

ЦИФРОВОЙ ТЕКСТИЛЬ

ЖУРНАЛ О ТЕХНОЛОГИЯХ ПЕЧАТИ И ДЕКОРИРОВАНИЯ ТЕКСТИЛЯ

ИТОГИ 2025 ГОДА

РУЛОННЫЕ, DTF-
И DTG-ЧЕРНИЛА

КОМПАНИИ В НОМЕРЕ:

«Ямайка», Zaberite, Мариинский театр

ВРЕМЯ НАДЕВАТЬ
ЯРКИЕ ВЕЩИ



Более 800 инсталляций

AUDLEY

Самое популярное оборудование
для DTF-печати в России

 **Techno Print**

Эксклюзивный дистрибьютор
в России и странах СНГ



+7 (800) 550-89-24
tehno-print.com



ЦИФРОВОЙ ТЕКСТИЛЬ

Журнал «Цифровой текстиль»
№2 (30) 2026
www.digitaltextile.net

Телефоны редакции

Москва
+7 903 624 95 04
Санкт-Петербург
+7 951 646 09 12

Главный редактор, издатель
Шмаков Александр Михайлович
shmakov@digitaltextile.net

Эксперт, директор по развитию
Шпилькин Михаил Евгеньевич
shpilkin@digitaltextile.net

Коммерческий директор
Наталия Шмакова
pr@printindustry.ru

Корректор
Ирина Парижская

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуника-
ций. Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
ПИ № ФС 77-74716 от 11.01.2019 г.
Учредитель: Шмаков А.М.
Адрес редакции и издателя:
196066, г. Санкт-Петербург,
Московский пр-т, д. 216, лит. А
Отпечатано в типографии
«ВИВА-СТАР».
Тираж: 3000 экз.
Адрес типографии: Москва,
Электrozаводская ул., 20
+7 495 7806706
www.vivastar.ru
Иллюстрация на обложке:
Вячеслав Шмаков,
www.infograph.pro
Дата выхода в свет: 01.06.2026 г.
Свободная цена.

Издательская группа
Индустрия печати
Print Industry.ru

2

Все надежды на осень!

4

Новости, события, инсталляции

16

Аналитика. Обзор рынка 2025.
Сохранение объемов рулонной
печати

26

Обзор рынка 2025. Чернила
для DTG-печати

28

Обзор рынка. Чернила
для DTF-печати

32

Будущее текстиля России: вызовы
и решения

36

Как делает декорации,
костюмы и мерч
Мариинский театр

46

«Ямайка». Футболка + мода =
свобода

54

Сергей Корибко (бренд Zaberite™)
о старте нового бизнеса
текстильной печати

60

Выставка ИНТЕРТКАНЬ.
От А до Б: исповеданный путь
цифрового текстиля

66

«Химия отношений»
в индустрии текстильного декора.
На выставке «Текстильлегпром»
обсудили актуальные решения для
развития производств

70

Андрей Короб:
В моей жизни наивное детское
хобби стало профессией

75

Сергей Павлов о компании
и о бизнесе.
Московская фабрика
шелкотрафаретной печати № 1

76

Сетчатые трафареты и появление
шелкографии

82

«Как бы ни развивались
технологии, всё равно нужен будет
человек».
Александр Пешков
о востребованности дизайнеров
в российском легпроме
и цифровых технологиях
в обучении и производстве

88

История моды.
Искусство на платье.

Реклама в номере. Обложки: «ТехноПринт» (2), «Цифровой текстиль» (3), «Веллес» (4).

Блок: выставка «Интерткань» (3), выставка «Открытый склад» (5), «ЛегпромПарк» (7), «Лаборатория Легпром» (9), выставка СРМ (11), выставка «Спорт Кэжуал Москоу» (13), «Легпром ревю» (15), «Интай-Текстиль» (25), «Индустрия печати» (96)



Михаил
Шпилькин,
основатель
журнала
«Цифровой
текстиль»

Все надежды на осень!

В этом номере журнала мы публикуем вторую часть наших исследований российского рынка цифровой печати по текстилю в 2025 году — три отчёта про продажи чернил для рулонной, DTG- и DTF-печати.

Ни одна из технологий не показала в прошедшем году снижения объёмов печати, а DTF-печать продолжила свой рост быстрыми темпами. Подробные данные, графики и даже пьедесталы почёта поставщиков материалов на следующих страницах журнала, а здесь хочу только финализировать наши прогнозы на 2026 год — сохранение текущих объёмов печати, а в ряде случаев даже небольшой рост!

Сделаю только одно сравнение. 235 тонн — объём рулонных чернил, проданных в 2025 году в России, 155 тонн — объём DTF-чернил.

При этом в 2020 году у нас в стране технологии DTF-печати ещё не было, а рулонная печать была нами определена в 136 тонн. Таким образом, стартовав с нулевой (!) отметки, DTF-печать выросла в полтора раза больше, чем за тот же период времени нарастила свой объём рулонная печать, при этом позволив создать в нашей стране новый бизнес, который в денежном измерении сравнялся с объёмом бизнеса по рулонной печати (я сравниваю объёмы цифровой печати без учёта стоимости запечатываемых тканей и готовых изделий).

Прошедшие в первые три месяца года выставки отрасли лёгкой промышленности прошли разнонаправленно, где-то участников и посетителей было много, где-то — значительно меньше, чем обычно. О проведённых нами мероприятиях можно прочитать в этом номере. Но итоги года по выставочной деятельности будут понятны только к концу осени, после проведения всех осенних мероприятий.

Мы постараемся принять участие во всех выставках, а на нескольких проведём наши традиционные мероприятия, посвящённые технологиям печати и декорирования текстиля. Анонсы вы сможете найти на нашем сайте и в телеграмм-канале.

Ситуация первого квартала у производственных компаний, с которыми мы пообщались при подготовке этого номера журнала, не вызывает пессимизма, хотя и до оптимизма слишком далеко. Будем надеяться, что лето будет тёплым и спрос на одежду с цифровой печатью, в первую очередь на футболки, будет хорошим.

Мы продолжаем публиковать материалы о трафаретной печати, их можно найти и в этом номере журнала, а в следующем номере мы надеемся посвятить данной теме ещё больше места.

Как всегда, приглашаем к сотрудничеству новых авторов, будем рады осветить на страницах журнала интересные и актуальные темы отрасли. И в очередной раз напоминаем, что нам нужна ваша поддержка, для того чтобы продолжать свою интересную, но очень непростую работу. Оформляйте подписку на журнал, читайте нас на сайте или в ТГ-канале, приходите на проводимые нами мероприятия, пишите нам письма и приглашайте в гости — вместе мы сильнее!

Ваш Михаил Шпилькин

20-Я ЮБИЛЕЙНАЯ ОБЩЕОТРАСЛЕВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

20 ИНТЕРТКАНЬ ОСЕНЬ

29/09–01/10
2026

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

ПАВИЛЬОН 2
ЗАЛЫ 9 и 10

18+

Организатор: ООО «ЛЕГПРОММЕДИА»
+7 (495) 280-15-53 | info@intertkan.ru

При поддержке:

 **СОЮЗЛЕГПРОМ**

 **Минпромторг
России**

 Торгово-промышленная палата
Российской Федерации
В интересах Бизнеса, во Благо России

 **РСП**

intertkan.ru



РЕКЛАМА

Выставка ИНТЕРТКАНЬ — актуальная площадка для диалога бизнеса и власти

Репутация — это вопрос компетенции, которая, в свою очередь, показатель возможностей, сформированных генерацией целеполагания в инструмент для достижения цели. Универсальность подобной логики вписывает в неё кроме людей ещё и события. Десять лет назад в природе российской выставочной индустрии возникло такое явление, как ИНТЕРТКАНЬ — шоу текстильной и лёгкой промышленности нового века. Десятилетие спустя, зарекомендовав себя топовой отраслевой площадкой, расширяясь с каждым новым сезоном, выставка вызывает стабильный интерес и доверие у профессионалов.

Осеннее возвращение ИНТЕРТКАНИ — с 29 сентября по 1 октября, запомнится большой экспозицией: на 15 тысячах квадратных метров в МВЦ «Крокус Экспо» свои товары и услуги представят производители одежды, галантереи, домашнего и технического текстиля, тканей и нетканых материалов, пряжи, нитей, трикотажа, фурнитуры, комплекующих, сырья, красителей, поставщики оборудования для текстильной печати. Особую роль ИНТЕРТКАНИ в создании условий для прямого диалога между предпринимателями и властью отмечает заместитель председателя Совета Федерации Инна Святенко. «Такой формат особенно актуален в нашей стране, для развития которой также необходима слаженная кооперация между субъектами Российской Федерации», — подчеркнула сенатор.



Обсуждение актуальных вопросов, демонстрация передовых достижений, формирование кооперационных связей между бизнесом, наукой и государством — уникальная специфика ИНТЕРТКАНИ, сделавшая её пространством для поиска ответов на главные вызовы в отечественном легпроме. «Сегодня перед лёгкой промышленностью стоят амбициозные задачи — от укрепления технологического суверенитета и глубокой локализации производственных цепочек до внедрения инноваций и подготовки кадров нового поколения», — сказал на открытии выставки в марте министр промышленности и торговли России Антон Алиханов.

Несомненным преимуществом ИНТЕРТКАНИ является её общепромышленный формат, благодаря чему без внимания не остаётся ни одно текстильное направление. Более 130 производителей разместились весной в салоне «И.Ткань». Современные решения в сфере технического текстиля объединяет салон «И.ТехТекстиль». Текстиль и аксессуары для дома представлены в салоне «И.ДомТекстиль», готовая одежда и продукция для детей — в салонах «И.Мода» и «И.Детство». Для технических новинок существует салон «И.ТехМаш».

Статистика посещаемости ИНТЕРТКАНИ одна из самых высоких. Весной на выставке побывало около 14 тысяч человек из 78 регионов. Президент Торгово-промышленной палаты РФ Сергей Катырин назвал мероприятие «источником вдохновения и стимулом для создания качественных продуктов», а глава Российского союза промышленников и предпринимателей Александр Шохин — «импульсом для роста, поиска перспективных партнёров и внедрения современных технологий». Вместе с ТПП РФ и РСПП поддержку ИНТЕРТКАНИ оказывают Союз предпринимателей текстильной и лёгкой промышленности (СОЮЗЛЕГПРОМ), Минпромторг и Российский экспортный центр.

Вдохновенное продвижение: дизайнеры готовятся к участию в Московской неделе моды

В ожидании этого посыла от Фонда моды и правительства Москвы уже четвёртый год и седьмой сезон подряд живут все убеждённые профессионалы российской фешен-индустрии — объявляется приём заявок на участие в Московской неделе моды. О проведении мероприятия, преобразующего культурную жизнь столицы каждую весну и осень, сообщила заместитель мэра Москвы Наталья Сергунина и обозначила даты: 26 сентября – 1 октября. Местом действия или, лучше сказать, действия, участниками которого станут сотни, а наблюдателями — тысячи человек, остаётся Центральный выставочный зал «Манеж».

Не обошлось и без яркой статистики, обобщающей эмоциональный и коммерческий эффект исключительного по своей энергетике события. «Предыдущие сезоны проекта объединили около тысячи российских и зарубежных дизайнеров. Например, благодаря шестой Неделе моды представители индустрии подписали больше 70 партнёрских соглашений, а общий объём обсуждаемых сделок превысил 400 миллионов рублей», — рассказала Наталья Сергунина. Для владельцев и дизайнеров модных брендов быть внутри событий равносильно изрядной порции допинга — в виде идей, образов, чувств. Не говоря уже о том, что показ даже одной коллекции в ЦВЗ «Манеж» может качественно повлиять на творчество и развитие бизнеса её создателя.



Сооснователь марки женской одежды UNKE Юлия Привалова благодаря Московской неделе моды всего за год смогла увеличить объёмы и географию сбыта своих изделий. «Реализация выросла вдвое, производственные мощности — на 110%, выручка прибавляет 50% после каждого сезона. Мы открыли бутик в столичном универсаме, закрепились в шести регионах России и выстроили долгосрочные оптовые отношения с байерами», — говорит Юлия. Её коллега из Краснодара, известный дизайнер Олег Левицкий, по личному опыту приравнивает одно дефиле на Неделе моды в Москве к полугоду активного маркетинга. У Levitskiy brand после показа в шестом сезоне продажи выросли на 70%, аудитория в соцсетях — вчетверо, появились новые партнёры и дополнительный выход на потребителя в Москве, Краснодаре, Волгограде, Курске, Воронеже, Рязани и Владивостоке.

Заявки от модельеров и брендов для отбора в подиумную программу Московской недели моды принимаются до 12 июля на официальном сайте. В рамках мероприятия запланированы показы коллекций отечественных и иностранных брендов, лекции экспертов и фестиваль короткометражных фильмов.

В2В выставки межсезонных остатков и коротких коллекций



открытый склад

«Мужская, женская
и детская одежда,
обувь и аксессуары»

20 — 22 октября 2026 г.



www.openshowroom.ru

 **легпромпарк**
экспо

Выставки «ОТКРЫТЫЙ СКЛАД» — напрямую
соединяют фабрики и поставщиков с ритей-
лом, байерами и селлерами маркетплейсов!

«Выставка контрактных
производств и сервисов»

20 — 22 октября 2026 г.

Контакты:

Тел.: +7 (903) 729-05-65

Email: a.chupina@legprompark.ru

Место проведения: г. Москва,
ул. Малая Семеновская 3А стр.1

На фабрике Ritm Sport установлен раскройный комплекс iECHO TK4S

Раскройный комплекс iECHO TK4S с конвейерным столом 2,5 × 2,1 метра и рулонной размоткой запущен инженерами «Смарт-Т» на саратовской швейной фабрике Ritm Sport, выпускающей спортивную экипировку, корпоративную и повседневную одежду.



Предприятие выпускает спортивную форму и экипировку для футбола, хоккея, баскетбола, волейбола, легкой атлетики, велогонки и единоборств. Клиентами фабрики Ritm Sport являются спортивные команды, федерации и лиги, профессиональные ассоциации, детские спортшколы и индивидуальные спортсмены.

Производство фабрики оснащено современным цифровым оборудованием для высокоточного раскроя и текстильной печати. В раскройном цехе уже трудится лазерный раскройщик Photonim P1812 Scan Pro с функцией распознавания контуров кроя, а в печатном — сублимационный комплекс, включающий принтер Mimaki TS300P и каландр TitanJet RTX3.

Станок iECHO TK4S-2521 оснащён универсальным тангенциальным ножом UCT и ротационным инструментом PRT и будет использоваться для раскроя самых разных видов ткани для дальнейшего пошива одежды всего ассортимента.

Комплексы iECHO TK4S есть в наличии на складе. Посмотреть данную модель в работе можно в демозалах компании в Москве и Новосибирске.

Новый DTF-комплекс Audley ZX6004 в Тюмени

Компания «Технопринт» сообщила о запуске DTF-линии на базе принтера Audley ZX6004 Thunder с шейкер-сушкой у своего клиента в Тюмени. Оборудование предназначено для высокопроизводительной DTF-печати и позволяет наносить изображения на широкий спектр текстильной продукции: футболки, худи, спортивную одежду, сумки и многое другое.



Принтер построен на базе двух печатающих голов Epson i3200 и обеспечивает высокую скорость печати, стабильную цветопередачу и автоматическую рециркуляцию белых чернил. В комплект также входит шейкер-сушка для равномерного нанесения и полимеризации порошка, что особенно важно при больших объёмах производства.

Для компании «Аверс» это уже не первая поставка оборудования от «ТехноПринт», ранее здесь уже был произведён запуск производственной линии на базе Audley 9060-4 Pro и Saga FCT6698.

Расширение парка оборудования позволит заказчику увеличить объёмы производства, сократить сроки выполнения заказов и расширить ассортимент продукции с DTF-печатью.

PRINTEX и ДИГЛ ДИЗАЙН приглашают шелкографов участвовать в конкурсе FESPA

Ровно год назад компания PRINTEX совместно с ДИГЛ ДИЗАЙН выиграла серебро и бронзу на конкурсе печатных работ FESPA AWARDS 2025, который состоялся в Берлине 7 мая 2025 года. Премия FESPA AWARDS, учреждённая в 1991 году, является одной из наиболее уважаемых в отрасли наград, присуждаемой полиграфистам со всего мира.



В этом году, как мы уже писали ранее, компания PRINTEX принимает печатные работы, отпечатанные на оборудовании PRINTEX красками компании ДИГЛ ДИЗАЙН. Будут отобраны лучшие работы, и компания окажет полное содействие в участии своих клиентов в данном международном конкурсе печатных работ.

Цель — помочь раскрыть для мировой общественности талантливых шелкографов, которые не имеют возможности по тем или иным причинам представлять свои интересы на международном рынке.

Обязательное условие: работа должна быть отпечатана на печатном оборудовании PRINTEX (ручном или автоматическом станке) красками компании ДИГЛ ДИЗАЙН. Необходимо также представить видео всего процесса печати полностью и представить технологическую карту работы согласно образцу.

У производителя флагов в Московской области установлен новый принтер TRUJET

Компания «Текстиль и Технологии» сообщила, что запустила принтер TRUJET FL8 210 для прямой печати по полиэстеру на производстве у клиента в Подмоскowie. Предприятие специализируется на производстве широкого ассортимента флажной продукции как под заказ, так и для свободной продажи, и до усиления производства использовало два сублимационных принтера известной китайской марки в связке с корейским каландровым термопрессом.



Современное многофункциональное пространство для выставок, конференций, показов мод и значимых событий.

Ваша
идеальная
площадка
для больших
идей.



1100 кв. м

площадь помещения

6 м

высота потолка

15 мин

на машине от Кремля

Адрес: г. Москва, ул. Малая Семеновская 3А стр.1

Тел.: +7 (903) 710-81-13

Email: arenda@legprompark.ru

Компания обратилась к «Текстиль и Технологии» в поисках промышленного решения, отвечающего реальным требованиям флажного производства. Специалисты «ТиТ» предложили технологию прямой печати по флажной сетке с фиксацией изображения встроенной сушкой непосредственно в процессе печати — без применения отдельного термопресса.



TRUJET FL8 210 оснащён восемью печатными головками: шесть используются для нанесения краски в шестичетной схеме, две — для подачи специальной пропиточной жидкости прямо во время печати. Такая технология обеспечивает практически стопроцентный сквозной прокрас флажной сетки с массой квадратного метра до 120 г. Максимальная рабочая скорость составляет 140 м²/час. Рабочая ширина 210 см позволяет размещать два флага форматом 100 × 150 см по узкой стороне на одном полотне. Принтер оснащён четырьмя термоножами и обеспечивает роспуск полотна на пять ручьёв сразу после фиксации, непосредственно перед намоткой на втулку.

По итогам запуска клиент уже в марте втрое увеличил объём производства флагов. Достигнутый результат наглядно подтверждает, что правильный выбор — не просто замена оборудования, а переход на решение, способное решить конкретные производственные задачи.

Компания «Смарт-Т» запустила промышленный печатный комплекс на швейной фабрике в Иванове

Высокопроизводительный комплекс текстильной печати промышленного класса, состоящий из скоростного (363 м²/час) сублимационного принтера GongZheng Apsaras G5 и каландрового термопресса TitanJet K1-55-1600 с маслonaполненным барабаном диаметром 550 мм, запущен



региональным представительством компании «Смарт-Т» на швейной фабрике в Иванове.

Это предприятие производит женскую одежду и домашний текстиль бренда NIKITA TEREHOV TEXTILE: футболки, лонгсливы, спортивные костюмы, тёплый трикотаж, скатерти, постельное бельё, кухонные принадлежности. Продукция этой торговой марки широко представлена на маркетплейсах OZON и WB.

Принтер GongZheng Apsaras G5 с шириной печати 1,95 метра оснащён восемью головками Epson i3200 и печатает насыщенными, стойкими и безопасными (международный сертификат OEKO-TEX ECO PASSPORT) сублимационными чернилами GongSheng ST3-EI HD в конфигурации CMYK. Он оборудован мощными системами подачи/подмотки, объёмной СНПЧ, двумя ИК-нагревателями. Широкие прижимные ролики, вакуумный прижим в зоне печати и профиль поверхности рабочего стола позволяют стабильно перемещать на высокой скорости трансферные бумаги плотностью 30–100 г/м².



Промышленный каландровый термопресс TitanJet K1-55-1600 шириной 1,6 метра с верхней загрузкой для работы с рулонами и кроём оснащён приставными системами размотки/намотки с датчиком контроля петли для работы с трикотажем и подвижными тканями.

«Алларт Сервис» пополнил запас термопрессов

Компания «Алларт Сервис» сообщает о новом поступлении термопрессов. В том числе на склад компании поступили: пресс для сублимационного переноса на ленты COLORS JC-5A, который имеет нагрев верхней и нижней плиты, что позволяет запечатывать ленты с двух сторон за один прижим; термопресс COLORS JC-5A — оптимальный вариант для начинающих производителей лент; полуавтоматический термопресс на 2 стола COLORS JC-7B (подходит для использования с DTF, DTG, сублимация и др); пневматический поворотный пресс COLORS JC-7F (может работать как в ручном, так и в автоматическом режиме, обеспечивая максимальную производительность).



**ЛАБОРАТОРИЯ
ЛЕГПРОМОДЫ**

+7 (977) 609-70-51
fashion.lab@lab-moda.ru

Разработка лекал

| Дизайн предложение

| Экспериментальный швейный цех

| Услуги контрактного производства

**ОТ ИДЕИ
ДО ГОТОВОГО
ИЗДЕЛИЯ**

**ОБЪЕДИНЯЕТ
ДИПЛОМИРОВАННЫХ
СПЕЦИАЛИСТОВ
ФЭШН-ИНДУСТРИИ
В НАПРАВЛЕНИЯХ
МОДЕЛИРОВАНИЯ,
КОНСТРУИРОВАНИЯ
И ТЕХНОЛОГИИ
ПРОИЗВОДСТВА ОДЕЖДЫ**

LAB-MODA.RU

РЕКЛАМА

Kornit официально представил систему Presto MAX PLUS на выставке Texprocess

Новая рулонная печатающая система Presto MAX PLUS расширяет возможности цифрового производства в таких областях, как обувь, автомобильные интерьеры, военная камуфляжная одежда, высокоэффективная спортивная одежда и элитная мебель.

Полностью цифровая, одноэтапная система, основанная на проверенном решении Presto MAX, требует минимальной настройки, исключает само понятие минимального объёма заказа и поддерживает самый широкий среди принтеров спектр тканей, предоставляя печать без воды и без предварительной или последующей стирки.

«Presto MAX PLUS использует технологию DuraTech™, повышающую износостойкость и стойкость ткани к истиранию, а запатентованная технология Precise Overprint интеллектуально адаптируется к изменчивости материала, обеспечивая точное размещение изображения на сложных, нестабильных по размерам подложках, — отмечает производитель. — Эти возможности уже доказали свою эффективность на практике у ряда производителей обуви».

Система поддерживает печать белыми чернилами на окрашенных тканях, использование красных, зелёных и неоновых чернил, а также технологию Kornit XD_i для создания 3D-эффектов. Автоматизация контроля качества с помощью QualiSet обеспечивает автоматическую калибровку и стабильные, воспроизводимые результаты в разных партиях и на распределённых производственных площадках.

С выпуском Presto MAX PLUS цифровое производство вступает в новую фазу промышленного внедрения, распространяясь на высокопроизводительные категории, требующие долговечности, точности и стабильности в больших масштабах», — заявил Ронен Самуэль, генеральный директор Kornit Digital.



