «تبلیغ» با موضوعاتی مانند «برندینگ گام چندم؟!»، «برندینگ اصول و اهمیت نامگذاری»، «سبک‌های تبلیغات در کشورهای مختلف»، «شش قانون ابدی موفقیت لاکچری مارکتینگ موفق» و «هفت نکته برای مدیریت زمان و افزایش بهره‌وری و بازاریابی».

گره‌خوردگی موضوع تبلیغات با چاپ و بسته‌بندی برای همکاران آشکاراست. اما سهم تبلیغات، بازاریابی و بسته‌بندی در محتوای نشریه نیازمند تقویت بود و هست. ضرورت‌های آشنایی علمی با موضوعات مرتبط با چاپ و تبلیغات ایجاب می‌کند، چاپ و نشر موضوع را در شماره‌های آتی خود نیز پی بگیرد.

عبور از این ماجرا با تنیک ظرفی موضوع تبلیغات ممکن نیست، چاپ و نشر از متخصصان این حوزه‌ها دعوت می‌کند تا مقالات و آثار عالمانه خود را برای چاپ در اختیار مجله قرار دهند، تا شاید

هدف ما در انداختن، اصل بحث بورس و تعاریف جسته و گریخته‌ای از نسبت صنعت کاغذ و مقوا، نیز صنعت چاپ با بازار بورس بود. آشنایی اهالی صنعت چاپ با بازار بورس و سازوکار فعالیت آن و فعالیت در آن بازار به زعم ما می‌تواند گره‌های مهمی از صنعت را باز کند

بتوانیم با کمک همدیگر به کمک هم بیاییم.

ارائه داده‌های خام به مخاطبان شاید خیلی مفید نباشد، لذا پردازش آنها و تبدیل «داده‌های خام» به «اطلاعات» ما را در پردازش «اطلاعات» و تبدیل آن به «دانش» کمک خواهد کرد. دانش‌مندی، «نگرش» ما را تحت تأثیر قرار خواهد و این خود موجبات تأثیر در «رفتار» و عمل ما و نحوه رفتار، تفکر و عمل در صنعت و حرفه را دگرگون خواهد کرد. به هر روی چاپ و نشر به قدر بضاعت خود می‌کوشد، موضوعات مورد نیاز مخاطبان گرامی خاصه در دور جدید فعالیت خود را به نحو شامل و کامل پوشش دهد تا، تاب زلفش سایه آویزد به سمت آفتاب، اما به نورانیت قلم و دانش شما نیازمند است.

این همان سازوکار گداختن در نظاره جمال مهربانی است که در کاروان مهربانی شما برف آفتاب‌تان موج شبنم می‌زند و صبح روزهایتان را به اقبال حسن خلق اصحاب صنعت چاپ روشن می‌کند؛ که گفته‌اند: ظلمت مارافروغ نور و حدت جاذب است.

باری همچنان در این شماره با گزارش‌هایی درباره نمایشگاه مطبوعات، چهره ماندگار و پیشکسوت چاپ، گزارش تصویری از نمایشگاه اراک و چند گفت‌وگوی دیگر همراه شما هستیم.

فہرست آگے ہا

۲۱۲.....	جرتقیل احمد	۱۵۳.....	شرکت حرفه وفن	۶۰.....	بازرگانی اربا شقایق آسیا	سالنامه کار	۱.....	روى جلد
۲۱۳.....	هنر پارسی	۱۵۵.....	چاپ رنگین نقش	۶۵.....	کیمیا جاوید	مجمتع چاپ نقش الماس	۲.....	صفحه ۲ جلد
۲۱۴.....	شرکت رنگین پلاست ایران	۱۵۷.....	شرکت پیشرو لمینت	۶۹.....	چاپ طراحان	مجمتع چاپ نامی نقش	۳.....	سیمای شهر
۲۱۴.....	شرکت اکوتابان پارس	۱۵۹.....	شرکت مبین	۷۱.....	سالنامه ایلیا	شرکت اسپیرال کو	۴.....	۲۴و۵
۲۱۵.....	قالب سازی فجر	۱۶۱.....	چاپ و صحافی دیدگاه سیما	۷۳.....	شرکت سوپرو ایدپر شیا	شرکت رکورد	۶.....	۶
۲۱۶.....	چسب پاد	۱۶۳.....	شرکت پار ساگر افیک	۷۵.....	چاپ و صحافی دلتا	شرکت ایران فردا	۷.....	۷
۲۱۶.....	پارس پلیکان	۱۶۵.....	قالب سازی اطلس	۷۷.....	شرکت هنر نوین	چاپ طراحان آزادی	۸.....	۸
۲۱۶.....	چاپ آریایی	۱۶۵.....	جعبه سازی محمد	۷۹.....	شرکت بازرگانی مجلسی	چاپ مهیار	۹.....	۹
۲۱۷.....	بنیاد نیکوکاران شریف	۱۶۵.....	خدمات چاپ رسام	۸۱.....	شرکت توکل	مجمتع چاپ و صحافی هدف نوین	۱۰.....	۱۰
۲۱۷.....	نوین چسب	۱۶۹.....	صحافی مهتاب خواه	۸۳.....	شرکت ساتار (سمند اندیشه تابان)	شرکت الوان سازان آسیا	۱۱.....	۱۱
۲۱۷.....	جعبه چسبانی میعاد	۱۷۱.....	شهرک صنفی خدماتی کاوه	۸۵.....	شرکت تکبکس	شرکت رزین های صنعتی ایران	۱۲.....	۱۲
۲۱۷.....	صحافی حسن پور	۱۷۳.....	شرکت ثمین	۸۷.....	شرکت فرز انگان	لیتوگرافی ایده	۱۳.....	۱۳
۲۱۸.....	شرکت ایران پک پلاست	۱۷۵.....	شرکت نقش رنگ خجستان	۸۹.....	بازرگانی اسکویی	شرکت شمیم پایتخت	۱۴.....	۱۴
۲۱۹.....	شرکت سما	۱۷۷.....	شرکت افرتک	۹۰.....	شرکت آریا تجارت زرنگار	بازرگانی راد	۱۵.....	۱۵
۲۲۰.....	شرکت اتود	۱۷۷.....	چاپ و صحافی کریمی	۹۱.....	شرکت اکو پارس	مجمتع چاپ انعکاس	۱۶و۱۷.....	۱۶و۱۷
۲۲۱.....	گروه تولیدی هدیه سازان کتبیبه	۱۷۹.....	جی اس اس	۹۲.....	ماشین سازی الباقر	سالنامه آفاق	۱۸.....	۱۸
۲۲۲.....	شرکت میر تک	۱۸۱.....	فرخوان نمایشگاه	۹۳و۹۴و۹۵و۹۶و۹۷و۹۸و۹۹.....	شرکت کاویا	شرکت داد و سند پویان	۱۹.....	۱۹
۲۲۷تا۲۲۸.....	شرکت باراد	۱۸۳.....	بازرگانی ۱۱۰	۹۴.....	شرکت هایگ	چاپ صلاحی	۲۰.....	۲۰
۲۲۸.....	بنیان ماتریکس	۱۸۵.....	لیتوگرافی رامین	۹۵.....	شرکت ایران کاور	گروه بازرگانی سپکا	۲۱.....	۲۱
۲۲۸.....	صحافی داتیس	۱۸۶و۱۸۷.....	پویا نقش	۹۶.....	شرکت مابرول	شرکت ایران روتاتیو	۲۲.....	۲۲
۲۲۹.....	گروه صنعتی مهندس جهانیان	۱۸۹.....	بازرگانی کیهان	۹۷.....	شرکت هودیس پارس	سایان گرافیک	۲۳.....	۲۳
۲۳۰.....	شرکت پیکسل	۱۹۱.....	صنایع بسته بندی پایتخت	۹۸.....	سالنامه کیانی	صحافی و بسته بندی آر تیم	۲۴.....	۲۴
۲۳۲.....	شرکت توتالیا	۱۹۳.....	شرکت هوورز	۹۹.....	ایوبی	سالنامه رث	۲۵.....	۲۵
۲۳۳.....	کانون جلد ایران	۱۹۷.....	صنعت شیراز کتاب	۱۰۰تا۱۰۳.....	شرکت گرینفیلد	سالنامه فردا	۲۶.....	۲۶
۲۳۴.....	شرکت TMC	۱۹۹تا۲۰۶.....	سالنامه ایران زمین	۱۰۵.....	شرکت رویان	کیانی	۲۷تا۳۰.....	۲۷تا۳۰
۲۳۵.....	شرکت خانه چاپ چاکوک	۲۰۷.....	صنایع بسته بندی مبارکه	۱۰۷.....	شرکت دات	مجموعه چاپ آوازه	۳۱و۳۴.....	۳۱و۳۴
۲۳۶.....	بازرگانی هفت نقش	۲۰۸.....	چاپ هوشمند	۱۰۹.....	دوستان شیمی	کنجینه ماندگار	۳۲و۳۳.....	۳۲و۳۳
۲۳۷.....	شرکت اریکه تجارت پایتخت	۲۰۹.....	مازندسیستم	۱۱۱.....	ایران ریسو	شرکت کامل پک	۳۵.....	۳۵
۲۳۸.....	چاپ هادی	۲۱۰و۲۳۱.....	شرکت پیروزان	۱۱۳.....	شرکت رهاگستران	شرکت ایده آل	۳۶و۳۷.....	۳۶و۳۷
جلد ۳ صفحه ۲.....	چاپ نباتی	۲۱۱.....	صحافی تسریع کاران	۱۱۷.....	سالنامه کیانی	شرکت کاری نو	۳۸و۳۹.....	۳۸و۳۹
پشت جلد.....	سالنامه نقشینه	۲۱۲.....	چاپ و صحافی محمد	۱۱۹.....	شرکت ماشین ابزار کار آفرین	شرکت تندیس برتر	۴۰.....	۴۰
		۲۱۲.....	آشنا بر چسب	۱۲۱.....	شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم	سالنامه برگ	۴۱.....	۴۱
				۱۲۳.....	فروشگاه سلفون بهاری	چاپ گلبرگ ساز	۴۲.....	۴۲
				۱۲۵.....	چاپ معلی	شرکت ارگ سیستم	۴۳.....	۴۳
				۱۲۷.....	شرکت لیتوگرافی بهروز	جعبه سازی هیراد	۴۵.....	۴۵
				۱۲۹.....	مجمتع چاپ سرمدی	سپیدان	۴۶و۴۷.....	۴۶و۴۷
				۱۲۹.....	شرکت Hipack	بازرگانی شالچیان	۴۸و۴۹.....	۴۸و۴۹
				۱۳۱.....	قالب سازی بیس	چاپ اعتماد	۵۰.....	۵۰
				۱۳۳.....	گروه ساروین	مجمتع چاپ ایرانی	۵۱تا۵۴.....	۵۱تا۵۴
				۱۳۵.....	گروه تولیدی بازرگانی بهتا پارس	تبلیغات شاملو	۵۵.....	۵۵
				۱۳۷.....	شرکت فرارنگ	سالنامه پرتو	۵۶.....	۵۶
				۱۳۹.....	شرکت ایران آفیس	شرکت پدیده پردازش پایدار	۵۸.....	۵۸
				۱۴۱.....	چاپ یزدان	سالنامه اکسیر	۵۹.....	۵۹
				۱۴۱.....	بلوط سفید	سالنامه تیج	۶۰.....	۶۰
				۱۴۳.....	پاکت سپهر	سررسید آزاده	۶۱.....	۶۱
				۱۴۵.....	کاغذو مقوای رستمی	چاپ مهر آفرین نقش	۶۲.....	۶۲
				۱۴۷.....	شرکت آلتون پرتو	شرکت آیین	۶۳.....	۶۳
				۱۴۹.....	گروه طراحان فروار آرا	چاپ بادکنک تبلیغاتی سپهر		
				۱۵۱.....	مجمتع چاپ آرمه			

پاسخ به تمام نیازهای چاپی شما

نیازمندیهای چاپ و نشر
ضمیمه ماهنامه چاپ و نشر پچره ای به
سوی صفر تا صد دنیای چاپ ایران

سازمان آگه‌های چاپ و نشر ۷۷۲۴۰۶۹۰

فرم هک ویزیت فانتزک (معمولی)		
لیست برای دورو معمولی	۷ روز کاری (۵۸ × ۹۰)	۳۷/۰۰۰ تومان
لیست مات دورو معمولی	۷ روز کاری (۵۸ × ۹۰)	۵۸/۰۰۰ تومان
لیست برجسته دورو معمولی	۷ روز کاری (۶۰ × ۹۰)	۳۸/۰۰۰ تومان
سلتون برای دورو دور گرد	۷ روز کاری (۵۸ × ۹۰)	۲۳/۰۰۰ تومان
سلتون مات دورو دور گرد	۷ روز کاری (۵۸ × ۹۰)	۲۳/۰۰۰ تومان

فرم هک ویزیت فانتزک (فوری)		
لیست برای دورو فوری	۲ روز کاری (۵۸ × ۹۰)	۴۲/۰۰۰ تومان
لیست برجسته دورو فوری	۳ روز کاری (۶۰ × ۹۰)	۴۸/۰۰۰ تومان

فرم تراکت ساله ۱۳۵ (تجیل یک هفته تا ۱۳۶)			
۱۰۰۰	A4	۱۰۰۰	A4
۹۲/۰۰۰ تومان	(۲۱۰۰۰۰)	۶۸/۰۰۰ تومان	(۲۱۰۰۰۰)
۱۰۰۰	A5	۱۰۰۰	A5
۶۹/۰۰۰ تومان	(۲۰۰۰۴۵)	۴۴/۰۰۰ تومان	(۲۰۰۰۴۵)
۱۰۰۰	A6	۱۰۰۰	A6
۴۴/۰۰۰ تومان	(۱۴۵۰۰۰)	۱۷/۰۰۰ تومان	(۱۴۵۰۰۰)

فرم های ویزیت معمولی		
سلفون عراق یکرو	۳ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۸/۰۰۰ تومان
سلفون عراق دورو	۳ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۲/۵۰۰ تومان
سلفون مات یکرو	۳ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۸/۵۰۰ تومان
سلفون مات دورو	۳ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۳/۰۰۰ تومان
گتان یکرو	۴ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۲/۵۰۰ تومان
گتان دورو	۴ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۴/۰۰۰ تومان
لیبل سووی	۴ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۰/۵۰۰ تومان
لیبل سلفون برای	۴ روز کاری (۴۸ × ۸۵)	۱۱/۵۰۰ تومان

فرم تراکت تحریر ۸۰ گرم (تعمیل یک هفته تریک)			
۱۰۰۰	A4	۱۰۰۰	A4
۸۰۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۲۱۰۰۰۰۰)	۵۲۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۲۱۰۰۰۰۰)
۱۰۰۰	A5	۱۰۰۰	A5
۴۰۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۲۰۰۰۱۴۵)	۲۶۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۲۰۰۰۱۴۵)
۱۰۰۰	A6	۱۰۰۰	A6
۲۰۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۱۴۵۰۰۰)	۱۳۰۰۰/۰۰۰ تومان	(۱۴۵۰۰۰)

جهت کسب اطلاع از قیمت سایر محصولات ، به سایت و یا کانال تلگرام مجموعه مراجعه فرمایید.

از بزرگترین مراکز چاپ و تولید فرم های ویزیت و تراکت در ایران

● ویژگی های مجموعه :

- امکان ثبت سفارش آنلاین ۲۴ ساعته
- دریافت فایل از طریق ایمیل
- تحويل به موقع سفارشات
- پاسخگویی مناسب پرسنل
- ارسال رایگان (شهرستان)
- گارانتی چاپ و ...



آدرس دفتر مرکزی :

میدان بهارستان، خیابان ملت، برج بهارستان، طبقه اول، پلاک ۲۰۴

آدرس چاپخانه :

میدان بهارستان، ابتدای خیابان ظهیر الاسلام، بن بست خاور میانه، پلاک ۴، زیر همکف

 https://telegram.me/tarahan_printing

 www.TARAHANPRINTING.com

بورس در انتظار صنعت چاپ و کاغذ



هانیا کیوان

همواره شنیده‌ایم که اقتصاد ایران، اقتصادی رانتی، نفتی و متکی به منابع ارزانی است که بعضاً از سوی دولت بسیاری از صنایع ذلیل و ناکارآمد را با این منابع حمایت کرده و همین مساله باعث شده که صنایع نتوانند روی پای خود بایستند و رشد و بهره‌وری را تجربه کنند. سوبسید واردات، جایزه صادرات، وام کم‌بهره، ستاد تنظیم بازار و هزاران توجه با مورد و بی‌مورد که مانع از توسعه‌یافتگی گردیده موجب شده تا همواره صنایع از دوران طفولیت خارج و به بلوغ و رشد دست نیابند.

شاید جالب باشد بدانیم در پسابرجام یکی از مشکلات شرکت‌های خارجی برای ورود به صنایع ایران از جمله صنعت چاپ، فقدان زیرساخت‌های مناسب و کافی است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به عدم آشنایی بسیاری از صنایع با بازارهای تامین مالی اشاره کرد. اقتصاد ایران طی ۸۰ سال گذشته برای تامین مالی متوسل به بانک‌ها شده و از طرفی در اقتصاد ما در سال‌های اخیر به دستور و اجبار، وام‌های بسیار ارزانی به بنگاه‌های زودبازده داده شده است. در چنین اقتصادی، تامین مالی از طریق اوراق بهادار موجود در بازار سرمایه و حذف واسطه بانک و درگیر کردن مستقیم سرمایه‌گذارها از طریق خرید اوراق بهادار برای تامین مالی بنگاه‌ها مفهوم جدیدی است که نه ناشرین (بنگاه‌ها) چندان با آن آشنا هستند و به سمتش تمایل دارند و نه واسطه‌ها (تامین سرمایه و بورس) و نه صاحبان پس‌انداز و سرمایه با این مفهوم آشنا هستند. از آنجایی که اقتصاد ایران بیش از آنکه سنتی بودن آن بر عدم شناخت بنگاه‌ها از راه‌ها و روش‌های به روز و مدرن تامین مالی موثر باشد، دولتی بودن آن منجر به بروز این عدم شناخت و عقب‌ماندگی شده است، لذا با توجه به دولتی بودن بخش عمده اقتصاد ایران در سال‌های گذشته، منابع تخصیص داده شده در بودجه سالانه کشور، بانک‌ها، بخش قابل توجهی از تامین مالی بنگاه‌ها اقتصادی را بر عهده داشته‌اند. اغلب شرکت‌ها در کشورهای توسعه یافته در تامین مالی به جای بانک‌محور بودن، بازارمحور هستند، به نحوی که ۶۰ درصد از بنگاه‌های اقتصادی در این کشورها از طریق بازار سرمایه تامین مالی می‌کنند و بانک‌ها سهم ۴۰ درصدی در تامین مالی دارند. این در حالی است که در ایران تنها ۱۰ درصد از بنگاه‌های

اقتصادی از بازار سرمایه تامین مالی می‌کنند و بخش کثیری از شرکت‌ها به خصوص شرکت‌های متوسط و کوچک تمایل زیادی به تامین مالی از بانک‌ها دارند. این درد اقتصادی است که شرکت‌ها در مرحله تاسیس برای تامین مالی به سمت بانک‌ها می‌روند و کمتر گرایش به بازارهای سرمایه نشان می‌دهند. اما باید دانست که منابع مالی بانک‌ها سررسیددار است و اغلب شرکت‌ها قبل از رسیدن به بهره‌وری موعد اقساط وام آن‌ها فرا می‌رسد. در چنین شرایطی شرکت‌ها برای ادامه فعالیت دچار مشکل خواهند شد. هنگامی که شرکت‌ها مجدداً برای تامین مالی سرمایه در گردش به بانک‌ها مراجعه می‌کنند با مسائل و مشکلات عمده‌ای روبه‌رو می‌شوند. علت آن اغلب عدم آشنایی مدیران و صاحبان شرکت‌ها با مزایا و پتانسیل‌های بازار سرمایه است. باید در بدو تاسیس یا در ادامه فعالیت‌های جاری شرکت‌ها به مدیران و صاحبان شرکت‌ها مشاوره لازم داده شود تا آن‌ها با مزایای بورس آشنا شوند. از سوی دیگر بسیاری از صنایع حتی نمی‌توانند در یک فضای مساوی از همین تسهیلات استفاده کنند و عملاً تعدادی از شرکت‌های نزدیک به هسته قدرت در این چند سال بر مطالبات معوق بانک‌ها افزوده‌اند، به طوری که طبق آمارهای رسمی مطالبات بانک‌ها از برخی صنایع به یکصد هزار میلیارد تومان بالغ شده است. آن بانک‌ها قادر به وصول این مطالبات نیستند و عملاً در معرض ورشکستگی قرار گرفته‌اند. حال با چنین شرایط دشواری تنها یک راه منطقی برای تامین مالی به وجود می‌آید و آن سود جستن از بازار



۱۲+۱مین نمایشگاه بین‌المللی تبلیغات، بازار یابی و صنایع وابسته

۱۵ تا ۱۸ دیماه ۱۳۹۵
منتظر قدم سبزتان هستیم



اسفهان، هشت بهشت غربی، حدفاصل گلزار و بزرگمهر، مجتمع آفاق، طبقه چهارم
کدپستی: ۸۱۵۴۸۶۵۷۷۳
تلفکس: ۳۲۶۶۵۶۰۲-۳ (۰۳۱)
www.iliyagrp.ir
iliyagrp@gmail.com
@iliyagrp
iliyagrp.ir



- تولیدکننده انواع سالنامه، تقویم رومیزی و دیواری به صورت عمومی و اختصاصی
- تولید سالنامه، جعبه و هدایا با چوب به صورت طرح مشبک
- تولیدکننده کیف های چرمی اداری
- تولید و توزیع هدایای تبلیغاتی
- مشاور و مجری در کلیه امور چاپ، نشر و تبلیغات



SUPERWIDE PERSIA

دستگاه فلت‌بد و رول تو رول یووی با ۸ هد توشیبا
حداکثر سرعت ۵۶ متر



ENONS



Superwide Persia



Superwide



telegram.me/Superwide



Superwide Persia

دارای پشتیبانی ۲۴ ساعته

مجهز به لامپ LED با طول عمر ۲۰,۰۰۰ ساعت

مجهز به ۸ هد توشیبا ۶ پیکولتر

قابلیت نصب تا ۱۲ هد

قابلیت چاپ ۷ رنگ

ضخامت چاپ تا ۴ سانتیمتر

تهران، خیابان شهید بهشتی، بعد از تقاطع سهروردی، خیابان گاووسی فر، شماره ۱۸، ساختمان سپیدار، واحد ۲۳

تلفن: ۸۸۷۵۷۰۷۷-۸ | فکس: ۸۸۷۵۲۴۴۶ | تلفن مستقیم: ۰۹۱۲۱۴۸۳۱۴ | www.superwidetechnics.com



سرمایه است. همان طور که در نیمه‌های نخستین سال نیز رییس‌سازمان بورس و اوراق بهادار عنوان کرد که از طریق این سازمان طی سال ۹۴ صد هزار میلیارد تومان تأمین مالی برای پروژه‌های اقتصادی در کشور صورت گرفته است و لذا برای فراهم شدن زیرساخت‌های تأمین مالی از طریق بازار سرمایه، بازار پول نیز باید مکمل بازار سرمایه باشد.

■ عدم اطمینان مردم به بازار سرمایه

در همین راستا، موید حسینی صدر رئیس کمیته پتروشیمی مجلس اظهار داشت: عدم آشنایی مردم با بورس و نبود اطمینان آن‌ها از سوددهی، عمده‌ترین مشکل برای حضور گسترده آن‌ها در این زمینه است. حسینی صدر می‌گوید: همچنین نبود آگاهی مردم از روش‌های دیگر تأمین مالی پروژه‌ها منجر به روی آوردن آن‌ها به نظام بانکی می‌شود به دلیل اینکه این بخش در گروه ساده‌ترین مسیرهای مالی تأمین پروژه‌ها است و عمده تراکشی‌های مالی از این طریق صورت می‌گیرد.

وی معتقد است: حجم نقدینگی بالا باید به سمت فعالیت در بورس هدایت شود و همچنین پروژه‌ها می‌بایست از این طریق بازار سرمایه تأمین مالی شوند و این بخش بتواند نقش جانشین بانک‌ها را ایفا کند.

بورس کالا نیز در تمامی کشورهای دنیا یکی از راه‌های تأمین سرمایه است و از طریق فروش کالا، ارائه سهام و مهار نقدینگی، از رشد تورم جلوگیری می‌کند و به مولد تبدیل می‌شود؛ لذا لازم است تا مزیت‌های بازار سرمایه در بخش‌های کلان‌تر به کار برده شود.

■ مزایای بورس اوراق بهادار از دیدگاه اقتصاد کلان

یکی از مزایای استفاده از بورس، جمع‌آوری سرمایه‌های جزئی و پراکنده و انباشت آن برای تجهیز منابع مالی شرکت‌ها است. بدین معنا که بسیاری از اشخاص حقیقی و حقوقی که قادر به تشکیل یک شرکت یا صنعتی نیستند، با اندوخته سرمایه خود سهام یک صنعت مورد بررسی را خریداری کرده و در سود و زیان آن شرکت سهیم می‌شوند. شرکت‌های پذیرفته شده در بورس یا فرابورس با رعایت موازین و قوانینی می‌توانند در یکی از بازارهای بورس یا فرابورس پذیرفته شوند و سهام خود را در یکی از این بازارها به فروش برسانند و از این طریق نقدینگی مورد نیاز خود را از بازار جذب کنند. یکی از مزایای ورود به بورس شفاف شدن صورت‌های مالی است که از مزایایی چون تخفیف مالیاتی برخوردار می‌شوند. معاملات سهام شرکت‌ها فاقد هزینه‌های مالیاتی است.



از سوی دیگر ورود به بازار سرمایه باعث بکارگیری پس‌اندازهای راکد در امر تولید و تأمین مالی دولت و مؤسسات می‌شود. طی سالیان گذشته دولت با تعریف ابزارهای مالی متنوع اقدام به انتشار اوراق مشارکت، صکوک و قرضه کرده است که از محل آن توانسته هم بدهی خود را به مردم با نرخ مناسب بفروشد و هم توانسته با نرخ ثابت برای پروژه‌ها و بدهی‌هایش به پیمانکاران تأمین مالی کند که این ابزارها تا به امروز با استقبال گسترده‌ای رو به رو شده است.

از دیگر مزایای بازار سرمایه، کنترل حجم پول، نقدینگی و تورم از طریق انتشار سهام و اوراق قرضه (مشارکت) است. در شرایطی که وابستگی مالی کشور به صندوق‌های بین‌المللی پول و بانک جهانی با مشکلاتی رو به رو است. برنامه‌ریزی برای استفاده از منابع مالی داخلی، می‌تواند یکی از بهترین روش‌های تأمین مالی باشد. دولت یازدهم با سود جستن از این ابزارها توانسته است نقدینگی کشور را به سوی صنایع بزرگ سوق دهد و یکی از برنامه‌های دولت برای مهار تورم و رشد نقدینگی و جلوگیری از سفته‌بازی در بازارهای پولی و مالی استفاده از بازار سرمایه بوده است.

همچنین بورس به مثابه بازار رقابت کامل (تعداد زیاد خریدار و فروشنده، آزادی ورود و خروج از بازار، شفافیت اطلاعات و تخصیص مطلوب منابع) از قدرت نقدشوندگی بالایی نیز برخوردار است و شرکت‌هایی که نیاز به تأمین مالی از طریق بورس دارند می‌توانند با فروش بخشی از سهام

وی در ادامه می‌افزاید: نیاز است تا ارتباط این شرکت‌ها با بازار سرمایه قوی‌تر شود. به گفته عضو هیات مدیره انجمن تولیدکنندگان فولاد، تسهیل الزامات ورود شرکت‌ها به بورس گام مهمی در ایجاد ارتباط قوی میان شرکت‌ها با بازار سرمایه است.

■ مزایای بورس اوراق بهادار از دیدگاه شرکت‌های سرمایه‌پذیر

اما از دیگر مزایای بازار سرمایه می‌توان اینگونه نام برد:

- سهولت در تأمین مالی از طریق انتشار سهام و سایر اوراق بهادار

- افزایش اعتبار داخلی و خارجی و تأمین مالی با به وثیقه‌گذاران سهام شرکت در بازارهای مالی داخلی و خارجی

- تعیین ارزش بازار بر اساس قانون عرضه و تقاضا تا زمانی که نام شرکت در تابلو بورس درج باشد.
- سهولت در تغییر ترکیب سهامداری و انتقال مالکیت
- به وجود آمدن دیدگاهی مطلوب در سرمایه‌گذاران با کاهش ریسک واحد اقتصادی و امکان تأمین مالی با هزینه کمتر
- برخورداری از مزایای خاص و اعتباری مانند افزایش سقف تسهیلات بانکی و انتشار اوراق مشارکت
- انتشار اوراق مشارکت بدون اخذ مجوز از بانک مرکزی و فقط با مجوزسازمان اوراق بهادار
- برخورداری از معافیت‌های مالیاتی
- تبیین چشم‌انداز فعالیت شرکت در آینده و ارزیابی عملکرد شرکت
- ارتقای سطح اعتماد عمومی و استفاده از مشارکت عمومی در توسعه شرکت

■ مزایای بورس اوراق بهادار از دیدگاه سرمایه‌گذاران

- خرید سهام و اوراق بهادار برای کسب بازده مناسب و پوشش در مقابل تورم
- اطمینان از گزینه سرمایه‌گذاری به دلیل شفافیت اطلاعات
- قابلیت نقدشوندگی اوراق بهادار و سهولت نقل و انتقال سهام و استفاده از معافیت‌های مالیاتی
- مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری برای اداره شرکت‌ها
- ایجاد یک بازار دائمی و مستمر که امکان سرمایه‌گذاری بلندمدت و کوتاهمدت را فراهم می‌نماید.
- وجود طیف‌های متنوع از اوراق بهادار از نظر درجه بازدهی و خطرپذیری برای سرمایه‌گذار
- برقراری سیستم‌ها و روش‌هایی که از طریق آن، خرید و فروش اوراق بهادار منظم و رسمی گردد.
- حمایت از سرمایه‌گذاران کوچک و احساس مشارکت در امور تولیدی و تجاری
- نظارت مضاعف بر فعالیت شرکت‌ها در چارچوب استانداردها و آیین‌نامه‌های بازار سرمایه
- با همه مزایای ذکر شده برای ورود به بازار سرمایه سهم برخی از صنایع در این بازار بسیار اندک است یکی از این صنایع صنعت چاپ و کاغذ است که البته سهم شرکت‌های چاپ از تأمین مالی از طریق بورس حتی از صنعت تولید کاغذ هم کمتر است.

■ وضعیت شرکت چاپ افست در بورس

در حال حاضر تنها یک شرکت چاپ یعنی شرکت چاپ افست در بورس اوراق بهادار کشور مشغول به فعالیت است و از زمان ورود به بازار سرمایه توانسته است با برخورداری از شفافیت‌های خواسته‌شده از سوی‌سازمان بورس، به موفقیت‌های چشمگیری نیز دست یابد. این شرکت از زمان پذیرش در بورس روند رو به رشد خوبی را تجربه کرده یعنی از سال ۱۳۷۴ که وارد بورس شده به رغم افزایش‌های مکرر سرمایه امروز به قیمت ۸۰۰۰ ریال رسیده است، که البته قیمت تمام شده این سهم برای سهامداران عمده‌اش حدود ۱۸ تومان است. یعنی طی بیست سال گذشته سود بسیار زیادی را



تجربه کرده است و این سهم به واسطه فقدان رقیبی قوی در بورس همچنان در شرایط مناسبی به سر می‌برد. لازم به ذکر است که سود هر سهم منتهی به ۳۱ شهریور ۹۴ این شرکت ۷۰۷ ریال بوده که نسبت به سود سال ماقبلش ۱۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. این شرکت توانسته است با کناره‌گیری از روش‌های کلاسیک تأمین مالی هم ارزش سهام شرکت خود را در بازار سرمایه به خوبی بالا ببرد و هم با اتخاذ تدابیر ارزیابی و بهبود فرآیند تولید به لحاظ بنیادی به دستاوردهای خوبی دست یابد.

■ صنعت کاغذ

در صنعت کاغذ نیز ما تنها سه شرکت صنایع کاغذسازی کاوه، صنایع کاغذ مراغه و گروه صنایع کاغذ پارس را در بورس داریم که این شرکت‌ها نیز توانسته‌اند از طریق بازار سرمایه به تأمین مالی بپردازند. نکته‌ای که درباره شرکت‌های تولیدکننده کاغذ می‌توان عنوان کرد، این است که این شرکت‌ها علاوه بر ورود به بورس اوراق بهادار، با ورود به بورس کالا، محصولات تولیدی خود را در رینگ‌های کالایی نیز به فروش برسانند. به عنوان مثال این شرکت‌ها با



دلتا DELTA چاپ و صحافی

تولید انواع سررسید - ارگانایزر - دفاتر مشق -
دفتر تلفن - رومیزی و زیر دستی

ساخت انواع جلد‌های سررسید چرمی نرم، لب تیز، لب گرد،
لب رنگ، لب گرد سلفونی، گالینگوری، کش دار، پاکت دار
و پایه رومیزی

مجهز به ماشین آلات:

- پانچ اتوماتیک
- ترتیب کن ۲۴ ایستگاه
- جلدسازی اتوماتیک
- فترانداز اتوماتیک
- دوخت آپارات دار آستر (۳ عدد)
- لب گرد کتاب
- جعبه سازی
- ورق تاکنی (۴ عدد)
- برش پلار (۲ عدد)
- چرخ خیاطی (۳ عدد)
- دایکات
- لمینیت
- سلفون کشی حرارتی و چسبی
- شیرینگ
- آسترچسبان
- چسب گرم ۵ خانه

دارای ماشین چاپ ۲ ورقی ۵ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۵ چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات در تیراژهای کمتر از ۱۰۰۰ عدد

نشانی: ابتدای جاده آبهلی - روبروی خیابان اتحاد - پلاک ۲۰۰
تلفن: ۷۷۳۵۶۴۳۹ - ۷۷۳۵۶۲۸۴ - ۷۷۰۰۹۵۷۹-۸۰

خدمات تخصصی و منحصر بفرد چاپ مستقیم روی اجسام (چاپ فلت بد)

امکان چاپ دیجیتال مستقیم روی اجسام مختلف مانند :

پلکسی (طلق پلاستیکی)

شیشه

چوب

ام دی اف

استیل

سنگ

سرامیک

کاشی

کامپوزیت

پارچه

فلز

و ...



چاپ روی فلز



چاپ روی پلکسی



چاپ روی شیشه



چاپ روی چوب

این نوع چاپ به صورت کامل بر روی جسم تثبیت شده و با حلال های معمولی و تیتری پاک نمی شود، دارای دوام رنگ بسیار خوب و قابل استفاده در فضای بیرونی و قابل شستشو است.

- قابلیت چاپ تا ابعاد ۱۲۲۰۲۵ سانتی متر
- قابلیت چاپ سفید پشت و روی کار
- قابلیت چاپ وارنیش
- قابلیت چاپ بر روی سطوح صاف تا قطر ۱۰ سانتی متر

www.NewArt.ir

خدمات چاپ عریض

(مجهز به دو دستگاه بتر عرض ۳۲۰ و دستگاه اکوسالونت)
چاپ تخصصی بتر ، فلکسی فیس ، سولیت (یکرو و دورو)
مش پوستر (باچسب و بدون چسب) ، بتر دورو (لمپوست)
وینیل و استیکر (مات و براق) ، پارچه (تکستایل)
کاغذ دیواری ، پلات و لمینت (سرد و گرم)



چاپ روی کاشی

info@NewArt.ir

تهران ، بزرگراه رسالت ، ابتدای خیابان

بنی هاشم ، کوچه ۸ متری اول ، پلاک ۱۵

واحد ۱ و ۲

تلفن : ۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۶-۷

تلفکس : ۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۷



■ «چکاو» و اقبال سهامداران

بررسی بازار سهام نشان می‌دهد که از میان شرکت‌های فعال در عرصه تولید صنعت کاغذ تنها دو شرکت هستند که در بازار سهام حضور دارند صنایع کاغذ سازی کاوه (چکاو) و گروه صنایع کاغذ پارس (چکاپا) که از قضا هر دوی این شرکت‌ها از سهام‌های ایده‌آل بازار هستند که بسیاری از فعالان تالار شیشه‌ای حداقل یک بار سهامداری آنرا تجربه کرده‌اند.

سهام شرکت صنایع کاغذسازی کاوه (چکاو) از سال ۹۲ در بورس عرضه شده است. بررسی نمودار تکنیکال سهم چکاو نشان می‌دهد سهم در یک هفته گذشته با گام‌های شتابانی مقاومت مهم ۵۲۰ تومان را شکسته و به سوی هدف‌های بالاتری خیز برداشته است. همانطور که اندیکاتور OBV نشان می‌دهد سهم در موج سه صعودی خود توانسته است نقدینگی مناسبی را به سوی خود جذب کند. این نقدینگی از چنان قدرتی برخوردار است که می‌توان اهداف بلندی را برای موج سه صعودی در نظر گرفت اما حتی در صورت اصلاح قیمت سهم، می‌توان گفت که با توجه به وضعیت نقدینگی وارد شده در سهم این اصلاح به مثابه موج چهار بوده و به منزله کسب قدرت بیشتر برای شکل گیری موج پنج صعودی عمل خواهد کرد.

■ چکاپا و جذب سرمایه ثابت

شرکت بورسی بعدی شرکت کاغذ پارس (چکاپا) است. نکته جالب درباره این گروه صنعتی این است که این سهم که از ابتدای سال ۹۵ وارد بازار سهام شده است، توانسته نقدینگی با ثباتی را جذب کند. بررسی وضعیت اندیکاتور OBV در سهم چکاپا هم نشان می‌دهد که پس از یک خیزش ورود نقدینگی به سهم، که همزمان با عرضه آن در بورس بوده است، اندیکاتور حجم در وضعیتی با ثبات و تقریباً بدون تغییر قرار داشته است. به بیانی سهام چکاپا در مدت زمان یاد شده همواره روند صعودی خود را حفظ کرده است اما نکته جالب این که حتی در وضعیت اصلاح قیمتی هم سهامداران عمده، حاضر به خروج از سهم نشده اند. به عبارت دیگر «چکاپا» موفق شده است با بازارگردانی خوب خود در طول سال ۹۵ که اولین

تجزیه و تحلیل «چرا» بی عدم حضور تولیدکنندگان کاغذ در بورس

سهام ناچیز تولیدکنندگان کاغذ از مزایای تامین سرمایه بورسی



■ اصغر قاسمی

بازار سهام، یکی از مهم‌ترین راه‌های تامین سرمایه است اما با این وجود بسیاری از شرکت‌های صنایع کاغذ از حضور در این بازار بی‌نصیب هستند و نمی‌توانند از مزایای حضور در این بازار بهره‌مند شوند.

در حال حاضر بازار سهام روزهای هیجانی درخشانی را پیش رو دارد. ورود چراغ خاموش نقدینگی به بورس تهران و افزایش بی‌سروصدای ارزش بازار نشان می‌دهد که پول‌های تعیین‌کننده مجاب شده‌اند که تالار شیشه‌ای حافظ، مقصد نقدینگی سرگردان در نیمه دوم سال است. ورود پول‌های تعیین‌کننده در حالی است که تالار حافظ، در ماه‌های پیش‌رو دو انتخابات مهم را رصد خواهد کرد: انتخابات آمریکا که برگزار شد و انتخابات ریاست جمهوری ایران که در بهار ۹۶ به وقوع خواهد پیوست. به نظر می‌رسد که با وجود چالش‌های موجود روحانی، بردی قطعی را در بهار ۹۶ تجربه خواهد کرد. این دورنما موجب شده است که بازار سهام رفته‌رفته روی ریل هیجان قرار گیرد؛ هیجانی که قرار است قله تاریخی ۸۹ هزار واحد را در هم شکند و تازه با شکست این قله است که ترکتازی بازار سهام در جذب نقدینگی سرگردان دیدنی خواهد شد. با وجود چنین نمایی از بازار سهام در ماه‌های پیش‌رو اما، صنعت تولید کاغذ چه بهره‌ای از نقدینگی سرگردانی خواهد برد که با خروج تدریجی از بانک‌ها جذب بورس می‌شوند؟





شده است. با این وجود حضور در بازار سرمایه فرصت بسیار مناسبی را در اختیار شرکت‌های تولید کاغذ می‌دهد تا بتوانند از هزینه‌های مالیاتی خود بکاهند.

این تحلیلگر بنیادی تاکید می‌کند: از سوی دیگر حضور در بورس در صورتی که با بازار گردانی موثری همراه باشد و هیات مدیره شرکت بتوانند با تصمیمات درست سهم را در بازار به درستی هدایت کنند و اعتماد سهامداران را جلب سازند، می‌تواند شرایطی را رقم بزند که این شرکت‌ها از راه عرضه سهام در بورس به نقدینگی مورد نیاز خود برای ادامه فعالیتشان دست یابند و در پیچ‌وخم‌های بروکراسی بانک‌ها برای دریافت تسهیلات گرفتار نشوند.

■ شرکت‌های تولید کاغذ مشکل نقدینگی دارند

کهن‌دژ اظهار کرد: بررسی وضعیت شرکت‌های تولیدکننده کاغذی که هنوز وارد بورس نشده‌اند نشان می‌دهد که این شرکت‌ها از وضعیت مناسب نقدینگی برخوردار نیستند. البته از آنجایی که این که این شرکت‌ها در بورس حضور ندارند، اسناد مالی‌اشان هم در دسترس نیست، اما بررسی کلی وضعیت تولید کاغذ در کشور نشان می‌دهد که این شرکت‌ها با مشکلات زیادی در تامین نقدینگی مواجه هستند.

وی معتقد است: وجود این مشکلات موجب شده است که در حال حاضر نمودار سرمایه‌گذاری در صنعت کاغذ در شیب نزولی تندی قرار گیرد و سرمایه‌گذاران تمایل خود را برای حضور در این بخش از دست بدهند.



این تحلیلگر بنیادی اشاره می‌کند: بخشی از مشکلات شرکت‌های تولید کاغذ به مشکلات عمومی اقتصاد بر می‌گردد که گریبانگیر همه شاخه‌های صنعتی می‌شود اما آنچه موجب شده است تا شرکت‌های تولیدی کاغذ نتوانند سرمایه‌گذار جذب کنند، به مشکلات خاص و ویژه این صنعت برمی‌گردد.

کهن‌دژ ضمن بر شمردن این دسته از مشکلات تمثیل می‌آورد که به عنوان مثال صنایع تولید کاغذ با مشکلاتی در تامین مواد اولیه خود روبه‌رو هستند. این شرکت‌ها مواد اولیه خود را از طریق واسطه‌ها تامین می‌کنند که وجود این واسطه‌ها موجب شده است تا هزینه تولید افزایش پیدا کند. علاوه بر این، شرکت‌ها با هزینه‌های خاص حمل مواد اولیه و هزینه انبارداری و نگهداری مواد اولیه مواجه هستند که بر هزینه تولید آن‌ها می‌افزاید.

■ دردسر تامین هزینه‌ها از راه افزایش قیمت

از سویی، تعرفه‌های گمرکی یکی از چالش‌های ورود مواد اولیه مورد نیاز صنایع کاغذ است چنانکه تا جایی که من اطلاع دارم پس از ماه رمضان این تعرفه‌ها افزایش پیدا کرده، به همین دلیل قیمت کاغذ هم در بازار افزایش یافته است. اما شرکت‌های تولید کاغذ هم تا یک حدی می‌توانند از طریق افزایش قیمت محصولات خود هزینه‌هایشان را تامین کنند. این وضعیت باعث شده تا، در

حال حاضر بخش مهمی از سفارش‌های چاپ کتاب به دلیل افزایش قیمت کاغذ متوقف شود که این از اثرات افزایش ناگهانی قیمت‌ها است. به همین دلیل فکر می‌کنم حضور در بورس می‌تواند این توان را به شرکت‌های تولید کاغذ بدهد تا با تامین سرمایه خود از راهی مطمئن، شرایطی را به وجود آورند که قیمت رقابتی محصولات خود را حفظ کنند و بازار خود را از دست ندهند.

این تحلیلگر اقتصادی با اشاره به مشکلات موجود در صنعت کاغذ معتقد است: یکی دیگر از مشکلات صنایع تولید کاغذ وضعیت ماشین‌آلات آن‌ها است. عمده این ماشین‌آلات این شرکت‌ها فرسوده هستند و هزینه نگهداری آن‌ها موجب افزایش هزینه نیروی انسانی و قطعات و... می‌شود. طبیعی است که این شرایط برای سرمایه‌گذار داخلی هم دلچسب نیست چه برسد به سرمایه‌گذار خارجی!

علاوه بر این وضعیت نامناسب بازار مصرفی کاغذ هم، شرایط را سخت‌تر کرده است. امروزه با تشدید فرهنگ استفاده از کتاب‌های الکترونیک، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری در فضای مجازی و عادت مسموم مردم به شبکه‌های اجتماعی تقاضا برای رسانه‌های روزنامه‌ها و هم کتاب‌ها با تیراژ بسیار نازلی چاپ می‌شوند. گاهی تیراژ کتاب‌ها تا سطح ۵۰۰ و حتی ۳۰۰ نسخه هم کاهش پیدا می‌کند که این، نشان‌دهنده شرایط نامساعد تولیدکنندگان کاغذ و میزان پایین فروش آن‌ها است.



دستگاه لمینیت تمام اتوماتیک کارتن
سرعت ۱۲۰۰۰ برگ در ساعت



دایکات اتوماتیک تخت



خط اتوماتیک لب چسب کارتن



سلفون کش حرارتی تمام اتوماتیک



گروه خدمات طلایی
Golden Service Gropup

تنها نماینده فروش و خدمات پس از فروش نیو استار در ایران

۰۹۱۲ ۳۶۴۷۱۰۰ - ۰۹۱۲ ۳۶۴۷۱۰۰
۰۹۱۸ ۲۱۴۴۹۰۳۸۵ - ۰۹۱۸ ۲۱۴۴۹۰۹۱۰۷
گوشه: ۰۹۱۲ ۳۶۴۷۱۰۰ - ۰۹۱۲ ۳۶۴۷۱۰۰
ایمیل: gserviceg2016@gmail.com

佳讯
JIASUN
IMPORT & EXPORT CO., LTD
CHINA OFFICE
Addno 17 Ground Floor of Xiguan New Village
Yutian, Tangshan, Hebei, Province, China
TEL: 0086 1362 134 1703
Email: navid@jiasun.com.cn

شرکت بازرگانی مجلسی
MAJLESSI TRADING COMPANY
دفتر تهران
خیابان شریعتی، بالاتر از حقولی، شماره ۲۵۹
ساختمان جواهری، طبقه دو، واحد ۲۳، کد
پستی ۱۱۸۸ ایمیل mtc@royal.net
تلفن: ۷۷۶۵۱۳۷۸ - ۷۷۶۵۱۳۷۹ - ۷۷۶۵۱۳۷۰
فکس ۷۷۶۵۰۵۲۷



گام به گام با بورس

بخش اول

حدود ۵۰۰ سال پیش در یکی از شهرهای بلژیک در مقابل منزل فردی به نام «واندر بورس» صرافان گرد هم آمده اوراق بهادار داد و ستد می‌کردند. از آن پس هر مکانی را که در آن، اوراق بهادار مورد معامله قرار می‌گرفت بورس نامیدند. اولین بورس دنیا در شهر آنورس بلژیک ایجاد شد. در حال حاضر در اغلب کشورهای دنیا تشکیلات بورس وجود دارد و فدراسیون بورس‌های جهان به عنوان یک سازمان هماهنگ‌کننده بین‌المللی نسبت به همکاری و تشریک مساعی بین بورس‌ها، حفاظت از منابع و حقوق صاحبان سهام و توسعه بازار سرمایه فعالیت می‌نماید. برخی از بورس‌های مهم دنیا عبارتند از: بورس نیویورک، بورس لندن، بورس استکهلم، بورس مونترال و بورس توکیو.

سابقه ایجاد بورس در ایران: فکر اصلی ایجاد بورس در ایران به سال ۱۳۱۵ برمی‌گردد. در این سال یک کارشناس هلندی و یک کارشناس بلژیکی به منظور بررسی و اقدام در مورد تهیه و تنظیم مقررات ناظر بر فعالیت بورس اوراق بهادار به ایران آمدند، اما مطالعات آن‌ها با آغاز جنگ جهانی دوم متوقف گردید. پس از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، مجدداً در سال ۱۳۳۳ ماموریت تشکیل بورس اوراق بهادار به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، بانک مرکزی و وزارت بازرگانی وقت محول گردید. این گروه پس از ۱۲ سال تحقیق و بررسی در سال ۱۳۴۵ قانون و مقررات تشکیل بورس اوراق بهادار تهران را تهیه و لایحه مربوط را به مجلس شورای ملی ارسال داشتند. این لایحه در اردیبهشت ۱۳۴۵ تصویب شد و بورس تهران عملاً در سال ۱۳۴۶ با ورود سهام بانک صنعت و معدن و شرکت نفت پارس فعالیت خود را آغاز نمود.

■ مزایای سرمایه‌گذاری در بورس

حال باید دید که چرا آحاد مردم در خصوص ورود به این بازار اظهار تمایل می‌نمایند. در این قسمت تنها به ذکر چکیده‌ای از عوامل موثر در این امر خواهیم پرداخت:

نبود حد سرمایه مجاز به نحوی که هر فردی با هر میزان سرمایه امکان ورود به این بازار را خواهد داشت. به عنوان مثال در بازار سرمایه شما به راحتی می‌توانید با مبلغ یک میلیون ریال بخشی از سهام یک شرکت بزرگ و معتبر را خریداری نمایید. اما اگر بازار بورس وجود نمی‌داشت، به سختی می‌توانستید در شرایط عادی با این مبلغ حرکت اقتصادی خاصی را انجام دهید.

قابلیت نقدشوندگی بالا که موجب گردیده تا در شرایط عادی ورود و خروج شما به این بازار در کمتر از چند روز فراهم گردد. که یقیناً با توسعه الکترونیکی بازار (که مقدمات آن در حال اجرا است) این مدت می‌تواند حتی به چند ساعت تقلیل پیدا نماید که تقریباً چنین وضعیت مشابهی به ندرت در سایر رویه‌های سرمایه‌گذاری یافت می‌شود.

بازده بالاتر از منابع پربازده شناخته شده در بازارهای مشابه، با در نظر گرفتن ریسک بهینه.

تب گسترش این بازار که به عنوان عاملی نادیدنی (همانند تب طلا در ایالات متحده)، بازار

بکر و دست‌نخورده‌ای وجود دارد، که سیاست‌های خصوصی‌سازی دولت نیز به عنوان یکی از اهداف کلان اقتصادی در واقع تقویت‌کننده این موضوع می‌باشد.

■ مزایای ورود به بورس برای شرکت‌ها

در این بین سوالی مطرح می‌شود و آن این است که واقعا، چرا شرکت‌ها برای حضور در این بازار از خود علاقه نشان می‌دهند؟ و اساساً مزایای حضور شرکت‌ها در بازار بورس چیست؟ در پاسخ به این پرسش سعی نمودیم به اختصار پاره‌ای از عوامل بالاهمیت را بیان نماییم که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

■ استفاده از معافیت‌های مالیاتی

شرکت‌هایی که در بورس مورد پذیرش قرار می‌گیرند مادامی که از لیست سازمان بورس و اوراق بهادار خارج نگردیده باشند، می‌توانند نسبت به نرخ مقطوع مالیات حداقل از ۱۰ درصد معافیت مالیاتی بهره‌مند گردند.

در بورس به جهت تمرکز سرمایه که با هدف مشارکت در حقوق شرکت‌های مورد پذیرش صورت گرفته و تشکیل یک

DOGOL

www.dogolco.com



وارد کننده ترمو، نفیس ترین جلد های سر رسید نامه و اورگانایزر اختصاصی، مخصوص تولیدکنندگان و سفارشهای تیراژ بالا

به سفارش شما ، به نام شما



بازرگانی دوگل وارد کننده عمده: انواع فنردویل فلزی ، قفل ، گیره ، میخ پرچ ، میله آویز تقویم دیواری، ترمو ، جلد سر رسید نامه و اورگانایزر

تلفن: ۰۲-۵۵۵۸۴۳۶۱ فاکس: ۵۵۵۸۴۳۶۴ موبایل: ۰۹۱۲۲۲۶۵۸۸۲ کانال تلگرام: telegram.me/DogolTradingCo ایمیل: info@dogolco.com



برای مشاهده لیست قیمت و محصولات به کانال تلگرام ما مراجعه فرمایید.

داشت. افراد قبل از خرید سهام شرکت‌ها و در صورت عملکرد مطلوبشان، در سود (زیان) آن‌ها شریک می‌شوند و در نتیجه تقاضا برای خرید سهام شرکت‌های سودآور هر روز بیشتر می‌شود و چرخه رقابت بین شرکت‌ها برای کسب سود بیشتر و در نتیجه جذب نقدینگی وسیع تر و بیشتر شده و این رقابت سالم می‌تواند تمامی گروه‌های فعال در بازار سرمایه را منتفع سازد. شرکت‌ها از منابع مالی ارزان قیمت، منتفع می‌شوند، سهام‌داران در سود شرکت‌ها شریک می‌گردند، شراکت این دو بخش چرخه تولید را به گردش در می‌آورد و تولید بیشتر شکوفایی اقتصادی را به همراه خواهد داشت.

■ سهم چیست؟

سرمایه هر شرکت سهامی، به قسمتهایی مساوی تقسیم می‌شود که به هریک از این قسمت‌ها، یک سهم گفته می‌شود. معمولاً قیمت اسمی سهام در ایران ۱۰۰۰ ریال است. هر فرد پس از خرید سهام مالک جزئی از دارایی شرکت می‌شود.

به یاد داشته باشید که وقتی اقدام به خرید سهام می‌کنید، در بازار سرمایه شروع به فعالیت کرده‌اید.



