

حول حالنا در جشنواره چاپ

اشاره

شنیدیم که امسال، برخی امور جشنواره چاپ به دست اتحادیه چاپخانه‌داران افتاده است. می‌توان گفت یکی از اصولی‌ترین کارهایی که اداره کل چاپ و نشر تاکنون انجام داده همین واگذاری جشنواره به اتحادیه است. پی‌آمدهای چنین کاری بسیار قوی و مؤثر است و حقایق زیادی را روشن خواهد کرد. اهمیت برگزاری جشنواره چاپ توسط اتحادیه چاپخانه‌داران حتی از ابداع این جشنواره توسط اداره کل چاپ و نشر نیز بیشتر است. این نه بدان معنی است که اتحادیه جشنواره را بهتر برگزار می‌کند که البته عقل سلیم می‌گوید باید اینطور باشد. بلکه اهمیت جشنواره چاپ و تاثیر آن در رشد صنعت چاپ ایران آن قدر زیاد است که هر کس آن را به دست بگیرد شایستگی خود را در این میدان به معرض آزمون گذاشته است. نفس قضیه بسیار ارزشمند است. هر شخص یا نهاد توانایی، حق دارد قابلیت‌های خود را در هدایت امور نشان دهد. باید این فرصت به اشخاص و نهادهای داده شود. اتحادیه‌ها دولتهای کوچکی هستند که ملت‌هایشان را اعضای صنوف و حرفه‌ها تشکیل می‌دهند. پس استحقاق این را دارند که برخی امور از جمله برگزاری مسابقه در بین خود را نیز اداره کنند. البته و صد البته که اگر دولت به دلیل کم‌توجهی اتحادیه‌ها دست به چنین کاری بزند جای سپاسگزاری دارد و در آن مقطع نشانه ضعف برنامه‌ریزی اتحادیه است. اما امروز اتحادیه چاپخانه‌داران بیش از گذشته مدعی اداره امور صنف چاپ است و به حق برگزاری جشنواره چاپ را نیز در اندازه خود می‌بیند. پیش از پرداختن بیشتر به این موضوع لازم است به این نکته اشاره شود که به کاربردن واژه جشنواره در خصوص صنعت، کاری نابجا و لوس! است و انسان را به یاد بازی بچه‌ها می‌اندازد. آن چه تاکنون برگزار شده و در آینده برگزار خواهد شد هیچ شباهتی به جشن و جشنواره ندارد. متأسفانه مدیریت‌های فرهنگی کشور هر برنامه‌ای را با نام جشن و جشنواره ارائه می‌دهند. تاکنون جشنواره چاپ در دو بخش کلی برگزار شده است که عبارت بودند از مسابقه چاپ و نمایشگاه که به ارائه اطلاعات می‌پرداخت. با نگاهی به مسابقات اعم از صنعتی یا فرهنگی در تمام نقاط جهان می‌بینیم که برگزاری نمایشگاه، جزئی از برنامه‌های مسابقات، سمینارها و کنگره‌ها است. در واقع مسئولان دولتی نیز خود نیک می‌دانند که رکن اصلی این جشنواره که می‌تواند باعث پیشرفت صنعت چاپ شود



اهمیت جشنواره چاپ و تاثیر آن در رشد صنعت چاپ ایران آن قدر زیاد است که هر کس آن را به دست بگیرد شایستگی خود را در این میدان به معرض آزمون گذاشته است.

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

سال ۱۳۸۰ شماره ۳۱
صاحب امتیاز: مدیرمسئول و سردبیر
رضا نورانی
تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایتالیا،
نیش خیابان قدس، شماره ۱۲۸، طبقه دوم
صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵
تلفن: ۸۹۵۱۹۱۱ فکس: ۸۹۵۱۹۱۴
www.iranpack.org
info@iranpack.org
امور مشترکین: ۷۵۲۲۶۴۴
پذیرش آگهی: ۰۹۱۱۲۱۴۰۴۱۳ امامی
نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۰۳۱۱-۲۵۷۵۱۷
دفتر مشهد: ۰۵۱۱-۶۰۶۲۰۵۶
دفتر فروش رشت: تلفکس: ۰۱۳۱-۸۲۴۰۰۱-۲
مترجم مقالات انگلیسی: هومان خسروی
روابط عمومی: قباد نظری
اسکن: ماهنامه چاپ و بسته‌بندی
فیلم متن: لیتوگرافی آرا
چاپ: چاپ شادرنگ / صحافی: نصر

طرح روی جلد:

برش انواع فیلمهای چسبدار و بدون چسب
دوخت و تولید کیسه‌های پلاستیکی
لمینیت انواع فیلمهای پلیمری و غیر پلیمری
دفتر: تهران / ولی عصر / بالاتر از میرداماد / فرزانه غربی
شماره ۳۳-۳۴ / طبقه ۳ / واحد ۱
تلفن: ۰۱۴-۸۸۷۰۱۱۰ فکس: ۸۸۷۰۱۱۵
کارخانه: ۰۴-۳۳۰۰۰۰۰۰ (۰۲۶۶۹)

بسیار شفاف پوشش
تولیدکننده فیلمهای پلیمری تک لایه و چند لایه
تا عرض ۱۷۰۰ میلی‌متر
چاپ فلکسوگرافی سیلندر مرکزی شش‌رنگ
تا عرض ۱۷۰۰ میلی‌متر

- اشاره (حول حالنا در جشنواره چاپ) ۱
- چطور یک پروژه چاپی را ارزیابی کنیم (بخش اول) ۳
- تاریخچه بسته‌بندی (بخش آخر) ۴
- یک رویداد تاریخی در سکوت ۵
- نتایج مسابقه Ameri Star ۶
- مسابقه بزرگ بسته‌بندی Ameri Star ۱۱
- رنگ (بخش آخر) ۱۲
- نگاهی دوباره به چاپ بالشتکی (بخش اول) ۱۴
- نمای سه ساله ماهنامه چاپ و بسته‌بندی ۱۸
- بازدید کارآموزان (دوره مدیریت پروژه) ۲۷
- یک نشان بین المللی جدید برای پلاستیک های تجزیه شونده در طبیعت ۲۷
- نشریات رسیده به دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی ۲۸

به راستی آیا برداشتن نام جشنواره و گذاشتن نامی جدی تر مانند «مسابقه سراسری صنعت چاپ ایران» یا «برترین های چاپ ایران» مسئولیت ما را در برنامه ریزی و برگزاری چنین کاری سنگین تر نمی کند؟

اتحادیه در برگزاری چنین حرکت هایی ناتوان جلوه کند به طوری مؤثر زیر سؤال می رود، زیرا نقش و جایگاه اتحادیه هرگز مانند نقش دولت نیست که بتوان از ضعف های آن به سادگی گذشت. مدیران دولتی و حتی وزرا انتخاب مستقیم مردم نیستند و به راحتی نیز نمی توان آنها را بازخواست کرد، اما مدیران اتحادیه انتخاب مستقیم اعضا و مورد بازخواست مستقیم آنها هستند. برگزاری مسابقه صنعت چاپ توسط اتحادیه اتفاقی مبارک است که مسئولیت و دخالت دولت را کمتر و اتحادیه را در کوران معادلات تخصصی و صنفی، ورزیده تر و باتجربه تر می کند. باید امیدوار باشیم که این تغییر و تحول، استجابت دعای «حول حالنا الی احسن الحال» باشد.

خواهیم برد. دولت در هیچ جای دنیا نمی تواند متولی یک مسابقه تخصصی باشد. به خصوص اگر این مسابقه بین اعضای یک صنف برگزار شود نه میان اقشار مردم. همه می دانیم که این کار خوب و ارزشمند را با هر نامی که باشد دولت شروع کرد. اما امروز آن کار خوب با اتفاقی مبارک به دست اتحادیه افتاده است. کمترین انتظار این است که یک قدم به جلو برویم. اگر مسابقه امسال همانند سال های گذشته باشد که خود عین ضرر است زیرا در این تغییر و

همان مسابقه است. چرا که اگر نمایشگاهی از آثار برگزیده چاپ کشور در هر سال بخواهیم برگزار کنیم باید پیش از آن مسابقه ای برگزار شود و خوب است که پس از آن هم جایزه ای داده شود. بنابر این رکن اصلی، مسابقه است و نه یک مسابقه فرهنگی که یک مسابقه صنفی و صنعتی با تمام تاثیرات مثبت و منفی آن بر صنعت چاپ کشور. اطلاق واژه جشنواره به چنین حرکت جدی و مهمی آن را تا حد یک بازی یا تعارف پائین آورده و از جدیت آن می کاهد. این گفتار نه به قصد پائین آوردن ارزش کار برگزارکنندگان جشنواره در سال های گذشته می آید، بلکه به نیت نمایاندن ارزش های این کار حتی بیش از آن چه که ابداع کنندگان در نظر داشتند است. به راستی آیا برداشتن نام جشنواره و گذاشتن نامی جدی تر مانند «مسابقه سراسری صنعت چاپ ایران» یا «برترین های چاپ ایران» مسئولیت ما را در برنامه ریزی و برگزاری چنین کاری سنگین تر نمی کند؟ به قول بعضی ها، کار باید مردانه باشد. شوخی یا تعارفی در کار نیست. این جشنواره همان مسابقه «برترین های چاپ ایران» است ولی چنین نامی پیش از هر چیز لرزه بر اندام برگزارکننده آن می اندازد که میباید در انتخاب برترین ها اشتباهی رخ دهد. نام «جشنواره» حجابی است که جلوه چنین حرکت بزرگ و مهمی را مکدر می کند. وقتی بپذیریم که نقش برگزاری مسابقه چاپ یا نمایشگاهی از برگزیده آثار چاپی کشور چقدر در رشد این صنعت و ایجاد حس رقابت و رشد در صنف مؤثر است و این نقش در پس نام «جشنواره» چقدر بی رنگ شده، آن وقت به اهمیت برگزاری آن توسط دولت یا اتحادیه نیز پی

گوشه ای از مهربانی های شما در آغاز سال نو



تحول هزینه هایی نیز برای سازمان صرف شده است و اگر ضعیفتر که ...
 برگزاری مسابقات فنی در صنایع یکی از ابزار رشد و ایجاد انگیزه در دست اندکاران صنایع است. چنین حرکتی در صورت برنامه ریزی صحیح تاثیرات مثبت ملی نیز در بر دارد. به همین دلیل متولیان صنایع در کشورهای پیشرفته اعم از اتحادیه ها، مؤسسات تحقیقاتی و آموزشی و نشریات تخصصی با جدیت این موضوع را دنبال می کنند. در این راستا انتقال تولیت مسابقه چاپ از دولت به اتحادیه، بار سنگینی را از دوش دولت برمی دارد و باری سنگین تر بر دوش اتحادیه می گذارد. زیرا دولت در هر حال بهانه ای تحت عنوان عدم ارتباط مستمر و مستقیم با صنف را دارد، اما اتحادیه نمی تواند ادعا کند که از احوال صنف و پیشرفت های صنعت بی خبر است. اگر

مدیران اتحادیه انتخاب مستقیم اعضا و مورد بازخواست مستقیم آنها هستند. برگزاری مسابقه صنعت چاپ توسط اتحادیه اتفاقی مبارک است که مسئولیت و دخالت دولت را کمتر و اتحادیه را در کوران معادلات تخصصی و صنفی، ورزیده تر و باتجربه تر می کند.

ارزیابی کنیم؟ جایی را چاپ یک پروژه چطور

در مورد تصاویر خود بحث کنید. ببینید چگونه می‌توانید به بهترین شکل به اثر مورد نظر خود برسید و یا این که در گذرگاه ایده شما از فیلم یا فایل دیجیتالی تا تصویر چاپ شده روی کاغذ چه موانع و محدودیت‌های وجود دارد؟

از نظر وضوح جزئیات تصویر (Resolution)، ابعاد فن‌آوری ساخت فیلم و این که فیلم چگونه فرم چاپی را بسازد نیز باید به‌طور کامل تبادل نظر شود. همچنین بررسی کنید که چاپ‌کننده آثار شما چه روش یا روش‌هایی را برای نزدیک شدن هر چه بیشتر به ایده اولیه شما انتخاب کرده است.

عوامل متعددی بر تصویر نهایی و چگونگی نمایش کار شما تأثیر دارند. در ادامه برخی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کیفیت چاپ آورده شده است. البته از آنجا که هر پروژه چاپی ویژگی خاص خود را دارد، لزوم برقراری جلسات بحث و تبادل نظر با چاپ‌کننده را یادآور می‌شویم.

نسخه اصلی (اولیه) Original

آن چه که برای آغاز عملیات چاپ در اختیار چاپ‌کننده قرار می‌دهید بر محصول نهایی که به دستتان می‌رسد تأثیر فراوانی دارد.

متغیرهای موجود در نمونه اولیه مانند توازن رنگ‌ها (Colour balance)، نوردهی (Exposure)، دانه‌بندی (Grain)، تیزی و وضوح تصویر (Sharpness)، جزئیات (Detail)، اندازه تصویر اصلی و تصویر چاپ شده، نوع ماده حساس (Emulsion) مورد استفاده در ساخت فیلم و میزان اشباع رنگ (Colour Saturation) بر کیفیت چاپ اثر خواهند داشت.

فیلم‌های مورد استفاده در چاپ نیز نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. برخی از این فیلم‌ها دامنه‌های بیشتری از تن‌های تیره و روشن را در خود ثبت می‌کنند.

چاپ رنگی به خودی خود ترکیبی از چند هافتن است که باعث تراکم بیشتر ترام‌ها می‌شود و جالب این که تراکم بیشتر ترام‌ها سایه‌روشن‌ها را نرم‌تر نشان می‌دهد. تصاویری که به صورت دیجیتالی ساخته می‌شوند از نظر جزئیات و رزولوشن بسیار متنوع هستند. ادامه در صفحه ۲۹

راهنمایی برای ناظران و سفارش‌دهندگان آثار چاپی

به نقل از نشریه Idea Exchange از بلژیک

بخش نخست

آن چه می‌خوانید روشی است صحیح و تجربه‌شده برای کنترل مراحل چاپ. بیان ساده و روان نویسنده باعث شده تا درک مفاهیم پیچیده چاپ حتی برای افرادی که تاکنون با چاپ سر و کاری نداشته‌اند آسان باشد. ماهنامه چاپ و بسته‌بندی با ترجمه و چاپ این مطلب سعی دارد آن بخش از مخاطبان خود را که به نوعی با چاپ سر و کار داشته و یا خواهند داشت با چند و چون خلق یک اثر چاپی و پیچیدگی‌های آن آشنا کند. همچنین مطالعه این بخش به دلیل روش ساده آن در توضیح نکات فنی چاپ برای مدرسان و ناظران با تجربه چاپ نیز خالی از لطف نخواهد بود.

مقدمه

زبان تصاویر برای افراد عادی و یا کسانی که با صنعت چاپ بیگانه هستند نامفهوم است. اما برای افرادی که دست‌اندرکار چاپ و حرفه‌های وابسته هستند هر تصویر زبان و مفهوم خاص خود را دارد. تصویر چاپ‌شده در واقع واسطه‌ای برای انتقال طرح و ایده طراح و هنرمند به مخاطب است. ایده و ذهنیت طراح با هر سایه، کنتراست و جزئیات (یا عدم وجود جزئیات) در ارتباط هستند و تغییر می‌کنند و در نهایت کل این مجموعه در قالب یک تصویر به مخاطب منتقل می‌شود.

ایده‌ها در ابتدا در ذهن ما شکل می‌گیرند. سپس توسط انجام عملیات دستی یا کامپیوتری روی فیلم یا صفحه مونیور کامپیوتر به وجود می‌آیند. پس از پردازش و چاپ تصاویر، این پیام یا تصویر روی کاغذ به دست مخاطب یا مصرف‌کننده می‌رسد. در واقع در این مسیر از امواج ذهنی طراح تا چاپ و پایان کار،

ایده‌ها و طرح‌ها به واقعیت تبدیل می‌شوند. بنابر این منطقی به نظر می‌رسد اگر بگوییم، مسیر تبدیل یک ایده به واقعیت هر قدر بیشتر تحت کنترل باشد، ایده‌ها و طرح‌ها دقیق‌تر و واقعی‌تر به نظر خواهند رسید.

صنعت چاپ زبان ارتباطی خاص خود را دارد. فرآیند چاپ نیازمند خواندن و درک کامل تصویر و یادگیری روش‌های برقراری این ارتباط است تا دیگران نیز آنچه را که شما می‌بینید مشاهده کنند.



نخستین مرحله در چاپ هر نوع پروژه چاپی، برقراری ارتباط نزدیک با چاپ‌کننده آثار شماست. بهتر است زمانی را به بحث و تبادل نظر در مورد موضوعات مهم مانند نقطه‌نظرهای خاص خود، بودجه در نظر گرفته‌شده برای کار و محدودیت‌های موجود اختصاص دهید. همچنین اطمینان حاصل کنید که در مورد موضوعات مبهم و پیچیده، به اندازه کافی توضیح داده‌اید. از جمله این نکات که ممکن است باعث برخی پیچیدگی‌ها شود می‌توان به دید خاص شما به موضوع اشاره کرد و یا این که در نظر دارید کار نهایی چگونه باشد یا در دست مشتری چگونه به نظر رسد.



تصاویر بالا؛ اسلاید ۳۵ میلیمتری، تصویر دیجیتال، پرینت رنگی و عکس رنگی، همگی یک موضوع واحد هستند.

تاریخچه بسته‌بندی

بخش دوم

تهیه کننده: گروه کارشناسی بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه

جدول تاریخچه بسته‌بندی در چهار موضوع: (کاغذ و محصولات کاغذی)، (شیشه)، (فلزات) و (پلاستیک)

- ۸۰۰۰ پیش از میلاد / بافته‌های علفی که بعد به لباس تبدیل شدند (کاغذ و محصولات کاغذی). کوزه‌های گل خام و ظروف شیشه‌ای خشن (شیشه)
- ۱۵۰۰ پیش از میلاد / قرار دادن گوشت حیوانات داخل برگ نخل برای پیشگیری از فساد (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۲۰۰ پیش از میلاد / تهیه شده از پوست درخت توت (کاغذ و محصولات کاغذی). کوزه‌های گلی و بطری عطر و ترشی (شیشه)
- عصر یونان و روم / بشکه، صندوق و جعبه چوبی (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۷۵۰ میلادی / کاغذسازی به خاورمیانه و سپس به ایتالیا و آلمان می‌رسد (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۸۶۸ / اولین شواهد چاپ نزد چین‌ها (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۱۲۰۰ / کاغذسازی به اسپانیا و سپس به فرانسه و در ۱۳۱۰ به انگلستان می‌رسد (کاغذ و محصولات کاغذی). آهن با پوشش قلع در پوهمها آلمان تهیه می‌شود (فلزات)
- ۱۵۰۰ / هنر برجسبزی به وجود می‌آید و کیسه‌های کنفی توسعه می‌یابند (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۱۵۵۰ / قدیمی‌ترین لفاف چاپ شده از آندرئاس برناردت آلمانی (کاغذ و محصولات کاغذی)
- ۱۷۰۰ / کاغذ سازی در آمریکا (کاغذ و محصولات کاغذی). اولین نوشابه گازدار بخاطر دسترسی به بطری محکم و چوب پنبه تهیه گردید (شیشه)
- ۱۸۰۰ / جاکوب شوئب تولیدکننده آب معدنی شوئپس در بریستول شروع به کار کرد و ژانت کیلر آزاداندی اسکاتلند اولین مربای مارمالاد را در ظروف شیشه‌ای فروخت (شیشه). ظروف حلبی دست‌ساز برای مواد غذایی خشک تهیه شد (فلزات)
- ۱۸۱۰ / پیتر دوراند ظروف درز جوش استوانه‌ای را ساخت (فلزات)
- ۱۸۲۵ / دارو فروشان انگلیس مقررات برجسبزی مواد سمی را وضع نمودند (کاغذ و محصولات کاغذی). آلومینیوم از سنگ معدن تهیه شد (فلزات)
- ۱۸۴۱ / جعبه‌های مقوایی برش خورده و با دست تا زده شدند، درپوش پیچی ابداع گردید (کاغذ و محصولات کاغذی). لوله‌های استوانه‌ای انعطاف‌پذیر برای اولین بار برای رنگ نقاشی ساخته شدند (فلزات)
- ۱۸۹۰ / کارتهای چاپ شده عرضه شدند و درپوش Crown در ۱۸۹۲ ثبت شد (کاغذ و محصولات کاغذی). اولین بطری شیر عرضه شد پستی و کوکا در بطری شیشه‌ای عرضه شدند (شیشه)
- ۱۹۰۰ / پاکتهای بیسکویت جایگزین ظروف فلزی می‌گردد. کلاگز به بازار می‌آید (کاغذ و محصولات کاغذی). مایونز در بطری در ۱۹۰۷ به بازار عرضه شد (شیشه). برای پوشش ظروف Masen از آلومینیوم استفاده شد (فلزات)
- ۱۹۰۵ / ظروف مقوایی چند لایه و ماریچ‌دار و بشکه‌های الیافی برای پنیر عرضه شد (کاغذ و محصولات کاغذی). اولین بشکه‌های فلزی نفت برای شرکت استاندارد اویل (Exxon) فعلی بجای بشکه‌های چوبی (فلزات)
- ۱۹۰۹ / صندوق با تسمه‌های فلزی برای حمل کالاهای فله (کاغذ و محصولات کاغذی). سلولز استات برای عکاسی تهیه شد و اولین ماشین فیلمسازی در سوییس ساخته شد (پلاستیک)
- ۱۹۰۰-۳۰ / شیشه‌های عطر توسعه یافتند (شیشه). زورقهای فلزی یا برای بسته‌بندی آب نبات در آمریکا بمصرف رسید (فلزات)
- ۱۹۲۴ / یونایتد رابریز اولین لبنیاتی انگلستان بود که شیر را در بطری عرضه نمود (شیشه). شرکت دوپونت اولین سلوفان را در نیویورک تهیه کرد (پلاستیک)
- ۱۹۲۷ / PVC به بازار عرضه شده دو پونت در پوشش‌های گرانیقیمت پلاستیکی که توسط انگلیس ابداع شده بود برای کالاهای لوکس و تجملی خرید و امتیاز فروش آن در اروپا به ICI واگذار گردید این امر منجر به تولید PET در ۱۲ سال بعد گردید (پلاستیک)
- ۱۹۲۸ / صنایع تولید شیر خشک بچه محصولات خود را در ظروف شیشه‌ای عرضه می‌کند (شیشه)
- ۱۹۳۳ / ICI پلی اتیلن را تولید میکند و آلمان به پلی استایرن دست می‌یابد دوپونت نایلون می‌سازد (پلاستیک)
- ۱۹۴۰ / قوطی اسپری برای گرد د.د.ت ساخته می‌شود (فلزات). نوعی پلی اتیلن برای بسته‌بندی قرص mepacrin در جنگ دوم جهانی ساخته و در ۱۹۴۶ روشهای جدید ساخت پلاستیک و در ۱۹۴۹ اولین کیسه استوانه با روش تزریق ساخته شد (پلاستیک)
- ۱۹۴۷ / ساخت نوعی محفظه فشردنی برای دئودورانت Stoppette (پلاستیک)
- ۱۹۴۸ / برای اولین بار از ورق نازک پلاستیک برای گوشت ماکیان و نگهداری در دمای زیر صفر استفاده گردید (پلاستیک)
- ۱۹۵۰ / برای اولین بار زورق آلومینیوم برای بسته‌بندی استفاده گردید (فلزات). شرکت فلیپس ریترولیوم و استاندارد اویل (اگزان) ماده HDPE را تهیه کردند پلی کرناتها توسط شرکتهای جنرال الکتریک و بایر آلمان ساخته شدند (پلاستیک)
- ۱۹۵۹ / اولین بار قوطی آلومینیومی به بازار عرضه شد (فلزات). در ایتالیا زورق پلاستیکی از جنس پلی پروپیلن ابداع گردید (پلاستیک)
- دهه ۱۹۶۰ / از LDPE (پلی اتیلن کم غلظت) در ساخت کیسه‌های کود شیمیایی استفاده شد (پلاستیک)
- ۱۹۷۳ / روش پوشش لافاف پلاستیکی در سوئد بکار گرفته شد (پلاستیک)
- ۱۹۷۷ / شیشه تنها برای بسته‌بندی کالای گرانیقیمت بار دیگر بکار می‌رود (شیشه). ماده PET بعنوان ماده اصلی در تهیه بطری نوشابه‌های گازدار بکار برده می‌شود (پلاستیک)
- ۱۹۸۰ / کاهش ضخامت جداره فلزی و ارائه قوطی دو تکه و کاربرد مجدد ظروف حلبی جهت جلب توجه مشتریان سنت‌گرا (فلزات). از PET در بسته‌بندی مواد غذایی که گرم بسته‌بندی می‌شوند (مربا) استفاده گردیده از محفظه چند لایه و غیر قابل نفوذ استفاده‌های وسیعتری صورت می‌پذیرد Gay La Rocne ماده PET را در بسته‌بندی عطر بکار می‌برد (پلاستیک)
- دهه ۱۹۹۰ / افزایش کاربرد به دلیل عدم وارد شدن زیان به محیط زیست (کاغذ و محصولات کاغذی). به دلیل قابلیت بازیابی مجدد توجه بیشتری به شیشه معطوف شده است (شیشه). افزایش کاربرد مواد پلاستیکی قابل تجزیه توسط باکتریها (پلاستیک)