Epson выпускает новый промышленный принтер SureColor SC-F20000 для сублимационной печати

Компания Epson анонсировала SureColor SC-F20000 — новый промышленный сублимационный принтер, «разработанный для того, чтобы помочь поставщикам услуг печати и производителям ускорить процесс печати, сохраняя при этом стабильно высокое качество результатов». Принтер SC-F20000 будет представлен на стенде компании на FESPA Global Print Expo 2026, где посетители смогут увидеть принтер в работе и ознакомиться с образцами печати.

Созданная для работы в условиях крупносерийного производства SC-F20000 — это первая модель сублимационной печати от Epson, оснащённая восемью печатающими головками PrecisionCore MicroTFP.

Принтер SC-F20000 также поддерживает длительную непрерывную печать с использованием большого резервуара для чернил объёмом 10 литров и автоматическую смену чернил (горячая замена), что снижает необходимость вмешательства оператора в периоды высокой загрузки. Для обеспечения предсказуемой работы компания Epson оснастила принтер механизмами пылеудаления, включая вентилятор на входе и очиститель носителя, чтобы минимизировать накопление пыли и снизить риск засорения сопел.

Для предприятий, выполняющих длительные задания и работающих с более тяжёлыми носителями, компания Epson предложит опциональное решение Jumbo Roll Solution, обеспечивающее обработку рулонов большей вместимости в соответствии с жёсткими производственными графиками.

«Выставка FESPA — идеальное место для демонстрации того, как новейшие текстильные инновации Epson воплощаются в надёжное производство в реальных условиях, — сказал Крис Дэвис, руководитель подразделения коммерческой и промышленной печати Epson Europe. — С помощью SureColor SC-F20000 мы предоставляем производителям больших объёмов новый способ сочетать скорость, стабильность и надёжность обработки, поддерживая всё — от высококачественной спортивной одежды, модной одежды и товаров для дома до масштабируемого текстильного производства».

Основные характеристики SureColor SC-F20000 вкратце:

- Ширина печати: 1950 мм.
- Печатающие головки: PrecisionCore MicroTFP, 8 печатающих головок.
- Конфигурация чернил: чернила Ultrachrome DS (в наличии 4 цвета).
- Ёмкость чернильного отсека: 10 л чернил с автоматической заменой на горячую.
- Производительность: до ~306 м²/час в самом быстром режиме.



Объявлены даты выставки Fespa Global Print 2027

Организаторы Fespa объявили, что ежегодная выставка Fespa Global Print Expo 2027 и сопутствующие мероприятия (European Sign Expo, Personalisation Experience, WrapFest и Textile) пройдут в выставочном центре Messe Munich в Мюнхене с 6 по 9 апреля.

Глава Fespa Global Print Expo Майкл Райан заявил: «После выставки этого года в Барселоне я рад подтвердить, что Fespa Global Print Expo и сопутствующие мероприятия вернутся в Мюнхен в 2027 году. Мы с нетерпением ждём возвращения в Германию, чтобы укрепить наши связи с региональными рынками и восстановить контакты с немецким сообществом. Нам всегда приятно из года в год представлять наше главное мероприятие публике, и я особенно рад продолжить расширение сети Fespa. Я уверен, что Мюнхен предоставит множество возможностей в области полиграфии, вывесок, упаковки, текстиля и многого другого».

18+

1-4/9/2026

CPM

Международная выставка
индустрии моды
Москва

cpm-moscow.ru

Место проведения:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Организатор:

 **ЭКСПО
ФЬЮЖН**

Monti Antonio SpA представила новинки на выставке Fespa

Компания Monti Antonio SpA объявила о своём активном участии в выставке Fespa Global Print Expo 2026 в Барселоне, где она представила свои последние достижения в области технологий текстильной печати.

Главным экспонатом этой выставки стал каландровый термопресс i05-2000 для предварительной пропитки перед печатью и повторной активации цилиндров для прямой печати красками.

Наряду с этой инновацией компания показала каландр RP02-1800, машину, специально разработанную для термотрансферной печати с использованием бумаги с пигментными красками и предварительным покрытием.



Эти разработки представляют собой важный шаг вперёд в снижении воздействия на окружающую среду, позволяя производителям текстиля внедрять этичные методы производства без ущерба для объёмов промышленного производства или качества продукции.

Продолжая демонстрировать свою приверженность лидерству в отрасли, компания Monti Antonio SpA также представила каландр C03-3600, который обеспечивает непрерывную сублимационную печать на тканях шириной 3600 мм.

Для специализированных задач сублимационной печати на лентах и узких тканях компания предлагает каландр N03-300.

Предоставляя эти динамичные и масштабируемые решения, компания укрепляет свои позиции в качестве пионера отрасли, предоставляя предприятиям необходимые инструменты для работы на быстро развивающемся рынке, который всё больше отдаёт приоритет экологической ответственности.

«ДВА МЯЧА» и ГК «Рики»: ничего особенного — просто легендарные кеды со Смешариками

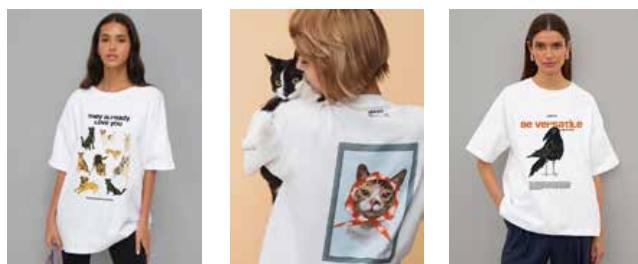
Не у всякого философа найдётся столько мудрости, сколько её накопилось в больших головах (и телах?) неунывающих (долго)жителей Ромашковой долины. Едва ли не в каждом эпизоде анимационного сериала «Смешарики» его персонажи изрекают ироничные умности на разные темы: о природе, погоде, романтике и смысле жизни — да мало ли о чём, главное — этого хватило на 320 страниц красочной антологии афоризмов от издательства «Эксмо». Поколению, воспитанному на Кроше, Нюше, Бараше и иже с ними, сборник наверняка придётся по душе. На переосмысление мыслей любимых героев изрядно повзрослевшими зрителями первой волны в «Эксмо» работали прежде всего,



а для полноты ощущений от путешествия через «портал в детство», как отрекомендовал новинку сам издатель, можно ещё и что-нибудь эдакое надеть.

Все, кто уже перерос размерную сетку целевой аудитории бренда «Син», выпустившего одежду со «Смешариками», могут прикупить пару кед «ДВА МЯЧА» из лимитированной линейки на ту же тему. Успешное сотрудничество команды возрождённого советского бренда спортивной обуви и создателя смешариковой мультвселенной — группы компаний «Рики» в честь 20-летнего юбилея проекта в 2023 году получило продолжение этой весной. Кеды high-top, текстильная часть которых декорирована изображениями четырёх персонажей — Нюши, Кроша, Лосиша и Пина, на сей раз рассчитаны для ног с 33 по 43 размер, то есть подойдут и взрослым и детям. Сами принты стали ярче и динамичнее.

«Семейный» настрой коллекции прокомментировал основатель интернет-магазина «ДВА МЯЧА» Илья Нафеев: «Мы не просто добавили детские размеры, а заложили фундамент для поколения, которое вырастет вместе с нашими технологиями и любовью к «Смешарикам». Я благодарен команде «Рики» за доверие и синергию, ведь именно в таком партнёрстве рождается тот самый код уличной культуры. Вместе мы делаем моду немного добрее и создаём мост между поколениями».



Pink Bus и другие: как «Розовый автобус» набирает скорость в принтах

Сотрудничество с московскими приютами для животных служит мощным источником вдохновения для мастерской креативных идей Pink Bus, которые уже не в первый раз поддерживают волонтеров с разработкой мерча: авось среди покупателей футболок с котиками и пёсиками найдутся их будущие хозяева. Накануне прошлого Дня влюблённых бренд запустил проект с хештегом #лучшиеучителялюбви и выпустил три майки с изображениями обитателей приютов «Красная сосна», «Искра» и «Пушистый друг». На текстиле тогда отпечатали стилизованные под карандашные скетчи портреты кошки Барбариски в цветастой косынке,

СПОРТ
КЭЖУАЛ
МОСКОВУ

**SPORT
CASUAL
MOSCOW**

**XXIV ВЫСТАВКА-
ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

**ОСЕНЬ-ЗИМА
2027/2028**

ЭКСПОЗИЦИЯ
«ЭКИПИРОВКА»
«ФИТНЕС КЛУБ»
«ТЕХНОЛОГИИ SPORT CASUAL»

**18-20
ЯНВАРЯ
2027**

sportcasualmoscow.ru
+7 903 213-01-91

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:

 МИНПРОМТОРГ
РОССИИ

ROG 

РЕКЛАМА



собаки Фионы и ворона Гриши, а также коллаж с участием собачьего трио Сары, Рокки и Оушена, подписанный фразой: «Они уже любят тебя». Позднее к приютам присоединился московский Благотворительный фонд защиты городских животных.

Год спустя те самые футболки от Pink Bus ещё можно найти на маркетплейсах и носить просто в удовольствие, ведь почти все из героев коллекции успели обрести свой дом. В сети же набирает популярность новый футбольный дроп Breakfast Time: аппетитные панкейки, политые сиропом, гренки с джемом, шоколадной пастой и кусочком масла в форме сердечка — любителей съедобных принтов Pink Bus «кормит завтраками», поместив яркие, сочные картинки на контрастный текстильный фон. Кстати, по желанию заказчика в компании готовы русифицировать оригинальные англоязычные надписи. Что касается коллабораций, то ближайšie из них у Pink Bus были с Бахрушинским музеем (футболка и шопер к 100-летию Майи Плисецкой), сообществом художников «ХудПросвет» и керамистом Никитой Яниным (yosya.yo).



Мерч с «грозыным» декором: на Вологодчине обновили линейку региональных сувениров

Дом с палисадом? В мерче доступно всё, а слов из песни не выкинешь, поэтому, чем вологжане не шутят, может вслед за вышитыми «вологодскими козырьками» и отпечатанными «грозыными» футболками в сувенирных лавках «Сделано на Вологодчине» будет «свежий завоз». Пока же стать носителями культурного кода региона туристам и местному населению предлагается с помощью брендированных кепок и маек. Популярные «вологодские козырьки» на память получили заезжие гости Дмитрий Маликов и Дмитрий Губерниев, футболки с Иваном Грозным — новинка, претендующая на статус народного хита.

Памятник великому князю Московскому и всея Руси, первому венчанному царю, известному своим крутым нравом, на Кремлёвской площади в центре Вологды установили ко Дню народного единства прошлой осенью. Автором скульптуры стал выпускник Российской академии живописи, ваяния и зодчества Ильи Глазунова, известный московский скульптор Михаил Красильников, приложивший руку к воссозданию горельефов храма Христа Спасителя.

Шестиметровая бронзовая фигура шагающего самодержца во всём облачении быстро превратилась в узнаваемую достопримечательность города, куда, согласно легенде, Иван Васильевич намеревался перенести столицу русского государства, повелев заложить основы будущего вологодского кремля. Воодушевившись силой исторической личности, инициаторы проекта текстильного мерча перенесли уменьшенную копию памятника Ивану IV на рубашки поло и футболки в чёрном и белом цветах. О выходе линейки в соцсетях сообщил губернатор Вологодчины Георгий Филимонов. Первыми изделия примерили на себя студенты, стартовали продажи в Великом Устюге.



На рынок выходит новый сублимационный принтер EFI VUTEk FabriVU 340 i8

На выставке FESPA дебютировал сублимационный принтер VUTEk FabriVU 340 i8 шириной печати 3,4 метра с встроенной фиксацией отпечатка. Печать в восемь цветов обеспечивает более широкий цветовой охват, более насыщенные тона и плавные градиенты.

VUTEk FabriVU 340 i8 обеспечивает разрешение до 2400 dpi и четырёхуровневую печать в оттенках серого с размером капли от 4 до 18 пл для плавных переходов и чёткой детализации в тех случаях, когда для критически важных с точки зрения бренда приложений требуется безупречный внешний вид на различных материалах даже в десятках или сотнях инсталляций.

Принтер обеспечивает производительность до 375 квадратных метров в час, а также оснащён встроенной системой фиксации и расширенным управлением носителями для прямой печати на широком спектре полиэфирных материалов и сублимации за один этап — с готовыми к финишной обработке сразу после печати. Для ещё большего расширения возможностей применения встроенную прямую сублимационную печать можно отключить для печати на термотрансферной бумаге.

«VUTEk FabriVU 340 i8, разработанный для наиболее важных задач клиентов, ориентированных на бренды, идеально подходит для создания вывесок и POS-дисплеев в магазинах, графики с фронтальной подсветкой, световых коробов и настенной графики SEG, где цветопередача с подсветкой должна сохраняться при прямом освещении», — сообщает компания.

Профессиональное мульти-
форматное отраслевое
издание, призванное
своевременно информировать
бизнес-сообщество о новых
возможностях, технологиях,
законодательных инициативах

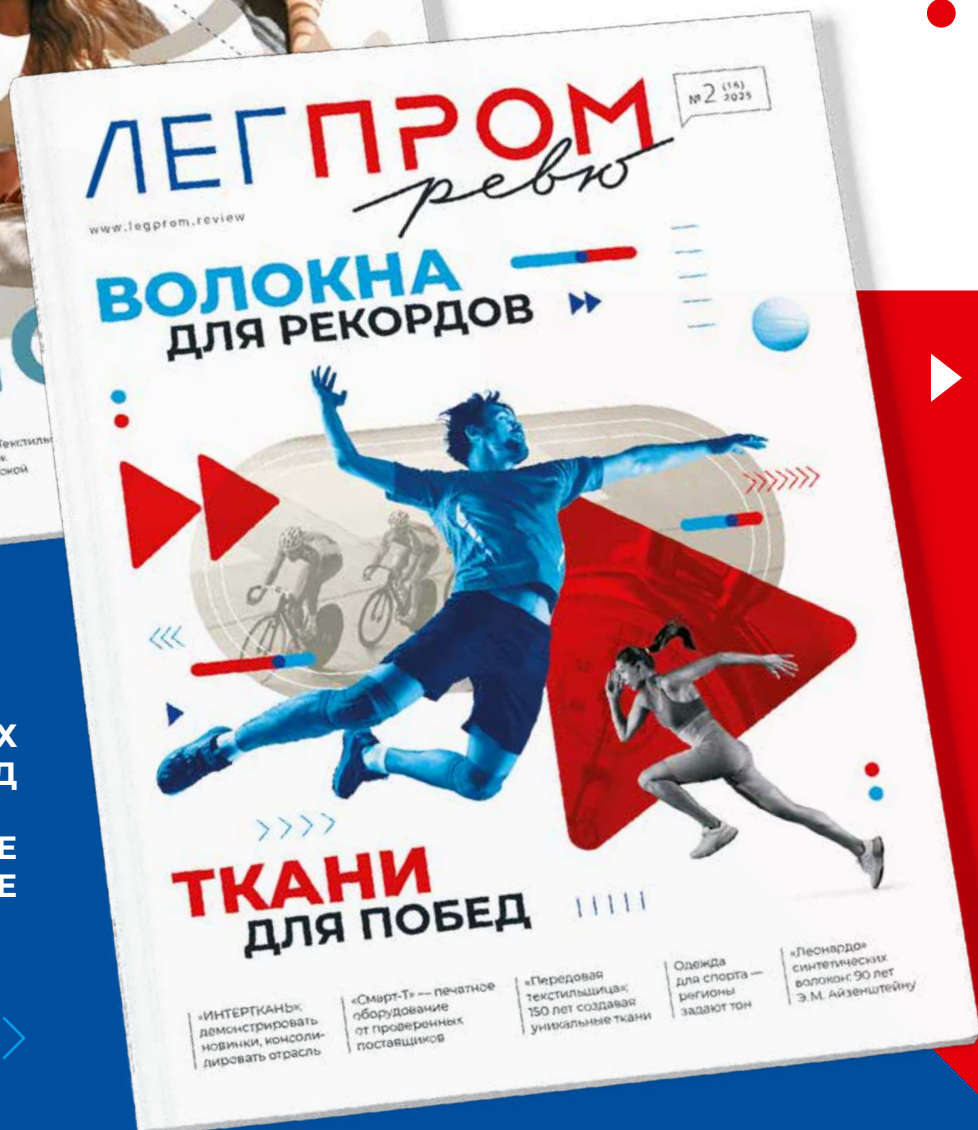
ЛЕГПРОМ *ревю*



**ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕСУРС
О ТЕКСТИЛЕ И ЛЁГКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**



Оформить подписку
можно через контактную
форму на сайте
www.legprom.review



**4 ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫХ
ВЫПУСКА В ГОД**

**ЕЖЕДНЕВНЫЕ
НОВОСТИ НА САЙТЕ**



СОХРАНЕНИЕ ОБЪЁМОВ РУЛОННОЙ ПЕЧАТИ

ПРИ АКТИВНОМ ОБНОВЛЕНИИ ПАРКА
ПЕЧАТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ



Михаил Шпилькин

Наше исследование и опрос игроков рынка показали: в 2025 году печатные производства в основном покупали оборудование для замены существующего печатного парка. Второй вывод, который можно сделать на основании нашего мониторинга: роста потребления чернил и, соответственно, объёмов печати в нашей стране в 2025 году не было. И это на самом деле хороший результат прошедшего года на фоне не самой лучшей экономической ситуации!

ОБЪЁМ ПРОДАЖ
ЧЕРНИЛ ДЛЯ РУЛОННОЙ ПЕЧАТИ,
ТОНН



Согласно имеющейся у нас статистике, за период с 2019 по 2022 год включительно в нашей стране было продано более 700 принтеров для печати по текстилю. В основном это были принтеры, относящиеся к категории оборудования начального уровня (согласно нашей классификации) и имеющие 1-2 печатающие головки. Даже в том случае, когда это оборудование находится сейчас в хорошем состоянии, скорость печати уже мало соответствует текущим реалиям. Да и печатники не стали за это время сотрудниками массовой доступности с невысокой оплатой. Таким образом, замена оборудования на новое, более производительное и печатающее более качественно, выглядит абсолютно естественно.

Обновление оборудования совпало и с падением объема заказов на печать во второй половине 2025 года (продаж изделий с цифровой печатью), что отметили многие компании, с кем мы обсуждали итоги года.

Можно констатировать, что сложился большой запас по производственным мощностям для цифровой печати по текстилю по всем представленным в России технологиям печати.

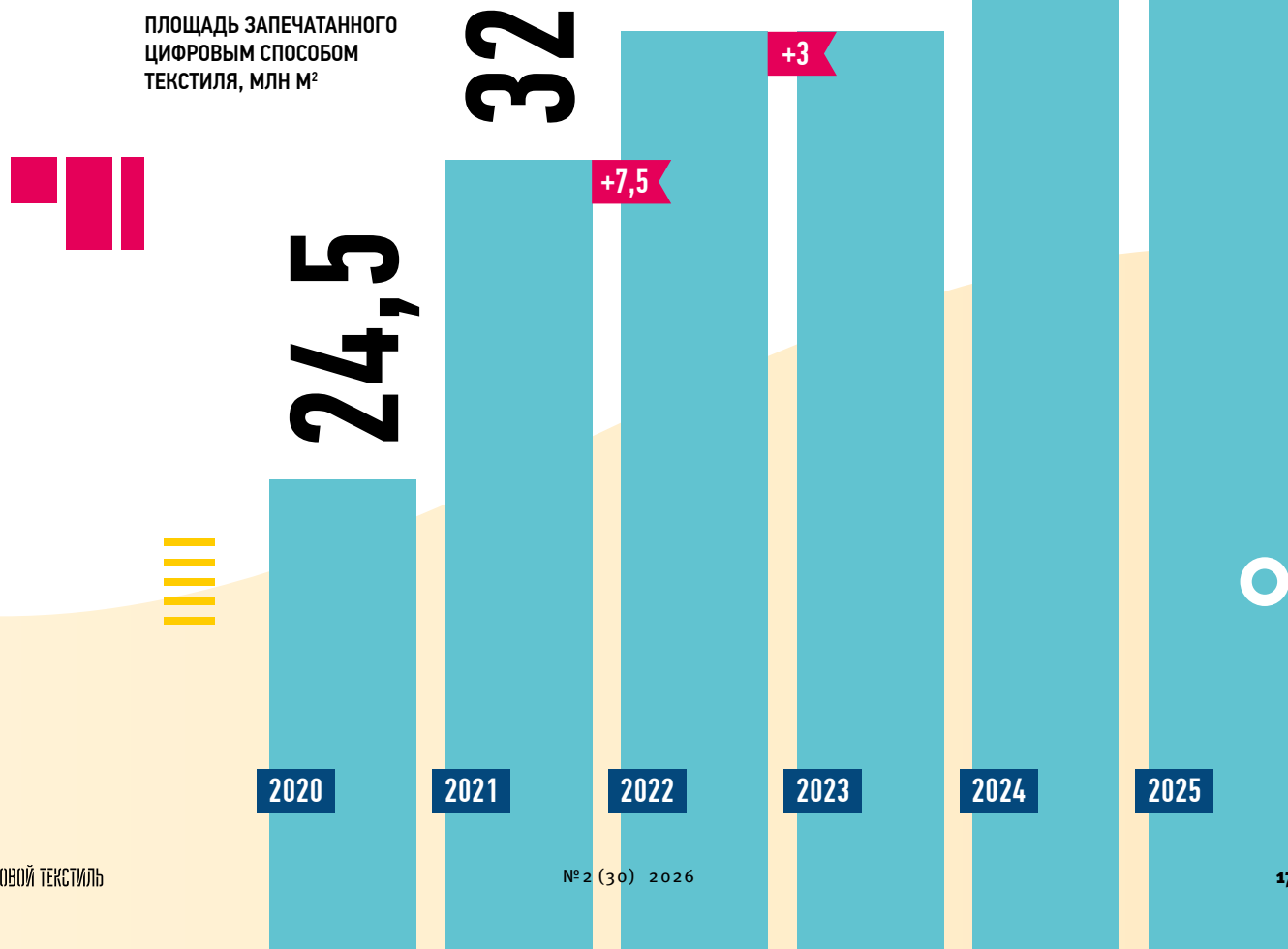
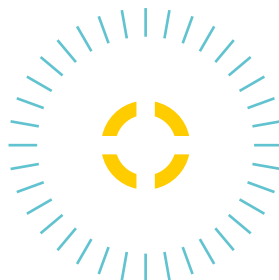
Необходимо упомянуть о влиянии на рулонную печать взрывного роста использования технологии DTF-печати для декорирования текстиля. С одной стороны, DTF-печать сформировала новые продукты и компании на рынке декорирования текстиля, с другой — частично перетянула на себя одеяло с рынка рулонной печати (как в объемах печати, так и в инвестициях в оборудование).

Основные итоги 2025 года

Итоги 2025 года по продаже чернил: более 235 тонн и 41 миллион квадратных метров запечатанного цифровым способом текстиля. Рост и в тоннах и метрах квадратных отсутствует.

Нашей статистике по чернилам уже шесть лет, динамика данных приведена на графике ниже.

Погрешность наших результатов мы, как и в прошлые годы, оцениваем в диапазоне от 0 до плюс 10%.





Поставщики и производители чернил

Лидерами российского рынка чернил уже не первый год являются компании «Смарт-Т» (первое место) и «Текстиль и Технологии» (второе место).

В прошлом году мы не стали выделять кому-либо третье место в общем зачёте, так как на него претендовало сразу несколько компаний, имеющих достаточно близкие результаты. Одной из них была компания «Интай-Текстиль», которая в 2025 году уже единолично заняла третье место в нашем рейтинге. Отметим, что разрыв между 3-м и 4-м местом в этот раз был значительным. Можно добавить, что компания «Интай-Текстиль» — это один из ведущих поставщиков текстиля, в том числе и для сублимационной печати, так что чернила в их ассортименте гармонично дополняют ткани для печати.

