

印刷跟单 速学速通

马若丹◎著

 内含19个经典 **跟单** 案例

迅速掌握 **跟单** 技巧

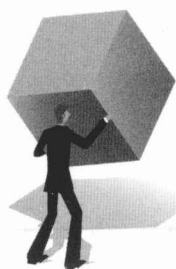


印刷工业出版社

印刷跟单 速学速通

马若丹◎著

江苏工业学院图书馆
藏书章



印刷工业出版社

内容提要

本书主要介绍了印刷跟单员应该掌握的各种专业知识,用不同的印刷品案例详细介绍了跟单的具体步骤。本书涉及的印刷品跟单实例有:书刊类印刷品、广告类印刷品、包装类印刷品以及地图、不干胶标签、卡类、艺术品类印刷品。本书在每个案例中都有案例说明(印刷品的各种参数、规格)、跟单工艺流程、阅读施工单(跟单的重要工作)、拼版图等。

本书适合印刷、包装企业跟单员和业务员自学使用,也适合作为职业院校参考教材或培训机构、企业培训的相关培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

印刷跟单速学速通/马若丹著. —北京:印刷工业出版社, 2009.7

ISBN 978-7-80000-851-1

I. 印… II. 马… III. 印刷—生产工艺 IV. TS805

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第097026号

印刷跟单速学速通

马若丹 著

责任编辑:张宇华

责任校对:郭平

责任印制:张利君

责任设计:张羽

出版发行:印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编:100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: [//shop36885379.taobao.com](http://shop36885379.taobao.com)

经 销:各地新华书店

印 刷:北京文海彩艺印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

字 数:172千字

印 张:9.625

印 数:1~3000

印 次:2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷

定 价:32.00元

I S B N : 978-7-80000-851-1

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话:010-88275707 88275602

前

言

FOREWORD

随着印刷新材料、新技术、新工艺的不断更新，印刷的工艺流程更加复杂多变，完成一件印刷产品的印刷工艺及材料的选择范围也不断扩展。近几年来，多企业合作的可能性大大增强，而不同企业的产品质量标准由于沟通的限制，经常出现误解。因此为了加强各企业间的相互沟通以及印刷各工序间的相互了解，相关工艺流程的跟单员岗位应运而生。

跟单员从某种意义上应理解为：一个流动的质量检测员。跟单员与印刷企业的QC（质量检测）员不同，QC员岗位固定，跟单员是一个比较灵活的岗位，需要随时去客户那里，与不同客户进行沟通；跟单员与印刷企业的生产管理员不同，管理员有管理权限，跟单员没有管理权限。但跟单员可以是一台摄像机，全程记录工作状态，确保质量标准和印刷产品的生产时间，是印刷企业管理者的另一只眼睛。

对工艺流程的熟悉程度以及对各工序印刷质量标准的把握，是跟单员这一岗位的必备条件。同时，跟单员也需要随时了解印刷产品的工价及相关工价计算方法，本书也列举了印刷业发达的广东地区的印刷工价及部分印刷品的计价方法。

本书在不同印刷产品跟单的案例说明里，将作者多年的跟单经验作了一些分析性阐述。部分案例的选择得到广州市艺沣包装有限公司及广州艺欣纸类包装设计有限公司的大力支持，在此表示衷心感谢。由于作者自身理解能力有限，案例的说明未能尽如人意，恳请读者帮助并批评指正。