یک رویداد تاریخی! در سکوت



نفرمیدند و نکردند و نداشتند یا نخواستند. زینکهای این پروژه چاپی که سرفصل حرکتی نوین در صنعت چاپ ایران است در گوشه چاپخانه خاک می خورد و شماره ۲۹ ماهنامه چاپ و بسته بندی نیز به تاریخ پیوست... این رویداد تاریخی صنعت چاپ ایران در سکوت برگزار شد و شاید سالها بعد که کسی بخواهد تاریخ چاپ ایران را بنویسد نداند که اولین اثر چاپی ایران به روش

CTP در دی ماه ۱۳۷۹ به چاپ رسید و بسیاری از مردم آن را دیدند.



چاپخانه شادرنگ / دی ماه ۱۳۷۹ / ساعت ۴ صبح

نورایی (سر دبیر مجله چاپ و بسته بندی)، معانی (مدیر فنی چاپ شادرنگ) و رجبی (مدیر فنی شرکت روناک) در حال آخرین بررسی ها روی نمونه چاپ شده.

خیلی سریع اتفاق افتاد. بی مقدمه، بی سروصدا و در پیش چشمان بسته متولیان صنعت چاپ کشور. یک رویداد تاریخی در صنعت چاپ ایران. از درو پای ۹۵ زمزمه چاپ دیجیتال و ابزار مختلف آن از جمله CTP یا کامپیوتر به زینک نقل همه مجالس چاپ بود. درو پای ۲۰۰۰ بحث CTP را به اوج خود رساند. در ایران نیز مانند تمام دنیا صحبت از CTP و ویژگی های آن است. چه متخصصانی که در مصاحبه ها و میزگردها و سخنرانی ها در این رابطه داد سخن ندادند و چه بحثهایی داغی که بر سر لزوم یا عدم لزوم آن در صنعت چاپ ایران در نگرفت. حتی مدیران بلندپایه کشور نیز در این زمینه اظهار نظرهایی کردند. در سمینارهای پرهزینه، CTP را در مغز ما حک کردند و همه منتظر ماندند تا دستگاه CTP روشن شود. غافل از این که بی هیاهو و بی مقدمه در بعد از ظهری از روزهای آخر دی ماه ۱۳۷۹ در کشاکشی جذاب و به یاد ماندنی با کامپیوترهایمان نخستین کار جدی و تمام عیار ایرانی بر روی زینک دیجیتال رفت... صفحات رنگی و پس از آن صفحات سیاه و سفید شماره ۲۹ مجله چاپ و بسته بندی یکی پس از دیگری از کامپیوتر خارج و به لیتوگرافی آرا ارسال شدند. در محیطی دوستانه و دانشجویی (به معنی واقعی کلمه) ما بودیم و کامپیوترها و... یک دستگاه پلیت ستر با تمام وسائل آن. باورمان نمی شد که تصاویر و نوشته ها به همین راحتی بر روی زینک بیابند. نخستین پروژه تمام عیار چاپی به وسیله CTP انجام شد. زینکها یکی پس از دیگری از پروسور بیرون می آمدند. ما با ناباوری به فونتهای فارسی و تصاویر روی زینک نگاه می کردیم و به راستی در جستجوی خطاها و نقصها بودیم. اما نه، همه چیز صحیح بود. درست مانند آنچه در کامپیوتر تعریف کرده بودیم. آری CTP انجام شد. نخستین مجله که تمام صفحات آن اعم از رنگی و سیاه و سفید با روش CTP تهیه شد. در جمع کوچک خود این موفقیت را تبریک گفتیم و به انتظار بخش اصلی کار نشستیم. چاپ. تولیدکنندگان ابزار CTP همه بر این عقیده اند که جلوه قابلیت های CTP به کیفیت کار چاپخانه بستگی دارد. زینکها راهی چاپخانه شدند... زمان چاپ فرا رسید. زینکها اندکی بزرگتر از اندازه ماشین چاپ ما بودند. زینکها اصلاح شدند. تنظیم آب و الکل کاری



بسته‌بندی‌های برتر در مسابقه AmeriStar2000

مسابقه AmeriStar هر سال توسط انستیتو حرفه‌ای‌های بسته‌بندی (IOPP) برگزار می‌شود. شرکت‌کنندگان این مسابقه را بسته‌بندی‌های گوناگون تشکیل می‌دهند. میزان موفقیت، رعایت مسایل زیست محیطی و در کل قدرت بسته‌بندی ملای تعیین بسته‌بندی‌های برتر در این مسابقه می‌باشد. مسابقه سال ۲۰۰۰ نیز همانند سال‌های گذشته برگزار شد و بسته‌بندی‌های برتر در ده دسته انتخاب شدند. ده بخش موجود در مسابقه عبارتند از:

- ۱- بسته‌بندی مواد غذایی
- ۲- بسته‌بندی نوشیدنی‌ها
- ۳- بسته‌بندی لوازم پزشکی
- ۴- بسته‌بندی مواد دارویی

بهترین بسته‌بندی در این بخش نوعی بسته‌بندی خوراک پاستا (ماکارونی) آماده با نام "Pasta Anytime" است که به سرعت آماده می‌شود. بسته به سادگی باز می‌شود و غذا نیز تنها در سه دقیقه در فرهای میکروویو آماده می‌شود. این محصول با چهار طعم گوناگون عرضه می‌شود.



بسته‌بندی خوراک پاستا (ماکارونی) آماده با نام "Its Pasta Anytime"

برنده دیگر بخش بسته‌بندی مواد غذایی بطری پلاستیکی شکلات مایع با نام تجاری Hershey Moolenium است. این بطری ۴۸ اونس طرح فانتزی یک گاو از جلو و پشت می‌باشد و از نظر شکل و قالب و ظرفیت دقیق ۴۸ اونسی منحصر به فرد است.



بطری پلاستیکی شکلات مایع با نام تجاری "Hershey Moolenium"

AmeriStar2000 AmeriStar2000

۵- بسته‌بندی لوازم آرایشی و بهداشتی
۶- بسته‌بندی‌های خاص
۷- بسته‌بندی لوازم الکترونیکی
۸- بسته‌بندی کالاهای صنعتی
۹- بسته‌بندی سایر کالاها
شایان ذکر است بسته‌بندی‌های برتر در دو رتبه بهترین بسته‌بندی و برنده جایزه معرفی شدند. در برخی رشته‌ها هر دو رتبه تعیین شد اما در برخی دیگر داوران تنها بهترین بسته‌بندی را انتخاب کردند و هیچ یک از بسته‌بندی‌ها را شایسته بردن جایزه ندانستند. اکنون مختصری در مورد بسته‌بندی‌های برنده جایزه و بهترین بسته‌بندی انتخاب شده در هر بخش خواهیم گفت.

برنده جایزه این بخش ظرف دهانه گشاد سس راگو از جنس PET گرم بود. این بسته‌بندی نسل جدید بسته‌بندی سس ماکارونی است که بسیار سبک بوده و به راحتی در دست جای می‌گیرد. طراحی این بسته‌بندی رنگ و بوی سنتی دارد و ظروف سس شیشه‌ای قدیمی را به خاطر می‌آورد.



ظرف دهانه گشاد سس راگو از جنس PET گرم

یکی دیگر از برندگان این بخش ظرف PET دهانه گشاد برای بسته‌بندی ژله است. این ظرف با شکل منحصر به فرد خود انقلابی در بسته‌بندی ژله به وجود آورده است. محل قرارگیری لیبل دور ظرف به گونه‌ای در نظر گرفته شده که اگر ظرف را در دست بگیریم، لیبل به سمت بیرون و در معرض دید قرار می‌گیرد.



ظرف PET دهانه گشاد برای بسته‌بندی ژله

آرد بسته‌بندی شده در کیسه‌های با قابلیت سیل مجدد یکی دیگر از برندگان این بخش بود. تجهیزات و بخش مربوط به درب‌بندی و سیل کردن در این کیسه به گونه‌ای طراحی شده که پس از هر بار مصرف درب کیسه بسته می‌شود و محصول تازه می‌ماند.

برنده جایزه بخش مواد غذایی

ماست بسته‌بندی شده در ساچت یکی دیگر از برندگان جایزه بخش بسته‌بندی مواد غذایی بود. نوآوری در بسته‌بندی ماست به صورت تک نفره با استقبال بسیار خوب مشتریان روبرو شده و این محصول را در ردیف پرفروش‌های بازار قرار داده است.



ماست بسته‌بندی شده در ساچت

بهترین بسته‌بندی بخش نوشیدنی‌ها

بهترین بسته‌بندی بخش نوشیدنی‌ها قوطی آبجو ساخت شرکت Killian است. این قوطی نخستین قوطی فلزی آبجوست که به روش شرینگ لیبیل زنی شده است. فیلم لیبیل از جنس BOPP شفاف انتخاب شده و توسط پیشرفته‌ترین فن آوری رول شرینگ روی قوطی کشیده شده است.



قوطی آبجو ساخت شرکت Killian

برنده جایزه بخش مواد غذایی

غذای آماده "Wornick" یکی دیگر از برندگان این بخش بود. غذای آماده از مواد غذایی تازه‌ای که درون ظرف بسته‌بندی می‌شوند و سپس تحت شرایط خاص پخته می‌شوند، ساخته می‌شود. بسته‌بندی جالب این محصولات با خواص حفاظتی بالا از ورود هر نوع آلودگی میکروبی و تغییر طعم یا فاسدشدن غذا جلوگیری می‌کند.



غذای آماده "Wornick"

AmeriStar2000 AmeriStar2000

برنده جایزه بخش مواد غذایی

آرد بسته‌بندی شده در کیسه‌های با قابلیت سیل مجدد یکی دیگر از برندگان این بخش بود. تجهیزات و بخش مربوط به درب‌بندی و سیل کردن در این کیسه به گونه‌ای طراحی شده که پس از هر بار مصرف درب کیسه بسته می‌شود و محصول تازه می‌ماند. اما نکته جالب توجه در این کیسه حالت قرارگیری نوار درب‌بندی پس از بازشدن است که لبه‌های این نوار جدا باقی می‌ماند و قاشق یا ملاقه به راحتی وارد کیسه می‌شود.



آرد بسته‌بندی شده در کیسه‌های با قابلیت سیل مجدد

برنده جایزه بخش مواد غذایی

جعبه مقوایی غلات صبحانه با مارک "Kplus" یکی دیگر از برنده‌های بخش بسته‌بندی مواد غذایی بود. شرکت سازنده این محصول برای نخستین بار غلات صبحانه را در جعبه‌های مخصوص بسته‌بندی شیر به بازار عرضه کرده است. ویژگی جالب دیگر این بسته‌بندی گیره "U" شکل درب جعبه است که به منظور بسته نگاه داشتن جعبه پس از بازکردن استفاده می‌شود.



جعبه مقوایی غلات صبحانه با مارک "Kplus"

برنده جایزه بخش مواد غذایی

یکی دیگر از بسته‌بندی برنده بخش بسته‌بندی مواد غذایی، بسته‌بندی کلوچه‌های یونانی است. این بسته علاوه بر حفاظت محصول از ضربه یا خردشدن، دارای سیل درب‌بندی از جنس فیلم شفاف بوده و درون بسته به خوبی قابل مشاهده است. علاوه بر این درب پلاستیکی اضافی پس از بازکردن بسته‌بندی، محصول را تازه نگه می‌دارد.



بسته‌بندی کلوچه‌های یونانی

**بهترین بسته بندی
بخش مواد آرایشی و بهداشتی**

بهترین بسته بندی این بخش مربوط به لوسیونی به نام Artistry است که در آن به گونه ای جدید از ترکیب فلز، شیشه و پلاستیک استفاده شده است. قطعات مختلف به گونه ای در کنار یکدیگر قرار گرفته اند که در نظر اول تفاوتی آشکار نمی شود.

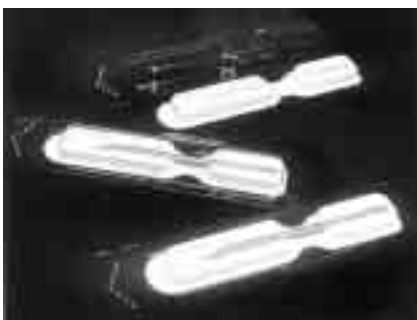


بسته بندی لوسیون با نام Artistry

بهترین بسته بندی در بخش دارو، بسته بندی دارویی شرکت Rexall شناخته شد. لیبیل این بسته بندی به گونه ای طراحی شده که فضای حدود ۷۵ درصد بیشتر از فضای دور ظرف در اختیار تولیدکننده قرار می دهد تا توضیحات مورد نظر خود را در آن بگنجاند.

**برنده جایزه
بخش وسایل پزشکی**

یکی دیگر از بسته بندی های برنده این بخش، بسته بندی چاقوی ویژه جراحی قرنیه چشم است که به گونه ای طراحی شده که در اتاق عمل به سادگی و بدون خطر آسیب رساندن به دست متصدی و همچنین بدون آلودگی باز می شود. جنس فیلم مورد استفاده به گونه ای انتخاب شده که استریل بودن محصول تا لحظه باز شدن حفظ شود.



بسته بندی چاقوی ویژه جراحی قرنیه چشم

**بهترین بسته بندی
بخش وسایل پزشکی**

بهترین بسته بندی این بخش نوعی بسته بندی ویژه نوارهای ساقبند می باشد که علاوه بر حفاظت محصول از آلودگی های محیط بسیار آسان باز می شود.



بسته بندی ویژه نوارهای ساق بند

AmeriStar2000 AmeriStar2000

**بهترین بسته بندی
بخش سایر کالاها**

بهترین بسته بندی این بخش، بسته بندی ضربه گیر ویژه کارت ریج چاپگرهای کامپیوتر است. در این بسته بندی از هوای فشرده به عنوان ضربه گیر استفاده شده است. طراحی جالب و منحصر به فرد چهار بالشتک هوا به عنوان ضربه گیر مزایای بسیاری دارد. از جمله می توان به ضریب محافظت بالا، سادگی استفاده، کاهش حجم مواد مورد نیاز و در نهایت قابلیت بازیافت ۱۰۰ درصد اشاره کرد.



بسته بندی ضربه گیر کارت ریج پرینتر

**بهترین بسته بندی
بخش کالاهای صنعتی**

بهترین بسته بندی این بخش، بسته بندی شیشه تخت با نام تجاری Kor-Kap است. این بسته بندی در مقایسه با انواع فولادی، حجم و وزن کمتری دارد. بنابراین هزینه حمل و نقل و انبار این نوع بسته بندی بسیار کمتر از انواع مشابه خواهد بود.



بسته بندی شیشه تخت

**برنده بخش
کالاهای صنعتی**

یکی از برندگان بخش بسته بندی کالاهای صنعتی، بسته بندی مواد اولیه داروسازی به صورت منجمد است. این بسته بندی برای هر محصول طراحی خاصی دارد و ماده تشکیل دهنده آن از جنس فوم پلی اورتان پایه آب است و قادر است دمای ۳۰- درجه محصولات را تا ۹۶ ساعت ثابت نگهدارد.



بسته بندی مواد اولیه داروسازی

**بهترین بسته‌بندی
بخش وسایل پزشکی**

بسته بندی دیگری که به عنوان بهترین این بخش انتخاب شده، بسته‌بندی چسب پانسمان با نام تجاری Nexcare می‌باشد. این بسته‌بندی بلیستر شکل هفت‌ضلعی دارد و روی سطح افقی به حالت ایستاده باقی می‌ماند. نکته برجسته این بسته‌بندی جدا شدن آسان کارت از بسته و باز شدن سریع آن است. همچنین پس از باز شدن هفت‌ضلعی کماکان قابل مصرف است و باقیمانده محصول در آن نگهداری می‌شود.



بسته بندی چسب پانسمان

**برنده جایزه
بخش لوازم الکترونیکی**

بسته بندی برنده این بخش مربوط به کانی‌های گرانقیمت مورد استفاده در صنایع الکترونیک است. این بسته‌بندی در عین سادگی بسیار کارآمد است.



بسته بندی کانی‌های مورد استفاده در صنایع الکترونیک

**برنده جایزه
بخش لوازم الکترونیکی**

برنده دیگر این بخش بسته‌بندی پرینتر تک‌رنگ HP می‌باشد. این بسته‌بندی در عین کارآمد بودن بسیار ارزان ساخته شده و طبق محاسبات سازنده آن به ازای هر واحد محصول حدود چهارده دلار صرفه‌جویی دارد. از سوی دیگر طراحی ضربه‌گیرهایی که در گوشه‌ها قرار می‌گیرند نیز بسیار جالب است. ضربه‌گیرها دوتکه ساخته شده‌اند که با برداشتن تکه بالایی امکان دسترسی به دستگیره مخصوص بلند کردن محصول فراهم می‌شود.



بسته بندی پرینتر تک‌رنگ HP

AmeriStar 2000

**بهترین بسته‌بندی
بخش مواد دارویی**

بخش ویژه بسته‌بندی مواد دارویی بهترین بسته‌بندی این بخش، بسته‌بندی دارویی شرکت Rexall شناخته شد. لیبل این بسته‌بندی به گونه‌ای طراحی شده که فضای حدود ۷۵ درصد بیشتر از فضای دور ظرف در اختیار تولیدکننده قرار می‌دهد تا توضیحات مورد نظر خود را در آن بگنجاند. این فضای اضافه امکان استفاده از بسته‌بندی به عنوان یک ابزار اطلاع‌رسانی مناسب را فراهم می‌کند. لیبل طراحی شده به گونه‌ای است که قابلیت چرخش دارد و در زمان چرخش، از پنجره موجود مطالب لیبل زیرین به سادگی قابل خواندن است.