Уже не в первый раз наши исследования показывают, что первая тройка компаний поставила в Россию 50% от общего объёма проданных чернил.

У компании «Смарт-Т» половину объёма продаж составляют чернила компании GongZheng, около 40% чернил продаются под собственной торговой маркой Artix, а оставшаяся часть — чернила Lustre. Отметим достаточно большой рост продаж чернил по итогам прошедшего года (по сравнению с годом предыдущим) — около 9%.

Компания «Текстиль и Технологии» продолжает продажи итальянских чернил, сохранив их долю (2/3) в своём объёме продаж, ещё треть это тайваньские чернила Sakura.

Компания «Интай-Текстиль» поставляет чернила под собственной торговой маркой Intai-Print.

Занявшие 2-е и 3-е место компании сохранили свой объём продаж 2024 года в 2025 году, что можно считать большим достижением в текущих условиях.



Анализ результатов 2025 года

Сублимационная печать продолжает доминировать в нашей стране. Отметим, что объёмы сублимационной печати на оборудовании с печатающими головками Куосега продолжают снижаться. В сравнении с максимумом, который был в 2022 году, на принтерах с головками Куосега в 2025 году было напечатано почти на 40% меньше.

Реактивные чернила используются всего на 11 промышленных принтерах в нашей стране, так что колебания в загрузке даже одного из таких предприятий сказываются на итоговых результатах. Однако в конце 2025 года в стране был запущен ещё один промышленный принтер на таких чернилах, а к лету-осени 2026 года мы ждём запуска ещё нескольких новых промышленных принтеров.

Пигментная печать сохранила свою долю в прошедшем году. Мы видим обновление оборудования, печатающего пигментными чернилами на российских производствах, на более современное и производительное.

«ТЕКСТИЛЬ
И ТЕХНОЛОГИИ»

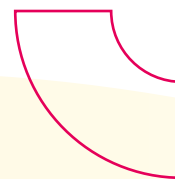
«СМАРТ-Т»

«ИНТАЙ-
ТЕКСТИЛЬ»

23

Выводы:

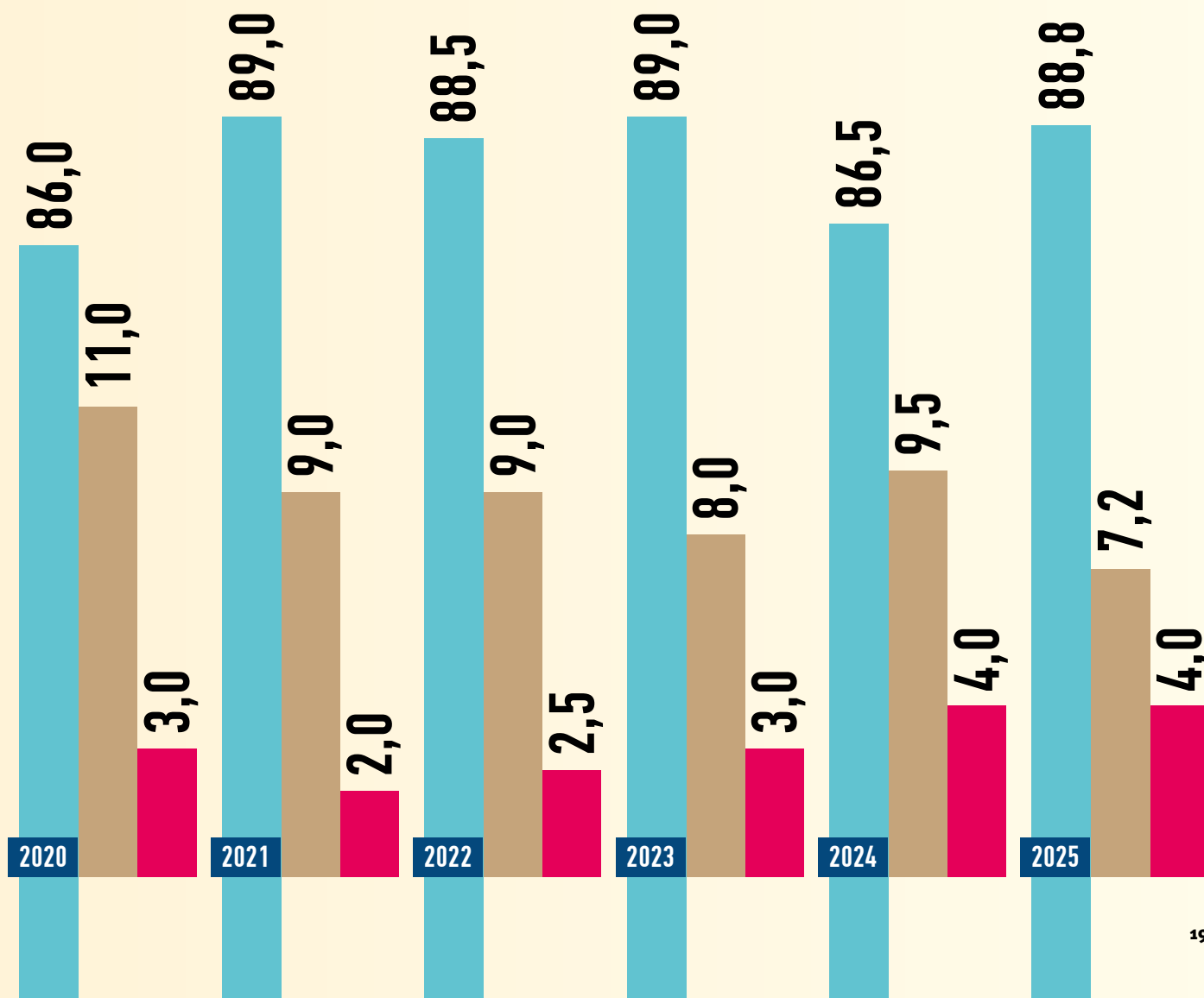
- 1 продолжение роста сублимационной печати на современном оборудовании с печатающими головками Epson i3200;
- 2 формирование запасов производственных мощностей на существующих производствах, в первую очередь (но не исключительно) по сублимационной печати;
- 3 сохранение перспективы роста и актуальности печати по натуральным тканям и трикотажу на различном по производительности оборудовании.

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЁМА ПЕЧАТИ ПО ТИПАМ ЧЕРНИЛ****Прогнозы и факты**

Готовя прогноз на 2025 год, мы ориентировались в первую очередь на цели приобретения оборудования и, если честно, не предполагали той экономической ситуации, в которой провели 2025 год. Сохранение результатов 2024 года в 2025 году было одним из двух возможных вариантов, о котором мы писали год назад.

Прогноз на 2026 год необходимо делать, опираясь в первую очередь на экономику в стране, изменения в налоговом законодательстве и ситуацию на внешних рынках (например, доступность и цены на сырьё и топливо для производства чернил, расходы на логистику).

Исходя из всех этих факторов, наш прогноз будет достаточно консервативным: мы надеемся на сохранение общего объёма цифровой печати в стране и возможное перераспределение в сторону печати по натуральным тканям и трикотажу. Но будем верить в лучшее...



Вячеслав Кругликов,
начальник отдела продаж
расходных материалов
компании «Смарт-Т»



Наша компания всегда во главу угла ставила задачу предоставления нашим клиентам наиболее совершенной технологии печати, и, конечно, чернила являются одним из важнейших её компонентов. От чернил зависит множество параметров, влияющих на качество и эксплуатационные характеристики текстильных отпечатков: цветовой охват, насыщенность рисунков, стойкость к солнечным лучам, многократным стиркам, чистке и другим воздействиям. Однако, помимо перечисленного, нельзя упускать очень важного требования: чернила должны обеспечивать бесперебойный рабочий процесс и не влиять негативно на ресурс печатающих головок принтера.

Все знают, как тяжело бьют по бизнесу любая остановка производства и дорогостоящий ремонт оборудования, поэтому мы стараемся предусмотреть всё, что позволит нашим клиентам избежать проблем с простоями и лишними материальными потерями.

Компания «Смарт-Т» уже много лет тесно сотрудничает с техническими подразделениями производителей принтеров и чернил. В нашем демонстрационно-испытательном центре постоянно ведутся исследования и тестирование расходных материалов, на регулярной основе проводятся совместные работы представителей поставщиков и инженеров нашего технологического отдела. Итогом такой коллаборации, в частности, стали сублимационные чернила GongSheng ST3-EI HD и текстильные пигментные Artix Textile Pigment, максимально адаптированные под печатные системы предлагаемого нами оборудования. Эти чернила обеспечивают наиболее длительную эксплуатацию печатающих головок, стабильную работу в любых режимах печати, высокую производительность принтеров и отличные показатели цветопередачи и стойкости отпечатков.



Вячеслав
Кругликов



Нельзя сбрасывать со счетов и такие важные моменты, как надёжность поставок чернил и их безусловное наличие в необходимом количестве. В 2025 году мы у себя внедрили инновационную систему планирования, которая позволяет обеспечить постоянный запас чернил с актуальными сроками годности на всех складах нашей компании. Думаю, всё перечисленное и сказалось на росте популярности чернил GongSheng ST3-EI HD и Artix Textile Pigment и, как следствие, постоянном увеличении их продаж.

Юрий Ефремов,
генеральный директор
компании «Текстиль
и Технологии»



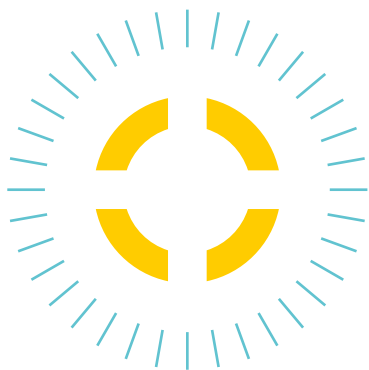
По итогам 2025 года общий объём продаж чернил остался на уровне 2024-го. Внутри сублимационного сегмента произошло перераспределение: итальянские чернила немного уступили долю, которую в сопоставимом объёме заняли чернила Sakura, рекомендованные производителем для сублимационных принтеров TRUJET.

Наша компания на протяжении многих лет работает в сегменте сложных промышленных решений, и это напрямую отражается на структуре склада. Более двух третей наших клиентов используют 6- или 8-цветные схемы печати. Поэтому мы постоянно держим в Москве сублимационные чернила десяти цветов: базовые C, M, Y, K; флуоресцентные Yellow и Pink; спотовые Red, Blue, Orange, Green. Такой набор позволяет каждому клиенту выбрать цветовую модель, точно соответствующую требованиям его дизайнеров или корпоративной палитре заказчика, что не менее важно.



Юрий
Ефремов





Команда «Интай-Текстиль»



Компания «Интай-Текстиль» работает уже более десяти лет. Наш слоган — «Комплексное снабжение производств». Наша специализация — текстиль, в том числе для сублимационной печати, чернила, бумага и оборудование. За годы работы мы выстроили прямые отношения с поставщиками из Китая на самом высоком уровне.

Но главное, за что нас выбирают, это предсказуемость. Полный пакет документов, стабильное качество от партии к партии, конкурентная цена и прозрачные условия.

Расширение нашего ассортимента в сторону китайских сублимационных чернил было сделано по просьбам наших клиентов, которым хотелось покупать всё для печати в одном месте.

2025 год был непростым, но несмотря ни на что мы сумели значительно нарастить объёмы продаж и, что важнее, укрепили отношения с клиентами. Мы видим, как рынок меняется, и это заставляет нас работать ещё усерднее.

В 2026 году становится ещё более важно поддерживать долгосрочные партнёрские отношения. Год будет непростым, но мы планируем продолжать наращивать обороты. Мы будем вкладывать силы в улучшение компании — в людей, процессы, скорость.

Хочется поблагодарить со страниц журнала всех наших клиентов за доверие и совместную работу. И пригласить к сотрудничеству новые компании. Обещаем: с нами вы будете знать, за что платите, и успешно развивать свои бизнесы, ощущая нашу поддержку.

Отдельное спасибо редакции журнала «Цифровой текстиль» за глубокое знание отрасли, исследования рынка и поддержку. Нам приятно, что наши старания не остались незамеченными.



Флуоресцентные Green и Blue мы сознательно не возим в регулярном ассортименте. Наши итальянские коллеги, одними из первых в мире введшие эти цвета в продуктовую линейку более 15 лет назад, подтверждают: устойчивого спроса на них нет. Флуоресцентный Green уверенно воспроизводится смешением обычного Cyan и Fluo Yellow, а два освободившихся канала принтера разумнее отдать под спотовые Orange и Blue. Тем не менее, если кому-то из клиентов эти цвета понадобятся, привезём под заказ, они есть в линейке наших поставщиков.

Чернила Sakura также рекомендованы производителем для прямой печати по полиэстеру, в частности для принтеров TRUJET FL4 и FL8. Химическая формула обеспечивает глубокое окрашивание волокна, а при использовании специальной жидкости для пробива гарантирован сквозной прокрас флажных сеток и аналогичных материалов плотностью до 120 г/м².

Помимо сублимационных мы поддерживаем склад пигментных чернил для прямой печати по натуральным материалам — традиционно 8 цветов.

Отдельно стоит сказать о логистике. Наш основной поставщик оборудования держит оперативный склад чернил объёмом 50-60 тонн в Стамбуле. Это даёт нам возможность оперативно пополнять склад чернил с максимально свежими датами производства, что критически важно для стабильной работы оборудования и получения воспроизводимого результата.



ИНТАЙ-ТЕКСТИЛЬ



Печатные производства

В процессе подготовки этого материала мы пообщались с большим количеством различных по масштабам и специализации печатных производств и компаний полного цикла, производящих готовые изделия с использованием текстиля с цифровой печатью. Несколько компаний прислали нам свои комментарии, рассказав о собственных производствах, итогах 2025 года и планах на 2026 год.

Хочется отметить и оптимизм компаний, с кем мы разговаривали: несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, изменения в работе маркетплейсов (куда в большом объёме поступают товары с цифровой печатью), сохранить бизнес планируют практически все!

В этом номере журнала размещены ещё несколько материалов, посвящённых производствам, использующим различные технологии печати и декорирования текстиля. Рекомендуем как минимум ознакомиться.



Александр Михнович,
основатель фабрики
«41-й Меридиан»



«41-й Меридиан»: когда нет роста рынка — выигрывает качество

Рынок цифровой печати в 2025 году по всем признакам держится на уровне прошлого года. Для одних это повод к осторожности, для меня — подтверждение правильности выбранной стратегии: не гнаться за объёмом любой ценой, а строить репутацию надёжного партнёра с безупречным качеством. В пользу этого говорит лояльность наших клиентов: 80% выручки приходится на повторные заказы.

В 2026 году я вижу не только риски: повышение налоговой нагрузки, рост комиссий на маркетплейсах и, как следствие, усложнение ведения бизнеса для производителей в целом, но и возможности: для тех, кто не готов останавливаться и ищет подходы, как обойти конкурентов, уникальный дизайн остаётся одним из немногих способов повысить конкурентоспособность своего товара. Мне повезло работать с настоящими пассажирами — именно такими я считаю наших клиентов. Они создают новое и делают простые вещи особенными!

Фабрика цифровой печати «41-й Меридиан» — одна из немногих в России по направлению прямой печати на натуральных тканях. Наша цель — быть надёжным партнёром в цепочке создания уникальных вещей под российским брендом, воплощая самые смелые идеи дизайна на ткани. Итальянское оборудование и технология — основа для безупречного качества выпускаемой продукции. Правильная технология печати пигментными чернилами с двойной пропиткой позволяет достичь высокого

качества печати, сопоставимого с активными чернилами. И не только эта причина была в основе выбора печати пигментом: бережливое отношение к окружающей среде, отсутствие стоков и выбросов — один из ключевых факторов такого решения.

Сегодня мы работаем преимущественно с хлопком, льном и вискозой — тканями, которые особенно востребованы среди российских дизайнеров и производителей одежды. Спрос на печать по натуральным тканям остаётся устойчивым: бренды всё больше ориентируются на локальное производство, ищут партнёров, способных воплотить авторский принт в мелкой и средней серии без потери качества. Именно в этой нише мы чувствуем себя уверенно.

Стабильность рынка — не стагнация. Это момент, когда выигрывает тот, кто вкладывается в технологию и выстраивает долгосрочные отношения с клиентами. Мы продолжаем развиваться: совершенствуем процессы подготовки файлов, работаем над сокращением сроков производства и расширяем линейку доступных тканей. Наш ориентир — российский бренд, который хочет делать красивые, качественные вещи здесь и сейчас.



Александр
Михнович



Михаил Купавцев, основатель компании «Димитекс»

Прошедший год стал настоящим испытанием на прочность для российской текстильной отрасли. Однако команда компании «Димитекс» выбрала другой путь. Вместо того чтобы заморозить развитие, в компании сфокусировались на масштабной оптимизации процессов, расширении штата и внедрении новых технологий.

Несмотря на максимальные возможности для наших клиентов, которые мы можем предоставить, осуществляя печать и по натуральным и по синтетическим тканям, мы не останавливаемся исключительно на процессе печати, а совершенствуем все процессы.

Весь этот год фабрика посвятила тому, чтобы сделать работу с заказчиками максимально прозрачной и удобной. Главным достижением стала разработка и внедрение собственной системы управления заказами на базе ERP платформы lk.dimitex.ru. Теперь весь процесс от загрузки макетов до отгрузки готовой партии автоматизирован. Это позволило предприятию ускорить обработку заявок до 15 минут и практически исключить человеческий фактор. Наши клиенты всегда точно знают, на каком этапе находится тираж. Это видно в их личном кабинете.

Несмотря на турбулентность рынка, компания продолжила расширять парк оборудования и активно нанимать специалистов — за год команда выросла ещё на 10 человек. Таким образом, произошёл рост числа сотрудников ровно в два раза.

Важнейшим стратегическим шагом стал запуск новых производственных участков. Во-первых, на производстве внедрили высокоточный лазерный крой. Теперь заказчики получают не просто рулоны ткани, а готовые детали кроя, что существенно экономит время на раскройные работы и оптимизирует логистику.

Во-вторых, открылось собственное швейное производство. Профессиональные портные расположены буквально в трёх шагах от менеджеров. Это ускорило время отклика для клиентов.



Михаил
Купавцев

В-третьих, «Димитекс» запустил собственную линию аппретирования (пропитки) тканей. Установка сушильно-ширильной машины для подготовки полотен к прямой печати — это прагматичный ответ на перебои в поставках импортных материалов.

Предприятие взяло химический процессинг под свой контроль, обеспечивая клиентам стабильную цветопередачу и независимость от внешних сбоев.

Сегодня фабрике доверяют крупнейшие компании страны, заказывающие мерч и униформу для своих сотрудников, а также ведущие российские бренды одежды и крупные швейные производства. Для B2B-партнёров такого уровня решающим фактором является не сиюминутная выгода, а предсказуемость поставщика.

Рынок может быть нестабильным, но это не повод останавливаться. Инвестируя в IT-инфраструктуру, новое оборудование и кадры, «Димитекс» выстраивает надёжный фундамент, на который уверенно опираются их заказчики.

Александра Калошина, основатель фабрики цифровой печати на ткани Solstudio Industry и бренда Radical Chic

2025 год запомнился нам как год сложных отношений с банковской системой и борьбы с высоким процентом по кредитным обязательствам, которые для промышленности очень тяжёлы.

Тем не менее это всё равно был год развития. Мы ежегодно строим планы дальнейшего роста, и прошедший 2025-й был посвящён развитию нашего проекта Print-a-Porter. Это цифровая платформа быстрой печати на ткани малым метражом, которая работает с предприятиями малого бизнеса, дизайнерами и ателье, частными лицами.

Она устроена по принципу маркетплейса. Художник создаёт собственный магазин, куда загружает разработанные им рисунки. Потребитель заходит на платформу, выбирает дизайн, основу для печати и заказывает ткань или готовый продукт. Текстильный художник получает 10% процентов от продаж ткани с его рисунком. Клиент тоже может загрузить своё изображение.



Александра
Калошина



Платформа Print-a-Porter является акселератором для профессионалов, помогает дизайнерам стать предпринимателями, а стартующим и действующим бизнес-проектам получить персонализированные текстильные продукты. Это не только площадка обучения и поддержки для текстильных художников, а современное программное обеспечение и интернет-технологии, которые соединяют дизайнеров с покупателями, фабриками по печати на ткани и службами доставки.

Отмечу, что к концу 2025 года нам удалось практически удвоить количество обращений. Мы считаем это очень хорошим результатом, учитывая тот факт, что мы не можем вкладывать много средств в рекламу.

Кроме того, прошлый год показал важность этого проекта для наших клиентов, потому что многие были вынуждены снизить количество метров, которые они печатают. Даже крупные заказчики перешли с 300 до 30 метров в заказе.

Дать возможность бизнесу печатать малые метражи сейчас жизненно необходимо. В то же время такому большому предприятию, как фабрика цифровой печати на ткани Solstudio Industry, трудно печатать пять или десять метров ткани, а платформа Print-a-Porter благодаря разработанному уникальному программному обеспечению позволяет это сделать.

Примечательно, что достаточно большим количеством таких мелких заказов, начиная от 50 сантиметров и в среднем занимающих около 10 метров, управляет буквально один человек.

Такой формат является эффективным и подходящим для многих компаний сейчас: небольшой метраж, напечатанный промышленным способом в шёлке, хлопке, льне или вискозе, позволяет им обновить продукцию, не вкладывая в производство большие средства, а в случае успеха её быстро допечатать и дошить.

Что касается 2026-го, текущий год для нас — период выхода на маркетплейсы. Мы готовимся выпускать свою продукцию под брендом Grossalia. Приоритетным направлением будет столовый текстиль, развитие которого мы уже начали. Также для реализации запланированы другие виды продукции, которые будут подбираться точно для каждого маркетплейса. Мы уже вышли на «Вайлдберриз», сейчас работаем над «Озоном» и собираемся размещаться на Lamoda.

Параллельно с этим процессом фабрика развивает собственный интернет-магазин, который уже работает.



Александр Черников,
компания «Черника-принт»



Компания «Черника-принт» является одним из наиболее уважаемых предприятий текстильной отрасли России, которое специализируется на производстве набивных тканей высокого качества.

Особое внимание в «Черника-принт» уделяется качеству продукции, что подтверждается использованием лучших реактивных красителей, обеспечивающих яркость, стойкость и экологическую безопасность тканей. Такой подход позволяет компании занимать устойчивые позиции как на внутреннем, так и на международном рынке.

Высокий уровень предприятия также подтверждается официальным одобрением со стороны NBCUniversal, что подчёркивает соответствие международным стандартам качества.

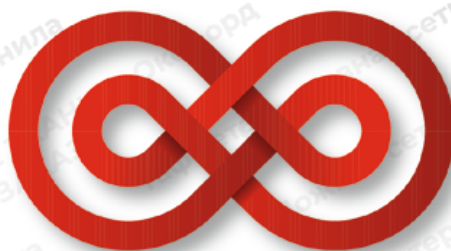
Важно отметить, что «Черника-принт» является единственным производством в России, обладающим соответствующим международным сертификатом, подтверждающим высокий уровень контроля качества и соответствие строгим требованиям отрасли.

Команда предприятия объединяет опытных специалистов, которые сохраняют традиции текстильного производства и одновременно внедряют инновационные решения.

Благодаря постоянному совершенствованию технологий и контролю качества «Черника-принт» продолжает укреплять свою репутацию надёжного производителя.

Таким образом, предприятие по праву считается одним из лидеров российской текстильной индустрии, демонстрируя устойчивое развитие и высокий профессиональный уровень.