سهم عادی چیست؟ سهم عادی، همین سهامی است که شرکت‌ها عرضه می‌کنند و سهامداران به نسبت سهام خود، مالک شرکت می‌شوند. شما سهام عادی را هر زمان که بخواهید می‌توانید بفروشید ولی اگر شرایط بازار و کشور خوب باشد با قیمت بالاتر و اگر شرایط بازار خوب نباشد با قیمت کمتر آن را می‌فروشید.

سهم ممتاز چیست؟ سهامی است، که شرکت عرضه می‌کند و سود آن مثلاً این طور گفته می‌شود ۱۰ درصد از قیمت اسمی سهام. حال اگر قیمت اسمی سهام ۱۰۰ تومان است ۱۰ درصد آن ۱۰ تومان می‌شود.

سود سهام ممتاز، نسبتاً دائمی است و پرداخت سود سهام ممتاز نسبت به سهام عادی اولویت دارد. برای رعایت حقوق سهامداران شرکت‌هایی که در بورس پذیرفته می‌شوند دارای سهام عادی و مشابه و یکسان هستند.

انواع بورس کدام است؟ بورس کالا، بورس فلزات، بورس کشاورزی، بورس اوراق بهادار، بورس اسناد خزانه در بورس افراد حقیقی و حقوقی توسط کارگزاران خود به داد و ستد می‌پردازند و در آن خریدار و فروشنده می‌توانند یک فرد یا یک شرکت باشند.

این خرید و فروش تابع قوانین خاصی است که در مورد همه و با هر مقدار سرمایه به صورت یکسان برخورد می‌کند.

■ تأمین مالی چیست؟

تأمین مالی یا فاینانس، یعنی



تهیه منابع مالی و وجه برای ادامه فعالیت شرکت و ایجاد و راهاندازی طرح‌های توسعه و درآمدزای این واحدهای اقتصادی. تأمین مالی عمدتاً از طریق انتشار سهام، فروش اوراق قرضه و وام و اعتبار صورت می‌گیرد.

ابزارهای ویژه تأمین مالی

(الف) سهام عادی

(ب) سهام ممتاز

(ج) اوراق قرضه

(د) اوراق مشارکت

(ه) اوراق بهادار قابل تبدیل

■ اوراق مشارکت یا اوراق قرضه

اوراقی است که سودمعیّن دارد و صادرکننده اوراق قرضه متعهد می‌شود اصل پول و سود را در تاریخ معین پرداخت کند.

این اوراق چند کوبین سود دارند که مثلاً هر سه ماه یکبار باید به بانک عامل مراجعه کرد و با تحویل آن بخشی از سود را دریافت کرد. در بازار بورس ایران، اوراق مشارکت نیز مورد داد و ستد قرار می‌گیرد. اولین شرکتی که اقدام به انتشار اوراق مشارکت در بورس کرد شرکت ایران خودرو - طرح پژو پارس- با سود ۱۹ درصد بود.

■ سرمایه‌گذاری چیست؟

منظور از سرمایه‌گذاری، صرف هزینه‌ای مشخص به همراه پذیرفتن ریسک (احتمال خطر) مشخص یا نامشخص برای کسب سود در آینده می‌باشد. مهم‌ترین هدف سرمایه‌گذاری، کاهش (هزینه‌های فرصت) می‌باشد، به این معنی که ممکن است فرد پول مازاد را کادی داشته باشد که بتواند آن را در محلی برای سرمایه‌گذاری و کسب سود به کار گیرد، اما به علت عدم آگاهی، آن فرصت کسب سود را از دست بدهد.

■ ریسک نظام‌مند (سیستماتیک) به چه معناست؟

ریسک نظام‌مند، ریسک مربوط به هر نوع سرمایه‌گذاری است که در تمام اوراق و اسناد بهادار مربوط به آن نوع فعالیت وجود دارد و با تنوع بخشیدن به نوسانات سایر سهام مشابه نمی‌توان از آن اجتناب کرد. به همین دلیل قیمت سهام مختلف در بازار معمولاً با هم افزایش یا کاهش می‌یابد.

با این همه برخی شرکت‌ها در مقایسه با سایرین صدمات بیشتری از این ریسک نظام‌مند می‌بینند. شرکت‌هایی با نوسانات وسیع در فروش، شرکت‌هایی با بدهی‌های فراوان مالی، شرکت‌هایی با رشد سریع، شرکت‌هایی با نسبت‌های جاری ضعیف و شرکت‌های کوچک از جمله این شرکت‌ها هستند.



تولید مکانیزه انواع جعبه سخت (هارد باکس)

Takbox



تک باکس

www.takboxpack.ir

@takbox

instagram.com/tak_box

همراه: ۰۹۱۲ ۷۸۴ ۵۴ ۲۷

takboxpack@yahoo.com

تلفن: ۰۲۸ ۳۲ ۲۲ ۹۵ ۷۱

فکس: ۰۲۱ ۸۹ ۷۸ ۹۴ ۷۱



NEW

High Speed High Quality

می‌توان به بازیافت سالانه حدود ۳ میلیون تن کاغذ در جنوب کشور اشاره کرد که اگر بتوانیم از این پتانسیل استفاده کنیم، نه تنها نیاز داخلی که بلکه تمام نیاز برخی از کشورهای همسایه مانند عراق، ارمنستان، پاکستان، افغانستان و ترکمنستان را نیز تامین کنیم.

اما در عوض متاسفانه سالانه حدود ۳ میلیون تن ساقه نیشکر را می‌سوزانیم درحالیکه تکنولوژی تولید کاغذ را نداریم و چشم انداز روشنی هم در دستیابی به آن وجود ندارد.

چرا؟ چون ما برنامه‌ای برای دست یافتن به آن نداریم و حداقل تا دویست سال آینده نمی‌توانیم به آن تکنولوژی برسیم! چون تکنولوژی تولید کاغذ آن‌ها «های‌تک» است. یعنی با فیلمی سروکار دارد که ۸۰ میکرون برای چاپ و تحریر و یا ۲۰۰ تا ۳۰۰ میکرون برای کاغذهای بسته‌بندی نیاز است و از این روی تولید آن دقت بالایی را می‌طلبد اما در ایران تکنولوژی مورد استفاده در این حوزه بسیار پیش پا افتاده است.

سالانه حدود ۳ میلیون تن ساقه نیشکر را می‌سوزانیم درحالیکه تکنولوژی تولید کاغذ را نداریم و چشم انداز روشنی هم در دستیابی به آن وجود ندارد

به همین دلیل بسیاری از سازندگان دستگاه‌ها به سمت تولید ماشین‌آلات بسته‌بندی می‌روند تا اینکه بخواهند تولیدکننده دستگاه تولید کاغذ باشند به بیانی صنعت تولید کاغذ بیشتر در دست اروپاییان و آمریکایی‌هاست و در این زمینه خیلی از ما جلوتر هستند.

■ به طور کلی صنعت کاغذ از سه بخش اصلی بسته‌بندی، چاپ و تحریر و بهداشتی تشکیل می‌شود. به طور مشخص وضعیت این سه حوزه را چگونه می‌بینید؟

ما در حوزه چاپ و تحریر با توجه به موارد پیش گفته کاری نمی‌توانیم انجام دهیم. اگر بخواهیم از جنبه‌های دیگر به مساله نگاه کنیم، مثلاً در حوزه کاغذهای بسته‌بندی از آن جهت که نقش حفاظتی دارند بیشتر از الیاف بازیافتی استفاده می‌شود و ما هم در این حوزه مشکلی نداریم.



چاپ و نشر در گفت‌وگو
با دکتر علیرضا
سوخته‌سرایی بررسی کرد:

آتش بر ساقه نیشکر و فقدان تکنولوژی تولید کاغذ

■ مهدی تقوایی

در سال ۱۳۴۴ هجری شمسی مقدمات ایجاد اولین کارخانه کاغذسازی به منظور تولید کاغذ چاپ و تحریر با استفاده از تفاله نیشکر در هفت تپه خوزستان به ظرفیت ۱۰۰ تن در روز فراهم شد. بدین ترتیب زمینه برای تأسیس شرکت کاغذ پارس در سال ۱۳۴۶ هجری شمسی فراهم شد تا این شرکت با ظرفیت اولیه ۳۵ هزار تن کاغذ، در سال ۱۳۴۹ رسماً تولید کاغذ را آغاز کند. کارخانه‌ای که در همان سال به تولید ۱۲ هزار و ۳۰۰ تن کاغذ چاپ و تحریر دست پیدا کرد. در ادامه این مسیر، در سال ۱۳۵۲، کلنگ بزرگ‌ترین کارخانه کاغذسازی ایران به نام مجتمع صنایع چوب و کاغذ ایران (چوکا) با مشارکت وزارت صنایع (۶۰ درصد سهام) وزارت کشاورزی و عمران روستایی (۴۰ درصد سهام) در کیلومتر شش جاده رضوان‌شهر به تالش به زمین زده شد و در سال ۱۳۵۷ کار خود را آغاز کرد.

■ به عنوان نخستین سوال، اگر بخواهیم ارزیابی کلی از وضعیت فعلی صنعت کاغذ در ایران داشته باشیم، تفسیر شما چیست؟
واقعیت این است که با وجود پتانسیل‌های خوبی که در کشورمان داریم اما ایران در جایگاه خوبی در بخش صنعت کاغذ قرار ندارد. این درحالی است که با واردات چوب خام می‌توانیم محصولات سلولزی از جمله کاغذ بهداشتی، کاغذ روزنامه، چاپ و تحریر و کاغذ بسته‌بندی تولید کنیم، اما درکنار آن

سلفون کش حرارتی فول اتوماتیک با سرعت ۱۰/۰۰۰ برگ در ساعت

پنجم لغایت هشتم دیماه ۹۵
نمایشگاه بین المللی صنعت چاپ و بسته بندی
سالن ۳۱۸ میلاد - غرفه فرزانگان



■ چطور؟

دلیل اصلی آن هم این است که این حوزه، تکنولوژی بالایی را نمی‌طلبد و در ایران سه تا چهار کارخانه در صنعت بسته‌بندی در حال تولید هستند و در شهرهای مشهد و تهران فعالیت می‌کنند و کاغذهایی مانند تست لاینر و کرافت لاینر در داخل کشور تولید می‌کنند. حتی در این حوزه تولیدی به کشورهای منطقه صادرات هم داریم. کشورهایی مانند: ارمنستان، عراق و افغانستان که به طور مشخص کاغذ تست لاینر به آن جابجا می‌شود.

در حوزه چاپ و تحریر، بزرگ‌ترین تولیدکننده کاغذ چاپ و تحریر کشور، کارخانه پارس است و بعضا می‌بینیم که دوستان تولیدکننده با توجه به اینکه نمی‌توانند کاغذ دیگری تولید کنند، همین کاغذهای کاهی را به تولید می‌رسانند. شرایط فوق دلایل متفاوتی دارد از جمله اینکه تحریرها اجازه ورود تکنولوژی جدید را نمی‌دهد. در نتیجه تکنولوژی که در حال حاضر مورد استفاده قرار می‌گیرد برای قبل از انقلاب بوده و تکنولوژی ضعیفی است.

متأسفانه عدم ارتباط بین متخصصان دانشگاهی با تولیدکنندگانی که در کارخانه‌ها مستقر هستند، باعث می‌شود دانش در کارخانه‌های پیاده سازی نشود و بدین ترتیب ما نمی‌توانیم افزایش کیفیت را در تولیدات مختلف شاهد باشیم.

■ در حوزه کاغذهای بهداشتی چطور؟

در حوزه کاغذهای بهداشتی نیز ما واردکننده هستیم و بیشتر تولیدکنندگان سعی می‌کنند رول‌های تیشو را از خارج خریداری کنند و بدین ترتیب در داخل کشور فقط کارهای برشی و مراحل تبدیل کاغذ و بسته‌بندی را انجام می‌دهیم. البته در این میان باید به کارخانه کاغذ حریر خوزستان هم اشاره کرد که در این حوزه تولیداتی دارد و به حق که از لحاظ کیفیت نیز وضعیت مطلوبی دارد ولی خب، تولیداتش محدود است.

■ تا به اینجا از صحبت‌های شما چنین استنباط می‌شود که ما مشکل تهیه مواد اولیه را نداریم؟

بله، همین طور است. ما در تهیه مواد اولیه مشکلی نداریم. بیش از این و تا حدود ۲ سال پیش طبق نظر وزارت ارشاد اجازه واردات مجلات باطله از خارج از کشور را نداشتیم. با اینکه نمی‌دانم این قانون برداشته شده است یا نه ولی بعضی از کارخانه‌ها از رانت استفاده می‌کنند و در این حوزه واردات خوبی هم دارند. اگر کشور بتواند مجلات و روزنامه‌های باطله را در راستای تهیه مواد اولیه از خارج از کشور وارد بکند، خیلی خوب است، چرا که اگر این محدودیت را برداریم، ماده اولیه ارزان قیمت به دست آمده تبدیل به یک محصول بهتر می‌شود و



به مصرف داخلی می‌رسد. مشکلی که در این میان وجود دارد ضعف تکنولوژی است. البته عدم ارتباط متخصصان با صنعتگران و به روز نبودن تکنولوژی از جمله مشکلات این بخش است که می‌توان برای به‌روز کردن این تکنولوژی‌ها، از تسهیلات بانکی نیز استفاده کرد. گرچه در حال حاضر بانک‌ها در این زمینه تسهیلاتی ارائه نمی‌دهند.

■ الان بزرگ‌ترین شرکت‌های تولیدکننده در حوزه‌های مختلف کاغذ کدام مجموعه‌ها هستند؟

اگر بخواهیم در حوزه روزنامه و کاغذ تست لاینر و کرافت لاینر صحبت کنیم، به خصوص کاغذ تست لاینر، کارخانه چوب و کاغذ مازندران بزرگ‌ترین تولیدکننده آن است. در حوزه چاپ و تحریر هم که اکثر تولیدات در قالب برگه‌های تحریر و برگه‌های کاهی است و از کیفیت پایین تری برخوردار هستند، محصولات توسط کارخانه پارس تولید می‌شود. گرچه در این میان کارخانه اصفهان در این زمینه از لحاظ کیفیت تولید، متوسط است. در حوزه کاغذهای بسته‌بندی هم، کارخانه‌های چوکا، خزر کارتن، کاسپین، میهن کارتن و آسان‌پک قزوین فعال هستند که تولیداتشان حجم بالایی دارد و در قالب صادرات کاغذهای تست لاینر و کرافت لاینر فعالیت دارند.

■ اصولاً شرکت‌های موفق در بورس هم حضور فعالی را دارند. اما چرا به جز چند شرکت دیگر شرکت‌های بزرگ صنعت تولید کاغذ در بازار سهام حضور ندارند؟ آیا مشکل عدم حضور آن‌ها به دلیل مشکلات و قوانین سازمان بورس است یا خود این شرکت‌ها تمایلی به این کار ندارند و نمی‌خواهند از معافیت‌های مالیاتی و سایر مزایای حضور در بورس استفاده کنند؟

مشکلات در زمینه حضور شرکت‌های صنعت کاغذ در بورس را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد. البته در حال حاضر به جز شرکت کاغذسازی کاوه، کاغذ پارس هم در فرابورس حضور دارد. اما دلایل چرایی عدم ورود به بورس دیگر شرکت‌های کاغذی، به چند دلیل می‌تواند باشد. یکی از آن‌ها قوانین دست و پا گیر خود سازمان بورس است. یعنی شرکت‌ها بعضاً برخی از شرایطی که باید برای ورود به بورس دارا باشند را ندارند. دوم اینکه برای ورود به بورس بحث تامین نقدینگی شرکت‌ها وجود دارد که در این میان بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند از طرق دیگر مسائل مالی خود را تامین کنند و در نتیجه برایشان به صرفه است که ورود به بورس نداشته باشند. در این میان وقتی سهام شرکتی بخواهد در بورس منتشر شود، یک سری دردسرهای و مسائل خاص برای شرکت‌ها وجود دارد که بسیاری از آن‌ها را برای حضور در بورس بر حذر می‌دارد.



■ اکنون ایران چه رتبه‌ای را در مصرف کاغذ در آسیا دارا می‌باشد؟

طبق آمار منتشر شده که به سال ۲۰۰۵ برمی‌گردد، رتبه ایران بین یازدهم تا سیزدهم است. یعنی کشور امارات متحده عربی که حدود ده میلیون جمعیت دارد، نصف کشور ایران مصرف کاغذ دارد. این یعنی فاجعه. چرا که ما با هشتاد میلیون جمعیت دو برابر امارات کاغذ مصرف می‌کنیم.

■ جالب است! واقعاً چرا؟

مصرف کاغذ ارتباط مستقیمی با میزان فرهنگ و سطح آگاهی و دانش آن جامعه دارد. طبق آخرین آمار منتشر شده، در ایران، به ازای هر ۳۸۱ نفر، یک نفر کتاب می‌خواند و مصرف کاغذ در ایران چیزی در حدود ۳۴ تا ۳۵ کیلوگرم است. اگر بخواهیم حد آرمانی آن را در نظر بگیریم، با کشورهای آمریکایی - اروپایی فاصله بسیاری وجود دارد.

■ در پایان اگر جمع بندی خاصی دارید بفرمایید.

من فکر می‌کنم بزرگ‌ترین مشکل در صنعت کاغذ، هماهنگ و یکدست نبودن فعالان این حوزه با هم و تحت لوای یک واحد صنفی است. متأسفانه الان این وحدت رویه وجود ندارد و میان اجزای مختلفی که باید این زنجیره وجود داشته باشد از تامین و تولید کاغذ تا چاپ و بسته‌بندی و... این اتحاد دیده نمی‌شود. بر این اساس بزرگان این صنایع باید در کنار هم جمع شوند و متخصصان را به کار گیرند. در این صورت بسیاری از مشکلات قابل حل خواهد بود. مثلاً سال گذشته قرار بود تعرفه واردات چاپ و تحریر ۱۰ درصد افزایش پیدا کند. از سویی همانطور که می‌دانید اگر قیمت کاغذ وارداتی چاپ و نشر افزایش داشته باشد، طبیعتاً سطح مطالعه افراد و سرانه مطالعه کشور قطعاً کاهش پیدا خواهد کرد. اگر به همین مشکل نگاهی بیاندازیم، می‌بینیم که اگر تعرفه واردات کاغذهای بسته‌بندی را افزایش دهیم و به بهانه حمایت از تولید داخلی در کشور اجازه ورود آن را به داخل ندهیم، دست تولیدکنندگان داخلی بازتر می‌شود. یعنی با توجه به اینکه ما در حوزه کاغذ بسته‌بندی در داخل تولید داریم، دیگر واردات آن نیز بی‌معناست. بر این اساس با توجه به اینکه در حوزه چاپ و نشر، کشور توانایی لازم را ندارد، هرچه بخواهیم به تولیدکنندگان کاغذ رانت بدهیم، مثالش می‌شود تولید پراید. یعنی این صنعت، بیش از این رشد نخواهد کرد. ما آمدم تعرفه ماشین‌آلات خارجی را افزایش دادیم تا تولیدکننده داخلی بتواند رشد کند، اما متأسفانه بعد از انقلاب هرچه ما به تولیدکننده بها دادیم، همان پیکان و پراید تولید شد و هیچ تفاوتی در کیفیت تولید اتفاق نیافتاد.

بازرگانی اسکوئی

OSKOU EI Trading Co.

وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی



تلفن: ۸۴ و ۸۸۱۴۱۷۸۰-۸۸۱۴۱۵۹۹ همراه: ۰۹۱۲۷۹۹۵۵۲۱-۰۹۱۲۳۱۱۰۱۷۶



اکوپارس

xingraphics
Primus+
Positive Thermal CtP Plate

زینگرافیک تولید کننده زینک حرارتی با کیفیت بالا

با بهترین عملکرد، رزولوشن بالا، تیراژ بیشتر، کاهش مصرف دارو



• خیابان شریعتی، بالاتر از مطهری دومین کوچه سمت راست، کوچه سعدی، پلاک ۱۲ طبقه اول ۸۸۴۲۰۲۸۳-۸۸۱۲۲۴۱۲

• پنج کیلومتر بعد از عوارضی تهران قم دومین پل مایر پیاده روی رستوران ملایری تلفن: ۵۶۵۳۷۳۳۷ تلفکس: ۵۶۵۳۷۳۴۶

• www.eccopars.com info@eccopars.com

آریا تجارته زرنگار

ARYA TEJARAT ZARNEGAR

WWW.ATZCO.IR

Positive Thermal CTP Plate

زینک حرارتی

ATEXT

مناسب برای چاپ افست ورقی / مناسب برای افست رول
چاپ رنگی تجاری و تبلیغات / تیراژ بالا
آماده عقد قرارداد برای سایزهای خاص

زینک حرارتی

MAX PLATE

سهولت در ظهور / تیراژ بالا
سازگار با تمامی داروهای موجود در بازار

با پیوستن به اینستاگرام atz.media از پیشنهادات ویژه ما بهره مند شوید.

۰۹۳۸۰۰۵۶۰۰۱



اصفهان، خیابان میرداماد، بن بست ۱۱، ساختمان بهار، واحد ۶

تلفن: ۰۳۱-۹۵۰۲۴۵۷۵-۸



فلش سیلیکونی و پاوربانک

کارشناس مشاوره

جهت دیدن دیگر محصولات به وب سایت ما مراجعه کنید:

• ۰۹۱۳ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ | ۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹

• WWW.KAVIAS.COM | KAVIAPEN@YAHOO.COM

ماشین سازی الباقر

سازنده دستگاه های صحافی

AL-BAGHER

۲۵ سال سابقه

۳۳ سال تجربه



خط زن هیدرولیک



چسب زن ته کتاب



سریشم زن (تمام استیل)



پرس نرم



کودک



طلاکوب ۴۰ تن



پرس بادگیر



سلفون کش دو کاره



کالینکور بر



عقوایر



سلفون کش فول اتومات حرارتی



پرس دو طرفه



طلاکوب هیدرولیک



پرس دو گنه



آستر چسبانی

[Http://albagher-co.ir](http://albagher-co.ir)

نمایشگاه و دفتر مرکزی:
 قم، جاده کوه سفید، خیابان ۱۹ سمت چپ، پلاک ۲۲-۲۱
 تهران: ۰۲۱ ۵۵۱۶۱۲۲ تلفن: ۰۲۵ ۳۶۵۵۰۸۴۰ تلفکس: ۰۲۵ ۳۶۵۵۱۳۱۷



ایران کاور

IRAN COVER

تولید کننده پاک های دستی
و پوشه های دکمه دار پارچه ای

www.3940.ir



۰۹۱۲-۹۳۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۱۷۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۷۳۰-۳۹۴۰

۰۱۷-۳۴۵۳۴۰۶۶-۶۸

info.irancover@yahoo.com

@irancoverbag



۰۹۱۲-۹۳۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۱۷۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۷۳۰-۳۹۴۰

۰۱۷-۳۴۵۳۴۰۶۶-۶۸

@Hibag



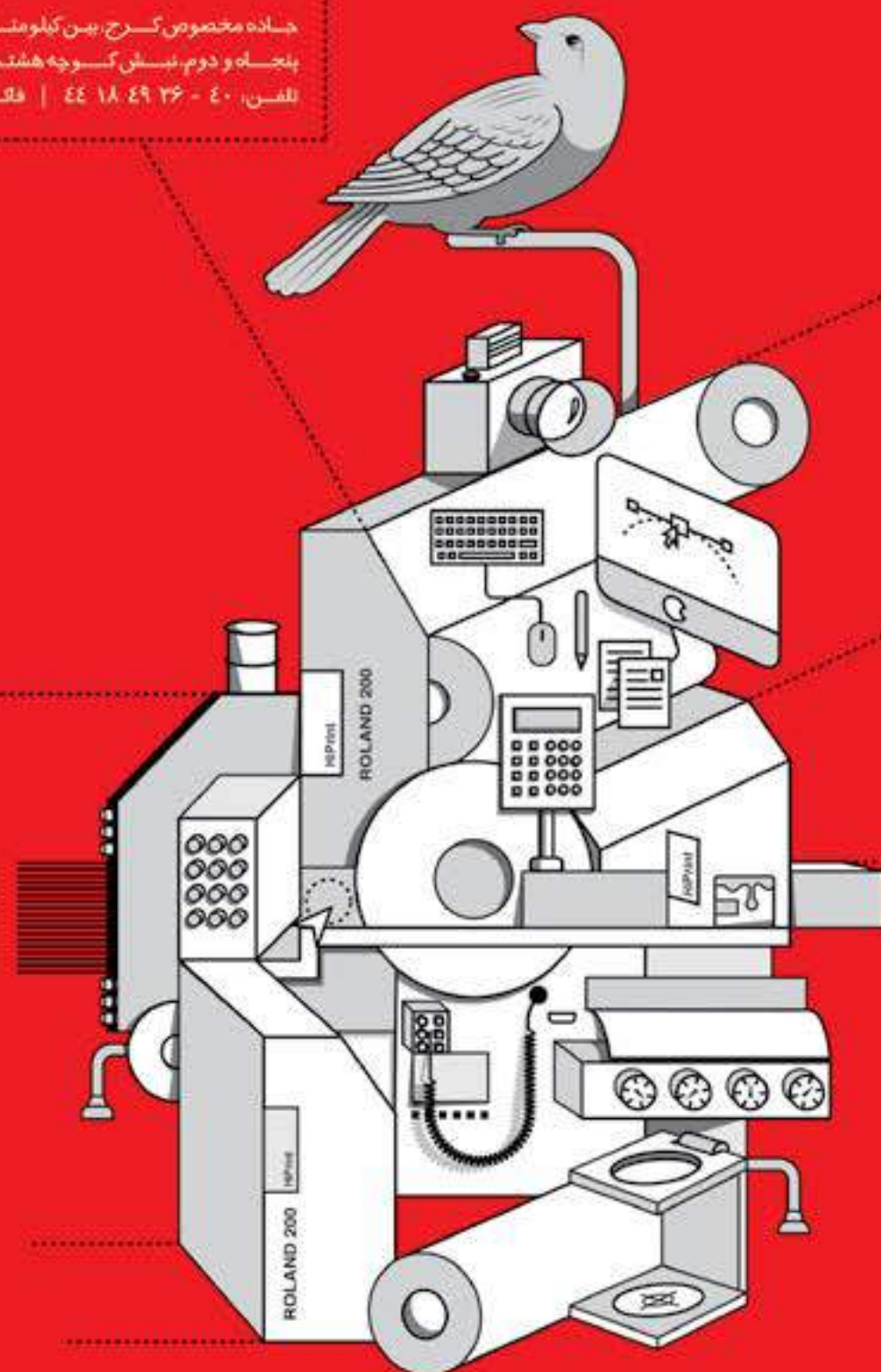
بزرگترین طراح و تولید کننده
ساکهای دستی پارچه ای در ایران



Hoodis Pars Printing Complex

مجتمع چاپ هودیس پارس

جاده مخصوص کرج، بین کیلومتر ۱۵ و ۱۶، خیابان
پنجراه و دوم، نبش کوچه هشتم شرقی، پلاک ۳
تلفن: ۴۰ - ۴۹ ۲۶ ۱۸ ۴۴ | فاکس: ۴۴ ۱۹ ۴۰۰۶



WHEN QUALITY MATTERS

چاپ افست دوورقی پنج رنگ با لاک واترپرس Roland 200 HiPrint
چاپ افست دوورقی پنج رنگ (Roland 200) خشک کن IR
لینوکرافی | سلفون کشی | دایکات | تاکتی | انترپرس | جعبه چسبانی | امباس
آتلیه طراحی | عکاسی صنعتی | فیلمبرداری صنعتی و ساخت تیزرهای تبلیغاتی

Maad Roll
Label Printing
صنایع چاپ ماد رول



و اینک گالوس gallus ECS 340

برای اولین بار در ایران در چاپ مادرول نصب شد
تکنولوژی روز اروپا، ساخت کشور آلمان در خدمت صنایع کشور

ماشین چاپ ۹ رنگ فلکسو | ماشین چاپ شش رنگ فلکسو | ۲ دستگاه ماشین چاپ چهار رنگ
فلکسو | دستگاه دایکات، برش و طلاکوب | قابلیت چاپ بر روی انواع کاغذ پشت چسبدار، پلی
اتیلن، پلی پروپیلن، پی وی سی، کاغذ و PP متالایزر، انواع فویل آلومینیوم دارویی،
چاپ دو رو (روی قسمت پشت چسب دار)، چاپ شریک، چاپ ساشه

جاده مخصوص کرج، کیلومتر ۱۷، خیابان
دارویی، کوچه ششم، پلاک ۲۵
تلفن: ۹۷ - ۹۹ ۲۶ ۹۵ ۴۴ | فاکس: ۴۴ ۹۸ ۰۲ ۵۹

بانک اطلاعات خرید و فروش

ماشین آلات چاپ و بسته بندی

۰۹۱۲ ۷۹۵ ۶۰۹۰

۰۹۱۹ ۱۳۷ ۱۲۴۱

ایوبی



۰۹۱۲ ۷۹۵ ۶۰۹۰

۰۹۱۹ ۱۳۷ ۱۲۴۱

ایوبی



Kiani Calendar

تولیدکننده انواع سررسید، ارگانایزر، تقویم حصیری
تقویم رومیزی، هدایای تبلیغاتی و هدایای فانتزی



منتظر محصولات جدید ما باشید ...

همراه با قیمت های ویژه تقویم رومیزی و سررسید

تهران، خیابان پانزده خرداد، بازار آهنگران، بعد از کوچه
مسجد جامع، پاساژ کاغذ و تحریر، طبقه زیرین، پلاک ۸۶-۸۷
۵۵۱۵۰۴۵۴ - ۵۵۱۵۰۵۹۲

www.kianicalendar.com

DING LONG



ماشین چاپ فلکسو کارتن

Open&close Type Vacuum Transfer Top Print Flexo Folder Gluer

شرکت گرینفیلد

نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش

با ما مشورت کنید ...

۱۴ - ۱۳ ۸۶ ۶۷ ۸۸ (۰۲۱)

info@greenfieldsolution.co.uk

۲۳مین نمایشگاه
صنعت چاپ

سالن ۳۸

راه کارهای
مناسب و سودمند
بسته بندی

ZONTEN



ماشین افست رول

PS Plate Intermittent Offset Label Printing Machine

شرکت گرینفیلد

نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش

با ما مشورت کنید ...

۱۴ - ۱۳ ۸۶ ۶۷ ۸۸ (۰۲۱)

info@greenfieldsolution.co.uk

۲۳مین نمایشگاه
صنعت چاپ

سالن ۳۸

راه کارهای
مناسب و سودمند
بسته بندی

**BRAUSSE
ETERNA**

BRAUSSE

a member of BOBST group

ماشین دایکات اتوماتیک
مقوا



CHM

خط تولید کاغذ A4

A4 Copy Paper Production Line



ETERNA

a member of BOBST group

ماشین دایکات اتوماتیک کارتن



رول شیت کن

High Speed Paper Sheetting Machine



شرکت گرینفیلد

نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش

با ما مشورت کنید ...

۱۴ - ۱۳ ۸۶ ۶۷ ۸۸ (۰۲۱)

info@greenfieldsolution.co.uk

۲۳مین نمایشگاه
صنعت چاپ

سالن ۳۸

راه کارهای

مناسب و سودمند

بسته بندی

راه کارهای

مناسب و سودمند

بسته بندی

شرکت گرینفیلد

نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش

با ما مشورت کنید ...

۱۴ - ۱۳ ۸۶ ۶۷ ۸۸ (۰۲۱)

info@greenfieldsolution.co.uk

۲۳مین نمایشگاه
صنعت چاپ

سالن ۳۸

بهار طوفانی بازار کاغذ در پاییز برجام



■ هومن اخوین

در دورانی که تحریم‌ها به اقتصاد و صنعت کشور فشاری همه‌جانبه وارد کرده بودند، بازار کاغذ در جهت مخالف این جریان به حرکت افتاد، چرا که به نظر می‌آمد واردات کاغذ می‌تواند به عنوان یکی از راه‌حل‌های اصلی دور زدن تحریم‌ها برای بسیاری از صادرکنندگان و شرکت‌های اقتصادی عمل کند، لذا گروه‌های تجاری مختلف در دست‌وپنجه با محدودیت‌های انتقال ارز به کشور، ضمن واردات و فروش کاغذ در بازارهای داخلی به نقدینگی خود دست می‌یافتند. این سیل واردات که غالباً از مسیر هند، اندونزی، چین و کره و کشورهای جنوب شرق آسیا انجام می‌شد با حذف اروپایی‌ها و تولیدکننده‌های کاغذ در نیم‌کره غربی از بازار ما فشاری مضاعف و خارج از تحمل سرمایه و منطق تجارت به صنایع داخلی تولیدکننده کاغذ وارد آورد، حالا آن‌ها نه تنها برای تولید، مجبور به خرید مواد اولیه (حتی داخلی!) با ارز آزاد بودند (هستند) بلکه می‌بایست با پذیرش کمبودها و محدودیت‌ها و عدم دسترسی به تجهیزات مدرن قیمت و کیفیت قابل رقابتی با محصولات اشباع شده در بازار می‌داشتند و به علاوه می‌توانستند با افت قیمت ناشی از این سرازیر شدن انواع محصولات سلولزی به کشور هم کنار می‌آمدند.

تحمل این حجم از معضلات و فشارهای کاذب حتی با شروع برجام از آن‌ها به طور موثر، کاسته نشد، باعث فرسودگی همه‌جانبه سیستم‌ها و یا حداقل، توقف فعالیت‌های رشد و توسعه صنعتی در صنایع سلولزی و کاغذ در ایران گردید و این معادله کماکان داستان هر روزی در ۴ و ۵ سال گذشته این صنایع شده است.

از طرفی دیگر مدیریت کلان صنعت کشور اسیر درگیری‌های سیاسی لجام‌گسیخته شده و تثبیت سیاست‌های اقتصادی و تقسیم منابع برای رشد واقعی در صنعت و تجارت به دور از زمینه‌های سیاسی نیست، همین اخیراً وقتی سایت‌ها و کانال‌های خبری مشغول تحلیل‌های سیاسی و انتخاباتی در مورد تغییرات کابینه بودند فعالان بازار کاغذ با نگرانی بیشتری اخبار جانشین وزیر ارشاد را پیگیری می‌کردند، چرا که جنتی در چند مرحله مهم و تاثیرگذار توانسته بود کوشش‌های تولیدکنندگان اصلی در این صنعت و پیگیری‌های وزارت صنایع را برای افزایش عوارض واردات کاغذ، به بهانه نگرانی از افزایش قیمت تمام شده کتاب و نشریات، خنثی ساخته و یا حداقل مسکوت بگذارد.

همین‌طور تغییر وزیر آموزش و پرورش که بزرگ‌ترین نهاد واردکننده کاغذ برای چاپ کتب درسی محسوب می‌شود هم می‌توانست در روند تا حدودی تثبیت شده قیمت این محصول استراتژیک تاثیر جدی ایجاد کند. ولی این داستان‌ها و شایعات پیرامون آن یک



سو از این ماجرا بود. با افزایش ناگهانی قیمت کاغذ در ابتدای پاییز امسال دور جدیدی از تحولات در این بازار شروع شد.

اولین شوک تغییر مدیرعامل فعال کاغذ مازندران - ابوالفضل روغنی - بود که با حیرت فعالان بازار و صنعت کاغذ همراه شد، حیرتی که خیلی زود تبدیل به شگفتی شد، چرا که شایعه ورود بلافاصله این مدیرعامل مستعفی به هیات مدیره گروه صنایع کاغذ پارس تازه خصوصی شده و به بورس راه یافته، توسط محمّدجواد مقدم مالک کاغذ پارس تایید شد، خبری که به تشکیل جبهه‌ای متحد توسط تولیدکنندگان باسابقه و ذی نفوذ تعبیر شد.

در مسیر همین تحولات و به موازات این تغییرات و حتی پیش از آن بازیگران اروپایی با سابقه در بازار کاغذ ایران، با آسیب‌شناسی تولید کاغذ و صنایع بسته‌بندی در کشور و سنجش نیاز هر گروه از مصرف‌کننده‌های کاغذ در سایه تحولات و گسترش ارتباطات تجاری با ایران پس از برجام، زیر پرچم دانش فنی و تکنولوژی پیشرفته خود به دنبال گسترش نفوذ خود هستند.

برند معتبر اتریشی با نام «موندی MONDI» با کمک کارشناسان و سازماندهی نمایندگی «راکسل ROXCEL» - یکی از تامین‌کننده‌های مطرح کاغذ در جهان که با مالک ایرانی و خیر مدرسه ساز اردبیلی خود «احمد پرکار» شناخته می‌شود - در همایشی در هتل پارسیان آزادی و با حضور مهم‌ترین بازیگران صنعت ورق و کارتن ایران اشتیاق خود را



رییس جمهور فنلاند با حضور در ضیافت ناهار فعالان صنعتی هموطن خود با همکاران ایرانی‌شان آن هم یک روز زودتر از قرار رسمی با رییس‌جمهور ایران، نشان داد که ورود و امکان حضور در بازار کاغذ و ورق بسته‌بندی ایران تا چه اندازه برای فعالان صنعتی فنلاند مهم است

برای سهمیم شدن در صنعت ورق و کارتن ایران به نمایش گذاشت اتریش، این اروپایی همیشه بار ایران در تحولات بین‌المللی که صنعت کاغذاش اعتباری جهانی دارد به مدد واحد فعال و پر کار بازرگانی سفارت خود در تهران نشست دیگری را هم در محل بخش بازرگانی خود ترتیب داد تا به فعالان و مخاطبان بازار چاپ و بسته‌بندی توانایی و تخصص یکی دیگر از غول‌های تامین‌کننده مواد اولیه و کاغذ در این صنعت، یعنی «مایرملنهلف MAYR MELNHOF» را به فرصت‌های بازار ایران یاد آوری کند.

اگر چه «مایرملنهلف»، تا پیش از این نیز در ایران به نوعی فعال بوده و حتی در تولید بسته‌بندی‌های استاندارد برای جعبه‌های سیگار شریک دخانیات ایران محسوب می‌شود اما با مطالب و موارد طرح شده در این نشست روشن شد که در پی ارتقا نقش خود در بازار ایران و منطقه است و مشتاق رشد فروش محصولات خود است و به جز بخش بسته‌بندی این کمپانی حالا برای عرضه مقواهای با کیفیت ممتاز خود به بازار بسته‌بندی‌های مواد غذایی و دارویی و... در ایران نقشه‌هایی بلندمدت را تعقیب می‌کند.

این روند درست در همان روزها با اخبار و نشانه‌هایی از علاقمندی و کوشش اقتصاد فنلاند برای حضور در بازارهای ایران همراه شد، ورود رییس جمهور بزرگ‌ترین و معتبرترین کشور فعال در زمینه تولید کاغذ و مقوا در جهان به کشور و همراهی او توسط مدیران و صنعتگران فنلاندی فعال در زمینه صنایع سلولزی - چوب و کاغذ - به خصوص شرکت مشهور «استورا انزو Stora Enso» اخبار تحولات مربوط به این صنف به اوج خود رسید، از اهمیت این سفر همین بس که رییس جمهور فنلاند با حضور در ضیافت ناهار فعالان صنعتی هموطن خود با همکاران ایرانی‌شان آن هم یک روز زودتر از قرار رسمی با رییس‌جمهور ایران، نشان داد که ورود و امکان حضور در بازار کاغذ و ورق بسته‌بندی ایران تا چه اندازه برای فعالان صنعتی فنلاند مهم است. فنلاندی که در سال‌های اخیر دچار بحران اقتصادی ناشی از تحولات بازرگانی در اروپا بوده و اینک به دنبال بازارهایی بزرگ جهت رونق و کار آفرینی دوباره در صنایع سلولزی خود می‌باشد. در این میان دیگر جای تعجب ندارد که به زودی شاهد اخباری مشابه از تولیدکننده‌های دیگر اروپایی کاغذ و مقوای فعال در ایران نظیر سوئد و روسیه و آلمان و... باشیم و حتی چه بسا رد پای محصولات سلولزی آمریکا با آن گستره وسیع و قیمت‌های مناسب در زمینه مواد اولیه سلولزی (الیاف بلند) ظاهراً کانادایی راهی ایران، پیدا باشد.

حالا، اگر چه باید پذیرفت این تبادلات و تعاملات برای صنایع ما و مصرف‌کنندگان سلولز و کاغذ تاثیر مثبت هم داشته و باعث رقابت و رشد کیفیت در صنعت سلولز و کاغذ کشور می‌شود و احتمال حل مشکلات مزمن در بسته‌بندی کالاهای صادراتی ایران را به دنبال دارد. اما با این حال، باز باید پرسید در بازار کاغذ ایران چه اتفاقی افتاده و یا در حال وقوع است؟ آیا تحلیل‌گران و مشاوران مطلع از بازار جهانی، اطلاعاتی مبنی بر رشد ناگهانی در اقتصاد و صادرات محصولات ایران دارند؟ و افزایش نیاز ما به انواع کاغذ و مقوای بسته‌بندی را پیش‌بینی کرده‌اند؟ یا این همه برای رقابت با تولیدکنندگان چینی و هندی کاغذ است که بازار ایران را در غیبت اروپایی‌ها قبضه کرده بودند؟ نتیجه هر چه باشد باید منتظر زمستانی داغ و بهاری طوفانی در بازار محصولات سلولزی و صنایع کاغذ در ایران باشیم.



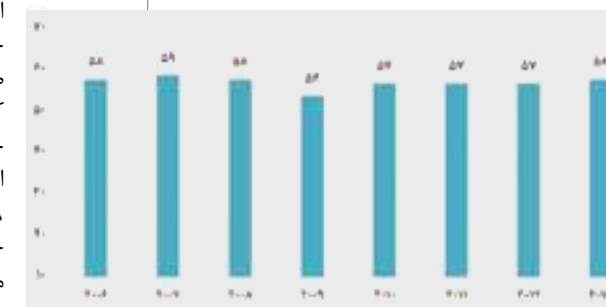
تلفن کارگاه: ۰۲۱-۳۳۵۱۹۵۳۸

علیپور: ۰۹۱۲۲۸۳۹۳۲۲

ز کایی: ۰۹۱۲۴۳۳۳۷۳۹



در سال ۲۰۱۳ بالغ بر ۴۰۳ میلیون تن و در سال ۲۰۱۲ مقدار ۳۹۹ میلیون تن کاغذ در دنیا تولید شده است. همچنین مقدار مصرف کاغذ در جهان در سال ۲۰۱۳ معادل ۴۰۴ میلیون تن و در سال ۲۰۱۲ حدود ۴۰۱ میلیون تن بوده است. از این رو می توان گفت در این صنعت تولید و مصرف تقریباً در وضعیت متعادلی به سر می برد. همانطور که در نمودار زیر مشخص است متوسط مصرف کاغذ در دنیا ظرف چند سال گذشته رقم حدود ۵۸ کیلوگرم به ازای هر نفر بوده است که صرفاً در زمان بحران جهانی سال ۲۰۰۸-۲۰۰۹ حدود ۵ درصد کاهش داشته است.



با توجه به نمودار بالا می توان استدلال کرد که میزان مصرف کاغذ با رشد اقتصادی رابطه مستقیمی دارد.

■ صنعت کاغذ

سرانه مصرف کاغذ در ایران ۲۸ کیلوگرم است در حالی که سرانه مصرف در دنیا ۸۵ کیلوگرم می باشد. با توجه به رابطه بین مصرف کاغذ و رشد اقتصادی، با توجه به گشایش های اقتصادی ایجاد شده ناشی از برجام و پیش بینی رونق اقتصادی کشور، انتظار می رود مصرف کاغذ در کشور با رشد فزاینده ای روبرو شود. نمودارهای زیر پیش بینی رشد اقتصادی ایران و اختلاف مصرف سرانه در ایران و جهان را نشان می دهد. همچنین یکی از آیت های کلیدی که در آینده می تواند بر قیمت کاغذ تأثیرگذار باشد تک نرخی شدن ارز می باشد که می تواند روند سودآوری شرکت های فعال در صنعت کاغذسازی را تحت تأثیر قرار دهد.



در آمریکای شمالی کاغذ تحریر در سال ۲۰۰۹ دارای بیشترین نرخ بوده است اما همانطور که نمودار نشان می دهد این نرخ در همان سال با افول یکباره مواجه شده است. از سال ۲۰۱۰ تا ابتدای سال ۲۰۱۶ نرخ کاغذ در ابتدا دارای رشد بوده و سپس روند نزولی را طی کرده است. از ابتدای سال ۲۰۱۶ این کالا مجدداً روند رشد خود را از سر گرفته است و انتظار می رود این رشد در ادامه سال ۲۰۱۶ و همچنین در سال ۲۰۱۷ ادامه داشته باشد.



چرم ترمو

محصول کشور ترکیه



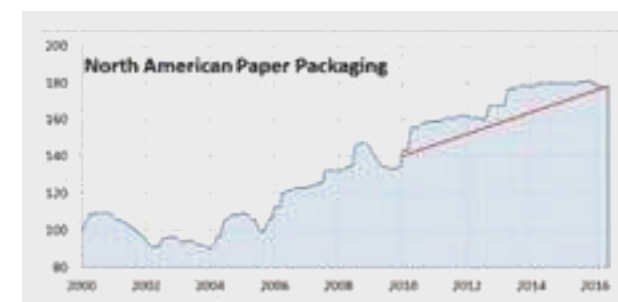
ابتدای خیابان مطهری، خیابان لارستان، پلاک ۶۴، واحد ۳
تلفکس: ۸۸۹۲۶۰۸۹ - ۸۸۹۴۱۴۷۵ همراه: ۰۹۱۲۶۷۶۷۶۲۳



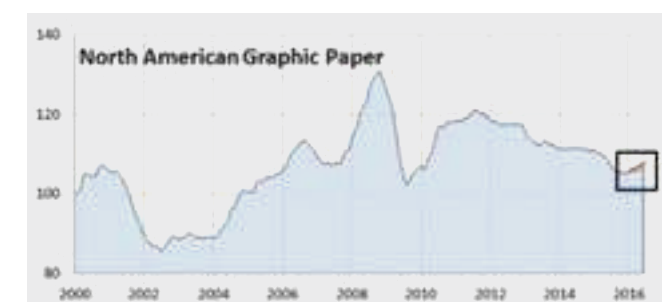
صنعت بسته‌بندی کاغذ و مقوا به عنوان یکی از صنایع سازگار با محیط زیست، جایگاه مهمی در اقتصاد جهانی یافته و در صنایع متعددی از جمله مواد غذایی و آشامیدنی، مراقبت‌های بهداشتی، حمل‌ونقل، ساخت‌وساز و... کاربرد پیدا کرده است. پس از یک دوره کاهش رشد اقتصادی در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹، بازار صنعت بسته‌بندی کاغذ و مقوا رشد قابل توجهی را آغاز کرد. در این میان، امکانات بازیافتی که کاغذ داشت نیز در این افزایش تقاضا بی‌تأثیر نبود، چراکه بسیاری از بسته‌بندی‌های کاغذی و مقوایی، برخلاف همتایان پلاستیکی خود، قابلیت بازیافت و استفاده دوباره را داشتند و از این منظر نیز صرفه‌جویی قابل تاملی در روند اقتصاد جهانی اتفاق می‌افتاد.

با توجه به دلایل فوق، بازار بسته‌بندی کاغذ و مقوا در طی سال‌های اخیر رشد قابل توجهی داشته و انتظار می‌رود در سال‌های آینده نیز به عنوان یکی از مواد مهم در صنعت بسته‌بندی جهانی، جایگاه خود را حفظ کند.

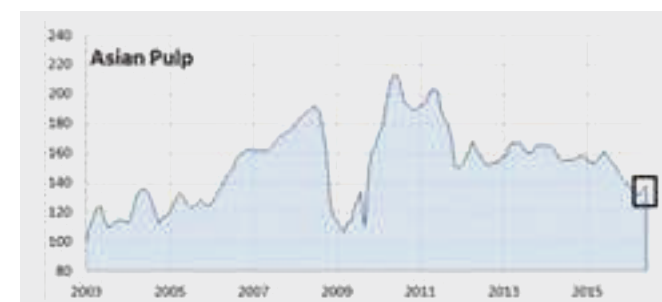
توجه به کاهش خطرات محیط زیستی که یکی از نگرانی‌های عمده جوامع امروزی است، یکی از دلایل مهم رشد بازار بسته‌بندی کاغذی در جهان محسوب می‌شود.



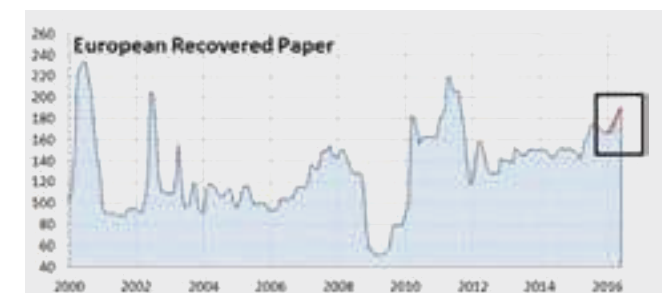
در زمینه صنعت بسته‌بندی کاغذی و مقوایی، آسیا سریع‌ترین رشد را در دوره مورد نظر خواهد داشت. عواملی مانند بهبود کیفیت زندگی مردم در کشورهای در حال توسعه، افزایش درآمد قابل تصرف خانوارها، رشد آگاهی‌های بهداشتی و توجه به سلامت فردی و عمومی از جمله دلایل رشد این بازار در کشورهای آسیایی به شمار می‌رود. طبق نظر محققان، حدود ۳۲ درصد از سهم بازار این صنعت، از آن کشورها در حال توسعه آسیایی است و خصوصا در میان آن‌ها، چین و هند، بزرگ‌ترین بازار را در صنعت بسته‌بندی کاغذی دارند.



نمودار زیر وضعیت قیمت خمیر کاغذ که ماده اولیه تولید کاغذ می‌باشد را در آسیا نشان می‌دهد. این کالا پس از نوسان‌های بسیاری که بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ داشته است در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ دارای روندی عادی یا نوسانات کوچک بوده است. این محصول در ابتدای سال ۲۰۱۶ با کاهش نرخ مواجه بوده است اما در ماه‌های اخیر شاهد افزایش نرخ خمیر کاغذ هستیم.



کاغذ بازیافتی که در جهت حفاظت از محیط زیست بیشتر در کشورهای توسعه‌یافته استفاده می‌شود نیز بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ شاهد نوسانات شدید بوده است اما برآیند روند نرخ این محصول از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ صعودی بوده است.



دوستان کیمیا
Doustan Chemie

تولیدی مهندس گاوافیان

تولید کننده و وارد کننده

انواع ملزومات مرکب مواد مصرفی چاپ افست

۱۹۳ ۹۳ ۷۷۷ ۲۱ ۹۸+

۶۴ ۹۲ ۳۲ ۷۷ ۲۱ ۹۸+

۶۵ ۵۲ ۱۲ ۷۷ ۲۱ ۹۸+

۳۸ ۴۲ ۱۲ ۷۷ ۲۱ ۹۸+

۱۱ ۴۸ ۹۶ ۷۷ ۲۱ ۹۸+

www.doustanchemie.ir/com

تودیع و معارفه
وزیران ارشاد

صنعت چاپ در محاق فراموشی!

آیین تودیع و معارفه وزیر محترم رفته و وزیر گرامی آمده، برگزار گردید و مطابق گفتمان و اقوال، وعده و وعید برقرار بود و کمافی‌السابق از صنعت چاپ نام برده نشد و دیگر زیرمجموعه‌های وزارت ارشاد عزیز و محبوب بودند و تمام هم و غم متولیان فرهنگ کشور رتق و فتق امور سینما و کتاب و تئاتر و موسیقی بود. جفای به عمل آمده به صنعت چاپ و در محاق فراموشی نگه داشتن آن به قدری عذاب‌دهنده بود که ناخودآگاه هرچه ظلم و اجحاف رفته بر چاپ و چاپخانه‌دار، اعم از مدیران نایلد، ورود ماشین‌آلات برخلاف قانون، قوانین دست‌وپاگیر در خرید و فروش ماشین‌آلات، عدم رسیدگی و پیگیری تخلفات مسئولان، مدیران و کارمندان در مقابل چشم رژه رفتند. در حالی که این فرزندخوانده به تائید صغیر و کبیر ارزش فراوان دارد، چه از نظر سرمایه و چه اهمیت اجتماعی، اقتصادی، جزو چند شغل حیاتی و اصلی در جهان محسوب است. با تمام این تعاریف و جایگاه تا به حال به مانند فرزندان خلف وزارتخانه، بدان توجه نشده است و هیچ کمکی حتی ردیف‌هایی را نیز که قانون تخصیص داده است، دریافت نکرده است. خانم‌ها و آقایان صنعت چاپ را دریابید.

مراسم تودیع و معارفه وزرای ارشاد با سخنرانی هنرمندان و اظهارات صریح علی جنتی (وزیر سابق ارشاد) همراه شد و صالحی‌امیری (وزیر جدید ارشاد) هم تاکید کرد که ما آمده‌ایم تا شما احساس آرامش و امنیت کنید.

در ابتدای آن محمد سریر، رئیس شورای عالی خانه هنرمندان بیان کرد: فعالیت‌هایی که در حوزه اداری صورت می‌گیرد، عموماً با تغییراتی همراه است که این تغییرات در روند کلی تاخیرات ایجاد می‌کند. روال «امید» خوب است اما گاهی راه «تدبیر» سخت می‌شود و ممکن نیست. آن‌چه پیش رو است روشن کردن چراغ صحنه است، عبور از سیاست‌های دولت با چالش‌ها مواجه می‌شود و در عین حال چراغ خاموش حرکت کردن هم مشکلاتی را ایجاد می‌کند. او در بخش دیگری از سخنانش تاکید کرد: آنچه که جامعه هنری دنبال می‌کند نوعی فضای لازم برای پاسخگویی به ساخت جامعه به ویژه نسل جوان است، در همه‌ی حوزه‌های هنری از تجسمی گرفته تا موسیقی و سینما باید نگاه واقع‌بینانه‌ای داشت و در نهایت آن‌را از ضرباتی که در مسیر به آن برخورد می‌کند بر حذر داشت. هنرمندان تحمل هر ضربه‌ای را ندارند، در جامعه امروز باید مسیر را با استفاده از اعتقاد معنوی با جهانی که با ماست پیش ببریم و دنیای بهتر را به نسل‌های آینده هدیه کنیم.