马若丹

2009年5月于广州

CONTENTS

目 录

单元一 阅读施工单

1

- 一、客户要求及客户相关信息 4
- 二、印刷要求 9
- 三、印后加工要求 14
- 四、其他内容 21

单元二 书刊类印刷品跟单实例

24

案例一 期刊杂志类跟单实例 25

- 一、案例说明 25
- 二、跟单工艺流程 26
- 三、阅读施工单 26
- 四、拼版图 28

案例二 以文字为主的胶装书跟单实例 30

- 一、案例说明 30
- 二、跟单工艺流程 31
- 三、阅读施工单 31

案例三 以图像为主的胶装书跟单实例 38

- 一、案例说明 38
- 二、跟单工艺流程 39
- 三、阅读施工单 39

案例四 图文并茂的精装书跟单实例 45

- 一、案例说明 45
- 二、跟单工艺流程 46
- 三、阅读施工单 46
- 四、拼版 47

单元三 广告类印刷品跟单实例

54

案例五 折叠式广告宣传单张跟单实例 55

- 一、案例说明 55
- 二、跟单工艺流程 56
- 三、阅读施工单 56
- 四、拼版与印刷 57
- 五、印后加工 58

案例六 文件夹式产品宣传册跟单实例 59

- 一、案例说明 59
- 二、跟单工艺流程 60
- 三、阅读施工单 61
- 四、设计版面 62
- 五、面纸拼版 64

六、印后加工	67
--------	----

案例七 纸质礼品袋跟单实例	68
---------------	----

一、案例说明	68
--------	----

二、跟单工艺流程	69
----------	----

三、阅读施工单	69
---------	----

四、礼品袋拼版图	70
----------	----

案例八 纸质服装吊牌跟单实例	71
----------------	----

一、案例说明	71
--------	----

二、跟单工艺流程	72
----------	----

三、阅读施工单	72
---------	----

四、拼版图	73
-------	----

单元四 包装类印刷品跟单实例

75

案例九 折叠式包装印品跟单实例	76
-----------------	----

一、案例说明	76
--------	----

二、跟单工艺流程	78
----------	----

三、阅读施工单	79
---------	----

四、拼版图	81
-------	----

案例十 纸箱包装跟单实例	83
--------------	----

一、案例说明	83
--------	----

二、跟单工艺流程	84
----------	----

三、阅读施工单	86
---------	----

四、纸箱拼版图	87
案例十一 工艺品包装盒跟单实例 (1)	88
一、案例说明	88
二、跟单工艺流程	89
三、阅读施工单	91
四、普通硬盒的粘盒工艺流程	92
案例十二 工艺品包装盒跟单实例 (2)	93
一、案例说明	93
二、跟单工艺流程	94
三、阅读施工单	94
四、面纸、衬纸、围纸拼版图	96

单元五 其他印品的跟单实例

97

案例十三 地图类印品跟单实例	98
一、案例说明	98
二、跟单工艺流程	99
三、阅读施工单	101
四、拼版图	102
案例十四 不干胶标签类印品跟单实例	103
一、不干胶标签说明	103
二、跟单工艺流程	103
三、阅读施工单	108

四、拼版图	108
案例十五 卡类印品跟单实例	109
一、卡类说明	109
二、个性化卡的制作流程	109
案例十六 艺术品类印品的跟单实例	110
一、案例说明	110
二、艺术品的复制工艺流程	111
单元六 书刊案例的成本核算	112
案例十七 期刊杂志类跟单实例	113
一、案例说明	113
二、跟单工艺流程	113
三、案例成本核算	114
案例十八 以文字为主的胶装书跟单实例	116
一、案例说明	116
二、跟单工艺流程	117
三、成本核算	117
案例十九 以图像为主的胶装书跟单实例	120
一、案例说明	120
二、跟单工艺流程	121
三、成本核算	121

单元七 广东地区平版印刷单价标准参考

123

附 录

130

附录一 印刷品质检测工具及其应用	131
附录二 印刷用字单位磅与号的规格比较	138
附录三 灰纸板克重与厚度的关系	139
附录四 2009 年印刷纸价参考	142

YINSHUA GENDAN SUXUE SUTONG

单元一

阅读施工单

印刷跟单第一步就是阅读施工单。

在很多时候，我们拿到的施工单都是工作说明与一些相关数据的方式，表面上看非常简单，可是我们为什么还会经常一不小心就会出错呢？因为在简单的施工单背后有着非常多的信息是用一张施工单无法表达清楚的。这也就是我们应该了解的这个“单”应该如何“跟”的含义所在。