ИНТАЙ-ТЕКСТИЛЬ

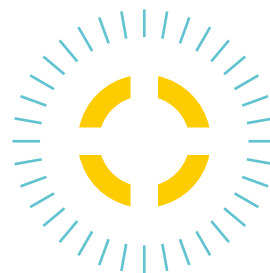
снабжение производств



БУМАГА ДЛЯ СУБЛИМАЦИИ

Плотность, г/м ²	Намотка, м	Ширина, см	
30	400 / 1500	162	
35	400 / 1500	162	
37	400 / 1500	162	
40	300 / 1000	162	182
45	300 / 1000	162	182
55	200	162	182
65	200	112	162
85	150	112	162
95	150	112	162
90 STICKY	100	162	
100 STICKY	100	162	

ЧЕРНИЛА ДЛЯ DTG-ПЕЧАТИ

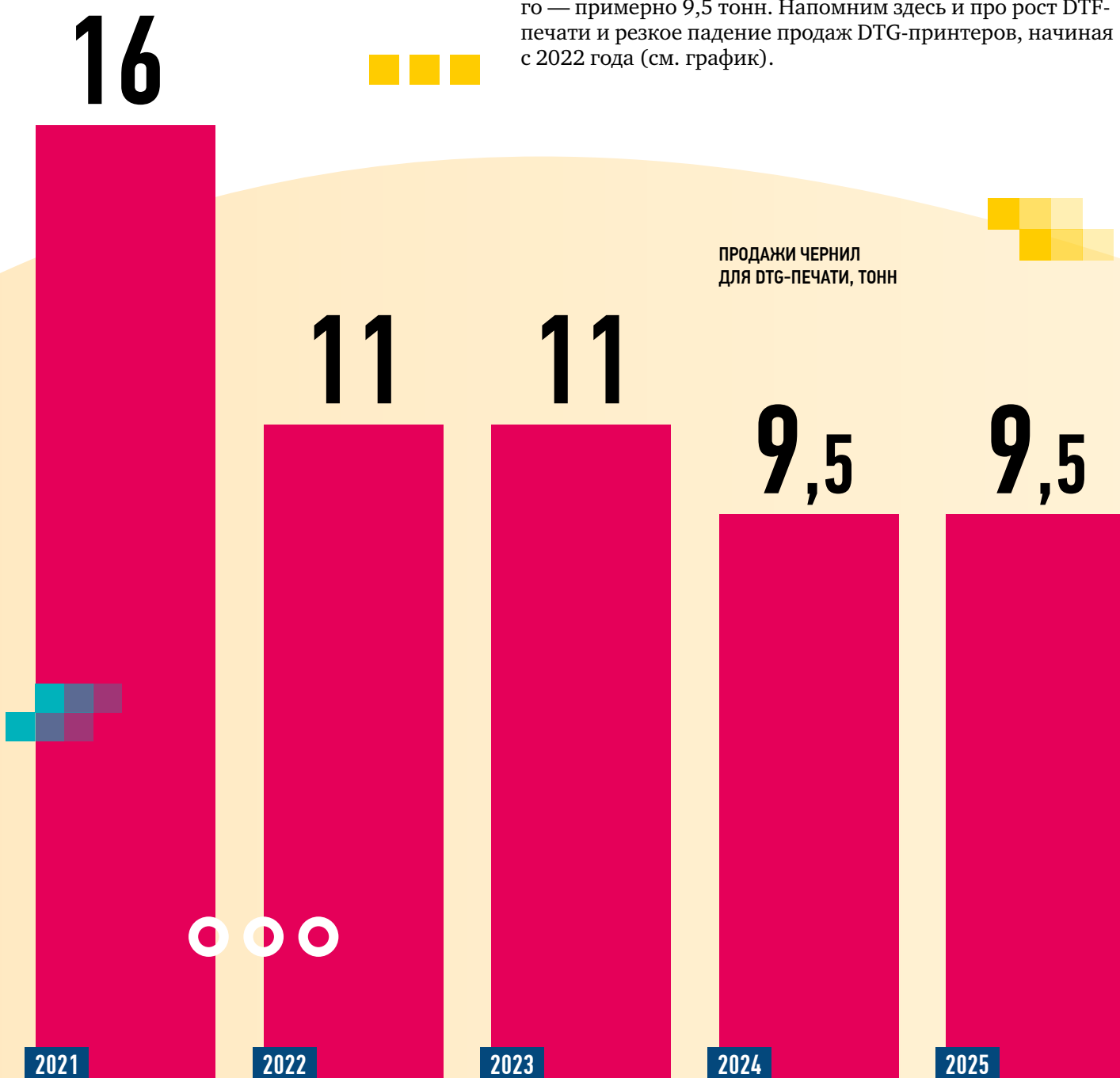


Михаил Шпилькин

В отличие от продаж в 2025 году DTG-принтеров, где мы увидели очень осторожный рост продаж с 25 до 30 единиц, говорить о росте в продажах чернил пока рано. Результат 2025 года не отличается от результатов года предыдущего — примерно 9,5 тонн. Напомним здесь и про рост DTF-печати и резкое падение продаж DTG-принтеров, начиная с 2022 года (см. график).



ПРОДАЖИ ЧЕРНИЛ
ДЛЯ DTG-ПЕЧАТИ, ТОНН



154



Производители и поставщики чернил

Основным вопросом при выборе чернил для DTG-принтеров в настоящий момент является вероятность риска поломок оборудования при их замене, а также доступность в России оригинальных чернил.

Соответственно, владельцы принтеров Kornit, а также современных моделей Brother и Epson используют оригинальные чернила.

Владельцы сделанного в Китае оборудования, западных принтеров, использующих чернила без защиты чипами, а также владельцы достаточно «пожилых» японских принтеров с зачищенными чернилами, к которым подобраны альтернативные чипы, пользуются чернилами по собственному выбору. Хорошим вариантом уже много лет подряд служат чернила DuPont различных серий (в зависимости от типа печатающих головок), но только ими выбор не ограничивается, есть на российском рынке и китайские чернила от различных поставщиков и даже Kodak.

Единственным официальным дилером Brother в России является компания «Веллес», чернила к проданным ею ранее в России принтерам Kornit поставляет «Ол Принтс Технологии», чернила DuPont и Epson всегда есть на складах компании «Алларт Сервис». Продажи остальных компаний достаточно невелики, особенно с учётом общего результата в 9,5 тонн. При таких небольших объёмах продаж ранжировать поставщиков не имеет смысла.

Сохраняется поставка чернил (по параллельному импорту) для собственных нужд несколькими крупными печатными производствами, при этом отметим, что они используют оригинальные чернила производителей оборудования, на котором работают.

Прогноз на 2026 год

В предыдущем номере журнала мы так сформулировали прогноз по продажам DTG-принтеров: «Мы видим небольшой рост продаж в 2025 году, что позволяет нам надеяться на сохранение такой же положительной динамики в 2026 году».

Относительно продаж чернил мы не испытываем подобного энтузиазма, что связано в том числе с возрастом DTG-принтеров в России. Но в сохранение объёмов продаж в 2026 году мы верим, а на рост — будем надеяться!



50

КОЛИЧЕСТВО УСТАНОВОК
DTG-ПРИНТЕРОВ
В РОССИИ

25

25

30

2021

2022

2023

2024

2025

ЧЕРНИЛА ДЛЯ DTF-ПЕЧАТИ

ТО ЛИ ЕЩЁ БУДЕТ. ИТОГИ 2025 ГОДА

Михаил Шпилькин

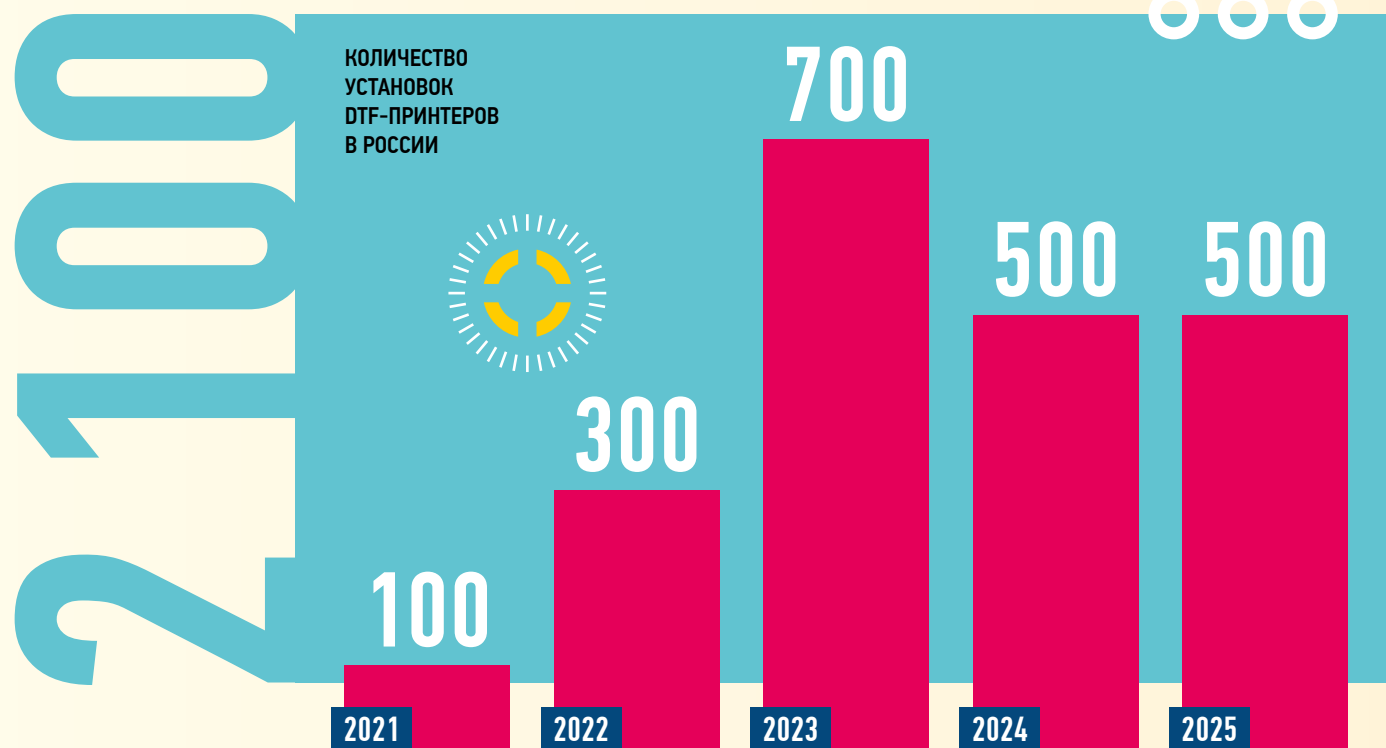
В отличие от обзора рынка чернил для рулонной печати, где мы увидели повторение результатов 2024 года, в DTF-печати динамика наблюдается несколько иная. Согласно нашим подсчётам, в 2025 году было продано минимум 155 тонн DTF-чернил!

Процитирую наш материал годичной давности:

«Мы делали уже несколько более или менее успешных попыток считать объём продаж чернил для DTF-печати в России. Основные поставщики делятся с нами своими результатами, но собрать статистику с большого количества маленьких по размерам компаний, особенно в случаях когда они пользуются различными каналами поставок в Россию, пока не представляется возможным.

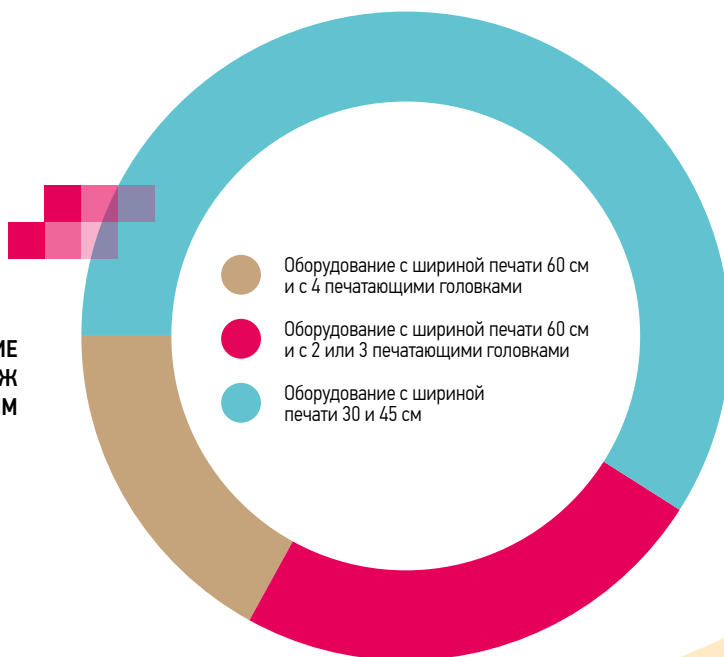
После долгих размышлений мы приняли решение опубликовать полученные нами результаты, но разброс оказался довольно широким — от 100 до 140 тонн. Над получением более точных данных мы продолжаем работать, но и существующая нижняя планка подтверждает огромную популярность данной технологии печати, которая за 4 года продаж оборудования в России достигла таких объёмов!»

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
УСТАНОВОК
DTF-ПРИНТЕРОВ
В РОССИИ



155-175

ТОНН ЧЕРНИЛ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
ПРОДАЖ
ПО КАТЕГОРИЯМ

Итоги 2025 года

Скажем честно, что наша очередная попытка посчитать DTF-чернила не может быть признана идеальной. Главное достижение — мы смогли, как нам хочется верить (!), сузить диапазон полученных данных до наших обычных 10%. Итоги продаж DTF-чернил в 2025 году помещаются по результатам наших исследований в диапазон **от 155 до 175 тонн**.

Приведём результаты продаж оборудования за 5 лет в России: более 2100 комплексов было установлено за этот период времени (попавших в нашу статистику). К сожалению, не все они в настоящий момент уже работают...

Напомним, что мы ведём подсчёты только рулонных принтеров шириной 30 см и более и не пытаемся собирать подробную статистику по настольным моделям (листовые и/или рулонные принтеры с шириной печати менее 30 см). Отметим, что, по нашей оценке, настольных принтеров у нас в стране работает не менее 500 штук.

Для проверки полученного результата мы выполнили очень простое действие: поделили 175 тонн чернил на 2100 комплексов и получили «среднюю температуру по больнице» — около 80 литров чернил в год на 1 комплекс оборудования (без учёта настольных принтеров).

Можно усложнить расчёты и считать по 50 литров на комплекс шириной 30 см, 100 литров на комплекс шириной 60 см с двумя печатающими головками и 150 литров на 4-головые принтеры, добавить по 25 литров на настольный принтер, но итоговый результат будет близок. Похоже на правду. Как считаете?

Поставщики чернил

В этот раз мы впервые смогли сформировать пьедестал почёта, собрав более подробную информацию о российском рынке по сравнению с данными годичной давности. Хотя без сюрприза не обошлось.

Первое место у компании «ТехноПринт», лидирующей и в продажах оборудования для DTF-печати.

На втором месте — компания «Х» (решившая по ряду причин сохранить свою конфиденциальность), специализирующаяся на экономичных поставках расходных материалов из Китая. Узнать о компании мы смогли, собирая информацию для этого материала.

На третьем месте — компания «Аларт Сервис», сворачивающая активные продажи оборудования для DTF-печати, но инвестирующая в складские запасы расходных материалов.

Отметим, что за прошедший год все эти компании нарастили свои продажи чернил почти в два раза и на троих занимают значительно более половины рынка расходных материалов для DTF-печати.

Можно выделить по итогам 2025 года и лидирующий бренд чернил на рынке — это Audley, занявший усилиями компании «ТехноПринт» крупнейшую долю на российском рынке.



Анализ ситуации на рынке

Во-первых, необходимо отметить, что за пять лет продаж DTF-принтеров в России сформировался большой объём потребления чернил, быстрыми темпами приближающийся к объёмам рулонной печати по текстилю, где по итогам и 2024, и 2025 годов мы зафиксировали одно и то же значение — 235 тонн. Возможно, рост DTF-печати даже затормозил рост рулонной печати.

Во-вторых, взрывной рост продаж DTF-принтеров уменьшил в разы продажи DTG-принтеров. Напомним, что в 2021 году их было продано более 150, а в 2025-м — около 30 (падение более чем в 5 раз). Но при этом продажи чернил для DTG-печати (даже после резкого роста цен на оригинальные чернила в 2022 году) упали чуть менее чем в полтора раза (а в натуральном измерении совсем немного) — с 16 до менее 10 тонн.

Фактически технология DTF-печати создала новый рынок изделий с печатью, при этом отобрав клиентов в первую очередь у DTG-печати, но не обойдя мимо и рулонную печать.

Нельзя не отметить и большие изменения в прозрачности поставок товаров из Китая в Россию, что облегчает нам нашу работу по аналитике в последующие годы.

Так как мы собираем и обрабатываем статистику по чернилам только два года, то пока рано строить графики роста объёмов печати. Можно только говорить об уточнении наших данных и анализе больших объёмов информации по рынку.

Впервые за всё время наших исследований мы глубоко погрузились в изучение продаж расходных материалов на площадке «Авито». Неожиданные итоги нашего исследования видны на пьедестале почёта, но отметим, что на данной площадке мы нашли и почти всех основных поставщиков оборудования, о которых пишем в нашем журнале.

Необходимо отметить и начавшиеся в этом году ценовые битвы на рынке услуг по DTF-печати. Ситуация очень напоминает нам истории с торговлей на маркетплейсах, где только очень небольшое число компаний умеет правильно считать полную себестоимость продаж. Приведёт это в очередной раз к закрытию некоторых производств и концентрации объёмов печати у крупных компаний.

Прогноз на 2026 год

Рост продаж более производительных систем и в результате небольшой рост объёмов печати (потребления чернил).

Новинки в технологиях, которые начнут продаваться и в России.

«ТЕХНО-ПРИНТ»



«АЛЛАРТ-СЕРВИС»



213





Андрей Жердев,
руководитель компании
«ТехноПринт»



Компания TechnoPrint гордится тем, что сегодня занимает лидирующие позиции на рынке поставок оборудования и расходных материалов для DTF-печати в России. Безусловно, такой результат не является случайностью. Он стал следствием многолетней системной работы, глубокой технологической экспертизы и комплексного подхода к клиенту.



Андрей
Жердев

Популярность чернил Audley и других расходных материалов, поставляемых нашей компанией, обусловлена не только высоким качеством продукции. Важно понимать, что современная DTF-печать — это уже давно не просто «чернила и плёнка». Это полноценная технологическая экосистема, где все компоненты должны стабильно и корректно работать друг с другом: оборудование, чернила, порошок, плёнка, настройки, цветовые профили и технологические процессы.

Одной из ключевых причин лидерства TechnoPrint является то, что мы поставляем не только материалы, но и огромный объём оборудования по всей России и СНГ. Благодаря этому мы ежедневно находимся внутри реального производства наших клиентов, понимаем их задачи, видим возникающие сложности и постоянно совершенствуем предлагаемые решения.

Сегодня материалы TechnoPrint используются не только клиентами, которые приобрели оборудование у нас. Значительный объём поставок приходится и на компании, которые ранее покупали оборудование у других поставщиков или импортировали его самостоятельно. Это говорит о высоком уровне доверия рынка к нашей экспертизе и качеству продукции.

Отдельно хотим отметить, что практически каждая поставка материалов сопровождается нашей сервисной и технологической поддержкой. Мы помогаем клиентам не только решать вопросы, связанные с оборудованием, но и оперативно консультируем по всем технологическим нюансам DTF-печати — от настройки цветопередачи до стабильности белого цвета и повышения производительности.



Владимир
Бахтин

Поверхностно DTF может казаться простой технологией, однако внутри она содержит огромное количество тонкостей, напрямую влияющих на качество продукции и стабильность бизнеса. Именно поэтому экспертная поддержка сегодня становится не менее важной, чем сами расходные материалы.

Также мы стараемся предлагать рынку максимально гибкие и комфортные условия сотрудничества: поставки оборудования в лизинг, отсрочки платежей на расходные материалы, специальные условия для производств и партнёров. Для нас важно, чтобы клиенты могли не просто купить оборудование или материалы, а стабильно расти вместе с нами.

Мы благодарны рынку и нашим клиентам за доверие и уверены, что это только начало большого пути. TechnoPrint продолжит удерживать высокую планку качества, сервиса и технологической экспертизы ещё многие годы вперёд.



Владимир Бахтин,
генеральный директор
компании «Алларт Сервис»

Мы не прощаемся с оборудованием для DTF-печати, а пытаемся перейти в сегмент производственных комплексов, которые претендуют на формат промышленных решений. Но в связи с тем что мы продали много DTF-комплексов с момента появления этой технологии, мы продолжаем снабжать клиентов премиальными расходными материалами от ведущих производителей, включая компанию DuPont. Сейчас мы сделали ставку на производителя расходных материалов — компанию UV INK, и не ошиблись с выбором. Год от года наши обороты растут и всё благодаря стабильному качеству чернил от этого производителя. Мы взяли повышенные обязательства перед производителем на 2026 год и надеемся, что даже в этой нелёгкой экономической ситуации мы вместе с вами выполним поставленные перед нами планы.





Проект «Мануфактура» в Лодзи вдохнул новую жизнь в старые корпуса фабрик, но это уже не текстиль

Будущее текстиля России: вызовы и решения

Антон Захарченко

Российская текстильная индустрия в первой четверти XXI века переживает фундаментальную трансформацию, которую другие, некогда ведущие текстильные страны мира, прошли в минувшем столетии.

Современный ландшафт Европы усеян величественными, но безмолвными памятниками былой промышленной мощи — краснокирпичными зданиями текстильных фабрик, которые когда-то определяли экономический ритм целых наций. От Манчестера, чьи многоэтажные ткацкие корпуса сформировали облик первого индустриального города мира, до Лодзи и пригородов Милана эти гиганты текстильной мысли превратились в архитектурные артефакты. В лучшем случае их ожидает другая жизнь в виде лофтов, гостиниц или культурных центров, в худшем — они зарастают деревьями, глядя на мир пустыми глазами выбитых окон.

Российский текстильный центр (Ивановская область) сегодня находится в критической точке, балансируя между сохранением работающих производств и риском повторения пути европейских «заброшек». Проекты создания научно-образовательных кампусов в центре Иванова призваны вдохнуть новую

жизнь в старые корпуса XIX века, однако пока реализация этих планов идёт медленно, историческое наследие промышленного гигантизма продолжает деградировать. Текущая ситуация в России демонстрирует явную тенденцию к повторению пути Италии и Германии, где традиционное массовое производство либо мигрировало в регионы с дешёвой рабочей силой, либо трансформировалось в высокотехнологичные, нишевые и гибкие структуры.

Причиной этой постоянной миграции является высокая трудоёмкость текстильных технологий и колоссальная конкуренция, которая сжимает маржинальность массовой продукции до минимума. Бизнес последовательно уходил туда, где труд дешевле и условия ведения дел проще — от Турции и Китая к Вьетнаму и Бангладеш. Однако сегодня и эти страны перестают быть тихими гаванями из-за роста доходов населения, ужесточения экологических норм и удорожания энергоресурсов. На этом фоне российский текстиль вынужден искать свой уникальный путь, зажатый между демографическим кризисом внутри страны и агрессивным ростом новых производственных центров, таких как Узбекистан.

Уроки Манчестера и Лодзи

Для понимания будущего российского текстиля необходимо проанализировать траекторию падения и перерождения европейских текстильных центров. Манчестер, прозванный Коттонополисом, стал первым в мире промышленным городом благодаря механизации прядения и ткачества.