■ **چون کشتی بی‌لنگر**
عبدالجبار کاکایی، شاعر و ترانه‌سرا بعد از آرزوی صبر و سکون برای وزارت فرهنگ و ارشاد اظهارکرد: این وزارتخانه چون کشتی بی‌لنگر کج می‌شد و مج می‌شد. گاه از سوی سیاست و از سوی هنر. من سال‌ها پیش توقعی را از آقای جنتی مطرح کردم که در جهت آن توقع میدان عمل را در جامعه ادبی قرار داد و باید ایجاد وفاق ملی و در نظر گرفتن بستری بدون آنکه گرایش‌های سیاسی را در نظر بگیرند هم ایجاد می‌شد بنابراین امیدوارم سعی کنیم به همه جامعه ادبی و هنر نگاهی بیاندازیم.

■ **وظایف پیچیده و اختیارات نامتناسب**
سخنران بعدی این مراسم محمود آموزگار، رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران بود که در سخنانی مطرح کرد: اگر نگاه مقایسه‌ای به وزارتخانه‌های کشور داشته باشیم وزارتخانه‌ای را با



این حجم از وظایف پیچیده و اختیارات نامتناسب پیدا نمی‌کنیم، پس هرکس که مسئول آن می‌شود با وظایف و انتظارات بسیاری مواجه است. یکی از موضوعاتی که باید به آن اشاره کنیم این است که جنتی اقداماتی انجام داد که در طول تاریخ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بی‌سابقه بود و نمونه آن واسپاری بخشی از کارها به بخش خصوصی و تشکل‌های صنفی بود، همچنین دخالت اتحادیه‌ها در اداره کلیدی نمایشگاه بین‌المللی کتاب نیز یکی از اقدامات شاخص او در این حوزه است.

همچنین موضوع مالیات کتاب فروشان که سابقه ۱۳ ساله داشت به اهتمام او و معاونت حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد در قالب معافیت مالیاتی کتاب فروشان محقق شد بنابراین این موارد کافی است که نام او در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ثبت شود.

او همچنین با اشاره به سوابق وزیر ارشاد جدید اظهار امیدواری کرد که صالحی‌امیری با پیشینه فراوان تحقیقی و پژوهشی در حوزه نشر و کتاب، اقدامات مفیدی را در حوزه نشر مورد حمایت قرار دهند.

■ **آسیب‌پذیری فرهنگ**
خشایار اعتمادی، خواننده نیز گفت: انتخاب‌های شایسته رئیس دولت تدبیر و امید موجب وفاق شد و دغدغه‌های بسیاری را از بین برد و امیدوارم ماحصل آن موجب خوشنودی مقام معظم رهبری باشد. حاصل این امر برای وزارتخانه ما (ارشاد) انتخاب آقای صالحی‌امیری است و هنگامی که اصحاب رسانه با ما تماس می‌گیرند که انتظارات ما را از وزیر جدید فرهنگ و ارشاد اسلامی بخواهند، باید گفت آقای وزیر خدا به شما صبر دهد، زیرا انتظارات اصحاب هنر تمامی ندارد از طرفی دغدغه کسانی که نگران ولنگاری فرهنگی هستند نیز تمامی ندارد.

جامعه فرهنگ و هنر انتظار دارد شما سایه‌سار و چتری باشید که دغدغه‌های جامعه فرهنگی را برطرف می‌کند، ما می‌دانیم که شما دغدغه حمایت از بخش خصوصی دارید و در این راستا معاونت هنری ما از این بخش حمایت کرده است، اما امیدواریم این حمایت بر پایه عدالت و انصاف باشد و تنها عده‌ای از آن استفاده نکنند. اعتمادی در بخش دیگری از سخنانش گفت: صیانت از مجوزی که برای هنرمندان صادر می‌شود باید قاطعیت و قدرت پشت آن باشد؛ زیرا ما می‌دانیم که حوزه فرهنگ حوزه آسیب‌پذیری است.

ریسو گراف دیجیتال ۴ رنگ همزمان انقلابی در صنعت چاپ و نشر



ایران ریسو

مرکز تخصصی واردات و خدمات ریسو گراف های دیجیتال
تمام رنگی HC5500

- فروش بدون واسطه
- تحویل ۲۰ روزه
- یکصد هزار برگ گارانتی
- ۵ سال خدمات پس از فروش

riso_comcolor :

telegram.me/iran riso09337044770

جهت بازدید و ثبت سفارش با شماره ۶۶۹۱۷۸۵۶
تماس حاصل فرمایید

۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰

خدمات

تنها نماینده انحصاری WAN LIDA اولین وارد کننده هدهای صنعتی ریکو (Ricoh)



AILY-UV4590



AILY-UV1313



AILY-UV2030



AILY-UV2513



شرکت رها گستران

عرضه کننده چاپگرهای عریض
دستگاههای حرارتی و مواد مصرفی

قویترین هد صنعتی دنیا برای چاپگرهای فلت بدویووی

- دارای سیستم هوشمند تنظیم ارتفاع و شست شوی هد
- مجهز به سیستم خنک کننده و کیوم کاملاً صنعتی
- قابلیت چاپ تا ضخامت ۱۶ سانتی متر
- قابلیت برجسته سازی تا ۲ سانتی متر
- مناسبترین هد دنیا برای استفاده جوهر پیووی و سازگار با حرارت ال ای دی پیووی
- دارای یکسال گارانتی تعویض تمامی قطعات به معنای واقعی و حتی ۶ ماه گارانتی هد چاپگر
- به روز ترین ال ای دی اروپا به همراه بالاترین تاییدیه
- عرضه مستمر و کاملاً متصفه جوهر پیووی

تهران، خیابان ولیعصر، پابین تر از مظهری، شماره ۱۹۶۵، طبقه بالای بانک پاسارگاد | تلفکس: ۰۲۱-۸۸۸۵۴۵۰۵، ۸۸۸۵۴۵۲۴، ۸۸۹۶۶۷۱-۲

www.rahagostaran.com | info@rahagostaran.com



■ سینما را نمی توان دوست نداشت

فرشته طائرپور به نمایندگی از سینماگران گفت: حتماً یادتان است روزی که به وزارت ارشاد آمدید. انگار همین چند روز پیش بود. بی آنکه سابقه‌ای از معاشرت با سینماگران و سینمای ایران داشته باشید و یا حتی سینماگران ایران خاطره‌ای از شما داشته باشند. آن موقع حتی می‌گفتید «وزارت فرهنگ در مقایسه با وزارتخانه‌های دیگر مطلوب و ترجیح شما نبوده» و ما هم که یادتان هست چطور خسته از تنش‌ها و نگرش‌ها، جست‌وجوگر فصل جدیدی بودیم تا اوضاع سینما را متناسب با آن تعریف کنیم.

حرمت و موقعیت نام شما برای ما مهم‌ترین نکته بود که می‌توانست حاشیه امنی را برای ما ایجاد کند تا سینمای ایران آسوده‌خاطرتر در میدان خلاقیت و جذابیت ذاتی‌اش جولان دهد و این طور شد که سینما از شما استقبال کرد و برای مشارکت با برنامه‌ها و همکاری با مدیران شما آماده شد.

امروز که می‌روید می‌دانم سینما را بیش از گذشته دوست دارید. سینما را اصلاً نمی‌توان دوست نداشت. سینما چه کسی یا جریانی بخواهد یا نخواهد؛ مهم و محترم است و کسانی که این موضوع را باور ندارند از جامعه جا می‌مانند.

قانون باید در کشور محترم شمرده شود و امضای وزارت ارشاد برای همه از جمله قوه قضائیه، امام جمعه و نیروی انقلابی قابل احترام باشد



در کشور به نفع هیچ شخصی نیست گفت: قانون باید در کشور محترم شمرده شود و امضای وزارت ارشاد برای همه از جمله قوه قضائیه، امام جمعه و نیروی انقلابی قابل احترام باشد.

معاون اول رئیس‌جمهور در ادامه‌ی مراسم تودیع و معارفه وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان اینکه اگر ما به قانون احترام بگذاریم دیگران نیز به ما احترام خواهند گذاشت اظهار کرد: به آقایانی که فکر می‌کنند می‌توانند فراتر از قانون اقدامی انجام دهند می‌گویم که حتماً روزی فرا خواهد رسید که خود آن‌ها از این داستان ضرر خواهند کرد.

او با بیان اینکه آقای جنتی مدیری همه‌جانبه‌نگر، متدین، معتدل، منصف، توانا و انقلابی هستند که عمرشان را در راه پیشرفت کشور، انقلاب و نظام صرف کرده و سابقه درخشانی دارند افزود: آقای جنتی از زمان شروع مسئولیت خود در وزارت ارشاد با سختی‌ها و ناهمواری‌های زیادی در بخش فرهنگ و هنر کشور روبرو بوده‌اند و در این سه سال تلاش کردند اطمینان، آرامش و امید را به بخش فرهنگ و هنر کشور برگردانند.

جهانگیری با بیان اینکه آقای صالحی‌امیری نیز از چهره‌های شناخته شده که قرار است براساس تأکيدات رئیس‌جمهور همین راه و مسیر را ادامه دهند، محسوب می‌شود گفت: آقای صالحی‌امیری از نظر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی از چهره‌های خوش نام هستند و امید است از سرمایه‌تعاملات و ارتباطاتشان برای مدیریت این حوزه نیز به خوبی بهره بگیرند.



■ تأسف داعایی از رفتن جنتی

در ادامه حجت‌الاسلام سید محمود داعایی حرف خود را با اشارات و کلماتی تحسین برانگیز از برخی هنرمندان حاضر در مجلس شروع کرد و ابتدا گفت: صحبت کردن از فرشته‌ای نازنین که در اینجا بود، سخت است.

ایشان شخصیتی است که به دلیل توفیق و استعداد درخشان سطوح زیادی از معرفت را در اختیار داشت و روزی که در اینجا مراسم معارفه‌اش برگزار شد، خدمت رئیس‌جمهور گفتم که اگر چه پیشنهاد اولیه من برای وزارت ارشاد فرد دیگری بود اما بعد از اینکه با این نازنین آشنا شدم، انتخاب شما را تحسین کردم و متأسفم که الان طوری شده که این نازنین (علی جنتی) کنار می‌رود.

■ معاون اول چه گفت؟

اسحاق جهانگیری با تأکید بر اینکه بی‌قانونی



معاون اول رییس‌جمهور با اشاره به اینکه انتظارات از بخش فرهنگی کشور بسیار بالاست خاطر نشان کرد: در هر حوزه‌ای که با نارسایی مواجه می‌شویم کمک اهل فرهنگ را طلب می‌کنیم. از جمله در حوزه آسیب‌های اجتماعی که در جلسه اخیر مقام معظم رهبری با مسئولان اول کشور، حل مشکلات این حوزه را با کمک بخش فرهنگی کشور دست یافتنی دانستند.

وی با اشاره به اینکه برای حل دغدغه گسترش مفاسد اقتصادی در کشور نیز روی به اصحاب رسانه و بخش فرهنگی می‌آوریم، افزود: توسعه فرهنگی به صورت جدی پیش نیاز توسعه اقتصادی کشور است.

وی با اشاره به رویکرد روشن مقام معظم رهبری در حوزه فرهنگ گفت: برخورد مدیران فرهنگی در مواجهه با مسائل باید حکیمانه و به دور از افراط و تفریط باشد.

جهانگیری با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی با تکیه بر ظرفیت‌های داخلی کشور در شرایط فعلی از اصلی‌ترین رویکردهای ماست افزود: در بخش فرهنگ نیز باید از ظرفیت‌های داخلی ایران به خوبی بهره بگیریم و اگر از این ظرفیت‌های بزرگ استفاده نکنیم، به مردم ظلم کرده‌ایم.

■ اتاق‌های فکر پنهان

علی جنتی از انتخاب صالحی‌امیری به عنوان وزیر جدید فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان «نعم‌الخلف» یاد کرد و گفت: امیدوارم او وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را یک گام به جلو ببرد.

من سعی کردم در این مدت از نیروهای مومن معتقد به نظام و کارآمد و متخصص استفاده کنم و تلاش کردم دوستانی را دعوت به کار کنم که نسبت به کار آشنایی و تخصص داشته باشند و خوشحالم کسانی در این حوزه با من همکاری داشتند که در عمل نشان دادند، لیافت کاری که بر عهده گرفته‌اند را دارند. اجرای سیاست دولت تدبیر و امید نکته دیگری است که رییس‌جمهور در دوران انتخابات در حوزه فرهنگ مطرح کردند و آن حمایت از آزادی اندیشه و بیان،

معاون اول رییس‌جمهور: به آقایانی که فکر می‌کنند می‌توانند فراتر از قانون اقدامی انجام دهند می‌گوییم که حتماً روزی فرا خواهد رسید که خود آن‌ها از این داستان ضرر خواهند کرد

قانون‌گرایی و توجه خاص به اصحاب فرهنگ و هنر بود.

در حوزه کتاب، اتاق‌های فکری وجود دارد که تمام آنچه که در کشور منتشر می‌شود را در این اتاق‌ها رصد و مطالعه می‌کنند و هر جایی که پاراگرافی وجود داشته باشد که با سلیقه آن‌ها همخوانی ندارد یا عکسی که مناسب با سلیقه آن‌ها نیست و منتشر شده است آن‌ها شروع به تهیه جزوه می‌کنند و آن‌را در اختیار ائمه جمعه قرار می‌دهند تا نشان بدهند فرهنگ کشور به ولنگاری کشیده شده است.

هر هفته یک سوژه و چالش جدید داشتیم که تا سه ماه گرفتار مسائل آن در رسانه‌ها بودیم. بخشی که با آن مواجه بودیم این بود که وزارت ارشاد در دوره جدید ممیزی کتاب را قبول ندارد، در حالی که ما بر اساس شعار رییس‌جمهور سعی کردیم ممیزی به ناشران واگذار شود که آن‌ها نپذیرفتند بنابراین خودمان آن‌را انجام دادیم.

در این دوره ۲۱ فرهیخته کشور به عنوان هیات ناظر به شورای عالی انقلاب فرهنگی برای ممیزی کتاب معرفی شدند تا بتوانند در این حوزه نظارت کنند. در حالی که در دولت دهم شورای عالی کسانی را انتخاب کرده بود که رییس‌جمهور حاضر نبود این موضوع را ابلاغ کند و کسی هم در آن دوران به این قضیه اعتراض نکرد.

بعضی از این اتاق فکرها با بهره‌گیری از رسانه‌هایی که در اختیار داشتند، یک بار مسئله تک‌خوانی خانم‌ها را مطرح کردند در حالی که در طول سه سال فعالیت من در وزارت ارشاد تنها به سه خانم اجازه داده شد که در دهه فجر برای خانم‌ها بدون دوربین و موبایل برنامه اجرا کنند اما مرتب از ما سوال می‌شد که چرا به خانم‌ها اجازه خوانندگی دادید؟

حتی کار به جایی رسید که در صحن علنی مجلس این موضوع مطرح شد و در کمال بی‌تقوایی عکسی از یک خواننده خانم که اصلاً در ایران خوانندگی انجام نداده بود، نشان دادند و بعد از آن به من کارت زد دادند.

بعد از این قضیه جلوی کنسرت‌ها را گرفتند و گفتند وضع ظاهری کسانی که کنسرت برگزار می‌کنند مناسب نیست که ما آن‌را هم درست کردیم سپس برخی از شهرها مثل مشهد که بعد از آن قم و شیراز هم به آن اضافه شدند خواستند که در آن شهرها کنسرت اجرا نشود. بعد از آن هم ائمه جمعه، نیروی انتظامی و نیروهای خودسر صف‌آرایی کردند.

اتاق فکر مقابله با هنرهای نمایشی نیز موضوع دیگری بود که به وجود آمد. در تهران بین ۱۰۰ تا ۱۱۰ تئاتر اجرا می‌شود و ما نمی‌توان دانما نیرویی بالای سر آن‌ها برای نظارت داشته باشیم اما اتاق فکرها دانما ناظرانی دارند که کافی است یک بازیگر دیالوگی که مطلوب آن‌ها نیست مطرح کند و یا حجاب یکی از بازیگران زن کمی عقب برود تا از آن عکس بگیرند و به دیگران بگویند، ببینید در تئاتر کشور ما چه می‌گذرد!

در حوزه سینما هم همین‌طور بوده و ما در همه حوزه‌ها مراقبت کامل داشتیم. مثلاً در حضور نشر در ۸۰ هزار عنوان کتابی که پارسال چاپ شد فرض کنید که یک رمان هم مشکل داشته باشد اما بقیه کتاب‌هایی که مشکل نداشته‌اند را حساب نمی‌کنند. در حالی که این کتاب‌ها با نظارت منتشر می‌شوند. نگاه ما در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی این بود که از نیروهای فرهنگی حمایت کنیم، از جوانایی که تازه به صحنه می‌آیند و از اصحاب پیشکسوت فرهنگ و هنر. تلاش ما این بود زاویه اصحاب فرهنگ و هنر را با نظام یکی کنیم و هنر آن‌ها را در خدمت نظام قرار دهیم.



اتیکت پیلین

تمویل یک روزه

سایز ۲/۴ × ۷ سانتیمتر قیمت ۵۷۰۰ تومان

جهت دیدن دیگر محصولات به وب سایت ما مراجعه کنید.

۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ / ۰۲۱ ۵۵ ۵۷۶ ۴۴۹
WWW.KAVIA5.COM KAVIAPEN@YAHOO.COM



در گفت‌وگو با
پیشکسوت عرصه
صنعت چاپ مطرح شد:

صنعت چاپ ایران، عقب‌تر از زمان

■ فاطمه مهدوی

محمد اسماعیل قاضی‌زاده متولد سال ۱۳۲۳ در شهرستان خامنه از توابع تبریز به دنیا آمد و در سن ۹ سالگی به همراه خانواده به تهران آمد و در مدرسه راه‌آهن مشغول به تحصیل شد. وی از درآمدزایی چاپخانه می‌گوید: «آنقدر درآمد کارخانه خوب بود که پسر من به این کار جذب شد و شاید قبل از این‌ها حرفه ما درآمدزایی خوبی داشت اما الان وضعیت خیلی خوب نیست و با دستش به سمت پسرش که روبروی او نشسته اشاره می‌کند و می‌گوید من غصه شغل مسعود را دارم.» این بخشی از صحبت‌های پیشکسوتی است که حدود ۵۸ سال در صنعت چاپ سابقه دارد و بعد از تماس با وی سر موعدی که تعیین کرده بود در یکی از روزهای پاییزی که فقط برگ‌های درختان زرد نشانه آن بود و اثری از بارش باران پاییزی نبود، برای مصاحبه با مجله چاپ و نشر به همراه پسرش که مدیر چاپخانه آریاست، مهمان مجله شده‌اند که خبرنگار چاپ و نشر به گفت‌وگو با ایشان پرداخته است و اکنون در مقابل روی شماس است.



مهاجرت به تهران، سرنوشت کاری‌ام را تعیین کرد شغل پدرم خواروبارفروشی بود و چون در جوانی بسیار پر شر و شور بودم تا مقطع دبیرستان درس خواندم و به واسطه یکی از دوستان پدرم به چاپ خودکار ایران که در فرودسی، سر کوچه خندان بود رفتم.

البته آن ساختمان در حال حاضر ضمیمه روزنامه کیهان شده است حدود دو سالی در آنجا کار کردم در واقع دوره کارآموزی را سپری کردم و به کار حروفچینی مشغول شدم و در کارم آنقدر مهارت کسب کردم که در چاپخانه هر کار حروفچینی بود به من محول می‌شد.

سپس در چاپخانه اکونومیسست کار حروفچینی لاتین را توسط شخص ارمنی آموزش دیدم و در چاپخانه ترقی که بعدها به چاپخانه درخشان تغییر نام داد مشغول کار شدم رفته رفته از دید بسیاری از کارفرماها من جزو حروف چین‌های مطرح شدم بنابراین به من از خیلی جاها پیشنهاد کار می‌شد.

■ ازدواج و تشکیل خانواده

در سال ۴۸ ازدواج کردم آن موقع در چاپخانه پیک ایران که در محله شاه‌آباد بود به عنوان فرم‌بند کار می‌کردم تا اینکه به چاپ آبان منتقل شدم. آنجا کارها از نظم خاصی برخوردار نبود و از طرفی به دلیل درآمد پایین و حقوق ۵۳۰ تومان کفاف زندگی ما را نمی‌داد بنابراین دنبال کار می‌گشتم تا اینکه در چاپخانه پرچم مشغول کار شدم. او از شغل فرزندانش می‌گوید: سه فرزند دارم و

پسر من آقا مسعود چاپخانه را اداره می‌کند و من دیگر بازنشسته شده‌ام. به او می‌گویم شاید به ظاهر در این حرفه خود را بازنشسته کار می‌دانید اما حتماً همچنان مدیریت لازم را اعمال می‌کنید. لبخندی در صورتش نقش می‌بندد و با تکان دادن سرش حرف مرا تأیید می‌کند و بیشتر راجع به نقش پسرش مسعود که در حال حاضر تحصیلات کارشناسی در حوزه چاپ را به پایان رسانده توضیح می‌دهد و می‌گوید شانس‌ی که بچه‌های من در این حرفه داشتند این بود که به صورت عملی کار با دستگاه‌های چاپ را از نزدیک لمس کردند و به راحتی در دانشگاه دروس را با موفقیت طی کردند.

البته دو دخترم نیز در زمینه چاپ تحصیل کرده‌اند که در کنار برادرشان گاهی اوقات در کارهای چاپخانه همکاری می‌کنند.

■ خاطرات تلخ و شیرین

یکی از خاطراتی که شاید الان هم حین تعریف کردن شیرینی آن را حس می‌کنم این است که در چاپ آبان ۲ هزار تومان شب عید پاداش گرفتیم و ۲ هزار تومان در مقابل حقوق ۵۰۰ تومان خیلی زیاد بود.

ماجرای بر می‌گردد به اینکه در آستانه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی بودیم و قرار شد هر شب ویژه‌نامه نمایشگاه را به مدت یک ماه به طور فشرده چاپ کنیم و از طرفی آخرین ماه سال بود و کم‌کم به شب عید نزدیک می‌شدیم و به علت فشرده‌گی کار یک ماهی به خانه نرفتم و آن زمان مبلغ ۲ هزار تومان در جیب‌هایم جا نمی‌شد و آن روز به خاطر گرفتن این پاداش خیلی خوشحال بودم.

خاطره تلخ من بر می‌گردد به این قضیه که داوود خانیان چون در بنیاد پهلوی در شرکت ایرانی سهم داشت بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۵۸ موجب شد خیلی از دستگاه‌های چاپخانه مصادره شود و دلیل آن هم این بود که وی در کارخانه ایرانی (بنیاد پهلوی) سهامدار بود. سر همین مساله این مصادره اتفاق افتاد و از کارخانه فقط جا، جواز و دستگاه‌های ملخی و یک شریک برجا ماند.

سالنامه کیانی



سالنامه اختصاصی تخصص ماست

فروشگاه شماره یک
تهران خیابان پانزده خرداد بازار بین الحرمین پاساژ مهتاش پلاک ۱۱
۵۵۵۸۶۱۹۶ - ۵۵۸۱۶۵۵۲
۵۵۵۸۶۱۹۷ - ۵۵۸۱۶۵۵۳



انواع جک پالت، جک پالت رول گیر، جک پالت ترازو دار، جک پالت قیچی، جک پالت برقی

انواع میز بالا بر هیدرولیک، بشکه بر و تخلیه بشکه، جرثقیل کارگاهی، اسکیت (جابجایی ماشین آلات سنگین)

انواع لیفتراک دیزلی، دوگانه سوز و برقی، انواع استکر دستی - نیمه برقی و برقی



بیست و سومین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران
۵ الی ۸ دی ماه، سالن میلاد (۳۱۸)

karafarin.company

@kmcco
@kmcco_bot

www.kmcco.ir | www.kmclift.com | www.karafarin-co.com

دفتر فروش: تهران، خیابان ستارخان، ترسیده به سه راه تهران وینا ج بهمان، پ ۲
تلفن: ۰۲۱-۶۶۵۵۰۰۷۳
فکس: ۰۲۱-۶۶۵۱۷۶۷
نمایشگاه: تهران، شهرک صنعتی چهار دانگه خیابان دوم آلمینوم کاران پلاک ۱
تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۶۶۰۲
همراه: ۰۹۱۲۱۴۰۲۶۱ - ۰۹۱۲۱۴۰۲۵۷۷

را برای کارهای عملی به چاپخانه هدایت می کنم و دانشجویان به شیوه عملی کار را بهتر یاد می گیرند. اگر وزارت ارشاد که باعث و بانی ایجاد دانشگاه چاپ و نشر بود پا پس نمی کشید وضعیت چاپ ما بهتر از این بود. وقتی آقای فکری گفتند دانشگاه چاپ حتما باز می شود ولی متأسفانه هنوز اتفاقی نیافتاده باید گفت از وعده تا عمل خیلی راه است و اغلب قول ها در وعده می ماند.

■ **مصادره دستگاه ها، چاپ کتب را به صفر رساند**
(پسر خانواده) قبل از مصادره شدن دستگاه ها ما کار چاپ کتاب انجام می دادیم. حتی کتاب های کانون پرورش فکری را ما تولید می کردیم. دستگاه ها تکمیل بود ولی بعد از مصادره دستگاه ها مجبور شدیم فرم اداری شرکت نفت را چاپ کنیم و شرکت نفت چاپخانه اش را جمع کرد زیرا برایش صرف نمی کرد و چاپخانه سرمایه اش به میزان سفارش آن خیلی توازن با هم نداشت و در حال حاضر چند سالی است که چاپخانه اش را جمع کرده و همه را به انباری شرکت برده اند.

شرکت هایی هستند که به صورت رابطه ای دستگاه های عظیم را می خرند و استفاده نمی کنند و آنها را به انبار منتقل می کنند در حالی که خیلی از چاپخانه داران ما نیاز به وام دارند اما اهمیتی به آنها نمی دهند. یک روزی مسیرم به یکی از نهادهای مسوول افتاد. وقتی رفتم دیدم برخورد ها چقدر بد شده است و هر کسی فقط به فکر منافع خودش است و وقتی هرج و مرج شخصی ایجاد می شود وضعیت صنعت چاپ بدتر از این خواهد



شد. در حال حاضر ما دو سالی است که برای گرفتن وام ثبت نام کرده ایم، اما خبری نشده است.

■ **توصیه برای جوان ترها**
جوان ترها با علاقه و علم و دانش وارد کار شوند. زمان ما، استاد، شاگردی بود می رفتیم و آلوده کار می شدیم ولی وقتی صنعت جدید می آید حتما باید علم به روز آن آموزش داده شود و متصدیان باید بیاموزند. البته ۹۰ درصد مردم در مقابل تکنولوژی مقاومت می کنند مثل برخورد با موبایل. ولی الان آن هایی که مخالف این تکنولوژی و ابزار بودند ۲-۳ تا موبایل دارند. وقتی که قبل از انقلاب به آلمان برای خریدن دستگاه رفتیم تکنولوژی در آنجا خیلی پیشرفت کرده بود. ما هم باید با زمان پیش برویم از زمان عقب هستیم.



■ **سال ۸۰ مالک چاپخانه شدم**
یک روزی به من پیشنهاد دادند که چاپ آریا مدیر داخلی می خواهد که هم کار فرم بندی را اداره کند و در کنارش چاپخانه را نیز مدیریت کند و من با این پیشنهاد موافقت کردم و به عنوان مدیر فنی مشغول کار در چاپخانه شدم و سال ۵۴ ما سهامدار چاپخانه شدیم و با آقای شایان چاپخانه را سرپا نگه داشتیم تا اینکه سال ۸۰ آقای شایان که شریک من در چاپخانه بود گفت من چاپخانه را نمی خواهم و سهم ایشان را من خریدم و چاپخانه به نامم شد.

■ **توسعه چاپخانه آریا با تدبیر نورانی**
من به نورانی احترام خاصی قائل هستم زیرا هرچه فرهنگ چاپ داریم به وجود ایشان است وقتی در سال ۵۴ سهامدار شرکت شدیم به فکر توسعه چاپخانه بودم تا اینکه این مسئله را با آقای نورانی مطرح کردم و گفتم برای توسعه چاپخانه می خواهم دستگاه چاپ بخرم و نورانی در این زمینه برام ویزا گرفت و به کشور آلمان رفتم و در سوئیس دستگاه های لازم را خریداری کردم و خود آلمانی ها آمدند به تهران و دستگاه ها را در چاپخانه نصب کردند.

البته قبل از انقلاب دستگاه های چاپ قیمت مناسب تری داشت و در سال ۵۴ با ده بیست هزار تومان دستگاه های چاپ را خریدم. البته ما پول را از آقای داوود خانیان (سهامدار عمده) قرض گرفتیم. ایشان مدیرعامل شرکت ایران بودند و پسرش که سهامدار چاپخانه بود و مغز اقتصادی خیلی خوبی داشت و توانستیم با حمایت مالی ایشان مشکل چاپخانه را حل کنم.

■ **آموزش قبل از کار**
مسعود (پسر خانواده) از سال ۷۱ در کار چاپخانه مشغول شده است و دوره های چاپ سیلک را در دانشگاه تهران در کنار استاد گنجینه آموزش دیده است. وی می گوید: من ترجیح می دهم کارگران اطلاع کافی از این حرفه داشته باشند و چه بسا افرادی که با تخصص وارد کار نشوند موجب صدمه زدن به دستگاه های چاپ می شوند. آقای اسفنجانی که نمایندگی هایدلبرگ را

دیدار کاروان مهربانی با
امیرھوشنگ نوروزلو

چشم در چشم ابرو به ابرو

امیرھوشنگ نوروزلو در سیزده - چهارده سالگی دفتر و کتاب را رها کرد و درس و مشق را در اوراق روزهای تجربه و کار جست. این ضرورت بود؛ در غیاب پدر، پسر که خلقت باشد مرد میدان زندگی و مسئولیت است. میزبان ما مرد مردستانی از این دست است. کاروان مهربانی این بار مہمان صدای خسته اما عاشق امیرھوشنگ نوروزلو بود. مردی از اهالی زحمتکش چاپ و نشر که افتخار مہم دوره کاری اش، چاپ کتابهای فاخر و عالی است که در قفسه های کتاب، کنار هم ردیف و محترم نشسته اند. هر کدام بر روی جلد، نام معتبری دارند. از آن نامها که خوانندگان فرهیخته حتماً توری بر اوراق آثار و اوراد انفاسشان زده اند یا تقالی بر ابیات اشعار مفاخر ادب و هنرش را تجربه کرده اند. خیال روی یار را چشم در چشم و ابرو به ابرو، در افق خطوط معنی نشسته اند و نسیم مویش را در سلسله باغهای معطر کوی دلدار به تماشا نشسته اند. «بین که سیب زنخدان تو چه می گوید / هزار یوسف مصری فتاده در چه ماست» که گفته اند: «اگر به زلف دراز تو دست ما نرسد / گناه بخت پریشان و دست کوتاه ماست»



ما در کاروان مهربانی آموخته ایم که گوشه نشین درگاه کسانی باشیم که اگر چه محبوب و دورند ولی همیشه در نظر خاطر مرفه ما بودند و هستند. هر چند این دور زدن با کاروان، نوبت ها را به دیر و دور... به سالی و یا هر از چند سال یکبار می کشاند؛ اما ارباب کرم هربار با مهر و ادب به روی کاروان مهربانی درمی گشایند که فرمود: «اگر به سالی حافظ دری زند بگشای / که سال هاست که مشتاق روی چون مه ماست».

میریونس جعفری، آغازگر این دیدار بود. با صلواتی که فضای معنوی را در جمع کاروان گستراند و پرسش هایی که یک به یک میزبان را وادار کرد با صدای آرام، خسته اما مشتاق و مهربانش پاسخ بدهد. اهالی کاروان با سکوت و اشتیاق سخنان هوشنگ نوروزلو را گوش دادند. این شما و این گزارشی از کاروان مهربانی.

■ چه سالی وارد صنعت چاپ شدید و از کجا شروع کردید؟
من کلاس هشتم بود که پدرم فوت کردند و مجبور



شدم برای گذران زندگی وارد بازار کار شوم. اولین جایی که برای کار رفتم روزنامه اطلاعات بود، منزل ما در خیابان پامنار بود، همسایه ای داشتیم که پیش خدمت آقای مسعودی در روزنامه اطلاعات بودند. بعد از فوت پدرم مادرم از ایشان درخواست کرد که در روزنامه مشغول به کار شوم و توسط آن دوست، به آقای مسعودی معرفی شدم، ابتدا در بخش صحافی به عنوان کارگر کار کردم و بعد از چند سال به عنوان سرپرست صحافی به مدت هشت سال در روزنامه اطلاعات مشغول بودم. به خاطر علاقه ای که به این صنعت داشتم در همان ابتدای کار به قسمت های دیگر هم سر می زد، به این شکل حروفچینی و گراورسازی را نیز یاد گرفته بودم. بعد از ۸ سال که در صحافی روزنامه اطلاعات کار می کردم به علت شکایت حقوق سه ماه عقب افتاده کارکن به آقای مسعودی، آقای فرزانه مدیرعامل مجموعه که از اقوام آقای مسعودی بودند من را اخراج کردند. به وسیله دوست دیگرم به چاپخانه مجلس شورای اسلامی معرفی شدم و شماره زنی دستی انجام می دادم. بعد از گذشت زمانی به علت نداشتن معافیت سربازی از چاپخانه مجلس شورای اسلامی هم بیرون آمدم. حدود سه ماه بعد، در زمان مصدق صد هزار تومان هزینه کردم و از خدمت سربازی معاف شدم. بعد از گرفتن این معافیت چاپخانه مجلس شورای اسلامی مجدد من را برای کار نپذیرفتند.

بعد از آن به چاپخانه سپهر آمدم، چاپخانه سپهر در سال ۱۳۱۲ تاسیس و بسیار باسابقه بود. مرحوم حیدری مدیرعامل چاپخانه سپهر بودند و با آقای طاهرزاده شراکت داشتند. چون با ماشین ملخی چاپ هم کار کرده



COLORGRAF

مرکب چهار رنگ یووی • مرکب طلایی • مرکب نقره ای
مرکب های چهار رنگ افست ساخت ایتالیا



شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم
نماینده انحصاری مرکب کالرگراف ایتالیا
www.colorgraf.ir
تهران، خیابان دماوند، بعد از امام علی
مقابل خ حجت، پلاک ۱۲۱۵، طبقه اول، واحد ۱
تلفن: ۷۷۵۶۲۹۷-۷۷۵۶۱۶۴۲
فکس: ۷۷۵۶۸۹۷۴ همراه: ۰۹۱۳۱۱۰۴۷۲۸

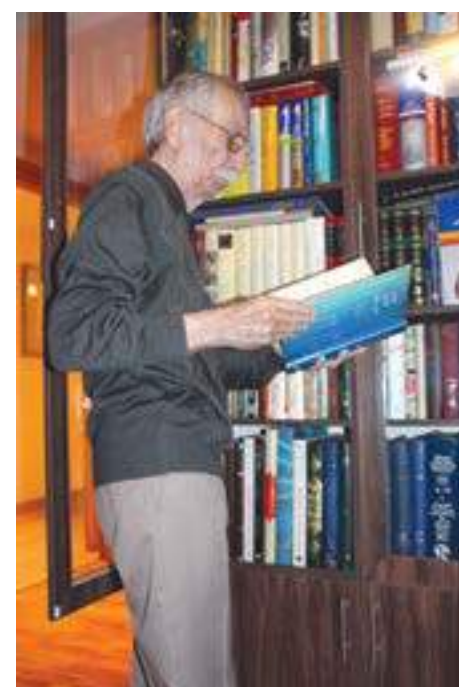
فروشگاه سلفون

بهره‌کاری

عرضه‌کننده سلفون واترپیس و حرارتی مات و براق شیرینگ بسته‌بندی، استرج و انواع چسبهای سلفون‌کشی

نمایندگی چسب شایا شیمی

انواع ورق‌های لمینت A3 و A4 ۱۵۰ میکرون



■ خاطرات شیرین فعالیت در صنعت چاپ را تعریف کنید.

در این مدتی که در صنعت چاپ بودم حدود ۶۰ و اندی سال می‌گذرد. روزهای خوبی برای من بوده است چون به این کار علاقه داشتم با وجود زن و پنج فرزند به حرفه‌ام علاقه‌مند بودم و همیشه آخرین نفری بودم که از چاپخانه خارج می‌شد. حتی زمانی که چاپخانه سپهر، کتاب‌های درسی چاپ می‌کرد، ۲۴ ساعت شبانه‌روز کار می‌کردم در صورتی که کسی نبود که من را بازخواست کند و تمام اختیارات چاپخانه سپهر با من بود.

■ خاطره یا اتفاق تلخی که در چاپخانه سپهر افتاده است را برایمان بازگو کنید.

اتفاقات بد خیلی جزئی رخ می‌داد. چون در چاپخانه سپهر، دوست عزیزمان «مرحوم عبدالعلی شریفی» حضور داشتند. با این حال یک بار، اتفاق افتاد و دست یکی از کارگران جوان چاپخانه به نام «قاسم انصاری» لای سیلندر ماشین چاپ دو ورقی دو رنگ هایدلبرگ رفت وقتی خبردار شدم به سرعت او را به بیمارستان طرفه در جوار چاپخانه بردیم و گفتند ما نمی‌توانیم کاری انجام دهیم و بعد او را به بیمارستان بانک ملی فرستادیم. سپس به خرج آقای جعفری برای درمان به آلمان فرستاده شد تا کمکی به او شود و دستش احیا شود.

■ پیشنهاد و رهنمودی برای آیندگان و جوانان صنعت چاپ بفرمایید تا همگان استفاده ببرند.

من در همه امور و صنایع وارد نیستم. صنعت چاپ یکی از صنایع خیلی پیشرفته است من مسافرت‌های زیادی را به کشورهای خارجی از آمریکا گرفته تا فرانسه، سوئیس و دیگر کشورها داشته‌ام. بیشتر از همه مطالعه می‌کردم به عنوان مثال، یک ماه که در کشور آلمان بودم خواهش کردم تا به چاپخانه‌ای من را معرفی کنند تا بازدیدی

بودم. برای مرحوم حیدری کارهایی که انجام داده بودم را توضیح دادم، به من گفتند که پیر شده‌اند و دلشان می‌خواهد جوانی که از قسمت‌های مختلف چاپ مطلع است با ایشان همکاری داشته باشد. شرح حال را گفتم و من را به عنوان سرپرست معرفی کردند که البته با مخالفت یکی-دو نفر از سرپرست‌ها روبه‌رو شدم ولی بعد از پنج ماه به عنوان معاون آقای حیدری چاپخانه سپهر واقع در خیابان ناصرخسرو را اداره کردم. بعد از مدتی آقای طاهرزاده تصمیم به فروش سهم خود از چاپخانه گرفتند و جای دیگر چاپخانه تاسیس کردند. پسر آقای طاهرزاده اطلاعی از چاپ نداشت و به پشتیبانی من در چاپخانه کار می‌کردند.

در زمان مرحوم عبدالرحیم جعفری مسئول کتاب‌های درسی، هشت سال مسئولیت چاپ کتاب‌های درسی را در چاپخانه سپهر عهده‌دار بودیم و حدود ۳۸ سال در چاپخانه سپهر مدیر بودم. بعدها شخصی روحانی سرپرست چاپخانه سپهر شد، علاقه داشتند که من چاپخانه را ترک نکنم ولی من از چاپخانه سپهر بیرون آمدم و گفتم اگر زمانی گرفتاری یا مساله‌ای پیش آمد حتماً برای کمک خواهیم آمد ولی مستقیماً کار نخواهم کرد، بعد از آن مدتی بیکار بودم. سپس چاپخانه نشر فرهنگ اسلامی را راه‌اندازی کردم، در انتشارات وزارت ارشاد نیز کار کرده‌ام.

■ چه سالی ازدواج کردید و چند فرزند دارید؟
در سال ۱۳۳۱ در سن ۲۱ سالگی ازدواج کردم و همسر من نوه عمه‌ام بودند. پنج فرزند، چهار دختر و یک پسر دارم. پسر من در کشور آمریکا مدیر شرکت بزرگی است.

■ در زمان مدیریت در چاپخانه، حدود چند شاگرد تربیت کرده‌اید؟

تعداد زیادی بودند شاگردان من و نمی‌توانم اطلاعات درستی را در این باره بگویم. به عنوان مثال سال‌ها با پدر جناب آقای بابک عابدین، مرحوم حسن عابدین مشغول به کار بودم.



■ اگر یکبار دیگر به دنیا بیایید باز هم در صنعت چاپ فعالیت می‌کنید؟

من عرض کردم و دوستان قدیمی هم می‌دانند که من یکی از عاشقان این صنعت بوده‌ام و هستم. این روزها که در حدود ۲۴ سال است فعالیتی در این صنعت ندارم، از روزهای خوب زندگی‌ام نیست، زیرا خواسته قلبی من این است که تا آخرین لحظه زندگی‌ام در صنعت چاپ فعالیت داشته باشم و اگر خداوند فرصت دوباره‌ای به بنده می‌داد و سلامتی اجازه، بیشتر از این‌ها در این صنعت فعالیت می‌کردم.

آدرس فروشگاه: چهارراه سیروس، به طرف بلری

کوچه آل آقا کوچه خشک پلاک ۳

تلفن: ۳۳۵۰۶۶۴۷ ۳۳۵۰۶۶۳۸

فکس: ۳۳۹۱۱۲۴۵ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۸۰۴۳۲

آدرس کارگاه: باقر شهر،

مجتمع صنعتی تجریشی، فاز ۱،

بلوک A، پلاک ۱۷

تفویم نمایشگاه‌های خارجی

IPCC نمایشگاه رنگ و رزین تهران مکان: تهران، ایران زمان: ۱۶ تا ۱۹ آذر ۱۳۹۵ www.ipcc.ir	D.PES نمایشگاه چاپ و تبلیغات دیجیتال چین مکان: گوانگجو، چین زمان: ۲۴ تا ۲۷ بهمن ۱۳۹۵ www.chinasignexpo.com
M+A نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی تهران مکان: تهران، ایران زمان: ۱۵ تا ۱۸ دی ۱۳۹۵	Polyurethanex نمایشگاه تجهیزات و مواد پلی‌اورتان مسکو مکان: مسکو، روسیه زمان: ۱۰ تا ۱۲ اسفند ۱۳۹۵ www.polyurethanex.com
Arab Plast نمایشگاه صنعت پلاستیک دب مکان: دب، امارات متحده عربی زمان: ۱۹ تا ۲۱ دی ۱۳۹۵ www.arabplast.info	Paper Gift نمایشگاه لوازم التحریر و تجهیزات اداری پر تغال مکان: لیسبون، پرتغال زمان: ۱۲ تا ۱۵ اسفند ۱۳۹۵ www.papergift.fil.pt
HKTDC نمایشگاه مجوز هنگ‌کنگ مکان: هنگ‌کنگ، هنگ‌کنگ زمان: ۲۰ تا ۲۲ دی ۱۳۹۵ www.hktcd.com	MWL هفته بازاریابی لندن مکان: لندن، انگلستان زمان: ۱۸ و ۱۹ اسفند ۱۳۹۵ www.marketingweeklive.co.uk
HongKong International Stationery Fair نمایشگاه لوازم التحریر هنگ‌کنگ مکان: هنگ‌کنگ، هنگ‌کنگ زمان: ۲۰ تا ۲۳ دی ۱۳۹۵ www.hong-kong-international-stationery-fair.com	Skrepka Expo نمایشگاه لوازم التحریر و تجهیزات اداری مسکو مکان: مسکو، روسیه زمان: ۲۴ تا ۲۶ اسفند ۱۳۹۵ www.en.skrepkaexpo.ru
SGI Dubai 2016 نمایشگاه تابلوهای تبلیغاتی و تصویرسازی دیجیتال دب مکان: دب، امارات متحده عربی زمان: ۲۶ تا ۲۸ دی ۱۳۹۵ www.signmiddleeast.com	Paperworld Middle East نمایشگاه نوشت‌افزار دب مکان: دب، امارات متحده عربی زمان: ۲۴ تا ۲۶ اسفند ۱۳۹۵ www.paperworldme.com
PCD نمایشگاه طراحی بسته‌بندی عطر و لوازم آرایشی پاریس مکان: پاریس، فرانسه زمان: ۲۹ و ۳۰ دی ۱۳۹۵ www.pcd-congress.com	ICE Europe نمایشگاه صنایع تبدیلی اروپا مکان: مونیخ، آلمان زمان: ۱ تا ۳ فروردین ۱۳۹۶ www.ice-x.com/europe
Plastivision India نمایشگاه پلاستیک و بسته‌بندی بمبئی مکان: بمبئی، هند زمان: ۳۰ دی تا ۴ بهمن ۱۳۹۵ www.plastivision.org	Bologna Children's Book Fair نمایشگاه کتاب کودک بولونیا مکان: بولونیا، ایتالیا زمان: ۱۴ تا ۱۷ فروردین ۱۳۹۶ www.bookfair.bolognafiere.it
Interplastica نمایشگاه صنعت پلاستیک مسکو مکان: مسکو، روسیه زمان: ۸ تا ۱۰ بهمن ۱۳۹۵ www.interplastica.de	P4 Expo نمایشگاه پلاستیک، پتروشیمی، چاپ و بسته‌بندی هند مکان: دهلی‌نو، هند زمان: ۱۴ تا ۱۷ فروردین ۱۳۹۶ www.p4expoindia.com
Paperworld نمایشگاه نوشت‌افزار فرانکفورت مکان: فرانکفورت، آلمان زمان: ۲۱ تا ۲۳ بهمن ۱۳۹۵ www.paperworld.com	Sino Corrugated نمایشگاه صنعت کارتن‌سازی چین مکان: شانگهای، چین زمان: ۲۲ تا ۲۵ فروردین ۱۳۹۶ www.sino-corrugated.com
Avanprint Paris نمایشگاه چاپ دیجیتال پارچه پاریس مکان: پاریس، فرانسه زمان: ۱۸ تا ۲۱ بهمن ۱۳۹۵ www.avanprint.fr	Sino Folding Carton نمایشگاه کارتن و بسته‌بندی چین مکان: شانگهای، چین زمان: ۲۲ تا ۲۵ فروردین ۱۳۹۶ www.sino-foldingcarton.com



سیگنال بسته بندی

بازاریابی برای بسته‌بندی، چرا مهم است؟



خرمای بوشهر علی‌رغم کیفیت بالایی که دارد، راه خود را در مسیر کالاهای صادراتی به خوبی نیافته و نیاز است برای رونق صادرات این محصول مهم، برنامه‌ریزی و تلاش ویژه‌ای انجام شود. استان بوشهر به عنوان یکی از مهم‌ترین تولیدکنندگان خرماي کشور شناخته می‌شود و حدود ۱۵ درصد از کل خرماي تولیدی ایران در این استان برداشت می‌شود.

در استان بوشهر حدود شش میلیون اصله نخل وجود دارد که سالانه بیش از ۱۵۰ هزار تن خرما، رطب و خارک تولید می‌کند؛ مهم‌ترین گونه خرماي استان بوشهر، کیکاب است که بیشتر در شهرستان دشتستان وجود دارد.

تعداد زیادی از مردم استان بوشهر به ویژه در شهرستان‌های دشتستان، دشتی، تنگستان و جم از طریق فعالیت در عرصه نخیلات امرار معاش می‌کنند که در سال‌های اخیر شاهد سخت‌تر شدن کار در این عرصه برای مردم بوده‌ایم.

به رغم زحمات زیادی که نخلداران برای تولید خرما متحمل می‌شوند، خرما مشتری خوبی ندارد و سود چندانی نصیب نخلداران نمی‌شود؛ هر چند دلالتان در سال‌های اخیر بازار را به دست گرفته‌اند و سود اصلی را آن‌ها می‌برند.

برداشت ۱۵۰ هزار تن خرما

معاون بهبود تولیدات گیاهی جهاد کشاورزی استان بوشهر در گفت‌وگو با مهر اظهار داشت: امسال بیش از ۱۵۰ هزار تن خرما از حدود شش میلیون اصله نخل در عرصه ۳۳ هزار هکتار اراضی استان بوشهر برداشت شد.

خسرو عمرانی خاطرنشان کرد: امسال دانه‌های خرما نسبت به سال گذشته از کیفیت بهتری به دلیل غبار آلود نبودن هوای استان در فصل تابستان، برخوردار هستند.

معاون بهبود تولیدات گیاهی‌سازمان جهاد کشاورزی بوشهر گفت: برداشت خرما هر ساله از اول شهریور شروع می‌شود و تا اواسط آبان ماه ادامه می‌یابد.

لرزم توسعه صادرات خرما

میزان خرماي تولیدی در استان بوشهر علاوه بر اینکه نیاز استان را تامین می‌کند، بخش عمده آن به بازارهای داخلی و بخش کمی از آن نیز به بازارهای خارجی می‌رود.

با توجه به میزان بالای تولید خرما در سطح کشور، نیاز است که بازارهای جهانی برای خرماي کشور و به‌ویژه استان بوشهر رونق یابد و زمینه‌های لازم برای توسعه صادرات این محصولات فراهم شود.

استاندار بوشهر از تلاش ویژه برای توسعه صادرات خرماي استان خبر داد و اظهار داشت: خرما یکی از محصولات استراتژیک استان بوشهر است و تعداد زیادی از مردم استان در این عرصه مشغول به فعالیت هستند. مصطفی سالاری به کیفیت مناسب خرماي استان بوشهر اینگونه اشاره کرد: باید تلاش شود که بازارهای جهانی بر روی محصولات خرماي استان بوشهر باز شود و در داخل نیز باید برای ارایه خرماي باکیفیت بیشتر تلاش شود.

وی توسعه صنایع فراوری و بسته‌بندی خرما را یکی از ضروریات دانست و تصریح کرد: کیفیت بسته‌بندی‌های صادراتی باید مشتری‌پسند باشد تا راه بهتری در بازارهای جهانی پیدا کند.

توسعه صنایع فراوری و بسته‌بندی

به منظور استفاده مناسب از ظرفیت‌های خرماي استان بوشهر باید صنایع بسته‌بندی و فراوری خرماي استان توسعه یابد تا خرما در قالب‌های مناسبی به صورت مشتری‌پسند برای مشتریان خارجی ارایه شود.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی بوشهر به مهر می‌گوید: شاهد افزایش صادرات محصول خرماي استان بوشهر در بازارهای جهانی هستیم و تلاش داریم که این روند افزایش مستمر باشد.

سیدمهدی صفوی با اشاره به حضور ۱۶ واحد صنعتی استان بوشهر در نمایشگاه‌های بین‌المللی و خارجی، خاطرنشان کرد: شرکت شهرک‌های صنعتی استان بوشهر حمایت مناسبی از صنایع فراوری خرما را در دستور کار دارد.

وی بر لزوم توسعه تکنولوژی صنایع فراوری خرما در سطح استان تاکید می‌کند و می‌گوید: شرکت شهرک‌های صنعتی استان بوشهر در زمینه خرید ماشین‌آلات جدید از واحدهای صنایع فراوری خرما حمایت می‌کند.

از جمله این حمایت‌ها می‌توان به خرید تجهیزات نوین بسته‌بندی و فراوری خرما از جمله ماشین‌آلات جدید شستشو، بسته‌بندی و ضد عفونی اشاره کرد.

حمایت مسئولان از فعالان عرصه خرما یک ضرورت است ولی کشاورزان و نخلداران نیز باید با تشکیل تعاونی‌های متعدد، تولید و بسته‌بندی و صادرات محصولات خود را در دست بگیرند تا بیشترین میزان سود نصیب خودشان شود.

چاپ معمولی

طراحی

چاپ

صحافی

چاپ کتب و مجلات



دو ورقی ۴ رنگ



دو ورقی ۲ رنگ ZP

۷۷۵۰۲۲۹۷

۳۶۶۴۲۱۴۴

۳۶۶۴۲۰۷۴

فاوران، سه راه سیمان

مجمع عقیق رضا، شماره ۴۱

E-mail: moallaprint@yahoo.com



نمایشگاه مطبوعات

از دهان بسته تا آزادی بیان!

■ یاسمن ثمری - هانیه صراف زادگان

قدم در نمایشگاه مطبوعات که می‌گذاری، همه‌هم حروف در گوش تو طنین می‌اندازد که حالا بخت مطبوعات باز شده است. مطابق استانداردهای سازمان ملل شمارگان مطبوعات در نسبت با جمعیت کشور باید هشت میلیون نسخه در روز باشد.

در ایران در حدود هشت هزار نشریه، مجوز چاپ دارند. اما تعداد نشریاتی که چاپ می‌شوند از یک هشتم نشریات مجوز دار کمتر و جمع شمارگان کل نشریات چاپی از یک چهارم استاندارد پایین تر است. اگر تمام نشریات مجوز دار هر کدام فقط هزار نسخه منتشر شوند، دست‌کم در یک روز از ماه استاندارد جهانی شمارگان حاصل می‌شود. شمارگان بالای ده میلیون نسخه‌ای روزنامه آساهی شیمیوم با جمعیتی مشابه جمعیت ایران در ژاپن نشانگر این است که ما هنوز وارد جریان اطلاعات نشده‌ایم. برگشت بالای ۹۰ درصدی روزنامه‌ها با طیف تیراژهای سه تا بیست هزار نسخه‌ای بر حقیقت مذکور تاکید می‌کند. اکنون آیا بخت مطبوعات باز شده است؟

غیاب رادیو و تلویزیون‌های محلی را هم باید در سپهر رسانه‌ای کشور دید. آنگاه می‌توان توضیح داد که در عصر انفجار اطلاعات تا چه اندازه ملت ایران از قافله تولید و مصرف اطلاعات کم بهره مانده است، بنابراین هنوز بخت مطبوعات باز نشده است!!

نشریات تخصصی در تمام جهان همه سلیقه‌ها و نیازهای مخاطبان را پوشش می‌دهند اما در ایران این نوع از نشریات هم هنوز به قدر کافی رشد نکرده‌اند. علاوه بر آن، هنوز در برخی از زمینه‌ها نشریات تخصصی متولد نشده‌اند.

