

<<标签技术>>

图书基本信息

书名：<<标签技术>>

13位ISBN编号：9787800009310

10位ISBN编号：7800009319

出版时间：2010-4

出版单位：印刷工业出版社有限公司

作者：《印刷技术》杂志社 编

页数：52

字数：140000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

当前,经济形势已经逐渐回暖,也许复苏之路不会平坦,但标签印刷业已经蓄势待发,准备迎接新一轮的发展。

春天是一个充满希望的季节,也是一个播种的季节。

虽然今年的春天姗姗来迟,但这丝毫没有影响到人们满怀憧憬的心情。

回顾金融危机阴霾笼罩下的2009年,中国经济实现了漂亮的“V”形反转,在全球率先回暖。

2010年一季度,国民经济回升的好势头仍在进一步发展,开局良好。

国家统计局4月15日公布的2010年一季度经济数据显示,2010年一季度GDP同比增长11.9%,略高于预测;CPI同比上涨2.2%,PPI同比上涨5.2%,其中3月当月CPI同比上涨2.4%,PPI同比上涨5.9%。

我国标签印刷业的发展也呈现出同样的态势:2009年上半年,市场趋冷,投资放缓,观望气氛浓厚;2009年5月之后,标签印刷业产值增长速度逐渐恢复稳步上升的态势,特别是进入第四季度之后,增速明显加快,标签印刷企业重拾信心,开始摩拳擦掌、跃跃欲试,准备迎接“春天”的到来。

特别需要强调的是,2009年,我国北方地区标签印刷市场表现出较强劲的发展势头,相比之下,南方标签印刷市场则增长后劲不足。

这与近几年国家促进地区协调发展和经济重心“北移”有关,对于改变长期以来我国标签印刷市场“南强北弱”局面、实现整个行业的均衡化发展非常有利。

2010年,国家将大力支持区域协调发展和经济结构调整,势必会进一步推动北方地区标签印刷市场的快速发展。

北方标签印刷企业将越来越专业,装备和技术水平越来越先进,实力也会越来越强大,产品质量也将不断提高。

毋庸置疑,北方地区将成为我国标签印刷市场新的利润增长点,特别是环渤海地区将成为兵家必争之地。

4月18日,商务部在广交会上首次发布的《危机时代中国外贸发展战略研究》中提出,到2030年我国要初步实现贸易强国的目标。

未来10年,中国货物贸易和服务贸易在内的总贸易额将达到5.3万亿美元左右,比当前增长一倍。

这一愿景被解读为中国外贸的“十年倍增”规划,它不只是总贸易额的翻番,还意味着出口产品的质量、档次、附加值等也将迈上一个新台阶。

这一美好愿景也使得国内广大标签印刷企业对未来充满了无限憧憬,特别是那些以出口业务为主的外向型标签印刷企业,更是希望能够借此“东风”寻找到更多的商机,获得更大的发展空间。