Его рост был обусловлен созданием глобальных сетей поставок и торговли, этот успех сопровождался жесточайшей эксплуатацией труда и зависимостью от поставок хлопка с плантаций, где использовался рабский труд.

К началу XX века Манчестер столкнулся с неизбежным: технологическое преимущество было утрачено, а стоимость труда в Британии стала неподъемной для массового выпуска дешёвых тканей. Сегодня текстильное наследие города представлено Музеем науки и индустрии, где работающие станки XIX века служат лишь демонстрацией для туристов.

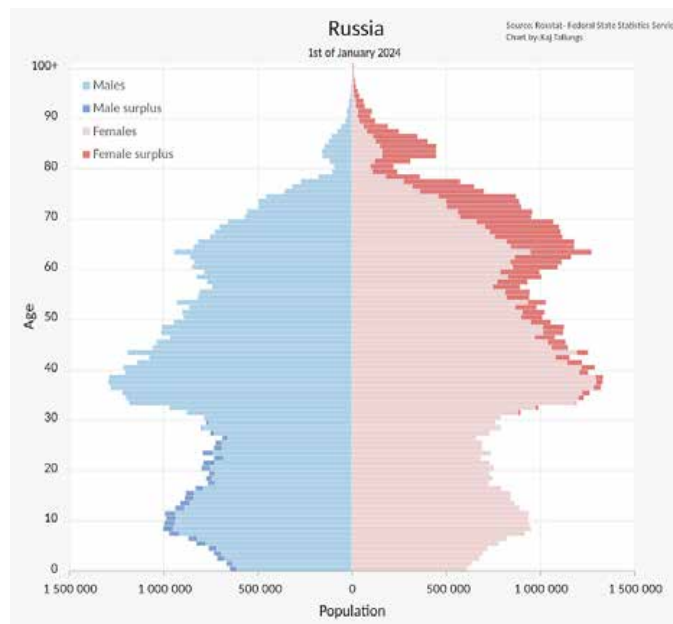
Лодзь, часто называемый «польским Манчестером», прошёл ещё более драматичный путь. В XIX веке город превратился из небольшой деревни в мегаполис с населением в шестьсот тысяч человек всего за сто лет.

Текстильные магнаты, такие как Израиль Познаньский, строили не просто фабрики, а «города в городе» с собственными школами, больницами и жильём для рабочих. Однако политические изменения XX века, включая потерю российского рынка после 1917 года, национализацию в эпоху социализма и болезненный переход к капитализму в 1990-х годах, привели к коллапсу отрасли.

Опыт Лодзи особенно ценен для Иванова. Проект «Мануфактура» в Лодзи показал, что заброшенные промышленные зоны могут стать драйверами развития города, если их наполнить новыми смыслами — от коммерции до искусства. Однако для текстильной отрасли это означает окончательное признание того, что эпоха массового производства в старых стенах завершена.

Демографический вызов и экономика труда

Одной из фундаментальных угроз для будущего текстиля в России является демографическая ситуация. Половозрастная пирамида населения страны имеет форму, напоминающую белый гриб с широкой шляпкой (старшее поколение и тонкой ножкой (молодёжь)). Демографический провал среди населения в возрасте 15–30 лет создаёт ситуацию, при которой численность работников падает из года в год.



Половозрастная пирамида России. Текущий дефицит рабочей силы — цветочки по сравнению с тем, что ожидается в будущем



Манчестер в XIX веке был по части текстиля, условно говоря, на месте современного Китая и в основном работал на экспорт. Сейчас от этого промышленного бума осталась только история



Небольшие цеха по печати и пошиву готовой продукции — новый формат бизнеса, поставляющего товар непосредственному заказчику

Текстильное производство, традиционно считающееся трудоёмким, сталкивается с жёсткой конкуренцией за персонал со стороны сервисов доставки, такси и складской логистики маркетплейсов. В условиях, когда убыль населения растёт, текстильные предприятия в малых городах начинают ощущать конкуренцию за экономически активное население с крупными региональными центрами. Через 20–25 лет ситуация может стать такой, что на двух выходящих на пенсию людей будет приходиться только один новый работник.

Традиционное производство массового текстиля требует большого участия человека.

Доля заработной платы в трудоёмких операциях, таких как ткачество, весьма существенна и составляет значимую часть от переменных затрат на выпуск продукции

Для компенсации дефицита кадров и снижения издержек предприятия вынуждены обращаться к двум стратегиям:

1. Вахтовый метод. Привлечение сотрудников на временную работу с оплатой проезда и предоставлением жилья. Главным фактором здесь выступает резкое превышение заработка над доступным в родном регионе сотрудника. Вклад заработной платы в себестоимость изделий у вахтового работника будет в разы больше, чем на фабрике дома.

2. Трудовая миграция. Привлечение рабочих из регионов с избытком трудовых ресурсов, таких как Узбекистан или Таджикистан. Однако мировая тенденция такова, что ни в одной стране Европы или США текстильную промышленность не спасли многочисленные мигранты.

Итальянская модель: дистрикты и сила малых форм

В то время как Россия пытается спасти своих гигантов, Италия демонстрирует успех модели, основанной на малых и средних предприятиях. Итальянская текстильная система — это экосистема дистриктов, где тысячи семейных мастерских, специализированных фабрик и отделочных цехов работают в тесной кооперации на ограниченной территории.

Итальянская модель показывает, что 99% предприятий в секторе могут быть микро-, малым или средним бизнесом и при этом успешно конкурировать на мировом рынке за счёт специализации и гибкости.

В 2026 году итальянские производители остаются эталоном качества, предлагая минимальные объёмы партии. Для России переход к такой модели означает необходимость разукрупнения производств и создания условий для развития независимых отделочных и печатных цехов, которые могут существовать автономно.

Цифровизация и «производство по требованию»

В условиях жёсткой конкуренции и дефицита ресурсов на первый план выходит цифровизация и модель «производство по требованию» (on-demand).

Традиционные цепочки поставок, основанные на массовом производстве и длительном планировании, уступают место гибким цифровым системам.

Аддитивные технологии и цифровая печать

Цифровая печать на ткани (в том числе прямая, сублимационная, DTG и DTF) радикально меняет экономику процесса. Традиционная ротационная печать требует изготовления дорогостоящих шаблонов и оправдана только на тиражах от нескольких тысяч метров.

Цифровые методы позволяют печатать от одного метра, что идеально подходит для работы с маркетплейсами и индивидуальными заказами.

Кроме того, цифровая печать потребляет значительно меньше воды и химии, что критически важно в свете ужесточающихся экологических норм.

Роль искусственного интеллекта (AI) в текстильном дизайне

Искусственный интеллект в 2025–2026 годах становится полноценным участником производственного цикла. Инструменты на базе AI позволяют:

- Генерировать уникальные паттерны и изображения на основе текстовых описаний или анализа трендов соцсетей.
- Оптимизировать раскладку лекал для минимизации отходов ткани.
- Проводить виртуальные примерки и 3D-симуляцию вида рисунка в интерьере, что сокращает необходимость в физических образцах.
- Прогнозировать спрос с помощью алгоритмов машинного обучения, предотвращая перепроизводство.

Модель уберизации текстиля

Цифровые платформы позволяют брендам работать без собственных складских запасов. Заказ, сделанный клиентом в интернет-магазине, автоматически передаётся на исполнение в ближайший цифровой печатный цех. Такая модель уже успешно работает на базе глобальных сервисов, таких как Printful, Printify, Spreadshirt, Amazon Merch on Demand и начинает активно развиваться в России. Это позволяет небольшим компаниям конкурировать с гигантами за счёт эксклюзивности дизайна и скорости доставки.

Узбекский феномен: От хлопка к готовому изделию

Узбекистан представляет собой пример наиболее динамичной трансформации текстильной отрасли в Центральной Азии. Из чистого экспортёра сырого хлопка страна превратилась в интегрированный производственный хаб. К 2025 году объём переработки собственного хлопка внутри страны достиг 85%, тогда как десятилетие назад он составлял всего 40%.

Правительство Узбекистана последовательно реализует программу создания текстильных кластеров, привлекая ежегодно более 2 млрд долларов иностранных инвестиций. В 2025 году объём производства составил около 11 млрд, а экспорт достиг 2,5 млрд долларов.

Узбекистан активно внедряет международные экологические и социальные стандарты, что делает его продукцию привлекательной для глобальных брендов. Для российского рынка Узбекистан становится одновременно и мощным конкурентом, и стратегическим поставщиком сырья и пряжи.

Технический текстиль: путь Германии и возможности для России

Германия демонстрирует ещё одну успешную стратегию трансформации — фокус на технический текстиль с высокой добавленной стоимостью. В 2024 году объём этого рынка в Германии составил почти 9,5 млрд долларов, а к 2030 году он по прогнозам вырастет до 13 млрд. Немецкие производители ушли из сегмента дешёвой одежды в производство высокотехнологичных материалов для медицины, автомобилестроения, строительства и защиты.

Россия обладает значительным потенциалом в этом секторе. Крупнейшие игроки отрасли уже сосредоточены на производстве спецодежды и СИЗ, где требования к функциональности важнее, чем изменчивая мода.

Переход на выпуск технического текстиля требует глубокой научной базы и инвестиций в R&D. Для России это направление может стать спасательным кругом, позволяющим сохранить промышленный потенциал текстильных регионов при сокращении численности занятых.

Перспективы российского легпрома в 2026 году

На начало 2026 года в России зарегистрированы тысячи малых и средних предприятий в сфере текстиля и швейного производства. Отрасль находится в стадии ускоренной перестройки логистических цепочек и импортозамещения. Основными центрами концентрации бизнеса остаются Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская и Ивановская области.

Операционная эффективность как залог выживания

В 2026 году разница между успешным предприятием и аутсайдером определяется скоростью внедрения автоматизации, ERP-систем и инструментов бережливого производства. Интеграция систем управления позволяет объединять данные от IoT-датчиков на станках с прогнозами продаж на базе AI, обеспечивая реальную видимость всей цепочки поставок в режиме реального времени. Применение современных методов управления позволяет повышать эффективность использования оборудования, производительность труда и минимизировать потери и остатки, что критически важно при работе на пределе маржинальности.

Сценарии будущего

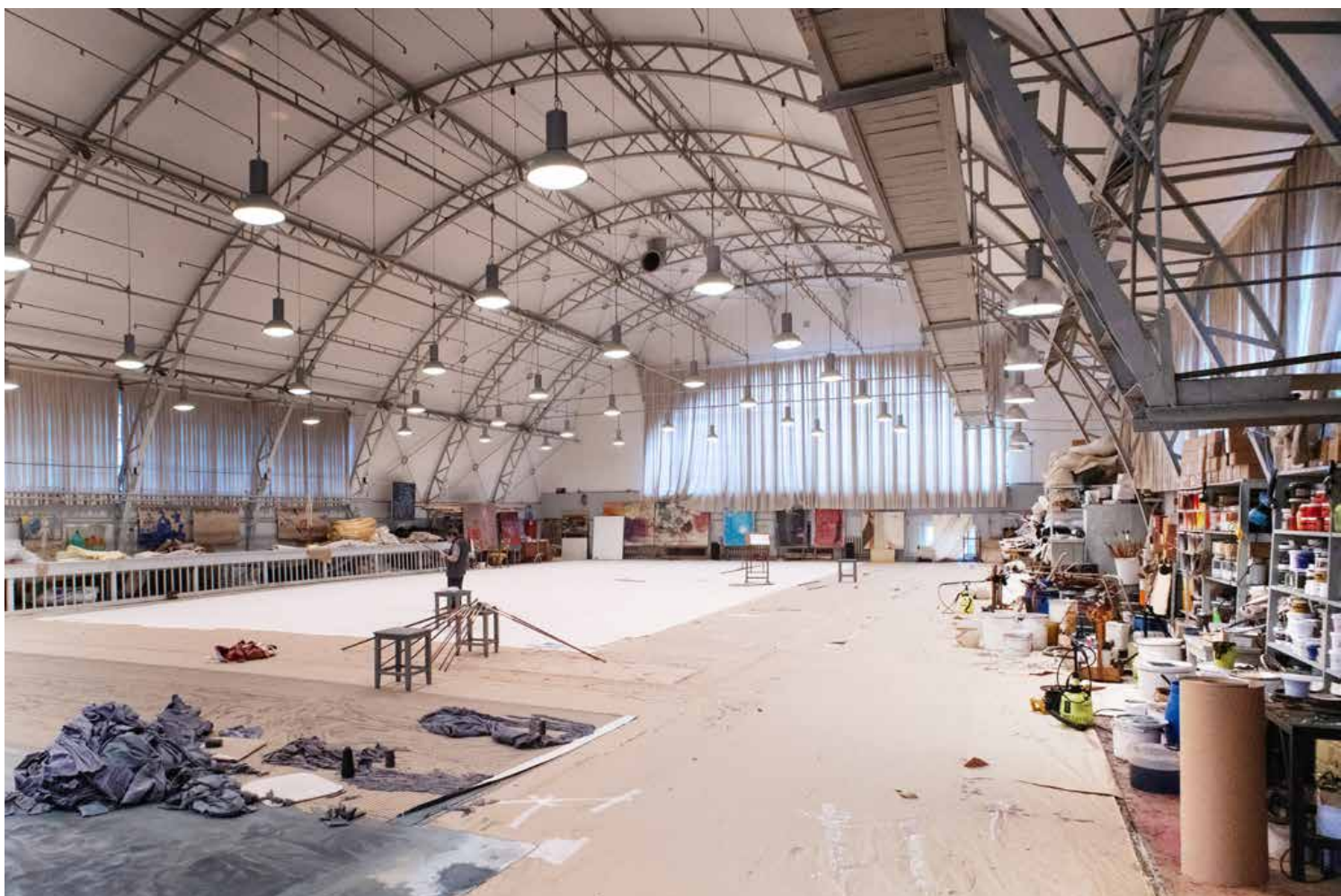
Будущее текстиля в России не может быть простым возвращением к советскому масштабу. Путь, пройденный Манчестером, Лодзью и итальянскими дистриктами, указывает на несколько возможных сценариев:

1. Сценарий «Европейского музея». Сокращение промышленного производства до минимума с превращением исторических центров в туристические и креативные хабы. Этот риск велик для Иваново, если не будет найдена новая экономическая база для региона.
2. Сценарий «Технологического бастиона» (германский путь). Концентрация на производстве технического, защитного и медицинского текстиля. Это требует серьёзной государственной поддержки НИОКР и создания центров компетенций.
3. Сценарий «Цифровой гибкости» (итальянский путь + Digital). Разукрупнение производств, создание сети малых цифровых фабрик, работающих по модели on-demand. Этот сценарий наиболее перспективен для удовлетворения внутреннего спроса в условиях господства маркетплейсов.

Текстильная индустрия перестаёт быть традиционной отраслью с низким порогом входа. Современное текстильное производство сегодня это сплав химии, IT, робототехники и креативного дизайна. Чтобы не остаться страной заброшенных фабрик, российский легпром должен сделать ставку на операционную эффективность, глубокую автоматизацию и новые формы организации труда, такие как вахтовые методы и распределённые производственные сети. Текстиль будущего — это не борьба за метры ткани, а борьба за скорость, точность и интеллект в управлении ресурсами.

Эволюция неизбежна, и краснокирпичные стены старых фабрик Иваново либо станут фундаментом для новых цифровых экосистем, либо останутся памятниками эпохи, которая ушла навсегда. Выбор за индустрией, которая сегодня должна научиться работать быстрее и эффективнее, чем когда-либо в своей истории.

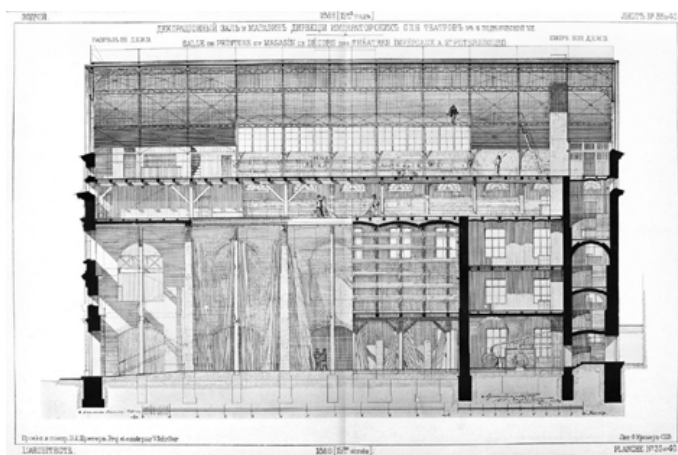
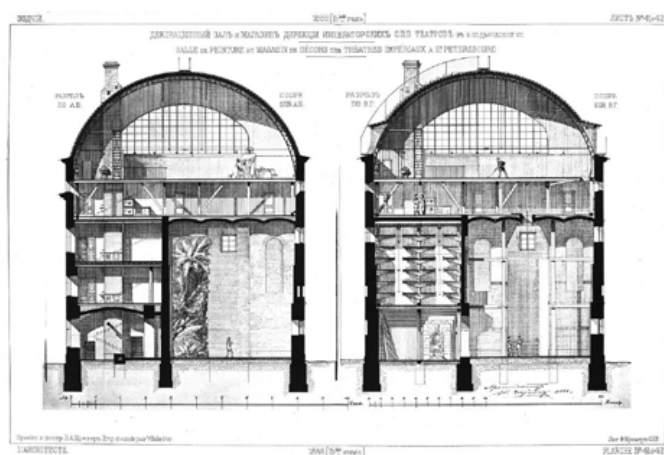




Александр Шмаков, фото: Александр Периков

Как делает декорации, костюмы и мерч Мариинский театр

Ценителям высокого искусства, без сомнения, интересно, как делаются декорации и костюмы для постановок Мариинского театра. Приоткрыть завесу над традициями и сегодняшним днём этого художественного производства для нас любезно согласились главный специалист по инновационным технологиям художественно-производственного комбината Мариинского театра Анатолий Мудров и начальник цеха инновационных технологий Анна Чуприкова.



Проект декорационного зала и магазина дирекции императорских театров из журнала «Зодчий» за январь-февраль 1886 года

Костюмы, декорации, кулисы, обувь — всё, что мы видим на сцене прославленной Мариинки, создаётся художниками и специалистами в мастерских и цехах, объединённых в художественно-производственный комбинат. К нему относится и декорационный зал, расположенный непосредственно под куполом театра и носящий имя выдающегося театрального художника Александра Головина. Во всех подразделениях комбината занято более трёхсот человек, а общая площадь его цехов составляет около 10 тысяч квадратных метров.

Основные производства расположены на трёх площадках. Первая, где мы побывали, размещается в здании на Большой Подъяческой, перестроенном в 1884 году архитектором Виктором Шрётером для декорационного зала и магазина дирекции императорских театров.



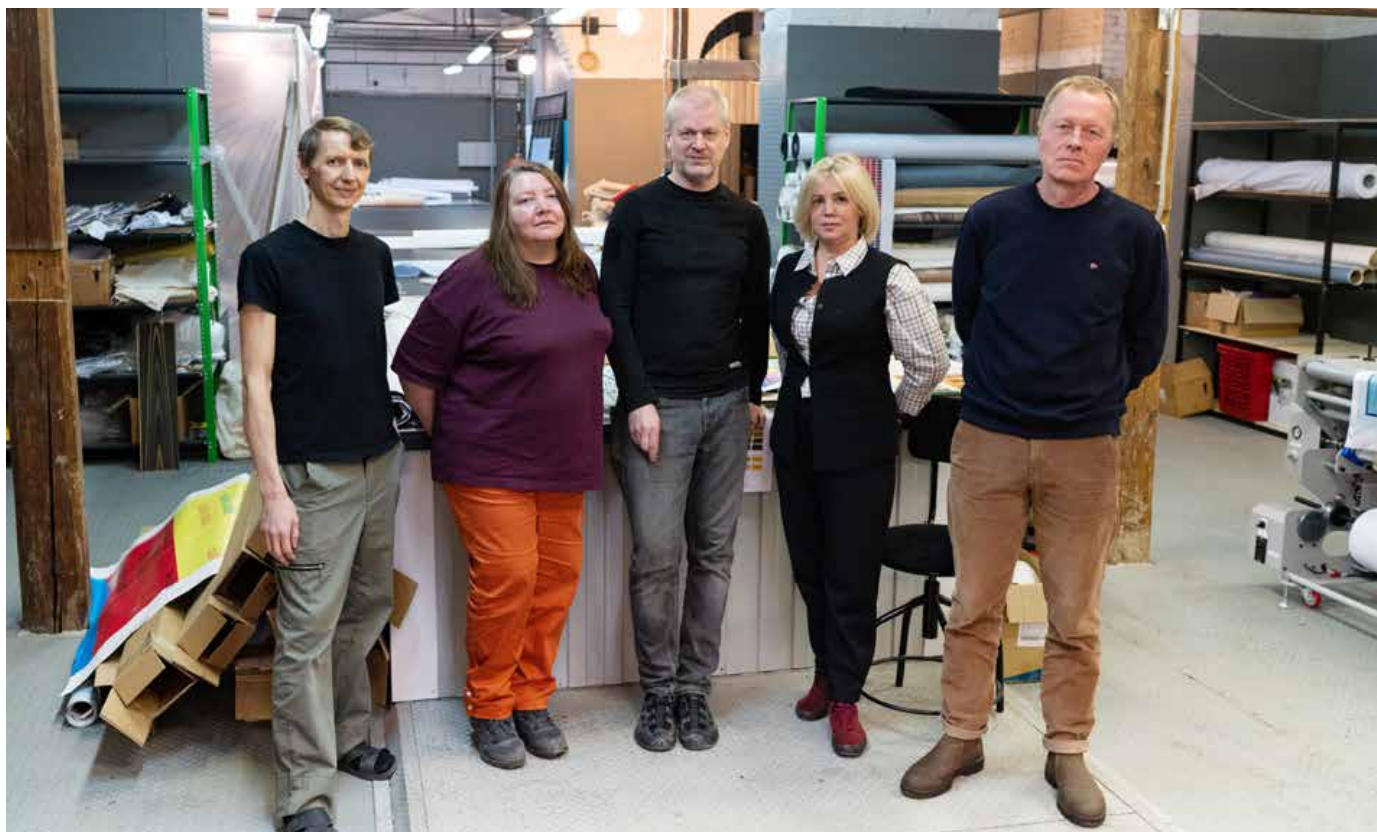
Сегодня здесь расположены подразделения декорационного и костюмерного производства, основные части которых находятся на Киевской, где расположен бутафорский цех с 3D-станками, и в переулке Матвеева, где устроены швейный, отделочный и красильно-прачечный участки.

Знакомить нас с увлекательным миром комбината начал главный специалист по инновационным технологиям ХПК Мариинского театра Анатолий Мудров: «Диапазон нашего производства — от сложных конструкций, схожих с архитектурными сооружениями, до постижерной, костюмерной и обувной продукции. То есть это полный цикл.

На сцене мы видим некий слепок человеческой жизни, практически все атрибуты там есть: посуда, мебель, одежда и т. д. Всё, что зритель видит на сцене, делается в наших мастерских.



Руководитель цеха инновационных технологий Анна Чуприкова проводит экскурсию и рассказывает о том, как используется техника



Сотрудники цеха инновационных технологий ХПК Мариинского театра во главе с Анной Чуприковой и Анатолием Мудровым (справа)

Мы, по сути, завод, который производит всё это по созданным в художественно-постановочной части чертежам, которые, кстати, очень часто дорабатываются с нашей помощью, оптимизируются с учётом технологических возможностей. В каждом цехе есть свой художник-технолог и инженер-конструктор».

— Анатолий, расскажите, пожалуйста, как задействован в работе комбината участок широкоформатной печати?