■ حضور ۹۰۰ رسانه، رشد ۳۰ درصدی این دوره از نمایشگاه را به نسبت سال گذشته رقم زد

حسن روحانی رئیس‌جمهور ایران در افتتاحیه نمایشگاه مطبوعات بر لزوم تامین امنیت برای اصحاب رسانه تاکید کرد و گفت: از قلم شکسته و دهان بسته کاری ساخته نیست.

روحانی در مراسم افتتاحیه نمایشگاه مطبوعات با بیان اینکه نباید به بهانه‌ای واهی قلم‌ها را شکست، از افراطی‌گری و ایجاد محدودیت در برابر آزادی بیان انتقاد

کرد و گفت: «[آیا] از قلم شکسته و دهان بسته کاری ساخته است؟ بگذاریم در این جامعه آزادی باشد و بگذاریم آزادی مسئولانه باشد.»

وی رسانه‌ها را ابزار توسعه دانست و گفت امنیت کشور به فرهنگ بیش از قدرت نیروهای مسلح و هنرنمایی در سیاست خارجی وابسته است و امنیت تنها با تفنگ ساخته یا حفظ نمی‌شود. روحانی گفت: «برخی فکر می‌کنند امنیت ما تنها با موشک، تانک و هواپیما حفظ می‌شود.»

اظهارات رئیس‌جمهور ایران درباره اینکه سلاح نظامی به‌تنهایی عامل امنیت نیست در تقابل با نظر برخی از نظامیان ایران است. در ماه‌های اخیر برخی از نظامیان و از جمله فرماندهان سپاه بارها گفته‌اند که قدرت نظامی جمهوری اسلامی تنها عامل موفقیت کشور در منطقه و جهان بوده است.

رئیس دولت یازدهم در بخش دیگری از سخنان خود به انتقاد از برخی رسانه‌های به گفته او هتاک پرداخت و گفت: «برخی روزنامه‌ها هر کاری می‌کنند، اقبال مردم به آن‌ها کمتر می‌شود.» وی همچنین رانت اطلاعاتی را بزرگ‌ترین بلای کشور خواند و پرسید: «چطور یک روزنامه پیش از رئیس یک قوه یا وزیر از جزئیات یک پرونده خبر دارد؟»

حسن روحانی در پایان با اعلام این خبر که دولت در حال تدوین نظام رسانه‌ای است گفت: «قانون مطبوعات تغییراتی لازم دارد که مشغول بررسی در دولت هستیم و در صورتی که تکمیل کنیم به مجلس می‌فرستیم. بسیاری از تخلفات باید در همان نظام رسانه‌ای بررسی شود و جایش در دادگاه نیست.»

■ نمایشگاه بدون تغییر

سیدعلی ضیایی، جانشین مدیرمسئول و سردبیر مجله دانشمند راجع به استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه مطبوعات می‌گوید: به نظر در مقایسه با سال گذشته چندان تغییری نکرده است و خیلی شاهد استقبال جمعیت نبودیم.



شرکت لیتوگرافی بهروز
نماینده رسمی فروش و سرویس پرسورهای گلنر

●●●●●●●●●●

قابل توجه دارندگان پرسورهای راپتور ۴۸ و ۸۵

تجهیز پرسورهای راپتور به سیستم صرفه جویی آب
مصرف تنها نیم لیتر آب به ازای هر برگ پلیت



پرسور گکو پلاس ۸۵ تی



Suprasetter A75

Auto loader

Year : 2012

Online processor

●●●●●●●●●●

Suprasetter A75

Manual loading

Year : 2011

Online processor



Trendsetter 400 Q

مجهز به هر ۴۰ وات

کارکرد ۷۳۵ ساعت

تا ۴۰ پلیت در ساعت

Autoloader

Online processor

●●●●●●●●●●

Creo Trendsetter TS8

مجهز به هر ۴۰ وات

کارکرد ۳۸۵ ساعت

تا ۴۰ پلیت در ساعت

ریپ پراینرچی اصل

سرور دل اربینیتال



بابل : بلوار امام رضا - روبروی جرنقیل شیردل تلفن : ۰۱۱ - ۳۲۲۸۴۰۴۰ - همراه : ۰۹۱ - ۱۱۱ - ۰۹۱۱

جهت کسب اطلاعات بیشتر به آگهی درج شده در بخش پیش از چاپ سایت www.bazarchap.com مراجعه فرمایید

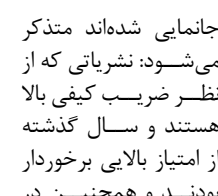


ضیایی درباره اینکه آیا فرهنگ مطالعه در جامعه به سمت دیجیتالی شدن روی می‌آورد می‌افزاید: مطالعه در کشور ما فرهنگ مشخصی ندارد اگر بخواهیم از جنبه تاریخی به این موضوع نگاه کنیم در گذشته‌های خیلی دور ما چارچی داشتیم اما در کشورهای خارجی برگه‌ای را روی دیوار می‌چسباندند و اطلاع‌رسانی می‌کردند بنابراین خارجی‌ها ذاتاً به خواندن عادت دارند بنابراین فرهنگ ما شفاهی و بیشتر دیداری و شنیداری است پس تلویزیون و رادیو خیلی زود جای خود را در میان مردم پیدا کرد.

باید به این نکته اشاره کنم با همه این اوصاف صنعت نشر هیچ‌گاه از بین نمی‌رود و در آموزش هم می‌بینیم که کارکرد کتاب و کاغذ تغییر کرده است. سردبیر مجله دانشمند می‌افزاید: گاه تیراژ یک نشریه به زیر ۱۰۰۰ می‌رسد و این آمار نشان‌دهنده مطالعه کم است و میزان مطالعه مکتوب به مراتب کمتر شده است بنابراین دنیای مجازی رقیب نشریات مکتوب شده است.

وی در خصوص میزان تیراژ چاپی مجله دانشمند می‌گوید: ما الان بالای ۲۵ هزار تیراژ داریم و سعی کرده‌ایم در کار چاپ، کاغذ خوب استفاده کنیم و این حق مخاطب است که محصول با کیفیت در اختیارش قرار بگیرد.

■ **گرایش به فضای مجازی و نشریات گران**
حسین اخلاقی، مدیرمسئول ماهنامه استحکام در خصوص اینکه غرفه‌های صنعت در انتهای سالن‌ها



جانمایی شده‌اند متذکر می‌شود: نشریاتی که از نظر ضریب کیفی بالا هستند و سال گذشته از امتیاز بالایی برخوردار بودند و همچنین در حوزه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی با مخاطبان زیادی روبرو هستند و در مجموع ۲۰ الی ۳۰ غرفه را شامل می‌شوند با توجه به سیاست وزارت ارشاد در محل مناسب‌تر و قسمت‌های جلوتر نمایشگاه جا نمایی شده‌اند. مدیرمسئول ماهنامه استحکام ساختمان درباره اینکه فرهنگ مطالعه به سمت مطالعات الکترونیکی پیش می‌رود می‌افزاید: ما بیشتر به مواردی که دسترسی به آن آسان‌تر است اکتفا می‌کنیم و از طرفی گران بودن نشر سبب شده است به مطالعات الکترونیکی گرایش بیشتری داشته باشیم. در فضای مجازی شاید تا ۲ سال قبل سایت‌ها پیشرو بودند و با ورود تلگرام اقبال به سایت‌ها کمتر شده است. وی در خصوص تیراژ مجله استحکام ساختمان می‌گوید: ما چون بخش خصوصی هستیم و رد پای سرمایه شخصی در میان است بنابراین به میزان تعداد مخاطبی که نشریه دارد، مجله چاپ می‌کنیم.

■ **ناامنی فضای مجازی**

آرش غلامزاده، سردبیر مجله صدا و تصویر راجع به مشکلات حوزه چاپ می‌گوید: مجله تخصصی از جایی حمایت مالی نمی‌شود و هزینه‌ها را به سختی تامین می‌کنیم. جالب است



بگویم در آن‌ور آب به این مجله ارزش بیشتری قائل هستند و آن‌ها آنقدر به حوزه نشریات و خبر ارزش ویژه‌ای قائل هستند که هزینه رفت و اسکان ما را فراهم می‌کنند تا ما برای آن‌ها خبر تهیه کنیم.

سردبیر مجله صدا و تصویر در خصوص تیراژ مجله می‌گوید: ما دوست داریم تیراژ افزایش یابد اما به خاطر هزینه، آن‌ها را به تعداد مخاطبی که داریم چاپ می‌کنیم.

وی در خصوص مطالعات دیجیتال نیز می‌گوید: بحث دیجیتال خیلی باب شده است، متأسفانه فضای مجازی بستر امنی برای اطلاعات نیست، بنابراین خواندن مجله و کتاب به شیوه سنتی بهتر است و همه دوست دارند ورق بزنند و ببینند.

■ **تأثیر تکنولوژی بر رسانه‌های مکتوب**

حبیب‌الله مشرقیان کاشانی، مدیرعامل و صاحب امتیاز نشریه پیام یاقوت درباره نمایشگاه مطبوعات امسال عنوان می‌کند: به نظر بنده عملکرد نمایشگاه مطبوعات امسال بسیار ضعیف بوده است. غرفه‌آرایی، تقسیم‌بندی، جانمایی‌ها، همچنین امکانات بسیار ضعیفی را ارایه دادند و عملکرد مثبت کلی نمایشگاه زیر ۴۰ درصد بوده است.



مشرقیان کاشانی با تصریح بر این که استقبال از نمایشگاه بسیار ضعیف بود، می‌گوید: می‌توانستند با غرفه‌آرایی بهتر و با تقسیم‌بندی غرفه‌ها به ترتیب حروف الفبایی، موضوعی و یا به صورت حلزونی که در تمام دنیا روال است بازدیدکنندگان را به درستی به کانال‌های مدنظرشان هدایت کنند. اگر به این شکل با برنامه‌ریزی انجام می‌شد استقبال کنندگان از نمایشگاهی می‌توانستند به راحتی به اهدافشان برسند.

وی با اظهار تأسف تأکید می‌کند: خود من که غرفه‌دار هستم روز اولی که برای تحویل گرفتن غرفه در محیط نمایشگاه به سختی غرفه‌مان را پیدا کردم چه برسد به بازدیدکنندگان دیگر.

وی می‌افزاید: این مورد که نقش رسانه‌های مکتوب با وجود الکترونیک شدن کم‌رنگ شده است به عوارض صنعت و مباحث پیشرفت

مجموع چاپ سارمادی

با اطمینان خاطر
کارهای چاپی خود را به ما بسپارید.

مجمع چاپ سارمادی بر گزیده ۴ دوره متوالی جشنواره صنعت چاپ
آماده همکاری با کلیه ناشران محترم می‌باشد.

آتلیه طراحی

واحد طراحی گرافیک مجمع چاپ سارمادی با بهره‌گیری از خلاقیت طراحان جوان و شناخت سلیقه روز جهانی، مشاور مشتریان محترم در ایده‌پردازی خلافتانه بوده و به عنوان یک مجری ماهر در به تصویر کشیدن تصورات ذهنی شما ایفای نقش می‌نماید.

لیتوگرافی دیجیتال

این بخش مجهز به دستگاه جدید پلیت ستر CEO و دستگاه خروجی ایمج ستر بوده و با انجام دقیق و سریع فرم‌بندی، تهیه پلیت مورد استفاده برای بخش چاپ را عهده‌دار می‌باشد.

چاپ افست

تجهیزات این بخش عبارت است از:
- دو دستگاه دو ورقی چهار رنگ SM 74
- یک دستگاه دو ورقی دو رنگ رولند
- دستگاه برش دیجیتال پلار EM 92
بخش چاپ افست با ظرفیت تولید ۴۰۰/۰۰۰ نسخه در شبانه‌روز در حال حاضر مشغول ارائه خدمات به مشتریان گرامی می‌باشد.

چاپ دیجیتال

واحد چاپ دیجیتال این مجمع به عنوان مکمل کارآمد بخش افست، در تولیدات چاپی تیراژ پایین، متوسط و چاپ عریض ایفای نقش می‌نماید. سرعت و کیفیت بالای تجهیزات مدرن این بخش منحصر بفرد می‌باشد.

صحافی

واحد صحافی این مجمع با بهره‌گیری از ماشین آلات جدید و نیروی کار متخصص به صورت منظم، کلیه نیازهای مشتریان محترم به مراحل پس از چاپ را پاسخگو می‌باشد.

ماشین آلات واحد صحافی:
دو دستگاه خط کامل چسب گرم ۱۲ خانه
ترتیب با ۹ و ۵ گیره چسب با سه طرف بر
خط کامل مجله دوزی (مفتول لوپ و ساده) ۶
خانه ترتیب با سه طرف بر
سایت کامل جلد سازی سخت
خط کامل پانچ و فنر
سه دستگاه ورق تا کنی آپارات افستی سه
ورقی اشتال

www.sarmadiprint.com

نشانی: خیابان انقلاب، پل چوبی، مقابل ایستگاه BRT، شماره ۲۰۳ و ۲۰۵

۷۷۵۰۳۸۶۵ - ۷۷۵۰۲۷۹۸ - ۷۷۵۳۸۳۰۹



ولی باید فضا را به گونه‌ای تعیین کرد که هر دو گروه از فضای مطلوب استفاده کنند و میزان اطلاع‌رسانی خیلی ضعیف بود. سیمره می‌افزاید: مجلات تخصصی خیلی عام نیست و ارتقای نشریات دیگر بهتر است بنابراین در جای بهتری جانیایی شده‌اند و نشریه ما در حوزه شهری فعال است و به اندازه مخاطب تیراژ مشخص می‌شود و مانند نشریات عام به فکر تیراژ زیاد نیستیم چون تخصصی است و باید مخاطب داشته باشد.

■ اختتامیه در مصلی

مراسم اختتامیه بیست‌ودومین نمایشگاه مطبوعات با حضور سید رضا صالحی امیری وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، محمدرضا نهاوندیان رییس دفتر رییس‌جمهور برخی از شخصیت‌های فرهنگی و سیاسی در مصلی بزرگ تهران همراه بود. به زعم معاون مطبوعاتی وزیر ارشاد، حضور رییس‌جمهور در روز اول نمایشگاه و همچنین حضور رییس‌دفتر رییس‌جمهور در مراسم اختتامیه نشان از توجه دولت به مطبوعات داشت.

■ عقب‌نشینی به نفع بخش خصوصی

انتظامی که اخیرا به عنوان نماینده مدیران مسئول مطبوعات در هیات نظارت انتخاب شده است درباره حمایت از بخش خصوصی می‌گوید: سیاست دیگر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی این است که به نفع بخش خصوصی عقب‌نشینی کند که این امر رویکرد سیاست عمومی دولت نیز هست. شفافیت که شعار نمایشگاه مطبوعات امسال است، مسیر رویکردی است که سه سال است توسط دولت دنبال شده است و تمام فعالیت‌های دولت در طی این مدت با ضریبی از شفافیت بوده و شفافیت باعث مبارزه مبنایی با فساد است.

معاون مطبوعاتی در ادامه بیان کرد: رییس‌جمهور به عنوان اولین اقدام دستور یارانه مطبوعات را داد و علاوه بر این رییس‌جمهور دستور تشکیل کارگروهی را داده است تا مشکل مطبوعات و رسانه‌ها در آن فهرست و به آن رسیدگی شود. انتظامی گفت: اصلاح آیین‌نامه اجرایی اصطلاحات بیگانه، نیز در دستور کار ما قرار گرفته است. امیدواریم با این هماهنگی‌ها بتوانیم نقش خود را در زبان و ادبیات فارسی ایفا کنیم.

■ پربشانی حداد از آشفته‌گی در فضای مجازی

اما رییس فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی در آیین اختتامیه بیست‌ودومین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها، اظهار کرد: در فضای مجازی خیلی چیزها از دست رفته است. هم خط فارسی و هم زبان فارسی. اگر این بی‌مسئولیتی و آشفته‌گی در فضای مجازی ادامه پیدا کند، مسئولیت و اخلاق خبری هم ذوب می‌شود. من تاکید دارم موضوع زبان فارسی را باید فراتر از مسائل سیاسی دانست؛ چرا که زبان فارسی به عنوان یکی از دو رکن اصلی ملیت ما و میراث بزرگ ما محسوب می‌شود.



به صراحت می‌گویم اگر رسانه‌ها در پاسداری از زبان فارسی اهتمام نکنند و سهل‌انگاری صورت بگیرد از فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی کاری ساخته نیست؛ چرا که فرهنگستان این قدرت را ندارد که همچون رسانه‌ها اینگونه تأثیرگذار باشد؛ بنابراین انتظار ما از رسانه‌ها این است که موضوع زبان فارسی را فراتر از اختلافات و صبندی‌های جناحی بدانند. انتظار داریم رسانه‌ها زبان فارسی را امر ملی بدانند و در حفظ آن‌ها همکاری‌های لازم را داشته باشند.

■ چشم و آینه جامعه

محمدرضا نهاوندیان، رییس دفتر رییس‌جمهور هم در اختتامیه نمایشگاه مطبوعات سخنرانی کرد و از مطبوعات به عنوان چشم و آینه جامعه یاد کرد. سخنرانی رییس‌دفتر رییس‌جمهور برای لحظاتی با اعتراض چند تن از حاضران روبه‌رو شد که به سیاست‌های دولت فعلی اعتراض داشتند. محمد نهاوندیان در مراسم اختتامیه بیست‌ودومین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها، چشم‌بیدار مردم دانسته و می‌گوید: مطبوعات چشم جامعه و آینه جامعه هستند، چشم‌بیدار مردم است برای دیدن زوایایی که مردم می‌خواهند ببینند. اعتلای مطبوعات آینه اعتلا و رشد جامعه است.

اگر در مطبوعات ما اخلاق، فضائل، آگاهی و روشنایی ببینیم هم تجلی روشنایی در جامعه است و هم بر آن می‌افزاید. در عین حال مطبوعات وظیفه روشننگری هم دارند و انتخاب شعار روشننگری برای نمایشگاه امسال بسیار هوشمندانه بود. در پنهان کاری و ناآگاهی نمی‌توان رشد کرد. ما اگر رشد اقتصادی پایدار می‌خواهیم باید در اطلاعات مالی شفافیت داشته باشیم در عین حال اگر مشارکت سیاسی می‌خواهیم باید شفافیت سیاسی داشته باشیم. در همه ابعاد باید این‌گونه باشد اما عمق و گستردگی شفافیت نیز لازم است و نمی‌شود در شفافیت گزینشی عمل کرد، نمی‌شود فقط به بخشی از حقیقت پرداخت.

در مقایسه روزنامه‌ها در داخل و خارج از کشور

می‌بینید که روزنامه‌های عمیق‌تر کم‌تر از تیتراهای درشت استفاده می‌کنند چون می‌خواهند خواننده خود انتخاب کند اما برخی می‌خواهند با تیتراهای درشت و فریاد بلندتر صدای دیگری شنیده نشود. باید امکانی فراهم شود تا مخاطب به همه ابعاد مسائل دست پیدا کند. این کمک به روشننگری جامعه است. در قواعد مطبوعات این است اگر از کسی نام برده می‌شود باید به او تریبون داده شود تا از خود دفاع کند و پاسخ دهد. نمی‌شود برای پیشبرد اهداف جناحی و سیاسی از دروغ استفاده کرد. کسانی که این‌گونه‌اند حتما رسوا خواهند شد. ما حتی با انگیزه دینی حق نداریم دیگران را متهم کنیم بدون این که به آن‌ها اجازه تبیین مواضعشان را بدهند. اگر می‌خواهیم عدالت در جامعه ما برقرار شود مسیری جز اعتدال نداریم. وظیفه نخست دولت، حراست از آزادی بیان است. وظیفه دوم حمایت از توسعه و توانمندسازی رسانه‌هاست و کار سوم نیز این است که دولت به مسابقه بهتر شدن کمک کند.

■ برترین‌های نمایشگاه

رسانه‌های برتر در ۹ گروه با در نظر گرفتن شاخص‌هایی همچون طراحی و دکور غرفه برنامه‌های غرفه، رعایت نظام‌نامه نمایشگاه مطبوعات، میزان بازدید، مخاطبان، برنامه‌های جانبی که در وب‌سایت نمایشگاه اعلام شده بود و حضور مدیران رسانه‌ها در غرفه‌ها در طول هفت روز برگزاری نمایشگاه مطبوعات انتخاب شدند. در گروه کودک و نوجوان غرفه نبات، گروه دین و اندیشه مشترکا خبرگزاری ایکنا و پایگاه اطلاع‌رسانی شفقنا، در گروه فرهنگی-هنری هنرآنلاین، در گروه آموزشی و تخصصی پایگاه تخصصی وب‌دا، گروه عمومی و خانواده غرفه چلیچراغ، روزنامه‌ها غرفه شهروند، خبرگزاری‌های عمومی مشترکا غرفه‌های ایسنا و تسنیم و موسسات مطبوعاتی این‌سینا بزرگ به عنوان غرفه‌های برتر بیست‌ودومین نمایشگاه مطبوعات برگزیده شدند.



طراحی قالب‌های خود را به ما بسپارید

BASE MOULDING

قالب‌سازی پِیس

بهترین کیفیت و نازلترین قیمت را از ما بخواهید

مجهز به دستگاه برش لیزر، خم کن اتوماتیک

ساخت انواع قالب‌های لیل، کارتون، جعبه‌های آرایشی و بهداشتی و دارویی و ...

Email: Basemoulding@gmail.com

میدان بهارستان، ظهیر الاسلام، کوچه صفی، پلاک ۵، واحد ۱ و واحد ۲

تلفن: ۳۶۰۵۸۰۰۲

۳۶۶۱۶۲۸۸



گفت‌وگو با مجری برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک

نمایشگاه اراک در مسیر رشد

«در نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های گذشته تقریباً ۳۰ درصد بر تعداد شرکت‌کنندگان افزوده شده است و در حدود ۲۰ درصد از صنعت چاپ، استان مرکزی در نمایشگاه حضور دارند و ۸۰ درصد باقی‌مانده از استان‌های دیگر از جمله تهران شرکت کرده‌اند». این بخشی از صحبت‌های محمود خلجی، مجری برگزاری سومین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی اراک است. آنچه در پی می‌آید گفت‌وگوی خبرنگار نشریه چاپ و نشر در حاشیه برگزاری نمایشگاه با ایشان است.

■ این دوره، چندمین دوره برگزاری نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و تبلیغات است؟

سومین دوره برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در اراک است و نمایشگاه از ۱۷ آبان‌ماه آغاز به کار کرده است و تا ۲۱ آبان ادامه دارد.

■ نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های گذشته چه مزیتی دارد و چه تغییری داشته است؟

نسبت به دو دوره برپایی گذشته تقریباً ۵۰۰ متر به متر از آن افزوده شده است. نمایشگاه در سال اول یک هزار و ۳۰۰ متر مربع بود. سال دوم یک هزار و ۵۰۰ متر مربع و امسال نیز متر از نمایشگاه به دو هزار متر مربع، به صورت مفید، افزایش یافته است.

■ اگر مقایسه‌ای بین تعداد شرکت‌کنندگان سه دوره نمایشگاه داشته باشیم، امسال چه تفاوتی با سال‌های گذشته داشته است؟

در نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های گذشته تقریباً ۳۰ درصد بر تعداد شرکت‌کنندگان افزوده شده است. به عبارتی در حدود ۲۰ درصد از صنعت چاپ استان مرکزی در نمایشگاه حضور دارند و ۸۰ درصد باقی‌مانده از استان‌های دیگر از جمله تهران شرکت کرده‌اند و از استان مرکزی کمتر مراجعه‌کننده داشتیم.

■ چرا حضور فعالان صنعت چاپ در استان مرکزی کم است؟

صنعت چاپ در استان مرکزی به نسبت دیگر صنایع ضعیف‌تر است و با وجود اینکه این استان دارای دو هزار و ۵۰۰ واحد صنعتی فعال است و یک قطب صنعتی محسوب می‌شود، متأسفانه در کنار دیگر صنعت‌ها صنعت چاپ استان رشد نکرده است و بیشتر به صنایع دیگر پرداخته شده است.

■ آیا ۲۰ درصدی که در نمایشگاه حضور دارند تامین‌کننده نیازهای استان مرکزی هستند و یا کارهای چاپی به خارج از استان برده می‌شود؟

تقریباً ۹۹ درصد کارهای چاپی شهرستان اراک و در کل استان مرکزی در استان‌های تهران و اصفهان و قم انجام می‌شود.

■ ظرفیت سرمایه‌گذاری صنعت چاپ در استان مرکزی چگونه است؟

معتدماً ظرفیت سرمایه‌گذاری در استان فوق‌العاده است ولی در حال حاضر بیشتر افرادی که در این حوزه فعالیت می‌کنند یا کانون‌های تبلیغاتی هستند و یا چاپخانه‌هایی که ماشین‌آلات آنها قدیمی و به‌روز نیستند و نمی‌توانند خدمات مناسبی را ارائه دهند.

■ بازدهی سرمایه‌گذاری صنعت چاپ در استان مرکزی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مدیرکل اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی، مهدی حقیقی بسیار مشتاق حضور سرمایه‌گذاران در صنعت چاپ استان مرکزی هستند و قطعاً آنها را نیز حمایت می‌کنند و سرمایه‌گذاری بازدهی فوق‌العاده‌ای نیز خواهد داشت. زیرا آغاز به کار چاپخانه‌ای برای رفع نیاز ۲۵۰۰ واحد صنعتی، بسیار مفید است و بازگشت سرمایه هم در بر خواهد داشت.

■ چه صحبتی با اهالی صنعت چاپ دارید؟

ما دوست داریم این صنعت رشد کند، اجرای برگزاری نمایشگاه را عهده دار هستیم و امیدواریم این صنعت در استان مرکزی نیز رشد کند.

در تقویم نمایشگاهی سال ۹۶ نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را نیز در همین تاریخ امسال برنامه‌ریزی کرده‌ایم. انتظار داریم که سال آینده استقبال شرکت‌کنندگان بیشتر از سال‌های گذشته باشد

■ آیا برای سال آینده نیز برای برپایی نمایشگاه برنامه‌ریزی کرده‌اید؟ و انتظار دارید چه تغییری نسبت به امسال داشته باشد؟

در تقویم نمایشگاهی سال ۹۶ نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را نیز در همین تاریخ امسال برنامه‌ریزی کرده‌ایم. انتظار داریم که سال آینده استقبال شرکت‌کنندگان بیشتر از سال‌های گذشته باشد. زیرا سال به سال متقاضی حضور در نمایشگاه بیشتر می‌شود.

■ استقبال در چند روز برپایی نمایشگاه به چه شکل بوده است؟

حضور بازدیدکنندگان از نمایشگاه تاکنون در حد متوسط بوده و متأسفانه با وجود اطلاع‌رسانی گسترده‌ای که توسط رادیو، تلویزیون، بیلبردهای شهری، رایزنی با سازمان‌هایی مانند شرکت شهرک‌های صنعتی، روابط عمومی استانداری، سازمان صنعت و معدن و تجارت، وزارت ارشاد انجام شده بود، راضی‌کننده نبوده است.

گروه ساروبن Sarobon Group



مشخصات فنی Main Technical Parameters

محدوده برش: ۱۰۰ × ۶۰ cm / ۱۶۰ × ۱۰۰ cm
توان لیزر: ۶۰ W / ۸۰ W
دقت تنظیمات: ± ۰.۱

فرمت قابل پذیرش: AI, BMP, PLT, DXF, DST, etc.
امکانات اختیاری: تشخیص اتوماتیک و هوشمند چیدمان برش یا حکاکی توسط CCD

کاربری در انواع صنایع و مواد Applicable Materials and Industry

- مناسب برای کار بر روی انواع مواد منعطف و اجسام غیرفلزی مانند: اکریلیک (پلکسی گلاس)، چوب، مقوای رنگی و کاغذ
- سیستم‌های مناسب برای تولید انواع پرچسب، اسباب بازی، لوازم جانبی و ملحقات صنعت پوشاک، انواع کیف و کفش و چمدان، بسته‌های آتار هنری و تزئیناتی، چاپ و بسته‌بندی و صنایع دیگر.

ارائه‌کننده تجهیزات پیشرفته حک و برش لیزر

کارت ویزیت خاص فلزی و غیر فلزی Unique Visit Cards (کارت‌های PVC, کارت‌های پلاستیکی شفاف, کارت‌های لیزری و...)

خدمات پیشرفته لیزر Special Laser Services (حکاکی و برش انواع فلزات و غیر فلزات)

پلاک‌های فنی و اطلاع‌رسانی، انواع بارکد و شماره سریال، انواع علائم هشداردهنده، لوح‌های تقدیر و Certificate، انواع تابلوهای راهنما، لیبل‌های ضمانت، گارانتی و امتیاز، پرچسب‌اموال در انواع چاپی و لیزری، پلاک‌های فلزی چاپی و لیزری، لیبل‌های گنبدی شفاف

انواع پلاک و لیبل دیجیتال (لیزری و چاپی) Digital Laser Plaques and labels



چاپ دیجیتال لیبل با رنگ سفید و UV Digital Labels (White + UV)

- امکان چاپ تمام‌رنگی (Full Color) دارای جوهر سفید و جوهر UV
- امکان چاپ لیبل در ابعاد باور نکردنی با عرض ۷۰ و طول نامحدود
- بدون محدودیت در تیراژ و صرفه اقتصادی چشمگیر در تیراژ پایین
- قابلیت فوق‌العاده نیم‌تمیغ و برش انواع اشکال هندسی و غیر هندسی هنگام چاپ

فروش ویژه دستگاه حک و برش غیر فلزات (CO2)



سایت: www.sarobon.com و www.sarocard.com • تلفن: ۹۴-۹۳ ۷۴ ۳۷ ۸۸ و ۱۶۰ ۷۵ ۸۸ • فکس: ۴۴ ۴۶ ۳۶ ۸۸

گفت‌وگو با مدیر چاپ کیانی‌کو

استان مرکزی به عملکرد قوی صنعت چاپ نیاز دارد

«استان مرکزی یک قطب صنعتی است، هم برای کارهای چاپی و هم کارهای تبلیغاتی می‌تواند بازار خوبی داشته باشد»، «استان مرکزی با وجود پتانسیل بالایی که دارد باید از استان‌های همجوار مانند اصفهان و قم عملکرد قوی‌تری داشته باشد ولی متأسفانه اینگونه نیست». این بخشی از صحبت‌های کیوان کیانی، مدیرعامل چاپ کیانی‌کو یکی از فعالان و کارشناسان صنعت چاپ در حوزه تولید سر رسید و سالنامه است. حضور برند کیانی‌کو در سومین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی اراک را برای شناساندن برند کیانی‌کو به کل کشور و حمایت بیشتر ضروری دانسته است. آنچه در پی می‌آید گفت‌وگوی چاپ و نشر درباره وضعیت صنعت چاپ استان مرکزی و کم‌وکیف وضعیت نمایشگاه با مدیر کیانی‌کو پیش‌روی شماست.

چندمین بار است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک شرکت کرده‌اید؟

اولین بار است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک و یک شهرستان حضور داریم ولی مدت زیادی در نمایشگاه تهران حضور داشته‌ایم.

ارزیابی شما از بازار چاپ استان مرکزی چگونه است؟

نمی‌توان گفت بسیار قوی هستند چون شهرستان‌های قوی‌تر از اراک، مانند مشهد، قم و اصفهان را در صنف چاپ داریم ولی در کل استان مرکزی یک قطب صنعتی است و هم برای کارهای چاپی و هم کارهای تبلیغاتی می‌تواند بازار خوبی داشته باشد.

چرا استان مرکزی با وجود ۲۵۰۰ واحد صنعتی، صنعت چاپ قوی ندارد؟

شاید به این دلیل که این استان افرادی که به صورت فنی متخصص این رشته باشد را ندارند، علاوه بر آن به اعتقاد بنده مسئولان استان نیز پی‌گیر مساله ضعف و قوت صنعت چاپ نیستند و مشکل اصلی استان مدیریت بخش‌های مختلف است. استان مرکزی با وجود پتانسیل بالایی که دارد باید از استان‌های همجوار مانند اصفهان و قم عملکرد قوی‌تری داشته باشد ولی متأسفانه اینگونه نیست.

نیاز صنعت استان مرکزی به چاپ زیاد است و به نظر می‌رسد ۸۰ درصد کارهای چاپی استان، خارج از استان تامین می‌شود، آیا زمینه سرمایه‌گذاری در استان فراهم است؟

در صنعت چاپ برای آغاز به کار، مانند کارخانه‌های دیگر نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان ندارد و با یک میلیارد تومان می‌توان چاپخانه‌ای را راه‌اندازی و شروع به کار کرد. ولی متأسفانه در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک، تنها یک چاپخانه باسابقه و قوی وجود دارد.

در چند روزی برپایی این نمایشگاه، شاهد بودیم که از مدیران شرکت‌هایی مانند پتروشیمی، فولاد، آلومینیوم و... از نمایشگاه بازدید کردند و نیاز و تقاضای استان به چاپ بسیار زیاد است ولی متأسفانه چاپ استان مرکزی تاکنون عملکرد ضعیفی داشته است.

با توجه به تجربه‌ای که در بازار صنعت چاپ دارید، بازدهی سرمایه‌گذاری در استان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر مجموعه یک چاپ و بسته‌بندی در استان مرکزی راه‌اندازی شود و تبلیغات خوب برای آن انجام شود و مشاوره‌های کارآمدی به قطب‌های صنعتی استان داده شود قطعاً استان مرکزی بازار خوبی خواهد داشت ولی اگر تنها چاپخانه‌ای افتتاح شود و بازاریابی برای آن انجام نشود توان کار کردن را نه تنها در استان مرکزی



بلکه در هیچ‌جای دنیا نخواهد داشت. اگر بازاریابی قوی باشد نتیجه خوبی در بر خواهد داشت.

ارزیابی شما از سومین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک چگونه است؟

دوست داشتم نمایشگاه را قوی‌تر از این که هست می‌دیدم ولی به عقیده بنده بازاریابی و تبلیغات نمایشگاه ضعیف بوده ولی با توجه این مورد که نمایشگاه اراک نوپا است و سال سوم خود را سپری می‌کند، باز هم حضور شرکت‌ها خوب بوده است.

علت حضور کیانی‌کو در نمایشگاه چه بوده و آیا حضور در نمایشگاه اراک برای شما مفید بوده است؟

علت حضور ما در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک بیشتر برای ثبات و شناساندن برند کیانی‌کو به کل کشور است و بیشتر با حضورمان از برند کیانی‌کو حمایت کرده‌ایم. تاکنون این حضور برای ما خوب بوده و آینده خوبی را برای این نمایشگاه پیش‌بینی می‌کنیم.

صنعت چاپ کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

انتظار می‌رود در آینده صنعت چاپ کشور قوی‌تر شود ولی متأسفانه چاپ کشورمان به‌روز نیست. زمانی که از نمایشگاه‌هایی مانند دروپا بازدید می‌کنیم تقریباً ۲ ماه غبطه می‌خوریم که چرا صنعت چاپ ایران عملکردی ضعیف داشته و این ضعف ناشی از تحقیق نکردن است. واقعیت این است که در صنف چاپ طبق عادت، دنباله‌روی شغل پدرمان هستیم و معمولاً به صورت سنتی عمل می‌کنیم و متأسفانه به‌روز بودن را فراموش کرده‌ایم.

اگر همه در این صنف به فکر به‌روز کردن مجموعه‌مان باشیم اتفاقات خوبی برای صنعت چاپ کشور رخ می‌دهد. حیف است که بسیاری از کارهای ما در کشورهای ترکیه و چین چاپ می‌شود. چرا باید این اتفاق رخ دهد؟ بهتر است قابلیت‌های جدید صنعت چاپ را وارد ایران کنیم. در حال حاضر چاپ دیجیتال تمام دنیا را گرفته است ولی در کشور ما کمتر به فکر به‌روز بودن هستند.

چرا باید ۵ سال از دنیا عقب باشیم بعد به فکر وارد کردن دستگاه‌های چاپ دیجیتال بیافتیم؟! معتقدم صنعت چاپ کشورمان هنوز چاپ دیجیتال را جدی نگرفته است ولی اگر مقایسه‌ای داشته باشیم با کشورهای ضعیف در چاپ دیجیتال راه افتاده‌ایم.

توصیه شما برای سرمایه‌گذار بخش خصوصی صنعت چاپ در استان مرکزی چیست و فکر می‌کنید بازگشت سرمایه چه میزان زمانبر است؟ من اگر بومی استان مرکزی و همچنین متخصص در صنعت چاپ بودم بی‌شک سرمایه‌گذاری می‌کردم.



گروه تولیدی بازرگانی بهتاپارس



انواع مدیا بنر ۸،۶، ۱۰،۹ و ۱۳ انس
انواع مدیا کره ای و چینی فلکسی
انواع مدیا استیکر، مش، وینیل
انواع مدیا کوتد، لمینیت، PVC، PP
انواع مرکب چاپ لارج فرمت (فضای داخلی و خارجی)
تولید کننده انواع رول آپ، پاپ آپ، کانتر
تولید کننده انواع استند و لوله قاب فنی
تولید کننده انواع پانچ و گیره بنر و گوشه
تولید کننده و طراح انواع لایت باکس ۱، ۳، ۷ سانتی
انواع دستمال هد، چسب ولد، مسواک هد
و ...



شهرک صنعتی خاوران، سایت فلز تراشان، صدف شرقی، بلوک ۱۰۹، شماره ۱۵

۳۳۲۸۸۱۰۱ - ۳۳۲۸۸۱۱۵

behtapars_magenta

به ما پیوندید

۰۹۱۹۰۰۶۰۴۸۸



WIT-COLOR
Digital



ULTRA STAR 3304



- ✓ آخرین و پیشرفته ترین نسل هد چاپ دنیا (اسپکتر استار فایر)
- ✓ سرعت چاپ ۳۶۰ متر مربع در ساعت
- ✓ ۸ تا ۱۰ سال طول عمر هد
- ✓ اولین و تنها هد قابل تعمیر دنیا

فرارنگ شمارا به بازدید از غرفه خود در نمایشگاه بین المللی

چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته دعوت مینماید:

۵ لغایت ۸ دی ماه ۱۳۹۵ محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران: سالن ۶

WWW.FaraRang.com

Telegram: @FaraRangCo

تلفن دفتر مرکزی: ۶۶۵۶۵۰۵۰
(۱۰ خط)

فکس: ۶۶۵۶۶۳۴۵

ایمیل: Info@FaraRang.com

در صورت تمایل جهت اطلاع از قیمت و شرایط متنوع اقسامی به سایت ما مراجعه نمایید.

فرارنگ

نماینده انحصاری در ایران

کیانیکو



در ابتدا بازدهی کار مانند کلان شهرهایی مثل تهران نخواهد بود ولی چون از پتانسیل بالایی برخوردار است نهایت دو تا سه سال برگشت سرمایه را خواهد داشت. البته باز هم تاکید می کنم که هر کاری برای اینکه به بازدهی برسد نیازمند بازاریابی اصولی است.

■ به نظر شما چه نسبتی بین بسته بندی و بازاریابی وجود دارد؟

بازاریابی با کلیه صنایع رابطه مستقیم دارد. بسته بندی مناسب باعث راحتی فروش کالاها می شود و در همه جای دنیا در فروشگاه های بزرگ حتی برای خرید یک بسته ماکارونی اگر مشتری شناختی از آن برند نداشته باشد، بیشتر به بسته بندی آن توجه می کند، زیرا برای بسته بندی فکر شده است. به بیان بسته بندی یکی از رکن های اصلی فروش محصولات است و رابطه بسیار مستقیمی با فروش دارد. ولی متأسفانه در ایران بسته بندی بسیار ضعیف است و جای کار کردن دارد. در کشورمان متخصصان زیادی در حوزه چاپ، بسته بندی و تبلیغات داریم. متأسفانه مشکل عمده صنعت چاپ عدم حمایت است. صنایع بسته بندی ایران باید تقویت و حمایت شود. از صنعت چاپ خوب حمایت کنند، این صنعت نیاز دارد وام هایی با درصد پایین به آن اختصاص داده شود. به عنوان مثال خود من با وام های ۱۸ درصدی به هیچ وجه وارد صنعت بسته بندی نمی شوم.

■ سهم بازار بورس در تامین سرمایه مورد نیاز شرکت ها در صنعت چاپ بسیار ناچیز است و تنها یکی دو مورد از شرکت های معتبر صنعت چاپ در بورس حضور دارند، چرا صنعت چاپ علاقه مندی نشان نداده است که سرمایه مورد نیاز خود را و یا بخش های تکمیلی سرمایه خود را از بورس تهیه کند؟ در کشور ما صنعت چاپ بورسی نشده است و به همین علت در این بخش ضعیف است. صنعت چاپ ایران جای کار بسیاری دارد. اگر چاپ و بسته بندی ایران قوی شود و در حوزه چاپ قوی فعالیت کند آنگاه امکان ورود به بازار بورس را هم پیدا می کند. ولی تا مادامی که محصولات چاپی ما در کشورهای همسایه چاپ می شود وارد بورس نخواهیم شد و نیاز داریم تا اصولی به این مساله پرداخته شود.

■ چرا تاکنون صنعت چاپ ما از امکانات بازار بورس استفاده نکرده است؟

اگر این صنعت بخواهد به طور جدی وارد بورس شود باید با بزرگان این صنعت شروع کند. آن هایی که در رأس این صنعت هستند و بعد نوبت به دیگران خواهد رسید.

■ تشکیل مجتمع های چاپ و اشتراک منافع بین شرکت ها و به صورت هلدینگ در آوردن برخی شرکت ها می تواند هم افزایی در سرمایه را ایجاد کند و توان مالی را برای ورود به بورس رشد دهد. فکر می کنید چه زمانی صنعت چاپ ما به این مسائل فکر کند؟

زمانی که یاد بگیریم در کنار هم کار کنیم. ژاپنی ها شراکت می کنند و معنی شراکت را خوب متوجه می شوند. ایرانی ها از تأسیس کردن شرکت مطلع هستند ولی متأسفانه دانشی درباره شراکت کردن ندارند، اگر شراکت کردن را یاد بگیریم می توانیم به چنین عرصه هایی وارد شویم. شراکت یعنی به هم کمک کنیم تا در هر فعالیت و هر قسمتی راه ها را هموار کنیم. ولی ایرانی ها انتظار دارند از روز اول به سود دهی برسند و همه می خواهیم مدیر مجموعه باشیم و دستور دهیم و به دنبال منافع مشخص خود هستیم. به همین علت تحقق پیدا کردن این مورد سخت است. مگر اینکه چند برادر یا دوست با هم همکاری کنند و مجموعه هلدینگ راه اندازی کنند ولی اگر این مساله در ایران رواج یابد، خوب جواب خواهد داد و به صنعت چاپ کمک می شود. مجموعه ما به صورت هلدینگ فعالیت می کند. امیدواریم هر روز بتوانیم بهتر از دیروز شویم.

■ چه توصیه ای به همکاران خودتان در صنعت چاپ و نشر دارید؟

توصیه من به همکارانم در صنعت چاپ و نشر این است که به روز باشند و کارهایشان را بر مبنای تحقیق انجام دهند و برای تولید کارهای جدید خود تحقیق کنند.

گفت‌وگو با مدیر چاپ زاگرس

نمایشگاه فرصتی برای چاپ وبسته‌بندی استان مرکزی

در حاشیه سومین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی، تبلیغات و بازاریابی اراک، چاپ و نشر گفت‌وگویی با مسعود عزیزی مدیر چاپ زاگرس که یکی از فعالان حوزه چاپ و بسته‌بندی، انجام داده است. گفت‌وگویی که در پی می‌آید به ارزیابی وضعیت صنعت چاپ و بسته‌بندی استان مرکزی، همچنین نمایشگاه اراک می‌پردازد.

■ چندمین بار است که در نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی اراک شرکت کرده‌اید؟
امسال اولین مرتبه است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اراک شرکت کرده‌ایم.

■ انتظار شما از بازار استان مرکزی در حوزه صنعت چاپ چیست؟ و با چه هدفی در نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟ و ارزیابی‌تان از نمایشگاه چگونه است؟

استان مرکزی به خصوص شهر اراک به لحاظ کاری و صنعتی بودن در جایگاه بسیار خوبی قرار دارد و یکی از قطب‌های صنعتی ایران محسوب می‌شود. هدف از حضور ما در نمایشگاه امید به همکاری نزدیک و تنگاتنگی برای تولیدات مرتبط بسته‌بندی با شرکت‌ها و کارخانه‌های صنعتی است. تا کنون استقبال از نمایشگاه زیاد نبوده، در روز افتتاحیه بارندگی باعث کاهش حضور مردم شد، ولی دو روز دیگر نمایشگاه تقریباً خوب بود. امیدوار هستیم روزهای پنج‌شنبه و جمعه استقبال بهتر شود.

■ ضعف صنعت چاپ در استان مرکزی را به چه علت می‌دانید؟

با توجه به گفت‌وگویی که با همکارانم در چاپخانه‌های اراک داشتم متوجه شدم که اکثر کارخانه‌های اراک در تهران دفتر دارند و بیشتر راغب هستند در تهران کارهای بسته‌بندی تولید شود و بعد به اراک ارسال شود زیرا کارخانه‌داران به لحاظ کیفیت و نوع مواد اولیه کمتر به چاپخانه‌های استان اعتماد می‌کنند. چاپخانه‌های اراک ماشین‌آلات پیشرفته ندارند و صنایع بسته‌بندی و کارتن‌سازی در اراک موجود نیست، همه این موارد همه دست به دست هم می‌دهد تا کارخانه‌داران، چاپخانه‌های تهران را برای کار خود انتخاب کند.

شهرستان‌های کوچک استان مانند خمین، گلیایگان و... که کوچک‌ترین کار چاپی خود را به تهران یا قم ارسال می‌کنند.

■ بازدهی سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ استان مرکزی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟



مهم‌ترین عامل موفقیت در حوزه صنعت چاپ داشتن تجربه است. بخشی از سرمایه‌گذاری به ماشین‌آلات کارآمد و به‌روز مرتبط می‌شود و بحث دیگر تامین نیروی کار متخصص است. در حال حاضر متأسفانه برای دایر کردن چاپخانه با داشتن سرمایه کافی، با وجود بازار آشفته چاپ ایران نمی‌توان به طور قطع گفت که سرمایه‌گذاری دیربازده و یا زود بازده است.

■ چرا اعتقاد دارید بازار چاپ دچار آشفستگی است؟

نبود امنیت کافی برای بازگشت سرمایه، همچنین نداشتن ثبات قیمت مواد اولیه و البته بزرگ‌ترین عامل آشفته بازار چاپ، بی‌اعتنایی دولت و همکاری نکردن با صنعت چاپ است. وزارت ارشاد فقط حرف می‌زند و هیچ حمایتی از صنعت چاپ ندارد. باز هم با تمام این تفاسیر بوی بهبود ز اوضاع جهان می‌آید و امیدواریم که صنف چاپ رشد کند. وقتی چرخ صنعت بسته‌بندی راه بیافتد، اشتغالزایی صورت می‌گیرد و در کنار آن آمار بیکاری، فقر و فحشا کاهش می‌یابد.

■ چندمین بار است که در این نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟

در این نمایشگاه اولین بار است ولی در نمایشگاه تهران و جاهای دیگر تعداد دفعات بیشتری شرکت کرده‌ام.

■ کیفیت این نمایشگاه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

کیفیت نمایشگاه خوب بوده است زیرا اراک یک شهر صنعتی است و برگزارکنندگان هم از تبلیغات خوبی برخوردار بوده‌اند.

■ وضعیت چاپ و نشر در استان مرکزی به چه صورتی است؟

اگر وضعیت چاپ این استان را با استان اصفهان مقایسه کنیم تعداد کارخانه‌های اراک بیشتر از اصفهان است ولی از نظر تکنولوژی نسبت به استان اصفهان ضعیف‌تر است.

■ وضعیت کار چگونه است؟

با توجه به اینکه شعار ما در اقتصاد ایران سال اقتصاد مقاومتی نامیده شده است و باید به خودکفایی برسیم. البته شرکت ما تلاش کرده است در تولیداتش پیش‌تاز باشد و هر لوگویی که روی محصولات چاپی نقش بسته کار شرکت ماست. خبرنگار چاپ و نشر با او به گپ‌وگفت نشست است که می‌خوانید.

ایران - آفیس

پخش انواع:
پانچ
کاغذبر
طلق صمافی
فیلم لمینت
فنر گرد فلزی
فنر پلاستیکی
فنردوبل فلزی
سوزن صمافی
فنرزن صمافی
دستگاه لمینت و ...

تلفن : ۵۵۸۹۸۳۳۵
نمابر : ۵۵۱۵۰۷۷۲
www.iran-office.com
E-mail: Shop@iran-office.com

تأمین قطعات
قیمت‌های رقابتی
خدمات پس از فروش

مواد مصرفی
انواع فنر صمافی
ماشین آلات صمافی

به کانال ما در تلگرام پیوندید
telegram.me/iran_office

بلوط سفید

مجری غرفه‌های نمایشگاهی طراحی، دکوراسیون داخلی و پارتیشن بندی

مومنی ۰۹۱۹۲۶۶۶۹۳۲
حسینی ۰۹۳۵۵۳۲۱۰۰۳

آنو

تقویم رومیزی، دفاتر تبلیغاتی و کتب ادعیه

مدیر مسئول : مهرداد امید اسدی
www.anoo.ir info@anoo.ir

021 44 08 22 77
+98 9124286358

سررسید و تقویم رومیزی اختصاصی با طراحان حرفه‌ای
کیفیت، قیمت، سرعت را از تیم ما بخواهید.

داخله سررسید (فرم باز) سال ۹۶ موجود می‌باشد
فرم بندی و طراحی تقویم رومیزی و سررسید نیز پذیرفته می‌شود.

از طراحی تا چاپ
با ۲۵ سال تجربه

۰۲۱۵۵۰۰۶۹۹۳
۰۲۱۵۵۰۰۱۶۶۱

ارسال نمونه
اطلاعات در سایت
رنگ فاب دلخواه

رخ رجبی جنوب، بعد از پل شهدای احمدیه (پل آزادگان)، نبش خ رخمی
www.printyazdan.ir printyazdan@gmail.com
اطلاعات بیشتر در کانال تلگرام telegram.me/printyazdan55001661

پای صحبت‌های مدیر چاپ خانه نور

قطب صنعت کشور، بدون امکانات چاپ!

باید چاپخانه‌ها از طریق تسهیلات بانکی حمایت شوند و تحت نظارت قرار گیرند تا مشخص شود وام دریافتی حتماً صرف صنعت چاپ شده است و کسانی که ۵ یا ۱۰ سال سابقه دارند تسهیلات مشمول حال آنها قرار گیرد. این بخشی از صحبت‌های محمدرضا ایبگی، مدیر چاپ خانه نور است. آنچه در پی می‌خوانید گپ‌وگفت کوتاه خبرنگار چاپ و نشر با اوست.

■ چندمین بار است که در این نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟

دومین‌باری است که در این نمایشگاه شرکت کرده‌ام و چون نمایشگاه تخصصی است خیلی افراد عام از این نمایشگاه بازدید نمی‌کنند و من برای اولین‌بار در این نمایشگاه شرکت کرده‌ام البته لازم به توضیح است که کارشناسان نیز از این نمایشگاه دیدن کرده‌اند.

■ اگر این نمایشگاه را با سایر نمایشگاه‌ها مقایسه کنید آن را چطور ارزیابی می‌کنید؟

در کل امسال من توقع نداشتم که تا این حد تبلیغات خوبی از سوی نمایشگاه انجام شود و مسئولان نمایشگاه حضور فعالی در راستای اطلاع‌رسانی از طریق نصب بیلборدهای تبلیغاتی و ارسال دعوتنامه داشته باشند اما آنها نتوانستند اطلاع‌رسانی خوبی انجام دهند.

■ در مجموع وضعیت چاپ در استان مرکزی را چگونه می‌بینید؟

متأسفانه با وجود اینکه اراک ۲ هزار شرکت صنعتی دارد و اینکه یکی از قطب‌های صنعت کشور است، کار چاپ به بیرون از اراک می‌رود. از طرفی به بهانه نزدیکی به تهران و قم این‌طوری جا افتاده که باید کارهای چاپی به این شهرستان برود البته اراک امکانات لازم در کار چاپ را ندارد و از نظر صنعتی خیلی بالاتر است ولی از نظر کار چاپ ضعیف است.

■ برای بهبود وضعیت چاپ در استان اراک چه باید کرد؟

باید چاپخانه‌ها از طریق تسهیلات بانکی حمایت شود و تحت نظارت قرار گیرد تا این وام حتماً صرف این مورد استفاده شود و کسانی که ۵ یا ۱۰ سال سابقه دارند این تسهیلات مشمول حال آنها قرار گیرد.

■ رشد صنعت چاپ جهان را چگونه می‌بینید؟

در نمایشگاه چین که حدود ۴ سال پیش برگزار شد ماشین چاپ بی‌کیفیت گذاشته بودند ولی در



اگر به صنعت چاپ نظارت بیشتری بشود و تسهیلات لازم داده شود آینده بهتری رقم می‌خورد. چاپ، چیزی است که حضورش همه‌جاست و در گذشته بعضی از کارهای چاپی دویی در ایران انجام می‌شد

دوره بعدی نمایشگاه که ظرف دو سه سال پیش برگزار شد کیفیت دستگاه‌های چاپی ارتقاء پیدا کرده بود. بنابراین ما اگر در کارمان هدف داشته باشیم می‌توانیم به جاهای بهتری در این صنعت برسیم.

گاهی مواقع مشتری طالب تولید جنس خوب و با کیفیت است. بنابراین هزینه می‌کند و گاهی مواقع کیفیت کار برایش خیلی مهم نیست بنابراین کار بی‌کیفیت سفارش می‌دهد. مساله اینجاست بعضی مواقع دستگاه قدیمی و فرسوده همان کار دستگاه نو را با کمی تفاوت انجام می‌دهد که هر دو به یک میزان دستمزد دریافت می‌کنند و این یعنی ضربه زدن به کار صنعت و متأسفانه ما با این قبیل مشکلات در این صنعت به شدت روبه‌رو هستیم.