بسته بندی مواد دارویی

**برنده جایزه
بخش وسایل پزشکی**

جایزه این بخش به بسته‌بندی جدید سوندها و لوله‌های پزشکی اختصاص یافته است. دلیل این امر نیز به حداقل رساندن استفاده از لفاف و کاهش وزن محصول بسته‌بندی شده می‌باشد. همان‌گونه که از شکل پیداست، شکل سمت چپ بسته‌بندی گذشته و شکل سمت راست بسته‌بندی جدید را نشان می‌دهد. در این نوع بسته‌بندی تنها دو سر وسیله که لازم است استریل باشد در لفاف قرار داده شده و بدنه لوله خارج از لفاف است.



بسته‌بندی ویژه سوندها و لوله‌های پزشکی

**برنده جایزه
بخش مواد آرایشی و بهداشتی**

یکی دیگر از برندگان این بخش، بسته‌بندی نوعی لاک ناخن می‌باشد. این محصول که نام تجاری Sprinkle به بازار عرضه شده، دارای یک بخش اکلیل‌پاش روی درب لاک می‌باشد که در عین سادگی استفاده، به دلیل ارزان بودن بسته‌بندی قیمت مناسبی نیز دارد.



بسته بندی لاک ناخن با نام Sprinkle

برنده بخش
کالاهای صنعتی

برنده دیگر این بخش، بسته‌بندی فولادی مخصوص موتورسیکلت است.

این بسته‌بندی به گونه‌ای طراحی شده که پس از حمل و تحویل موتور به خریدار قابل استفاده مجدد است. نکته برجسته این بسته‌بندی استحکام بالا و وزن کم آن است که علاوه بر کاهش مصرف منابع طبیعی و مواد خام، مقرون به صرفه نیز می‌باشد.



بسته بندی فلزی موتورسیکلت

برنده جایزه
بخش لوازم الکترونیکی

یکی از بسته بندی‌های برنده دیگر این بخش بسته‌بندی مجموعه کامل کامپیوتر خانگی در یک بسته جمع و جور و قابل حمل است. این بسته‌بندی علاوه بر بی‌ضرر بودن برای محیط زیست، از ایمنی بالایی برخوردار است و در عین حال به سادگی باز می‌شود.



بسته بندی مجموعه کامپیوتر خانگی

بهترین بسته بندی
بخش لوازم الکترونیکی

بهترین بسته بندی این بخش بسته‌بندی دیسک سخت کامپیوتر با نام Sea Shell می‌باشد. این بسته‌بندی علاوه بر بی‌زیان بودن برای محیط زیست، خواص محافظتی بالایی برای محصولات حساس درون خود دارد.



بسته بندی دیسک سخت کامپیوتر

برنده جایزه
بخش نوشیدنی‌ها

برنده جایزه این بخش بسته‌بندی یک‌بارمصرف از جنس PET گرم ویژه آبمیوه بود. این بسته‌بندی در عین مقاومت و استحکام، بسیار سبک است و جایگزین مناسبی برای PET های رایج در بسته‌بندی نوشیدنی‌ها می‌باشد.



بطری آبمیوه از جنس PET گرم

بهترین بسته بندی
بخش کالاهای خاص

سیلندرهای Keylock در این بخش بهترین بسته‌بندی شناخته شدند. این بسته‌بندی به دلیل سادگی استفاده، کاهش ضایعات و به صفر رساندن خطر نشت مواد این رتبه را به دست آورده است.



بسته بندی سیلندرهای Keylock

AmeriStar
2000

قابل توجه خوانندگان محترم

اصل تصاویر این مقاله به صورت رنگی در دفتر ماهنامه موجود است.

نمایشگاه نشریات تخصصی چاپ و بسته‌بندی
بیش از یکصد عنوان مجله خارجی با زبانهای گوناگون

ارائه کتابهای تخصصی چاپ و بسته‌بندی

چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

۱۸ تا ۲۸ اردیبهشت ۸۰

سالن جشنواره چاپ - غرفه ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

مسابقه بزرگ بسته‌بندی Ameri Star 2001



مسابقه بزرگ بسته‌بندی

مقدمه: مسابقه آمری‌استار (AmeriStar)

همه ساله توسط انجمن حرفه‌های بسته‌بندی (IOPP) برگزار می‌شود. شرکت کنندگان این مسابقه بسته‌بندی انواع کالاها می‌باشند.

در بخش جانبی نمایشگاه، بسته‌بندی‌های شرکت کننده در معرض بازدید عموم علاقه‌مندان قرار می‌گیرد. این مسابقه در کشور آمریکا برگزار می‌شود. داوری و تعیین بسته‌بندی برتر در این مسابقه پیرو قوانین خاصی است.

در ادامه زیر مجموعه‌های شرکت کننده در مسابقه و معیارهای داوری به اطلاعات خواهد رسید. دانستن این معیارها و کم و کیف این مسابقه در بالا رفتن سطح کیفی و کمی علم بسته‌بندی کشورمان نقش به‌سزایی خواهد داشت.

شرایط ورود

هرکس اعم از عضو یا غیر عضو (IOPP)، شخص یا شرکت، مهندس یا بازاریاب، تولیدکننده و یا شرکت بسته‌بندی، می‌تواند در این مسابقه شرکت کند. تنها شرط شرکت در مسابقه این است که شرکت کننده در طراحی و یا تولید بسته‌بندی و یا یکی از اجزای اصلی آن نقش فعال داشته باشد. هر بسته‌بندی و یا خانواده‌ای از بسته‌بندی‌ها که پس از ژانویه ۲۰۰۰ تولید شده باشند و تا به حال در مسابقه آمری‌استار وارد نشده باشند، می‌توانند در این مسابقه شرکت کنند. بسته‌بندی‌های حاوی محصول نیز پذیرفته می‌شوند اما تولیدات مدل یا به عبارتی ماکت‌ها قابل پذیرش نیستند.

هزینه ورود برای اعضاء IOPP

هزینه ورود به مسابقه برای نخستین اثر ۲۵۰ دلار است چنانچه تعداد آثار شرکت داده شده بیش از یکی ورودیه آثار بعدی به ازای هر نمونه ۱۰۰ دلار است. (منظور نمونه‌های متنوع بسته‌بندی است)

هزینه ورود برای غیر اعضاء IOPP

هزینه ورود به مسابقه برای نخستین اثر ۳۹۵ دلار است. چنانچه تعداد آثار شرکت داده شده بیش از یکی باشد، ورودیه آثار بعدی به ازای هر

نمونه ۱۲۵ دلار است.

نحوه شرکت در مسابقه

برای هر محصول که در مسابقه شرکت داده می‌شود باید یک فرم ورودی پر شود. هر نمونه بسته‌بندی می‌تواند در یکی از شاخه‌های زیر در مسابقه شرکت کند.

۱. غذا: کمپوت یا کنسرو، غذای منجمد، شیرینی و ...

۲. غذای بسته‌بندی شده برای مصارف عمومی

۳. نوشیدنی: الکلی، غیر الکلی، پودری، منجمد و ...

۴. تجهیزات پزشکی: کلیه تجهیزات پزشکی شامل: تجهیزات جراحی، تشخیص

بیماری و ..

۵. دارو

۶. مواد بهداشتی و آرایشی، عطر، صابون، مواد محافظ پوست، خمیردندان، لوازم اصلاح آقایان، مواد محافظ مو و ...

۷. لوازم خانگی: لوازم شستشو، شوینده‌های ظروف، محصولات کاغذی و ...

۸. امور باغبانی: گیاهان و گلها، بذر گیاهان، لوازم باغبانی

۹. سایر اسباب منزل: منسوجات، اسباب بازی، وسائل ورزشی و تفریحی، لوازم خانه و کالاهای مصرفی و ..

۱۰. الکترونیک: کامپیوتر، تجهیزات مخابراتی، استریو، رادیو تلویزیون، لوازم عکاسی، تجهیزات علمی و پزشکی و ...

۱۱. بسته‌بندی طبقه‌بندی شده: مواد شیمیایی، رنگها، محلولها، مواد رادیواکتیو، انفجاری، مواد خطرناک، تجهیزات دولتی و نظامی و ...

۱۲. صنعتی - تجاری: تولیدات بین کارخانه‌ای و سایر بسته‌بندی‌هایی که برای توزیع در سطح جامعه در نظر گرفته نشده‌اند.

۱۳. لفاف‌های بسته‌بندی پلاستیکی برای

انواع کالاها.

۱۴. سایر مواد.

هر نمونه بسته‌بندی در گروه خود مورد مقایسه و داوری قرار خواهد گرفت. این طبقه‌بندی بیشتر بر اساس کاربرد و عملکرد بسته‌بندی است نه شکل یا مواد سازنده آن.

توضیحات راجع به نمونه ارسالی داوران

مسابقه از طریق آنچه که می‌بیند و می‌خواند تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. و این فرستنده آثار است که این اطلاعات را برای داوران فراهم می‌آورد. توضیحات باید بر اساس واقعیت‌ها، فنی و دقیق باشد و بتواند از عهده معیارهای داوری که در ادامه می‌آید برآید. شایان ذکر است که توضیحات نباید از چهار صفحه تایپی خوانا بیشتر شود.

معیارهای داوری

۱. نوآوری: آیا نمونه ارسالی نشان‌دهنده کاربردی مبتکرانه از یک ایده نو و یا استفاده‌ای نواز یک ایده سنتی می‌باشد؟ آیا نشان‌دهنده یک پیشرفت فنی عمده است و یا از طرح‌ها، مواد و روش‌های نو بهره برده است؟ آیا نشانگر انتقال تکنولوژی از یک کاربرد یا صنعت به کاربرد یا صنعت دیگری است؟

۲. محافظت: آیا نمونه ارسالی نوعی محافظت برتر را با توجه به شرایط بیولوژیکی، شیمیایی و توزیع ارائه می‌دهد؟ آیا نتایج آزمایش نیز این ادعاها را ثابت می‌کند؟

۳. اقتصاد: آیا در نمونه ارسالی، عاملی خاص برای یکجا چند مورد از موارد زیر در نظر گرفته شده است؟ کاهش هزینه؟ کاهش صدمات توزیع؟ افزایش کارایی تولید؟ جایگزینی مواد؟ طراحی درباره؟

۴. عملکرد: نمونه ارسالی چگونه پر می‌شود؟ چگونه باز شده و یا دوباره بسته می‌شود؟ چگونه نگهداری می‌شود؟ آیا با ماشین‌آلات موجود می‌توان بطور کارآمد از آن استفاده کرد؟ ادامه در صفحه ۱۶

بخش پایانی

در بسته بندی

نوشته جین پال فی ور / ترجمه شبنم فرایی

کتاب **Color sells your package** در سال ۱۹۶۹ توسط دکتر جان - پال فی ور (Dr. Jean-Paul Favre) نوشته شده است. او در زمینه رنگ، بسته بندی و تبلیغات تحقیقات و نوشته های زیادی دارد. وی در سالهای که این کتاب نوشته شده، مشاور بازاریابی شرکت سویسی نستله بوده است. او شهرت بسیار زیادی به عنوان یک محقق بازاریابی دارد.

این کتاب و چندین اثر دیگر دکتر جان - پال فی ور به صورت سه زبانه عرضه شده اند. در واقع این سری کتاب ها که توسط انتشارات Zurich ABC Edition منتشر شده اند، از جمله تحقیقات جهانی بوده اند که در آن دوره زمانی به انجام رسیده اند. مقدمه کتاب توسط فرانک جی آنی نوتو (Frank Gianninoto) نوشته شده است که یک طراح صنعتی صاحب سبک و به نام است.

اگرچه تاریخ نشر کتاب به چندین سال پیش باز می گردد، اما هنوز هم می توان بسیاری از مطالب آن را به عنوان مرجع مورد استفاده قرار داد. این مطالب سالها پیش نوشته شده اند اما کهنه نشده اند. دلیل آن واضح است. بعضی از مسائل مربوط به رنگ از گذشته تا کنون به یک شکل باقی مانده اند، این مسائل حقایق اند تغییرناپذیر. علاوه بر آنچه گفته شد مورد دیگری که سبب ارزش کتاب می شود روش برخورد نویسنده با موضوع رنگ و بسته بندی است، روشی علمی که بر پایه مدارک و شواهد متعدد استوار است.

ترجمه کتاب **Color sells your package** با نام «رنگ در بسته بندی» توسط شبنم فرایی به انجام رسیده است. وی که در رشته های گرافیک و طراحی صنعتی تحصیل کرده است، اکنون در زمینه طراحی گرافیک و طراحی محصول فعالیت دارد.

بخش ۵

آزمونهای روانشناسی و فیزیولوژیکی در خدمت رنگ

۲-۳-۳ آزمون واکنشهای همتای ثانوی

The Test of Secondary Parallel Reactions

با استفاده از این روش، می توان پاسخهای خود انگیزخته بسیار خوبی به دست آورد. در واقع این آزمون به گونه ای با طبیعت انسان بازی

می کند و این بازی، نه از ملاحظات منطقی فرد، بلکه از حساس کردن وی نسبت به موضوعی پیش پا افتاده سود می برد. روش اجرای آن بسیار ساده است: قسمتی از بسته بندی مورد نظر تغییر داده می شود و عقیده پاسخ دهنده خواسته می شود؛ این عقیده نه تنها درباره بخش تغییر یافته، بلکه در مورد دیگر بخشها نیز اظهار خواهد شد.

دو مثال حقیقی: بسته بندی برای بیسکویتهای مجلسی. لازم بود که بسته های مؤسسه الف با بسته های مؤسسه رقیب «ب» مقایسه شود. بسته بندی اول، آبی تیره بود با طرح سنتی و در طراحی حروف آن از نقش یک سوار کار استفاده شده بود. بسته بندی ب مدرن، سفید، تازه و بسیار جذاب بود. هر دو جعبه با بیسکویت الف پر شدند. آزمون انجام شده، اهمیت نقش رنگهای این دو بسته را آشکار کرد. چهل و هشت نفر از پنجاه نفر آزمون دهنده، بیسکویت جعبه سفید را پسندیدند، زیرا به عقیده ایشان رایحه بهتری داشت و تازه تر و تردتر بود. بیسکویتهای جعبه آبی مورد پسند دو نفر از مسن ترین افراد قرار گرفت. ایشان فکر می کردند که این بیسکویتهای مزه بیسکویتهای قدیمی پرتزل را می دهد و در واقع به گفته آنها بوی «دوران خوش گذشته» را داشت. (این تحلیلها توسط مرکز اقتصاد دانشگاه برن در سوئیس انجام شده است)

مثال دیگر در مورد چگونگی انتخاب بر چسب بطری حاوی شیر نستله، متعلق به شرکتی اتریشی است. یکی از برجسبها، زمینه زرد بسیار کم رنگ داشت و دیگری سفید بود و متن هر دو آبی تیره بود. هر دو بطری حاوی یک نوع شیر بودند. از ۶۰ زن و دختر ۱۶ تا ۶۰ ساله خواسته شد که کیفیت شیر را بسنجند. ۴۲٪ عقیده داشتند که این دو شیر ترکیبات متفاوتی دارند و آن که بر چسب زرد داشت، اشتها آورتر، غنی تر و طبیعی تر معرفی شد. بر اساس این نتایج، بر چسب زرد مورد استفاده قرار گرفت.

تحقق آزمون واکنشهای همتای ثانوی به دو وضعیت بستگی دارد:

۱- ضروری است که اجزای پایدار شی تحت تأثیر رنگ قرار گیرند. این اجزا شامل بو، وزن، حجم و ویژگیهای فنی هستند. دو فرآورده با طعم کاملا مشابه، ولیکن بسته بندی مختلف، می تواند ذهنیتهای کاملا متفاوتی را باعث شود.

۲- رنگ، هرگز نباید باعث این احساس شود که کیفیتی مصنوع، جدا از کیفیات دیگر است. به عنوان مثال می توانیم از مارگارین یاد کنیم. بر خلاف شیمیدان که می داند این محصول شامل سه ماده (روغن، رنگ، مزه) می شود که هر یک مستقل از دیگری است منتهی با درجات متفاوت،

مصرف کننده عادی به مارگارین به چشم یک کل می نگرد. برای وی تغییر رنگ به معنای تغییر چربی و متعاقبا بوی محصول است. از سوی دیگر اگر رنگ مارگارین، رنگی «دور از انتظار» باشد (مثلا بنفش)، ارتباط میان رایحه و رنگ دیگر وجود نخواهد داشت، زیرا محصول مصنوعی جلوه خواهد کرد و پاسخ دهنده قادر به استنتاج رایحه به عنوان کارکرد رنگ نخواهد بود.

بر خلاف آزمون پیشین که بستگی به انتخاب خود انگیزخته با وقفه های کوتاه داشت، در این آزمون هیچ نیازی به شتاب پاسخ دهنده نیست. تکرار آزمون باعث روشن شدن هرچه بیشتر اثرات رنگ می شود و اظهار نظرهای بیهوده بدین طریق حذف خواهند شد.

۳-۳ آزمون در محل فروش

در این نوع آزمون هیچ پرسشی انجام نمی شود، لیکن رفتار مصرف کننده در محل فروش مورد مشاهده قرار می گیرد. بسته مورد مطالعه، در کنار محصولات رقیب جهت فروش عرضه می شود. معمولا فقط یک بسته مورد آزمایش قرار می گیرد، اما ممکن است که در مواردی چندین طرح برای آزمایش یکجا عرضه شوند.

ضروری است که ظاهر طرح شکلی موقتی نداشته باشد، تا مصرف کننده به ساختگی بودن آن پی نبرد و مشکوک نشود. لازم است که هر چند وقت محل بسته بندی تغییر یابد (بالا، چپ، راست و غیره). در صورتی که مشتری خواهان خرید یکی از این بسته ها باشد، یکی از کارکنان مؤدبانه به وی توضیح می دهد که بسته باید در قفسه باقی بماند. در این موارد می توان برای جبران نارضایی خریدار، کادوی کوچکی به وی داد.

آیا باید بسته بندیهای مورد آزمایش مختلف، در یک زمان برای فروش عرضه شوند و یا یکی پس از دیگری؟ اولین راه حل این فایده را دارد که بسته بندیها در شرایط مشابهی عرضه می شوند. لیکن در این صورت بسته بندیهای مختلفی که برای یک محصول ارائه شده اند، با یکدیگر رقابت خواهند کرد که هدف این نیست. بنابراین، روش نمایش یکی پس از دیگری طرحها بیشتر استفاده می شود و روش ی Latin Square ه بسیار به کار می رود. در این روش، بسته بندیها در مغازه های مختلف مورد آزمایش قرار می گیرند و لازم است که تأثیر دوره های مختلف و فضا و نوع مغازه جبران شود. روش کار به این صورت است:

دوره ها
۱ ۲ ۳
طرحهای آزمایشی مغازه یک ج ب الف
طرحهای آزمایشی مغازه دو الف ج ب

طرح‌های آزمایشی مغازه سه ب الف ج بهتر است که ناظر آزمون، به جای فروشنده انجام وظیفه کند. اگر تجزیه و تحلیل ضروری است و ناظر آزمایش از عهده ثبت تمام جزئیات بر نمی‌آید؛ دوربینهای مخفی می‌توانند وظیفه وی را به خوبی انجام دهند. این جزئیات، ویژگی‌هایی مانند جنس، سن تقریبی، طبقه اجتماعی و غیره هستند؛ همچنین دیگر شرایطی که ممکن است بر فروش مؤثر باشند (شرایط هوا، فصل، روز و غیره).

دوربینهای مخفی وجود دارند که بوسیله آنها می‌توان تکرر باز و بسته شدن پلک چشم را به راحتی اندازه‌گیری کرد. با توجه به تکرر این باز و بسته شدنهاست که می‌توان میزان اشتیاق به بسته‌بندی را به دست آورد. ثابت شده است که اگر فرآورده‌ای توجه زنان را جلب کند، پلک چشمانشان را بسیار آهسته‌تر می‌بندند، این مورد به مسئله هیپنوتیزم مربوط می‌شود. حتی می‌توان تغییرات مسیر چشم را یادداشت کرد. با تصویر برداری از چشمان مشتری، می‌توان تخمین زد که کدام بسته‌بندی اول توجه وی را جلب کرده و کدامیک بیشتر از همه این توجه را ایفا کرده است.

می‌دانیم که مردمک چشم انسان در روشنائی کوچکتر می‌شود. دانش نوین ثابت کرده است که اگر موضوع مورد مشاهده از جذابیت ویژه‌ای برخوردار باشد، سطح مردمک بزرگتر خواهد شد. این ویژگی نیز می‌تواند در تحقیقات بازرگانی سودمند باشد. در برخی موارد، تعداد مشتریانی که وارد مغازه می‌شوند به وسیله یک روش مکانیکی ثبت می‌شود. این روش می‌تواند مانعی باشد که مشتری هنگام ورود آن را پس زند و یا واحدهای عکس الکترونیکی و غیره.

علاوه بر مغازه‌های معمول که چنین آزمونهای در آن انجام می‌گیرد، مغازه‌های سلف سرویسی آزمایشی وجود دارند که تنها به منظور آزمایش، تجربه و تجزیه و تحلیل رفتاری استفاده می‌شوند. در این فروشگاهها، دقیقا همان شرایط فروشگاههای معمول حاکم است. دستگاههایی مثل میکروفن، دوربین، نوار ضبط و زمان سنج می‌توانند به منظور کسب نتایج بهتر استفاده شوند.

آزمونهایی که در فروشگاهها انجام می‌گیرد، نتایج خوبی را به دست می‌دهد زیرا که از این طریق واکنش مشتری تحریک نمی‌شود و تحت عوامل ناخواسته قرار نمی‌گیرد. این نوع آزمونها شرایطی را به وجود می‌آورد که تحت آن کیفیات بصری تجزیه و تحلیل می‌شود و این تجزیه و تحلیل با توجه به رفتار مشتری صورت می‌گیرد. البته این آزمونها دلیل رفتار مصرف کننده را

مشخص نمی‌کنند. با توجه به تکرر و دفعات فروش، امکان تشخیص ضعفها از یکسو و مشاهده پیشرفت‌های منظم Systematic از سوی دیگر وجود دارد.