— Этот цех находится на стыке костюмерного и декорационного производства. Потому что здесь печатаются ткани для костюмов и декорации, мягкие задники, занавесы, драпировки, в том числе для жёстких декораций, кулисы и многое другое, поскольку не всё у нас расписывается вручную. Художники расписывают большую часть мягких декораций, поскольку у нас они в основном делаются вручную. Принтерная печать используется, чтобы облегчить труд художников.

Верхний этаж в нашем здании — это исторический живописный зал, второй такой находится над главной сценой Мариинского театра, так называемый Головинский зал. Там вручную расписывают декорации, которые частично печатаются у нас в цехе широкоформатной печати.

Поэтому у нас есть станки и для сублимационной печати на синтетике, и для прямой печати по хлопку. Мы также печатаем рекламную продукцию, в том числе текстильные перетяжки шириной



Декорации к спектаклю «Название» в живописном зале, устроенном на третьем этаже мастерских комбината на Большой Подъяческой

фото из архива ХПК Мариинского театра



Пигментный принтер GongZheng Apsaras G4-P отвечает за прямую печать на натуральных тканях растительного происхождения

более 3,5 метров. Их можно увидеть, например, между старой и новой сценой театра над Крюковым каналом. Наружной рекламы мы печатаем много.

— А как у вас обстоят дела с сувенирной, подарочной продукцией, обозначаемой сегодня словом «мерч»?

— С нашими торговыми киосками мы сотрудничаем, что-то для них делаем, но, к сожалению, насколько мне известно, в основном они заказывают эту продукцию на стороне.

В Эрмитаже, в Русском музее, на мой взгляд, очень хороший мерч — и со вкусом сделанный, и качественный. У нас к этому идут, но, на мой взгляд, мы отстаём.

Как-то руки не доходили, но вот сейчас взяли в штат нового художника-технолога, она разрабатывает эскизы для этого нового направления.

— Как показало себя в работе японское и китайское оборудование за время эксплуатации?

— Сублимационному принтеру Mimaki, который мы в своё время приобрели в «Смарт-Т» вместе с каландровым термопрессом TitanJet, уже 4 года. Недавно мы купили у них ещё два станка — принтер GongZheng для пигментной печати по натуральным тканям и плоттер для инженерной печати Nan-Bond. В целом техника работает чётко, как и

положено современному оборудованию, но это техника, и в случае выхода каких-то узлов из строя будут необходимые замены. Хотя Mimaki у нас практически постоянно в работе, печатные головы мы при этом ещё ни разу не меняли. На нём мы часто печатаем на синтетике детали костюмов, платки, различные предметы.

— По каким параметрам вы выбираете оборудование и что на нём печатается?

— Для разных задач разные критерии. Поскольку, помимо прочего, я занимаюсь анализом экономической и технологической обоснованности внедрения техники, то исследую имеющиеся на рынке решения и предложения.

К примеру, оборудование, что мы купили около года с небольшим назад в компании «Смарт-Т» — станок для прямой печати на хлопчатобумажных тканях, был приобретён когда пошёл достаточно большой объём работы.



С помощью каландрового термопресса TitanJet принтерные отпечатки переносятся на ткань



Фото из архива ХПК Мариинского театра

Афиши — один из примеров использования струйных принтеров. Образцы материалов, с которыми работает комбинат (внизу)



Нужно было частично автоматизировать процесс, чтобы высвободить наших художников, которые не справлялись, потому что количество постановок растёт.

Соответственно, купили такое оборудование, которое максимально отвечало нашим требованиям.

У нас есть свои устоявшиеся традиции по материалам, на которых пишутся декорации, свои наработки, своя технологическая схема. У Большого театра, насколько я знаю, она отличается. У нас же традиционно всё делается на двунитке либо на кирзе шириной полтора метра, затем ткань сшивают, пропитывают и расписывают.

Поэтому мы, идя вслед традиции, закупает технику, которая близка художникам.

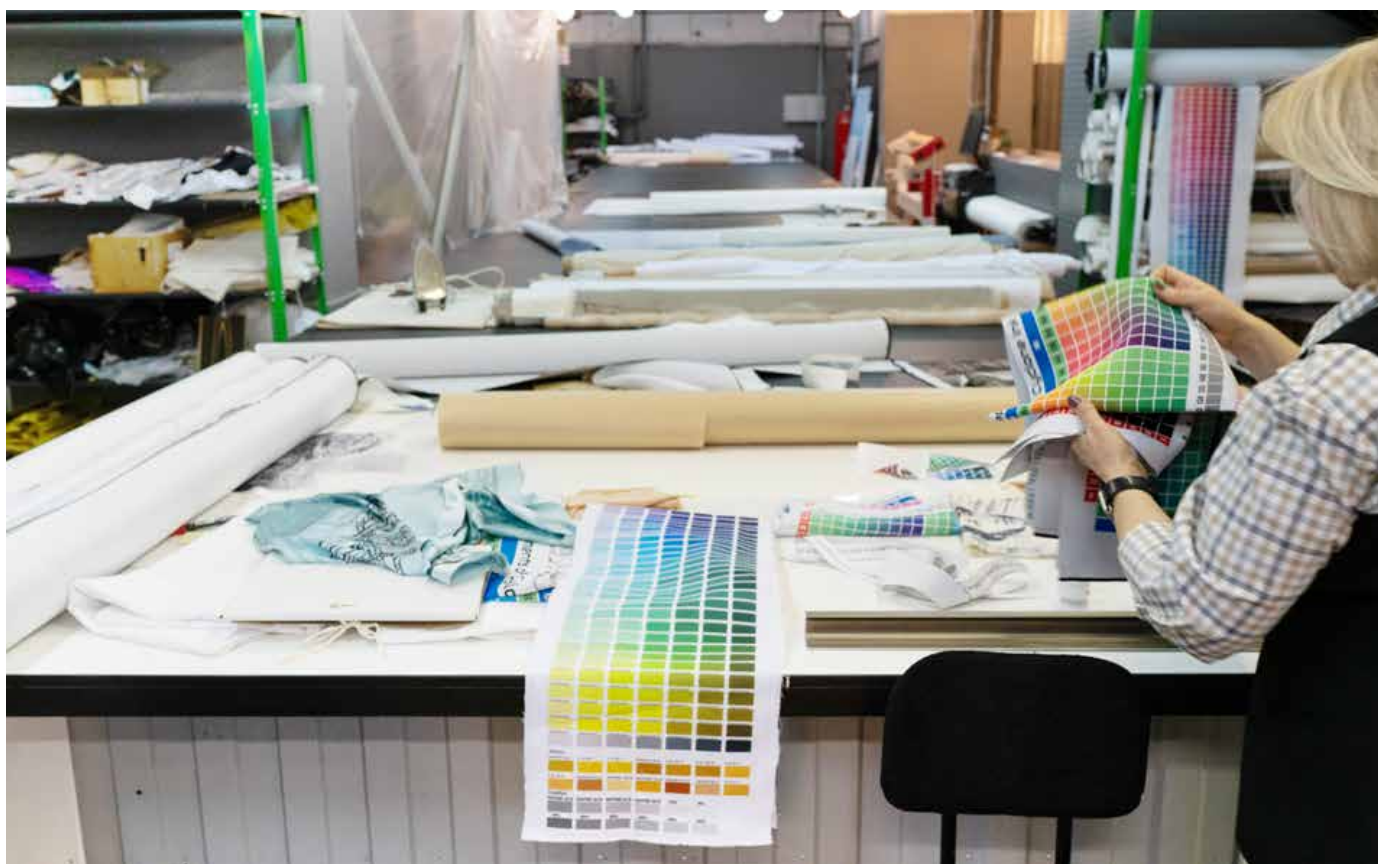
То есть нам нужен был принтер, который может печатать шириной около полутора метров на довольно грубых, неподготовленных хлопчатобумажных тканях. Наши художники тоже считают, что важно, чтобы красочная поверхность была матовой и не бликовала. Поэтому мы приобрели этот принтер для прямой печати по натуральным тканям (GongZheng Apsaras G4-P — Прим. ред.).

Он сразу был задействован в печати декораций для «Аиды». И нам хватило недели перед премьерой, чтобы напечатать колоссальный объём декораций!

Для работ на синтетике применяется сублимационная печать. В частности, таким способом была оформлена немалая часть спектакля «Летучая мышь». Выбор зависит от видения художника-постановщика и технологии.

Много печатаем и для филиалов во Владикавказе и Владивостоке. У них там есть своё производство, но мы помогаем, когда надо сделать что-то сложное.

Поблагодарив Анатолия Мудрова за введение в тему и любезное согласие рассказать о производстве театра, мы побеседовали с Анной Чуприковой, руководящей цехом инновационных технологий.



Принтерные отпечатки с шкалами и таблицами образцов цвета помогают тестировать используемые материалы



Оборудование (внизу) надёжно обеспечивает соответствие отпечатков на ткани эскизам, сделанным художниками театра



Пигментный принтер GongZheng Apsaras позволяет печатать напрямую на ткани, а каландр TitanJet служит для двухэтапного процесса печати



«Наш цех относится к декорационному производству, но мы делаем работы и для костюмерного цеха, и для бутафоров, и для художников цеха мягких и жёстких декораций, а также печатаем рекламные баннеры и тумбы с информацией о готовящихся премьерах театра. В нашем здании, находящемся на Большой Подъяческой, этажом выше располагается обувное производство, где шьют мягкую классическую балетную обувь и пуанты, а также характерную — джазовки, сапоги, ичиги, кадрили и многое другое.

Выше — третий этаж, живописный зал, здесь художники пишут кулисы и задники сцены, а швеи готовят полотна и делают ажурные аппликации. Мы, кстати сказать, зачастую помогаем им тем, что печатаем шаблоны на бумаге, для того чтобы точно перенести пропорции изображения с эскиза на готовое изделие.

В нашем подразделении работают четыре печатника, технолог по художе-

ственной обработке материалов, художник-дизайнер.

Всё чаще нам приходят задания от художественно-постановочной части театра изготовить кулисы и занавесы с помощью сублимационной печати. В этом случае используются, как правило, ткани габардин и блэкаут, содержащие в своём составе 100% синтетических волокон и прошедшие огнезащитную обработку.

Недавно в нашем арсенале появился станок для прямой печати на натуральных тканях, поскольку художникам-постановщикам нравится матовая фактура натуральных волокон двунитки и кирзы. Это открыло новые возможности в улучшении качества и скорости печати. Так, для спектакля «Аида» на этом станке удалось напечатать около тысячи квадратных метров жёстких кулис и поверхности «трюма» за 10 рабочих дней.

Ширина материалов и рабочей поверхности станков около 150 см. Задник сцены шириной 22 метра и высотой

12 метров. Готовое изображение задника сцены, утверждённое на художественном совете, дизайнер делит на полосы, соизмеримые с шириной материала.

Затем к этим размерам добавляется припуск на обработку, осуществляется необходимая цветокорректировка и готовый файл направляется на печать. После прохождения ткани с сублимационной бумагой через каландровый термопресс изображение фиксируется на ткани.

Очень часто последнее время художники приходят уже с готовыми файлами, потому что, как я понимаю, в театральных вузах сейчас обучают работе в современных графических редакторах. И я это приветствую. Когда к нам на практику приходят студенты, я им всем говорю: вы должны обязательно изучать эти программы, потому что от того, какие вы создадите файлы, зависит получение предсказуемого результата.

В переулке Матвеева находится основная часть костюмерного производства,



Фото из архива ХПК Мариинского театра



включая пошивочные цеха, отделочное производство, постижёрский участок, красильно-прачечное производство и трикотажный участок. А на Киевской — ещё одна часть нашего художественно-производственного комплекса. Там располагается всё декорационное и бутафорское производство и часть художников».

— Анна, а как вы пришли к внедрению цифровой печати?

— В последнее время увеличилось количество постановок, а время на выпуск спектаклей сократилось. Постепенно появилось понимание, что нам надо недорого, быстро и качественно выполнять поставленные задачи.

Таким образом, в помощь специалистам ручного труда пришла фотопечать, сначала для мягких декораций и облицовки жёстких декораций, а несколько позже и для производства театральных костюмов. Цифровая печать сокращает

объём работ. То, что художники делают, скажем, два месяца, мы делаем за неделю. И выглядит это практически так же, в зависимости от используемых материалов, конечно.

— Как много вы печатаете на ткани для производства костюмов?

— Практически ни один спектакль в большей или меньшей степени не обходится без фотопечати. Очень много было напечатано заготовок для костюмов к спектаклям «Дочь фараона», «Аида», «Коппелия», «Норма» и другие. Сейчас помимо фотопечати нами активно внедряется автоматизированный раскрой.

— То есть вам приходится искать новые подходы и находить решения в нетипичных ситуациях?

— Конечно. При работе над каждым спектаклем в нашем цехе происходят производственные эксперименты, не случайно мы называемся «экспериментальный

цех инновационных технологий», будь то создание принта с изображением новой фактуры, цвета или раскрой на лазерном станке элементов аппликаций.

Допустим, приобретается некое количество дорогостоящего материала определённой фактуры и оттенка, а по ходу изготовления костюмов возникает необходимость добавления материала для отделки.

В этом случае мы приходим на помощь, сканируем исходный образец и переносим его на нужную ткань. Или изначально выбирается за основу материал белого цвета и разрабатывается коллекция оттенков и принтов к спектаклю. Так были практически полностью отпечатаны «Коппелия» и «Аида» на материалах под названиями «Русский сатин» и «Шёлк Армани».

Или, например, сейчас прошла премьера спектакля «Хороводы». Там вся декорация состоит из стенофоновых трубок, на которые надеты чехлы из бифлекса.



Они представляют заросли тростника, в которых появляются и исчезают артисты балета. Бифлекс печатали в пять оттенков зелёного цвета и на раскройном комплексе кроили на полосы необходимого размера. После этого за дело брались швеи, которые собирали чехлы, а следующий этап был за бутфорками, приводящими эти заготовки к конечному виду.

— На эскизах, которые вы показали, есть сделанные художниками выкрасы базовых цветов, которые вам, очевидно, необходимо точно воспроизводить?

— Да, и воспроизводить цвета, задуманные художниками, необходимо максимально точно. Обязательно! Потому что вся печать начинается с цветопроб. Каждый малейший отте-

нок утверждается художником. Сублимационная печать в нашем цехе началась с принтера от фирмы Roland, сейчас — от Mimaki, и после его появления мы первый стали использовать значительно реже, так как он требует всё больше настроек и замен комплектующих.

— Анна, бывают ли у вас повторные тиражи, когда нужно точно повторить то, что вы уже печатали?

— Конечно. В этом и ценность цифрового способа печати — у нас все файлы сохраняются, и когда через какое-то время возникает необходимость, из базы извлекаются необходимые изображения.

Допустим, были созданы файлы для спектакля «Летучая мышь». Премьера состоялась на новой сцене Мариинского театра в 2020 году. Через некоторое время Владивостокский филиал обратился за помощью в изготовлении декораций к этому спектаклю, и мы повторили фактически всё, адаптировав немножко по размерам под их сцену. А ещё чуть позже с такой же просьбой обратился Владикавказский филиал. Файлы хранятся у нас в базе, и в этом огромное преимущество: нам не надо ничего искать, восстанавливать. Мы их достаём и повторяем. Очень часто с костюмами такая история. Так, на спектакль «Аида» у нас была очень большая печать (этот спектакль практически весь состоит из фотопечати). И вот прошла премьера, а через некоторое время вводят новых артистов, и для них, естественно, нужны костюмы. К нам обращаются с заявкой, и мы легко повторяем. И время существенно сокращается на весь процесс. Цифровые преимущества.

— Часто ли приходится печатать по готовому крою?

— Чаще мы запечатываем полотно, а закройщики кроят как им надо. Но бывает, что нам дают лекала, тогда мы их оцифровываем и после этого печатаем уже в раскрой, в определённую часть полочки или спинки, например. Вот, кстати, на спектакль «Дочь фараона» у нас было очень много как раз таки такой техники: нам присылали лекала, которые были уже отработаны на манекенах в костюмерном производстве, и мы по этим лекалам вписывали печать. Леопардовая ткань — это, конечно, синтетика, искусственный, синтетический бархат с низким ворсом, но он прекрасно выглядит в сочетании с сублимацией и имитирует шкуру животного.

— Вы также печатаете оригинальную фирменную продукцию. Это новое для вас направление, надо полагать, требует поиска новых решений?



Фото из архива ХПК Мариинского театра

— Наше руководство поставило перед нами задачу сделать продукцию для наших сувенирных киосков, которые находятся в театре. И мы сейчас готовим различные платки, сумочки, шоперы, календари и печатаем. То есть мы всё время заняты и всё время экспериментируем, и новое оборудование нам в этом помогает.

P.S. Разговор продолжился показом производства, представляющего собой редкое сочетание современных технологий и художественных навыков и традиций, передававшихся веками. Тщательность, с которой сотрудники художественно-промышленного комбината подходят к реализации творческих замыслов художников, поражает.

Внимание уделяется каждой детали, а в достижении необходимого качества есть заслуга и выбранной специалистами театра техники для печати.

В завершение мы условились непременно продолжить знакомство и рассказ о традициях и инновациях в оформлении постановок Мариинского театра. **ЦП**



Фото из архива ХПК Мариинского театра





«Ямайка», пожалуй, единственная в своём роде компания, которая не только выигрывает первые призы на международных конкурсах печати (справа на фото) и успешно работает на розничном рынке, обустроив принтерии в Москве и Петербурге. Компания также успешна и в опте, а теперь предлагает партнёрам и работу по франчайзинговой схеме.

Футболка + мода = свобода

На зимней конференции по трафаретной печати каталог образцов печати «Ямайка» вызвал такой интерес, а доклад основателя компании Кирилла Роголёва — столько вопросов, что мы договорились непременно сделать интервью для очередного номера журнала «Цифровой текстиль». Результат к вашему вниманию. *Александр Шмаков*

— Отличный видеоканал у вас, Кирилл, всё чётко и со знанием дела. Понятно, что это ваша сфера, ваш бизнес, но как вы отслеживаете и анализируете тренды на рынке футболок с принтами?

— Над каналом работает, конечно, команда, наш отдел маркетинга. Мне подкидывают кейсы с рынка, и моё мнение основывается на насмотренности, потому что помимо этого передо мной постоянно проходят кейсы наших клиентов и я вижу динамику.

Всё вместе это позволяет общую картину представить, насколько это возможно. Выделить тенденции. Рынок всегда движется в какую-то сторону, которая иногда неуловима, но если подумать и разложить на составляющие, то общие тренды видны.

— Что нового в ответ на наблюдаемые тенденции запускаете?

— Мы сейчас запускаем вышивку в московском корпоративном отделе. В нашей розничной сети (пилотный проект у нас будет в принтерии на улице Марата в Питере) тоже оборудование запущено, сотрудники обучены. Принимаем заказы как в принтериях, так и онлайн.

— Какое оборудование и у кого приобрели?

— Впервые мы вышивку поставили в 2023 году (хотели немножко потестировать). И теперь, когда встал вопрос, что покупать для запуска направления в 2025-м, мы выбрали «Веллес». Наш технолог сказал, что для наших целей вышивальные машины Velles будут оп-

тимальны, в том числе по цене. Ну и мы давно работаем с этим поставщиком, знаем их сервис, поддержку. Как вы знаете, у нас целый ряд оборудования, в том числе для цифровой DTG-печати, поставлен этой компанией.

— А как давно вы используете DTF и насколько удачно эта технология вписалась в ваш бизнес?

— DTF у нас с января 2022 года. Он органично забрал на себя то, для чего он, собственно, и изобретался. Взял на себя то, что раньше весь рынок вынужден был печатать шелкографией, несмотря на издержки. Например, одноцветы на футере тиражом сто штук, персонализацию в один цвет небольшими тиражами.

Практически всю плёнку DTF заменил, давая практически те же тактильные ощущения. Одним словом, DTF эффективно решает ряд задач, которые неудобно было делать шелкографией и DTG.

С другой стороны, мы сейчас наблюдаем возвращение популярности DTG, потому что очень много DTF-оборудования пришло на рынок, и им стали пользоваться к месту и не к месту. Потому что это проще в производстве, хоть и не всегда обеспечивает лучший результат. Так что клиенты часто говорят, что хотят старый добрый DTG или шелкографию.

— У кого приобретали DTF-оборудование, как оно себя показало и насколько загружено?

— Мы активно работаем с «Техно-Принт», брали у них оборудование Audley. У нас стоит по одному DTF-принтеру на наших розничных точках, и они же обслуживают корпоративное производство.

Принтеры работают без проблем, и мы их обслуживаем сами, когда нужно обращаемся в сервис «ТехноПринт», все вопросы решаются оперативно и чётко и в Москве, и Санкт-Петербурге.

Загружены DTF-комплексы у нас не на 100%, но это скорее вообще общая тенденция рынка сегодня, мы видим определённую просадку. Либо люди хотят печатать по 100 метров в сутки за 3 копейки (хотя такими заказами, наверное, можно было бы просто завалиться) или предлагают совсем неинтересные по объёмам заказы.

DTF и шелкография сейчас составляют примерно по половине в услугах печати корпоративного отдела. Раньше всё это делала шелкография, теперь помогает DTF, для ряда задач он удобнее, выгоднее. DTF сегодня у нас обеспечивает 10% розницы, которая составляет примерно 50% оборота.

— Вы недавно объявили о франшизе для партнёров, которым интересно развитие в сфере печати по футболкам. То есть у вас просчитана экономическая модель, окупаемость и т. д.?

— Конечно, всё есть. Есть презентация, полностью все расчёты. Мы ведём переговоры в разных городах. Сейчас процесс осложняет, конечно, ужесточение НДС. Патентная система плюс УСН позволяли платить полпроцента с оборота, а сейчас рентабельность серьёзно поддается.

Мы начали работать с одной краснодарской фирмой. Они всё изучили и сказали: «Пойдём думать дальше, потому что ваше исследование рынка очень хорошее». То есть наша схема позволяет не бросаться сразу, а всё взвесить.

— Минимальный набор, с которым стартует франчайзинг, DTF не предусматривает?

— Нет, но он там есть опционально, либо предлагается найти на первое время DTF-партнёра в регионе. Мы сами, до того как поставили DTF, пользовались услугами подрядчиков, и только когда заказов стало больше настолько, что, посчитав, мы поняли, что выгоднее приобрести оборудование, взяли его.

— Скажите, а с распространением DTF на рынке не подешевел ли DTG?

— Да нет, в отношении расходных материалов всё как было, так и есть. А для клиента... мы просто индексируем цены вместе со всем. Вот DTF как раз подешевел, потому что ниша более чем, скажем так, насыщенная предложением. И когда все начинают эту ценовую войну, с 2000 за метр до 1500, а потом до 800 в опте это уже не рынок.



Комментарий поставщика

Андрей Жердев (компания «ТехноПринт»)

Мы уже много лет делаем ставку не просто на поставку оборудования, а на полноценное технологическое партнёрство с клиентами. Именно с сервиса и началось наше сотрудничество с компанией «Ямайка».

На первом этапе специалисты компании обратились к нам по вопросам технической поддержки и сервиса оборудования. К сожалению, ситуация, когда поставщик не обеспечивает должного уровня сопровождения, сегодня всё ещё остаётся распространённой на рынке цифровой печати. Команда «ТехноПринт» оперативно включилась в работу, обеспечив высокий уровень технической поддержки, профессиональный подход и быстрое решение задач клиента.

Именно качество сервиса и вовлечённость нашей команды стали основой доверия между компаниями. Следующим этапом сотрудничества стала поставка первого промышленного комплекса в Москве — высокопроизводительного оборудования на четырёх печатающих головах.