■ آینده چاپ را در ایران چگونه می‌بینید؟

اگر به صنعت چاپ نظارت بیشتری بشود و تسهیلات لازم داده شود آینده بهتری رقم می‌خورد. چاپ، چیزی است که حضورش همه‌جاست و در گذشته بعضی از کارهای چاپی دویی در ایران انجام می‌شد. الان این اتفاق دیگر رخ نمی‌دهد زیرا خودش در این زمینه، خود کفا شده است. وی در پایان از مسئولان برگزاری نمایشگاه، خلجی و همچنین سعیدی تقدیر و تشکر کرد.



پاکت سپهر

بورس پاکت های فانتزی آماده و تولید کننده پاکت های ملخی ، پستی و اداری اولین تولید کننده پاکت های درب رنگی و گرافیکی در ایران

در تلاشیم بهترین باشیم



● اولین و تنها دارنده نشان از کنگره ملی یکصد برند برتر کشور

● اولین و تنها دارنده نشان کیفیت از انجمن کیفیت ایران

● اولین دارنده گواهینامه مدیریتی از وزارت علوم ، تمقیقات و فن آوری

● دارنده گواهینامه مدیریتی از انجمن کیفیت ایران

● اولین و تنها دارنده تندیس زرین کیفیت و مشتری مداری

● دارای گواهینامه بین المللی مدیریتی از آکادمی ICS (کانادا)



انجمن کیفیت ایران



B 7 5 2 7 4 3

نمایشگاه بین المللی ، سالن ۷

مقدم شما را گرامی می‌داریم

www.sehehrpakat.com

psp_sehehrpakat@yahoo.com

فروشگاه و کارخانه : تهران ، باقرشهر ، ۲۰ متری کاشانی ، پلاک ۴۳

فکس : ۰۲۰ ۱۳۴۰ ۵۵

تلفن : ۰۲۱ ۱۳۴۰ ۵۵

مدیر فروش ۰۷ ۶۲ ۳۸۷ ۰۹۱۲

مدیر عامل ۰۴۳ ۲۳ ۱۹۴ ۰۹۱۲

گفت‌وگو با محمد جمالی
در نمایشگاه اراک

چاپ یک فعالیت خدماتی است، دولت گوش شنوا ندارد

محمد جمالی، عضو هیات مدیره شرکت های‌پک و مدیر فروش ماشین‌آلات صنعتی است. دومین‌باری است که در نمایشگاه اراک شرکت کرده است و این شغل را از پدر آموخته است. او به طنز می‌گوید: «محکوم به این نوع کار شده‌ام و با توجه به مشکلاتی که در این صنعت متوجه ما شده است، پشیمان هستم که در این حوزه فعالیت می‌کنم، زیرا مشکلات بسیاری به جهت پرداخت مالیات داشتیم که مجبور شدم چاپخانه را تعطیل کنم.» خبرنگار چاپ و نشر با او به گپ‌وگفت نشست است که در پی می‌خوانید.

■ علت حضور شما در نمایشگاه اراک چه بوده است؟

دومین‌باری است که در نمایشگاه شرکت کرده‌ام و چون مصادف شد با نمایشگاه مشهد شد بنابراین راغب شدم ماشین‌ها را به این نمایشگاه بیاورم. انتقادی که از زمان برگزاری نمایشگاه دارم این است که شهرها به جهت زمان برگزاری نمایشگاه با هم از هماهنگی لازم برخوردار نیستند. از سویی مسئولان نمایشگاه به این برگزاری به عنوان یک شغل و «مارکت» نگاه می‌کنند و نمایشگاه‌ها را به عنوان بازار کار خود می‌بینند.

■ در مجموع برگزاری این نمایشگاه نسبت به نمایشگاه سال گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر من هیچ فرقی نسبت به سال گذشته ندارد چون ما معمولاً دنبال مشتری جدید هستیم. بنابراین به دنبال چنین نمایشگاه‌هایی هستیم، در کار ما تعداد رقبا خیلی زیاد است. از طرفی چون نمایشگاه اراک در حال برگزاری بود و در پی آن نمایشگاه مشهد برپا شد به دلیل مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها از اراک دستگاه‌ها را به مشهد منتقل خواهیم کرد تا در نمایشگاه شرکت کنیم.

■ صنعت چاپ استان مرکزی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

چون در تهران به بیش از ۲۵۰۰ واحد چاپی مجوز نمی‌دهند، به خاطر محدودیت‌هایی که در استان بود آمده‌اند به اراک ولی عملاً دفترشان در تهران است از طرفی دولت سرمنشاء بیشتر افزایش قیمت‌هاست. نرخ مواد اولیه را دولت تعیین می‌کند. از سویی بازار کشور چین بازار هفت میلیارد نفری (همه جهان) است در صورتی که برق و کارگر گران‌تر است، اما محصول را با تیراژ بالا تولید می‌کند.

بنابراین تولیدات در چین مقرون به صرفه است ولی در کشور ما بازار بسته است. دولت از تولیدکنندگان ماشین حمایت می‌کند ولی تعرفه گمرک را بالا می‌برد و از صنایع داخلی حمایت می‌کند اما تعرفه گمرک را بالا می‌برد و درآمد حاصل از گمرکات را به تولیدکننده نمی‌دهد.

■ پیشنهاد شما برای بهتر شدن وضعیت صنعت چاپ چیست؟

چیزی به نام خودکفایی اقتصادی فکر بیهوده‌ای است، دولت باید دستاوردهای خود را از جمله فولاد، نفت، کشاورزی و... بررسی کند و با سرمایه‌گذاری درست روی پتانسیل‌ها و ظرفیت کشور به فکر داد و ستد باشد و مرزهای اقتصادی را باز کند و بازار را گسترش دهد.

■ فکر می‌کنید چرا تولیدکننده ایرانی مشتری‌مدار نیست؟



در ایران بازار در دست تولیدکننده نیست. چون تکنولوژی صنعت خارجی در دسترس تولیدکننده باید باشد و تولیدکننده با ۷۰-۸۰ میلیون نفر که ۴۰ درصد آن شهری است و قدرت خرید دارد، مثلاً با بازار دستگاه آبمیوه‌گیری، مواجه می‌شود. شاید این ۴۰ درصد نیز خط فقر داشته باشد که در این صورت وضعیت برای تولیدکننده بغرنج‌تر خواهد شد. پس به این نتیجه می‌رسیم که باید دروازه اقتصاد ایران به سایر کشورها نیز باز باشد.

■ تفاوت قیمت محصولات چاپی نسبت به اروپا چگونه است؟

هزینه تولید در کشور ما پایین است و قیمت مقوا به عنوان یکی از مواد اولیه در حوزه چاپ قیمت جهانی و یکسانی دارد و از طرفی نیروی انسانی ارزان‌تر است. برای مثال گاهی مواقع محصولات ما داخل کانستینر می‌ماند. شاید حدود ۲ ماه در گمرک بماند و هزینه‌ای که من به دولت پرداخت می‌کنم را به ناچار از مشتری می‌گیرم.

مثلاً دستگاهی که در تهران ۵۰ میلیون می‌فروشیم را در کشور عراق ۳۰ میلیون بفروشیم و در هر دو مورد سود یکسان می‌برم. از طرفی دولت مالیات را هم از من می‌گیرد اما ما همچنان در رکود اقتصادی به سر می‌بریم.

مواد اولیه باید سریع و کم‌هزینه به دست تولیدکننده برسد. اگر ایران عضو تجارت جهانی شود آنگاه با بازاری روبرو خواهد شد که قیمت اجناسش در کل جهان یکسان است.

■ کنترل قیمت محصولات چاپ چگونه است؟ اتحادیه‌ها نرخ را تعیین می‌کنند ولی دست‌اندرکاران، خدمات را زیر قیمت اتحادیه ارائه می‌دهند به خاطر اینکه تولید چاپخانه‌داران نمی‌خواهند کارگران از کار بیکار شوند. اما من به خاطر مساله دارایی مجبور شدم دو چاپخانه را تعطیل کنم. چون جواز کسی که برای من صادر شده است برجسب «تولیدی» خورده است نه خدماتی.

کار چاپ یک کار خدماتی است، اما دولت گوش شنوا ندارد. من مجبور شده‌ام مثل یک شرکت تولیدی مالیات پرداخت کنم ولی پرداخت مبالغ تعیین‌شده مالیات در توان من نیست. از طرفی ما کار خدماتی ارائه می‌دهیم نه تولیدی. وقتی مالیات می‌دهم نتیجه آن را نمی‌بینم. چرا که من خواستار مدرسه دولتی با امکانات عالی هستم بنابراین به پرداخت آن راغب نمی‌شوم.

در برخی مواقع وزارت ارشاد سلیقه‌ای رفتار می‌کند. بعضی از چاپخانه‌ها هستند هر نوع چاپی را انجام می‌دهند. اداره ارشاد جلوی آن را نمی‌گیرد در حالی که من کالایی را تولید کردم که اداره ارشاد با من برخورد کرد.

من پیشنهاد می‌کنم اداره ارشاد خودش از نزدیک چاپخانه‌ها را رصد کند و درد ما را بفهمد.

کاغذ و مقوای رستمی

خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا

عرضه کننده مستقیم انواع مقوای پشت طوسی کره و چین

گلاس، تحریر، چسبدار، کاردتی



پخش مقوای پشت طوسی از گرماژ ۲۰۰ الی ۴۵۰ گرم

گلاس از ۸۰ گرم الی ۳۰۰ گرم مات و براق

تحریر از ۶۰ گرم الی ۱۲۰ گرم

انواع چسبدار - کاردتی

ارسال به تهران و شهرستان در اسرع وقت

آدرس: ظهیرالاسلام - روبروی ساختمان صنعت - پلاک ۶۵

ظهیرالاسلام، کوچه درویش غربی، پلاک ۱۵، طبقه سوم، واحد ۵

۳۳۱۱۴۳۴۸-۳۳۹۲۶۵۶۰-۷۷۶۸۷۰۹-۷۷۶۸۸۰۵۰

فکس: ۷۷۶۸۹۱۵۷

mahdi.rostami.1998@gmail.com

بسته‌بندی هوشمند، نیاز بازار مدرن



■ محمود سمیعی

نگاهی به تاریخ تمدن بشری روشن می‌کند که بشر نیازی به بسته‌بندی مواد غذایی نداشت، بلکه مردم برای به دست آوردن غذا از محلی به محل دیگر می‌رفتند تا زمانی که پناهگاه‌های دائمی برای خود پیدا کردند. در چنین شرایطی ناچار بودند غذا را از محل‌های مختلف جمع‌آوری کنند و به محل سکونت خود بیاورند. این نیاز باعث شد که اولین نوع بسته‌بندی نظیر کدوهای خشک‌شده، صدف‌ها، برگ‌ها، پوست حیوانات و دیگر مواد طبیعی مورد استفاده قرار بگیرند. برای انتقال آب، شیر، ماست، روغن یا دوغ از پوست حیوانات استفاده می‌شد. از شاخ حیوانات برای حمل و نقل، ذخیره غذا و محصولات کشاورزی استفاده می‌کردند.

انقلاب صنعتی در اروپا تحول اساسی در نظام تولید کالا ایجاد کرد. انقلاب صنعتی، جهان را با وفور کالاهای گوناگون صنعتی روبرو کرد. برای انتقال کالاها در این دوره، با توسعه یافتگی اروپا در همه زمینه‌ها صنعت بسته‌بندی نیز بنوبه خود توسعه یافت. توسعه بسته‌بندی سبب مستقل شدن این صنعت از مجموعه صنایع دیگر شد و رقابت و نیاز مبرم به بسته‌بندی کیفی سبب گردید که صنایع بسته‌بندی سهمی قابل توجه از بودجه‌های شرکت‌های تولیدی را به خود اختصاص دهد در این فرایند و با اختصاص سهمی از بودجه شرکت‌های تولیدی به این صنعت، صنایع بسته‌بندی نیز توسعه روز افزونی یافت و با تلفیق علم نانو تحولی عظیم در این صنعت بوجود آمد.

در نتیجه اکنون فناوری نانو یکی از این راه‌هایی است که می‌تواند در بهبود کیفیت بسته‌بندی نقش مهمی داشته باشد، اما همزمان با افزایش تأثیر فناوری نانو بر صنایع غذایی و ورود این محصولات به بازار مصرف، اهمیت سلامت و ایمنی این گروه از مواد غذایی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است.

اطمینان از سلامت و امنیت غذاهای بسته‌بندی شده به کمک فناوری نانو موضوعی است که موجب شده گروهی نسبت به استفاده از این ترکیبات در بسته‌بندی‌ها دچار تردید شوند. به گفته متخصصان، بسته‌بندی مواد غذایی از دو دیدگاه قابل توجه است؛ نخست این که بسته‌بندی از جمله عوامل مهمی است که می‌تواند ماندگاری محصولات و فرآورده‌های غذایی را کنترل کند و موضوع دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد و بسیاری از کشورها در سطح دنیا در این مسیر فعالیت‌های موفقی داشته‌اند و لازم است کشور ما هم در این حوزه به طور جدی وارد عمل شود. این است که بسته‌بندی‌هایی که از آنها در صنایع غذایی استفاده می‌شود باید سازگار با محیط زیست باشند.



یکی از مشکلاتی که ما در دنیای امروز با آن مواجه هستیم انباشتگی انواع پلیمرهایی است که براحتی در طبیعت تجزیه نمی‌شود و در نتیجه موجب آلودگی طبیعت شده است؛ پلیمرهایی که عمدتاً به منظور بسته‌بندی نوشیدنی‌ها و خورده‌های دنیای مدرن ما تولید شده‌اند.

■ سلامت مواد غذایی و مصرف‌کنندگان

از نظر پژوهشگران و کارشناسان حوزه صنایع غذایی، بسته‌بندی معتبر به عنوان راهکاری برای افزایش ماندگاری مواد غذایی مطرح است و می‌توان از روش‌های مختلفی برای رسیدن به این هدف استفاده کرد.

بهاره عمادزاده، مدیر گروه نانو فناوری مواد غذایی پژوهشکده علوم و صنایع غذایی در این باره می‌گوید: یکی از روش‌هایی که در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته و متأسفانه در کشور ما در سطح تحقیقات باقی مانده، استفاده از قابلیت‌های نانوفناوری است. ما می‌توانیم براساس این فناوری شناساگرهایی را طراحی کنیم که ماندگاری محصولات غذایی را پایش می‌کنند. عملکرد این شناساگرها به این شکل است که به عنوان مثال شاخص‌های رنگی روی آنها تعبیه شده که با گذشت زمان تغییر رنگ می‌دهد. اکنون این شاخص‌ها یا شناساگرها بدون به کارگیری فناوری نانو تولید می‌شود. بررسی‌ها و آزمایش‌های انجام شده نشان می‌دهد استفاده از فناوری نانو می‌تواند حساسیت این شاخص‌ها را به میزان قابل توجهی افزایش دهد.

نانوذرات از یک ساختار اختصاصی برخوردارند و این ساختار می‌تواند حساسیت شناساگرها را در پایش ماندگاری مواد غذایی افزایش دهد. گذشته از این مواد نانو و محصولات تولید شده از نانو با توجه به خواص منحصر به فردی که دارند می‌توانند در کنترل خواص بازدارنده بسته‌بندی‌ها به ایفای نقش



وارد کننده انواع نوارهای طلاکوب

وارد کننده سلفون های حرارتی (مات و براق)



CHENHUI

h
Laser Hologram
huayi



Add: 13th unit, 5rd floor, No 4, garosi Alley, shariaty Ave,
opposite of sahra cinema, tehran - Iran
Tel: +98 21 77 62 59 97-8
Fax: +98 21 77 62 59 30
Mob: +98 912 687 87 81
Email: alton.parto369@gmail.com

تهران : خ شریعتی - روی روی سینما صحرا
کوچه گروسی - پلاک ۴ - واحد A13 - طبقه ۵
تلفن : ۰۲۱-۷۷۶۲۵۹۹۷-۸
همراه : ۰۹۱۲-۶۸۷۸۷۸۱
فکس : ۰۲۱-۷۷۶۲۵۹۳۰



پردازنده و گازهای ورودی به بسته‌بندی مواد غذایی را تحت کنترل قرار دهند.

ما در ایران از نظر بسته‌بندی مواد غذایی نتوانسته‌ایم همگام با بخش‌های دیگر فناوری پیشرفت داشته باشیم. یعنی در خیلی از فناوری‌های مطرح در حوزه علوم و صنایع غذایی، قدم‌های خوبی برداشته شده و پیشرفت‌های چشمگیری داشته‌ایم اما یکی از بخش‌هایی که مغفول مانده و نسبت به آن توجه ویژه‌ای از نظر صنعتی نشده بسته‌بندی و فناوری‌هایی است که می‌توان در این حوزه از آن استفاده کرد.

گرچه ایمنی محیط زیست و استفاده از مواد سازگار با محیط زیست در بسته‌بندی مواد غذایی ضرورت مهمی است اما این روند باید تا جایی ادامه پیدا کند که به مصرف‌کنندگان هم آسیبی نرسد. از سوی دیگر باید از این موضوع هم اطمینان پیدا کرد که بقایای ترکیبات نانو که وارد پساب‌ها می‌شود سلامت انسان و محیط زیست را در معرض خطر قرار ندهد. این‌ها از موضوعاتی است که در این حوزه بحث‌برانگیز شده است.

دکتر عمادزاده در این‌باره معتقد است: هر علمی از دو جنبه باید بررسی شود؛ هم از نظر نقشی که در سلامت جامعه دارد و هم از نظر خطراتی که ممکن است با خود همراه بیاورد. در هر علمی ابتدا جنبه‌های مثبت بیشتر خودش را نشان می‌دهد و با گذشت زمان و در مطالعات و تحقیقات، جنبه‌های منفی هم کم‌کم خودنمایی می‌کند.

بسته‌بندی می‌تواند به شکل پوششی باشد که در تماس مستقیم با محصول قرار می‌گیرد. گاهی نیز بسته‌بندی‌ها به طور مستقیم با محصول در تماس نیست. در رابطه با محصولات غذایی که در بسته‌بندی آنها از فناوری نانو استفاده شده است، دیدگاه مخاطره‌آمیزی وجود دارد، اما در خصوص این که حضور این ترکیبات در طبیعت چه آثاری بر محیط زیست دارد موضوعی است که در خصوص آن باید حتماً مطالعاتی عمیق انجام شود.

■ بسته‌بندی‌های فعال

کشور ما در زمینه بسته‌بندی، پیشرفت چندانی نکرده و اگر کاری در این زمینه انجام شده صرفاً به مقالاتی آکادمیک محدود شده است. یکی از کارهایی که به تازگی در پژوهش‌های علوم و صنایع غذایی مورد توجه قرار گرفته نوع خاصی از بسته‌بندی است که صفت فعال را یدک می‌کشد. بسته‌بندی هوشمند نوع پیشرفته‌تری از بسته‌بندی‌های فعال به شمار می‌آید. تحقیقات انجام شده درباره بسته‌بندی‌هایی با این ویژگی قدمت چندانی ندارد اما با وجود این پیشرفت‌های قابل توجهی در این حوزه انجام شده و هم اکنون انواع مختلفی از بسته‌بندی‌های فعال (هوشمند) در بعضی از کشورها از جمله آمریکا و ژاپن تجاری‌سازی شده است.

به گفته دکتر راضیه نیازمند، عضو هیات علمی گروه شیمی مواد غذایی پژوهش‌های علوم و صنایع

سازمان جهانی بسته‌بندی (WPO) چیست؟

ترجمه: محمود سمیعی

سازمان جهانی بسته‌بندی (WPO) سازمانی غیرانتفاعی و غیردولتی است که از انجمن‌ها و مؤسسات مختلف بسته‌بندی ملی، فدراسیون‌های بین‌المللی و منطقه‌ای و گروه‌های علاقه‌مند به بسته‌بندی مثل تعاونی‌ها و مجمع‌های گوناگون تشکیل شده است.

این سازمان که اکنون «کیت آلفرد پیرسون» از آفریقای جنوبی ریاست آن را به عهده دارد در دهم سپتامبر ۱۹۶۸ در توکیو ژاپن توسط کارشناسان بسته‌بندی از انجمن جهانی بسته‌بندی با اهداف زیر تأسیس شد:

- تشویق و ارتقاء و توسعه فن‌آوری بسته‌بندی، علوم بسته‌بندی و دستیابی سریع کالا و مهندسی بسته‌بندی
- مشارکت در توسعه تجارت جهانی
- ایجاد نگرش برای دانشجویان به مطالعه، مطالبی در زمینه بسته‌بندی

امروزه فعالیت‌های آغازین این سازمان شامل ارتقای آموزش صنعت بسته‌بندی از طریق شرکت در جلسات و کنفرانس‌ها و فعالیت‌های خاص، در این رابطه در جمعیت‌ها و گروه‌های مثل سایت‌های اینترنتی، حمایت از اهدای جوایز بسته‌بندی بین‌المللی و تسهیل تماس بین اعضا و کمک به همکاری بین‌مؤسسات ملی بسته‌بندی است.

کیفیت بهتر زندگی از طریق بسته‌بندی بهتر برای بیشتر مردم

این سازمان در صدد است که درصد معنی‌داری از غذاهای تولیدی را برای گرسنگان نیازمند حفظ کند. این مساله (حفظ غذا) برای کشورهای در حال توسعه بسیار اهمیت دارد، اما مصرف نادرست غذا مخصوص این کشورها نیست. اتلاف غذا در تمام فرهنگ‌ها مشترک است. بسته‌بندی باکیفیت نقش مهمی در کاهش فساد مواد غذایی و حفظ آنها برای کسانی که بیشتر به این مواد غذایی احتیاج دارند، می‌شود.

سازمان جهانی بسته‌بندی متعهد به آموزش مردم درباره ارزش غذاهایی شده که از طریق بسته‌بندی مناسبیت به جامعه اضافه می‌شود. ناگفته نماند که این بسته‌بندی‌ها تنها برای خوراکی‌ها نیست بلکه آشامیدنی‌ها، داروها و تقریباً هر ماده تولیدی که توسط مصرف‌کنندگان و صنایع غذایی به طور یکسان مورد استفاده قرار می‌گیرد را نیز شامل می‌شود.

ما می‌دانیم که بسته‌بندی مواد خوراکی و غیرخوراکی ابزاری لازم و ضروری در هر جامعه‌ای بر روی این کره خاکی است. هیچ فرهنگی در روی زمین وجود ندارد که بتواند بسته‌بندی را نادیده بگیرد. اما برای اغلب این جوامع بسته‌بندی مناسب و خوب یک مشکل بسیار مهم است.

هدف اصلی سازمان جهانی بسته‌بندی آموزش مردم است که به آنها اهمیت و جنبه‌های ارزشمند بسته‌بندی را آموزش دهد. جهان بدون بسته‌بندی قادر به انجام کار خاصی نیست، اما مصرف‌کنندگان باید اثرات بسته‌بندی را در زندگی روزمره خود بشناسند و نیازبستگی به مردم آموزش داد که در هر نقطه‌ای در روی زمین هستند به اهداف بسته‌بندی توجه کنند و آن را برای فرایند ساخت یک جامعه پایدار و سالم استفاده بهینه کنند.

غذایی و مجری طرح بسته‌بندی‌های فعال، در این پژوهش‌دهنده در سطح تحقیقاتی درباره نوع خاصی از بسته‌بندی‌های فعال که گیرنده اکسیژن هستند کار شده است. در این نوع بسته‌بندی از یک ماده زیست فعال استفاده می‌شود که به جای تماس مستقیم با ماده یا فرآورده غذایی، در داخل بسته‌بندی قرار می‌گیرد و عملکردی که از آن انتظار می‌رود را داخل بسته‌بندی ایفا می‌کند. معمولاً هدف عمده این بسته‌بندی‌ها این است که زمان ماندگاری ماده غذایی افزایش پیدا کند و نکته قابل توجه این که این ترکیب وارد بسته‌بندی می‌شود و ممکن است به مرور زمان رها شده و وارد فرآورده غذایی شود. بنابراین باید این ماده از نظر صنایع غذایی ایمن باشد و مشکلی ایجاد نکند.



■ بسته‌بندی در ایران

در ایران بعد از کارخانه سمرقند که توسط چینی‌ها اداره می‌شد، اولین کارخانه کاغذسازی در سال ۱۳۲۸ در کهریزک احداث شد که کاغذهای باطله را برای تولید کاغذ و مقوا استفاده می‌کرد، بعد از آن تعدادی واحد تولیدی دیگر در سایر نقاط ایران به وجود آمد. اولین کارخانه مدرن ایران در سال ۱۳۴۹ در «هفت‌تپه» احداث شد. همانطور که می‌بینیم صنعت بسته‌بندی در ایران رشد بسزایی نسبت به رشد این صنعت در جهان نداشته است و از نظر کیفی بسیار پایین‌تر و غیر اصولی‌تر است.

در شرایطی که در کشورهای اروپایی و پیشرفته بسیاری از بسته‌بندی‌ها با کیفیت بالا به مردم ارائه می‌شود ما برای بسته‌بندی‌های غیراصولی در ایران همچنان راه خود را می‌رویم. گاهی اوقات این بسته‌بندی‌های نامرغوب، چنان مشتری‌ها را ناامید می‌کند که باعث خودداری برای مشتری می‌شود چرا که مشتری آن کالا را نیاز دارد ولی به خاطر بسته‌بندی نامرغوب، ترس از ناسالم بودن آن و سر آخر با تمام نیازی که به خرید کالا دارد، از خرید آن امتناع می‌کند. به همین خاطر تولیدکنندگان باید برای بالا بردن میزان فروش کالاهایشان به موضوع بسته‌بندی به ویژه بسته‌بندی‌های نوین توجه خاص داشته باشند.



گروه طراحان فروار آرا

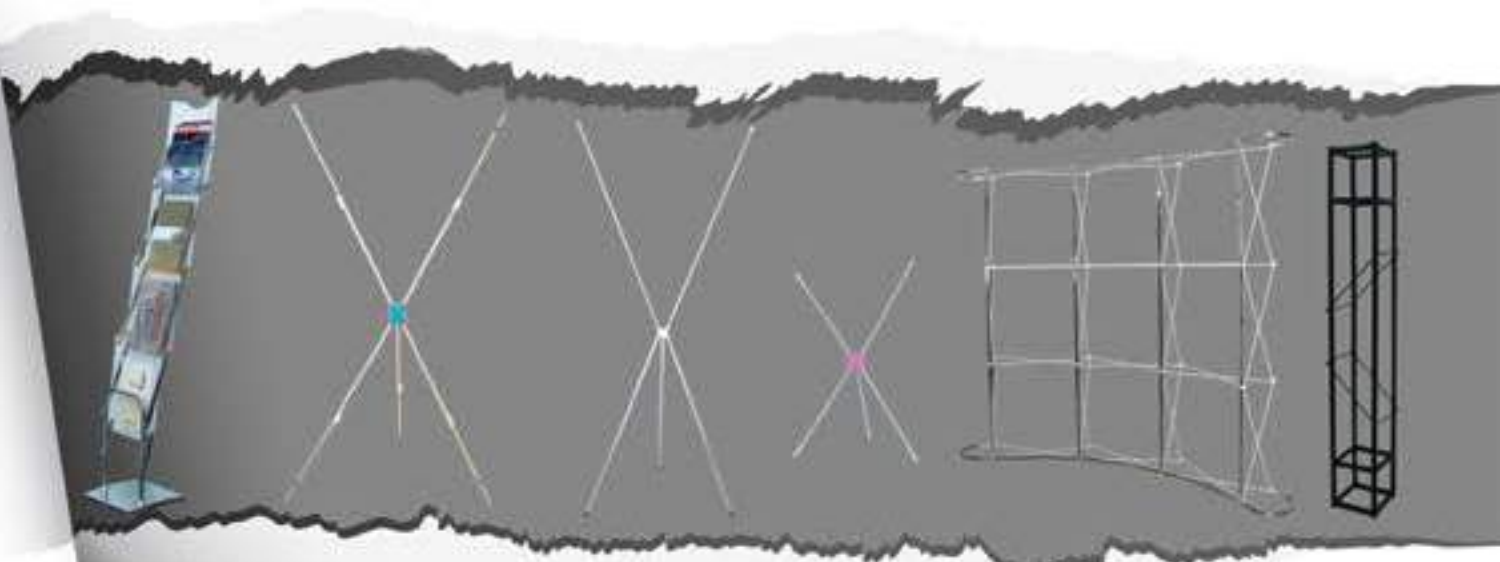
تولید کننده سازه های تبلیغاتی و نمایشگاهی

Farvar Ara Designers Group

Manufacturer of portable advertising & exhibition stands and structures



اسپیس فریم • پاپ آپ • استند تنظیمی • استند فلکه ای • رول آپ درجه ۱ • میز کانتر • کاتالوگ استند



تبریز: ورودی سردرود ، روبروی بازار آهن ولی عصر، کوی صنعتی ولی عصر غربی

شرکت فروار آرا تلفن: ۰۲۱ ۴۲۱۱۳۱۹ (۴۱۱)

دفتر مرکزی: تهران، بلوار مرزداران، خیابان البرز، بین خیابان هفتم و نهم، پلاک ۴، واحد ۱

همراه: ۰۹۱۲۳۲۴۰۶۹۹ تلفن: ۰۲۱ ۴۴۲۸۴۶۵۲

E-mail: farvarara.sazeh@gmail.com

نمایشگاه لیبل اکسپو شیکاگو

شتاب، انعطاف پذیری و جوهرهای قابل پخت با اشعه یووی

(بخش دوم)

■ مهربان روشن

نمایشگاه لیبل اکسپو آمریکا ۲۰۱۶ در تاریخ ۱۳ تا ۱۵ سپتامبر ۲۰۱۶ در مرکز همایش‌های دونالد استنفز در دهکده روزمونت ایالت ایلینوی آمریکا و با مدیریت گروه Tarsus برگزار شد. در این نمایشگاه از ماشین‌های چاپ دیجیتال و معمولی، تجهیزات پیش‌چاپ و ساخت صفحه (Platemaking) به همراه سیستم‌های پرداخت و تبدیل رونمایی شد. علاوه بر این، معرفی دای (die)، جوهر و پوشش، RFID و سیستم‌های امنیتی، نرم‌افزار و مواد پیشرفته نیز در دستور کار قرار داشت. در شماره گذشته، قسمت نخست گزارش نمایشگاه لیبل اکسپو شیکاگو از نظراتان گذشت. در قسمت دوم این گزارش به معرفی تازه‌ترین محصولات رونمایی شده شرکت‌ها در این نمایشگاه می‌پردازیم. شاید به این وسیله توانسته باشیم بخشی از آثار غیبت فعالان ایرانی در این نمایشگاه را جبران کنیم. این شما و این ادامه گزارش لیبل اکسپو شیکاگو.



13 - 15 September • Chicago
**LABELEXPO
AMERICAS 2016**
www.labelexpo-americas.com

■ شرکت BOBST



شرکت BOBST از فرآیند فلکسوی دیجیتال بر روی ماشین چاپ فلکسوی یووی رول متوسط BOBST M1 در نمایشگاه رونمایی انجام داد. مزایای فلکسوی دیجیتال که بخشی از برنامه اتوماسیون دیجیتال بوست است، شامل شتاب بخشیدن به چاپ، افزایش انعطاف‌پذیری و قابلیت اطمینان عملیات چاپ است. با استفاده از جوهرهای جدید کم‌نفوذ قابل پخت توسط پرتو یووی و اتوماسیون فلکسوی دیجیتال، زمان راه‌اندازی به چاپ دیجیتال نزدیک شده است. این دستگاه به لطف عملیات تماماً دیجیتالی قادر به کار بی‌وقفه است و امکان تغییر آنی وظیفه (job) آن وجود دارد که موجب می‌شود ماده ضایعاتی کمتر از ۱۰ متر باشد و تنها یک دقیقه زمان برای راه‌اندازی آن نیاز است.

■ شرکت BST North America



شرکت BST North America از Powerscope ۵۰۰۰ رونمایی کرد که یک سیستم بازرسی چشمی رول باریک با دوربین وضوح بالای ۱۶ مگاپیکسل است که امکان نظارت بر منطقه چاپ به ابعاد ۱۱۰۰×۷۵۰mm و بزرگنمایی علامت‌ها و دیگر جزئیات ریز تا بزرگنمایی ۲۵ برابر را دارد. این سیستم از قابلیت برنامه‌نویسی برخوردار است و به یک واحد دستور و رابط لمسی آپشنال مجهز است. علاوه بر این، سیستم بازرسی Tubescan EagleView با برخورداری از دو دوربین در یک محفظه در این نمایشگاه به نمایش گذاشته شد. یکی از این دوربین‌ها بازرسی ۱۰۰ درصد ماده و دیگری که بر روی یک بخش متحرک قرار دارد، به طور همزمان تصاویر بزرگنمایی شده از هر منطقه یا جزئیات تکرار چاپ را نشان می‌دهد.

■ شرکت CARTES



شرکت CARTES از GEMINI series ۳۶۰، آخرین دستگاه مبدل خود برای بازار لیبل رونمایی کرد. این دستگاه امکان تلفیق بر حسب نیاز واحدهای فلکسو (نوع تمام‌دوار یا نیمه‌دوار)، واحد دایکات نیمه‌دوار و منبع لیزر Semi-Sealed CO₂ بدون نیاز به بازپرکردن توسط کارخانه را برای کاربر فراهم می‌سازد. از جمله ویژگی‌های این دستگاه، تغییر سریع نوع وظیفه (job)، تنظیمات آسان فشار دایکات، نرم‌افزار و رابط جدید لیزر است.



■ شرکت Componex



شرکت Componex از غلتک‌های هرزگرد WINertia به همراه تیوب ثبت اختراع شده WINertia Dynamic سیستم متوازن‌کننده Center-WIN Balancing و یاطاقان‌های خودتنظیم‌شونده WINertia برای غلتک‌های آزاد و اینرسی پایین رونمایی کرد. به این منظور، Componex دستگاه طراحی شده توسط شرکت را در غرفه خود مشغول به کار ارایه داد. در این پیش‌نمایش، مقایسه هشت نوع غلتک و قابلیت آن‌ها در تامین کشش (Traction) برای رول انجام شد. تمامی غلتک‌ها توسط رول حرکت داده می‌شوند و همگی زاویه پوشش ۹۰ درجای دارند. یک سنسور سرعت و یک صفحه ثبت دیجیتال بر روی هر هشت غلتک قرار دارد. یک رول پیوسته از دستگاه عبور می‌کند. سرعت دستگاه از صفر تا ۲۰۰۰ فوت بر دقیقه قابل تغییر است. در زمان واقعی، ضمن افزایش سرعت رول، هر هشت غلتک تحت‌نظر قرار می‌گیرند. بنابراین بازدیدکنندگان شاهد از دست دادن کشش توسط غلتک بودند که بر روی هشت مانیتور سرعت دیده می‌شد. این دستگاه در قسمت جلو از یک قاب جانبی پلی کربنات شفاف برخوردار است، به طوری که امکان مشاهده رول حین گردش آن در دستگاه وجود دارد. به این ترتیب، امکان مقایسه فن‌آوری‌های مختلف غلتک به بهترین نحو صورت گرفت.

■ شرکت Delta ModTech



**ARMEH
PRINT**

اولین و بزرگترین مجتمع اختصاصی چاپ فاکتور در ایران چاپ، شماره، پرفراژ با سیستم افست و بهترین کیفیت بیارستان، خیابان ظهیرالاسلام، پاساژ شقایق، طبقه اول واحد ۲۳۷ تلفن: ۳۳۹۲۳۴۱۸ - ۳۳۹۲۳۴۲۷ Email: info@armehprint.com فکس: ۳۳۹۱۱۷۱۱ www.armehprint.com

NCR تخصص ماست

لیست قیمت انواع فاکتور کاربن دار NCR

تعداد هر سری فاکتور ۱۰۰۰ شماره (۲۰ دیننه) می باشد. کلیه قیمت ها به ریال می باشد.

کلیه فاکتور ها بصورت تک رنگ می باشد. در صورت چاپ رنگ دوم به مبلغ فوق ۳۰٪ اضافه می گردد.

جهت چاپ در اندازه دیگر و تعداد نسخه بیشتر با واحد سفارشات هماهنگ نمایید.

لطفاً به منظور پایین آوردن خطای کاربری و سهولت سفارش، قبل از طراحی قرم به صفحه راهنمای طراحی در سایت مراجعه نمایید.

اندازه فاکتور	فاکتور دو نسخه ای	فاکتور سه نسخه ای
A5 (21*14.5)	۵۵۰۰۰۰۰	۸۵۰۰۰۰۰
A4 (21*29)	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰۰
B5 (24*17)	۷۰۰۰۰۰۰	۱۰۵۰۰۰۰۰
B4 (34*24)	۱۲۵۰۰۰۰۰	۱۶۵۰۰۰۰۰

شرکت Delta ModTech از فن آوری Flex Edge Laser در نمایشگاه لیبیل اکسپو رومانیایی کرد. این پلتفرم لیزر انعطاف پذیر به صورت درون خط (انلاین) با افلاین یا پیکربندی های مختلف قابل استفاده است و امکان تولید و R&D در حالت رول به رول و افست (Sheet-Flex) را فراهم می کند. این دستگاه کاملاً قابل حمل (پرتابل) است و می توان آن را مستقیماً به یک دستگاه موجود Delta ModTech متصل کرد. همچنین امکان متصل کردن آن به یک خط تبدیل موجود با استفاده از بازوی تلسکوپی برای اتصال به یک ایستگاه باز و یا عملکرد آن به صورت یک واحد مستقل وجود دارد. این شرکت همچنین از یک مبدل جدید به نام Delta ModTech Crusader رومانیایی کرد که برش دقیق و تلورانس بالا را انجام می دهد. یک محصول دیگر، SPECTRUM، سیستم پرداخت کاری منحصر به فرد این شرکت است.

شرکت Domino



شرکت Domino از قابلیت Textures نمایشگاه رونمایی کرد که یک قابلیت جدید در ماشین چاپ جوهرافشان بیووی دیجیتال K760i این شرکت است و امکان ایجاد لیبیل های با بافت چایی سبک در قابل لمس و چشمگیر را فراهم می سازد. همچنین دو ماشین چاپ K760i توسط این شرکت معرفی شد که یکی به سیستم پرداخت درون خط ABG مجهز است و دیگری چاپ رول به رول را انجام می دهد و هر دو از وضوح چاپ ۶۰۰ dpi با مینیمم سرعت ۱۶۴ فوت در دقیقه برخوردارند. همچنین از پرینتر جوهرافشان بیووی K760i ساخت این شرکت رونمایی انجام شد که به یک سیستم پرداخت Delta ModTech اضافه می شود و کاربردهای خاص خواهد داشت.

شرکت Dover Flexo Electronics



Dover Flexo Electronics در نمایشگاه لیبیل اکسیوز محصولات کشش رول شامل آشنی ارتباطات از راه دور کنترلر کششی SteadyWeb، رونمایی کرد که کشش تنظیم شده را در هر قسمت از رول به منظور بهبود هماهنگی فرایند تبدیل و چاپ حفظ می کند. در نمایشگاه، امسال، کنترلر مجهز به فن آوری Quick-Cal یک سیگنال ورودی کشش را از یک تراز دوم کشش رول باریک دریافت می کند. همچنین آشنی سرور و کنترلر، امکان ارتباط از طریق اینترنت (Ethernet) برای اماندسازی و کنترل از طریق PC را از راه دور توسط یک وبسایت



هوشمند یا قابلیت wi-fi را فراهم می‌کند.

Dow Corning شہکت



شرکت Dow Corning از پورتفولیو جدید چسبها و پوششهای حساس به فشار برای فیلمهای محافظ مورد استفاده در ساخت و حمل و نقل وسایل الکترونیکی و برای چاپ سیلک رونمایی کرد. این چسبهای حساس به فشار سیلیکونی که نفوذ به همراه یک پوشش سخت سیلیکونی با کرایسی بالا برای فیلمهای PET، تجربه تازه‌ای از کار با ضخامت لمسی را برای مصرف کنندگان ممکن می‌سازند. همچنین حجم ضایعات حین ساخت را کاهش داده و از وسایل جدید مانند صفحات لمبه‌گرد محافظت می‌کند.

شرکت DuPont



شرکت معتبر DuPont از کلیشه‌های EASY و مدل جدید فرآوری‌کننده حرارتی کلیشه (thermal plate processor) با نام Cyrel FAST ۲۰۰۰ TD رونمایی کرد. هدف از طریق انباشت نقاط دیجیتال دارای قله صاف، مستقیم و یکنواخت کلیشه، به ارتقای بهروری، هماهنگی و کیفیت چاپ می‌انجامد و برای رول باریک (۳۰×۲۵ اینچ) تا رول عریض (۶۰×۴۲ اینچ) قابل استفاده است. کلیشه‌ها از قابلیت بی‌تغییر تمیزسازی و یکپارچه‌سازی عمق چاپ برجسته برخوردارند و تثبیت اختی خطوط ریز نقاط (۱۰ میکرون) می‌سازند. کلیشه‌های Cyrel

EASY بر پایه یک پلیمر جدید هستند که انتقال جوهر بیشتر و رزولوشن بالاتر به همراه دانسیته جوهر یکدست بالاتر را بدون افت کیفیت های لایت ها تضمین می کنند.

شرکت Durst



شرکت **Durst** از قابلیت‌های جدید ماشین چاپ **UV ۳۳۰ Tau** رونمایی کرد

به عرض چاپ ۳۳۰ میلی‌متر تا هفت رنگ و سرعت چاپ حداکثر ۴۸ متر خطی بر دقیقه با رزولوشن چاپ ۱۲۶۰ dpi و پوششی می‌دهد. همچنین ماشین چاپ یک‌پایه و اقتصادی جوهرافشان لیبیل با **Tau ۳۳۰ EU** در نمایشگاه معرفی شد که از جوهرهای بویی رنگ برای کاهش مصرف جوهر استفاده می‌کند. این ماشین به‌عنوان یک راه‌حل برای چاپ مبدل کوچک و اندازه متوسط طراحی شده، از چهار تا ۲۰۰ تا ۳۳۰ میلی‌متر برچرورد است و از عراض با رنج رنگ، سرعت چاپ حداکثر ۴۸ متر خطی بر دقیقه و رزولوشن چاپ ۱۲۶۰ dpi پشتیبانی می‌کند. همچنین این شرکت نرم‌افزار **Workflow-Label** رونمایی کرد که نرم‌افزار ماژولار جریان تولید است و به‌طور خاص برای چاپ دندانگان چاپ لیبیل طراحی شده است.

Enercon Industries Corp شرکت

Enercon Industries Corp از یک فرآوری کننده (treater) کرونا به نام CoronaFlex رونمایی کرد که به طور خاص برای کاربردهای رول باریک شامل فلکسو، دیجیتال و تبدیل طراحی شده است.

منبع: iranpack.ir





HERFE & FAN
Industrial Machine Producer



پرووی فول اتومات



سلفون واتر بیس فول اتومات
شیت کن



لمینت فول اتومات



سلفون حرارتی
نیمه اتومات





دایکات فکی ایرانی و چینی





چسب گرم تک گیره و سه گیره

آدرس: کارخانه، کیلومتر ۷۰ جاده شاوران، بعد از پمپ بنزین صکرا، جاده شمس‌آبادت به
 چهار امیر، اول شهرک انقلاب، صنایع ماشین سازی حرفه و فن
 تلفن: ۰۲۱-۳۶۰۸۱۹۱۹، فکس: ۰۲۱-۳۶۰۸۱۹۲۰، همراه: ۰۹۱۶۱۳۱۷۶۸
 آدرس دفتر: میدان پارس‌ستان، خیابان طهرانی‌اسلام، کوچه نکبو، پلاک ۷، طبقه دوم شرقی
 تلفن: ۰۲۱-۲۳۹۹۲۵۷، فکس: ۰۲۱-۲۳۹۷۷۵۲، همراه: ۰۹۱۳۹۱۳۳۸

www.herfofan.com
info@herfofan.com



Perfect

فهرهای دویل

دستگاههای صحافی

دستگاههای لمینت



تلفن: ۰۲۱-۸۱۴۱۱۰۱۱

فکس: ۰۲۱-۸۱۴۱۱۰۱۲

meghdad134@yahoo.com

www.datiss-co.com

پیشرو لمینت

طراحی و تولید انواع جعبه و کارتن های لمینیتی و دایکاتی



انتهای شهرک قدس (قلعه حسن خان)، بعد از
پمپ بنزین، خیابان سیمرغ، پلاک ۲۰
تلفن: ۸۸۹۷۰۰۳۰ - ۰۹۳۰۹۶۱۳۳۵۳



برخی تعاریف و نکات در مورد مرکب پایه آب

- ویسکوزیته: مقاومت جاری شدن سیال

- دین کاپ ۴: ویسکوزیته سنج

- اکستندر: ماده افزودنی برای تعدیل کردن شدت مرکب

ویسکوزیته بر روی انتقال مرکب در طول فرآیند چاپ تاثیر دارد بین درجه حرارت و ویسکوزیته مرکب نسبت عکس وجود دارد، با کم شدن درجه حرارت، ویسکوزیته بالا می‌رود.

در زمستان به دلیل پایین بودن درجه حرارت ویسکوزیته بالاست پس قبل از استفاده، مرکب را به مدت چند دقیقه کاملاً هم بزنید تا دمای مرکب بالا رفته ویسکوزیته به میزان مطلوب نزدیک شود.

PH در مرکب اهمیت زیادی دارد، افزایش بیش از حد آب موجب پایین آمدن PH مرکب در نتیجه افت کیفیت چاپ و خشک شدن سریع‌تر مرکب می‌گردد.

■ نکاتی که قبل از چاپ باید به آن توجه کرد

مرکب‌ها را در دمای اتاق (۲۰-۳۰ درجه سانتی‌گراد) نگهداری کنید. قبل از استفاده مرکب را کاملاً هم بزنید تا یکنواخت شود. قبل از هر بار استفاده، ویسکوزیته مرکب توسط دین کاپ ۴ اندازه‌گیری شود. از ریختن مستقیم آب به داخل مرکب خودداری کنید. آب را به طور ملایم با تماس با ظرف مرکب‌دان به مرکب اضافه نمایید و در حین اضافه کردن آب مرکب را هم بزنید. از آب برای پایین آوردن ویسکوزیته واز اکستندر برای به دست آوردن شیدهای روشن‌تر استفاده کنید. تنها مقدار مرکب مورد نیاز برای یک شیف‌کاری را با آب ترکیب کنید. اگر از مرکب برگشتی استفاده می‌کنید آن را به عنوان مرکب رقیق کننده به مرکب اصلی اضافه کنید. سیستم چرخشی پمپ را تنظیم کنید. شید مرکب را کنترل کنید و در صورت نیاز برای تعدیل شید رنگ مرکب از اکستندر استفاده نمایید.

■ نکاتی که حین فرآیند چاپ باید به آن توجه کرد

کنترل ویسکوزیته مرکب، کف مرکب، کنترل شید مرکب، کنترل تنظیمات ماشین، شید رنگ به مرکب انتخاب شده، زیرلایه، میزان مصرف اکستندر و شرایط محیطی بستگی دارد.

■ نکاتی که بعد از چاپ باید به آن توجه کرد

- تمیز کردن فوری قطعات ماشین، آنیلوکس، کلیشه و...
- نگهداری مجزای مرکب برگشتی با ذکر میزان آب یا اکستندر افزوده شده.
- تمیز کردن کلیشه و نگهداری آن در شرایط مناسب.
- نمونه‌های تایید شده را در داخل پلاستیک‌های مشکی و در محل مناسب نگهداری کنید.

■ اپراتور

اپراتور اصلی‌ترین مولفه فرآیند چاپ است. اپراتورها باید موارد زیر را مورد توجه قرار دهند:

- داشتن دانش فنی کافی و ارتقاء سطح آگاهی نسبت به تمام مؤلفه‌های تاثیرگذار در فرآیند چاپ.
- ارتباط قوی با مدیریت و بخش فروش و بازاریابی.

ادامه دارد...

■ مزایا و معایب مرکب‌های پایه آب

مرکب‌های آب‌پایه تا دهه ۱۹۸۰ به علت مشکلات زیادی که داشتند، مورد استفاده چندانی قرار نمی‌گرفتند. قبل از آن مرکب‌های آب‌پایه فقط برای سطوح متخلخل مثل کاغذ و مقوا - که نیاز به کیفیت و دقت بالای چاپ نداشتند - استفاده می‌شد. استفاده از مرکب‌های آب‌پایه توسط چاپخانه‌ها، آن‌ها را ملزم به خرید دستگاه‌ها و تجهیزات جدید کرد. مرکب‌های آب‌پایه نیاز به افزایش سرعت خشک شدن داشتند و فقط روی سطوح خاصی قابل استفاده بودند و برای فلزات و سطوح پلاستیکی به کار نمی‌رفتند. همچنین مرکب‌های آب‌پایه روی نورد‌های دستگاه چاپ خشک می‌شدند که باعث تخریب همراه با کیفیت چاپ پایینی بودند، همچنین مقاومت ضعیف در برابر آب، مقاومت سایشی پایین و معایب دیگری نیز داشتند. با وارد کردن چند افزودنی به فرمولاسیون مرکب (مانند رزین‌های با وزن مولکولی بالا، واکس‌ها، عوامل فعال‌کننده سطح و مواد دیگر)، خواص فیزیکی مرکب‌های آب‌پایه به طور چشمگیری بهبود یافت. اگر چه در گذشته مرکب‌های آب‌پایه مشکلات زیادی داشتند، امروزه در مقایسه با مرکب‌های حلال پایه عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند. قیمت پایین‌تر و آسیب‌های کمتر برای انسان و محیط زیست نیز از مزایای این مرکب‌ها است.

■ کاربرد

با توجه به پیشرفت چشمگیر مرکب‌های آب‌پایه طی چهل سال اخیر، این مرکب‌ها امروزه روی بسیاری از سطوح، حتی پلاستیک‌ها و فویل‌ها با کمک روش‌های آماده‌سازی سطوح مانند کرونا قابل استفاده هستند. مرکب‌های آب‌پایه برای چاپ روی کاغذ، مقوا و پارچه کاربرد بیشتری نسبت به فویل، پلاستیک و بسته‌بندی‌های غذایی دارند. یکی از بزرگ‌ترین کاربردهای مرکب‌های آب‌پایه که در دهه اخیر گسترش یافته، استفاده در پرینترهای جوهرافشان است.

■ تولید مرکب آب‌پایه

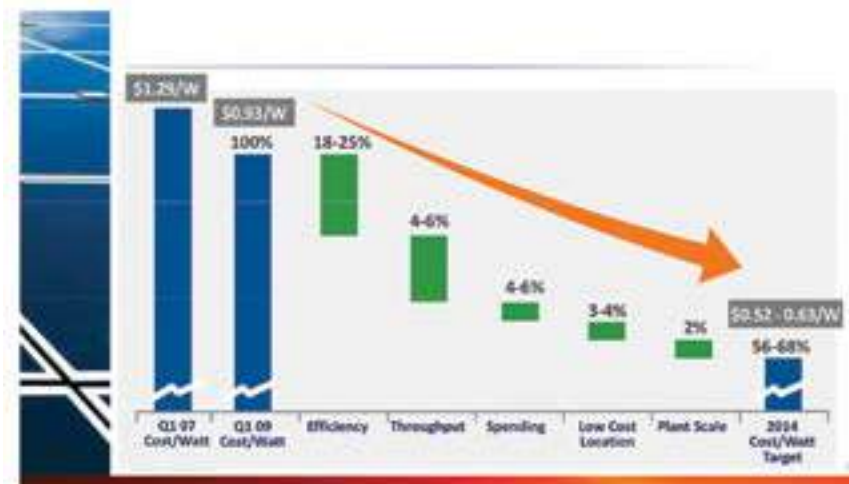
تولید مرکب‌های آب‌پایه شامل یک اختلاط ساده است. پیگمنت، مواد افزودنی و محمل به صورت جداگانه تولید می‌شوند. هنگام تولید پیگمنت‌ها، اندازه ذرات آن‌ها بسیار بزرگ‌تر از آن است که بتوان در مرکب از آن استفاده کرد. به همین دلیل پیگمنت‌ها آسیاب می‌شوند تا اندازه ذره آن‌ها با توجه به قدرت رنگی، ضخامت پوشش و خواص مورد نیاز از پیگمنت، بین ۱۰ نانومتر تا ۵ میکرومتر شود. سپس پیگمنت به همراه یک یا چند حلال با سرعت بالا مخلوط می‌شود که در مرکب‌های آب‌پایه بخش زیادی از حلال یا کل آن آب است. ماده فعال‌کننده سطحی و یا یک پلیمر به مخلوط اضافه می‌شود تا پایداری کلوئیدی ایجاد شود. سپس به منظور دستیابی به خواص مطلوب، افزودنی‌ها به مرکب اضافه می‌شود تا تولید مرکب جهت استفاده کامل شود.

■ فرمولاسیون مرکب‌های پایه آب

مرکب‌ها از ماده رنگ‌بخش، محمل، حلال و افزودنی تشکیل شده‌اند. به نظر می‌رسد که بی‌نیاهت فرمولاسیون برای مرکب‌های آب‌پایه وجود داشته باشد. هزاران نوع پیگمنت، رزین و افزودنی وجود دارد که در ترکیب‌های مختلف با نسبت‌های متفاوت استفاده می‌شوند تا خواص مورد نظر در مرکب ایجاد شود. برای مرکب‌های آب‌پایه به طور معمول ۶۰ درصد آب و یا حلال‌های دیگر، ۲۰ درصد رزین، ۱۵ درصد ماده رنگ‌بخش و ۵ درصد افزودنی به کار می‌رود.