当然,要认识到的是,愿景虽美,实现却不易。

这种不易,与中国外贸的现实困境有关,与标签印刷企业在产业链中的地位也有关。

所以,标签印刷企业要未雨绸缪,积极应对和把握新趋势、新市场、新技术的挑战与机遇,由加工商转型为服务商,为客户提供增值服务,与客户实现共赢发展。

只有这样,标签印刷企业才能好风凭借力,开创新的发展局面,实现可持续增长。

<<标签技术>>

内容概要

本书共分为“权威视点”、“特别关注”、“技术看台”、“耗材天地”、“RFID专区”、“精彩推荐”、“行业速览”等部分。

其中，“权威视点”对2009年我国不干胶标签行业进行了总结和归纳。

“特别关注”是本书的重要部分，从技术和市场应用等方面介绍了我国不干胶标签的发展情况。

“耗材天地”则探讨了标签用丙烯酸酯压敏胶的特性和应用情况。

“RFID专区”通过介绍一些实际案例阐述了RFID技术与环境的关系。

<<标签技术>>

书籍目录

序 一年之计在于春权威视点 厚积薄发迎接不干胶标签行业新发展——2009年我国不干胶标签行业回眸特别关注 走向成熟的不干胶标签 从设备的发展看不干胶标签印刷技术的进步 不干胶标签模切质量影响因素及常见问题 不干胶标签的烫印艺 不干胶标签印刷小窍门 标签所至与众不同——不干胶标签在葡萄酒包装中的应用 薄膜不干胶标签为化妆品添光彩技术看台 凸印与柔印谁将成为我国标签印刷市场的赢家《标签技术》 标签组合EIJ刷T艺流程的设计要点分析 化妆品标签设计中应注意的问题耗材天地 丙烯酸酯压敏胶性能分析RFID专区 RFID技术与环境保护 精彩推荐 河出伏流风生水起——2010“太阳杯”标签印制大奖作品征集华美开篇 方正专栏 喷墨印刷技术的现状与未来 2010中国国际标签技术展览会新闻推介会在穗举行 ETI专栏 不干胶标签的新型生产方式——加拿大ETI最新在线印刷、涂布工艺剖析 扬帆起航引领标签世界新风尚——20103t利丹尼森全国巡回研讨会广州站实录 艾利丹尼森将责任进行到底——访艾利丹尼森传讯及企业事务部高级副总裁戴艾妮女士、艾利丹尼森中国标签材料部副总裁兼总经理李大刚先生 罗铁以质量托起商标铁人精品赏析 2009TLMi标签大奖赛获奖作品赏析行业速览 墨西哥标签企业协会成立 第十三届中国国际智能卡博览会将于5月在京举办 FINAT技术研讨会成功召开 中国印刷科学技术研究所开展油墨评测服务 施托克出售德国子公司 道康宁为压敏工业提供创新解决方案 美国联合携手罗特福斯全力开拓中国标签质量检测市场 艾利丹尼森捐助“希望工程” 马汀科技助力MasterLabel公司发展 2008年欧洲市场不干胶材料总需求量约为535亿平方米 2009年全球智能卡出货量达54亿枚

章节摘录

化妆品是一种快速消费品，与人们的日常生活紧密相关，特别是与人们的健康有着密切的关系。化妆品标签反映了化妆品的产品特性和功效，也是向消费者传递产品信息的重要途径之一。

因此，化妆品标签的作用十分重要。

GB5296.3-2008《消费品使用说明化妆品通用标签》已于2009年10月1日正式实施，这表示政府主管部门也十分重视对化妆品标签的监管工作。

不过，在日常工作中我们发现，许多化妆品生产企业和化妆品标签印刷企业对相关规定并不熟悉，因此也出现了不少违规情况，让企业遭受了许多原本可以避免的损失。

在此，笔者结合日常工作和GB5296.3-2008《消费品使用说明化妆品通用标签》的相关内容，简要介绍一下化妆品标签设计过程中应特别注意的问题。

1. 产品名称 化妆品名称是生产者为了区分产品种类、功效或用途，便于消费者识别、甄选商品，在化妆品销售包装上所标注的产品称谓，也是化妆品标签上最主要、最重要的信息，在某种程度上直接决定了消费者的购买行为。

化妆品的产品命名必须符合相关规定，化妆品标签上关于产品名称的常见错误有如下几种。

(1) 产品名称使用全外文。

一些化妆品在销售方面为了迎合消费者的口味，标签上的产品名称全部使用外文，或外文字体大于相应的中文字体。

(2) 产品名称不能反映产品属性。

如精华、精华素等不能表现产品的物理形态。

按规定，化妆品名称一定要能反映产品的属性，比如膏、霜、乳液、水等。

编辑推荐

厚积薄发迎接不干胶标签行业新发展——2009年不干胶标签行业回眸在全融危机阴影的笼罩下，我国不干胶标签行业走过了不同寻常的2009年。

面对需求下降和竞争加剧的双重挤压，整个行业都在积极应对加强内部管理，提高产品质量和服务水平，压缩成本，降低损耗，积蓄实力，为取得危机过后的更大发展做好准备，标签所至与众不同——不干胶标签在葡萄酒包装中的应用据统计，全球葡萄酒行业不干胶标签的使用率已由2002年的27%提升至2008年的68%，并正以每年21%的成长速度逐渐取代传统的湿胶标签。

本文从葡萄酒不干胶标签的优势、成功案例应用，以及葡萄酒不干胶标签的印刷解决方案入手，介绍不干胶标签在葡萄酒中的应用。

薄膜不干胶标签为化妆品添光彩随着人们生活水平的提高，广大消费者对化妆女品的内在品质与外在包装的要求越来越高。

标签作为化妆女品包装的一个重要组成部分.也在随着市场需求的变化而变化。

如今，薄膜不干胶标签已经成为化妆品标签中的强劲力量，尤其是在一些高档化妆品上，薄膜不干胶标签更是占据主流地位。

标签组合印刷工艺流程的设计要点分析近年来，一些高档标签都是由组合印刷来完成的。

组合印刷是柔印、凹印、凸印、网印、胶印等多种印刷工艺的集合体，因此标签组合印刷工艺流程设计涉及的事项较多，如果不能考虑周全，就会影响最终的印刷质量。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>