После успешного запуска и полной удовлетворённости качеством печати нашего оборудования, стабильностью его работы и уровнем сервисного сопровождения компания «Ямайка» приняла решение о запуске аналогичного DTF-комплекса и в Санкт-Петербурге.

Сегодня «ТехноПринт» и «Ямайку» связывают по-настоящему партнёрские отношения. Для нас это один из ключевых стратегических клиентов, которому мы предоставляем максимальный уровень индивидуальной поддержки, специальные условия по расходным материалам и постоянное технологическое сопровождение.

Мы уверены: современный рынок цифрового текстиля требует не просто продажи оборудования или расходных материалов, а комплексной экспертизы, сильного сервиса и готовности быть рядом с клиентом на каждом этапе развития производства.

Именно такой подход позволяет «ТехноПринт» оставаться надёжным партнёром для ведущих компаний отрасли, который к тому же не первый год лидирует в сфере поставок DTF-решений.



В целом бизнес-паттерны везде одинаковые — если рынок насыщен, то посыпятся скидки. А в DTG, напротив, не так много игроков, потому там нет смысла сбрасывать цену, тем более что качество более премиальное.

— Что вы предлагаете франчайзи, смогут они существенно развиваться и гордо нести марку «Ямайки»?

— У нас нет роялти. Основное требование — пользоваться нашим текстилем, который мы сами шьём, закупать его у нас, чтобы соответствовать необходимым критериям качества.

А всем остальным процессам мы учим, даём правильные схемы: как работать с клиентами, правильно напечатать и т. д. То есть мы фактически подключаем к нашей базе знаний, которая у нас ежедневно апдейтится, докручиваем навыки по обслуживанию клиентов и техники. Мы давно, практически на уровне «Веллеса», можем консультировать по работе с DTG-принтерами Brother. Конечно, если какие-то экстренные случаи, мы прибегаем к помощи инженеров поставщика, но это редко, максимум раз в год происходит.

— Говорят, что бизнес — это то, что продаётся. Вы бы продали «Ямайку»? Если да, то за сколько?

— Хороший вопрос. Мне самому с начала года уже поступило несколько

предложений «купите нас». Но, к сожалению, когда запрашиваешь данные по проекту, их нет, ценник запредельный, желаемое расходится с действительностью, активы абсолютно не ясны, и всё сводится к мантре «мы же продаём бренд».

Я готов продать «Ямайку» крупному игроку в отрасли в обмен на место в совете директоров, чтобы остаться в той ячейке, которая принимает решения, и на процент от будущей прибыли (финансовый бонус нужно обсуждать). Продажа мне интересна только с целью получения финансирования для дальнейшего развития, чтобы реализовать в рознице весь потенциал, который у нас есть, но с большими оборотными средствами.

— Как развивается ваш бренд футболок с каллиграфией «СЛОВО»?

— Он работает как альманах, потому что это мой личный проект. У него новинки выпускаются, когда звёзды сойдутся. Когда приходит вдохновение, собираем и что-то делаем.

— Вы и музыкального мерча много делаете. Как устроен этот рынок и сколько это направление составляет в вашем обороте?

— Рынок довольно простой. Есть музыкальные коллективы, которые занимаются мерчем сами; есть те, кто работает

с агентами или агрегаторами (компаниями, которые обслуживают десятки исполнителей) и есть те, кто работают с производителями напрямую. И все они — наши клиенты, потому что у нас есть все необходимые составляющие: качественный текстиль различных фасонов, большой опыт в печати и своё швейное производство.

— А сколько у футболков у вас лично, Кирилл? Есть футболки с историей?

— Сейчас не больше сотни. Есть футболка из моего самого первого тиража, который с треском провалился, просто с грохотом, когда я из ста футболок продал лишь одну штуку. Это год 2003-й был, печатал я шелкографией у Евгения Курдюкова в компании «Крига».

Тогда у меня не было ничего, кроме желания продать модные футболки. Я нарисовал принт, купил в «Гейзере» футболки, напечатал у Жени (нашёл его по «Жёлтым страницам»).

Я хотел свои идеи гениальные до мира донести, думал, что вот сейчас я принтов нарисую и мы сделаем модный скейтерский бренд, я как раз был в тусовке в то время. Мы сделали десяток принтов современных. В итоге с помощью друзей я распахал их по всем молодёжным магазинам Питера («Капсула» и пр.), и они долго-долго продавались. Но желание сделать дело от этого не самого удачного первого опыта не пропало.







— Что для вас футбольная культура, для развития которой многое делаете, фестиваль T-SHIRTS FEST в частности?

— Когда я оканчивал школу, у нас была форма — рубашка и пиджак, а суббота была свободным днём, когда можно было вместо ботинок надеть кеды, а вместо рубашки надеть футболку. Так что футболка — это что-то свободное.

А вообще для меня футбольная культура началась, безусловно, с американских скейтеров, с каких-то музыкальных тем, рок-культуры. Если посмотреть на метал-сцену, то практически все музыканты выступают в футболках. Это всё достаточно сложно объяснить, но это целая история — скейт и метал-мерч, то, как он развивался в Америке, и то, сколь-

ко всего на этом завязано потом было уже в массовой культуре. И в то время, когда у нас этой культуры не было вообще, когда мы вообще ничего не производили, ничего не умели, у меня было желание эту футбольную культуру, культуру свободы, культуру какого-то протеста против офисной истории развивать.

И для меня всегда камнем преткновения была футболка собственного производства. Пока мы сами не начали шить, не стали делать то, что нравится мне, я чувствовал себя немножко ущербно в плане реализации. Принцип был: мы должны делать классные футболки. А показатель классности один — это ношу я, мои друзья, я могу это подарить близким родственникам, близким друзьям.

То есть это вещь качественная. Я не просто печатаю за три копейки на дешёвых футболках, а делаю так, чтобы мама гордилась, а друзья звонили и говорили: «А можешь и нам такое напечатать».

— Чьё полотно, кстати, вы используете?

— Хорошая турецкая фабрика производит полотно по нашему заказу с необходимыми нам характеристиками. Часть заказываемого объёма окрашивается в заказанные цвета, причём некоторые цвета делаются именно для нас. Под клиентов мы выкрашиваем полотно их фирменного цвета, храним на складе и по мере необходимости расходуем. Всё хорошего, премиального, практически турецкого качества.



— Как бы вы сами обозначили ваше позиционирование?

— Мы не уходим в жёсткий премиум, в тяжёлый люкс. Не было такой задачи, поскольку мы хотели сделать доступной саму идею доступности печати на футболках.

Поэтому мы и сделали собственно принтерии — точки, куда ты пришёл и за 15 минут любая твоя идея уже легла на качественную футболку с магазинным качеством печати. Ты её получил по обычной ретейл-цене, но при этом она сделана только для тебя.

В корпоративном сегменте частая ситуация — «вот у меня есть логотип, предложите что-нибудь интересное». А в рознице, как правило, это конкретный запрос — приходит человек, «вот эту картинку напечатайте хорошо и быстро».

— Кирилл, у вас в «Ямайке» реально крутые спецы по печати работают, призы «Феспы» берут. Давно они с вами?

— Сашу Матанцева я, что называется, с молодых ногтей знаю, лет 20 уже. Он много кем у нас проработал. И других тоже от 10 до 20 лет знаю. И они действительно делают работы мирового уровня, что подтверждается призами на конкурсах. Мы все немного помешаны на том, чтобы делать круто. Это уже профдеформация такая, наверное.

— Одна из таких фестивальных работ была с объёмным джойстиком?

— Да, у меня приятель, кстати, когда увидел, спрашивает: «Можем повторить? Товарищу в подарок надо». Сколько стоит, спрашивает. Я говорю: «Дорого, тридцатка за футболку». Напечатали, а это реально один в один имитация джойстика «Дэнди» со всеми фактурами и текстурами. Мы её целый день печатали, 200 слоёв надо было нанести.

— А насколько у нас в стране в принципе развит футбольный арт?

— Он есть. Мы и в этой нише работаем, и не только мы. Один из типов нашего клиента — это дизайнеры, художники, которые выпускают коллекции. И мы работаем как сервис, который помогает выпускать авторские коллекции.

— Из новых трендов вы называли футболки на ткани варёнке. Реально очень востребованный продукт?

— Я даже не помню, когда такой спрос был последний раз. Был тай-дай, но это хипповская история, это другое. А варёнка получается в результате сложного процесса, при котором с помощью отбивания камнями получается такой мраморный эффект. Мы освоили этот процесс, делаем небольшие партии для

своих клиентов. И это хит, который реально пользуется большим спросом. Я думаю, что это просто уже всегда будет в ассортименте — футболка как будто практически полностью запечатана, потому что есть узор, она по-другому воспринимается.

— Вы построили уникальную компанию, другой такой, пожалуй, нет. А как вы представляли себе будущее, когда начинали, и как пришли к сегодняшним результатам?

— Я как Андрей отвечу (Андрей Дегтяренко — председатель совета директоров ГК «Проект 111». — Прим. ред.), я ему тоже недавно этот вопрос задавал во время очередной нашей беседы у меня на канале. Ты просто делаешь, и куда тебя интуиция толкает, туда ты и идёшь дальше. Половиной решений, которые мы принимали, я обязан своей жене.

Так, у меня были мысли, связанные больше с развитием в интернете, а она сказала «давай делать розницу». И принтерии стали нашим большим отличием. Технически, финансово и управленчески я это вёл, а с точки зрения рекламы, маркетинга и продвижения продукта — она. И мы всегда слушали клиентов. То есть что клиент просил, что рынок просил, туда мы пробовали идти. И выкладывались всегда на полную.

К примеру, срывались сроки и некому было доставить заказ в Москву. Садимся на «Сапсан» и едем с двумя коробками футболок в Москву, везём их в область на какой-то корпоратив, потому что

в понедельник уже никому не надо, а в субботу утром они должны быть там.

И мы работаем по такому принципу уже достаточно большое количество лет. И принцип остался как основной. Может быть, он не настолько неукоснительно соблюдается, потому что в большой компании сложно за всеми проследить, но принцип остался. Надо вам вышивку, мы не будем говорить, что её нет. Найдём и сделаем.

— Насколько прибылен ваш фестиваль T-SHIRTS FEST, который уже стал заметным культурным событием в Петербурге и Москве?

— Это на 100% расходная статья нашего бюджета. Была бы прибыльная, мы бы, наверное, чаще бы его делали. Она расходная, но я думаю, что она играет хорошую роль для продвижения наших идей и продукции.

Я со всей моей щепетильностью и тем, что не сильно люблю хвалить своих, скажу, что я ходил и буквально кайфовал от того, как всё проходило на фестивале в «Севзапклубе». В Москве было сильно слабее, потому что это был первый наш фест в столице, но в целом тоже успешный. Об этом можно судить по отзывам участников и посетителей.

Была мысль перед запуском в новом городе делать сначала фестиваль. Допустим, открываемся в Екатеринбурге, делаем там фест, или в Минске. Я был там пару лет назад, приятный город, там точно можно и нужно делать. Скажем так: если у кого-то есть интерес, я открыт к для общению. ЦФ



СЕРГЕЙ КОРЫБКО О СТАРТЕ НОВОГО БИЗНЕСА ТЕКСТИЛЬНОЙ ПЕЧАТИ

«Многопрофильное текстильное производство, работаем с душой с 2009 года, большой ассортимент декоративных подушек для любого интерьера» — так рекомендует себя производственное предприятие ООО «Центр» из Владимира, которое работает под торговой маркой Zaberite («Заберите»). Нам стало известно, что недавно компания приобрела комплект индустриального оборудования для сублимационной печати в компании Velles Digital. В связи с этим мы побеседовали с совладельцем компании Сергеем Корыбко, который рассказал немало интересного.

Первый свой бизнес мы с супругой открыли ещё во Владивостоке в 2013 году. У меня был друг, турок, и он помог нам обеспечить, скажем так, товаропотоки турецкой махры на Дальний Восток. Развивались мы достаточно динамично, и через год у нас было пять филиалов. Но в 2015 году началась тёмная полоса: в 2016-м у нас сгорел цех, а в мае у меня случился инфаркт (в 39 лет), и всё легло на мою драгоценную супругу, притом что у нас трое детей, а тогда ещё двое были совсем малыши. Нам было очень тяжело, но мы не сдавались. В 2018 году я нашёл финансирование, мы долго думали и решили переехать в западную часть страны.

— **Надо полагать с целью запустить новый бизнес?**

— Да, мы открыли во Владимире швейный цех и стали развивать бизнес. Основным стал кухонный ассортимент: полотенца, прихватки, рукавицы, салфетки и всё остальное. Мы были одни из первых, если не первые, кто начал выпускать кухонный ассортимент коллекциями, каждую в своём дизайне. У меня супруга очень креативная, она придумала эту фишку — выпускать коллекции. Это была наша фишка. И мы достаточно неплохо развивались. Работали с различными клиентами, маркетплейсы тогда ещё были практически не развиты.

На Wildberries мы вышли в конце 2018 года, но там продажи были просто мизерные. Сейчас не то что за день, а за час, наверное, больше продаётся, чем тогда за месяц. В пандемию мы думали, честно говоря, что вообще схлопнемся, но нам повезло, как и многим швейным цехам. Нас спасли маски.

У нас была просто очередь на маски. Потом на нас вышла SimaLand. Они брали очень много, пока сами, видимо, не начали отшивать.

Мы выстояли, но затем очень сильно подорожал хлопок из-за этой пандемии. И, соответственно, наш товар, кухонные изделия, стал хуже продаваться, потому что человеку было тяжело объяснить, почему полотенце, которое он покупал за 33 рубля, теперь стоит 96, к примеру. То есть именно в процентном отношении. И мы опять задумались, чем заниматься дальше.

— **И как вы пришли к подушкам?**

— Помог случай. Наша знакомая работала в компании по производству мягкой мебели. И как-то спросила: а почему вы подушки декоративные не делаете? Мы подумали: действительно, почему? Причём речь была о декоративных подушках, которые однотонные, то есть жёлтые, розовые, бордовые и так далее. Так мы начали производство декоративных подушек. У супруги появилась логичная идея: наносить различные принты.

Мы нашли здесь небольшой цех, который занимался печатью, и привозили им макеты. Начиналось всё с котиков-собачек. Сейчас, если посмотреть на то, что мы выпускали в 2022 году, то можно улыбнуться, но мы зашли на все маркетплейсы, и люди начали покупать. А мы начали всё это динамично развивать и к середине 2024 года заняли в этой группе товаров, которая называется декоративная подушка, лидирующее положение на всех маркетплейсах.



Примеры печатной текстильной продукции бренда Zaberite



Семейный бизнес четы Корыбко выдержал испытания временем и успешно развивается на новом уровне в новом регионе

К лету 2024 года на нас вышел Яндекс.Маркет и сказал: вы первые, и мы для вас выделяем бесплатно целую команду. Потом по аналитике мы увидели, что мы первые на «Озоне». А осенью на нас вышел «Вайлдберриз», увидев, что мы лидеры, и выделив нам отдельного менеджера. Не так давно у нас был проект с ними — реклама на билбордах придорожных в Санкт-Петербурге. Триста билбордов демонстрировали нашу рекламу.

— Два года на то, чтобы выйти в лидеры, отличный результат. Получается сохранять позиции?

— Мы постоянно развиваем и коллекции, и качество товара. Хотя конкуренция, конечно, запредельная. У нас, например, на «Озоне» пять магазинов, и были моменты, когда мы только одним магазином были впереди всех. Сейчас в нашей товарной группе 612 конкурентов. Причём это очень сильное падение, весь прошлый год конкурентов было порядка тысячи с сотней или больше.

Не просто держать эти лидирующие позиции, тем более что покупательская способность сейчас и политика маркетплейсов не очень хороши. Это, конечно, сильно просаживает. Наше развитие страдает из-за того, что китайские друзья просто в открытую копируют наши карточки, часть из них даже с нашей торговой маркой «zabegite». И с подходом маркетплейсов, скажем так, не очень красиво, получается, что китайский бизнес находится в более выгодных условиях по сравнению с нами. Для нас комиссия маркетплейса 55%, а для китайских компаний — 10–12%, и получается цена у них ощутимо ниже. Единственный недостаток — это относительно долгая доставка по сравнению с нами.

— А какие материалы вы используете для производства?

— Для подушек мебельный велюр, потому что он, во-первых, износостойкий и хорошо поддаётся окрашиванию. Соответственно, краска хорошо ложится и держится. Мы разные ткани пробовали в своё время, но мебельный велюр оказался максимально подходящим для данной продукции. Сейчас ещё одно направление начали развивать — производство тканей с печатью и штор. У нас есть уже несколько заказчиков — мебельных цехов. И думаем, каким образом эти ткани вывести на настоящий оптовый рынок, потому что пока не совсем нам понятен этот рынок.

— Возможно, стоит участвовать в выставках, в той же ИНТЕРТКАНИ...

— Может быть. Надо будет изучить этот вопрос подробнее, всё-таки выставка — дело ответственное.

— Как развивалось ваше производство?

— Сначала у нас был швейный цех. И кроме швейных машинок у нас оборудования вообще никакого не было, и мы отшивали наволочки. А их было нужно набивать синтепоном, чтобы получить готовый продукт.

Соответственно, сначала покупали уже прочёсанный синтепон, потом купили машину чесальную. Затем пришли к тому, что нужно на продукцию наносить принты.

Нашли цех, где печатали. Потом мы купили пресс-машину, чтобы прессовать подушки.

И в итоге пришли к тому, что купили первый принтер, каландр и начали сами красить. Потом купили ещё одну машину по прочёсу синтепона.

Потом купили в «Веллес» уже промышленный принтер, который в 5 раз быстрее, чем наш первый, и в пять раз больше позволяет производить.

Следом приобрели у них же каландр, который может наносить отпечатки просто километрами. В планах однозначно ещё и раскройщик у меня был.

— То есть пока вручную кроите?

— Да, но там сам крой очень простой. Если бы это были не квадраты, мы бы однозначно давно купили раскройщик, просто вынуждены были бы при таких объёмах. Когда это сотни тысяч изделий, это просто нереально, там девчонки выкладывают по 80 слоёв.

— Насколько загружено сейчас у вас оборудование, каландры, принтеры?

— Я когда у «Веллеса» покупал оборудование, то не ожидал, что это настолько высокие мощности.

Конечно, мне говорили, что скорость столько-то квадратных метров в час. Но пока сам не попробуешь...

Когда мы включили принтер, то у нашего оператора просто челюсть отвисла. По скорости он плюс-минус быстрее в пять раз в сравнении с принтером, что у нас был.



Популярностью пользуются разные дизайнерские решения, к примеру обращение к текстильному дизайну начала прошлого века

— **Расскажите про процесс выбора: как пришли к этому решению? как прошёл процесс установки?**

— Предыдущий принтер я нашёл и выбрал через интернет, я посмотрел, что компания одна из самых крупных, не страшно у них покупать. Цена тоже устроила. Соответственно, покупка. Первый каландр мы брали бэушный, были мы чуть ли не четвёртые хозяева, но он своё отслужил достойно. А новое оборудование мы покупали уже в «Велесе», где, кстати, надо отдать им должное, высокотехнологичные менеджеры. Я сначала узнавал, как что работает, присматривался и выбирал около года, рассматривал альтернативные предложения и в итоге выбрал сублимационный принтер и каландр VELLES.

Сама компания «Велес» замечательна и много всего предоставляет. Они реально молодцы, и отношение к клиенту у них очень правильное. Если можно, то я просил бы, чтобы это прозвучало. Они мне очень сильно помогли.

— **Какая продукция из вашего многотысячного ассортимента, представленного на маркетплейсах, пользуется наибольшей популярностью?**

— Декоративные подушки, их у нас уже около четырёх тысяч разных. Это порядка 85 процентов оборота. Это основа, и нам есть ещё куда расти в разрезе своего ассортимента другого — это ткани, это подушки для сна и так далее.

Живописные полотна в домашнем исполнении тоже находят своих поклонников и способны украсить любой интерьер



— Кто всё это рисует? Где берёте сюжеты?

— Все эти сюжеты либо придумывает, либо находит моя замечательная супруга Ирина. Она — моторчик, который всё это двигает, а технически, соответственно, закрывает дизайнер. То, что мы лидеры, это заслуга в первую очередь её. То есть мои вопросы это технический и финансовый. Но это, как говорится, дело техники, а вот всё придумать таким образом, чтобы эти коллекции цепляли покупателя вновь и вновь!

— Вы также работаете для B2B. Можете привести несколько примеров?

— Мы отшивали, например, текстиль для изголовья кроватей для гостиничного комплекса в Суздале. Делали вуали для беседок кафе. Работали с очень крупной сетью, и мы для них отшивали эксклюзивные коллекции кухонных новогодних изделий, большие объёмы делали для отделочной фабрики «Красный Октябрь», которая входит в холдинг «Русский дом» из Ивановской области. В своё время мы сработали подарочные салфетки для компании — производителя бытовой техники Redman, сотрудничали с замечательной компанией DNS.

— Сколько уже у вас работает новый принтер от «Веллес»? Как он себя показал?

— С октября прошлого года. Претензий вообще нет, работает как часы. С каландром были недопонимания, были определённые отклонения, но потом выяснилось, что дело в температурном режиме, и с приходом компетентного сотрудника всё наладилось.

— Вышивки у вас пока нет, правильно?

— Нет, это отдельный бизнес, очень интересный, но это, по сути, отдельное направление, которое и запускать надо отдельно. Хотелось бы, конечно, потому что можно такие вещи делать шикарные. Я думаю, мы к этому обязательно придём, планы такие есть, но реализовывать это нужно будет, видимо, через расширение ассортимента в сторону лакшери.

— А сколько занимает в обороте продукция с печатью и откуда больше покупателей?

— Большая доля производимой продукции у нас, конечно, с печатью, наверное, процентов 80. А основные продажи, если посмотреть аналитику, это Москва — 75–78%.