۴- روشهای تحقیق مشاهده

قبل از مطالعه آزمایشهای مختلف، باید در نظر داشت که تمامی نتایج در ارتباط با یکدیگر هستند و ارزش مقایسه‌ای دارند. اگر چه توانایی مشاهده بین افراد مختلف متفاوت است، اما درجه قابل رؤیت بودن اشیاء مرتبط با یکدیگر برای فرد همیشه یکسان است. ممکن است که خانم الف خصوصیات سه بسته‌بندی را بسیار سریعتر از خانم ب تشخیص دهد، ولیکن طبقه‌بندیهایی که ایشان برای این بسته‌بندیها قائل می‌شوند همیشه یکسان خواهد بود. می‌توان به وسیله آزمایش به این نتایج دست یافت.

در عمل دانستن اینکه مثلا بسته‌بندی ج در مقایسه با بسته‌بندی د به فلان میزان چشمگیرتر است و باید در صدر فهرست قرار گیرد، اهمیت چندانی ندارد؛ سود بزرگ این مطالعات این است که برای کسب نتیجه نهایی، تعداد محدودی از بسته‌بندیها را مشخص می‌کند و نه تنها باعث صرفه‌جویی در زمان می‌شود بلکه دیگر نیاز به استفاده از تجهیزات پیچیده نیست و بدین طریق هزینه‌ها کاهش می‌یابند.

دستگاههای متنوعی برای انواع مختلف اندازه‌گیریهای بصری وجود دارد. در اینجا درباره تعدادی از این دستگاهها که توسط مرکز «تحقیقات بین‌المللی بصری» طراحی شده است توضیح خواهیم داد.

۴-۱ قابلیت رؤیت از دور

هدف از این آزمایشها، تخمین میزان چشمگیری بسته‌بندی است و همینطور تخمین میزان وضوح لی‌آت بسته‌بندی. با دستگاه اندازه‌گیری مسافت، Distance Meter شخص آزمون دهنده بسته‌بندی را با تعدادی از لنزها مشاهده می‌کند. با حرکت دهنده، این اشخاص می‌توانند پایه‌ای را که بسته‌بندی بر آن قرار گرفته است حرکت دهند، و در نتیجه با کاهش فاصله به وضوح لازم دست یابند. با استفاده از لنز دیگر نیازی به فضا و تاءسیسات بزرگ نیست.

حد نهایی تطابق این دستگاه با شرایط عملی ۳۰ متر است.

۴-۲ قابلیت رؤیت در زاویه

از این آزمون برای تشخیص موقعیت در یک فروشگاه سلف سرویس استفاده می‌شود، جایی که مشتری با محصولات مختلفی که در طرفین راهروها به نمایش گذاشته می‌شوند، تماس نزدیک دارد، تماسی که بیشتر از سمت جانب

است تا روبرو. در این شرایط تخمین درجه‌ای که تحت آن بسته‌بندی جذابترین حالت را دارد مهم است. بسته‌بندی که تحت زوایای مختلف بیشتری جذابیت خود را حفظ کند، موفقترین خواهد بود.

دستگاه اندازه‌گیری زاویه Angle Meter (تصویر یازده) شامل صفحه چرخانی می‌شود که بسته‌بندی بر آن قرار می‌گیرد. بخش بزرگ بسته‌بندی در زاویه مستقیم دید آزمون دهنده قرار ندارد بلکه قسمت کوچکتر کاملا روبروی او قرار گرفته که با یک ورقه کاغذ معمولی پوشانده شده است. بنابراین بسته‌بندی از ابتدا شناسایی نمی‌شود. آزمایشگر صفحه را به آرامی پیوسته می‌چرخاند و بسته بندی نیز همراه صفحه می‌چرخد. آزمون دهنده وقتی تمام بسته را دید و توانست لی‌آت آن را تشخیص دهد، علامت می‌دهد. می‌توان زوایای متقابل را بر اساس مقیاس اندازه‌گیری کرد. اگر حرکت صفحه در جهت عقربه‌های ساعت است، پس با زمانی که فرد در فروشگاه بسته‌بندیهای سمت چپ را نگاه می‌کند مطابقت دارد و حرکت خلاف عقربه‌های ساعت با وقتی که او بسته‌بندیهای سمت راست را نگاه می‌کند.

معمولا در این آزمایش از لی‌آت و طرحی خلاق بهترین نتیجه عاید می‌شود. به عنوان مثال یک بسته‌بندی راه راه بسیار راحتتر از یک بسته‌بندی تک رنگ یکنواخت مشاهده می‌شود.

۴-۳ رؤیت به مثابه عملکرد نور

این آزمایش برای به دست آوردن نور مناسب جهت شناسایی محصول؛ تشخیص نام و نشان تجاری؛ خوانایی عبارات چاپی بسته‌بندی انجام می‌شود.

توسط دستگاه «اندازه‌گیری نور» Meter Illumination. ابتدا بسته‌بندی مورد نظر از طریق یک دریچه نمایش داده می‌شود. این شیء در تاریکی کامل قرار می‌گیرد و سپس مقدار نور تا زمانی که شیء به خوبی قابل مشاهده باشد افزایش می‌یابد. اسپیکل روش دیگری را مطرح می‌کند که بر اساس آن از روش Glance Diagram استفاده می‌شود؛ روزنه کوچک قابل تنظیمی که می‌تواند مقدار نور تابیده به چشم را کاهش و یا افزایش دهد. همچنین شاخصی وجود دارد که درجه دقیق گشایش این روزنه را ثبت می‌کند.

۴-۴ رؤیت با چشم ضعیف

تحقیقات نشان داده است که تقریباً ۲۵٪ زنانی که از عینک استفاده می‌کنند، در هنگام خرید عینکشان را فراموش می‌کنند. بنابراین، این آزمون مربوط به نیروی بصری رنگها، سایه‌ها، شکلها و نوع حروف ادامه در صفحه ۱۶

نگاهی دوباره به چاپ بالشتکی

انعطاف پذیری سیلیکون، چاپ روی سطوح ناهموار را امکان پذیر می‌سازد. انتخاب نوع بالشتک به شکل و سطح چاپ، اندازه موضوع چاپی و مکان آن بستگی دارد. با استفاده از متعادل کننده‌های ارتفاع، همان گونه که در شکل ۱ نشان داده شده است، امکان چاپ همزمان روی سطوح مختلف وجود دارد. همچنین با روش چاپ بالشتکی، چاپ بر روی سطوح عمودی یا شیب‌دار نیز امکان پذیر است.

انتقال مرکب

شکل ۳ مراحل انتقال مرکب از حوضچه بر روی کار را به طور کامل نشان می‌دهد. هنگامی که یک سیکل چاپ شروع می‌شود، مرکب اضافه پخش شده روی پلیت توسط تیغه مخصوص (Doctor Blade) به حوضچه مرکب بازگردانده می‌شود. با تخییر شدن تینر موجود در مرکب، مرکب حالت چسبندگی پیدا می‌کند. در این لحظه بالشتک پایین می‌آید و روی پلیت قرار می‌گیرد و مرکب به آن می‌چسبد. سپس مرکب از روی بالشتک بر روی کار چاپ می‌شود.

بالشتک سیلیکونی

بالشتک مورد استفاده در این روش چاپ از جنس سیلیکون می‌باشند و در اشکال و اندازه‌ها و

سویس باز می‌گردد. جایی نخستین بار این روش برای چاپ صفحه ساعت به کار گرفته شد. برای این منظور از بالشتک ژلاتینی استفاده می‌شد. در اواخر دهه ۱۹۶۰، پیشرفت‌های تکنیکی از جمله استفاده از بالشتک‌های سیلیکونی، ماشین‌های پیشرفته‌تر و زمینه کاری بیشتر، بستر لازم برای توسعه همه‌جانبه صنعت چاپ بالشتکی را فراهم نمودند.

چاپ بالشتکی یک روش چاپ غیرمستقیم و مبتنی بر گراور می‌باشد (چاپ گود). فرورفتگی‌های روی یک پلیت تخت یا کلیشه چاپ حکاکی می‌شوند. سپس طرح حکاکی شده بر از مرکب می‌شود و بالشتک نرم از جنس سیلیکون، مرکب را برداشته و بر روی سطح چاپی منتقل می‌کند. دلیل استفاده از سیلیکون برای ساخت بالشتک، عدم نفوذ مرکب در آن می‌باشد. به دلیل کثرت انواع مرکب‌های چاپ موجود در بازار از چاپ بالشتکی برای چاپ روی هر نوع ماده‌ای می‌توان استفاده کرد.

مزایای چاپ بالشتکی

چاپ بالشتکی نسبت به سایر روش‌های چاپ، مزایای متعددی دارد که در ادامه تعدادی از آنها ذکر می‌شوند.

مزیت نخست

نخستین مزیت، استفاده از سیلیکون به عنوان انتقال دهنده مرکب از کلیشه به سطح چاپی می‌باشد. سیلیکون بسیار انعطاف پذیر است

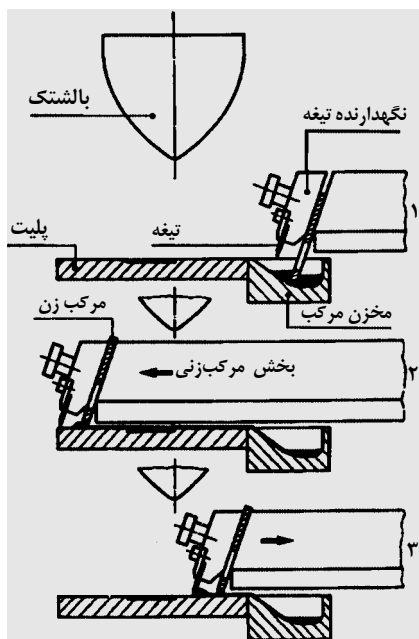
در بیست سال اخیر، چاپ بالشتکی رشد سریعی داشته است. عامل مهم در توسعه این روش چاپ بکارگیری لاستیک سیلیکونی به عنوان سطح چاپ کننده می‌باشد. دلیل استفاده از سیلیکون شکل پذیری آسان آن در هر قالب و عدم نفوذ مرکب و رنگ در آن می‌باشد. چاپ بالشتکی، از نوع فرایندهای چاپ غیرمستقیم است و برای چاپ طرح‌های تزئینی روی هر نوع محصول مناسب می‌باشد.

با اطمینان می‌توان گفت علت به کارگیری انواع رنگ در محصولات ساخت بشر الهام از طبیعت بوده است. امروزه به سختی می‌توان محصولی یافت که دارای رنگ و یا طرح‌های تزئینی نباشد. هنگامی که مسئله تزئین و طراحی محصول به میان می‌آید، سازندگان نه تنها به دنبال روشی که از عهده انجام نیازهای چاپی آنها در بازار و تبلیغات برآید، هستند بلکه از نظر هزینه نیز حداکثر صرفه جویی را مد نظر دارند. برای انتخاب یک روش چاپ، علاوه بر مقرون به صرفه بودن، میزان انعطاف پذیری و اطمینان از کارایی روش نیز باید در نظر گرفته شود.

روش چاپ بالشتکی از نظر مقرون به صرفه بودن، انعطاف پذیری و اطمینان از رتبه بالایی برخوردار است.

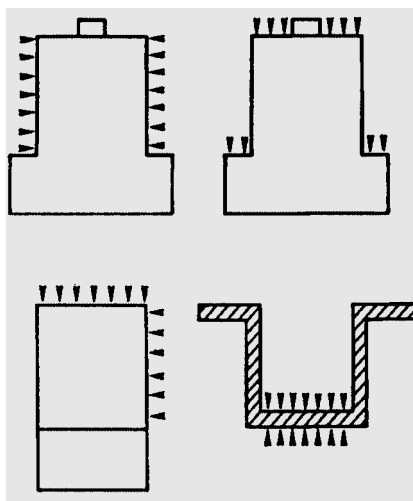
چاپ بالشتکی

تاریخچه استفاده صنعتی از روش چاپ بالشتکی به استفاده در صنایع ساعت سازی



شکل ۳

۱ - پلیت قبل از مرکب زنی
۲ - پلیت مرکب خورده
۳ - تیغه مخصوص (Doctor Blade) مرکب اضافه را به حوضچه مرکب بازگردانیده است.



شکل ۲ - چاپ بالشتکی چاپ همزمان در ابعاد، ارتفاع و عمق مختلف را امکان پذیر می‌سازد.



شکل ۱ - نمونه‌ای از یک ماشین چاپ بالشتکی دو رنگ

- سیستم چرخاننده
- سیستم انتقال دهنده
- سیستم‌های مرتب ننده خطی

چاپ بالشتکی به تنهایی یک روش چاپ کامل می‌باشد و نباید از آن به عنوان کامل‌کننده روش‌های دیگر چاپ به خصوص چاپ اسکرین و یا چاپ برجسته استفاده شود. با وجود محدودیت‌های موجود، چاپ بالشتکی با روش‌های دیگر چاپ تفاوت چندانی ندارد. برای مثال در چاپ برجسته به دلیل نازک بودن لایه مرکب، کیفیت چاپ بسیار بالا است ولی این روش چاپ بسیار گران است و تولیدکنندگان قادر به استفاده تجاری از این روش نمی‌باشند.

چاپ اسکرین نیز تنها برای سطوح خاصی قابل استفاده است و شابلون آن برای هر نوع سطح مناسب نیست. ضمن این که چاپ اسکرین بیشتر برای چاپ تصاویر بزرگ به صرفه است.

پلیت

در چاپ بالشتکی تنها دو نوع پلیت مورد استفاده قرار می‌گیرد (پلیت فولادی و پلیمری). ولی روش‌های حکاکی روی پلیت‌ها متعدد هستند. روش حکاکی روی پلیت به نوع و مورد استفاده آن بستگی دارد.

پلیت فولادی

برای مواردی که دقت زیاد و تعداد بالای چاپ مورد نیاز است از پلیت فولادی استفاده می‌شود.

ایجاد طرح و حکاکی روی پلیت فولادی روش‌های متعددی دارد. اولین روش، روش نوردهی است. این روش مراحل دارد که در شکل ۵ نشان داده شده است.

سطح پلیت فولادی با ماده حساس به نور پوشش داده شده است. فیلم حاوی طرح مورد نظر رو به پایین روی پلیت قرار داده شده و سپس عملیات نوردهی انجام می‌شود. مکان‌هایی از لایه روی پلیت که نور دیده‌اند سخت شده و نقاط نوردیده کماکان نرم باقی می‌مانند. نقاط نرم توسط داروی ظهور شسته می‌شود طرح بصورت گود روی پلیت باقی می‌ماند. اکنون نقاط گود شده که پوششی ندارند توسط محلولی از اسید نیتریک، کلرین (III)، آهن و دیگر مواد شیمیایی حکاکی می‌شود. عمق حکاکی روی پلیت فولادی به موارد استفاده پلیت بستگی دارد. این عمق برای چاپ‌های ریز شانزده میکرون و در حالت عادی بیست و دو میکرون است. کیفیت و دقت طرح حکاکی شده روی پلیت بستگی تام به کیفیت فیلم مورد استفاده دارد.

ترامبندی پلیت فولادی

ادامه دارد...

نخستین بار استفاده می‌شود، روغن روی سطح آن باید شسته شود و برای این کار می‌توان از محلول تینر رقیق‌کننده مرکب استفاده کرد.

بخش چاپ‌کننده سطح بالشتک نیز باید به خوبی تمیز باشد ولی به جای تینر باید با الکل تمیز شود. همچنین این نکته نیز بسیار مهم است که سطح باید به الکل آغشته باشد و اگر به صورت خشک تمیز شود، در اثر ساییدگی صافی آن از بین می‌رود که در نهایت بر کیفیت چاپ تأثیر نامطلوب خواهد داشت.

کارکرد واقعی بالشتک‌ها در بهترین شرایط بین بیست تا ناصد هزار سیکل چاپ است. البته عمر بالشتک به عوامل زیر بستگی دارد:

○ نوع مرکب مورد استفاده

○ اندازه و سختی بالشتک

○ شکل کار چاپی

○ نوع سطح چاپی

کیفیت چاپ بالشتک بر اثر گذشت زمان کاهش می‌یابد و دلیل این امر نیز تماس دایم سطح بالشتک با مرکب و تینر و سطح چاپی می‌باشد که به مرور سطح بالشتک را زیر می‌سازد.

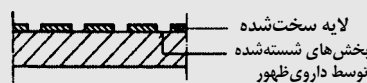
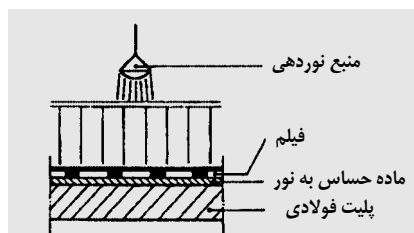
ضخامت لایه مرکب

ضخامت لایه مرکبی که از بالشتک روی سطح چاپی منتقل می‌شود حدود چهار میکرون است. ولی به طور کلی ضخامت لایه مرکب به ویسکوزیته مرکب بستگی دارد.

چاپ چندرنگ

به دلیل شکل‌گیری سریع مرکب روی سطح چاپی، امکان چاپ طرح چندرنگ در چاپ به روش بالشتکی وجود دارد. ملزومات مورد نیاز برای چاپ چندرنگ عبارتند از:

- ابزار جداسازی رنگ‌ها

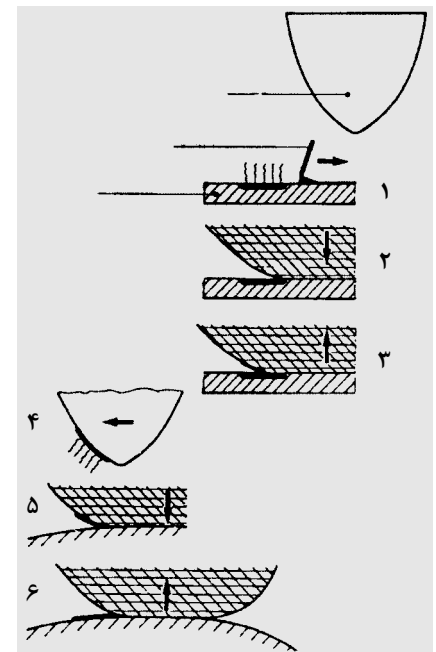


شکل ۵ - ایجاد طرح روی پلیت فولادی

سختی متفاوت ساخته می‌شود. برای انجام عملیات چاپ باید از بالشتک مناسب آن استفاده کرد. دلیل این امر نیز تناسب شکل بالشتک با سطح چاپ است تا باعث تغییر در تصویر چاپ شده نشود. نکته مهم دیگری که در ساخت بالشتک مورد توجه قرار می‌گیرد پس از اندازه و سختی، شکل مخروطی آن است. به طور کلی پایه بالشتک باید پهن‌تر از ابتدای آن باشد. دلیل انتخاب این شکل برای بالشتک به فرآیند چاپ باز می‌گردد. زیرا برای خارج ساختن هوای موجود میان بالشتک و پلیت و سپس بالشتک و سطح چاپ، نیاز به نوعی حرکت غلتکی می‌باشد و شکل مخصوص بالشتک خروج هوا را امکان‌پذیر ساخته و کیفیت چاپ مطلوب را تضمین می‌کند. تنها قسمتی که با مرکب در تماس است بخش چاپ‌کننده بالشتک است و کیفیت چاپ بستگی تمام به سالم بودن این سطح دارد. بقیه سطوح بالشتک با مرکب تماس نخواهند داشت.

کیفیت بالشتک

کیفیت تصویر چاپ شده به ساختار سطح بالشتک بستگی دارد. هنگامی که بالشتک برای



شکل ۴ - فرآیند انتقال مرکب از پلیت به سطح چاپی

- ۱ - با تبخیر تینر از مرکب روی پلیت، مرکب حالت چسبندگی پیدا می‌کند.
- ۲ - بالشتک پایین آمده و مرکب به آن می‌چسبد.
- ۳ - بالشتک از پلیت جدا می‌شود.
- ۴ - مرکب به همراه بالشتک بالای سطح چاپی قرار می‌گیرد و تبخیر تینر باعث چسبندگی مرکب می‌شود.
- ۵ - مرکب به سطح چاپی می‌چسبد.
- ۶ - بالشتک از سطح چاپی جدا شده ولی مرکب روی آن باقی می‌ماند.

در شرایط دید ضعیف می‌شود. بسته‌بندی از طریق یک دستگاه فیلتردار نمایش داده می‌شود. هر اندازه که فیلتر به بسته‌بندی نزدیکتر می‌شود، وضوح بیشتری به دست می‌آید. زمانی که محصول کاملاً رؤیت شد، فاصله میان بسته‌بندی و محصول به عنوان مسافت وضوح در نظر گرفته می‌شود. این آزمایش، اهمیت یک گرافیک واضح، نام تجاری که به اندازه مناسب باشد و ترکیب‌بندی جذاب رنگها و فرمها را آشکار می‌کند.

۴-۵ قابلیت رؤیت در زمان کوتاه

برای این آزمایش از دستگاه تاجی‌تسکوپ استفاده می‌شود. (تصویر یازده) این دستگاه کمک می‌کند که میزان نیروی جلب، باقی ماندن در حافظه، تشخیص محصول، ارتباط بسته‌بندی با محصول و حتی وضوح نام تجاری آن به دست آید. حتی می‌توان از آن برای آگاهی از ریشه‌های یک واکنش ناخودآگاه استفاده کرد. قبل از پرداختن به نوع تحقیقات، به مطالعه دستگاه می‌پردازیم.