۱۸۱ روش مؤثر برای کاهش هزینه‌ها



سرمایه‌گذاری در طرح‌های دارای بازدهی بلندمدت

به طور کلی، حقوق و دستمزد مهم‌ترین بخش از صورت سود و زیان یک شرکت را تشکیل می‌دهد و برای بسیاری از شرکت‌ها بهترین نقطه برای شروع کاهش هزینه‌هاست. اگر سطح درآمد شرکت شما شدیداً کاهش پیدا کند و ناچار به اجرای برنامه



روش شماره ۱۵۳: کمک به پیمانکاران فرعی در اجرای بهتر فعالیت‌ها

بعضی از شرکت‌ها بخشی از فعالیت‌های خود را به پیمانکاران واگذار کرده‌اند. آیا شرکت شما نیز می‌تواند با استفاده از این روش هزینه‌ها را کاهش دهد؟ بعضی از شرکت‌ها با واگذاری امور مربوط به خرید به خارج از سازمان، به سمت بازاری فراتر از «بازار نقد» گام برداشته‌اند و با تامین‌کنندگان‌شان همسو و هماهنگ‌تر شده‌اند.

به طور آشکار ماهیت محصول، میزان همسویی و اتحاد مورد نیاز را مشخص خواهد کرد. هر فردی می‌تواند لوازم‌التحریر را از بازار به صورت نقد خریداری کند اما خرید و فروش اجزا یا قطعات پیچیده یک دستگاه بدون شک مستلزم هماهنگی نزدیک بین دو طرف (خریدار و فروشنده) خواهد بود. هماهنگی نزدیک با تامین‌کنندگان مواد اولیه می‌تواند منجر به صرفه‌جویی در بعضی از هزینه‌ها شود.

برای مثال، تیم‌های کارکنان جنرال‌موتورز (که PICOS نامیده می‌شود) از کارخانه‌های تامین‌کنندگان شرکت بازدید به عمل می‌آورند، تا روش‌هایی جهت کاهش فعالیت‌های غیرضروری به مدیران پیشنهاد دهند. این تیم‌ها به بررسی مواردی همچون انبار کردن بیش از حد کالا، انجام کار مجدد، گام‌های زیاد در پردازش، فضا و تجهیزات

روش شماره ۱۵۴: فعالیت‌های مربوط به برگشت از فروش را واگذار کنید

بر اساس یک بررسی صورت گرفته، اگر شرکت هر هفته بیش از ۱۰۰۰ سفارش داشته باشد، واگذاری امور مربوط به برگشت از فروش به پیمانکاران هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. امروزه شرکت‌های زیادی جهت انجام این فعالیت‌ها تاسیس شده‌اند.

بر اساس تحقیقات صورت گرفته، واگذاری فعالیت‌های مربوط به برگشت از فروش می‌تواند زبان‌های ناشی از خرده‌فروشی، فروش اینترنتی و فروش با استفاده از کاتالوگ را کاهش دهد. با وجود این، بعضی از شرکت‌ها از این کار اجتناب می‌کنند.

برای مثال، رد ان‌ولوپ از کارکنان انبار مرکزی شرکت که در اوهایو واقع شده بود برای فعالیت‌های برگشت از فروش استفاده می‌کرد. کارکنان انبار مرکزی حدود ۳۰ نفر بودند که بخشی از آنها برای انجام این کار استخدام شده بودند. مدیرعامل شرکت تصریح کرد: «واگذاری فعالیت‌های برگشت از فروش به پیمانکاران پرهزینه است.»

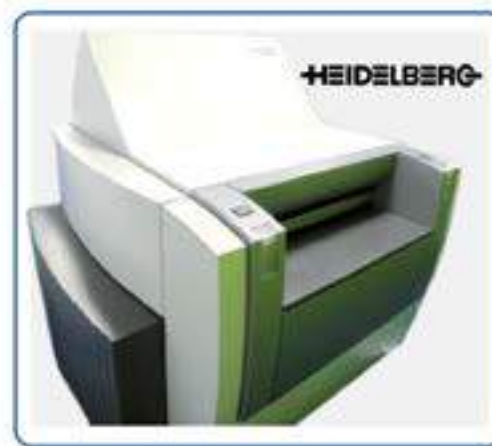
استدلال وی این بود که چون شرکت از تخفیفات و ترتیبات بسیار خاصی برای مشتریان استفاده می‌کند لذا تمایل ندارد افرادی خارج از شرکت از این موضوعات اطلاعات دقیق داشته باشند. به همین دلیل این امور را به پیمانکاران واگذار نمی‌کند.

شرکت مبین

ارائه پلیت سترهای:

CREO-AGFA-SCREEN-HEIDELBERG

تأمین لیزر، قطعات انواع پلیت ستر وایمج ستر



ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «راهنمای جامع کاهش هزینه‌ها» مترجمان: محمد روشن‌دل و قربان برارنیا ادبی

تلفن: ۷۷۶۳۴۰۹۸-۷۷۶۳۵۴۲۹ همراه: ۰۹۱۲۲۰۴۶۸۴۳ کریمی

فکس: ۷۷۵۱۴۱۵۴



نگاهی به زندگی استیو بالمر

شلوغ، پرانرژی و باهوش تر از بیل گیتس در ریاضی

کمتر کسی در عالم تکنولوژی وجود دارد که استیو بالمر را نشاناسد. او فردی است که همواره از انرژی بی حد و مرزی برخوردار بوده و این شوق کودکانه را حتی اکنون و در سن ۶۰ سالگی نیز می‌توان به وضوح در وی مشاهده کرد. در ادامه بیوگرافی یکی از تاثیرگذارترین افراد مایکروسافت طی ۳۳ سال گذشته را مطالعه خواهید نمود.

«استیو بالمر» فردی است که ویندوزهای XP، ویستا، و ۷ و ۸ ثمره مدیریت وی بوده‌اند. متأسفانه به دلیل کاریزمای بیش از حد و ویژگی‌های تبلیغاتی «بیل گیتس»، بالمر همواره در سکوت به کار خود ادامه داده است. نام کامل وی Steven Anthony Ballmer است و در تاریخ ۲۴ مارس ۱۹۵۶ در شهر دیترویت در ایالت میشیگان آمریکا متولد شد. وی یکی از موفق‌ترین افراد در ایالات متحده آمریکا محسوب می‌شود. دارایی او در حال حاضر چیزی در حدود ۱۵/۲ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود.

وی فرزند «هنری بالمر» و «بناتریس ورکین» است. پدر وی یکی از مدیران کمیانی اتومبیل‌سازی فورد بوده است. پدر وی اصالتاً اهل کشور سوئیس است. وی در سنین جوانی به آمریکا مهاجرت کرده است. مادر وی نیز اصالتاً آمریکایی بوده است.

استیو، بیشتر دوران کودکی و نوجوانی خود را در ایالت میشیگان گذرانده است. او قبل از ورود به دانشگاه در دوره‌های آمادگی درسی در دانشگاه فنی لاورنس شرکت نمود و همزمان نیز مقطع متوسطه را در مدرسه خصوصی Detroit Country Day School با کسب نمره عالی ۸۰۰ در آزمون SAT (چیزی شبیه به کنکور سراسری در ایران) به پایان رسانید.

او هم‌اکنون عضو هیات امنای همان مدرسه‌ای است که از آن فارغ‌التحصیل شده است. در سال ۱۹۷۷ وی با درجه بسیار عالی در مقطع لیسانس و در رشته ریاضیات کاربردی و اقتصاد از دانشگاه هاروارد فارغ‌التحصیل شد. در دانشگاه، وی تیم فوتبال آن زمان هاروارد را مدیریت می‌کرد و همزمان نیز در نشریه آن روزهای هاروارد نیز به عنوان نویسنده مشغول به کار بود.

اتفاق وی در خوابگاه دقیقاً یک طبقه زیراناقی بود که بیل گیتس، دوست شفیقش، در آن جا زندگی می‌کرد. البته باید گفت که آن دو در آن زمان یکدیگر را نمی‌شناختند.

در یک کلام باید گفت که استیو، یک نابغه تمام‌عیار در علم ریاضی است. او در نوع خود یکی از معدود افرادی است که توانسته بسیاری از جوایز و مدال‌های مختلف در آزمون‌های گوناگون ریاضیات را به خود اختصاص دهد. وی در آزمونی که توسط موسسه ریاضیات آمریکا برگزار شد، توانست امتیاز بیشتری از بیل گیتس به دست آورد. پس از فارغ‌التحصیل شدن از دانشگاه، وی به مدت دو سال به عنوان مدیر تولید یک بخش از کمیانی معظم Procter & Gamble مشغول به کار شد. در آن کمیانی، وی در دفتری کار می‌کرد که «جفری ایملت»، که بعداً مدیرعامل کمیانی معظم جنرال الکتریک شد، نیز در آن جا مشغول به کار بود. در سال ۱۹۸۰ وی از تحصیل در دانشگاه استنفورد برای کار کردن در مایکروسافت انصراف داد.

■ شروع کار در مایکروسافت

استیو بالمر در ۱ ژوئن ۱۹۸۰ به عنوان سی‌امین کارمند در مایکروسافت استخدام شد؛ و شغل اولیه وی در آن جا، مدیر مالی شرکت بود. استخدام وی شخصاً توسط بیل گیتس صورت گرفت.

حقوق سالیانه وی در آن زمان چیزی حدود ۵۰/۰۰۰ دلار بود و همزمان نیز بخشی از سود سهام شرکت را نیز دریافت می‌کرد. هنگامی که مایکروسافت در سال ۱۹۸۱ تبدیل به یک شرکت الحاقی شد، بالمر چیزی در حدود ۸ درصد از کل سهام شرکت را در اختیار داشت. وی در سال ۲۰۰۳ حدوداً ۸/۳ درصد از کل سهامش در مایکروسافت را فروخت که این کار باعث شد تا میزان سهام وی در این شرکت به ۴ درصد تنزل کند.

وی در طی حضورش در مایکروسافت، مدیریت بخش‌های حیاتی این شرکت را که شامل بخش عملیاتی، سیستم عامل، فروش و پشتیبانی می‌شود را بر عهده داشته است. وی در مهرماه سال ۱۹۹۲ نیز به عنوان معاون ارشد این شرکت تعیین شد. او به تنهایی رهبری تیم توسعه‌دهنده پلتفرم دات‌نت را بر عهده داشت. بالمر از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۱ به عنوان رئیس مایکروسافت انتخاب شد، تا پس از بیل گیتس که رئیس هیات مدیره بود، به شخص دوم مایکروسافت بدل شود.

■ دوران مدیرعاملی مایکروسافت

در ژانویه سال ۲۰۰۰، بالمر رسماً به عنوان مدیرعامل مایکروسافت انتخاب شد. به عنوان مدیرعامل وی موظف شد تا امور مالی شرکت را دستخوش تغییرات اساسی کند تا سود بیشتری را راهی حساب‌های بانکی ردموندی‌ها نماید. اما بیل گیتس همچنان بر مسند بخش‌های حیاتی این شرکت مانند چشم‌انداز فناوری و معماری نرم‌افزار باقی ماند. وی در سال ۲۰۰۶، یعنی هنگامی که به طور رسمی مدیریت بخش معماری نرم‌افزار مایکروسافت را رها کرد، اعلام نمود که دیگر قصد ندارد به صورت روزانه در این شرکت فعالیت داشته باشد.



چاپ و صحافی

شرکت خدمات هنری
دیدگاه سیم

با ۸ سال سابقه و پیشرو در
فرم های گروهی و اختصاصی

عمومی
اختصاصی

تولید سر رسید، تقویم دیواری و رومیزی اختصاصی

سفارشات مستقیم چاپخانه
فقط زینک و دور چاپ GTO و دو ورقه
اکبری ۰۹۱۲۲۰۸۵۸۹۰
قیمت گیری مستقیم: ۰۹۱۲۴۸۴۰۰۴۶

فوریت‌های چاپی و صحافی

مجهز به سایت طراحی گرافیک

دارای چاپخانه مجهز (دیدگاه عطف)

۱ دستگاه چاپ ۵ رنگ ۴ ورقه

با برج لاک

۲ دستگاه چاپ ۴ رنگ ۴ ورقه

۱ دستگاه چاپ GTO ۴ رنگ

۱ دستگاه چاپ ۲ رنگ ۲ ورقه

۱ دستگاه چاپ GTO ۲ رنگ

انواع دستگاههای روکش

یووی : اتومات و سیلندری

سلفون : حرارتی و چسبی

۲ دستگاه دایکات ۴ دستگاه ملخ

۶ دستگاه برش، طلاکوب

لاین کامل صحافی

(جلد سازی، دوخت، منگنه، چسب گرم)

و سر رسید

اولین

فرم بند ویزیت یکروزه و اینک فرم های ۶ ساعته و ۲۴ ساعته

شعبه مرکز (آرژانتین) ۸۸ ۷۹ ۹۲ ۶۲ - ۸۸ ۷۹ ۸۸ ۳۰

شعبه غرب (آیت ا. کاشانی) ۴۴ ۵۵ ۵۶ ۰۰ - ۴۴ ۵۲ ۲۱ ۹۲

شعبه بازار (ظهیرالاسلام) ۳۳ ۱۱ ۳۴ ۵۰ - ۳۳ ۱۱ ۳۳ ۴۷

شعبه شرق (سه راه تهرانپارس) ۷۷ ۷۲ ۴۹ ۸۴ - ۷۷ ۷۲ ۴۹ ۳۴

ساعت کار شعبه شرق ۹ الی ۲۳ - پنجشنبه ۹ الی ۲۱

سایر شعب ۹ الی ۱۸:۳۰ - پنجشنبه ۹ الی ۱۵:۳۰

برای اطلاع از قیمت های چاپ

به کانال تلگرام مراجعه فرمایید

telegram.me/didgahsima

جهت اطلاع از سایر قیمت‌ها به کانال تلگرام و یا سایت دیدگاه سیم مراجعه فرمایید.

قیمتها جهت همکاران می باشد.

فرمهای یکروزه و دو ورقه	تیراژ	دو ورقه	GTO
۱۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	۶۰۰۰۰
۲۰۰۰	۱۱۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰	۶۵۰۰۰
۳۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۷۰۰۰۰
۴۰۰۰	۱۳۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰	۷۵۰۰۰
۵۰۰۰	۱۴۰۰۰۰	۱۴۰۰۰۰	۸۰۰۰۰
۴ عدد زینک	۶۰۰۰۰۰	۶۰۰۰۰۰	۴۰۰۰۰۰

کارت ویزیت	سایر قیمت	سایر قیمت
یووی یکروزه	۱۱۰۰۰۰	۱۱۰۰۰۰
یووی دورو	۱۴۰۰۰۰	۱۴۰۰۰۰
سلفون مات یکروزه	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰
سلفون مات دورو	۱۶۰۰۰۰	۱۶۰۰۰۰
کتان آلمان یکروزه	۲۱۰۰۰۰	۲۱۰۰۰۰
کتان آلمان دورو	۲۶۰۰۰۰	۲۶۰۰۰۰

قیمت	ویزیت	روزه
بزرگ ۸.۹۰۵.۸	۴۷.۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰
کوچک ۸.۵۰۴.۸	۳۵.۰۰۰۰	۹۰۰۰۰
بزرگ ۸.۹۰۵.۸	۶۹.۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰
کوچک ۸.۵۰۴.۸	۵۳.۰۰۰۰	۹۰۰۰۰
انیدل روکش یووی ۸.۵۰۴.۸	۱۵۰.۰۰۰۰	۱۴۰۰۰۰
۱ روزه	یکروزه	دورو
یووی	۹۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰
سلفون براق	۹۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰
سلفون مات	۱۱۰۰۰۰	۱۴۰۰۰۰

جهت اطلاع از سایر قیمت‌ها به کانال تلگرام و یا سایت دیدگاه سیم مراجعه فرمایید.



مواد الیافی و افزودنی در ساخت کاغذ

پرکننده‌ها، ظرفیت، تقریباً سفید و پودرهایی با مواد آب‌دوست هستند که به الیاف می‌چسبند و موجب سفیدی کاغذ، تأثیر پخش نور و پر کردن فضاهای خالی ساختار کاغذ می‌شوند. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که با افزایش درصد مصرف پرکننده‌ها، ویژگی‌های مقاومتی کاغذ کاهش یافته، اما ویژگی‌های نوری آن افزایش می‌یابد.

تا سال ۱۹۹۰ پرکننده‌های بر مبنای کائولن نظیر خاک‌چینی، معمول‌ترین ماده‌هایی هستند که در تمام دنیا به خاطر قیمت پایین، در دسترس بودن، امکان استفاده از درجات مختلف آن و قابل تحمل بودن آن در شرایط مختلف آهارزنی اسیدی و قلیایی، مورد استفاده قرار می‌گرفتند. پرکننده‌های بر مبنای کربنات کلسیم که در حال حاضر به طور وسیعی مورد استفاده قرار می‌گیرند، بیشتر به دلیل آنکه آنها سفیدتر بوده و دارای مزایای دیگری هستند، ترجیح داده می‌شوند. اما باید در نظر داشت که این پرکننده‌ها باید در شرایط آهارزنی خنثی / قلیایی به کار روند. در حال حاضر کاغذهای سفید عاری از خرده‌چوب بیشتر در شرایط خنثی / قلیایی و با پرکننده کربنات کلسیم ساخته می‌شوند.

تالک در مقایسه با کائولن، در جاهایی که موجود در دسترس است، انتخاب دیگری به حساب می‌آید. به همین ترتیب، اغلب تالک به عنوان پرکننده در فرنیس کاغذی که دارای ذرات پخش‌شده قیر و یا چسب است، انتخاب می‌شود. این ذرات ترجیحاً به تالک که دارای سطح هم آب‌گریز و هم آب‌دوست است، می‌چسبند. در نتیجه، گرایش جمع شدن آنها روی سطح نمدهای ماشین کاغذ کاهش می‌یابد. اکسید تیتانیوم نیز یکی از پرکننده‌های خیلی گران است، اما جزو موثرترین پرکننده‌هایی است که باعث شفافیت و ماتی بالا می‌شود. مخلوط پرکننده‌ها نیز به طور متداول به کار می‌رود.

کاغذها به طور معمول دارای پنج تا سی درصد پرکننده از نظر وزن هستند که حداقل آن در مورد اکسید تیتانیوم و حداکثر آن در مورد کربنات کلسیم است که البته مصرف تا چهل درصد نیز گزارش شده است. با توجه به آنکه بیشتر پرکننده‌ها محتوی مقادیری آب تبلور هستند که ضمن سوختن آن را از دست می‌دهند و یا کربنات کلسیم که بر اثر سوختن، دی‌اکسید کربن خود را از دست می‌دهد، لذا اندازه‌گیری مقدار خاکستر کاغذ نمی‌تواند معرف میزان پرکننده محتوی در کاغذ باشد، بنابراین لازم است از ضریب تبدیلی (بسته به نوع پرکننده‌های مصرفی) برای محاسبه میزان ترکیبات پرکننده و شرایط تولید خاکستر استفاده کرد.

ساخت کاغذ

و فرآیند چاپ

مواد افزاینده مقاومت به خشک و مقاومت به تر کاغذ
تعدادی از انواع پلیمرهای محلول در آب می‌توانند در فرنیس کاغذسازی افزوده شوند که جذب الیاف نرمه‌ها و پرکننده‌ها شده و مقاومت خشک کاغذ را افزایش خواهند داد. مواد افزاینده مقاومت خشک کاغذ هم می‌توانند به خمیر پیش از ارسال به میز فوردرینر (تحت عنوان مواد تر یا افزودنی‌های پایانه تر) و هم بعداً در سایر پرس موقعی که مواد شیمیایی به یک یا دو طرف کاغذ اضافه می‌گردد، افزوده می‌شوند. افزودنی‌های پایانه تر شامل صمغ‌های کربوهیدرات می‌شوند که به طور معمول میزان نگهداری آنها به نسبت ضعیف و کم است.

متداول‌ترین مواد افزاینده مقاومت خشک کاغذ نشاسته‌های کاتیونی و پلی‌اکریلامیدها هستند. این مواد، پلی‌الکترولیت‌هایی هستند که به طور موثری از طریق جذب الکترواستاتیکی ذرات دارای بار الکتریکی منفی، به ویژه نرمه‌ها و پرکننده‌ها را جذب می‌کنند. نشاسته کاتیونی انواع زیادی دارد که از نشاسته‌های طبیعی با وارد کردن آمین سه ظرفیتی و یا مشتقات آمونیوم چهار ظرفیتی به درون مولکول نشاسته معادل حدود ۱ دهم تا ۴ دهم درصد از دست می‌آید. پلیمرهای پلی‌اکریلامید (PAM) کاتیونی شبیه آنهایی هستند که به عنوان کمک‌نگه‌دارنده استفاده می‌شوند، اما ساختارهای آن‌ها، معمولاً کاربردهای آن است. پلی‌کریلامیدهای آنیونی نیز همراه آلوم برای اتصال به الیاف به کمک کمپلکس‌های آلومینیوم استفاده می‌شوند. میزان مصرف مواد افزاینده مقاومت خشک کاغذ، به طور معمول بین ۲۵ صدم تا ۲/۵ درصد است که در حدود ۲۰ تا ۱۰۰ درصد مقاومت کششی کاغذ را افزایش می‌دهد. کاغذهای تیمارنشده تنها چند درصد از مقاومت کششی خود را زمانی که در آب غوطه‌ور می‌شوند، حفظ می‌کنند. استفاده از مواد افزاینده مقاومت تر کاغذ، هم مقاومت خشک کاغذ و هم مقاومت تر کاغذ را بسته به نوع و میزان مواد افزاینده مقاومت تر مصرفی به کاغذ، افزایش می‌دهند. کاغذهای تیمارنشده به طور مشخص ۲۰ تا ۵۰ درصد مقاومت خشک خود را نگه می‌دارند. مواد افزاینده مقاومت تر کاغذ در ساخت کاغذهایی از نوع بهداشتی نظیر دستمال کاغذی و حوله و برخی کاغذهای بسته‌بندی که اگر هنگام کاربرد خیس شوند، به مقاومت معقولی نیاز دارند، به کار می‌روند.

■ ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «مفاهیم نظری و کاربردی ساخت کاغذ و فرآیند چاپ» ترجمه و تألیف دکتر مهدی منظورالاجداد

قالب سازی اطلس

سازنده انواع قالبهای برش ، جعبه ، کارتن اتیکت ، واشر و کارهای سراجی و ملامین و ... مجهز به دستگاه برش لیزر و خم کن اتوماتیک

همکاری با شما افتخار ماست



این مواد پلیمری در هنگام آماده‌سازی به خمیر افزوده می‌شوند تا موجب جذب به الیاف و نرمه‌ها و در برخی موارد تشکیل اتصالات کووالانسی با سلولز شوند. در هنگام خشک شدن و در برخی از موارد حین ذخیره‌سازی، این مواد تشکیل اتصالات عرضی بین مولکول‌های خود و یا با سلولز و یا هر دو حالت را می‌دهند. مواد عمده‌ای که در این نوع مورد استفاده قرار می‌گیرند به شرح زیر هستند:

- اوره فرمالدئید UF رزین: این مواد از طریق واکنش‌هایی با مواد شیمیایی برای تولید پلیمرهای کاتیونی که به طور مستقیم جذب الیاف می‌شوند و یا پلیمرهای آنیونی که نیازمند کمپلکس‌های آلومینیومی حاصل از آلوم هستند که به جذب کمک می‌کنند، مورد استفاده قرار می‌گیرند.

- ملامین فرمالدئید MF رزین: این مواد از طریق تیمار بعدی ترکیبات پلیمری ساده‌تر برای ایجاد ذرات کلوییدی کاتیونی تشکیل می‌شوند.

- پلی‌آمینو آمید اپی کلوترین PAE رزین: این مواد به شدت کاتیونی بوده و اغلب به همراه کربوکسی متیل سلولز (CMC) به کار می‌روند که احتمالاً تشکیل کمپلکس‌هایی را می‌دهد که همچنان دارای بار الکتریکی به اندازه مثبت برای جذب الیاف هستند. - گلی‌اوکسی لیتد پلی‌اکریلامید PAM رزین: این مواد از طریق واکنش PAM کاتیونی و آنیونی با گلیوکسال (CHOCHO) ساخته می‌شود. UF و PAM تشکیل پلیمرهای با اتصالات عرضی سه بعدی نامحلول را می‌دهند و چون آنها ترموست هستند و سفت می‌شوند، لذا تشکیل شبکه‌ای مقاوم به آب در کاغذ را می‌دهند. ترکیبات PAE نیز تشکیل برخی اتصالات کووالانسی با سلولز را می‌دهد. رزین گلی‌اوکسی لیتد پلی‌اکریلامید، اصولاً با سلولز واکنش داده و شبکه مقاوم به آب فرایندی به نام اتصال عرض مشترک برعکس اتصال عرضی همگون را تشکیل می‌دهد.

علاوه بر هزینه‌ها، جابه‌جایی، ذخیره‌سازی و توسعه مواد افزاینده مقاومت تر کاغذ، موارد فنی دیگری وجود دارند که در هنگام انتخاب مواد مقاوم به تر باید در نظر داشت که عبارت‌اند از: PH مورد نیاز در پایانه تر، امکان دوباره خمیرسازی (برای کاغذهای پاره و بازیافت برخی درجات کاغذ مهم هستند)، توسعه مواد افزاینده مقاومت خشک و تأثیرات بر آهارزنی.

جعبه سازی محمد

ارائه خدمات بعد از چاپ

لمینت و دایکات انواع

مقوا ، ایفولوت ، سینگل

کارتن با لب چسب منگنه

و مگنت (آهنربا)

تلفن: ۳۳۳۹۳۱۹۷

شجاعی ۰۹۱۹۴۸۵۲۷۸۴

۰۹۱۹۴۴۷۰۸۶۷

خیابان فدائیان اسلام، سه راهی پل سیمان،

خیابان سرگرد محمد، نبش کوچه ابن سینا،

پلاک ۳۴۱



تلفن: ۵۵۶۹۰۱۵۷ فکس: ۵۵۶۹۰۷۶۸
همراه: ۰۹۱۲-۲۸۵۵۳۸۶

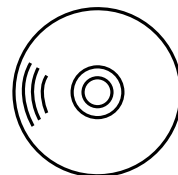
خیابان ۱۵ خرداد غربی ، جنب پمپ بنزین
پاساژ فخریه ، طبقه دوم ، پلاک ۲/۵ و ۲/۶



تولیدکننده انواع لیبل زله ای اموال تک رنگ تا چهار رنگ، هولوگرام خردشونده اثرگذار و بی‌زری، شیشه ای، بچ سینما، پلاک آلومینیومی و استیل

ارسال نمونه رایگان به سراسر کشور چاپ و بسته‌بندی این افتخار را دارد که همه محصولات فوق را به صورت گامتا تخصصی و درست اول در کشور عرضه می‌کنیم

۰۲۱ ۳۳۹۸۲۶۸۹ label.printraxam
۰۹۱۳۹۴۵۰۸۶۰ print.rasam@gmail.com



حکمی گاه

تولید هولوگرام امنیتی
تمویل ۱۵ تا ۲۰ روز

برای تیراژ تا ۱۰/۰۰۰ عدد
(تا سایز ۳ در ۳ با هر شکل درخواستی)
یک قیمت استثنایی
۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹
۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱



طراحی کمپین تبلیغاتی

نویسنده: جیم اوری - مترجمان: شاهین ترکمن، آتنا مقدم

ناشر: انتشارات سیته - قیمت: ۲۶۰۰۰ تومان

کتاب «طراحی کمپین تبلیغاتی» قصد ندارد اصول تبلیغات، نوشتن متون تبلیغاتی و یا برنامه‌ریزی رسانه را به شما آموزش دهد. این کتاب چارچوبی کلی برای برنامه‌ریزی ارائه می‌دهد و به شما کمک می‌کند که بدانید در هنگام نوشتن سند یا برنامه بازاریابی و ارائه آن، چه باید بکنید و چگونه از پس این کار برآید. کتاب شامل سه بخش است: نکته‌های برنامه‌ریزی، سند برنامه‌ریزی و ارائه. هر یک از این بخش‌ها، خود از فصل‌هایی تشکیل شده که محتوا را مرحله‌به‌مرحله و گام‌به‌گام در اختیار خواننده می‌گذارد و مسیر خوبی پیش‌پای او قرار می‌دهد که به باور صاحب‌نظران مسیری بسیار روشن و قابل اجراست. در واقع این کتاب، همراه و راهنمایی است برای حرفه‌ای‌ها، کارآفرینان و دانشجویان. کتاب در نهایت سادگی نوشته شده و رمز موفقیتش هم همین سادگی است.

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹
www.citehpub.com



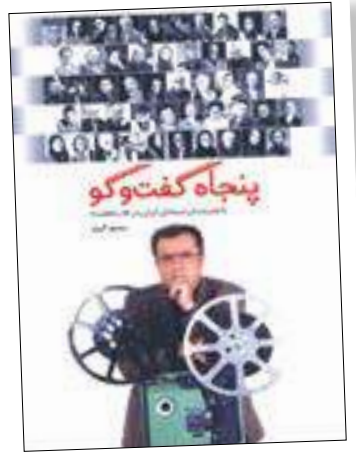
تکنیک‌های سنتی و معاصر چاپ دستی

نویسنده: آن دآرسی هیوز - مترجم: سید محمد مهدی بوذری

ناشر: انتشارات فرهنگسرای میردشتی - قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

کتاب «تکنیک‌های سنتی و معاصر چاپ دستی» مجموعه‌ای از خلاق‌ترین و متنوع‌ترین چاپ‌هایی است که هنرمندان و چاپگران معاصر آنها را خلق کرده‌اند. این کتاب نگاهی گذرا به زندگی و آثار هنرمندانی دارد که شیفته روند خلق آثار هنر چاپی‌اند و با خلق اثر چاپی اصیل، رؤیاهای شخصی خود را می‌پروارند.

تلفن: ۶۶۴۹۰۶۶۰-۲
www.fmirdashti.com



پنجاه گفت‌وگو با هنرمندان سینمای ایران در قاب «هفت»

مؤلف: محمود گبرلو

ناشر: انتشارات دی‌داد - قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

کتاب «پنجاه گفت‌وگو با هنرمندان سینمای ایران در قاب هفت»، گزیده‌ای از گفت‌وگوهای شاخصی است که طی چهار سال با چهره‌های تاثیرگذار سینمایی در برنامه تلویزیونی «هفت» (از مرداد ۹۰ تا حدود مرداد ۹۴) انجام شده است. افرادی که از نظر فکری با دیگری متفاوت‌اند اما دغدغه‌های خود را در یک فضای گرم و صمیمی، بیان داشته‌اند و از ورای مطالعه این گفت‌وگوها، می‌توان به عقاید، دغدغه‌ها، باورها و رویکردهای فعالان در این حوزه دست یافت.

گفتنی است محمود گبرلو، مؤلف این کتاب هر چند در عرصه سینما و تلویزیون فعالیت دارد، اما فارغ‌التحصیل صنعت چاپ بوده و ضمن ده سال مدیریت چاپخانه‌های روزنامه جام‌جم در سراسر کشور، هم‌اکنون نیز در صنعت چاپ و صحافی فعالیت دارد.

چاپ و نشر آمادگی دارد کتب ناشران، مؤلفان یا مترجمان در زمینه‌های «چاپ»، «نشر»، «بسته‌بندی»، «مدیریت»، «بازاریابی»، «تبلیغات»، «موفقیت» و «سبک زندگی» را در صفحه معرفی محصولات فرهنگی، به صورت رایگان معرفی نماید. در صورت تمایل، با دفتر نشریه تماس حاصل نمایید.

تلفن تماس: ۷۷۲۴۰۶۹۰-۲۱

برنامه‌ریزی و کنترل تولید چاپخانه

■ سیدعلی علوی، رئیس برنامه‌ریزی و کنترل تولید چاپ و انتشارات اوقاف

تنوع سفارش‌ها در کار چاپ و نشر به قدری است که به ندرت می‌توانید در خط تولید چاپخانه، دو سفارش مشابه از لحاظ اندازه و ابعاد، شمارگان، تعداد رنگ، نوع کاغذ، نوع جلد و... پیدا کنید که همزمان در خط تولید روزانه قرار داشته باشد. شاید بشود گفت خط تولید کمتر صنعتی است که به اندازه چاپ و نشر تنوع تولید دارد. از سوی دیگر تفاوت دستگاه‌های لیتوگرافی، چاپ و صحافی، هریک با سرعت، ظرفیت و مواد مصرفی خاص خود، همه بر توانایی فنی مدیریت چاپخانه صحنه می‌گذارد. همچنین همانطور که می‌دانید، برنامه‌ریزی و زمان‌بندی دستگاه‌های موجود در خط تولید به لحاظ هماهنگ نمودن خروجی هر دستگاه با ورودی دستگاه بعدی به گونه‌ای که سفارش در کمترین زمان ممکن، کیفیت و هزینه مناسب تحویل مشتری شود و کمترین توقف و خواب دستگاه را داشته باشد، از وظایف مدیرتولید بوده و اجرای آن مستلزم ایجاد تمهیداتی است که یکی از آن‌ها «برنامه‌ریزی و کنترل تولید» است.



هدف و مأموریت واحد «برنامه‌ریزی و کنترل تولید» شامل هماهنگی واحدهای مختلف تولید (لیتوگرافی، چاپ و صحافی) و فروش خدمات (سفارشات) و تولید، برنامه‌ریزی تولید و مواد، صدور دستور کار، کنترل تولید و مواد و زمان‌بندی سرویس دستگاه‌ها است. زمانی که مشتری به جهت تقاضا برای ثبت سفارش کار چاپ وارد شرکت می‌شود علاوه بر اطمینان از قیمت و کیفیت مناسب خدمات چاپخانه، می‌خواهد از زمان تحویل کار خود نیز مطمئن شود. این اطمینان را واحد برنامه‌ریزی و کنترل تولید با ارایه زمان تحویل سفارش و کنترل تولید در حین فرایند تولید برای مشتری به وجود می‌آورد. بنابراین نحوه عملکرد واحد برنامه‌ریزی، می‌تواند در رویکرد و شیوه عملکرد یک مجموعه جایی نقشی موثر را داشته باشد. به همین دلیل نگاهی داریم به شیوه برنامه‌ریزی و کنترل تولید.

چگونه برنامه‌ریزی و تولید را کنترل کنیم؟ ■ تعیین ظرفیت تولید

اولین قدم برای «برنامه‌ریزی و کنترل تولید» تعیین ظرفیت تولید دستگاه‌ها در واحد زمان است، همه موارد مهم در خصوص کار دستگاه از مدت زمان بستن زینک، تنظیم رنگ و چاپ و سرعت دور ماشین در واحد زمانی که می‌تواند ساعت، روز و... باشد، مشخص می‌شود. «تعیین ظرفیت» برای همه قسمت‌ها حتی کارهای دستی نیز انجام می‌شود.

یکی از فواید تعیین ظرفیت دستگاه‌های چاپخانه این است که می‌توان گلوگاه‌های خط تولید را که نقش تعیین‌کننده در میزان خروجی محصول از چاپخانه

دارد مشخص و به تبع آن راه حل برای رفع آن ارایه داد و از فواید دیگر این کار تشخیص میزان صف کار تولید و تخمین زمان بیکاری دستگاه‌ها و درنهایت کوشش جهت پیشگیری از بیکار شدن دستگاه‌ها یا انجام سرویس به موقع آن‌ها است.

■ مشخص نمودن صف کار ماشین‌آلات تولید

مدیریت تولید چاپخانه ایجاب می‌کند تا فهرست کاملی از سفارش‌های موجود در چاپخانه همراه با مشخصات هر یک از سفارش‌ها اعم از تعداد صفحات، تعداد رنگ، تعداد فرم، شمارگان، قطع سفارش، همواره به شکل به روز وجود داشته باشد. با تفکیک این سفارش‌ها در نوبت لیتوگرافی، چاپ و صحافی و برآورد زمان انجام هر یک از آن‌ها با توجه به ظرفیت دستگاه‌ها و نوشتن زمان، دورنمایی از شیوه انجام کار در جلوی هر یک از سفارش‌ها و در آخر جمع زمان‌ها، صف کار هر یک از ماشین‌آلات یا قسمت‌های مختلف تولید؛ لیتوگرافی، چاپ و صحافی بدست می‌آید.

■ برنامه‌ریزی تولید

پس از مشخص شدن صف کار ماشین‌آلات، به محض ورود سفارش جدید، مدیر تولید یا واحد برنامه‌ریزی و کنترل تولید می‌تواند با توجه به ظرفیت دستگاه‌ها و صف کار موجود و از طرف دیگر در نظر گرفتن میزان فوریت سفارش جدید، برنامه‌ریزی لازم جهت انجام سفارش را انجام دهند. برای این منظور برای هر سفارش یک فایل جدید باز کرده و در یک جدول که دستگاه‌های مربوط به

افست	تاکنی	کتابسازی	برش سه‌طرفه	تحویل مشتری
شمارگان سفارش				
تاریخ آغاز				
تاریخ واقعی پایان				
تاریخ برآورد پایان				
شمارگان انجام شده				
شمارگان باقیمانده				
میزان انحراف از برآورد				



صحافی مهتاب خواه

ارائه کلیه خدمات صحافی
(پانچ و فنر، جلد سخت، شومیز و...)

♦ ترتیب کن اتوماتیک ۲۴ ایستگاه Polygraph

♦ ۳ دستگاه ورق تاکنی ۲ ورقی Stahl

♦ ۳ دستگاه فنر جمع کن تمام اتوماتیک Renz

آلمان RSB-360

♦ ۲ دستگاه لیزر ۶۰x۹۰

♦ ۳ دستگاه برش ۱۱۵ . ۹۲ Polar, Wohlenberg

♦ دستگاه چسب گرم پنج خانه Muller Martini

♦ ۳ دستگاه پانچ تمام اتوماتیک Kugler آلمان

♦ ۲ دستگاه طلاکوب هیدرولیک

♦ دستگاه دوخت کتاب Polygraph



mahtabkhah.binding@gmail.com

تلفن: ۳۳۴۷۰۷۵۲
۳۳۴۶۴۹۶۰

همراه: ۰۹۱۲ ۱۹۴ ۷۸۱۸
۰۹۱۲ ۳۹۴ ۷۸۱۸

دارای سند تفکیکی شش دانگ تک برگ (عرصه و عیان) خرید و فروش سوله، رهن و اجاره تأمین امنیت (پلیس نگهبانی) نزدیک به تهران

☎ ۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۰۰۱ (امور فروش) 📞 ۰۹۱۲۳۷۱۳۲۲۱ (حمید حسینی)
📞 ۰۹۱۲۶۴۵۳۶۱۷ (محمد اسماعیلی)
📍 کیلومتر ۱۰ بزرگراه خاوران، بعد از خاورشهر، جاده عباس آباد علاقه مند
📄 ۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۰۳ 🌐 WWW.KAVEHIEC.COM

سایت فن آوران

خیابان خاوران



یکی از مزایای استفاده از نرم‌افزار علاوه بر ایجاد سرعت و دقت در کار، نگهداری و دسترسی بودن حجم زیادی از اطلاعات مربوط به سنوات مختلف کاری در فضای کوچک است، سوابق هر سفارشی اعم از سفارش قدیم و جدید با استفاده از نرم‌افزار با سرعت و کمترین زحمت بدست می‌آید.

در این زمینه نرم‌افزارهای حرفه‌ای نوشته شده توسط شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات چاپ موجود هستند که خاص ماشین‌آلات جدید خودشان است ولی برای ماشین‌آلات قدیمی می‌توان نرم‌افزارهای پیشرفته امروزی را روی آن‌ها مشابه سازی نمود.

برای مثال، با قرار دادن قطعه‌ای سخت افزاری روی ماشین چاپ یا صافی قدیمی، دور ماشین بدون نیاز به نوشتن گزارش کار توسط متصدی ماشین، به صورت خودکار و همزمان با کار ماشین در رایانه ثبت و به وقت نیاز از آن استفاده می‌شود.

اجرای سفارش در آن به صورت تفکیک شده درج شده است، میزان شمارگان سفارش و زمان شروع و پایان برآورد شده را قبل از آغاز فرآیند تولید، ثبت و زمان شروع و پایان واقعی را نیز در کنار آن می‌نویسد.

در این میان جهت اطلاع‌رسانی به قسمت‌های تولید لازم است از سوی مدیریت تولید، با تعیین زمان پایان سفارش (طبق برآورد و برنامه زمانی) در هر قسمت به تفکیک ماشین‌آلات دستور کار با ثبت زمان پایان سفارش صادر و به متصدی ماشین داده شود. برای برگشت اطلاعات از تولید نیز می‌توان ضمن ارسال مشخصات سفارش به تولید، مشخصات سفارش را در قالب دستور کار به تولید ارسال نمود و در پایین مشخصات سفارش یا دستور کار، فضایی جهت ثبت اطلاعات و نوشتن گزارش کار برای مسئول دستگاه ایجاد شود. همچنین برای پیگیری نحوه اجرای دستورکار، هر دستور کار با شماره صادر شود و شماره آن در دفتری به نام دفتر دستور کارها ثبت شود.

■ مواد تولید

پس از ثبت مشخصات سفارش، مقدار مواد مصرفی برای سفارش شامل زینک، کاغذ، گالینگور و... محاسبه و از انبار درخواست داده می‌شود. کیفیت مواد نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت محصول، سرعت و قیمت تمام شده تولید دارد از این رو مواد خریداری شده با تایید مدیر تولید یا برنامه‌ریزی و کنترل تولید وارد انبار می‌شود.

■ کنترل تولید

در مرحله بعد، به منظور اطمینان از اجرای برنامه‌های تولید، روزانه شمارگان انجام شده توسط دستگاه‌های مربوط به اجرای سفارش در فایل مربوط به سفارش (جدول) که در بند سوم به آن اشاره شد، ثبت و زمان شروع و پایان واقعی سفارش را کنار زمان برآورد شده نوشته می‌شود. در این میان در صورت وجود انحراف از برنامه، علت آن بررسی و اقدامات لازم برای جبران آن صورت می‌گیرد. در پایان هر روز کاری دستورکارها به دفتر تولید به منظور بررسی از روند کارها و مطابقت آن‌ها با برآورد و تهیه گزارش انحرافات که میزان پیشرفت کار را نسبت به تخمین اولیه نشان می‌دهد برگشت داده می‌شود. در شروع کار جدید یا روزکاری جدید مجدد دستور کار جدید تهیه و ارسال می‌شود.

سرعت و سهولت در برنامه و کنترل تولید موارد اشاره شده بالا با استفاده از نرم‌افزارهای Office و استفاده از تجربه کارشناس شاغل در چاپخانه، می‌تواند با هزینه و زمان مناسب انجام شود. با توجه به محاسبات و معادلات عددی «برنامه‌ریزی و کنترل تولید» دانش آموخته‌های رشته‌های مهندسی و علوم پایه برای اجرای این فرآیند قابلیت بهتری دارند.



SAMIN COMPLEX COMPANY



ماشین آلات بعد از چاپ:

- ماشین یو وی سیلندری چهار و نیم ورقی
- ماشین دایکات بوبست چهار و نیم ورقی (دو دستگاه)
- ماشین دایکات بوبست سه و نیم ورقی (یک دستگاه)
- ماشین جعبه چسبانی بوبست (دو دستگاه)
- ماشین ویندویج و پنجره چسبانی
- ماشین طلاکوب حرارتی چهار و نیم ورقی

امکانات قبل از چاپ :

- واحد طراحی مهندسی و گرافیک
- واحد لیتوگرافی

ماشین آلات چاپ :

- ماشین چاپ چهار و نیم ورقی پنج رنگ هایدلبرگ
- ماشین چاپ چهار و نیم ورقی چهار رنگ رولند ۷۰۰
- ماشین چاپ چهار و نیم ورقی دو رنگ هایدلبرگ

اتوبان کرج و قزوین، ورودی شهرک صنعتی بهارستان، خیابان رباط ماشین، پلاک ۸۵۶

تلفن : ۳۴۷۶۳۱۴۹ - ۳۴۷۶۳۱۳۸ - ۰۲۶ مدیریت ۰۹۱۲۸۰۹۶۲۸۱



ورود چاپ در ایران، سرفصل تحول فرهنگی عمده‌ای در کشور بود و بدون آن، پیشرفت در عرصه‌های آموزشی، فرهنگی و علمی ممکن نبود. چاپ بدان گونه که نقش از صفحه چوبی حکاکی شده بر کاغذ انتقال می‌یافت یعنی همان فنی که از دیرباز در چین رایج بود، به احتمال زیاد در قرن هفتم هجری قمری در عصر ایلخانیان وارد ایران شد.

مجنین ظاهرا خواجه رشیدالدین فضل‌الله همدانی وزیر مغولان نخستین کسی در تاریخ ایران است که از فن چاپ منسوب به چینیان و از طریق رواج آن در میان اقوام زردپوست سخن به میان آورده است؛ گیخانوخان برای تأمین نیازش به پول نقد در ۶۹۳ ه.ق دستور چاپ پول کاغذی را به همان شکلی که در آن زمان در چین رواج داشت، داد؛ این پول کاغذی که چاو نامیده می‌شد، در چاوخانه تبریز چاپ شد و در همان سال، به گردش درآمد البته مردم پول کاغذی را نپذیرفتند و به تبع آن چاپ کلیشه‌ای به مدت چند قرن در ایران منسوخ باقی ماند.

در عصر مظفرالدین شاه قاجار که انقلاب مشروطه ایران روی داد و در اواخر حکومت این سلسله، تحولات تازه‌ای در چاپ ایجاد شد. چاپخانه‌های بسیاری در کشورهای خارج که حروف فارسی داشتند، به چاپ کتاب، روزنامه، اعلامیه‌ها و بیانیه‌های سیاسی می‌پرداختند و محصولات، بعد از چاپ به صورت مخفیانه به ایران می‌آمد و در میان گروه‌هایی از مردم توزیع می‌شد. به طور کلی وقایع انقلاب مشروطیت



طلوع کهکشان گوتنبرگ در ایران

نقش کلیدی صنعت چاپ در تحولات اجتماعی و سیاسی

(بخش دوم و پایانی)

■ محمدرضا باقرپور

صنعت چاپ به عنوان یکی از صنایع قدیمی و اصیل کشور، از سال ۱۳۲۳ هجری قمری که نخستین چاپخانه ایران، در تبریز دایر شد تا امروز، فراز و نشیب‌های بسیاری را پشت‌سر گذاشته است. از رونق و کساد‌های بازار کار چاپ تا اولین کتابی که چاپ آن چندین ماه به طول انجامید. روایتی از تاریخچه صنعت چاپ ایران که بخش اول آن را در شماره قبل خواندید و در این شماره ادامه آن را تقدیم‌تان می‌کنیم. قصه‌ای که روایتگر داستان چاپخانه‌داران این مروز و بوم از دوره قاجار تا امروز است.

وضعیت چاپخانه‌های کشور از ۱۲۰ سال قبل تا سال ۱۳۳۴

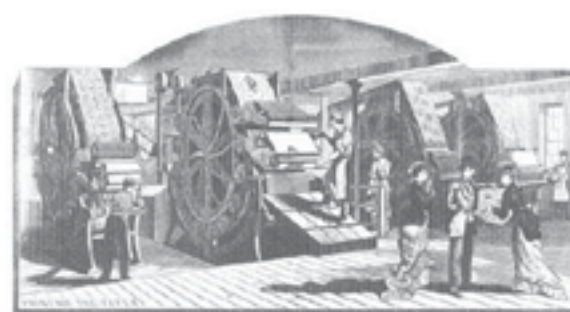
بین سال‌های ۱۲۶۴ تا ۱۳۳۴ وضعیت واحدهای چاپی شهرهای مهم کشور به شرح زیر بوده است: تهران دارای تعداد ۱۹۱ واحد چاپخانه، ۲۸ واحد صحافی، ۱۶ کارگاه گراورسازی و ۱۹ واحد جعبه‌سازی بوده که البته برخی از این چاپخانه‌های تهران علاوه بر دارا بودن ماشین‌آلات چاپ، مجهز به ماشین‌آلات صحافی، جعبه‌سازی و امکانات گراورسازی نیز بوده است. در همان سال‌ها، تبریز دارای ۳۰ واحد چاپخانه، یک واحد صحافی و یک کارگاه جعبه‌سازی بوده است که این کارگاه‌های صحافی و جعبه‌سازی دارای دستگاه‌های چاپ هم داشته‌اند.

تعداد ۲۵ واحد از ۳۰ واحد چاپخانه در تبریز، دارای ماشین آلات صحافی نیز بوده‌اند، طوری که صحافی، بعد از عمل چاپ در همان چاپخانه صورت می‌گرفته است. در همان سال‌ها (۱۳۳۲) شهرستان مراغه نیز دارای یک واحد چاپخانه بوده است. وضعیت دیگر شهرهای مهم کشور که بین سال‌های ۱۲۶۴ تا ۱۳۳۴ دارای چاپخانه بوده‌اند نیز به شرح جدول زیر بوده است:

شهر	تعداد واحد چاپخانه	شهر	تعداد واحد چاپخانه
ایران	۵	ساری	۱
اراک	۴	اصفهان	۲
اصفهان	۱۷	تهران	۱
اهواز	۵	شیراز	۶
بابل	۳	قم	۲
دماوند	۱	کرمان	۲
مدیر نظامی	۱	کاشان	۲
محمود	۱	گلستان	۲
جوشهر	۲	کرمان	۲
فرمانگاه نیرو	۲	کوهدشت	۲
خرمشهر	۲	لاهیجان	۱
خوی	۲	منه	۱
رشت	۷	مشهد	۱
ریحانه	۲	پنجاب	۲
رازی	۱	همدان	۱
رعان	۱	یزد	۲

بدین ترتیب تهران با داشتن ۱۹۱ چاپخانه، مقام نخست را در صنعت چاپ کشور و تبریز با ۳۰ واحد چاپخانه دومین شهر به لحاظ دارا بودن چاپخانه محسوب می‌شده است. شهرهای اصفهان، شیراز و مشهد با دارا بودن ۱۷، ۱۱ و ۱۰ واحد چاپی در مقام‌های بعدی قرار گرفته بودند.

عناوین واحدهای چاپی تبریز، تعداد و نوع ماشین آلات مستقر در آنها بین سالهای ۱۳۶۴ تا ۱۳۳۴، به شرح جدول زیر بوده است:

[illegible]

همچنین بین سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۳۴ واحدهای چاپی استان راجان شرقی، در مجموع دارای ۷۵ دستگاه ماشین چاپ دستی و با پای، ۴ دستگاه ماشین صحافی، تعداد ۱۴ دستگاه ماشین چاپ سیلندری و ۲ دستگاه ماشین چاپ خودکار کوچک بوده‌است. تعداد افرادی که در واحدهای چاپی تریز در آن زمان مشغول فعالیت بوده‌اند با احتساب کارگران و مدیران، به احتمال قوی در حدود ۱۲۵ نفر بوده‌است.

در فاصله سال‌های بین ۱۲۶۴ تا ۱۳۳۴ از ۱۹۱ چاپخانه موجود تهران، تعداد ۶ واحد چاپخانه‌دار دارای دستگاه چاپ افست بوده است و چاپخانه‌های مجلس (۱۳۰۰) با تعداد سه دستگاه ماشین چاپ است، بانک ملی ایران (۱۳۱۷) با تعداد پنج دستگاه ماشین چاپ است و انحصار دخانیات ایران (۱۳۱۶) با تعداد یک دستگاه ماشین چاپ افست از آن جمله‌اند. در آن سال‌ها ماشین چاپ افست در ایران فقط در تهران فعال بوده است. بخش دیگر تاریخ صنعت چاپ به ۱۳۰۹ دستگاه چاپخانه‌های چاپ برمی‌گردد. در فاصله سال‌های بین ۱۳۰۹ و ۱۳۴۴ واردات ماشین‌آلات چاپ در ایران بیشتر توسط موسسه‌ای نام تجار، تخانه مر تضر، نوبت انجام می‌شد.

این موسسه اولین موسسه در زمینه واردات ماشین آلات چاپ ایران بوده که در بیستم بهمن ماه سال ۱۳۰۹ به منظور احیاء توسعه صنعت چاپ کشور با تشکیلات بسیار منظم، به همت و مدیریت شخصی به نام مرتضی نوربانی در تهران تشکیل شد که در سپس، تجهیز و تکمیل چاپخانه‌های کشور نقش اساسی داشت؛ بیس‌ه مذکور واردات و اگادری ماشین آلات چاپ را در سطح کشور عهده داشت. چاپخانه‌های پیشگسوت کشور هنوز هم نوربانی و دمدات وی را به خاطر دارند که چگونه ماشین آلات چاپ را با اقساط بویل‌المدد در اختیار صاحبان چاپخانه‌ها قرار می‌داد. مرتضی نوربانی با مساعدت‌های خود به واحدهای چاپی کشور، در توسعه و ویج صنعت چاپ گام‌های مؤثرتری برداشت که این اقدامات ارزنده در حوزة صنعت چاپ، تأثیر مستقیم و به‌سزایی در افزایش عناوین تیراژ مطبوعات و کتب آن زمان داشته است.