印刷施工单的格式多种多样，但内容都离不开三部分：

- ①客户要求；
- ②印刷要求；
- ③印后加工要求。

印刷施工单的具体内容见图 1-1。下面根据印刷品的相关要求，分别对印刷生产施工单的有关项目，以及应该关注的重点进行逐项分析。

①客户要求	印件名称			客户名称			
	印件类别		开单时间		交货时间		
	成品尺寸	mm × mm		成品数量		成品开度	开
	原稿	照片 张	透射正片 张	胶片 张	其他		
②印刷要求	项目	封面、封底	内页	护封	完成时间		
	纸张名称(克重)						
	纸张规格						
	用纸数量						
	印刷色数						
	拼版方式						
	印刷版数						
	上机尺寸						
	印刷机台						
③印后加工要求	面纸加工	☐ 烫金面积 cm × cm ☐ 压凸 cm × cm ☐ 过UV油 cm × cm ☐ 水晶油 cm × cm ☐ 模切规格 cm × cm ☐ 裱糊面积 cm × cm ☐ 过塑 ☐ 穿绳 长 cm ☐ 其他 ☐ ☐					
	内页加工	☐ 折页 手 ☐ 锁线 手 ☐ 胶装 手 ☐ 骑马订 手 ☐ 手工锁线 叠 ☐ 打孔 ☐ 模切规格 cm × cm ☐ 裱糊面积 cm × cm ☐ 穿绳 长 cm ☐ 其他 ☐ ☐					
	包装盒/箱	☐ 模切规格 cm × cm ☐ 裱糊面积 cm × cm ☐ 钉口位 (上) cm × (下) cm ☐ 粘口位 个					
	其他说明						
	包装方式						
工单发送部门	☐ 工艺管理部 ☐ 设计部 ☐ 印刷部 ☐ 印后加工部 ☐ 质检部 ☐ 仓库 ☐ 采购部						
跟单员	负责人			备注			
业务员	负责人			备注			
制单员	负责人			备注			

图 1-1 印刷施工单样式

一、客户要求及客户相关信息

从施工单的第1~4行中，我们可以对客户的类别进行一般性了解，对印刷品的要求进行定位。客户是高端客户还是一般客户，交货时间是否及时往往是客户最关心的内容。有时印刷品质的好坏在时间概念上已经不重要，因为印刷品广告宣传及包装物的特性，决定了时间就是生命，错过时间印刷品也许就是废纸一堆。

1. 印件名称

印件名称一般以印品的文字标题作为名称，例如，书名、包装盒上的包装物名称，图片没有名称或无文字的印品，也可以客户名称代替。如果同一包装文字名称相同，有大小区别，有形状区别，以及有色彩的区别，还须增加附带说明。例如，药盒“××胶囊大盒”、“××胶囊小盒”、“××胶囊红色盒”、“××胶囊黄色盒”、“××胶囊方形盒”、“××胶囊圆形盒”等。在这些问题上一旦含混不清，将给印后加工带来不便。

2. 客户名称

一般以客户的单位名称署名，例如，中国电信××分公司、中铁集团××分公司、××省党史办、××区医院、××大学等，也有以个人名称出现，如个体经营者。为工作方便，有时还需留下具体客户主要负责人的电话，以便出现不清楚具体项目要求时及时沟通。

3. 印件类别

由于近十年印刷业的蓬勃发展，印刷品的种类已达到浩如烟海的程度，从大的分支，按印刷方式分有六大类：平版印刷品、凹版印刷品、凸版印刷品、丝网印刷品、数字印刷品、特种印刷品。

- (1) 平胶印刷品 {
 - 单张纸的平版胶印印刷品
 - 卷筒纸的平版胶印印刷品
- (2) 凹胶印刷品 {
 - 塑料薄膜类印刷品
 - 铝箔印刷品
 - 纸张类印刷品
 - 纸箱类预印刷品
 - 人造革类印刷品
- (3) 凸胶印刷品 {
 - 金属版材的凸版印刷品
 - 感光树脂版的凸版印刷品
 - 柔性感光树脂版的凸版印刷品
- (4) 丝网印刷品 {
 - 小标签类不干胶印刷品
 - 有规格的丝网印刷品
 - 无规格的丝网印刷品
- (5) 数字印刷品 {
 - 大型广告喷绘印刷品
 - 无版、无压力的快速印刷品

(6) 特种印刷品。特种印刷是相对于一般印刷而言的技术术语，它包括：

- ①以包装材料为主要产品的包装装潢特种印刷；
- ②以金属材料为主的装饰版材、易拉罐类印刷；
- ③以玻璃板、玻璃器皿为承印物的玻璃印刷；
- ④以纸板、瓦楞纸板为承印物的纸箱、纸盒类印刷；
- ⑤以纺织物为承印材料的纺织品印刷；
- ⑥以不干胶类为承印材料的商标标贴类印刷；
- ⑦以电路板为承印物的电路板印刷；
- ⑧以集成电路为主要产品的集成电路印刷；
- ⑨以磁性油墨印刷的卡类磁性产品印刷；