تاجی‌تسکوپ. این دستگاه شرایطی را به وجود می‌آورد که تحت آن محصول که در تاریکی مطلق قرار گرفته است به مدتی بسیار کوتاه در روشنایی قرار می‌گیرد. از این دستگاه چندین نوع مختلف وجود دارد که یکی از آنها، نوع قابل حمل است. دستگاهی که در اینجا مورد نظر است دارای کنترل الکترونیکی است و مدت زمان خاموش و روشن شدن آن از ۱۱۰۰۰ ثانیه تا ۱۰ ثانیه متغیر است. لازم است که آزمون دهنده قبلاً بسته‌بندی را ندیده باشد.

تحلیل جذابیت بصری. توقف نگاه مشتری بر محصولی که برای فروش گذاشته شده فقط به مدت کسری از ثانیه است. بنابراین ضروری است

که به نوعی از طراحی بسته‌بندی دست یابیم که بیشترین جذابیت بصری را داشته باشد. زمان دقیق مورد نیاز برای شناسایی بسته‌بندی و یا بخشی از آن، با افزایش مداوم خاموش و روشن شدن حاصل می‌آید.

تحلیل در یاد ماندن. به وسیله زمانهای متفاوت خاموش و روشن شدن می‌تواند میزان سرعت شناسایی بسته‌بندی را در فروشگاه تخمین زد. مثلاً نام محصول سؤال می‌شود، سپس دستگاه زمانی را اختصاص می‌دهد که تحت آن امکان خواندن نام محصول وجود ندارد و فقط از روی رنگ و شکل می‌توان نام آن را حدس زد.

تحلیل رابطه بسته‌بندی و محصول. دادن یک زمان نوری بسیار کوتاه باعث می‌شود که بتوان میزان ارتباط میان محتوا و رنگ بسته‌بندی را دریافت.

تحلیل ریشه ناخودآگاه یک واکنش. با این دستگاه می‌توان میزان صحت پاسخ را سنجید بدین طریق که قبل از تحت تأثیر قرار گرفتن خودآگاه توسط رنگ، وقفه‌ای ایجاد شود. به همین منظور معمولاً طول زمان نمایش محصول بین ۱۱۰۰ تا ۱۱۰۰۰ ثانیه است. با دنبال کردن این آزمایشها، می‌توان از آزمون دهنده خواست که شیء بکشد و یا آنچه را که به نظرش می‌رسد بنویسد.

۴-۶ اندازه مناسب

بعضی از بسته‌ها کوچکتر و یا بزرگتر از اندازه واقعی خود، به نظر می‌رسند، و رنگ در این اثرات اپتیکی مؤثر است. بسته‌بندی بر صفحه‌ای که در یک دالان واقع شده است. قرار می‌گیرد. مشاهده کننده می‌تواند با استفاده از یک اهرم، بسته‌بندی را به سطح دقیقی برساند که وضوح لازم تحت آن به دست می‌آید. از آنجایی که این

نگیرد.)

الف - شرکت‌کنندگان در بخش توضیحات، پس از توضیحات تفصیلی، نام و اطلاعات تمامی عوامل مؤثر از قبیل طراحی، ماشین‌آلات و مواردی که در نمونه‌های ارسال بکار رفته‌اند باید آورده شود.

ب - توضیحات مختصر: یک سری توضیحات مختصر که خلاصه‌ای از موارد گفته شده در توضیحات توضیحی است و باید در برگه‌ای جداگانه به صورت تایپی نوشته شود. این توضیحات در موارد تبلیغاتی استفاده خواهند شد و در حد بیست تا سی کلمه باید باشد. این توضیحات اطلاعاتی راجع به نمونه‌های ارسال شامل نام ارسال‌کننده، نام بسته و موارد مربوط به عوامل و مواد دست‌اندرکار ساخت آن است.

کار فقط با یک چشم انجام می‌شود، پرسپکتیو باعث خطا نمی‌شود. زمانی که بسته‌بندی پیش از نقطه وضوح قرار داشته باشد بزرگتر به نظر می‌رسد و اگر جلوی نقطه وضوح باشد کوچکتر جلوه می‌کند.

۴-۷ مکان قرار گیری

جذابیت بصری یک بسته غالباً توسط اشیاء‌ای که در محل فروش اطرافش را گرفته‌اند شکل می‌گیرد. آزمایش "نمایش جمعی" Mass Display Impact می‌تواند بگوید، که بسته‌بندی در بین باقی اشیاء چگونه به نظر می‌آید. در این آزمایش اسلایدهای مختلفی نشان داده می‌شود که در آن بسته‌بندی مورد نظر، در میان بسته‌بندیهای رقیب قرار دارد. در هر اسلاید مکان قرار گیری بسته‌بندی تغییر می‌کند و در برخی از اسلایدها حتی خود بسته‌بندی نشان داده نمی‌شود. زمان نمایش هر اسلاید چیزی حدود نیم ثانیه است. بعد از هر تصویر، مشاهده‌گر یادداشت می‌کند که کدام بسته بیشتر توجهش را جلب کرده است. بعضی از مراکز تحقیقاتی از روش دیگری استفاده می‌کنند. آنان کارتهای خریدی را توزیع می‌کنند که خریدار می‌تواند به وسیله آنها محصولات یک نشان تجاری خاص را خریداری کند، سپس زمان لازم برای پیدا کردن محصول توسط زمان سنج به دست می‌آید.

۴-۸ وحدت طراحی

هدف این آزمایش، تحلیل بسته‌بندی به عنوان یک کل گرافیکی است. رنگ عاملی است که می‌تواند اجزای مختلف را متشکل و یا تفکیک کند. دستگاههای مختلفی برای این منظور وجود دارد. اصلی‌ترین آن چیزی است که توسط اشپیگل شرح داده شده است با نام «تاشن استرسکوپ» Torsion Stereoscope. به وسیله این دستگاه از یک بسته‌بندی دو اسلاید نشان داده می‌شود یکی از این اسلایدها در بالای دیگری قرار می‌گیرد. یکی از این اسلایدها می‌تواند حول محورش بچرخد. این چرخش نهایتاً منجر به تفکیک کل می‌شود و تمامی ترکیب‌بندی گرافیکی بعداً از زاویه چرخش بررسی می‌شود. هدف این بخش نشان دادن شیوه‌های مختلفی است که می‌توانند در تحلیل تأثیر رنگها مؤثر باشند و اطلاعات مفیدی در زمینه مورد بحث به دست دهند.

۱- Vance Packard

۲- Louis Cheskin

پایان

۳۰ اردیبهشت ۸۰

تاسیس انجمن صنایع همگن

بسته‌بندی

صفحه ۲۸

آمری‌استار ۲۰۰۱ ادامه از صفحه ۱۱

آیا به خوبی در سیستم توزیع جای می‌گیرد؟ آیا امتیاز ویژه‌ای که قابل ملاحظه باشد در آن وجود دارد؟

۵ - بازاریابی: طراحی ساختمان و گرافیک نمونه‌های ارسال تا چه حد نسبت به تصویر محصول، جاذبه بازار و مقبولیت آن مؤثر است؟ اگر نمونه‌های ارسال، ویرایشی جدید از یک طرح قلبی است، این ویرایش جدید دارای چه اطلاعاتی است؟

۶ - ملاحظیات زیست محیطی: نمونه‌های ارسال تا چه حد به ملاحظیات زیست محیطی از قبیل: کاهش منافع، بازیافت و استفاده دوباره پاسخگو است؟ (توجه: اگر یکی از معیارهای فوق در مورد ارسال به کار نمی‌آید بهتر است که ارسال‌کننده آن را اعلام کند تا در آن معیار مورد بررسی قرار



آذران بسپار

(پلیمر) سهامی خاص

تولیدکننده انواع رزین برای انواع مرکبهای چاپ:

- انواع رزین مالیک مختص انواع مرکب چاپ فلکسو و هلیوگر اور (سیستمهای حلالی، الکلی، آبی)

(خواص بهینه لیتوگر افیک روی سطوح پی وی سی، سلوفان و انواع سطوح پلیمری و غیرپلیمری)

- انواع رزین پایه مختص انواع چسبهای لمینیت و هات ملت

- انواع رزین پایه مختص انواع مرکب چاپ روی سطوح سلولزی (کاغذ، جعبه، گونی و...)

- انواع رزین الکید لانگ اویل (بدون حلال) مختص مرکبهای چاپ لیتوگر افیک (افست، کلدست، هیتست، سیلک، پرینتری و...)

- وارنیشهای پایه برای انواع مرکبهای چاپ

انواع رزینهای پایه برای پوششهای گوناگون صنعتی و غیرصنعتی:

- الکید (شورت، مدیوم، لانگ اویل) بر پایه اسید چربهای مختلف و اصلاحات گوناگون

- اپوکسی استر

- فنولیک رزین (الکیل، رزول)



نشانی کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، فاز ۲، قطعه ۱۵۲۱، تلفن: ۰۳۵۳۰۳۵۶ - ۰۲۶۶۴

نشانی دفتر مرکزی: تهران، بلوار آفریقا، خیابان آناهیتا، پلاک ۲۷، واحد ۷

تلفن و فکس: ۰۸۷۹۶۷۹۶

همراه: ۰۹۱۱۲۷۷۸۷۶۴ و ۰۹۱۱۲۱۴۴۰۰۸

پست الکترونیک: Azaran_baspar@yahoo.com

نمایه سه ساله ماهنامه چاپ و بسته بندی



شاهنگیان / ۲ صفحه
 ○ گفتگو با همایون ذوالریاستین مدیر صنایع بسته بندی و سلولزی موسسه استاندارد و تحقیقات صنایع ایران / ۹ صفحه
 ○ پای صحبت یکی از همکاران (گفتگو با محمدباقر حمیدی از شرکت فر) / ۳ صفحه
 ○ میزگرد وضعیت صنعت بسته بندی ایران با حضور مهندس علی اصغر طائی، مهندس ظهیری، ابوالحسینی افتخارزاده، دکتر گل افرا، رضا نورایی / ۳ و نیم صفحه
 ○ کارخانه چاپ و بسته بندی (گزارش فنی از شرکت سلطان چاپ) / ۵ صفحه

○ کنترل کیفیت و بازار مواد غذایی کنسرو شده (تولید میوه و سبزیجات کنسرو شده / ژیلایلیزاده / ۸ صفحه)
 ○ رنگها به هیچ وجه قابل توجیه نیستند / ادوین جی بورینگ ترجمه جلال شاهنگی / ۱ و نیم صفحه
 ○ بزرگترین نمایشگاه بین المللی صنایع غذایی جهان را بشناسیم (درباره نمایشگاه Sial) / ۱ صفحه
 ○ خبر / ۲ صفحه

سال اول / شماره ۵ / خرداد ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



○ سرمقاله (نخستین جشنواره صنعت چاپ) / ۱ صفحه
 ○ از گوشه کنار جشنواره / ۳ صفحه
 ○ بیانیه هیات داوران نخستین جشنواره صنعت چاپ ایران / ۱ صفحه
 ○ گفتگو با سید محمود دعائی سرپرست مؤسسه اطلاعات / نیم صفحه
 ○ گفتگو با احمد مسجدجامعی قائم مقام وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی / نیم صفحه
 ○ گفتگو با بعضی ها (گفتگوهایی با چند تن از شرکت کنندگان در نمایشگاه) / ۴ صفحه
 ○ گفتگو با محمد کلاری مسئول اتحادیه چاپخانه داران / ۲ صفحه
 ○ از اداره کل چاپ و نشر چه خبر؟ (گفتگو با خسرو طالبزاده مدیر کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) / ۴ صفحه
 ○ واژه های کلیدی صنعت چاپ (۳) / رضا نورائی / ۳ صفحه
 ○ اخبار تعاونی طراحان گرافیک / ۱ صفحه
 ○ رنگ (۱) / جلال شاهنگی / ۴ صفحه
 ○ آگروفود ۹۸، آفت و خیزها (نگاهی به پنجمین نمایشگاه بین المللی صنایع کشاورزی و مواد غذایی) / ۵ و نیم صفحه
 ○ در آستانه بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی تهران (رئیس کل مرکز توسعه صادرات: مشکل چاپ و بسته بندی یکی از مشکلات مهم صادرات به شمار می رود) / نیم صفحه
 ○ معاون امور باغبانی وزارت کشاورزی: ضعف در بسته بندی، پیمان سپاری و تشریفات اداری، همچنان باقی است / نیم صفحه
 ○ اولین نمایشگاه تخصصی خدمات صادراتی ایران / نیم صفحه

سال اول



سال اول / شماره ۱ / بهمن ۱۳۷۶ / قیمت ۲۰۰ تومان

○ سرمقاله (کار را که کرد؟! / یک صفحه)
 ○ واژه های کلیدی صنعت چاپ (۱) / رضا نورائی / ۳ صفحه
 ○ هلوگرافی / ۲ صفحه
 ○ خرما "حداقل سالی صد میلیون دلار ضرر می دهیم!!" / مهندس علی اصغر طائی کارشناس ارشد وزارت کشاورزی / ۵ صفحه
 ○ بسته بندی در شورای اقتصاد / ۱ صفحه
 ○ آب و الکل و بخار و هوا و کاغذ و... / احمد ابولحسنی / ۱ صفحه
 ○ کمیسیون کشاورزی مجلس و بسته بندی / ۶ صفحه
 ○ نامه های شما / نیم صفحه
 ○ خبر / نیم صفحه

سال اول / شماره ۲ و ۳ / اسفند ۱۳۷۶ / قیمت ۲۰۰ تومان



○ سرمقاله (آنان که خاک را به نظر کیمیا کنند!!) / ۱ صفحه
 ○ نخستین جشنواره صنعت چاپ ایران / ۲ صفحه
 ○ نقدی پیرامون چهارمین نمایشگاه ماشین آلات چاپ و بسته بندی / علی اصغر طائی / یک صفحه
 ○ گزارش ویژه چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی / ۱۶ صفحه
 ○ بسته بندی زعفران / مهندس علی اصغر طائی / ۵ صفحه
 ○ واژه های کلیدی صنعت چاپ (۲) / رضا نورائی / ۷ صفحه
 ○ چاپ اسکرین و انواع آن / ۴ صفحه
 ○ چرا ماورا بنفش؟! آن شاموال، ترجمه هاشم حبیبی / ۲ و نیم صفحه
 ○ کتابنامه بسته بندی / نیم صفحه
 ○ دیدگاههای یک واردکننده مرکب (گفتگو با آلن شاموال از شرکت سیکپا و حسن اسمعیل حدادی / ۳ صفحه)
 ○ دیدگاههای یک واردکننده ماشین آلات بسته بندی (گفتگو با بهرام پورناظری از شرکت پاهک) / ۳ صفحه
 ○ خبر / ۱ صفحه

سال اول / شماره ۴ / اردیبهشت ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان

○ سرمقاله (قالب و محتوی) / ۲ صفحه
 ○ لزوم نگرش سیستماتیک به صنعت نوین بسته بندی (۱) / حمیدرضا محبی / ۲ صفحه
 ○ بسته بندی فلزی (۱) / اصغر فلاح / ۲ صفحه
 ○ بسته بندی پسته / مهندس علی اصغر طائی / ۸ صفحه
 ○ نقش بسته بندی در فرآورده های مختلف مواد غذایی «گوشت قرمز» / تقی احمدی / ۴ صفحه
 ○ آشنایی با بسته بندی های پلاستیکی (شرینک SHRINK) / سیدرضا



- کتابشناسی تشریحی (سیل کردن، طراحی بسته با ضربه گیر، تئوری طراحی در بسته بندی، قوانین بسته بندی) / ۱۳ صفحه
- لزوم نگرش سیستماتیک به صنعت نوین بسته بندی (۳) (رعایت کیفیت و استاندارد) / حمیدرضا محبی / ۱ صفحه
- نقش بسته بندی در فرآورده های مختلف مواد غذایی / تقی احمدی / ۱ صفحه
- اخبار تعاونی طراحان گرافیک / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال اول / شماره ۸ / شهریور ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



- اشاره (تشکل صنفی، چاره جویی برای صنایع بسته بندی) / ۱ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۶) / رضا نورائی / ۴ صفحه
- چاپ روی لیوانهای پلاستیکی چگونه انجام می شود؟ (۱) چاپ بالشتکی / رضا نورائی / ۲ و نیم صفحه
- رنگ (۴) / جلال شباهنکی / ۴ صفحه
- اخبار تعاونی طراحان گرافیک / ۱ صفحه
- نخستین همایش سیاست های بازرگانی و تجارت بین الملل / ۱ صفحه

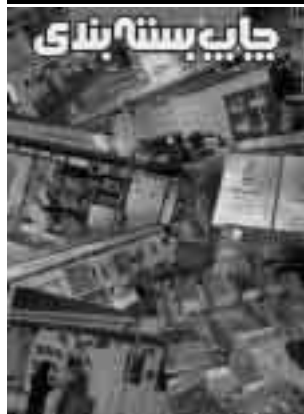
- بیانیه اولین همایش سیاست های بازرگانی کشور / ۱ صفحه
- گزیده ای از میز گرد پایانی اولین همایش سیاست های بازرگانی کشور / مهندس خاموشی رئیس اتاق بازرگانی صنایع و معادن، مهندس کرباسیان رئیس کل گمرک / ۵ صفحه
- دیدگاه یک مدیر نمونه (گفتگو با دکتر قاسمی مدیر کل توسعه صادرات وزارت صنایع) / ۸ صفحه
- سرمایه گذاران حتما بخوانند: سراب، جای بسته بندی در اینجا خالی است!!! / اداره بازرگانی شهرستان سراب / ۱ صفحه
- گزارشی از برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی ایران، تبریز / ۱ صفحه
- لزوم نگرش سیستماتیک به صنعت نوین بسته بندی (۴)، سازماندهی و آموزش / حمیدرضا محبی / ۲ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (روکش ها و لمینه ها در بسته بندی، ساختار فیلمهای انعطاف پذیر بسته بندی، راهنمای تسمه کشی) / ۱۷ صفحه
- اگر بخواهیم بازارهای جهانی را در درازمدت در دست داشته باشیم، باید از صادرات کالاها غیربهداشتی و غیراستاندارد جلوگیری کنیم / وزیر کشاورزی / نیم صفحه
- نحوه انتخاب مواد برای تهیه بسته (۱) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری لجستیک سپاه / ۴ صفحه
- هیات مدیره شرکت صنایع بسته بندی ایران در سمت خود ابقاء شد / ژیلایا علیزاده / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۳ صفحه

سال اول / شماره ۹ / مهر ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان

- اشاره (خصوصی سازی تشکلهای صنفی و جایگاه صنایع بسته بندی) / ۱ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۷) / رضانورائی / ۳ صفحه

- نقش دولت در بهبود بسته بندی کالا / مهندس علی اصغر طائی / ۴ صفحه
- بسته بندی فلزی (۲) / اصغر فلاح / ۴ صفحه
- نقش بسته بندی در فرآورده های مختلف مواد غذایی (۲) (گوشت قرمز) / تقی احمدی / ۲ و نیم صفحه
- آغازی از انتها (قدرت بسته بندی) / البوت یانگ ترجمه: محمد رزاقی منبع مجله: Boxboard containers / ۳ و نیم صفحه
- لزوم نگرش سیستماتیک به صنعت نوین بسته بندی (۲) (جایگاه طراحی و مهندسی) / حمیدرضا محبی / ۲ صفحه
- اخبار نمایشگاه ها / ۱ صفحه

سال اول / شماره ۶ / تیر ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



- سرمقاله / یک صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۴) / رضا نورائی / ۵ صفحه
- رنگ (۲) / ۴ صفحه
- میزگرد: عملکرد حروف کامپیوتری در چاپ (۱) / با حضور محمد احصایی، حسین عبدالزاده حقیقی، علیرضا کربلایی، مهشید بنی فاطمی، کامران انصاری، مسعود سپهر، وحدت دست پاک / ۱۰ صفحه
- گفتگو با بعضی ها (در حاشیه نخستین نمایشگاه خدمات صادرات) / ۲ صفحه
- گفتگو با مدیر اجرایی نخستین نمایشگاه خدمات صادرات / ۲ صفحه
- اظهارات وزیر بازرگانی در نخستین نمایشگاه خدمات صادرات / یک صفحه
- گزارش و تحلیل های مرکز توسعه صادرات از آگرو فود ۹۸ / ۲ صفحه
- نظری به بسته بندی در سازمان صنایع دستی / ارش مقصودلو / یک صفحه

- سمینار روشهای جدید بسته بندی / نیم صفحه
- نقش بسته بندی در اطلاع رسانی و تجارت / جان لوکز / ترجمه معاونت نگهداری لجستیک سپاه / دو صفحه
- بسته بندی فلزی (۳) / اصغر فلاح / ۲ صفحه
- تسهیلات موسسه استاندارد برای کالاهای صادراتی / نرخ صادراتی برخی از انواع کالاها / یک صفحه
- آشنایی با بسته بندی تترایک (۱) / ۶ صفحه
- بسته بندی اسپتیک / ۶ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (راهنمای بسته بندی کالاهای صادراتی) / ۵ صفحه
- معرفی چند نمایشگاه (اندونزی و فرانسه) / یک صفحه
- مشخصات هشت شرکت فعال فرانسوی در زمینه چاپ و بسته بندی / ۲ صفحه
- فهرست اسامی اعضای رسمی اتحادیه چاپ سیلک اسکرین / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال اول / شماره ۷ / مرداد ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان

- اشاره (چاپ احترامی است که صنعت برای هنر و فرهنگ قائل است) / ۳ صفحه
- مقایسه ای بین دو نمایشگاه / ۱ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۵) / رضا نورائی / ۴ صفحه
- میزگرد/ عملکرد حروف کامپیوتری در چاپ (۲) / با حضور محمد احصایی، حسین عبدالزاده حقیقی، علیرضا کربلایی، مهشید بنی فاطمی، کامران انصاری، مسعود سپهر، وحدت دست پاک / ۱۰ صفحه
- رنگ (۳) / جلال شباهنکی / ۳ صفحه
- بسته بندی فلزی (۴) / اصغر فلاح / ۱ صفحه
- چهار مقاله پیرامون بسته بندی های اسپتیک / دکتر برنارد ونبوکلن ترجمه محمدرضا قاسمیان / ۸ صفحه

- کتابشناسی تشریحی (قوانین انتخاب بسته بندی پلاستیکی، بسته بندی و لمینت، شریک) / ۸ صفحه
- گزارشی از سمینار نقش تبلیغات در عرصه صادرات / رویا نورائی / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال اول / شماره ۱۱ / آذر ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



○ تشکل ها، پل بین دولت و اعضاء (گفتگوی اختصاصی حسین ناجی معاون صنایع غیر فلزی وزارت صنایع با ماهنامه چاپ و بسته بندی پیرامون اهمیت ایجاد تشکل های صنفی و صنعتی و تشکل صنایع بسته بندی / ۴ صفحه

○ نگرش دولت به تشکل های صنفی و صنعتی / ۳ صفحه
○ یک پیشنهاد:
تشکیل اتحادیه صنایع بسته بندی در ایران / مهندس علی اصغر طائی / نیم صفحه

- درسهایی از اقتصاد جهان (۲) مدل توسعه اقتصادی چین / دکتر وانگ هایجونگ محقق دفتر عمران ملل متحد (UNDP) / ۳ صفحه
- من و ارزشهای افزوده (گفتگو با علی رضا اسماعیلی بازرگان موفق ایرانی) / ۵ صفحه
- نقش تبلیغات در عرصه صادرات (۱) / دکتر محمد تهرانی / ۳ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۹) / رضا نورائی / ۲ صفحه
- رنگ (۶) / جلال شباهنگی / ۴ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (علم بسته بندی کاغذی) / ۱۲ صفحه
- ایران عربستان (پرونده ای از نخستین نمایشگاه بازرگانی ایران در ریاض) / ۳ صفحه
- اخبار / ۵ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال دوم

سال دوم / شماره ۱۲ و ۱۳ / دی و بهمن ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



○ اشاره (فرهنگ بسته بندی) / ۴ صفحه
○ یک سال از انتشار اولین شماره / ۱ صفحه
○ دیدگاه های اداره کل توسعه صادرات وزارت صنایع درباره تشکل صنایع بسته بندی / ۱ صفحه
○ طرح آزمایشی ایجاد انجمن های صنایع همگن / ۱ صفحه
○ شایعات اقتصادی در کوتاه مدت بر نرخ تورم می افزاید / ۲ صفحه
○ گزارش ویژه از واحد بسته بندی مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی / ۱۱ صفحه

- گفتگو با دکتر محمد بلوریان تهرانی / ۵ صفحه
- تیوب (۱) (تیوب لمینت) / برگرفته از ویژه نامه لمینت متعلق به شرکت سهامی عام داروگر / ۳ صفحه
- نحوه انتخاب مواد برای تهیه بسته (۳) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری لجستیک سپاه / ۳ صفحه
- تکنولوژی صنعت بسته بندی های پلاستیکی / ترجمه از: ر.س. عنبری و م.ر. خیرآبادی / ۱ صفحه
- رنگ (۷) / جلال شباهنگی / ۴ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۱۰) / رضا نورائی / ۳ صفحه
- مختصری درباره بسته بندی خرما در بوشهر / ۱ صفحه



- چاپ روی لیوان های پلاستیکی چگونه انجام می شود؟ (۲) (چاپ اسکرین) / رضا نورائی / ۴ صفحه
- رنگ (۵) / جلال شباهنگی / ۴ صفحه
- اخبار تعاونی طراحان گرافیک / ۱ صفحه
- مواظب باشید شاید شماره شما هم جزء آن سیصد هزار شماره باشد / ۱ صفحه

- قم شهرک چاپ و رقابت با بیروت (۱) گفتگو با برخی از مدیران اتحادیه و تعاونی چاپ قم (مهربخش، عربستانی، کرمانی) / ۶ صفحه
- سلفچکان و استعدادهای صنعتی / ۱ صفحه
- حضور بانک اطلاعات بسته بندی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی تهران / نیم صفحه
- عملکرد عجیب مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی / نیم صفحه
- گزیده ای از آنچه که باید بدانید / برگرفته از گزارش عملکرد وزارت بازرگانی / ۱ صفحه
- گزیده هایی از میز گرد پایانی اولین همایش تدوین برنامه سوم توسعه کشور / ۱ صفحه
- به سوی انسجام صنایع بسته بندی (اظهار نظرها) / ۱ صفحه
- بسته بندی؛ یک سیستم حفاظتی حیاتی و اساسی (۱) (درباره بسته بندی چه می دانید؟) / انستیتو بسته بندی انگلستان IOP مترجم سیدرضا مرتضایی / ۴ صفحه
- لزوم نگرش سیستماتیک به صنعت نوین بسته بندی (۵) تعیین ویژگی های بسته بندی / حمیدرضا محبی / ۴ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (علم بسته بندی چوبی) / ۱۱ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال اول / شماره ۱۰ / آبان ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



- اشاره (ساختار و ضرورت های تشکل صنایع بسته بندی ایران) / ۲ صفحه
- به سوی انسجام صنایع بسته بندی (نامه ها و اظهار نظرها) / ۴ صفحه
- واژه های کلیدی صنعت چاپ (۸) / رضا نورائی / ۴ صفحه
- چاپ روی لیوان های پلاستیکی چگونه انجام می شود؟ (۳) چاپ افست خشک / رضا نورائی / ۷ صفحه
- رنگ (۶) / جلال شباهنگی / ۳ صفحه

- قم شهرک چاپ و رقابت با بیروت (۲) گفتگو با برخی از مدیران اتحادیه و تعاونی چاپ قم (مهربخش، عربستانی، کرمانی) / ۳ صفحه
- درسهایی از اقتصاد جهان (مدل پیشرفت کره و امکان بکارگیری آن در سایر کشورهای در حال توسعه) / دکتر هاک سوکیم محقق دفتر عمران ملل متحد / ۲ صفحه
- ما می توانیم / سیدحسن مورعی / ۱ صفحه
- بسته بندی؛ یک سیستم حفاظتی حیاتی و اساسی (۲) (درباره بسته بندی چه می دانید؟) / انستیتو بسته بندی انگلستان IOP مترجم: سیدرضا مرتضایی / ۴ صفحه
- گزارش نمایشگاه تخصصی پلاستیک دوسلدورف / شهرام حصیرچیان / ۱ صفحه
- نحوه انتخاب مواد برای تهیه بسته (۲) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری لجستیک سپاه / ۳ صفحه

- اینترپک ۹۹ پانزدهمین نمایشگاه بازرگانی بین‌المللی ماشین آلات بسته‌بندی و ماشین آلات قنادی / ۱ صفحه
- یورو EURO (اطلاعاتی در مورد یورو) / ۱ صفحه
- بخشنامه بانک مرکزی درباره جریان افتادن واحد پول اروپایی (یورو) و چگونگی اقدام بانکها در زمینه گشایش اعتبار، تعهدات ارزی، صادرات، حسابهای ارزی و... / ۱ صفحه
- توسعه صادرات غیر نفتی راه نجات اقتصاد ملی است / ایرنا / ۱ صفحه
- نقش تبلیغات در عرصه صادرات (۲) / دکتر محمد بلوریان تهرانی / ۲ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (اکولوژی و بسته‌بندی، اصول بسته‌بندی مواد غذایی) / ۱۸ صفحه
- اخبار / ۹ صفحه

- ایران / ۱ صفحه
- خبرهایی از مراکز توسعه صادرات / ۱ صفحه
- خروج صادرات غیرنفتی از مقررات تعزیرات / نیم صفحه
- اولین همایش بسته‌بندی محصولات پتروشیمی / ۲ صفحه
- بسته‌بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز) (۲) پالت / رضا نورایی / ۲ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (بسته‌بندی شیشه‌ای، چسبها) / ۵ صفحه
- ای بازرگانان با انصاف و دست اندرکاران صنایع بسته‌بندی، بوشهر را دریابید (تا کار از کار نگذشته) / ایرنا / ۱ صفحه
- اخبار / ۳ صفحه
- فهرست نمایشگاهها (به زبان انگلیسی) / ۲ صفحه
- اینترپک ۹۹ / مهندس علی‌رضا سراپچی / ۱ صفحه
- اجلاس بین‌المللی سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی ایران / نیم صفحه

سال دوم / شماره ۱۴ / اسفند ۱۳۷۷ / قیمت ۲۵۰ تومان



- بسته‌بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز) (۱) پالت / رضا نورایی / ۱ صفحه
- تولد بهار، سال دوم ماهنامه چاپ و بسته‌بندی و دگرگونی مجله گزارش پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی / ۵ صفحه
- نشست ننشسته / ۱ صفحه
- دنیای چاپ نورانی / ۴ صفحه
- واژه‌های کلیدی صنعت چاپ (۱۱) / رضا نورایی / ۴ صفحه
- رنگ (۹) / جلال شباهنگی / ۲ صفحه

سال دوم / شماره ۱۶ / اردیبهشت ۱۳۷۸ / قیمت ۵۰۰ تومان



- اشاره (به بهانه تبصره ۳۵ لایحه بودجه) / ۲ صفحه
- دومین جشنواره چاپ ایران / ۱ صفحه
- دومین جشنواره چاپ به روایت دبیرخانه جشنواره / ۱ صفحه
- بیانیه هیئت داوران دومین جشنواره چاپ ایران / ۱ صفحه
- مسائل کلان صنعت چاپ کشور از دیدگاه مسئولان شرکت ایران روتاتیو (گفتگو با محمدشاپور اسفرجانی، جلال بهروش و مهران رضوی) / ۱ صفحه

- گشایش مرکز اطلاعات بسته‌بندی ایران در شبکه جهانی اینترنت / ۱ صفحه
- بسته‌بندی، دیروز، امروز و فردا (۱) / ترجمه ر. سعید عنبری / ۱ صفحه
- اهمیت و نقش تشکل صنفی بسته‌بندی در روند توسعه صادرات غیر نفتی / مرکز توسعه صادرات ایران، لیلا باغبان / ۱ صفحه
- تکنولوژی صنعت بسته‌بندی‌های پلاستیکی (۲) / ترجمه ر. سعید عنبری و م.م. خیرآبادی / ۱ صفحه
- اولین همایش بسته‌بندی محصولات پتروشیمی / ۲ صفحه
- اولین نمایشگاه تخصصی مواد غذایی، شوینده‌ها و صنایع بسته‌بندی اصفهان / ۲ صفحه
- کتابشناسی تشریحی
- پیچیدگی مبارزه در عرصه رقابت صنعتی (پای صحبت رئیس اتحادیه تولید کنندگان و سازندگان ماشین‌آلات اتوماتیک بسته‌بندی ایتالیا UCIMA / ویژه‌نامه اتحادیه UCIMA به نام INTER PAK ITALIN TECHNOLOGY به مناسبت افتتاح نمایشگاه اینترپک در دوسلدورف آلمان / ترجمه مهندس علی‌رضا سراپچی / ۱ صفحه
- نگاهی به همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی ایران / ۲ صفحه
- ششمین دوسالانه طراحان گرافیک / نیم صفحه
- بسته‌بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز) (۳) صندوقهای چوبی / ۲ صفحه
- دیدگاههای یک محقق (گفتگو با مهندس علی‌اصغر طائی) / ۳ صفحه
- کتابشناسی تشریحی (بازاریابی و مدیریت بازار، چاپ افست) / ۶ صفحه
- اخبار / ۷ صفحه
- آقای عارف شما هم که سنتی فکر می‌کنید! / نیم صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال دوم / شماره ۱۷ / قیمت ۵۰۰ تومان

- اشاره (لزوم رفع موانع برای واردات، مواد و ملزومات صنعت چاپ) / ۱ صفحه
- آموزش فن فلکسوگرافی (۳) / مهندس علی‌رضا سراپچی / ۱ صفحه

سال دوم / شماره ۱۵ / فروردین ۱۳۷۸ / قیمت ۵۰۰ تومان



- بسته‌بندی پلاستیکی، بسته‌بندی فلزی / ۱۰ صفحه
- اشاره (دومین جشنواره چاپ ایران) / ۲ صفحه
- واژه‌های کلیدی صنعت چاپ (۱۲) / رضا نورایی / ۳ صفحه
- آموزش فن فلکسوگرافی (۱) / مهندس علی‌رضا سراپچی / ۲ صفحه
- رنگ (۱۰) / جلال شباهنگی / ۱ صفحه
- تکنولوژی صنعت بسته‌بندی‌های پلاستیکی (۳) / ترجمه م.م. خیرآبادی و ر.س. عنبری / ۱ صفحه

- گزارش دبیر شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی درباره وضعیت صادرات غیرنفتی ایران در سال هفتادوهفت / ریاست جمهوری اسلامی

- نقدی بر معیارها، شرایط و بخش‌بندی‌های مسابقه صنعت چاپ ایران / صفحه ۱۱
- داکتر بلید در ماشین چاپ روتوگراور (۱) / ترجمه ر.س. عنبری / ویرایش فنی: رضا نورائی / صفحه ۱
- گزارش آماری اینترنتیک / نیم صفحه
- رنگ (۱۲) / جلال شباهنگی / صفحه ۱



- بازار دوران آشفته‌ای را می‌گذراند / نگاهی به وضعیت بازار جعبه‌های مقوایی در جهان و عوامل موثر بر آن / کنت وگ هورن رئیس بخش بسته‌بندی RISI / صفحه ۱
- ارزیابی یونیدو از عوامل و موانع رشد صادرات غیرنفتی ایران / صفحه ۱
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی (انجمن بسته‌بندی قابل انعطاف) / ۳ صفحه
- بسته‌بندی، دیروز، امروز و فردا (۳) / ترجمه سعید عنبری / صفحه ۱
- دنیای بسته‌بندی (مفاهیم اولیه و اساسی بسته‌بندی) / انجمن بین المللی انستیتوهای تحقیقات بسته‌بندی / ترجمه: ع. منطقی / صفحه ۳
- بسته‌بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز) (۴) / صندوقها / ۲ صفحه
- آشنایی با مراکز آموزشی (مدرسه بسته‌بندی دانشگاه ایالتی میشیگان آمریکا) / ۲ صفحه
- آشنایی با نشریات تخصصی (ماهنامه بسته‌بندی امروز) / نیم صفحه
- کتابشناسی تشریحی (تکنولوژی پلیمرها) / ۴ صفحه
- بسته‌بندی ابزار پزشکی / ترجمه ر.س. عنبری و محمدرضا خیرآبادی / صفحه ۱
- اخبار / ۴ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

- دوپست بار زندگی (به مناسبت انتشار دویستمین شماره ماهنامه صنعت چاپ) / نیم صفحه
- عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت به کجا می‌انجامد؟ / ایرنا / صفحه ۱
- اخبار خوشایندی در مورد صنایع بسته‌بندی ایتالیا به گوش می‌رسد / صفحه ۱
- برچسب‌های دور پیچ برای لوله‌های دارو / نیم صفحه
- خبر / ۵ صفحه
- فهرست نمایشگاه‌ها (به زبان انگلیسی) / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال دوم ۱۳۷۸ / شماره ۱۹ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره / گزارش دوره‌های از طراحی تا چاپ طی سالهای ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ / صفحه ۱
- آینده، خصوصی سازی و تشکلهای صنفی / ۱ صفحه
- داکتر بلید در ماشین چاپ روتوگراور (۳) / ترجمه ر.س. عنبری و علی منطقی / ۱ صفحه
- رنگ (۱۴) / آخرین قسمت / جلال شباهنگی / ۱ صفحه
- بسته‌بندی ابزار پزشکی (۳) / ترجمه ر.س. عنبری و محمدرضا خیرآبادی / ۲ صفحه
- بررسی علمی - مفهومی بسته‌بندی (۱) / گروه کارشناسی بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه / ۲ صفحه
- بسته‌بندی در هزاره سوم / ۲ صفحه
- بیش از شیر (درباره بسته‌بندی شیر) / مجله CANNING FILLING / ۲ صفحه
- آینده و PET / ۱ صفحه
- سیستم سینی‌های بسته‌بندی طبیعی NBS / ۱ صفحه
- بسته‌بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز) (۵) / کف انبساطی / ۱ صفحه
- آشنایی با مراکز آموزشی (دانشگاه ایالتی ویسکانسین، دانشکده تکنولوژی، مهندسی و مدیریت دوره لیسانس بسته‌بندی) / ۱ صفحه
- آشنایی با نشریات تخصصی (ماهنامه CANNING FILLING) / نیم صفحه
- اخبار داخلی و خارجی / ۸ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی (انجمن سنجش و مواد آمریکا ASTM) / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال دوم ۱۳۷۸ / شماره ۲۰ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (۲۰۰۰) / ۱ صفحه
- کنکاش پیرامون یک مشکل اساسی در صادرات غیرنفتی / نشریه گمرک / ۱ صفحه
- نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تبریز / ۱ صفحه
- خبرهایی از دوره‌های طراحی تا چاپ / ۱ صفحه
- رنگ در بسته‌بندی (۱) / جین پال فی‌ور / ترجمه شبنم فرایی / ۲ صفحه
- انعطاف‌پذیری هنوز هم به عنوان ابزاری حاکم در بسته‌بندی‌های چندتایی مطرح است / مجله CANNING FILLING / ترجمه علی منطقی / ۲ صفحه

سال دوم ۱۳۷۸ / شماره ۱۸ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (نقدی بر معیارهای داوری مسابقه چاپ (۲)) / ۲ صفحه
- بسته‌بندی، وسیله‌ای اساسی برای افزایش قابلیت رقابت در بازارهای جهانی / ایرنا / ۱ صفحه
- داکتر بلید در ماشین چاپ روتوگراور (۲) / ترجمه ر.س. عنبری و ع. منطقی / ۲ صفحه
- ت مثل تولید، ب مثل بسته‌بندی، ش مثل شیرزاد (گزارشی از شرکت صنایع بسته‌بندی شیرزاد) / ۲ صفحه
- بسته‌بندی ابزار پزشکی (۲) / ترجمه ر.س. عنبری و محمدرضا خیرآبادی / ۱ صفحه
- رنگ (۱۳) / جلال شباهنگی / ۱ صفحه
- چرخه توزیع (درباره PET) / از مجله Filling Cannig / ۲ صفحه
- نقطه تحویل Point delivery (درباره درها و نازلها) / ۲ صفحه
- اخبار / ۲ صفحه
- یک تاز مسیر (درباره بسته‌بندی مایعات) / ۳ صفحه
- نوآوری همراه سنت (درباره بطری‌های فلزی جدید) / نیم صفحه
- اهمیت رنگ در ظاهر یک محصول / نیم صفحه
- آشنایی با مراکز آموزشی (دیارتمان بسته‌بندی دانشکده علوم و تکنولوژی کاربردی دانشگاه روچستر) / ۱ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی تحقیقاتی (انجمن بین‌المللی انستیتوهای تحقیقاتی بسته‌بندی) / ۱ صفحه



- بسته بندی، دیروز، امروز و فردا(۴) / ترجمه ر. سعید عنبری / ۲ صفحه
- بسته بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته بندی در جهان امروز) (۶) ضربه گیر از جنس پلی استایرن / ۱ صفحه
- بررسی علمی، مفهومی بسته بندی (۲) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه / ۲ صفحه
- اسکار بسته بندی / ۱ صفحه
- HMR ابتکاری برای انجماد کامل مواد غذایی / ۱ صفحه
- سبک و سبکتور (درباره قوطی های فلزی) / از مجله Machines Beverage / ۲ صفحه
- کارایی بسته بندی / از مجله Food Engineer / ۲ صفحه
- بطری های پی تی ئی و کاربرد متفاوت آن در تابستان / نیم صفحه
- خبر / ۹ صفحه
- آشنایی با نشریات تخصصی (ماهنامه Beverage Machines) / نیم صفحه
- فهرست نمایشگاه ها (به زبان انگلیسی) / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