منابع در دفتر مجله موجود است



شرکت نقش رنگ خجستان

دو دستگاه ۴/۵ ورقه ۸ رنگ هایدلبرگ،

۴ رنگ پشت و رو زن همزمان با Cp2000

چاپ یووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ سایز ۱۰۰×۷۰

با امکان خشک کن در تمام برج ها و تحویل

چاپ روی PVC - متالایز و سلفون چسبدار

یو پیس ۴/۵ ورقہ و ۶ ورقہ

یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۱۲۰×۸۰

خط کامل چسب گرم با قابلیت تولید روزانه ۱۰۰ هزار جلد کتاب و مجله

خط کامل مفتول با قابلیت تولید روزانه ۴۰۰ هزار جلد کتاب و مجله

خط کامل جلد سخت - پانچ و فنر با قابلیت تولید روزانه ۳۰ هزار جلد کتاب

کیلومتر ۲ جاده قدیم کرج (فتح)، نرسیده به پل شیر پاستوریزه
جنب کارخانه بستنی پاک، خیابان اوداقی ۴، پلاک ۶
تلفن: ۶۶۳۹۷۶۹۶ (ده خط) فکس: ۶۶۳۹۷۶۹۹
Email: info@khojastegan.com , litho1@ymail.com



■ از کجا شروع کنیم؟

دکتر امیر اخلاصی در کتاب اصول برندسازی خود می‌گوید: «برای ایجاد برند، ۸ ابزار در اختیار مدیران بازاریابی قرار دارد تا از طریق آن با مشتریان ارتباط برقرار کرده و یک برند قوی در بازار بسازند. آن‌ها عبارتند از: تبلیغات، روابط عمومی، پیشبرد فروش، بازاریابی مستقیم، فروش شخصی، بسته‌بندی، رویدادها و اسپانسرینگ، خدمات مشتری». به طور کلی برندینگ، فرآیندی است که در طی آن به جایگاه احساسی و عاطفی یک محصول یا خدمت افزوده می‌شود. بدینوسیله ارزش آن برای مشتریان و سایر ذی‌نفعان افزایش می‌یابد. به عقیده فعالان حرفه‌ای تبلیغات و برندسازی یا برندینگ: «برندسازی یا برندینگ حاصل پیام‌ها و گزارش‌های رسانه‌هاست. هر قدر تعداد این پیام‌ها بیشتر و محتوای آن‌ها مطلوب‌تر باشد، نام تجاری قوی‌تر خواهد شد.» (آل‌ریس، لورا ریس، سقوط تبلیغات و ظهور روابط عمومی). برندینگ دانشی است که با برتری دادن به یک برند (Brand) باعث افزایش اعتبار و شهرت آن برند در بازار رقابت می‌شود، اعتبار و شهرت یک برند به طور مستقیم می‌تواند منجر به فروش بیشتر و قیمت گران‌تر محصولات و خدمات شود، به زبان دیگر برندسازی روش هوشمندانه تجارت و تولید ثروت است.

■ برندسازی: ابزاری است برای برتری

برندینگ چیزی بیش از ایجاد یک نام یا لوگوی خاص و زیبا برای یک محصول یا خدمت است، برندسازی مسیری است که به واسطه آن مشتریان، محصولات و خدمات یک شرکت را درک و تجربه می‌کنند. برندینگ چیزی بسیار فراتر از داشتن یک لوگو است! برندسازی ایجاد تمایزی منحصر به فرد است که برای مشتریان، کارکنان و مدیران سازمان اهمیت زیادی دارد. داشتن یک برند قدرتمند سبب می‌شود هزینه‌های یک شرکت به واسطه جلوگیری از سرمایه‌گذاری‌های نامناسب و بی‌هدف به طور کاملاً محسوسی کاهش پیدا کنند. سودآوری به واسطه جذب مشتریانی وفادار به طور چشمگیری افزایش پیدا می‌کند و از همه مهم‌تر برند یک شرکت تبدیل به دارایی ناملموس برای سازمان می‌شود که ارزش آن می‌تواند بیش از مجموع ارزش تمامی دارایی‌های فیزیکی آن سازمان باشد.

برندینگ (Branding) گام چندم...؟

هر کسی اسمی دارد و هر اسمی یک شخصیت شناخته شده برای آشنایان. این همان هویت و شخصیتی است که اصطلاحاً آن را برند و برندینگ، می‌نامیم. برندینگ، طراحی لوگو و انتخاب فونت سازمانی هست اما «نیست!» هست، چون بدون لوگو نشانه‌ای ندارید تا آن را بشناسانید. نیست چون همه ماجرا که این نیست. این معنای برندینگ به زبان ساده است. قرار است شما «ذهنیت» مردم را نسبت به برند لوگو یا نشانه تجاری‌تان حساس کنید و خاص شوید. برندسازی ایجاد تمایز یا دیگران برای منحصر به فرد شدن است. منحصر به فرد بودن برای مشتریان. بنا بر همین حساسیت ذهنی است که رفتار مشتریان به سمت شما گرایش پیدا می‌کند و سراغ برندهای دیگر نمی‌روند، یا دست کم شما را ترجیح می‌دهند. در تمام این مسیر، همه ابزارها و ایمان‌های بصری برندتان از لوگو و فونت بگیرد تا مدل طرح کارت ویزیت و بروشورتان، نیز رفتار و سلوک تجاری‌تان، فقط یک ابزار برای برندینگ هستند و نه کل آن.

از دلایل مهم برندسازی در نزد سازمان‌ها، تمایل به رهبر بودن، پیشی گرفتن در صحنه رقابت و دسترسی کارمندان به بهترین امکانات به منظور دستیابی به «مشتریان کم هزینه‌تر» است (منظور از مشتریان کم‌هزینه‌تر این است که در صورتی که مشتری با برند سازمان آشنا باشد و احساس مناسبی نسبت به آن داشته باشد، سازمان هزینه تبلیغات، زمان و... کمتری برای تبدیل وی به یک مشتری بالقوه یا وفادار متحمل خواهد شد).

■ ضرورت برندسازی

ضرورت داشتن برند از این روست که با توجه به حرکت جوامع مصرفی به سمت مدرگرایی، در اختیار داشتن برند (Brand) یا نام‌های تجاری معتبر یکی از راهکارهای ایجاد تمایز و شخصیت به شمار می‌رود. اهمیت برند برای مشتری به واسطه دانش مشتری از برند ایجاد می‌شود، که به واسطه تعدادی از عوامل ناشی می‌شود، اما شاید دو مورد زیر مهم‌ترین آن‌ها باشند: عمق برند: اولویت ذهنی مشتری در انتخاب برند در میان سایر برندهای مشابه، به طور مثال بسیار از افراد پس از شنیدن کلمه نوشابه در ذهنشان بلافاصله Coca Cola تداعی می‌شود. گستردگی برند: هرچه رابطه مشتری با برند پیچیده‌تر باشد یا به عبارتی به واسطه تنوع تعاملات، برند در ذهن بیشتر باشد، فرصت ایجاد وفاداری بلندمدت بیشتر است. همانند شرکت‌هایی چون Google Amazon.

■ انواع برندسازی

تاکنون دسته‌بندی‌های مختلفی از انواع برندسازی توسط اساتید این حوزه ارائه شده است. تعاریف و انواع مختصر بخش مهم آن چنین است. برندسازی مشارکتی یا Co-Branding: مشارکت با برندی دیگر جهت دست‌یابی به هدف. برندسازی دیجیتال: وب‌سایت، رسانه‌های اجتماعی، بهینه‌سازی موتور جستجو، استفاده از وب برای تجارت. برندسازی شخصی یا Personal Branding: روش هر فرد برای ایجاد اعتبار و شهرت برای خودش. برندسازی علمی: همسوسازی برند با یک نیت خیرخواهانه، مسئولیت اجتماعی شرکت. برندسازی کشوری: تلاش برای جذب توریست و کسب و کار. برندسازی شامل مباحث و مفاهیم مختلفی چون جایگاه یابی و جایگاه‌سازی برند (Brand Positioning)، نامگذاری برند، انتخاب رنگ برند و طراحی شخصیت بصری برند (لوگو، آرم و...)، توسعه برند، ارزش برند و... است.

چاپ کلاوت رمزدار و لیبل های قرعه کشی

مرکز تخصصی

۱۴ سال سابقه

چاپ سریال

چاپ کد متغیر

حروف، اعداد (انگلیسی و فارسی)

چاپ بارکد میله ای و QR

چاپ پوشش اسکرچ

شماره سریال: (Serial No.) 10000035

کد قرعه‌کشی: (Pin Code) 678090

06940933

افرانگ

AFRANG Print Media

www.afrangco.com

۳۳۹۰۴۹۶۰ – ۳۳۹۰۴۹۰۷

آدرس دفتر و چاپخانه: میدان بهارستان، خیابان صفی‌علیشاه، کوچه تکاپو

پلاک ۳، ساختمان افرانگ

تولید تخصصی انواع سر رسید

چاپ و صحیفه‌نگار

HEIDELBERG

✓ چاپ دورنگ ۲ ورقی ZP (زیر و رو زن)

✓ صحافی ماشینی اتومات چسب گرم

✓ مفتول، گالینگور، جلد سخت، پانچ و فنر

خیابان دماوند، خیابان رحیمی،

پلاک ۱۷

تلفن: ۷۷ ۳۵ ۷۵ ۷۴





به مدت محدود



لمینیتور حرفه ای و سلفون کش حرارتی اتوماتیک



برندینگ، اصول و اهمیت نامگذاری

سپند صبور

انتخاب نام برند یا نامگذاری برند یکی از مهم‌ترین مراحل در طراحی هویت یک برند است، چرا که اغلب، در میان عناصر اصلی برندینگ و جایگاه‌سازی (Positioning) نقش اصلی را بازی می‌کند و تداعی ذهنی قدرتمندی را در زمینه محصول یا خدمات به صورت فشرده، مختصر و مفید ارایه می‌دهد.



اصولا نام‌ها جزو مؤثرترین ابزارهای ارتباط با مخاطبان به شمار می‌آیند. آگهی‌های تبلیغاتی معمولاً حداکثر به مدت پنجاه ثانیه نمایش داده می‌شوند، در حالیکه مشتریان به سادگی تنها در مدت چند ثانیه نام و مفهوم آن را برند را در ذهن خود حک می‌کنند یا آن را به حافظه خود می‌سپارند.

از سویی فرآیند انتخاب نام یا نامگذاری برند بر اساس اندیشه و دستاوردهای تحقیقات بازار با هدف تاثیرگذاری بر مشتریان هدف انتخاب می‌شود. نامگذاری برند، قسمت حیاتی فرآیند مدیریت برند است. مواردی از قبیل جایگاه‌یابی، طرح و نشان، بسته‌بندی و سایر ویژگی‌های سازمانی را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

از آنجا که نام برند در ذهن مصرف‌کنندگان وابستگی بسیار زیادی با نوع محصولات یا خدمات دارد، تغییر نام برند برای بازاریابان بسیار دشوار است. به همین دلیل، قبل از نامگذاری برند، باید نام برند مورد مطالعه و بررسی عمیق قرار گیرد. امروزه، دیگر زمان آن نیست که مانند کارخانه‌های سوهان قم نام برند محصولات خود را بر اساس نام خانوادگی یا پدران و برادران تعیین کنیم.

در دنیای سوهان می‌توانیم صدها نمونه از نامگذاری‌های غیر اصولی یک محصول یا برند را شاهد باشیم، نام‌هایی که شاید هیچ‌وقت توانایی برند شدن را هم نداشته باشند!

انتخاب نام مناسب برای یک برند تا چه حد دشوار است؟
به اعتقاد Ira Bachrach، یکی از شناخته

شده‌ترین مشاوران حوزه بازاریابی و مدیر شرکت مشاوره‌ای Name Lab، اگرچه بیش از ۱۴۰ هزار واژه در زبان انگلیسی وجود دارد، اما هر فرد آمریکایی به طور متوسط تنها با بیست هزار کلمه آشناست. به همین دلیل، شرکت مشاوره برندسازی Name Lab با انتخاب نام‌ها از میان هفت هزار واژه پر کاربرد در بیشتر برنامه‌های تلویزیونی و آگهی‌های تبلیغاتی، تلاش می‌کند تا از انتخاب نام‌های نامناسب برای برندها بپرهیزد. اگرچه ممکن است به نظر برسد که ترکیب هفت هزار واژه، گزینه‌های بسیار زیادی را پیش روی فرد قرار می‌دهد، اما از آنجا که همه ساله ده‌ها هزار برند جدید ثبت می‌شوند و به عنوان علائم تجاری مورد پشتیبانی‌های قانونی قرار می‌گیرند، انتخاب نام‌های مناسب، روز به روز دشوارتر می‌شود. به همین دلیل، انتخاب نام رضایت بخش برای یک محصول جدید می‌تواند فرآیندی دشوار و آزاردهنده باشد. بسیاری از مدیران پس از آگاهی از این نکته که نام‌های تجاری مورد نظر آن‌ها قبلاً ثبت شده‌اند و به لحاظ حقوقی غیر قابل استفاده هستند، احساس می‌کنند؛ تمامی گزینه‌ها مناسب، قبلاً انتخاب شده‌اند؟

دشواری نامگذاری برند، شگفت‌انگیز نیست. شاید هر پدر و مادری درک کند که تا حد انتخاب نام برای فرزند دشوار است و همه ساله هزاران نوزاد روزهای متمادی بدون نام به سر می‌برند، زیرا والدین آن‌ها نتوانسته‌اند در مورد نام مناسب تصمیم بگیرند یا به توافق برسند.

به ندرت پیش می‌آید که انتخاب نام برای یک محصول به سادگی انتخاب برند «Taurus» برای اتومبیل‌های Ford باشد. Taurus، کد مورد



Pioneer 5000

- حداکثر سرعت لمینیتور: ۴۰ متر در دقیقه
- سرعت تغذیه: ۶۰۰۰ برگ در ساعت
- حداکثر ابعاد کاغذ: ۵۰۰ میلیمتر در ۷۰۰ میلیمتر
- ضخامت کاغذ از: ۱۲۰ تا ۴۰۰ گرم
- نوع فیلم: پولینکس حرارتی (OPP) از ۲۵ تا ۴۰ میکرون
- ابعاد دستگاه: ۱۳۴۰×۳۰۰۰×۱۳۰۰ میلیمتر
- ابعاد استاکر: ۱۳۴۰×۹۵۰×۱۰۵۰ میلیمتر (Optional)



Excelam Plus - 1080

- عرض مفید: ۱۰۸۰ میلیمتر
- سرعت: ۳ متر در دقیقه
- حرارت: صفر تا ۱۵۰ درجه سانتیگراد
- سیستم حرارتی: رول های حرارتی اینفرارد
- ضخامت فیلم: از ۳۲ تا ۲۵۰ میکرون
- گراماژ کاغذ: از ۸۰ تا ۳۵۰ گرم
- حداکثر ضخامت شاسی: ۵ میلیمتر
- سیستم خنک کننده: فن دمنده
- توان مصرفی: ۲۴۰۰ وات
- برق مورد نیاز: ۲۲۰ تا ۲۴۰ ولت، ۵۰ تا ۶۰ هرتز
- ابعاد: (طول × عرض × ارتفاع)
- ۲۸۵×۴۵۰×۱۲۸۵ میلیمتر
- وزن: ۱۲۸ کیلوگرم



GSS YOUR INNOVATION PARTNER
جی اس اس

تهران، شهرک غرب، خیابان حسن سیف، کوچه ۲۴، پلاک ۵ صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۱۷۵۸
تلفن: ۴۲۸۲۵۰۰۰ | فکس: ۸۸۰۸۲۰۴۰ | yourinnovationpartner.com



110AX

www.110AX.com



دستگاه های لمینت
طولی



دستگاه های چسب گرم
صنعتی و رومیزی



دستگاه های برش
برقی و دستی



دستگاه های کاتر پلاتر



دستگاه های لمینت
پرس کارت (رایسون و AX)



دستگاه های لمینت
و سلفون کشی اتوماتیک



دستگاه های اسکاس شمار AX



دستگاه های صحافی دوکاره،
دوئل، مارپیچ و پلاستیک



دستگاه های کاغذ خرد کن
(البرز و AX)



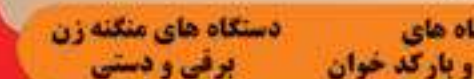
دستگاه های منگنه زن
برقی و دستی



دستگاه های
فیش پرینتر و بارکد خوان



دستگاه های گوشه
گرد کن دستی و برقی



دستگاه های پر فرار و خط نا
دستی و برقی



لوازم مصرفی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ایرانشهر جنوبی، شماره ۹، واحد ۳ تلفن: ۸۸۸۳۳۳۱۱ و ۵-۸۸۳۲۷۹۶۴ دورنگار: ۸۸۸۴۵۵۱۱
لطفاً برای مشاهده لیست کامل محصولات از سایت ما دیدن فرمایید.

www.110AX.com



بررسی سبک های مختلف تبلیغات در جهان

(بخش اول)

■ گردآوردگان: حسین معمارنژاد
- حمید بوستانی - هاشم سهیلی -
حمید تجاران

تبلیغات از نظر لغوی به معنای رساندن یک پیام از شخصی به شخصی دیگر است. واژه «تبلیغ» هم عبارت است از فرآیند القا وجود یک موضوع با ویژگی های معین. به نظر کاتلر نیز، تبلیغات از نظر تکنیکی عبارت است از هر نوع معرفی غیر شخصی، ترویج ایده ها و کالاها و خدمات در مقابل پول که یک فرد و موسسه مشخصی آن را انجام دهد. اما شیوه های تبلیغات در کشورهای مختلف متفاوت است. سبک تبلیغات در کشورها نشان دهنده ارزش های فرهنگی در آن کشورها است. اما اصالت ارزش ها بیشتر از قدرت سبک ها است.

تبلیغات بیان فرهنگ ها، شعارها، استعارات و دیگر مواردی است که به نوبه خود بر ارزش های فرهنگی جوامع می افزایند. به عنوان مثال، تبلیغات آمریکایی نشأت گرفته از مبالغه و مثبت گرایی است، در حالیکه تبلیغات به روش انگلیسی بیشتر بر پایه طنز یا همین تبلیغات در شیوه فرانسوی بر مبنای رومانتیک و یا بر پایه فنی و علمی آلمانی بنا نهاده شده است.

همچنین در تبلیغات ایتالیایی و اسپانیایی روحیه اصالت جامعه بیشتر به چشم می خورد و خانواده از ارزش بالایی برخوردار است. در تبلیغات هلندی زنان نقش بسیار مهمی دارند و سبک عمومی تبلیغات، سرگرم کنندگی است. در ژاپن هم توجه به مراسم و همچنین گرایش به جنس مذکر از صفات متمایز کننده است. در چین شاهد گسترش صنعت تبلیغات هستیم ولی ارزش های کنفوسیوسی هنوز قوی و پابدارند.

همانطور که گفته شد، روش ها یا سبک های تبلیغاتی در هر کشور نشان دهنده فرهنگ رایج و حاکم بر آن کشور است برای شناخت فرهنگ بومی هر کشور، باید عوامل اثرگذار بر رفتارهای اجتماعی را مطالعه کرد. عوامل اثرگذار بر رفتارهای اجتماعی عیناً می توانند بر سبک ها و روش های تبلیغاتی نیز موثر باشند. یک طرح تبلیغاتی مطبوعاتی، یک تیزر یا یک پوستر، توسط افراد حرفه ای تهیه می شود و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، در زمینه های بازاریابی و تبلیغات، معمولاً نقشی در آن ندارند. متخصصان و تحصیل کرده های تبلیغات، نوعاً سعی دارند در هر کار تبلیغاتی، عناصری مانند هدف، کالا، مشتری، پیام، جاذبه، روش و... را به دقت شناسایی و تفکیک کنند. اما حرفه ای ها به این گونه عمل نمی کنند.

■ سبک تبلیغات آمریکایی

در سبک تبلیغات آمریکایی، حمایت از فرهنگ رایج و جاری در آن کشور، به وضوح مشاهده می شود. شیوه برخورد با مخاطب، مستقیم، بی واسطه و بی پروا است.



مقایسه بین دو کالا و توصیه یکی نسبت به دیگری بسیار معمول است (مشروط بر آنکه متکی بر حقایق و مشخصات فنی برتر کالای مورد توصیه باشد). روش توصیه و مقایسه مستقیم دو کالا که در تبلیغات آمریکایی وجود دارد؛ در بهره گیری می شود.

هیچ فرهنگ و کشور دیگری یافت نمی‌شود. دو مارک تجاری رقیب (برند) به وضوح در کنار هم قرار می‌گیرند و یکی از آن‌ها با علامت (X) مردود اعلام می‌شود. بحثی که وجود دارد در رد واقع، راه فرار از اتهام ناقص شمرن یا ضربه زدن به رقیب این است که برجس‌ها بر اساس اطلاعات مندرج روی بسته‌بندی مارک‌های مردود شده، ویژگی‌ها و صفات کالای مظروف یا محتوی خود را اعلام نمی‌کنند و به این علت کنار گذارده می‌شوند. گاهی اوقات نیز مقایسه، غیر مستقیم صورت می‌گیرد یعنی دو کالای رقیب با کالای سومی که عموماً مورد قبول است یا رهبر بازار است مقایسه و رد یا قبول می‌شود.

■ سبک تبلیغات انگلیسی

سبک تبلیغات انگلیسی نشان دهنده یک جامعه فوق‌العاده فردگرا است. آگهی‌های تبلیغاتی معمولاً بر فرد یا یک زن و شوهر متمرکز می‌کنند و کمتر موردی می‌توان یافت که تمرکز بر گروهی از افراد باشد. در این جامعه نیز مانند آمریکا گروهی و قدرت مرد و جنس مذکر مورد تأکید است. پیام بسیاری از آگهی‌ها این است که اگر شما این کالا را بخردید، نسبت به دیگران متمایز و برجسته‌تر می‌شوید. در بسیاری از آگهی‌های تبلیغاتی این خطاب که «هرچه دوست داری بکن» یا «به وجود خود اهمیت بده» وجود دارد. مردان محور و هدف بسیاری از آگهی‌ها هستند، اگر نشان دهنده فرهنگ فاصله بین دو نسل است. قدرت این فاصله به حدی است که جوانان را دارای نیرویی برابر و حتی بیشتر از بزرگسالان می‌داند. به موجب این فرهنگ، یک دختر جوان به مادرش یاد می‌دهد که کدام ماده شوینده بهتر از دیگری است و بهترین نتیجه را می‌دهد. جوانان مستقل هستند.

بریتانیا تنها کشور اروپایی است که در تبلیغات آن فاصله طبقاتی شناخته می‌شود. بعضی از آگهی‌های تبلیغاتی به‌طور صریح برای طبقات ضعیف یا کم درآمد ساخته می‌شود. برای افراد این طبقه، کالاهایی که سخت فروش باشند، تبلیغ نمی‌شود. در بعضی از این آگهی‌ها، صراحتاً به مخاطب گفته می‌شود که فلان کالا چقدر گران است و نهانیتا توجیه می‌شود که این کالا حاوی بالابرن

مشخصات فنی و استانداردهاست. این آگهی‌ها معمولاً فاقد زیبایی و جاذبه‌های ظاهری هستند، در سطح وسیع و عمومی منتشر نمی‌شوند بلکه به طور مستقیم برای افراد طبقه مرفه و اعیان و ثروتمندان ارسال می‌شوند و یا در رسانه‌های ویژه آنان انتشار می‌یابند. قدرت خرید، بالای طبقه ثروتمندان انگلیس، بهترین عامل تقسیم بازار و ایجادکننده ذهنیت و شهرت برای بسیاری از کالاها است.

ثروتمندان انگلیس به عنوان گروه مرجع، دارای انکارناپذیری بر رفتار مصرف‌کنندگان معمولی هستند. مصرف‌کنندگانی که با یکدیگر در رقابت هستند و خوشش و تقاضای آنان برای اثبات اولویت و اهمیت وجودشان و محرک و انگیزه‌جویی برای خرید است.



اثر گذاری بر رفتار و انتخاب جنس مذکر و تسلط
بر او استفاده می‌شود. شوخ طبعی، بذله‌گویی و
استفاده از اشعار فکاهی نیز به دلیل رایج است. اول
به منظور ارسال پیام‌های مهم برای مخاطبانی که
اساساً با قدرت و نیروهای حاکم بر جامعه مخالفند
و دوم برای آن دسته از مخاطبانی که معمولاً
برای اربابان از مشکلات و فشارهای جامعه، کمتر
احساسات خود را نشان می‌دهند.

خونسردی سنتی انگلیسی و بی تفاوتی ظاهری آنان، کار را بر هر مجری تبلیغاتی دشوار می‌سازد. به این ترتیب برای اثرگذاری بر احساسات و روان خشک و بی‌روح انگلیسی استفاده از شعر و بذله‌گویی و استعارات فکاهی بسیار ضروری و مهم است.

در تبلیغات انگلیسی از تاکید، استشهاده، استفاده از افراد مرجع، معرفی کننددها و توجیه کننده‌ها استفاده می‌شود و عموماً پیام‌ها به صورت موکد و مثبت است مانند «ما پیشنهاد می‌کنیم»، «ما



می خواهیم»، «شما می خواهید»
و این پیام‌ها به طور مستقیم به
مصرف کننده خطاب و القا می شود.
معرفی کننده‌ها و توصیه کننده
معمولاً اشخاص مشهوری
هستند که جامعه با آنان
آشنایی دارد. تمرکز
اصلی هر پیام بر این
است که کالای مورد
نظر چه فایده‌ای برای
مصرف کننده دارد و این
مطلب که این کالا چگونه کار می کند،
کمتر مورد توجه است. معمولاً سبک
«پرشنی از زندگی» مورد بهره‌برداری
قرار می گیرد و از مردم عادل در
تصاویر استفاده می شود.

امریکایی‌ها و انگلیسی‌ها در بسیاری از موارد فر هنگی یا یکدیگر اشتراک دارند. اما تبلیغات آنان با یکدیگر متفاوت است. روش تبلیغاتی انگلیسی‌ها، زیر کافت، ماهرانه‌تر و دقیق‌تر است. اگر چه مفاهیم به طور صریح و بی‌پرده گفته می‌شوند. گاهی اوقات نیز مفاهیم با طعنه، شوخی، سرگرمی، تقلید، بازی با الفاظ، معما و استفاده از لغات مشابه و جاس‌های لفظی بیان می‌شوند. در بعضی از فیلم‌های تبلیغاتی استفاده از تلويزيون انگليسي نیز حروف و کلمات به گونه‌ای نوشته می‌شوند که زندگی واقعی را مورد شوخی و تمسخر قرار می‌دهند.

■ سبک تبلغات آلمانی

سبک تبلیغات آلمانی، صریح، بدون ابهام و تا نایک
برای به نیاز به سازندگی و تولید ارزش است. در این سبک
همه چیز قاطع و شفاف بیان می‌شود و جلوگیری از
عدم قطعیت به مدیر است امکان می‌دهد بدون ابهام
تصمیم بگیرد. آمار و اطلاعات و حقایق بسیار توجه
می‌شود و پادمان به متکی بر آمار واقعی است. روش
آموزش دادن به مصرف‌کننده، استفاده از تایید و
استشهاد افراد خبره و متخصص و نشان دادن طرز کار
دستگاه‌ها و کالاها به مخاطبان، هم چنین گزارشات



ادامه دارد...

منابع:

۱- نشریه دانش تبلیغات، شماره ۹، بررسی
سبک‌های مختلف تبلیغات در جهان، دکتر محمد
لوریان تهرانی
۲- وبلاگ ravabetomumi.blogspot.com

 Ramin
Digital Lithography

عضو رسمی انجمن واردکنندگان
ماشین آلات صنعت چاپ و بسته بندی
IPMA

تعمایندہ انحصاری شرکت

ZM-SERVICE



مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی پلیتسترهای کرئو، هایدلبرگ و کداک

تعميرات و تعويض ليزر هـد ٢٠ وات ، ٤٠ وات ، ٥٠ وات

با کادر مهندسی دوره دیده و مجرب

خیابان انقلاب، خیابان فتح رازی، خیابان زاندار می، پلاک ۸۲، تلفن: ۶۶۴۰۳۱۱۱

www.raminlitho.com info@raminlitho.com

مرکز تولید و پخش
متنوع ترین قاب های نفیس سنگی،
چوبی، مسی و...



 ۰۹۱۲ - ۲۷ ۹۹ ۵۵۶
  poyanaghsh
  pooyanaghsh

دفتر مرکزی: تهران ۰۲۱-۷۷۰۳۰۲۳۰

شعبه ۱: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۱۶ ۷۷۶۱۷۶۱۸-۲۱.

شعبه ۲: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۲۰ ۷۷۶۱۷۶۱۷-۲۱.

شعبه ۳: تهران، خیابان طالقانی، بعد از خیابان ولیعصر، نبش کوچه بندرانزلی، شماره ۳۵۹ ۷۷۶۸۶۳۴۱-۲۱.

اولین مجتمه چاپ عریض روی سنگ در ایران

قاب نفس دیواری



لوح تقدیر

لوح رومیزی



پایہ مخفی





۶ قانون ابدی لاکچری مارکتینگ موفق

اغلب مدیران برندهای لوکس به این نتیجه رسیده‌اند که تجربه مشتری در لاکچری مارکتینگ (Luxury Mar- (keting) یک فاکتور اساسی است. اما اغلب دانسته‌های ما در زمینه خلق تجربه مشتری، برخاسته از برندهای تولید انبوه است. اما برندهای لاکچری مقوله‌ای کاملاً متفاوت هستند و به روش‌های ویژه خود برای مدیریت و بازاریابی برند نیاز دارند. بنا به تحقیقات بازار گسترده‌ای که صورت پذیرفته است، ۶ موضوع زیر سرفصل‌های مهمی هستند که برندهای لوکس باید با تمرکز روی آن‌ها تجربه مشتری را طراحی و ایجاد کنند.



■ تمرکز روی باورها

برندهای لاکچری باید به جای اتکا بر ارزش‌های برند، به تمرکز بر روی باورها بپردازند. باورهای شخصی هر فرد برای او از ارزش برند ما، با ارزش‌تر و مهم‌تر است. درضمن هر فرد باورهای مختلفی دارد و افراد را می‌توان بر اساس باورهایشان تفکیک نمود. برندهای لاکچری نباید به اجرای کمپین‌های بازاریابی عمومی بپردازند و تمام افراد جامعه را مخاطب قرار دهند. در لاکچری مارکتینگ بر روی مشتریانی تمرکز می‌شود که باورهایشان با باورهای برند هم‌راستا است. کمپانی فراری (Ferrari) را می‌توان یک نمونه خوب از این مورد در نظر گرفت، این شرکت به رانندگی بالا (High Performance) اعتقاد دارد و به ندرت مشاهده می‌شود که شرکت فراری در رسانه‌های گروهی مانند تلویزیون و... اقدام به تبلیغات کند اما بودجه قابل توجهی را صرف تبلیغات در مسابقات فرمول یک می‌کند. شرکت فراری برای بر روی تبلیغاتی تمرکز می‌کند که با باورش یعنی عملکرد بالا مرتبط باشد و سعی می‌کند با برنامه‌های تبلیغاتی‌اش این باور را در ذهن مصرف‌کننده تقویت کند.

■ فراتر از لوگو

زمانی که مشتریان به یک برند لاکچری فکر می‌کنند، آن‌ها دوست دارند به تمام المان‌های بصری آن برند فکر کنند نه فقط به یک لوگو. المان‌های بصری یک برند می‌تواند شامل مواردی مانند مونوگرام‌ها (به ترکیب دو یا چندین حرف یا نماد به منظور ایجاد یک نماد یکپارچه Monogram گفته می‌شود)، نمادهای برند، لوگو، رنگ برند، الگوها، تصاویر و حتی مفاهیم باشد.

یکی از موارد مثال عالی برای این مورد برند شنل (CHANEL) است. زمانی که به این برند فکر می‌کنید به رنگ‌های سیاه و سفید، به گل کاملیا، عدد ۵۵، مروارید و شاید به لباس‌های کوتاه مشکی فکر کنید. برندهای لوکس باید به طور کامل فعال نمادهای خود را انتخاب کنند و با تکرار آن‌ها را در ذهن مخاطب تصویرسازی نمایند.

■ تشریفات خاص برای مشتریان

برندهای لاکچری صرفاً به پیشنهاد فروش محصول اکتفا نمی‌کنند. این برندها باید با فراتر از فروش محصول گذاشته و به مشتری خدمت یا تشریفات منحصر به فردی ارائه دهند. این منحصر به فرد بودن می‌تواند استفاده از فروشنده‌های حرفه‌ای و خدمات پس از فروش خوب باشد اما اگر واقعا می‌خواهید یک برند لاکچری خلق کنید باید یک تشریفات ویژه طراحی کنید تا مشتریان بتوانند این تشریفات خاص را تجربه کنند.

برند عطر LE Labo توانسته به طور ماهرانه‌ای این تشریفات را خلق نماید. آن‌ها با استفاده از این شعار که با گذشت زمان، کیفیت رایحه عطرهای تولید شده کم می‌شود توانسته‌اند تجربه شخصی خاصی را خلق کنند. تمام عطرهای LE Labo در هنگام خرید و در پیش‌روی مشتری به صورتی دستی و بر اساس سلیقه مشتری با هم مخلوط می‌شوند، سپس تاریخ ساخت روی شیشه عطر حک می‌شود و نام مشتری نیز بر روی برجسب روی شیشه پرینت می‌شود. بعد از اینکه مشتری عطر را به خانه آورد باید به مدت یک هفته آن را در یخچال قرار دهد تا فرایند تولید آن تکمیل شود. با استفاده از این تشریفات، خریدن یک عطر LE Labo بیش از آن که خریدن یک محصول باشد، یک تجربه شخصی عالی است.

■ فروشگاه قلعه امپراطوری شماس

برندهای لاکچری باید تمرکز بسیار ویژه‌ای به روش فروش و نوآوری‌های زمان فروش داشته باشند. شاید در گذشته یک فروشگاه می‌توانست با تعدادی آجر با شمایل قدیمی خود را فروشگاه لاکچری معرفی نماید اما امروزه اصل لاکچری مارکتینگ بیان می‌کند که باید اقدام به طراحی فضاهایی با کاربرد چندگانه و کنترل شده کرد به گونه‌ای که باورهای برند ما نیز از طریق این فضاها به مشتری انتقال یابد و مشتری بتواند در این فضاها یک تجربه شخصی جذاب کسب کند. BMW WORLD در شهر مونیخ آلمان یک مثال عالی برای این موضوع است. این نمایشگاه بسیار بزرگ BMW دارای قابلیت‌های چندگانه از جمله نمایشگاه محصولات جدید، مرکز کنفرانس، موزه BMW و... است. در این ساختمان بزرگ مشتریان می‌توانند برند BMW را تجربه کنند نه فقط اینکه محصولات BMW را بخرند.

■ مشتریان در محدوده خاص

برندهای تولید انبوه با عام معمولاً جامعه مشتریان خود را مشخص کرده و پس از تشخیص نیاز آن‌ها محصول را به سوی جوامع هدف سوق می‌دهند تا مشتریان آن محصول را برای رفع نیازهایشان تهیه کنند. اما در لاکچری مارکتینگ با بازاریابی برندهای لوکس قضیه به شکل دیگری است، برندهای لاکچری باید جاذبه‌ای داشته باشند تا مشتری را به سمت خود بکشانند. یکی از این جاذبه‌ها می‌تواند این باشد که مشتری با تهیه این محصول وارد یک جامعه خاص و انحصاری مصرف‌کنندگان این محصول می‌شود. ممکن است مشتریان زیادی بخواهند وارد این جامعه شوند اما در نهایت مشتریانی که دارای عقاید همسو با عقاید برند هستند می‌توانند به این جامعه بپیوندند. در حقیقت مشتریان برندهای لاکچری خود یک جامعه کوچک اما انحصاری و خاص را تشکیل می‌دهند. به عنوان مثال شما برای تهیه یک گوشی iPhone Gold فقط کافیت تا قیمت آن را بپردازید. اما برای خریدن یکی از کیف‌های Hermes باید مدت زیادی با این برند در تعامل باشید و پیوند صمیمی برقرار کنید تا شانس خریدن یکی از کیف‌های تولید شده هرمس را پیدا کنید. برخلاف بی‌توجهی به مشتریان، روش ذکر شده در لاکچری مارکتینگ، به مشتری احساس تعلق به گروهی خاص را می‌دهد و باعث وفادار شدن مشتریان می‌شود و آن‌ها به خاطر عضویت در این گروه خاص از مزایایی برخوردار خواهند شد.

■ اسطوره‌سازی

خلق اسطوره یکی دیگر از موارد حائز اهمیت در لاکچری مارکتینگ است. برندهای عام معمولاً خود را با رقبا مقایسه می‌کنند و مزایای محصول‌شان را نسبت به محصول رقیب بیان می‌کنند، این در حالی است که برندهای لاکچری نباید وارد چنین فضایی شوند. برندهای لاکچری باید بتوانند داستان‌های افسانه‌ای برای مشتریان خلق کنند و به اسطوره داستان‌هایشان تبدیل شوند.

یکی از مثال‌های خوب این اصل لاکچری مارکتینگ شرکت خودروسازی رولز رویس (Rolls Royce) است. این شرکت تعداد محدودی از مشتریان خود را به کارخانه‌های خود دعوت کرد تا شخصا مراحل تولید ذکر شده را ببینند و تجربه کنند. اسطوره‌های برندهای لوکس باید به صورت غیرمستقیم به دیگران منتقل شوند و باید در تمام قسمت‌های کسب و کار از جمله محصولات، فروشگاه‌ها و بازاریابی دیده شوند. برندهای لاکچری معمولاً از طریق ادغام کردن داستان‌های رازگونه با ارتباط با هنر اسطوره‌ای برای خود خلق و آن را به برند مرتبط می‌کنند.

با بیست سال سابقه درخشان



Shigh-Pack®

شای پک

بازرگانی کیهان

وارد کننده ملزومات چاپ، کارتن سازی، جعبه سازی و قالبسازی



دستگاه برش لیزر



چاپ فلکسو ۲، ۳ و ۴ رنگ



لمینت کارتن (دستی، اتومات، نیمه اتومات)



دایکات فکی و طلاکوب در ابعاد مختلف



دایکات نیمه اتوماتیک و اتوماتیک



خط کش و برش ورق کارتن



سلفون کش حرارتی (واتر بیس)



جعبه چسبانی



دوخت کارتن (اتومات، نیمه اتومات، پدالی)

آدرس: تهران، سعدی شمالی، جنب بیمارستان امیر اعلم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷
تلفن: ۹۵ ۶۶ ۷۱ - ۸۸ ۶۴ ۷۲ - ۲۰ ۷۸ ۷۵ ۶۶ - ۳۷ ۰۷ ۷۵ ۶۶

ابوالحسنی ۰۹۱۲۳۵۸۰۰۸۶

www.shigh-pack.com

shighpack@yahoo.com



پنج کلید طلایی کمپین‌های تبلیغاتی موفق

در ادامه ۵ کلید طلایی برای ایجاد یک کمپین تبلیغاتی موفق ذکر شده که در اغلب زمینه‌ها قابل استفاده است.

چه چیزی یک تبلیغات خوب را ایجاد می‌کند؟ علیرغم صرف زمان و مبالغ بسیار، هنوز هیچ پاسخ ساده و دقیقی برای این پرسش قدیمی پیدا نشده، اما طبق بررسی‌های صورت گرفته ۵ عنصر زیر وجه مشترک بسیاری از کمپین‌های تبلیغاتی موفق هستند.

داشتن یک داستان

تبلیغات موفق همواره با یک داستان همراه است. تبلیغات شما باید بتواند یک داستان قابل درک، جالب و متقاعدکننده برای مخاطبان بیان کند که به وسیله ارتباط با این داستان، مخاطب وارد دنیای برند شما می‌شود. اگر برند شما یک داستان خوب برای همراه کردن مخاطب ندارد، سعی کنید یک داستان ایجاد کنید. یک داستان خوب می‌تواند به سادگی پیام‌های تبلیغاتی و ارزش‌های برند شما را در ذهن مخاطب نهادینه کند.

سادگی

معمولا تبلیغات ساده بسیار ساده‌تر به خاطر سپرده می‌شوند. اگر شما سعی کنید پیام‌های تبلیغاتی پیچیده‌ای را به مخاطب انتقال دهید، مخاطب گیج می‌شود و شاید هیچ‌گاه دقیقاً متوجه ارزش‌های برند شما نشود.

موقعیت مشابه

در تبلیغات خود سعی کنید جامعه مخاطبان خود را به دقت و با تمام جزئیات تصور کنید. با شناخت دقیق جامعه مخاطبان و شناخت دقیق دغدغه‌های آنها سعی کنید در تبلیغاتی که می‌سازید دقیقاً از نقطه نگاه آنها به موضوع نگاه کنید و سعی کنید تمام جزئیات، کارکترها، داستان‌ها و... را به گونه طراحی کنید که مخاطب شما زمانی که تبلیغ شما را مشاهده می‌کند، بتواند تشابهات خودش را با تبلیغات شما تشخیص دهد و چنین جمله‌ای در ذهن او نقش ببندد: «این دقیقاً همان چیزی است که می‌خواستم».

اگر تبلیغات شما تشابه زیادی با اکثریت مشتریان‌تان داشته باشد آنها با برند شما درگیر می‌شوند و به تبلیغات شما توجه ویژه‌ای می‌کنند.

شوخی طبیعی

شاید هیچ چیز نتواند مثل یک شوخی محترمانه در تبلیغات مخاطب شما را درگیر خود کند. البته باید توجه کنید که زمانی که شما می‌خواهید در تبلیغات خود با مخاطب شوخی کنید اولاً باید مخاطب خود را دقیق بشناسید (مخاطبان شما از چه قشر و طبقه اجتماعی هستند؟ رنج سنی آنها چند سال است؟ ترندها و عبارت‌های ویژه جامعه هدف شما کدام‌اند؟)، دوماً حدود را بشناسید تا به رابطه میان شما و مشتریان آسیبی وارد نشود.

برندسازی

برندسازی حلقه گمشده کمپین‌های تبلیغاتی موفق است. بسیاری از اوقات شاهد هستیم که یک کمپین تبلیغاتی جذاب برگزار می‌گردد بعد از مدتی شما می‌توانید تبلیغات را به خاطر بیاورید اما دقیقاً نمی‌دانید که کدام شرکت این تبلیغ را انجام داده بود و این باعث می‌شود تا این شرکت نتواند از تمام مزایای این تبلیغات برخوردار شود. برند شما باید تبلیغات را مال خود کند، اما چگونه؟ در تبلیغات خود سعی کنید از یک کاراکتر ویژه که مختص برند شماست یا یک صدای متمایز یا یک رنگ خاص و... استفاده کنید تا مخاطب هر زمان که تبلیغات شما را به خاطر آورد بتواند تشخیص دهد که این تبلیغ مربوط به برند شماست نه رقبای‌تان!

البته این نکته را باید بدانید که تنها با این ۵ نکته نمی‌توان یک تبلیغ عالی طراحی کرد یا یک تبلیغ به یاد ماندنی! آنچه حرف اول را در تبلیغات می‌زند شناخت صحیح احساسات مخاطب و خلاقیت است. اما ۵ عنصر یاد شده در بالا، وجه مشترک اغلب کمپین‌ها موفق تبلیغاتی بوده‌اند. به روایتی دیگر این ۵ عنصر شرط لازم موفقیت یک کمپین تبلیغاتی هستند نه شرط کافی. در هر حال امیدوارم با به خاطر داشتن این ۵ اصل هنگام طراحی تبلیغات بتوانید نتایج بهتری از کمپین‌های تبلیغاتی خود به دست آورید.



صنایع بسته‌بندی پایتخت

در عرصه رقابت و تجارت مدعی هستیم، بهترینیم



صنایع بسته بندی پایتخت نماینده انحصاری و بزرگترین توزیع کننده دستگاه های تسمه کش روز دنیا در ایران به صورت عمده و جزئی در این عرصه اقدام به عرضه ماشین آلات بسته بندی از جمله کارخانه های پیشرو در این صنعت از قبیل کمپانی های **Transpak** تایوان، **Xpress** چین، **Joinpack** چین، **Xutian** چین و... اقدام به فروش محصولات خود نموده است.



تولید تسمه های بسته بندی (پلی پروپیلین) P.P :

در سایز های استاندارد ۸ - ۱۰ - ۱۲ - ۱۶ میلیمتر .

این شرکت با کادری مجرب در زمینه تعمیرات تخصصی دستگاه های تسمه کش برقی نیمه و تمام اتوماتیک با قطعات فابریکی اعلام آمادگی می نماید .

www.paytakhtpack.com

تلفن فروش و خدمات پس از فروش

۰۲۱-۷۷۲۶۱۴۰۴ - ۷۷۸۱۷۷۰۹

مشاوره تعمیرات ۰۹۱۰۶۶۲۴۰۶۰ - ۰۹۱۲۶۲۱۹۸۸۴

Made in Taiwan

دارای سیستم تنظیم زمان خنک کننده
(Cooling Time)

سلفون کشی اتوماتیک دو کاره چسبی و حرارتی هوورز



TELEPHONE
+98 21 88 53 52 14
+98 21 55 27 00 22

MOBIL
+98 912 127 27 46
+98 912 812 58 34

WEB
www.hoowerzpack.cn
hoowerzpack@gmail.com

SHENG TIAN®
盛田

یک سال گارانتی واقعی



کانال تلگرام
@hoowerzco

نمایندگی انحصاری کارخانه سنگتیان در ایران



ویژگی‌های فنی تولید در راستای اهداف بازاریابی عصبی

(بخش دوم)



■ مهدی رمضان

در قسمت اول این مقاله نگاهی داشتیم به تعریف کلی بازاریابی عصبی و ویژگی‌های آن. در این قسمت اما، ویژگی‌های فنی تولید در راستای اهداف بازاریابی عصبی را با هم مرور می‌کنیم.

زمانی که طراحان محصول یک پاکس برای نگهداری از محصول را طراحی می‌کنند بایستی موارد زیر را تعیین نمایند:

- عمر مورد نیاز محصول
- توان و وزن مورد نظر برای تحمل ابعاد محصول
- روش استفاده مصرف‌کننده از محصول
- بازاریابان شاخص‌هایی را نیز بایست در نظر بگیرند:
- میزان ظرافت در ساخت و تصویری که مصرف‌کننده از این موضوع از محصول اصلی در ذهنش نقش می‌بندد
- رنگ
- جذابیت
- نوآوری

حال، این اطلاعات و نمونه‌های اولیه ساخته شده به عنوان ماکت در دستان یک متخصص صنعت بسته‌بندی وجود دارد. بایستی در نظر بگیریم در پروسه چاپ چه اتفاقاتی رخ می‌دهد تا یک بسته با استانداردها و خواسته‌هایی که در ابتدا مطرح شد تولید گردد.

■ در بخش چاپ

- جنس کاغذ و مقوا: مصرف‌کننده زمانی که بسته را در دست می‌گیرد سلول‌های پوست سیگنال‌هایی را به مغز ارسال می‌کنند و مغز احساس خوش آیند یا ناراحتی می‌کند. جنس‌های عمومی کاغذ مانند کتان، انواع مقواها، گلاسسه و... هر کدام بایستی با محصول تناسب داشته باشد. ذهنیت مشتری از محصولات بالا اینگونه خواهد بود:

- کتان: محصولی محکم، شیک و لاکچری
- مقوا: محصولی ضخیم
- گلاسسه: محصولی ظریف، شیک و جذاب

■ جذابیت چاپ

هر دستگاه با توجه به کتاچه راهنمای خود سرعت استاندارد برای چاپ دارد، مثلاً استاندارد دستگاه می‌گوید در صورتی که اگر چاپ با دستگاه GTO چاپ شود سرعت دستگاه بایستی ۱۰۰ ورق در دقیقه باشد و اگر با دستگاه Speed Master باشد این سرعت ماکزیمم بایستی ۱۵۰ ورق در دقیقه باشد. تنظیم بخش خنک‌کننده، آب و الکل دستگاه نیز

بایستی متناسب با سرعت باشد. این کیفیت توسط ذهن ناخودآگاه درک می‌شود.

■ وزن پوشش در بسته‌بندی

بخش مهمی از موفقیت در این بازاریابی در هنگام تولید بسته‌بندی شکل می‌گیرد. بیش از ۵۰ نوع کاغذ تحریر (مارک - سایز و مواد اولیه) وجود دارد. تجربه نشان می‌دهد در بسته‌بندی کتاب و... کاغذهای تحریر ۳۰۰ گرم با سلفون احساس دوام به مخاطب می‌دهد. کاغذهای ۳۰۰ گرم به بالا این احساس را به مخاطب منتقل می‌کند که این کالا خراب نشدنی است (با اینکه هنوز در مورد آب نفوذ پذیری وجود دارد).

■ ذهنیت مخاطب

شباهت محصول و بسته‌بندی احساس خوش آیندی را به وجود می‌آورد، مثلاً بسته‌بندی چیپس به صورت لوله‌ای یا بسته‌بندی آب با ویژگی سیال بودنش در بسته‌های دارای منحنی انتخاب مناسب تری است. انتخاب انحنای در بخش‌هایی برای بسته‌بندی محصولاتی مانند طلا هم انتخاب مناسبی است.

وقتی از کنار قفسه‌های کالاهای مصرفی رد می‌شویم، بسا بی‌نهایت نام تجاری، محصولات مختلف، و حتی نسخه‌های مختلف از یک محصول مواجه می‌شویم که دربردارنده راهکارهای متفاوتی هستند تا حداقل یکی از آن‌ها خواسته‌ها و نیازهای ما را برآورده سازد. با توجه به این تعداد بی‌نهایت انتخاب در یک بازار، بازاری که در آن بیش از ۸۰ درصد محصولات جدید دیگر تولید نمی‌شوند، عواملی که بیشترین تاثیر را بر تصمیم خرید ما دارند، کدام هستند؟

در دوره‌ای از زمان که کالاها به سرعت از هر چیزی تولید می‌شوند تا نظر مصرف‌کننده را جلب نمایند، این تفاوت بزرگی ایجاد می‌کند و ایجاد یک رابطه عاطفی با آن‌ها می‌تواند موفقیت یک نام تجاری را تعیین نماید. در این متن، بسته‌بندی‌ها ابزار قدرتمندی می‌شوند تا برنده مصرف‌کننده باشند، مصرف‌کننده‌ای که اغلب در حالت اتومات Autopilot است و حتی متوجه حضور محصول شما هم نمی‌شود.

تفکر درباره اینکه بازاریابی عصبی چطور می‌تواند در توسعه محصول به شما کمک کند تا در میان جمعیتی انبوه قرار گیرد و مصرف‌کننده خواهان خریداری آن باشد و همچنین تکنیک‌های بازاریابی عصبی که می‌تواند جهت تجزیه و تحلیل بسته‌بندی مورد استفاده قرار گیرد و تعدادی نکات طلایی برای توسعه بسته‌بندی تا به فروش منتهی شوند، وجود دارد.



۷ نکته برای مدیریت زمان و افزایش بهره‌وری بازاریابی

اگر شما هم در پایان روز با مشکل کمبود وقت مواجه می‌شوید یا اگر در طول روز وقت زیادی را برای جلسات برنامه‌ریزی نشده یا تماس‌های تلفنی ناخواسته و مسائل این‌چنینی صرف می‌کنید که سود چندانی برای شما ندارد، ادامه مطلب را بخوانید. این هفت نکته نمی‌توانند حتی یک ثانیه هم به میزان وقتی که شما در اختیار دارید اضافه کنند اما به شما کمک می‌کنند بهترین استفاده را از وقت خود داشته باشید تا بتوانید در کسب و کار و زندگی شخصی با وقتی که در اختیار دارید مهم‌ترین کارهایی را که برای موفقیت باید انجام دهید به اتمام برسانید.

صبح‌ها، زودتر بیدار شوید

لورا وندرکام یکی از نویسندگان حوزه مدیریت زمان می‌گوید: «بعضی عوامل باعث شده تا صبح زمانی عالی برای به انجام رساندن کارها باشد.» اگر تلاش می‌کنید یک کار فوری یا یک پروژه خلاقانه را به اتمام برسانید، مسلم است که در ابتدای صبح انرژی بسیار بیشتری نسبت به زمان‌های دیگر روز برای انجام آن کار در اختیار دارید. از دیگر مزایای زودتر بیدار شدن، توانایی انجام کارهای بیشتر در طول روز است و بسیاری از اوقات می‌توانید بسیاری از کارهایی که گاهی تا پاسی از شب طول می‌کشیده است را در قبل از غروب آفتاب به اتمام برسانید و از باقیمانده وقت خود لذت ببرید.

قاطعتیت در اولویت‌بندی کارها

نوشتن برنامه دقیق از تمام کارهایی که باید در طول روز و هفته انجام دهید برای اینکه بدانید چه زمانی چه کاری را باید انجام دهید کاملاً ضروری است. کن گلیکمن متخصص مدیریت زمان می‌گوید: «بسیاری از مردم برنامه واضح و روشنی برای کارهایی که می‌خواهند انجام دهند ندارند.» او گاهی اوقات از مشتریان می‌پرسد کمی با خود فکر کنید که کجا هستید، کجا می‌خواهید بروید و چگونه می‌توانید به آنجا بروید. او توضیح می‌دهد: «اولویت‌بندی به ما کمک می‌کند تا بدانیم مهم‌ترین کاری که باید انجام دهیم چیست و باعث می‌شود تا قبل از انجام هر کار دیگری با قدرت تمام بر روی انجام مهم‌ترین کارهایمان متمرکز شویم.» اولویت‌بندی صرفاً منحصر به برخی موارد خاص نیست، باید سعی شود همه فعالیت‌های روزانه بر اساس اولویت



زمان‌بندی شوند تا به نتیجه دلخواه دست یافت. کن گلیکمن توصیه می‌کند اگر می‌خواهید از مسیر درست خارج نشوید، زمان را برای انجام دادن فعالیت‌هایتان مدیریت (زمان‌بندی) کنید.

بیش از حد برنامه‌ریزی نکنید

اگر که در طول روز مرتب در حال برنامه‌ریزی انجام کارها هستید و دائماً برنامه‌ریزی‌های جدید برای انجام کارها ارایه می‌کنید و از کاری به سراغ کار دیگر می‌روید، اصلاً نگران نباشید! شما تنها نیستید درصد زیادی از افراد جامعه به این عادت بد مبتلا هستند. لورا وندرکام می‌گوید: «بسیاری از مردم آماده انجام دادن کاری هستند اما واقعا آن کار را انجام نمی‌دهند.» به این حالت متاورک (Meta-Work) گفته می‌شود. با اینکه افرادی که دارای برنامه زمان‌بندی یا لیست کارهای روزانه هستند عملکرد بهتری دارند، اما بعضی از آن‌ها وقت زیادی را صرف تغییر اولویت‌ها، تغییر زمان‌بندی‌ها و موارد این‌چنینی می‌کنند بدون اینکه هیچ یک از موارد مهم را انجام دهند و از لیست خط بزنند.

خانم وندرکام پیشنهاد می‌کند تعداد کارهای مهم روزانه خود را به سه تا شش مورد محدود کنید. این کار نه تنها باعث می‌شود تا شما وقت زیادی را صرف مدیریت لیست زمان‌بندی نکنید بلکه به برنامه شما امکان انعطاف‌پذیری بیشتری می‌دهد که در نکته بعد به آن پرداخته شده است.