⑩以特殊印刷原理为基础的静电植绒印刷方式、立体印刷、全息照相印刷、热转印、移印、太阳能电池印刷、有价证券等专用印刷。

综上所述,本书介绍的印刷品跟单不能在此详尽叙述每一种印刷案例,仅针对单张纸的平版胶印跟单作一个有典型且具有代表意义的分类描述。其主要按印件类别分为书刊类、广告类、包装盒类、不干胶标签类和地图类作一些跟单实例的说明。

4. 成品尺寸

这个尺寸一定是外观尺寸,如果这本书是一般的书刊,很好理解外观的长×宽×厚,一目了然,而精装书以及有护封的或外加包装盒的书,就必须加以说明,是裸书尺寸还是书壳尺寸,通常精装书的裸书尺寸应相对于书壳尺寸的三面切口处内进3~5mm(见图1-2)。因此,要有清楚的说明。如果是包装盒或箱,还要注明外径尺寸与内径尺寸。外径尺寸往往是外观成品尺寸,而内径尺寸是能否容纳物件的重要信息,两者缺一不可。

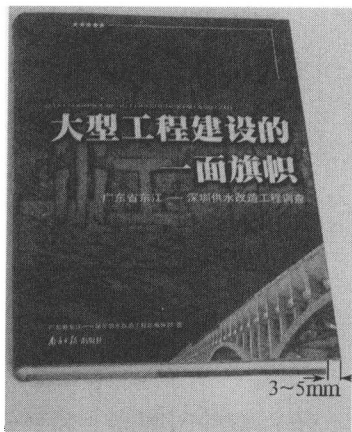


图1-2 精装书的书芯与书壳

5. 成品开度

如果是书刊,一般指装订成册后的开度。如果是广告,由于有的是单张,有的是折页,并且折页形式多样,因此通常以单件展开尺寸计算开度。如果是包装盒,则以单个包装的展开尺寸计算开度。

6. 原稿

(1) 彩色照片(也称反射原稿)根据照片质量的优劣,在印前可作一个相应的调整。当然这个调整的幅度有限,特别是外伤、折痕等

缺陷根本无法弥补。照片的清晰度还影响图片的放大倍率,如果照片清晰度较差,不能放大只能缩小。如果清晰度一般,也只能放大1倍以内。如果清晰度较高,通常也不应超过5倍的放大倍率。

(2) 透射原稿(也称底片),其中又分为正片与副片,副片又称为反转副片,反转副片在电分工作中是无法进行滚筒扫描或平台扫描的,只有通过冲洗成照片后才能进行有效扫描,因此该过程的时间要考虑进去。

(3) 透射原稿中的正片。若原稿是分辨率及信息最为丰富的图片稿件,只能通过滚筒扫描仪进行相应扫描,其他扫描器件均无法完成扫描任务。因此要注意看片时不能用手指直接接触图文部分,看完后用纸包好,其放大倍率一般较大,其倍率最好视印品的观赏距离而定,倍率太大易出现马赛克现象。

(4) 胶片。现在有许多客户是将已印前制作完毕的胶片交给印刷厂印刷及印后加工。这时要注意的几个问题是:

①成品裁剪线内的主要文字与主要画面,是否留够了安全距离5mm(见图1-3),如果不够,应对客户说明,有可能在印后加工中会有部分裁剪出去,客户能否接受?如果不能接受,则尽量在出血位的3mm处想办法借位,实在借不了位,只有重新制版。

②当文字与线条类的笔画处于多色、漏空、反白或多色套合时,其笔画的细度,能否避免印刷机本身的套印允许误差。例如,当笔画最细为0.1mm时,印机套印允许误差为0.1mm意味着两色套印的两个颜色不能叠印,而只能并列,见图1-4(b),失去套色效果;如果为三色套印,则更加无法达到套印效果。如果印刷套印允许误差只有0.05mm,则两色套印的可能是可叠印一半见图1-4(a),还存在一些套色的效果。因此,仔细检查胶片有无此类现象,以免在与客户交接时,因为印刷质量标准的不统一,而产生一些不愉快。