- گزارش از شرکت صنایع بسته بندی شادمهر / ۲ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعات چاپ و بسته بندی ایران در شبکه های جهانی اینترنت / ۴ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۳) / جین پال فی و ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- چاپ دیجیتال / رضا نورایی / ۲ صفحه
- جستجوگرهای فلزیاب ها و جستجوگرهای پرتو ایکس / ترجمه علی منطقی / ویرایش فنی: رضا نورایی / ۴ صفحه
- گزارشی از شرکت گشتا صنعت تبریز / ۱ صفحه
- مان پلاست، داستان یک صعود / ۱ صفحه
- نقش غیر قابل انکار تبلیغات و بازاریابی در توسعه صادرات غیر نفتی / نشریه گمرک / ۲ صفحه
- بسته بندی مایکروویو (بخش اول: آشنایی) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه / ۲ صفحه
- بسته بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته بندی در جهان امروز) (۷) ارسال بی خطر محصولات خطر آفرین / ۱ صفحه
- بسته بندی مقوایی و مزایای آن / مجمع بسته بندی مقوایی PPC / ۲ صفحه
- مسابقه بزرگ بسته بندی ستاره آمریکا (۲۰۰۰ Ameristar) / ۱ صفحه
- این بسته بندی لعنتی! / ۱ صفحه
- اخبار / ۴ صفحه
- فهرست نمایشگاه ها (به زبان انگلیسی) / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال دوم ۱۳۷۸ / شماره ۲۱ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره
- بسته بندی به عنوان یک ارزش در تبلیغات تلویزیونی / ۱ صفحه
- به خاطر یک مشت دلار / رضا نورایی / ۴ صفحه
- یک بررسی آماری شگفت انگیز: صدها قلم کالا را ارزان می فروشیم، گرانتر وارد می کنیم! / غلامحسین آرام / ۱ صفحه
- پیشرفتهای جدید بوجود آمده در روشهای کاربردی ماشین آلات بسته بندی
- تشکلهای صنعتی (گفتگو با ایرج اکبری معاون وزیر صنایع و رئیس کمیسیون تشکلهای صنعتی وزارت صنایع) / ۳ صفحه
- دو نامه از صدها نامه / ۱ صفحه
- تحلیلی بر ساختار تشکلات وزارت صنایع / ناصر مظفریان مدیرکل تشکیلات، روشها و بودجه وزارت صنایع و دبیر کمیسیون تشکلهای صنعتی وزارت صنایع / ۲ صفحه
- صنعت بسته بندی ایران به زودی به یکی از بزرگترین بانکهای پست الکترونیک مجهز خواهد شد / نیم صفحه
- رنگ در بسته بندی (۲) / جین پال فی و ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- راه دشوار برای در باز کن قوطی های فلزی / از مجله MACHINES BEVERAGE / ۱ صفحه
- شخصیت و اعتبار سازنده کالا، در گرو بسته بندی صحیح آن است / سیدرضا حسینی لاهیجی / ۲ صفحه
- بیانیه دروپا / مانوئل ماتاره مدیر پروژه دروپا ۲۰۰۰ / ۲ صفحه
- معرفی دروپا / کلاوس لیک تایگ، مدیرعامل اتحادیه تولید کنندگان تجهیزات و تدارکات چاپ و کاغذ آلمان (VDMA) / ۲ صفحه
- دروپا ۲۰۰۰ در یک نگاه / ۱ صفحه
- سیلکاژل (گفتگو با یکی از اعضای هیئت علمی پژوهشکده شیمی جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی شریف) / ۲ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی (انجمن ملی مواد غذایی بخزده) / ۲ صفحه
- اخبار / ۳ صفحه
- قوطی فلزی نوشابه، صنعتی بی حد و مرز / نیم صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال دوم ۱۳۷۸ / شماره ۲۲ / قیمت ۴۰۰ تومان

- اشاره (چه سهمی در بزرگترین بازار چاپ جهان داریم؟) / ۱ صفحه
- صادرات آثار و خدمات چاپی (دیدگاههای مدیرکل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)

سال سوم

سال سوم ۱۳۷۸ / شماره ۲۳ / قیمت ۴۰۰ تومان



- گشت و گذاری در ششمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی / ۷ صفحه
- قوانین دست و پاگیر واردات، سرعت سرمایه گذاری در صنعت چاپ و بسته بندی را کند کرده است / نشریه گمرک / ۱ صفحه
- میزگرد (ایده های کارآمد نیاز به تکنولوژی ندارند) / از مجله Print Process / ۳ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۴) / جین پال فی و ترجمه شبنم فرایی / ۱ صفحه
- دفاع از بازار مقوا / از مجله Packaging today / ۲ صفحه
- زیر ذره بین (درباره بسته بندی محصولات ژنتیک) / از مجله Packaging today / ۲ صفحه
- برگرفته از نشریه Packaging today
- بسته بندی مایکروویو (بخش دوم: مواد اولیه) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه / ۲ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی تحقیقاتی (انستیتو حرفه ای های بسته بندی IoPP) / ۳ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی تحقیقاتی (مجمع بسته بندی مقوایی PPC) / ۳ صفحه
- اخبار / ۳ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۴ / قیمت ۴۰۰ تومان

- اشاره (مایکروسافت و بسته بندی دو تهدید بزرگ جهانی) / ۱ صفحه

- اولین نمایشگاه بین المللی محیط زیست در ایران / نیم صفحه
- یک مصاحبه، یک نامه، یک تحلیل (تحلیل انجمن مدیران صنایع در خصوص انجمن های صنایع همگن و خانه های صنعت (۱) / ۴ صفحه
- تحریر نمایشگاه Aqrof Food از سوی صنایع غذایی کشور / نیم صفحه
- اخبار / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۶ / قیمت ۴۰۰ تومان

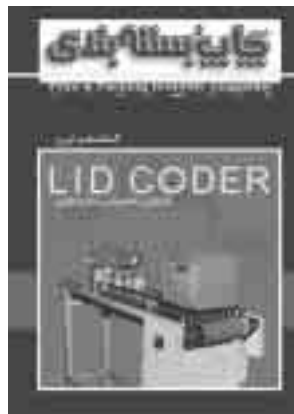


- اشاره
- نهضت یکپارچگی، برنامه ای نه چندان سودمند برای جهان سوم (۱) / ۱ صفحه
- رقابت سازندگان سیستم های CTP در اروپا / ۲۰۰۰ از مجله عام الطباعه / ۳ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۷) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۴ صفحه
- طراحی بسته بندی چیست؟ / سیدرضا حسینی لاهیجی / ۱ صفحه
- کاغذ، دیروز، امروز، فردا / دکتر جورج هولزی رئیس انجمن کاغذسازان آلمان ترجمه شهلا فیضی / ۱ صفحه
- برگزاری نشست علمی مرکب در سیستم های چاپ / نیم صفحه فرصتهای افزایش کاربرد فلکسوگرافی در چاپ مقوای بسته بندی / از ماهنامه علم الطباعه ترجمه: هومان خسروی / ۲ صفحه
- پیشرفتهای اخیر در تولید کاغذ / هانس مولر از خبرنگار اروپا / ۲ صفحه
- چاپ گراور ورقی، عامل موثر در ارتقاء کیفیت / از مجله Flexo Gravure International / نیم صفحه
- آینده فلکسوگرافی در چاپ بسته بندی / W.Dohme Peter از خبرنگار اروپا / ۲ صفحه
- بسته بندی و محیط زیست (۳) / ۲ صفحه
- گزارشی از وضعیت بازیافت پلاستیک های بسته بندی در ایالات متحده آمریکا (۲) / دکتر سوزان ای سلک استاد مدرسه بسته بندی دانشگاه ایالتی میشیگان (آمریکا) / ترجمه هومان خسروی / ۳ صفحه
- توسعه صادرات غیر نفتی و جهش صادراتی / نشریه گمرک / ۲ صفحه
- یک مصاحبه، یک نامه، یک تحلیل (تحلیل انجمن مدیران صنایع در خصوص انجمن های صنایع همگن و خانه های صنعت (۲) / ۲ صفحه
- اخبار / ۲ صفحه
- گپی با برند شوپ مدیر آکادمی چاپ هایدلبرگ / ۱ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۷ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره
- نهضت یکپارچگی، برنامه ای نه چندان سودمند برای جهان سوم (۲) / ۲ صفحه
- فراخوان دومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی / ۲ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۸) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- عملیات کرونا Corona (۱) / از نشریه Converting Floxo / ۲ صفحه
- سیستم های بازیافت حلال در چاپ گراور / به نقل از نشریه گراور GRAVURE / ۱ صفحه
- فن آوری UV (ماوراء بنفش) در چاپ / ۱ صفحه
- نقش چاپ روتوگراور در بازار چاپ لفاف بسته بندی / ۱ صفحه



- سومین جشنواره چاپ ایران / ۲ صفحه
- چاپ و الکترونیک (انتظار آینده ای خوش در هزاره جدید) / ۱ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی (دانشگاه ایالتی کالیفرنیا، رشته مدیریت چاپ) / نیم صفحه
- درجه بندی کاغذ و مقوا / نیم صفحه
- مدیر ایرانی، چاپخانه آلمانی (گفتگو با مرتضی میرفتاح مدیر چاپخانه اتحادیه هتل داران آلمان) / ۳ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۵) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- خرید با چشم باز (نگاهی به برگزاری سمینار آشنایی با محصولات هایدلبرگ) / نیم صفحه
- عصر جدید در صنعت بسته بندی ماشینی / اندرومنلی مدیر عامل انجمن ماشین آلات بسته بندی انگلیس / ۲ صفحه
- مطالعه سیر توسعه یک سیستم بسته بندی فعال (بخش اول) / R.G.M.Van. ترجمه هومان خسروی / ۲ صفحه
- آشنایی با مراکز اطلاعاتی تحقیقاتی (انستیتو قوطی و لوله کامپوزیت) / ۳ صفحه
- بسته بندی ثانویه کمکی به توزیع بهتر / P.V.narayanan / ترجمه هومان خسروی / ۱ صفحه
- پیشرفتهای جدید در فن آوری بازیافت بطری های نوشابه یکبار مصرف از جنس پی ئی تی PET / ۲ صفحه
- بسته بندی مایکروویو (بخش پایانی: بسته بندی های جدید) / گروه کارشناسی بسته بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه / ۲ صفحه
- بسته بندی و محیط زیست (۱) / ۳ صفحه
- اخبار / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۵ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (نقدی به معیارهای داوری جشنواره چاپ (یادآوری) / ۳ صفحه
- گزارش سومین جشنواره چاپ ایران / ۲ صفحه
- رنگ در بسته بندی (۶) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۲ صفحه
- گامی دیگر به سوی خودکفایی و رعایت استانداردها (گزارشی از شرکت گشتا صنعت تبریز) / ۲ صفحه
- بسته بندی و محیط زیست (۲) / ۲ صفحه
- شیر از تولید تا بسته بندی و فروش / ۱ صفحه
- اهمیت برچسب زنی مواد غذایی / ۱ صفحه
- مطالعه سیر توسعه یک سیستم بسته بندی فعال (بخش دوم) / R.G.M.Van. ترجمه هومان خسروی / ۳ صفحه
- گزارشی از وضعیت بازیافت پلاستیک های بسته بندی در ایالات متحده آمریکا (۱) / دکتر سوزان ای سلک استاد مدرسه بسته بندی دانشگاه ایالتی میشیگان (آمریکا) / ترجمه هومان خسروی / ۳ صفحه
- بسته بندی امروز (آشنایی با روشهای مفید بسته بندی در جهان امروز) (۸) ضربه گیرها و جداکننده ها / ۳ صفحه

- نظری اجمالی به یکی از روشهای تولید و توزیع نان ماشینی / ۱ صفحه
- اهمیت فیلمهای پلیمری در صنعت بسته‌بندی امروز / بهرام غفاری / ۳ صفحه
- چاپ مستقیم ورق کارتن / نیم صفحه
- گزارش مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران / نیم صفحه
- اخبار داخلی و خارجی / ۲ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۳۰ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (مواجهه با ارزشهای بسته‌بندی) / ۱ صفحه
- گزارش از هفتمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی / ۱ صفحه
- گزارش از چاپ شاد رنگ / ۲ صفحه
- تاریخچه بسته‌بندی / ۲ صفحه
- نکته‌هایی درباره روتاری اسکرین / ۲ صفحه
- نگاهی به سرگذشت صنعت مقوا و کارتن / ۲ صفحه
- رنگ در بسته‌بندی (۱۱) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه

- نقش مواد افزودنی در مرکبهای پایه آب / ۱ صفحه
- مقوا بسته‌بندی ایده‌آل برای مایعات و مواد غذایی / یک و نیم صفحه
- معرفی چند کتاب / چگونه کتاب شدم - مراحل آماده‌سازی یک کتاب / نیم صفحه
- معرفی مراکز اطلاع‌رسانی بسته‌بندی (انجمن بسته‌بندی پلی‌استایرن) / نیم صفحه
- درباره برخی از مشکلات بسته‌بندی و صادرات میوه و تره‌بار / نیم صفحه
- مختصری درباره وضع فعلی بسته‌بندی و صادرات رب گوجه‌فرنگی ایران امروز / نیم صفحه
- بسته‌بندی، ابزاری مناسب برای تبلیغات / ۴ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

اطلاعیه مهم

همانطور که خوانندگان محترم می‌دانند مدتی است که برخی کتابهای تخصصی بسته‌بندی که توسط دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی به علاقمندان عرضه می‌شد به اتمام رسیده‌است.

با توجه به تقاضاهای مکرر محققان و دانش‌پژوهان عزیز در خصوص انتشار مجدد این کتابها ماهنامه چاپ و بسته‌بندی با کسب اجازه از مولف و ناشر اقدام به انتشار تعدادی از عناوین کتابهای مذکور با تیراژ محدود نموده‌است. در ادامه عنوان‌های برخی از این کتابها اعلام می‌شود.

– شرینگ

– تئوری طراحی در بسته‌بندی

– بسته‌بندی کارتی (بلیستر)

– طراحی بسته با ضربه گیر

– قوانین بسته‌بندی

شایان ذکر است دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی بطوری فراگیر اقدام به تهیه مجلات (خارجی) و کتابهای (داخلی) مربوط به صنایع چاپ و بسته‌بندی از سراسر کشور کرده‌است و علاقمندان می‌توانند با مراجعه به دفتر این ماهنامه اطلاعات مورد لزوم خود را جستجو کنند.

- عملیات ESA برای مرکب‌های محلول در آب (۱) / ۲ صفحه
- پودرهای Anti Set-Off (ضد پشت‌زدن) را بهتر بشناسیم / ۲ صفحه
- مرکب‌های فلزی، برای ایجاد جلوه‌های زیبای چاپی / ۲ صفحه
- نسل دوم محفظه‌های داکتر بلید / از نشریه Converting Flexo / ۲ صفحه
- Gravure / ۲ صفحه
- گزارشی از وضعیت بازیافت پلاستیک‌های بسته‌بندی در ایالات متحده آمریکا (۳) / دکتر سوزان ای سلک استاد مدرسه بسته‌بندی دانشگاه ایالتی میشیگان (آمریکا) ترجمه هومان خسروی / ۲ صفحه
- فهرست نمایشگاه‌ها (به زبان انگلیسی) / ۱ صفحه
- اخبار / ۳ صفحه
- بخش لاتین / ۱ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۸ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (هشدار، از فرصت‌ها استفاده کنید) / ۱ صفحه
- در گوشه و کنار نمایشگاه بیست و ششم / ۴ صفحه
- میزگرد، درباره فیلمهای چند لایه؟ / ۷ صفحه
- معرفی اتحادیه تعاونی‌های تولید کنندگان مواد لینی / ۱ صفحه
- عملیات کرونا (۲) / ۲ صفحه
- رنگ در بسته‌بندی (۹) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- چاپ اسکرین در بازار امروز / ۴ صفحه

- عملیات ESA برای مرکبهای محلول در آب (۲) / نیم صفحه
- گسترش پایگاه ایران پک در شبکه اینترنت / نیم صفحه
- افتتاح نخستین مرکز بازسازی ماشین‌آلات دست دوم چاپ در ایران / ۱ صفحه
- فیلمخانه چاپ و بسته‌بندی / ۱ صفحه
- اخبار داخلی و خارجی / ۲ صفحه
- فهرست نمایشگاه‌ها (به زبان انگلیسی) / نیم صفحه
- بخش لاتین / ۲ صفحه

سال سوم ۱۳۷۹ / شماره ۲۹ / قیمت ۴۰۰ تومان



- اشاره (کسب هویت صنفی برای صنایع بسته‌بندی) / ۲ صفحه
- راهنمای صادر کنندگان کشمش (گزارشی کامل از وضعیت کشمش در ایران و جهان، وضعیت بسته‌بندی آن در ایران و نکات دانستی در این خصوص) / مهندس علی اصغر طایبی / ۳ و نیم صفحه
- گزارشی از نخستین مجتمع پتروشیمی ایران (مجتمع پتروشیمی شیراز) / ۲ صفحه
- اصفهان، پارازایلین، پی‌ئی‌تی (گزارشی از مجتمع پتروشیمی اصفهان) / نیم صفحه

- چاپ مستقیم روی بطری‌های پی‌ئی‌تی / ۱ صفحه
- گفتگو با مدیرعامل شرکت کارتن‌سازی نوید ابراج طوس / ۱ صفحه
- رنگ در بسته‌بندی (۱۱) / جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی / ۳ صفحه
- عملیات کرونا (بخش سوم) / ۱ صفحه
- جایگاه حرفه بسته‌بندی / ۱ صفحه
- بازیافت شیشه / ۱ صفحه
- معرفی مراکز اطلاع‌رسانی و خدمات بسته‌بندی (انستیتو بسته‌بندی شیشه‌ای) / ۱ صفحه
- نان یخی

توزین اتوماتیک در دو نوع مکانیکی و الکترونیکی

موارد مصرف:

- ۱- توزین مواد فله تا ظرفیت ۶ تن در ساعت
قابلیت نصب در خطوط مداوم و غیر مداوم (Continuous & Batching)
- ۲- جهت فرمولاسیون در صنایع غذایی - دامی - دارویی و شیمیایی
- ۳- سیستم های بسته بندی مواد خشک تا ظرفیت ۱۰ کیلوگرم



کیسه پر کن اتوماتیک

- در دو نوع مکانیکی و الکترونیکی
- به همراه نوار نقاله و تجهیزات مورد نیاز
- کیسه گیری از ۲۰ تا ۸۰ کیلوگرم
- سرعت کیسه گیری از ۸۰ الی ۴۰۰ کیسه در ساعت با سیستم شمارنده تعداد کیسه ها

سیستم توزین الکترونیکی

توانمندی:

- ۱- قابلیت فرمول گیری و حفظ اطلاعات تا ۱۰ فرمول مختلف
 - ۲- قابلیت کنترل توسط PLC و کامپیوتر
- موارد مصرف:
- ۱- فرمولاسیون در صنایع غذایی - دامی - دارویی و شیمیایی
 - ۲- کنترل و توزین میزان مواد عبوری تا ظرفیت ۳۰ تن در ساعت
در خطوط تولید صنایع آرد سازی - صنایع غذایی
صنایع شیمیایی و دارویی
 - ۳- بسته بندی کیسه های حجیم تا ظرفیت یک تن



تهران - اول جاده قدیم کرج ، شیر پاستوریزه ، خ هفده شهریور

جنب نوظهور ، کوچه شمشاد ، پلاک ۲۱ ، کدپستی ۱۳۷۸۶

تلفن : ۶۸۰۹۷۶۸ - ۶۸۰۸۳۰۷ (۹۸ ۲۱) + دورنگار : ۶۸۱۷۸۳۸ (۹۸ ۲۱) +

همراه : ۰۹۱۱۲۱۱۴۱۵۸ E-mail :Mahdi@Iran-Central.net

یک نشان بین‌المللی جدید برای پلاستیک‌های تجزیه‌شونده در طبیعت

انستیتو بین‌المللی محصولات تجزیه‌شونده⁽¹⁾ (BPI) و انجمن کمپوست آمریکا⁽²⁾ (USCC) محصولات پلاستیکی تجزیه‌شونده در محیط را شناسایی و معرفی می‌کنند. برنامه مشترک این دو انجمن دادن مجوز استفاده از علامت ویژه محصولات تجزیه‌شونده در محیط به پلاستیک‌های واجد شرایط و همچنین شناسایی و تشویق تولیدکنندگان این مواد با ارزش می‌باشد.



همان‌طور که می‌دانیم پلاستیک‌ها تا صد سال در محیط زیست باقی می‌مانند و یکی از بزرگترین آلوده‌کننده‌ها به شمار

می‌روند. با افزایش ساخت و مصرف پلاستیک‌های تجزیه‌شونده که در زمان بسیار کوتاه تجزیه می‌شوند، امید است مشکل آلودگی مواد پلاستیکی رو به بهبود گذارد.

۱ - Biodegradable Products Institute
۲ - US Composting Council

بازدید کارآموزان دوره‌های مدیریت پروژه چاپ از مراحل تهیه زینک دیجیتال (CTP)

در راستای برگزاری دوره‌های مدیریت پروژه چاپ که توسط ماهنامه چاپ و بسته‌بندی برگزار می‌شود، چندی پیش کارآموزان یکی از این دوره‌ها طی یک بازدید آموزشی مراحل تهیه زینک کامپیوتری یا CTP را از نزدیک مشاهده کردند. این عملیات در لیتوگرافی آرا و به وسیله یک دستگاه CTP ساخت شرکت اسکرین انجام می‌شد.

به مناسبت این بازدید آموزشی برخی از مسئولان فنی شرکت روناک برای پاسخگویی به سوالات بازدیدکنندگان و هدایت بهینه عملیات کامپیوتر به زینک در محل حاضر بودند.

بازدیدکنندگان در این جلسه آموزشی از نزدیک با یک‌یک مراحل کامپیوتر به زینک از مرحله ارسال از کامپیوتر تا ریب، تصویرنگاری توسط لیزر و ظهور و شستشو اتوماتیک زینک توسط پروسسور مخصوص آشنا شدند. در این بازدید چند ورق زینک کامپیوتری تهیه و مورد بررسی بازدیدکنندگان قرار گرفت. ایشان همچنین برخی آثار چاپ شده توسط این زینک‌ها در ایران را مورد بررسی قرار داده و در خصوص بازدید این نوع زینک‌ها در ایران به بحث و تبادل نظر پرداختند.

شایان ذکر است که دوره‌های مدیریت پروژه چاپ از سال ۱۳۷۳ تاکنون در حال برگزاری است و سری جدید آن به زودی آغاز خواهد شد.

تصاویر مراحل تهیه زینک کامپیوتری در حضور بازدیدکنندگان و بررسی زینک‌ها توسط ایشان را نشان می‌دهد.