برنامه‌ریزی خیلی دقیق و شلوغ، نه

اگر تک‌تک دقایق روز را برنامه‌ریزی کنید، برای شما مدیریت کردن برنامه‌های پیش‌بینی نشده

بسیار سخت خواهد شد. بسیاری از اوقات فرصت‌ها یا کارهای اورژانسی بی‌خبر و بدون برنامه‌ریزی قبلی پیش می‌آیند که باید وقت کافی برای رسیدگی و سر و سامان دادن به آن‌ها داشته باشید بدون آنکه به برنامه اصلی‌تان لطمه‌ای وارد شود. خانم وندرکام می‌گوید: «داشتن وقت خالی بیشتر بر روی تقویم، بهتر است.» محدود کردن کارهای مهم لیست باعث می‌شود تا شما بتوانید کارهای پیش‌بینی نشده را راحت‌تر ساماندهی کنید.

محدود کردن لیست در روحیه شما نیز اثر خواهد گذاشت. اگر یک لیست واقع‌گرایانه و قابل انجام در طول روز داشته باشید در پایان روز تمام فعالیت‌های لیست را به اتمام رسانده‌اید و احساس با موفقیت به پایان رساندن کارها انگیزه بسیار خوبی به شما می‌دهد اما اگر یک لیست بلندبالا برای فعالیت‌های روزانه خود تهیه کنید و در پایان روز از پس انجام دادن آن بر نیایید یا مجبورید برای آنکه خود را گول بزنید کارها را نیمه‌کاره و با دقت پایین انجام دهید و یا اینکه در پایان روز با مشاهده اینکه موفق به انجام برنامه‌تان نشده‌اید احساس شکست می‌کنید و انگیزه خود را از دست خواهید داد.

به انرژی خود توجه کنید

زمانی می‌توانید با کارهای مهم روزتان رو در رو باشید که به میزان کافی انرژی داشته باشید و شاداب باشید. در زمان‌هایی که به حد کافی انرژی ندارید نمی‌توانید کارهای مهم را به خوبی انجام دهید. یک پیاده‌روی سریع در هنگام خستگی می‌تواند سطح انرژی شما را برای انجام کارهای بیشتر افزایش دهد.

به زمان‌های بی‌حوصلگی و خستگی خود توجه کنید. الگوهای خستگی و زمان‌هایی که بهره‌وری پایینی دارید را به دست بیاورید. چه زمان‌هایی، یا چه مکان‌هایی، یا چه رویدادی، چه افرادی، چه نوشیدنی و... باعث کاهش بهره‌وری شما می‌شود. مثلاً ممکن است بین ساعت دوازده تا سه بعد از ظهر راندمان پایینی داشته باشید، یا روزهایی که فست فود می‌خورید تا چند ساعت راندمانتان کاهش یابد و... با شناسایی این عوامل شما می‌توانید برنامه موثرتری تنظیم کنید، کارهای مهم خود را در این زمان‌ها قرار ندهید و سعی کنید با شناسایی الگوها، عوامل کاهش راندمان را شناسایی کنید و آن‌ها را تغییر دهید و تا آن زمان در این زمان‌ها فعالیت‌هایی انجام دهید که به شما انرژی بدهد و کارهای کم‌اهمیت تر را در این زمان‌ها انجام دهید.

یاد بگیرید قاطعانه بگویید «نه»

نه گفتن مهارتی است که برای بسیاری از مردم بسیار سخت است. آقای گلیکمن برای نه گفتن یک ترفند دارد. او در هنگام تصمیم‌گیری با خود یادآوری می‌گوید که اگر به مسئولیت‌های جدید «بله» بگوید قطعاً باید به چیزهای دیگری «نه» بگوید. به فرض مثال وقتی مسئولیت جدیدی را قبول می‌کند باید وقت کمتری را با دخترش بگذراند. شما باید ارزش چیزهایی را که از دست می‌دهید با آنچه را که به دست می‌آورید مقایسه کنید. اینگونه می‌توان مرزهای شفاف‌تری برای نه گفتن داشت.

یکی از مزایای صرف وقت بر روی مسائل کمتر این است که شما می‌توانید در انجام آن‌ها کارآمد تر باشید به این دلیل که مجبور نیستید با عجله کردن اشتباهاتی را تکرار کنید و با دقت و حوصله کارتان را انجام می‌دهید. قطعاً اگر شما به تمام پیشنهادها بله بگویید بعد از مدت کوتاهی دیگر توان انجام تعهدات خود را ندارید و بدنام می‌شوید.

وقت بیشتر برای چه چیزی؟

خانم وندرکام می‌گوید: «افراد بسیاری از من می‌پرسند چطور برای بعضی کارها وقت کمتری صرف کنم؟ اما به عقیده من سوال مهم‌تر این است که می‌خواهید برای چه کاری بیشتر وقت صرف کنید؟» بهره‌وری فقط این نیست که با مدیریت کارها ساعات انجام کارهایمان را کاهش دهیم یا به عبارتی زمان را ذخیره کنیم، بلکه باید بدانیم چگونه زمان ذخیره شده را صرف انجام مهم‌ترین کاری که می‌خواهیم انجام دهیم کنیم. او می‌گوید: «من فکر می‌کنم این واقعا در مورد این است که زمان‌تان را با چیزی که می‌خواهید به آن برسید پر کنید.»



صنعت شیرازه کتاب

ماشین پانچ حرفه ای KB600

بهترین ، کارآمدترین و جدیدترین ماشین پانچ صحافی سیمی



خط کامل ماشین پانچ ، میز فتر انداز و ماشین فتر جمع کن دویل

یکسال گارانتی - ۱۰ سال خدمات پس از فروش
فروش مستقیم - بدون واسطه



مجهزترین کارگاه تولید فنرهای صحافی

۰۹۱۲۱۵۴۸۳۴۶ - ۸۸۷۱۵۲۳۸ - ۸۸۷۲۶۵۷۲

www.starline.ir

مسابقه جدول کلمات متقاطع



• سامانه پیام کوتاه ۰۶۹۰۲۱۷۷۲۴۰ •

رمز جدول را ارسال کنید

جایزه بگیرید

راهنمای شرکت در مسابقه

پس از حل کامل جدول، از کنار هم قرار دادن حروف خانه‌هایی که به شماره مشخص شده‌اند رمز جدول به‌دست می‌آید. برای شرکت در مسابقه، کافی است رمز جدول را به‌همراه نام و نام‌خانوادگی خود، شماره تلفن همراه و شماره تلفن ثابت حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۰۱ به **سامانه پیام کوتاه ۶۹۰۰۲۷۷۲۴۰** یا ایمیل اختصاصی صفحه جدول به نشانی الکترونیکی **chaponashr.jadval@gmail.com** ارسال نمایند.

در این شماره پس از قرعه‌کشی، ۵ نفر از عزیزیانی که به‌درستی به رمز جدول اشاره کنند، جوایزی نقدی اهدا خواهد شد. رمز صحیح جدول و اسامی برندگان نیز در شماره بعد در همین صفحه اعلام می‌شود.

توجه

■ برای اعلام رمز جدول، منحصراً از طریق سامانه پیام کوتاه (پیامک) و ایمیل اختصاصی این صفحه اقدام کنید و از تماس تلفنی با دفتر نشریه و اعلام شفاهی رمز خودداری فرمایید. بدیهی است به تماس‌های تلفنی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

■ ذکر «نام و نام خانوادگی»، «شماره تلفن همراه» و «شماره تلفن ثابت» هنگام ارسال رمز الزامی است.

رمز جدول شماره ۳۴: آستربردقہ کتاب

اسامي برندگان:

- شمسی ابراہیمی، تہران
- صفیہ حسین پور مقدم، تہران
- زہرا شیرزادہ، تہران
- کوروش شفیعی، اصفہان
- ابراہیم پرازدہ، کرج

نشانی الکترونیکی chaponashr.jadval@gmail.com

ذکر «نام و نام خانوادگی»، «شماره تلفن همراه» و «شماره تلفن ثابت»
هنگام ارسال رمز الزامی است



طراح: بیژن گورانی

مسابقه جدول کلمات متقاطع (شماره ۳۵)

افقی:

۱- از مراحل آماده‌سازی برای چاپ فلکسو - گروهی از مردم - قدم یکبا -
 آبنمان - عبادت غیرواجب ۳- سیمی با مقاومت الکتریکی زیاد در برخی وسایل
 برقی - نوعی نان سنتی - گنجه لباس ۴- پرنده‌ای نوک‌دراز - ت ششم - خباز ۵-
 کوچک‌ترین قطعه کتاب - رنگ افزایش تمرکز ۶- برادران مخترع هواپیما - استفراف
 ۷- تیر پیکاندار - فریاد مهیب ۸- خاکسپاری - خانه بزرگ ۹- قصد و آهنگ -
 نیست‌شونده ۱۰- سوسن زرد - فرمان اوتومبیل ۱۱- به کلیه روش‌های چاپ متعارف
 اطلاق می‌شود - کندفهم - بالش ۱۲- باران اندک - بزدل - ستاره - پول ژاپنی‌ها
 ۱۳- مرکز استان البرز - اختراع گراهام بل - ایشان ۱۴- نوعی چاپ سیلک - مناسب
 مردان ۱۵- پایتخت یونان - شیر بیشه - واحد نظامی.

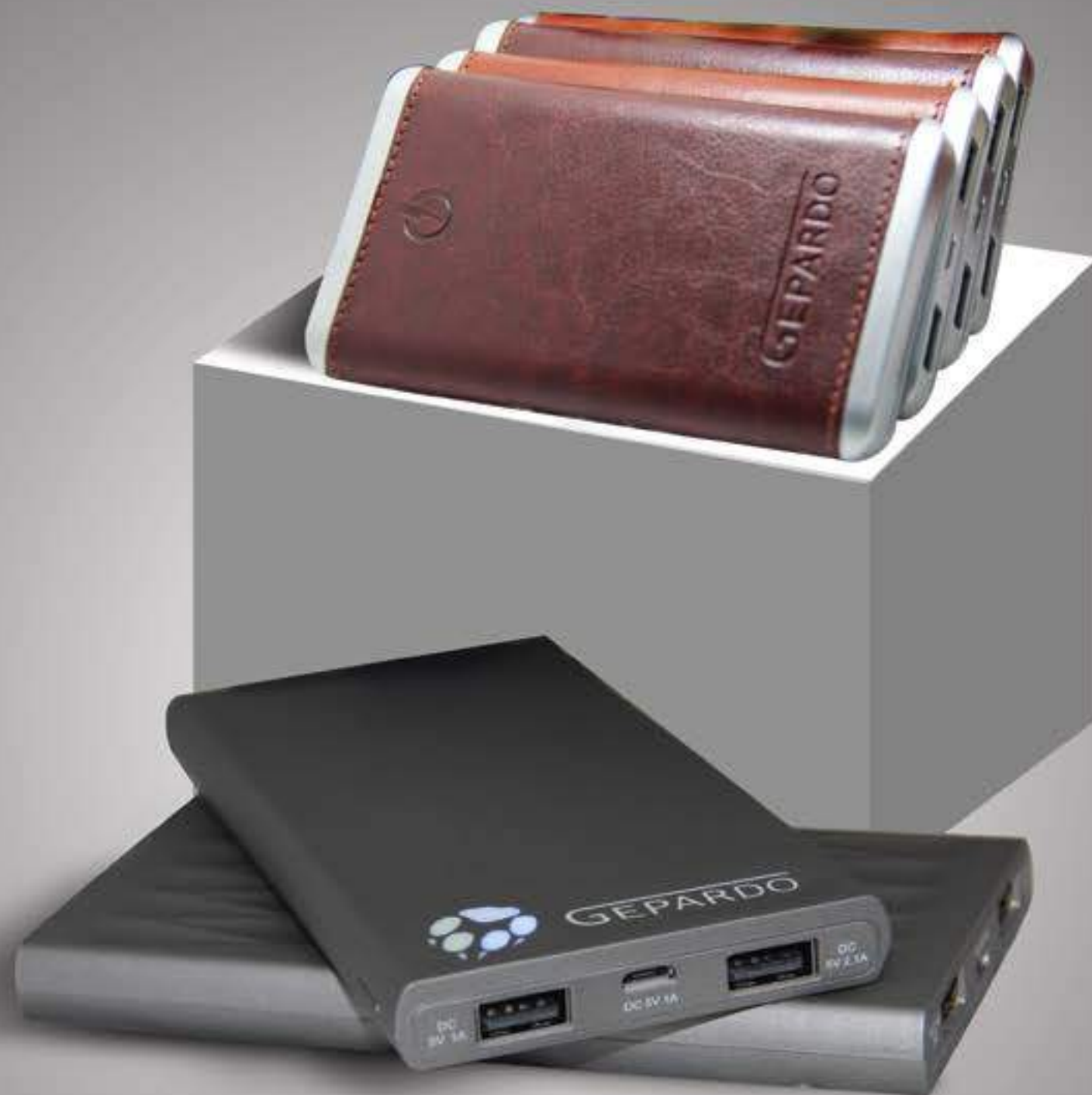
عمودی:

۱- نوعی صحافی با استفاده از حلقه‌های فولادی - نوعی کارد نوک‌باز - ساز شکسته؛ ۲- نامی دخترانه - جاویدان و همیشگی - چراغ ۳- پرورش‌دهنده - نظر مجتهد در احکام شرعی - فرعی - قسمت مهم و اساسی هر چیز ۴- حفره‌هایی که زنبور عسل از موم می‌سازد - گوره گچ‌پزی - کلوش ۵- عددی یک رقمی - زمین آذری - نشانه مفعولی در جمله ۶- یک دور بازی تیسس - نوعی حلوا - پوشاننده ۷- مقابل رعیت - وسیله‌ای برای اندازه‌گیری قطر اجسام ۸- آشفته و پریشان - مهرای در شطرنج ۹- پیوسته، پیاپی - شبه‌جزیره‌ای در جنوب هند ۱۰- همنشین برهمین - دل‌آزار کهنه - ضمیر اول شخص مفرد ۱۱- بچه در شکم مادر - سرمایه جلودانی است ۱۲- من و شما - دریگ - تائبه صحیح قرار گرفتن صفات یک سوره - چاپی ۱۳- اندیشه‌های - پیام‌آوری - تانیه‌نهاز؛ ۱۴- داش - همزمان - طبیعت ۱۵- برای بالا بردن قدرت نگهداری فرما و کیفیت صحافی کتاب به کار می‌رود - پرا سربلندی و افتخار شرب کوشیم - نفس خسته.

چاپ و نشر

در قلب بازار چاپ است

www.chaponashr.com



GEPARDO Advertising Gifts

- ✓ New Brand
- ✓ Creative Ideas
- ✓ Different Gift







هدایای نفیس هنری



لیوان تبلیغاتی



صنایع بسته بندی مبارکه

دارنده گواهینامه ISO 9001 از انگلستان

ساخت انواع جعبه و کارتن های صادراتی
لمینیتی ، مقوایی ، Eفلوت ، سه لایه ، پنج لایه



آدرس : کیلومتر ۱۳ جاده مخصوص کرج ، خیابان امید (کاشی ایرانا) ، کوچه دوم غربی ، پلاک ۳

تلفن : ۴۴ ۹۰ ۵۰ ۵۰ فکس : ۴۴۹۰ ۱۲۹۱ همراه : ۰۹۱۲۳۸۹۶۰۶۲

www.mobarake.com email: info@mobarake.com

سالنامه
ایران زمین
Iranzamin Calendar

۱۳۹۶

GEPARDO
ADVERTISING GIFTS

وعده دیدار ما سیزدهمین نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی
از تاریخ ۹۵/۱۰/۱۵ الی ۹۵/۱۰/۱۸ . نمایشگاه بین المللی تهران، سالن میلاد (۳۱۸)

دفتر تهران: خیابان شریعتی، بالاتر از خیابان ملک، روبروی آتش نشانی، پلاک ۶۳۳ -

ساختمان نماد آزادی، طبقه ۳-واحد ۵

تلفن: ۸۶۰۲۰۰۷۴ تلفکس: ۸۶۰۲۰۰۷۵ همراه: ۰۹۱۲۸۸۸۸۴۹۹

دفتر اصفهان: میدان شهدا، چهارباغ پایین، نرسیده به چهارراه تختی، نبش کوچه ۱۲

تلفن: ۳۳۳۷۳۴۲۴ تلفکس: ۳۳۳۶۴۸۴۲ همراه: ۰۹۱۳۱۱۸۹۲۲۴

MAZAND SYSTEM



MAZAND SYSTEM

مازند سیستم

طراح و سازنده ماشین آلات چاپ UV و امباس

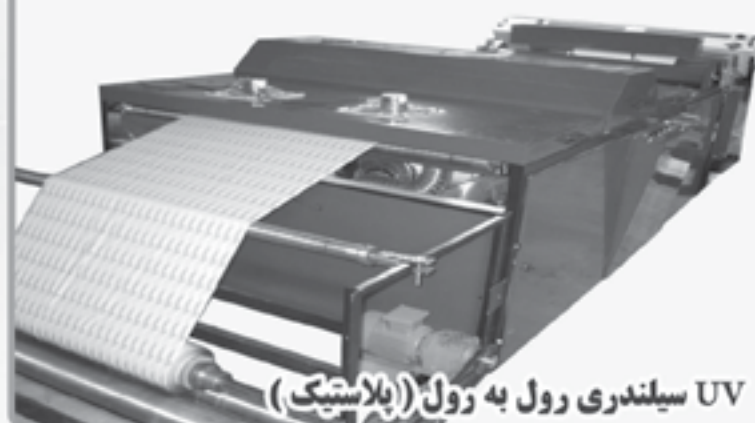
سازنده دستگاه خشک کن UV، سیلندر UV، امباس و چاپ

کارشناس نصب خشک کن UV بر روی انواع ماشین آلات چاپ افست مجری: کاظم باباپور

وعده دیدار ما نمایشگاه چاپ وبسته بندی سالن ۴۱A غرفه مازند سیستم



خشک کن سیلک



UV سیلندری رول به رول (بلاستیک)



امباس



خشک کن پشت افست



چاپ کلیشه (جدید)



خط کامل UV سیلندری

www.mazandsystem.com

۵۵۸۵۷۲۶۹ ۰۹۱۲۱۷۱۶۸۳۲ ۰۹۳۵۱۳۴۱۶۴۱ ۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱

تهران، بزرگراه آزادگان، شهرک مرتضی گرد، خ صنعتی نبوت (نرگس)، ولایت ۱۲

چاپ هوشمند

HOOSHMAND
PRINTING SERVICE

متالایز

سلفون

حرارتی و چسبی

۴۶۸۸۰ ۴۱۹

۴۶۸۸۰ ۴۲۰

۴۶۸۶۲ ۶۰۰

کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج، جنب نفت پارس، زیر گذر سرخه حصار

خیابان کیمیا پژوهان، جنب پمپ گاز، پلاک ۶

Z T-B-Co

شماره ثبت ۳۰۱۰۵

شرکت زنجیره‌ای

تسریع کاران توان برتر

تولید و عرضه کننده تجهیزات و ماشین آلات صحافی و بسته بندی



دستگاه کوچه گردن کتاب تا ۵۳ میلیمتر
۱۰ نوع تنوع تیغ



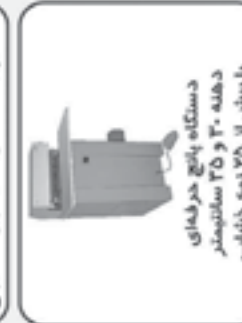
خط تولید صحافی قدر دول - ماریج



طراحی و ساخت
انواع دستگاههای بسته بندی
شریک با محصولات چاپی و مصرفی



دستگاه پانچ و جمع کن هیدرولیکی
دهانه ۶۰ سانتیمتر



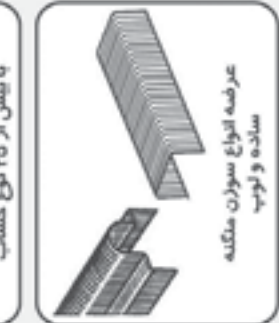
دستگاه پانچ حرفه ای
دهانه ۳۵ و ۴۰ سانتیمتر



دستگاه جمع کن برقی قدر دول



عرضه انواع آبرهای فلزی و پلاستیکی



عرضه انواع سوزن منگنه
ساده و لوب



عرضه انواع سمپای صحافی رول و شیت
ماریج و قدر دول فلزی

۳۶۶۱۰۵۱۲
۳۶۶۱۰۰۴۹

جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانید با تلفنهای
تماس حاصل فرمائید.



برش انواع گالینگور، ترمو،
سوزنی، چرم مصنوعی
پارچه، کاغذ

دستگاه برش رول به شیت
۱۸۱۶ مکانیکال
مدل ۱۸۰ سانتی متر
دهانه ۱۸۰

ده سال خدمات پس از فروش

صحافی تسریع کاران

اولین مرکز پژوهش، تحقیق و توسعه صنعت صحافی در ایران
سرعت - دقت - تعهد - کیفیت
از تک جلد سازی تا تولید انبوه

مجهزترین مرکز تخصصی صحافی مدرن و کالیت محصولات در ایران



طراحی، ساخت و تولید انواع رولکن و کلاسور اختصاصی
و کالیت های محصولات



ساخت و تولید انواع لوح های نفیس و سررسید
(گالینگور، سلکون، طرح چرم، طبعی)



ساخت انواع پایه تقویم های مدرن رومیزی
خیمه ای - زیر دستی - چتری



ساخت و تولید انواع لوح های تقدیر نفیس،
جبهه های نفیس کلا و قاب کتاب

انجام کلیه امور صحافی فانتزی: چاپ لیه کتاب (طلایی، نقره ای و انواع رنگ های داخله)
دوخت، چسب گرم، چسب سرد، فنر دوبل، فنر مارپیچ، منگنه تخت، لوب، ثر و ماده، حلقوی
تا برای بروشورهای دارویی و تاکتی از کوچکترین اندازه تا ۱۰۰x۷۰
انجام کلیه پروژه های بسته بندی: چاپ، طراحی و ساخت جعبه های فانتزی، طراحی و
ساخت انواع نگهدارنده های کالا (اسفنجی، پرپولپین، PVC، کارتن های حفاظتی) و
بسته بندی شرینگ

دفتر تهران: خیابان سعدی شمالی - بعد از خیابان منوچهری - خیابان زوارترین
پلاک ۱۵ - طبقه دوم - کد پستی: ۱۱۵۹۲۸۱۴
تلفن: ۳۶۶۱۰۵۱۲ - ۳۶۶۱۰۰۴۹
همراه: ۰۹۱۹ ۶۸۶۳۳۶۳
تلفکس: ۳۶۶۱۰۲۶۸

سامانه ما: محل آسایش کار شماست

کاملترین مجموعه تبلیغاتی ایران

اسپسی

فروشی، اجاره



چاپ و ملزومات چاپ

PIROOZAN
www.piruozan.ir

فروشی ویژه رولاپ
فقط ۲۹۸۰۰ تومان



فروش اسپسی از متری ۹۵۰۰ تومان

فروشی، اجاره انواع اسپسی

(سن، استیج، قاب بنر، غرفه نمایشگاهی و...)

مجهز به واحد چاپ (قیمت ویژه همکاری)

(فلکسی، بنر، استیکر، مشی، کوئد، لمینت و...)

تهران، انتهای اتوبان همت شرق، سرخه حصار، خیابان رشیدی پلاک ۳۹

۷۷۵۸۹۰۵۰ و ۵۴

۰۹۱۲۵۵۴۵۶۳۸

stand-display

چاپ و صحافی محمد

ما مفتخریم که با کلیه ناشران محترم

جهت انجام کلیه امور چاپ کتاب از ابتدا تا صحافی

همکاری نماییم

امکانات چاپ

لیتوگرافی (پلیت فیلم و زینک و کالک)

دستگاه کومری پشت و وزن 2P

دستگاه GTO تکرنگ هایدلبرگ

صحافی محمد با بیست سال سابقه کار (بادوشیفت کاری)

با امکانات ذیل، افتخار همکاری با کلیه ناشران و دفاتر تبلیغاتی را دارد.

تاکن سه ورق و دو ورق MBO اشتال

چسب گرم پنج خانه مولر مار تینی با قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب در روز

خط کامل مفتول و...

ترتیب کن اتومات ۱۲ خانه شرینگ

نشانی: میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، کوچه حقیقی، زیرزمین مسجد معراج، صحافی محمد

تلفن (خط ویژه): ۷۷۴۵۲۲۲۴ همراه: ۹۰۸۹۸۹۸ - ۰۹۳۲ - ۰۹۱۲۱۵۷۳۱۸۵

جرثقیل احمد



متخصص در حمل و جابجایی دستگاه‌های چاپ، صحافی، لیتوگرافی و لارج فرمت

۷۷۶۲۵۶۶۶

۰۹۱۲-۴۲۱ ۵۰ ۵۳



آشنا برچسب

تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسبدار (تا هفت رنگ)

به صورت رول و شیت با پوشال برداری

تولید انواع لیبل پشت چسبدار کاغذی، حرارتی،

متالایز، شبرنگ و پی‌وی‌سی

تولید انواع فرم‌های A۴ در سایزهای مختلف

تولید انواع لیبل‌های تخصصی با پرفراز، پانچ و

تیغ از پشت

اجرای نیم تیغ بر روی انواع محصولات پشت چسبدار

و چاپ شده

تامین انواع ریبون برای چاپگرهای رول

۵۵۲۷۷۱۲۱-۴

۵۵۲۵۷۲۹۲

فاکس ۵۵۲۵۷۲۹۱

۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com

مدیریت: محمود هوشمند

قیمت ها بر اساس تومان و یورو محاسبه می شود

هزینه عکاسی شابلون ۲۵۰۰۰ تومان



کیفیت بی نظیر

حداقل تیراژ ۱۰۰۰ برگ می باشد.

حداقل سایز جهت پیوی ۲۲X۳۳ و حداکثر ۵۰X۷۰

حداقل سایز جهت سلفون ۲۲X۳۳ و حداکثر ۱۰۰X۷۰

ایماد	size	شابلونی یا فیلم	uv پراک	uv تیتل	uv effect	uv گلیتری	uv چسب	سلفون پراک	سلفون مات	uv سلفونی
25X35	50	75	95	110	105	47	48	40	-	-
30X45	55	85	105	130	130	73	74	44	-	-
35X50	60	95	115	150	140	95	96	50	-	-
33X70	65	105	125	160	155	125	127	55	-	-
45X60	70	125	145	170	165	146	148	60	-	-
50X70	75	140	160	180	180	189	193	70	-	-
60X90	-	-	-	-	-	292	297	-	-	-
70X100	-	-	-	-	-	378	385	-	-	-

خیابان فردوسی بالاتر از منوچهری کوچه زمانی پلاک 15

تلفن: ۶۶۳۴۰۳۵۹ - ۶۶۳۴۰۳۱۶ تلفکس: ۶۶۳۴۰۱۴۹

Email: honarparsi1336@gmail.com

با ۲۵ سال سابقه درخشان



فجر

موسسه قالبسازی
با مدیریت عبدالحی و کریمی

مجهز به سیستم برش لیزر و خم کن تمام اتوماتیک

سازنده انواع قالب های

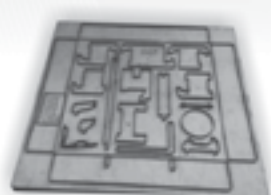
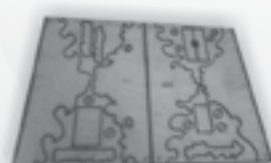
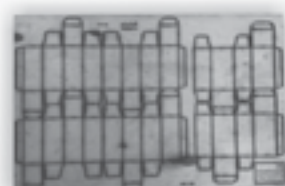
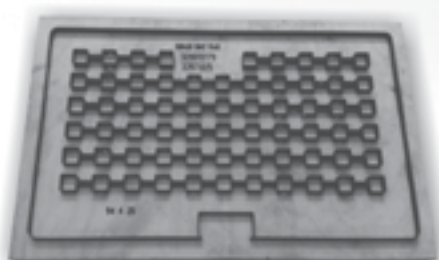
جعبه

اتیکت

کارتن

قالب تیغ (۸ میلیمتر، ۱۲ میلیمتر)

و ...



ایمیل: Fajr1389@yahoo.com

دفتر: ۳۳۹۲۲۷۹

تلفکس: ۳۳۹۷۱۰۱۵

دفتر: میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام

مجتمع تجاری ظهیر الاسلام، طبقه دوم، واحد ۲۳۵

شرکت رنگین پلاست ایران



پخش عمده انواع حلالهای چاپ
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا

یونی کم

ساسول

پتروکم

خیابان خالد اسلامبولی (وزرا سابق) کوچه چهار

کوچه نادر پلاک ۱۰ واحد ۱۶

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶ ۸۸۷۱۵۸۳۸

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

اکتایا پارس

■ مرکز تخصصی بارگذاری انواع بلنکت

■ زه آلومینیومی و کالوانیزه با قطرهای گوناگون

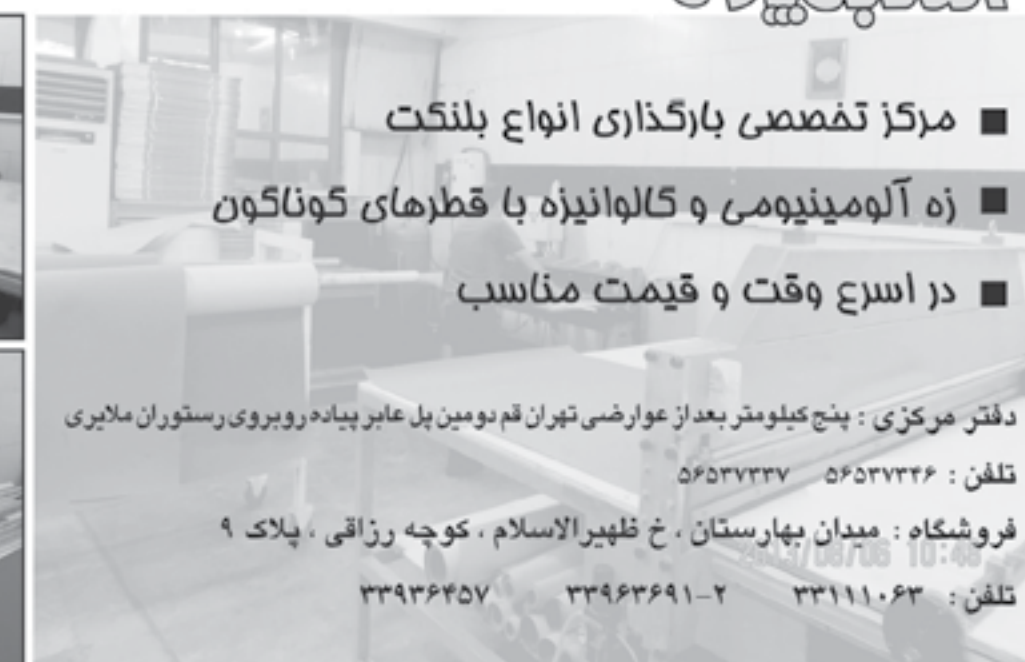
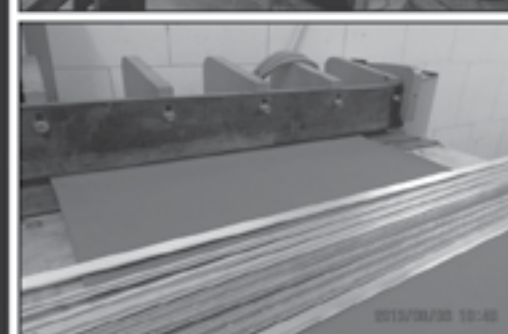
■ در اسرع وقت و قیمت مناسب

دفتر مرکزی: پنج کیلومتر بعد از عوارضی تهران قم نوبین پل عابر پیاده روبروی رستوران ملایری

تلفن: ۵۶۵۲۷۲۳۶ ۵۶۵۲۷۲۳۷

فروشگاه: میدان بهارستان، خ ظهیر الاسلام، کوچه رزاقی، پلاک ۹

تلفن: ۳۳۹۳۶۴۵۷ ۳۳۹۳۶۹۱-۲ ۳۳۱۱۱۰۶۳





با اطمینان مصرف کنید

چسبهای سلفون:

سلفون سوپر و انواع چسبهای سلفون برای کلیه دستگاهها

کارتن های ئی فلوت و سی فلوت و لمینت سلفون شده سنگین

لبچسب جعبه های مقوایی، سلفونی و یووی

فشار حساس (زنده): متالایز، لیبل، چسب پنجره زن (دستمال کاغذی، پاکتهای پنجره دار) و ساک دستی

چسب های وکیوم و هولوگرام

چسب پلی اتیلن مخصوص چسباندن کاغذ، متالایز، سلفون (مستقیم روی کلیه سطوح)

انواع چسب صحافی - چسب چوب

دفتر مرکزی: ستارخان، خیابان سازمان آب، چهارراه حاجی پور امیر، پلاک ۲۰، واحد ۴ تلفن: ۸۸۲۴۱۹۵۶ - ۸۸۲۷۴۵۲۶ - ۰۲۱

فکس: ۸۸۲۷۴۵۲۶ مدیریت فروش: ۰۹۱۲۸۲۶۹۱۳۵ - ۰۹۱۲۸۰۵۴۶۸۴ Email: padglueco@yahoo.com www.padglue.com

کارخانه: شهرک صنعتی پرندک، خیابان صنعت، روبروی اکسیژن افروز تلفن: ۴۵۲۸۴۲۹۹ - ۴۵۲۸۴۲۸۸ - ۰۸۶

چسب پاد در سراسر کشور نماینده فعال می پذیرد

P
A
D

G
L
U
E



به رویاهای یک کودک
رنگ تازه ای ببخشیم...



نشانی: دفتر مرکزی تهران، میدان پیرامین، روستی و طوش، کوچه نیکون، پلاک ۳
تلفن: ۵۵ ۱۳۷ ۱۳۸۰ (۰۲۱) info@sharifngo.com
واحد پارس: ۹۱۳ ۷۴ ۱۴ (۰۲۱) www.sharifngo.com

شماره حساب: بهت واریز کمک های مردمی: ۵۰ ۷۷ ۵۰ ۷۷ ۲۷
کارت: ۵۱۰۴۴۳۷۹۷۸۱۴۴۴۳۵ سرویس آپ: ۰۷۳۳۰۴۰۲۹۸۹۵
به نام بنیاد امور خیریه نیکون تهران شریف

پارس پلیکان

■ چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

■ چسب لبچسب:

برای کارهای یووی خورده، سلفون کشیده شده

■ چسب صحافی:

اعم از زودخشک یا دیرخشک با فیلم نرم

■ یووی آماده وارداتی:

مخصوص سیلک و سیلندر

آموزش راه اندازی تولید چسب سلفون

در کارگاههای سلفون کشی

تلفن: ۷۷۵۲۳۶۹۶ - ۷۷۵۳۲۵۰۱

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳



تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته
شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین
با لتر پرس ۲/۵ ورق، صحافی اوراق اداری
افست یک ورق دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱

تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰

جعبه چسبانی میعاد



- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی

- مجهز به دودستگاه لتر پرس ۷۷

- دودستگاه ماشین جعبه چسبانه دیانا

تهیه و توزیع چسب های جعبه چسبانی
(پلاستیک، معمولی و m)

با هجده سال سابقه درخشان

سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید

با مدیریت محمد رضایی

۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳ - ۰۹۳۹۲۲۶۹۰۵۳

خیابان فداییان اسلام، بعد از پل آزادگان، جنب پمپ بنزین، کوچه سوم، پلاک ۱۸

نوین چسب

تولید کننده انواع

چسب های صنعتی پایه آب

- چسب صحافی سوپر

- چسب صحافی معمولی

- چسب زنده سوپر (لبچسب): جهت

کارهایی که لبه آنها سلفون کشی و یا

یووی خورده است

- چسب سلفون

- چسب پلاستیک

- چسب آبچسب

کیفیت بالا، قیمت مناسب

تلفن: ۵۶۳۹۱۰۱۵ - ۵۶۳۹۱۰۵۳۶۷

رابطه داریم، شهرک صنعتی نصیر آباد

صحافی فنر دابل
حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه

مجهز به دستگاه های برقی فنر دابل

انجام کلیه امور مربوط به صحافی فنر دابل شامل:

■ تقویم رومیزی، دیواری، فانتزی

■ سررسید، سالنامه، دفتر تلفن

■ دفتر یادداشت و دفاتر مختلف

■ کاتالوگ، بروشور و...

● انجام لمینت طلق تا قطع A3

خ انقلاب، بین میدان فردوسی و ویلا، بن بست شاهرود، پلاک ۵ واحد ۸

۸۸۹۰۰۲۹۸ حسن پور

۰۹۳۵۶۰۱۶۴۶۵



انجام کلیه خدمات صحافی شامل: چسب گرم، مفتول ساده و لوپ، تا، سیمی تقویم دیواری و رومیزی با بهترین کیفیت و بالاترین سرعت

مجهزتر از همیشه

- ◀ یک دستگاه چسب گرم ۵ خانه مولر مارتینی
- ◀ چند دستگاه سیمی اتوماتیک و پانچ اتوماتیک
- ◀ خط کامل مفتول (منگنه) خروجی روزانه ۵۰,۰۰۰ جلد
- ◀ یک دستگاه ترتیب‌کن ۱۸ خانه اتوماتیک
- ◀ ۳ دستگاه برش پلار EMC برنامه‌دار
- ◀ ۳ دستگاه مفتول زن ریلی اتوماتیک ساده و لوپ
- ◀ ۴ دستگاه ورق‌تاکنی ۶ شانه اشتال ۲ و ۳ ورقی
- ◀ گوشه‌گردکن کتاب، جلدسازی و طلاکوب
- ◀ بسته‌بندی و شرینگ‌پک
- ◀ جدیدترین دستگاه سلفون‌کشی حرارتی تا حداکثر سایز ۱۰۰ × ۷۰

تلفن ۹۱۶ ۵۷۰ ۳۳

۴۸۴-۵ ۵۷۰ ۳۳

فکس ۵۸۸ ۵۷۲ ۳۳

داورزن ۷۲۸۰ ۳۰۸ ۹۱۲

صمدزاده ۹۵۵۶ ۳۱۱ ۹۱۲

ما به کمتر از عالی رضایت نمی‌دهیم!

ارائه‌کننده دستگاه‌های تسمه‌کش نیمه اتوماتیک، تمام اتوماتیک و پرتابل همراه با گارانتی و خدمات پس از فروش

ساخت تایوان



ایران پک پلاست
TRANSPAK
Transpak Equipment Corp.

www.iranpack.co
info@iranpack.co



TP-201CE



TP-202CE



TP-202L



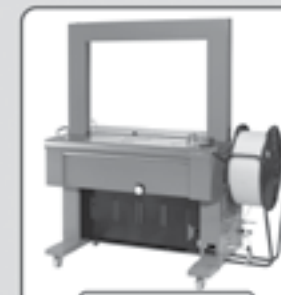
TP-501CE



TP-202MHB



TP-202MV



TP-6000 CE



TP-601A



TP-601B



TP-601BP



TP-601D



TP-601Y



TP-601YPT



TP-702



TP-702B



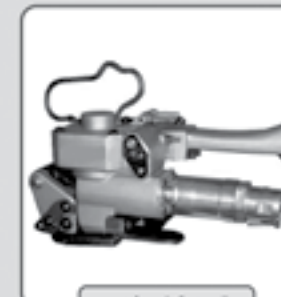
TP-702C



H-21



H-45L



تسمه‌کش یادی



تولید و عرضه انواع تسمه‌های بسته‌بندی از سایز ۱۶ الی ۱۹ میلی‌متر

تلفکس: ۳۳۹۵۶۲۹۴

سهیلی

تلفن: ۳۳۹۵۶۲۵۵

همراه: ۰۹۱۲۲۴۶۱۹۴۳

آدرس: تهران، خیابان ظهیرالاسلام

پاساژ ظهیرالاسلام، طبقه دوم، پلاک ۲۲۷

گروه تولیدی هدیه سازان
کتابیه

تولید و عرضه انواع هدایای تبلیغاتی
تولید انواع تی شرت، کلاه، لباسکار، انواع ساک خرید، آفتابگیر و ...



www.katibehgift.com
katibehgift@yahoo.com

ایتود
طراح چاپ دکوراسیون

لایت باکس
کریستال



ضخامت ۱۰ میلی متر
پلکسی گلس با نور LED
قابل سفارش در سایزهای مختلف



تی شرت پشمی رنگ هفت

تی شرت جودون رنگ دار ۳ دکمه

لباسکار دو تیکه

لباسکار دو تیکه

لباسکار یکسره



تلفن: ۰۳-۸۸۱۴۱۴۰۱
www.etodgroup.com
etod.group@yahoo.com

تلفن: ۰۸-۷۷۶۲۷۶۰۷ و تلفکس: ۷۷۶۸۴۹۶۶
همراه: ۰۹۱۲-۱۷۹۲۷۶۸



خورده ریز در یک جا

حتما در مسافرت سیم موبایل یا هندزفری یا اقلام ریز خود را در مکان خاصی نمی توانید بگذارید. معمولا سیم موبایل و هندزفری به هم گره می خورد یا در کیف باز می شود تا کار را آسان کردیم. سیم موبایل و اجزای ریز و پول خرد خود را در این جعبه بگذارید و آسان در کیف خود جای دهید و در زمان پیدا کردن بدون هیچ مشکلی همه اجزای ریز خود را در دست بگیرید.

جهت دیدن دیگر محصولات به وب سایت ما مراجعه کنید.
 • ۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ | ۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹
 • WWW.KAVIAS.COM | KAVIAPEN@YAHOO.COM



Sublimation Ink



Plotter



Sublimation Paper



MIRTEC

Digital Printing Solutions

Calender



Heat press



OKI

PENG DA
Heat Transfer Machine

SHOCKLINE
about your transfer paper

diferro
Calenders

K/AN
DIGITAL

Hansol

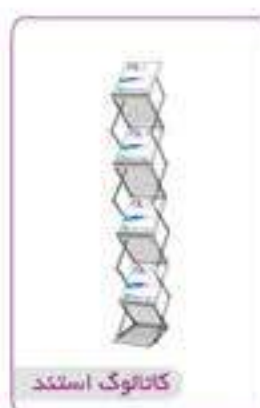
VOX

MIRTEC PRESS
Digital Transfer Solutions

EPSON

TECK

Tel: 88362510-17
www.mirtecdigital.com





JAHANIAN INDUSTRY



گروه صنعتی مهندس
جهانیان



تولید و واردات ماشین آلات خدمات پس از چاپ
دستگاههای سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی چسب سرد
شیت کن سلفون کشی، UV، لمینت کارتن
دستگاه سلفون حرارتی نیمه اتوماتیک

- سیستم حرارتی روغنی
- سیستم کنترلی PLC با صفحه نمایشگر لمسی
- سهولت در تعویض غلطک و نصب غلطک امباس
- رول گیر پنوماتیک
- دارای شیت کن انتهایی همزمان
- ماکزیمم سایز کاغذ ۷۰۰۰×۱۰۰۰ میلیمتر
- مینیمم سایز کاغذ ۲۸۰×۳۵۰ میلیمتر
- حداکثر و حداقل وزن کاغذ: ۴۵۰-۱۲۵ گرم
- توان مصرفی: ۱۰ کیلووات - ۳۸۰ ولت - ۳ فاز
- حد اکثر دمای روغن: ۱۴۰ درجه سانتی گراد
- وزن: ۱ تن
- سایز: طول ۲۲۰۰، عرض ۱۳۰۰، ارتفاع ۱۳۰۰ میلیمتر

تهران - فلکه دوم صادقیه، ابتدای آیت اله کاشانی، برج مینا، طبقه ۸، واحد ۴۶
تلفن: ۴۴۰۶۴۲۱۵، دورنگار: ۴۴۰۶۲۹۸۲، همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۰۷۷۰
www.jhni.com

بنیان ماتریکس

تعبیه اولیه کننده زیر سازی خطوط جمع و کارتن در ایران

تضمین کننده کیفیت و سرعت
همراه با قیمتی مناسب

آیا میدانید که استفاده از ماتریکس
علاوه بر بالا بردن سرعت تعداد باطله شما را
در هنگام جمع چسبانی به حداقل ممکن می رساند

۳۳ ۹۵ ۶۶ ۴۰ - ۳۳ ۹۵ ۷۲ ۳۳

ابعاد ماتریکس	میزد استفاده پیشنهادی
1 × 0.3	مقوا کمتر از ۲۲۰ گرم
1.2 × 0.3	مقوا ۲۲۰ تا ۲۸۰ گرم
1.4 × 0.4	مقوا ۲۸۰ تا ۳۵۰ گرم
1.5 × 0.5	مقوا ۳۵۰ تا ۴۰۰ گرم
1.6 × 0.5	مقوا ۴۰۰ تا ۴۵۰ گرم
0.7 × 2.4	کارتن ای قوت و بی قوت به همراه لمینت



سلفون حرارتی
سلفون واتر یس (چسبی)
سلفون لیزری
سلفون مخملی
مات و براق
دو رو جرقه گیری شده
کیفیت عالی
قیمت مناسب



سلفون
طرحدار و مخملی
رسید



گروه صنعتی مهندس جهانیان
۰۲۱-۴۴۰۶۴۲۱۵
۰۲۱-۴۴۰۶۲۹۸۲
www.jhni.com



داتیس

صحافی
DATIS

تلفن: ۳۴ ۱۵ ۹۰ ۷۷
تلفکس: ۰۹ ۳۲ ۹۱ ۷۷
همراه: ۰۲ ۶۵ ۱۹۹ ۹۱۲
همراه: ۰۴ ۶۳ ۲۰۶ ۹۱۲

مفتول ساده و لوپ
لاین کامل مجله دوز، ۶ خانه + جلد
دستگاه تاکنی سه ورقی ۶ شانه
دستگاه پانچ و فنر اتوماتیک

دستگاه MULLER MARTINI
دستگاه SYSTEM5000 Duplo
دستگاه WIRE.O-BIND

www.DatisBinding.ir



پیروزان صنعت ایرانیان

تولید کننده انواع استند

استند پرچمی پایه مخزنی

Out Door

قابلیت تنظیم ارتفاع تا ۳ متر

در طرح ها و رنگ های مختلف

سیزدهمین نمایشگاه بین المللی تبلیغات و بازاریابی و صنایع وابسته
۱۵ تا ۱۸ دی ۱۳۹۵ سالن ۶ و فضای بیرونی سالن ۷

stand-display www.piruozan.ir

رول آپ با گارانتی تعویض ۲۹۵۰۰ تومان

شیرازه اسنپی، رنگی، کاور، بسته بندی کارتن و....



انتهای خیابان مطهری، خیابان خواجه نظام، تقاطع خیابان شیخ صفی، سرای محله خواجه نظام
واقع در پارک سپیدار، طبقه همکف، واحد ۱

۰۹۱۲۵۵۴۵۶۳۸ ۷۷۵۸۹۰۵۰۵۴

پیکسل @PIXEL



بصورت رول و شیت (تعداد لوپ دلخواه)



اصفهان، بزرگراه شهید خرازی، حدفاصل صارمیه و صمدیه، نبش کوچه ۷۵

تلفن: ۰۳۱۳۲۳۶۳۳۰۴-۰۳۱۳۲۳۷۱۵۲۷ همراه: ۰۹۱۳ ۳۰۰ ۴۸۹۱

سامانه پیامک: ۳۰۰۰۹۹۰۰۲۸۷۰ Email: parsaadver@yahoo.com

۵ برای اطلاع از فروش های ویژه در ماههای خرداد سال یک پیامک با متن قریب به سامانه پیامک ارسال فرمایند.

کانون جلد ایران

تولید کننده انواع محصولات چرم مصنوعی

ساخت انواع جلد سالنامه مدیریتی، ارگانایزر، لپ رنگ، کاور

طراح و مجری متنوع ترین جلد های نفیس

ارائه زیباترین سبک های کلاسیک و سنتی

همراه: ۰۹۱۲۶۱۱۴۳۹۰ تلفن: ۳۳۴۳۸۹۹۲ - ۳۳۷۱۱۲۲۸

با مدیریت: گلچین



دستگاه سلفون
Mercury 760 SF
Made in Czech

foliant

توتالیا
Totalia Co.P.J.S. شرکت توتالیا

www.totaliaco.com | Tel: 021 88731042 | Fax: 021 88742310
میدان آرژانتین، خیابان احمد قمر، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سهیل



دستگاه سلفون با سیستم تغذیه اتوماتیک کاغذ

- حداکثر سایز کاغذ ورودی ۷۶ x ۱۱۰ سانتیمتر
- با سرعت ۲۰ متر در دقیقه
- با غلطک ضد چسب جهت سلفون کشی برگه های پنجره دار به صورت آپشن
- امکان سلفون دو طرفه کاغذ به صورت آپشن
- قابلیت استفاده از فیلم های پت
- قابلیت اتصال به پالت فیچرو پالت استکر به صورت آپشن

برگزیده شانزدهمین جشنواره صنعت چاپ در بخش نوآوری و خلاقیت

تحويل
روزه

عضو انجمن بین المللی تولید کنندگان هولوگرام
صادرات هولوگرام به اروپا و کشورهای آمریکای جنوبی
پیشرفته ترین و بالاترین ضریب امنیتی
هولوگرام تولید داخل



لیبل های هولوگرافی



لیبل هولوگرام های تلفیقی



انواع هولوگرام های امنیتی



هولوگرام اسکرچ



هولوگرام هات استامپ



هولوگرام هات استامپ شفاف
جهت کارت شناسایی

WWW.AZARHOLOGRAM.COM

مقدم شما را در سالن میلاد غرفه **31B** گرمی می داریم.

تهران، میدان فلسطین، خیابان فلسطین جنوبی، خیابان بزرگمهر غربی، نبش کوچه حکمت، پلاک ۱، طبقه ۶

تلفن: ۶۶۹۷۱۴۰۲-۴ فکس: ۶۶۹۷۱۴۰۵

دستگاه چاپ **افست** رول

Intermittent Label Offset Printing Machine

منتظر دیدار شما در **نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران سالن ۳۸** هستیم

دستگاه چاپ سه بعدی پنوماتیک
آخرین تکنولوژی چاپ سه بعدی سابلیمیشن
Penomatic 3D sublimation machine



دستگاه چاپ سه بعدی استاندارد • دستگاه چاپ روی سطوح صاف • دستگاه چاپ حرارتی همه کاره



جوهر سابلیمیشن A.T.P. • لیوان و بشقاب سابلیمیشن • قاب موبایل سه بعدی سابلیمیشن

تلفن: ۰۲۱۲۲۸۵۴۲۵۰ - ۲۲۸۵۵۰۹۱
همراهی: ۰۹۱۲۱۳۵۴۲۳۶
E-mail: info@ariketejarat.com
www.ariketejarat.com

بازرگانی هفت نقش

وارد کننده نوار های طلا کوب و نقره کوب
در رنگها ، طرح ها وسایزهای مختلف و
مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن



W.P.O.A



COMPACK
INKS

جاده مخصوص ، چهارراه ایرانشهر ، خیابان چیتگر جنوبی
جنب میدان دکتر حساب ، جنب خیابان گلها ، پلاک ۳۵

۰۹۱۲ - ۱۸۷۰۷۱۵

۴۴۱۹۷۰۰۳

۴۴۱۹۷۰۰۴

حامد نصرالله پور



چاپ و صحافی حبیب

۴۴۱۹۵۳۹۵ - ۴۴۱۸۰۱۰۵

پذیرش سفارشات چاپ و صحافی جلد سخت

در کوتاه ترین زمان



از دیروز تا امروز

چاپ بیش از ۶۰ عنوان کتاب نفیس ایرانشناسی
از سال ۱۳۸۰ تا کنون



- ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی ۵ رنگ 2010
- ماشین چاپ هایندلبرگ ۲ ورقی ۴ رنگ پرینت مستر
- تک رنگ هایندلبرگ و پلیت ستر ۲ ورقی حرارتی اسکرین
- سایت لیتوگرافی مجهز به دستگاه پلیت ستر اسکرین دو ورقی
- آخرین تکنولوژی روز صنعت چاپ دنیا
- حداکثر سرعت ۱۶۰۰۰ در ساعت
- سیستم رنگ پشه، رجیستر و سیستمی اتوماتیک
- مجهز به میکرو کنترل مرکزی
- شروع سریع از زمان بستن رنگ تا نمونه گیری
- رسیدن به نمونه دلخواه با کمترین زمان
- مجهز به خشک کن
- انعطاف مستقیم فایل لیتوگرافی به ماشین چاپ از طریق
- تحویل اشکاف در کیفیت کارهای چاپی

No.1, Allzadeh, Nezamieh Alley, Baharestan Sq, Tehran-Iran
Tel: +98 21 33903139 & +9821 3311 2586 • Fax: +98 33980794

تهران، میدان بهارستان، کوچه نظامیه بن بست علیزاده، پلاک ۱
تلفن: ۳۳۹۰۳۱۳۹ و ۳۳۱۱۲۵۸۶ • فکس: ۳۳۹۸۰۷۹۴

www.hadiprint.com

چاپ پیک

بیش از پنجاه سال سابقه و تجربه
چاپ کاغذ پلاست تا ۵۰۰ میکرون و مقوای ۵۰۰ گرم
۳۳۹۰۴۹۹۱، ۳۳۹۴۱۸۲۱

کاتالوگ، بروشور، کتابچه در تیراژ بالاتر از ۱۵۰ عدد
افست با قیمتی پایین تر از دیجیتال





مجموعه‌ای یکپارچه و مستحکم در

مجمع چاپ و صحافی نقشینه

سالنامه نقشینه

تولید کننده ست ارگانایزر و سالنامه بدرستی

New Collection 2017
www.naghshineco.com



خروجی روزانه ۱۰/۰۰۰ جلد سالنامه

منتخب
برندهای
گفتاور



salamenaghshine

تولید جلد ارگانایزر و جلد های خاص
فروش روکش ترمو ترک و چین و انواع جلد آماده

سهراب تهرانپارس، ابتدای جاده آبی
بعد از برج دماوند، انتهای کوچه آرمان، پلاک ۱۰۳
۷۷۸۶۵۳۹۹ ۷۷۸۶۴۹۲۶
۷۷۸۶۵۳۱۴ ۷۷۸۶۴۲۹۲