ترموستات

سانوپ کره

آنالوگ ۴۰۰-۰

تلفن: ۶۷۱۵۵۸۱-۶۷۱۵۸۱۳

کارتن سازی افتخاری سازنده انواع کارتن‌های صادراتی

لامینیت و دایکاتی

اصفهان، شهرک صنعتی فرودگاه

خیابان چهارم. تقاطع چهارم

تلفن ۵۲۲۰۵۲ - ۰۳۱۱

دو میلیون دلار واردات کاغذ و مقوا و کارتن از پاکستان

طبق تراز بازرگانی ایران و پاکستان که بخشی از آن در نشریه گمرک به چاپ رسیده است ایران در سالهای ۱۳۷۷ و ۱۳۷۸ به ترتیب ۰/۹ و ۱/۱ میلیون دلار کاغذ و مقوا و کارتن از پاکستان وارد کرده است. کالاهای فوق جزء اقلام عمده وارداتی از پاکستان طی سالهای مورد بحث بوده است. این کالاها به ترتیب رده سوم و دوم واردات از پاکستان را در آن سالها به خود اختصاص دادند.

ماشین سازان / تولید کنندگان مواد و لوازم / چاپخانه داران / صنایع کارتین و....

یکشنبه ۳۰ اردیبهشت

ساعت ۳ بعد از ظهر

تاسیس انجمن صنایع همگن بسته بندی

خانه صنعت استان تهران

تهران / خیابان میرداماد / بین میدان مادر و کانال آب / شماره ۱۶ / طبقه سوم

از مدیران تمام واحدهای صنعتی که در خدمت صنایع بسته بندی هستند برای شرکت در این جلسه دعوت می شود

ابرار اقتصادی سه شنبه ۸۰/۲/۱۱ - صاحبان صنایع بسته بندی روز یکشنبه سی اردیبهشت ماه در خانه صنعت گرد هم می آیند تا نخستین گام را در خصوص تاسیس انجمنهای صنعتی همگن برای صنایع و خدمات بسته بندی بردارند. رضا نورائی مدیرمسئول ماهنامه چاپ و بسته بندی اعلام کرد: «مدتها این قضیه بررسی و با افراد و واحدهای صنعتی زیادی در این باره صحبت شده است. تاسیس انجمنهای صنعتی در رشته های گوناگون صنعت و خدمات بسته بندی تأثیر بسیار مهمی در تولید و بازرگانی کشور خواهد داشت. مدتهاست که بخشهای تولیدی کشور منتظر ایجاد یک تشکل متمرکز در خصوص بسته بندی هستند تا بسیاری از مشکلات خود را در این باره مطرح و چاره جویی کنند. از طرفی دست اندرکاران بسته بندی اعم از ماشین سازان، تولیدکنندگان مواد، چاپخانه های بسته بندی، واحدهای خدماتی، صنایع کارتین و جعبه و... فاقد هویت صنفی و شخصیت حقوقی واحد هستند. این موضوع مانع بزرگی برای رشد بسته بندی در کشور است. وی گفت: در حال حاضر صنایع و خدمات بسته بندی علاوه بر ناتوانی در تصمیم سازی برای دولت به دلیل نداشتن تشکل و شخصیت حقوقی واحد، فرصتهای زیادی را در کسب اعتبارات و تسهیلات و جذب سرمایه از دست داده اند. اکنون پس از رایزنی هایی با مدیرکل تشکیلات و روشهای وزارت صنایع و معادن و معاون اداری و مالی سابق وزیر صنایع (رییس سابق کمیسیون تشکلهای صنعتی) و همچنین هماهنگی با دکتر هادی غنیمی فرد رییس هیئت مدیره خانه صنعت استان تهران، قرار شد نشستی برای آشنایی هرچه بیشتر مدیران واحدهای مربوطه با آیین نامه اجرایی انجمنهای صنایع و در ادامه آن تدوین تقاضای تاسیس انجمن یا انجمنهای صنعتی در خصوص بسته بندی برگزار شود. این جلسه به دعوت ماهنامه چاپ و بسته بندی برپا و محل آن سالن اجتماعات خانه صنعت استان تهران خواهد بود. تاریخ تعیین شده یکشنبه ۳۰ اردیبهشت ماه سال جاری است و از مدیران واحدهای دست اندرکار صنایع و خدمات بسته بندی اعم از ماشین سازی، مواد، چاپ، جعبه سازی و کارتین، لوازم بسته بندی، خدمات بسته بندی و... دعوت می شود در این جلسه شرکت کنند تا سنگ بنایی محکم برای این کار گذاشته شود و اثرات مثبت آن در تمام شبکه تولید و بازرگانی کشور منعکس شود. از مدیران سایر صنایع نیز دعوت می شود برای آشنایی با کم و کیف این کار در جلسه فوق حضور یابند.

کتاب مجموعه مقالات:

واژه های کلیدی صنعت چاپ

منتشر شده در شماره های پیشین
ماهنامه چاپ و بسته بندی

تلفن ۸۹۵۱۹۱۱

موسسه سلفون کشی روشنگ

تولید ساک های تبلیغاتی در اندازه های مختلف

با نازل ترین قیمت، لامینیت سلفون بر روی انواع
کاغذ و مقوا گلاسه و مقوا فرنگی پذیرفته می شود

۳۶۹۹۳۱ ☎

نشریات رسیده به دفتر ماهنامه

مجله علوم و تکنولوژی پلیمر

فصلنامه، علوم و تکنولوژی (شماره چهارم) به دفتر چاپ و بسته‌بندی رسید. برخی از مطالب چاپ شده در این شماره به قرار زیر است:

- تعیین محل‌های تزریق و خروج هوای قالب قطعات لوله‌ای شکل در فرایند R T M به روش تجربی و شبیه‌سازی عددی
- مطالعه رئولوژی آمیزه‌های پلی‌اتیلن و پلی‌پروپیلن
- بررسی عوامل موثر بر استحکام چسبندگی آمیزه گام بالشتک به سطح منجمد مستعمل در تایر روکش شده
- اصلاح شیمیایی سلولوز برای بهبود چاپ پذیری انتقالی آن
- بررسی اثر نسبت‌های محمل موم پلی‌اتیلن سنگین بر استحکام مکانیکی ماهیچه‌های سرامیکی تهیه شده با فرایند قالبگیری تزریقی

چکیده یکی از مقالات

اصلاحات شیمیایی سلولوز برای بهبود چاپ پذیری انتقالی آن.

در این پژوهش با سنتز یک ماده آبیگر فعال بر پایه سیانور یک کلرید (تری کلروتتری آژین) و بکارگیری آن روی یک پارچه سلولوزی (پنبه)، خاصیت جذب آب منسوج کاهش داده شده است. این ماده که از طریق ترکیب آنیلین با سیانور یک کلرید سنتز شده و نام آن آنیلین دی کلروتتری آژین است می‌تواند مشابه یک ماده رنگزای فعال با سلولوز واکنش شیمیایی دهد. وجود پیوند محکم کووالانسی بین این ماده و زنجیر سلولوزی باعث مهار شدن گروه‌های هیدروکسیل در ساختار سلولوز می‌شود. با کاهش پیوندهای هیدروژنی بین لیف و آب و کم شدن خاصیت آبدوستی لیف امکان چاپ روی آن با کاغذهای آغشته به مواد رنگزای پراکنده در دمای بالا میسر می‌شود.

ادامه از صفحه ۳

در این میان ابزار ساخت تصویر دیجیتالی یکی از عوامل مهم می‌باشد. حافظه و کیفیت کار دوربین‌های دیجیتالی کیفیت و زرولوشن تصویرهای دیجیتالی را تعیین می‌کند.

تفکیک رنگها

(Color Separations)

جداسازی رنگ‌ها کاری بسیار پیچیده است و نیاز به مهارت و تخصص بالایی دارد. در این زمینه تاکنون کتاب‌ها و مقالات متعددی نگاشته شده است. متغیرهای موجود در عملیات اسکن مانند زرولوشن، تراکم مناطق تیره و روشن، توازن رنگ، کنتراست و روش ترامه‌کردن تصویر در کیفیت نهایی تأثیر قابل توجهی دارند. همچنین انواع روش‌های ایجاد ترام، چگونگی و تعداد رنگهای تفکیکی را تعیین می‌کنند.

طراحی Design

طرح مکان قرارگیری تصاویر به همراه علامت‌ها و عناصر دیگر طراحی به روی صفحه، اهمیتی همسان با خود تصاویر و چگونگی ایجاد یا اسکن آنها دارد. همان‌طور که می‌دانید چاپ افست

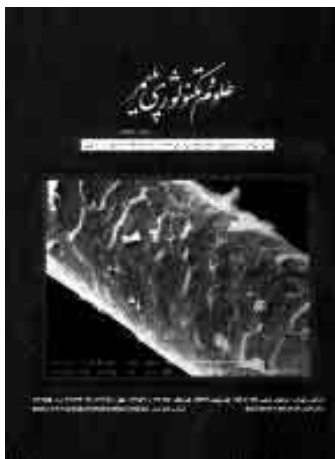
درباره رابطه بین سلولوز عمل‌آوری شده با مقادیر نسبت عوامل آلی به عوامل معدنی برای لیف اصلاح شده و مواد رنگزای پراکنده مصرف شده، در مورد دلیل افزایش تمایل لیف اصلاح شده به این مواد رنگزا مطالعه شده است.

سید حسین امیر شاهی، منصوره قنبرافچه

ماهنامه بسپار

ماهنامه بسپار (شماره چهاردهم) به دفتر چاپ و بسته‌بندی رسید. برخی از مطالب چاپ شده در این شماره به قرار زیر است:

- درحاشیه نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی
- روش جدید پوشش‌رانی کاغذهای پلی‌اتیلن ویژه
- اصلاح خواص کاغذ توسط رزین‌های صنعتی
- چکیده مقالات
- وضعیت جهانی مواد بسته‌بندی
- همایش‌های فرا ملی
- بخش انگلیسی



تصویر سمت چپ: کمبود مرکب در اثر وجود کادر پر رنگ و ضخامت مرکب اطراف

باشند، چاپ تصاویر دیگر را با مشکل روبرو می‌سازند. البته با طراحی دقیق و برنامه‌ریزی این مشکل حل می‌شود.

نقش مهم و تعیین‌کننده مشاور پیش از چاپ را نیز نباید نادیده گرفت. ادامه دارد...

دستگاه تولید کیسه‌های پلاستیکی

با سرعت زیاد

ماهنامه بسپار: یک شرکت ایتالیایی دستگاهی برای تولید کیسه‌های پلاستیکی عرضه کرده است. در این دستگاه از سیستم‌های نیکل‌کروم برای درزگیری گرمایی انتهای کیسه‌ها استفاده شده است. این دستگاه قادر است تا یک میلیون کیسه در روز تولید کند.

صنایع بسته‌بندی و کارتن‌سازی علائی‌فر



مشاور و تولیدکننده انواع کارتن‌های سه‌لا، پنج‌لا، ایفلوت و جعبه‌های مقوایی

با چاپ، بدون چاپ، دایکاتی و لامینیت در حد صادرات

فروش چسب سیلکات و دسته پلاستیکی

نشانی: باقرآباد شهرری/ پشت بانک صادرات/ شهرک صنعتی تجریشی/ ۱۰ متری بیدر/ پلاک ۲۵

تلفن: ۵۲۰۸۴۴۴ - ۵۲۰۸۴۴۵ تلفکس: ۵۲۰۲۷۷۰

فوری فروشی

فلکسو عرض ۸۶

چهار رنگ

ساخت ایران و در حال کار

۰۲۶۶۹۳۱۳۷۸

تفصی‌ترین مرکز معرفی

ماشین آلات دست دوم

اروپایی

عرضه بیش از صدها نوع ماشین چاپ و بسته‌بندی



تلفن: ۸۷۵۶۵۲۲ فکس: ۸۷۳۲۸۲۹

تهران، خ بیهقی، شماره ۶۶

کد پستی: ۱۵۱۴۷ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵

Email: partow@accir.com

سراسر ایران

دیوار نویسی

«شرکت پدیده‌گرافیک»

همراه ۰۹۱۱۳۴۹۹۸۵۸

تلفکس ۰۲۶۱ - ۴۳۲۰۱۸

مشاور شما

شرکت ارمند تجارت

ماشین آلات چاپ

لمینه، برش،

فیلم‌های بسته‌بندی

و مواد اولیه از اروپا

تلفن: ۹۱ - ۸۷۱۴۳۸۹

فکس: ۸۷۱۱۰۴۴

پست الکترونیک:

atc@dpimail.net

سایت اینترنت:

www.atcfarzam.com

دستگاه بسته‌بندی چای

(سیستم ترازوی الکترونیکی از ۱۰۰ تا ۵۰۰ گرم)

دستگاه بسته‌بندی حیوانات خشکبار

از ۲۰ تا ۱۰۰۰ گرم

دستگاه بسته‌بندی ساشه

از ۳ الی ۱۰۰۰ گرم در انواع کاغذهای حرارتی

دستگاه بسته‌بندی شرینگ پک

در سایزهای مختلف

دستگاه بسته‌بندی قلوبک (قطعه‌ای)

دستگاه بسته‌بندی ماکارونی اسپاگتی

در وزن‌های ۲۵۰ الی ۹۰۰ گرم

خط کامل خرما

تمام مستشو، سورتینگ، پالیش، خشک‌کن و بسته‌بندی

راسا ماشین

پیشگام در تولید انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

۲۵ سال تجربه تولید

آدرس: اصفهان، خیابان امام خمینی

خیابان بسج، بن بست بهنام شماره ۵

تلفکس: ۳۱۱ ۳۴۲۶۶۶

<http://www.rasatolid.Bm.com/>



لاستیک سینا

روکش لاستیکی نوردهای چاپ

کش، فلکسو، ملایه، سیلیکونی

روکش نوردهای چاپ فلز

روکش نوردهای چاپ کارتن

روکش نوردهای چاپ پلاستیک

نابلون، نایلکس، UV ROLLS

دفتر تهران - نارنگ - گلبرگ غربی

بعد از کورمان لیش کوچه اسلامی شماره ۵۴

تلفن: ۷۸۲۹۳۳۳ و ۷۸۱۲۵۲۴ و ۷۸۴۱۰۲۰

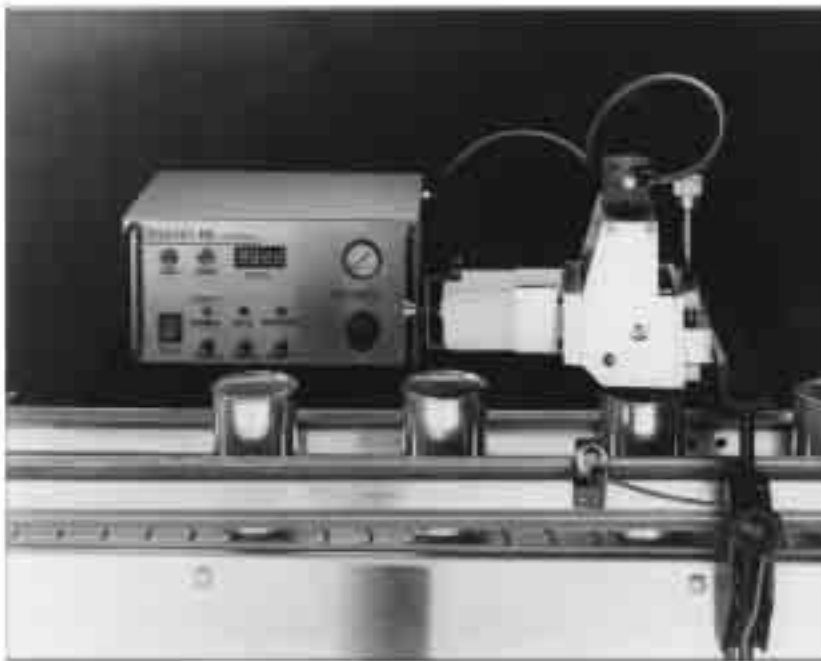
تلفن کارخانه: ۷۲ و ۳۳۷۱ - ۰۲۹۳۳۳۳

تلفن همراه:

۰۹۱۱۳۱۳۱۳۳۳ و ۰۹۱۱۳۱۳۱۳۳۳

ویدر

ماشینهای صنعت بسته بندی

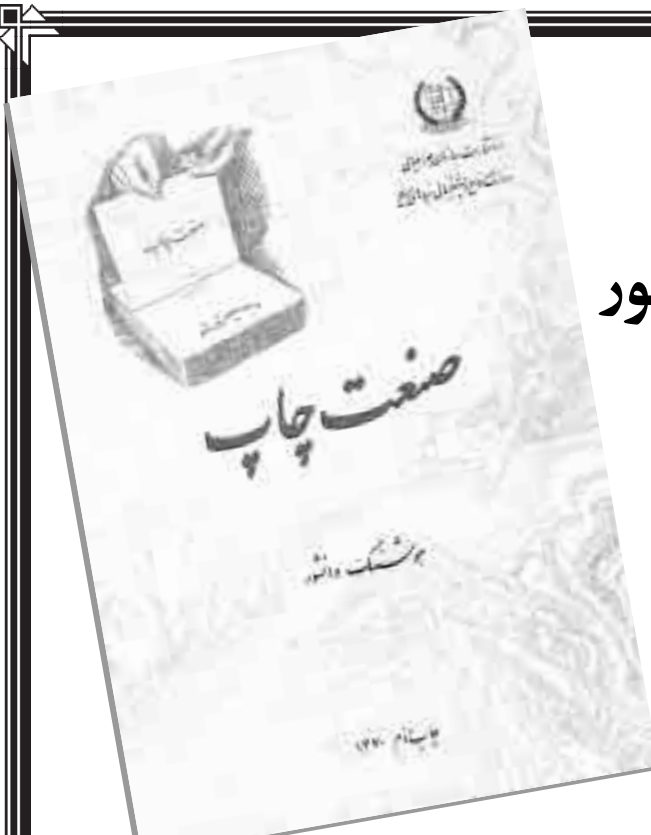


چاپگر تماسی جوهری

مدل ۱۱۰

- چاپ تاریخ تولید مصرف و قیمت .
- چاپ با جوهر ضد آب .
- قابل نصب روی خط تولید .
- ارزان و اقتصادی .

تهران - خیابان ستارخان - خیابان شادمهر - شماره ۳۵۱ کد پستی: ۱۳۵۲۹
تلفاکس: ۹۸۳۱۶۶ - ۹۸۳۱۷۷ - E-MAIL : WIDDERCO@APADANA.COM



تعداد محدودی کتاب صنعت چاپ

اثر استاد مرحوم هوشنگ دانشور

با قیمتی باورنکردنی

برای فروش موجود است.

کلی و جزئی

علاقمندان برای تهیه این کتاب به دفتر ماهنامه چاپ و بسته بندی مراجعه کنند.

In the name of God
the Beneficent the merciful



Cover:
Baspar Shaffaf Pooshesh Co.Ltd
Producer of mono and multy-layer
co-extrusion Blown films up to 1700mm.
Flexography printing up to 1700mm.
Tel: +98 21 8870110-14
Fax: +98 21 8870115
Email: b_s_p@nap-ir.net

- **Point:** Printing Festival: Wind of change ▶ 1
- **How to read a press sheet** ▶ 3
- **The history of packaging (last part)** ▶ 4
- **A Historical event in silence!** ▶ 5
- **Ameristar 2000 awards** ▶ 6
- **Ameristar 2001 competotion** ▶ 11
- **Color in packaging (last part)** ▶ 12
- **Pad printing: reievw of basics (part 1)** ▶ 14
- **Three yeras of Chap O Bastebandi Magazine** ▶ 18
- **Viisits of Print Managment students** ▶ 27
- **A new logo for biodegradeble palsitics** ▶ 27
- **Lcist of recieved publications** ▶ 28

CHAP O BASTEBANDI
(Print & Packaging monthly magazine)
4nd year, No.31, 2001
Editor: Reza Nooraei
P.O.Box: 13145-1487 Tehran,Iran
Tel: +98 21 8951911
Fax: +98 21 8951914
Email: info@iranpack.org
Web: www.iranpack.org
IoPP Member



Iran Pack

NEW LOGO

REMEMBER
Our Address Changed
www.iran-central.net/iranpack
TO
www.iranpack.org

Iranian Packaging Industry will have Union

Sunday May 20, Iranian packaging industry managers will gather in "Khaneh Sanaat" to decide about the Iranian Packaging Union. Until now, Iran's packaging industry hasn't a definite union and this is the first step for establishing a powerful system to support packaging industry. In this field, all packaging related industries such as machinemakers, material suppliers, packprinters, converting industries, ... are invited to join the meeting. The subject is writing the request of permission for establishing the Union.

Print & Packaging magazines show

Chap O Bastebandi magazine will show its foreign magazine archive in the print festival hall of the 14th Tehran International Fair. The archive contains print & packaging magazines and books. The list and articles of issues are available during the show time. The show will begin at May 8 for 10 days for any interested. This show is carried on with cooperation of Print & Publishing Head Office of Cultural Ministry.

2 million Paper & Paperboard imported from Pakistan

Due to the commercial balance of Iran & Pakistan (Gomrok), During the years 1998 to 2000, Iran has imported about \$2 million from Pakistan. Paper & Paperboard were among the major imported goods from Pakistan.

Visit of a CTP (Computer To Plate) plate making.

The students of print management courses saw digital plate making process. The process includes sending image to ripe, laser imaging, processing and finally washing. The students then inspected some produced plates and considered the effect



of digital plate making in Iran's printing market. The pictures show some of the plate making process.



IRAN PACK 2001-2

Iranian packaging Industry Guide book
In Both **English** and **Persian**
With hundreds names and addresses of Iran