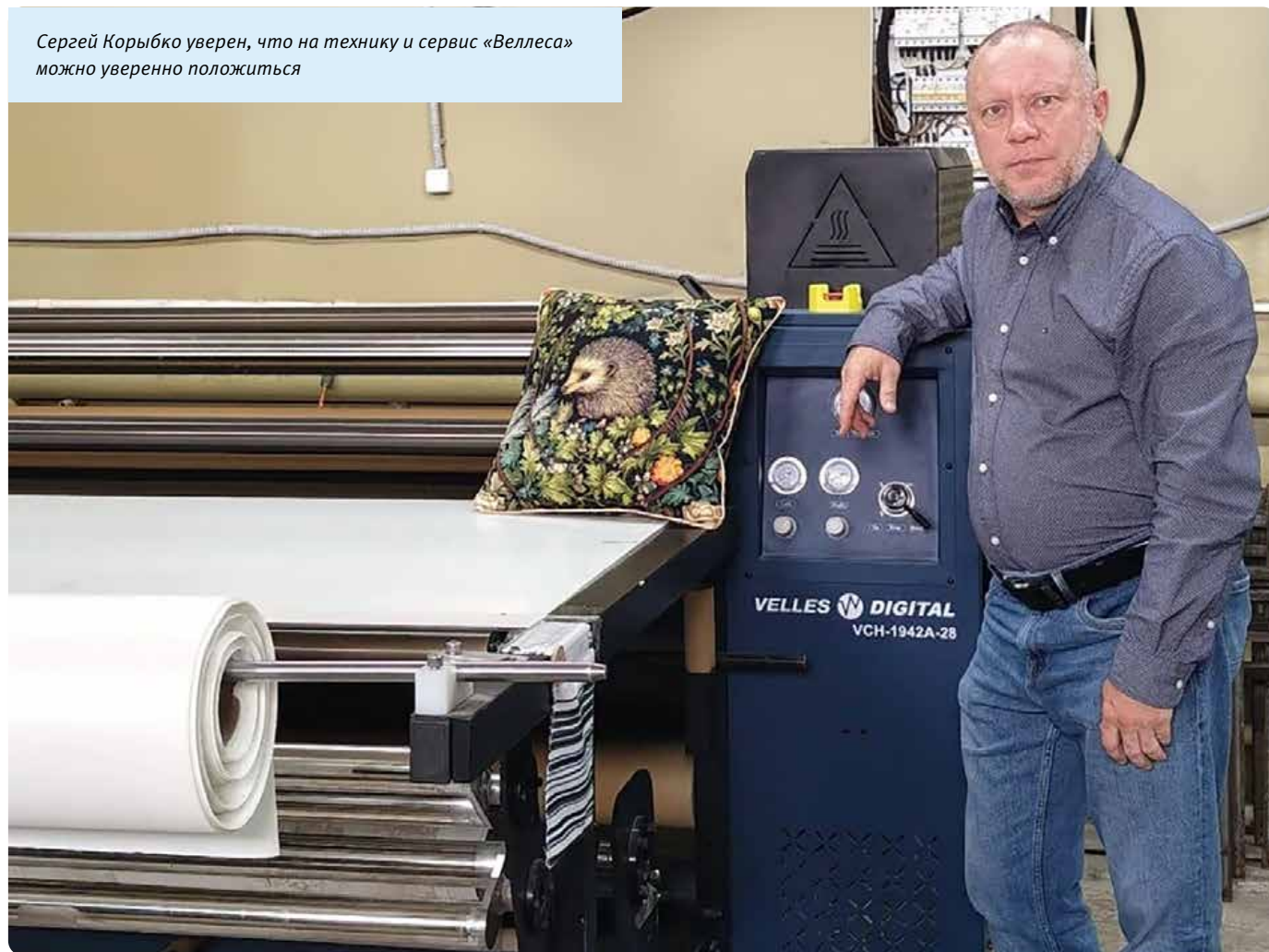
— Насколько оправдался ваш план перемещения, насколько вы выросли?

— Я бы оценил это в тысячу процентов, потому что это просто настолько большая разница в ведении бизнеса здесь и там (в том, что касается нашей товарной группы).

— Сергей, вы со временем всё больше углублялись в производство, и на сегодня оно составляет основу вашего бизнеса. Так?

— Да, мы относимся к перерабатывающей промышленности, у нас цех на 20 швейных машин и работает более 70 человек. Как говорил Форд, деньги — это не богатство, самым главным богатством является производство. И я полностью согласен с ним в этом, потому что производство — это ценно и интересно, хотя, конечно, и очень сложно.

Сергей Кобылко уверен, что на технику и сервис «Веллеса» можно уверенно положиться



Комментарий поставщика: Святослав Анциферов, VELLES DIGITAL

В рамках бренда VELLES DIGITAL мы с 2023 года поставляем сублимационные принтеры серии iStream и текстильные каландры серии VCH-A, фирменные сублимационные чернила и бумагу для печати, защитную бумагу для каландров, а также лазерные раскройщики с камерой GBOS GH1812AT-SCCD.

В складскую программу принтеров входят модели с двумя, четырьмя и восемью печатными головами Epson i3200 в конфигурациях CMYK, а также 8-головочный в расширенной цветовой гамме CMYK+RGBO. В шоуруме всегда представлены принтеры в работе, что позволило компании «Центр» принять финальное решение о покупке принтера VELLES iStream VDS-1904 после демонстрации. Это флагманская модификация 4-головочного принтера на ширину 1880 мм с усиленной системой подмотки, которая обеспечивает увеличенную скорость печати по сравнению с базовой моделью VDS-1904N. Подача и намотка бумаги осуществляется двумя мощными моторами, которые также управляют двумя независимыми валами натяжения (dancing bar), которые в отличие от классической конфигурации конкурентов по типу «качелей» позволяет с высокой точностью проводить намотку с равномерным натяжением. Скорость принтера VDS-1904 в два прохода до 170 м²/ч. Для достижения оптимальной скорости мы выбрали оптимальную конфигурацию чернил: CMY из серии SBL-HD, а чёрный цвет (K) из серии с высокой концентрацией пигмента из серии SBL-Pro, за счёт чего можно работать в один проход со скоростью до 340 м²/ч. Принтер работает на электронике HOSON и управляется фирменным RIP RIIN.

Спустя два месяца после запуска принтера на фабрике «Заберите» поняли, что текущий каландр не справляется с объёмами высокопроизводительного принтера, и уже в декабре 2025 года мы запустили для них новый текстильный каландр VELLES VCH-1942A-28. Основные параметры зашифрованы в названии: 1900 мм — ширина, 420 мм — диаметр масляного барабана, 28 кВт — потребляемая мощность, А-система автоматического выравнивания фетра на базе инфракрасных датчиков. Фетр повышенной плотности при запуске мы несколько дней прогреваем по специальному



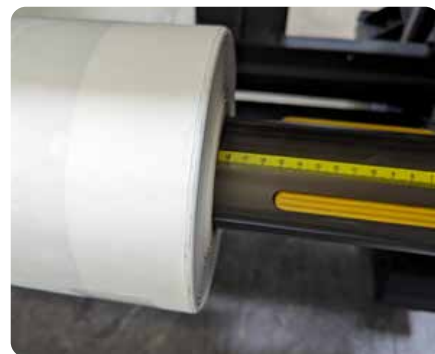
Два мощных мотора системы продвижения обеспечивают равномерную подачу

алгоритму, которому нас обучил завод, что позволяет ему работать долговечно и осуществлять перенос с высокой эффективностью. Мы гордимся тем, что перевели сенсорный пульт управления каландра на русский язык, сделав его



Независимые передний и задний вал, регулирующие натяжение, так называемый Dancing Bar

ещё проще и понятнее российским операторам. Медное коллекторное кольцо поддерживает точную температуру в маслонаполненном вале, а сабанк для масла позволяет легко доливать и менять масло. Каландр требует подачи воздуха, так как в нём реализовано пневматическое прижатие фетра и используются валы для ткани и бумаги с пневмофиксацией рулона. Для нужд рынка РФ мы поставляем каландры с диаметром барабана 200, 300, 420 и 610 мм.



Напечатанный рулон принтер наматывает с высокой точностью даже на высоких скоростях

Сергей и Ирина Корибки — опытные предприниматели и контролируют, чтобы персонал поддерживал хорошее техническое состояние оборудования и придерживался рекомендаций наших инженеров, поэтому за почти год работы машины работали стабильно и печатали постоянно, о чём говорит большой объём потребляемых чернил и бумаги. Сейчас на склад поступили лазерные станки GBOS для раскройки сублимации с камерой SCCD из рулона, и следующим шагом в развитии компании «Центр» может быть именно автоматизация раскройки.



От А до Б: исповеданный путь цифрового текстиля



Татьяна Зуева

Конфигурация рынка цифровой печати на текстиле в более или менее понятных чертах оформилась в России не так чтоб уж очень давно. Каких-нибудь пять-шесть лет назад брендрование по требованию казалось технологическим прорывом, во владельцах DTG-принтеров видели покорителей космоса, а слово «мерч» ещё не вошло в его нынешнюю кириллическую норму. Первую конференцию, созвучную своему названию, журнал «Цифровой текстиль» провёл в 2019-м, зафиксировав тем самым и точку отсчёта для будущих мероприятий и факт появления в стране нового специализированного СМИ. Тогда же раз и навсегда текстильная выставка ИНТЕРТКАНЬ, ныне общепромышленная, стала постоянным местом встречи гостей журнала с целевой аудиторией: профессионалы знающие объясняли профессионалам ищущим преимущества и коммерческие перспективы малопонятного на тот момент бизнеса. Спикеров слушали с интересом и неизменной верой в шелкотрафарет — потребовалось время, чтобы в сознании прежде всего представителей печатного сообщества утвердилась достойная альтернатива «аналоговым богам».

Следом за DTG пришёл и распахнул окно возможностей хорошо забытый термотрансфер, переродившийся под именем DTF. По мере насыщения производств оборудованием по цифровой отделке текстиля, начиная с простейшего print-on-demand для футболок, появилась мода на мерч. Единичные и капсульные предметы одежды органично вписались в фирменный стиль, заставляя компании выделять до четверти корпоративного бюджета на услуги по брендрованию.

Подготовить статистику таких заказов даже семь лет назад только в одном городе, не то что в масштабах страны, представлялось задачей трудновыполнимой, и тем более не удастся это сделать теперь, когда обороты в сегменте кратно выросли. Итоговые отчёты журнала «Цифровой текстиль», с которыми восемь лет подряд на конференциях, посвящённых дигитализации текстильной печати, выступает их постоянный модератор, сооснователь издания и глава комитета СОЮЗЛЕГПРОМа по цифровой печати и декорированию текстиля Михаил Шпилькин, представляют собой макроанализ быстрорастущей отрасли, позволяя оценить её в штуках (реализованной за год техники), литрах (израсходованных чернил) и метрах (запечатанной ткани).

В очередной раз собрав специалистов на ИНТЕРТКАНИ, эксперт поделился данными за 2025 год по трём основным направлениям, начав с приобретённых в России промышленных печатных принтеров рулонного типа. То есть таких, какие берут для ткани под массовый пошив. Больше одной машины продать не удалось, и та, по словам Михаила, уже была в эксплуатации. В «промо», отметил он, на фоне прежнего подъёма, когда продажи шли по нарастающей (шесть принтеров в 2020-м, девять — в 2021-м, десять — в 2022-м), сегодня движения практически нет. По типам чернил: 50% удерживает сублимация, близко к ним подобрались реактивные устройства, пигментных и кислотных — единицы. Среди ранее установленных моделей преобладают итальянские марки, новейшие (от 3 лет) — китайского производства, и не только в промышленном классе — везде.



Сто промышленных устройств начального уровня — хорошая для нашего рынка цифра. «Это показывает, что у нас есть много компаний, которые начинают свой бизнес или модернизируют его, чтобы повысить производительность», — говорит Михаил Шпилькин.

Самой модной технологией в стране уже пять лет остаётся DTF. Реактивный рост продаж оборудования для изготовления трансферов наблюдался в 2021–2023 годах, последние два года ярких всплесков нет, но есть прогнозируемая трёхзначная стабильность. «Пятьсот проданных принтеров в год — много, и по всем признакам эта тенденция сохранится».

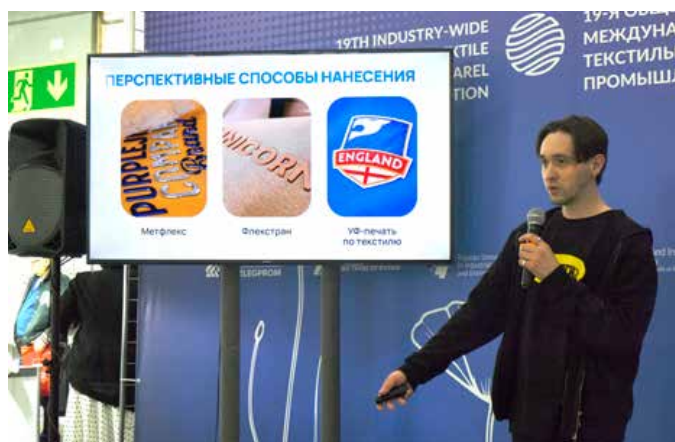
Большую часть продаж DTF-принтеров в РФ занимают устройства с шириной печати 30–45 и 60 см у наиболее производительных с четырьмя печатающими головками». Есть, впрочем, уже и экземпляры помощней: Михаил упомянул о появлении в предыдущем сезоне шестиголовочных моделей.

Неплохо продвигавшаяся в отсутствии конкурентов прямая печать по готовым изделиям (Direct-to-Garment) держала темп ровно до тех пор, пока не столкнулась с DTF. Падение продаж, случившееся в 2021 году, DTG-принтерам компенсировать не вышло, хотя в 2025-м прирост на 20% всё же был.

Почему DTG, несмотря на спад продаж (за год продано 30 принтеров), остаётся востребованной, как комментирует Михаил Шпилькин, объясняется преимуществом данной технологии перед DTF в отсутствии тактильного эффекта, «который многим в DTF не нравится», и сохраняющимися поставками в РФ японского оборудования. Правда, всемогущий Китай взял и этот бастион: «В прошлом году впервые в России китайских DTG-принтеров было продано больше, чем японских. Прямая печать по текстилю последней переключалась на поставщиков из КНР».

Цифровые принтеры и цифровые принты, ткань, фольга, запуски и сервис, идеи и проекты, кастомизация, коллаборации, тренды: каждая подобная конференция — это рынок в миниатюре, данный в опыте и ощущениях непосредственных творцов истории российского цифрового текстиля: «ТехноПринт» разглядел силу DTF в зародыше и комплексных решениях под ключ; проповедник «блестящего декора» на основе эталонной марки фольги (Kurz) — «Дубль В»; открытый для запросов на любую ткань из сотни актуальных позиций — «Интай текстиль»; разработчик и производитель культурного мерча, работающий с десятками российских музеев, включая крупнейшие — печатно-швейная фабрика и дизайн-бюро «Кунжут».





Один за другим постоянные партнёры журнала пообщались с залом, рассказав, как прогрессивный взгляд на текстильную печать помогает творчески мыслить и уверенно зарабатывать.

Алексей Зуй, руководитель проектов «ТехноПринт». О метфлексе и флекстране, шестиголовых принтерах, совмещении технологий и лучшей альтернативе UF-DTF

Прошлый 2025 год выдался интересным. Для нас в первую очередь тем, что мы завезли в Россию и провели первые запуски флагманских высокопроизводительных DTF-принтеров с шестью печатными головками. В ближайшее время должны подойти следующие 25 машин, за которыми уже выстроилась очередь. Большинство наших клиентов — и тех, кто работает с рекламными агентствами, и тех, кто сотрудничает с брендами, — переходят на формат работы под ключ и совмещают разное оборудование, например лазерную отделку с DTF.

Идут запросы на такие способы отделки ткани, как флекстран. Будучи не только поставщиками техники, но и располагая собственным производством, мы с середины прошлого года фиксируем рост заказов на рельефные трансферы. Новое решение доступно пока только в Китае, но вскоре его можно будет найти и у нас — метфлекс по созданию металлизированных объёмных принтов на любом текстиле. В России ничего подобного ещё не было.

Практика показала изысканности инновации UF-DTF в долговечности и качестве результата, но с коллегами и партнёрами мы нашли достойную альтернативу — UF-печать по текстилю на обычных термотрансферных плёнках софт-чернилами, позволяющими изображению не растрескиваться на изгибах. Получаются интересные, привлекательные вещи, которые можно использовать в производстве сувенирной продукции и в брендировании.

Радует расширение ассортимента печатных машин для DTF — от минимальных базовых с шириной печати 30–45 см до профессиональ-



ных моделей шириной 60 см. В последнем случае можно подобрать вариант под любые объёмы — от 120–200 до 400 метров запечатанной плёнки. Продаваемые нами и популярные в России DTF-принтеры Audley имеют сегодня около 12 конфигураций, в том числе для работы с фольгой. В дополнение к ним прилагаются режущие плоттеры, каттеры, рулонные триммеры, чтобы получить готовый для нанесения трансфер, сэкономив время на производстве.

Анастасия Гусева, руководитель направления «Фольга для текстиля и кожи» компании «Дубль В». О немеркнущем тренде на блеск, ценности «золота» и важности клея

В какой-то момент казалось, что мода на металлизированные эффекты пройдёт, однако время шло, а тренд оставался трендом и только расширял сферу своего применения в фешен-дизайне.

Сегодня «металлик» можно встретить везде — от коллекций ведущих мировых брендов до продукции массмаркета.

Мода в принципе выступает основным потребителем текстильной фольги: ею декорируют ткань и трикотаж, готовую одежду, обувь и аксессуары.

Используется фольга и как функциональный материал для придания изделиям специальных свойств. В пример можно привести куртки Columbia с удерживающей тепло фольгированной подкладкой.

Ассортимент текстильной фольги от Leonhard KURZ, который на рынке России и СНГ предлагает «Дубль В», очень широк. Это и металлизированные цветные линейки Luxor и Luffin, чёрная, белая, прозрачная фольга, переливающаяся — Chameleon и голографическая. Самым популярным цветом был, есть и будет золотой. Он всегда у нас есть в наличии, как и другие трендовые цвета: оливковый, бургунд, маджента, графит, никель, розовое золото. В палитре коллекции Urban, посвящённой вайбу большого города, можно найти медный оттенок и несколько розовых, бронзу и шоколад.

На фото ниже и на следующей странице российские поставщики и производства, которые успешно используют цифровую печать по ткани





Нанести фольгированный принт на текстильное изделие, ту же футболку, можно с помощью термопресса либо шелкотрафаретной формы, сквозь которую на ткань в нужном месте наносится специальный клей, а затем при температуре 120–160°C поверх клеевого рисунка припекается фольга.

Клей в этом процессе выступает важнейшим связующим звеном. Именно он образует основу принта, отвечает за стойкость при стирке, в зависимости от количества нанесённого клея меняется тактильность картинки. Хотите получить красивый, долговечный результат — выбирайте качественный клей.

Елена Строганова, руководитель направления «Маркировка» компании «Дубль В». О надёжности данных на текстильных риббонах, разности кодов и роли интегратора

Риббоны — это термотрансферная лента, используемая в термотрансферных принтерах для изготовления информативных элементов: разнообразных этикеток, вшивных ярлычков, любых видов маркировки, которая может понадобиться, чтобы торговать в рознице и на маркетплейсе.

Риббоны востребованы в логистике и упаковке. В маркировке речь может идти не только о QR-кодах, штрихкодах или кодах дата-матрикс, это может быть ценник или логотип.

В 2021 году текстильная промышленность вступила в проект «Честный знак», созданный, чтобы отделить истинных производителей от серого рынка и показать покупателю всю цепочку прохождения товара от производителя до прилавка.

Система «Честного знака» постоянно расширяется, в ней появляются новые товарные группы.

Если же говорить об обязательной маркировке товаров матричными кодами, с большим или меньшим объёмом переменных данных о составе продукции, происхождении, сроке годности, то риббоны позволяют нанести любую информацию на упаковку либо товар в виде кода или текста. Всё можно сделать при помощи риббона и этикетки.

Как системный интегратор в полиграфии и крупный поставщик расходных материалов с 33-летним опытом, группа компаний «Дубль В» работает со многими типографиями в Российской Федерации и за пределами страны.

Без ложной скромности скажу, что, уже очень давно занимаясь самоклейкой — основой традиционных этикеток, мы знаем об этом рынке всё и каждый месяц реализуем новые форматы самоклеящейся бумаги, отталкиваясь от требований клиентов.

Екатерина Бачинина, руководитель отдела продаж компании «Интай текстиль». О слагаемых серьёзного бизнеса, балансе цены и качества, тканевых хитах и кризисе для роста



Многие нас знают как поставщиков тканей Oxford и Dewspo. Действительно, десять лет назад мы начинали именно с них, но успели пройти большой путь, чтобы стать заметными игроками рынка благодаря отлаженной логистике, тщательному выбору партнёров, системе внутреннего контроля и сбалансированным ценам за гарантированное качество продукции.

Ткань, которая на протяжении пяти лет возглавляет у нас топ продаж, габардин — популярный материал для интерьерной печати, представленный в разных цветах.

Если раньше габардин относился скорее к разряду технических тканей, то сейчас из него шьют наволочки для подушек, изготавливают шторы и фотошторы, а окрашенный в белый цвет габардин помогает лучше проявиться цветам отпечатка.

Другая пользующаяся спросом ткань — Blackout. Она также используется при оформлении интерьера, в производстве промопродукции, отличается хорошей плотностью и износостойкостью.

Почётный представитель нашего ассортимента — Oxford, представлен сейчас в 30 вариантах, различаясь по цвету и плотности. Эта ткань практически универсальна.

Чехлы, шоперы, баннеры и многое другое — Oxford годится для любых проектов. К тому же у нас он не липнет.

Второе рождение переживает ложная сетка. В последние два года данный материал используют не только в спортивной одежде, но и для печати тематических принтов, которые можно встретить в продаже на маркетплейсах.

Наша ложная сетка делится на два вида — высокого качества и стандартную.

Ложную сетку можно совмещать с трикотажным полотном Nika, напоминающим сетку, но без крупных отверстий, наложив одно на другое.

Ткань Jersey опять же многие знают по спортивной одежде. Она мягкая, дышащая, многоцелевая. Мы привозим Jersey в плотности 200–230 г/м², есть в чёрном цвете и в белом — под сублимационную печать. То же касается сетки Jersey. Марку «Эльбрус» нам помогли выбирать спортсмены, оценившие её лёгкость.

Эта сетка плотностью 100–150 г/м² позиционируется как профессиональный материал. К категории спортивных тканей относятся биплекс от 190 до 320 г/м², цветной и под печать, интерлочный трикотаж.

Бумага для сублимации — дополнительное направление, которые мы начали развивать, учитывая потребности наших клиентов.

Обратная связь в бизнесе имеет большое значение, и мы придаём ей огромное значение, и хоть и непросто в тяжёлые времена оставаться успешным, но мы смотрим на эту ситуацию и с другой стороны: любой кризис — это всегда зона роста.



Российские производства, активно использующие цифровую печать, на выставке «Интертекн 2026»



Татьяна Федосеева, PR-менеджер «Кунжута». О реактивности моды, цифровых привычках и гибридизации — новом веянии в персонализации текстиля

Мы — фабрика печати на ткани со своей дизайн-студией и пошивом. У нас полный производственный цикл. Что это значит: вы приходите с идеей, которую наша команда без лишних нервов и головной боли реализует в готовый продукт — качественно изготовленный, упакованный и промаркированный. Как те, кто начинал с дизайна, мы его очень любим, поэтому всегда готовы помочь с визуальным решением, выявить философию бренда и передать её изделию. К тому же у нас есть большая база принтов. Главный принцип работы нашей компании — сделать всё быстро и классно, используя современные технологии.

Все мы живём в цифровом мире, в эпоху реактивного движения, под который моде тоже приходится подстраиваться. Классический фешен-цикл состоял из двух коллекций в год с промежуточными линейками, сейчас коллекции выходят постоянно. Мода превратилась в медиаресурс, в систему донесения посланий. Чтобы быть на одной волне с обществом, с потребителем, от модной индустрии требуется быстро реагировать. Многие из нас время от времени листают шорты, рилсы, смотрят клипы в социальных сетях, где рождаются новые тренды, эстетика, мемы, новые шутки. Всё это возможно очень оперативно воплотить в одежде, не дожидаясь, когда оно утратит актуальность. Цифровые принтеры позволяют это делать.

Сублимация — одно из ведущих наших направлений. С помощью этой технологии можно нанести на ткань любой принт оперативно и тиражно. Сублимационные принтеры не влияют на фактуру и свойства материала — просто переносят на него рисунок, который с большой вероятностью останется там навсегда. Стирка, глажка — вещи с таким принтом всё нипочём, носите вы её или храните в шкафу как память. Один нюанс: в составе ткани должно быть не менее 65% полиэстера. А вот DTF, которая тоже многим знакома, не имеет таких ограничений, здесь «работают» любые ткани. Но она не для массовых партий и принт в данном случае не встроен в основу, а находится

поверх неё, в связи с чем сохраняет тактильность. Своим заказчикам мы даём возможность протестировать разные способы текстильной печати, чтобы выбрать подходящий для конкретных задач.



Стремление подчеркнуть свою индивидуальность заложено в человеческой природе. И распространённым инструментом для этого выступает текстиль — одежда и аксессуары. Есть много способов кастомизации изделий, которые мы предлагаем, например: принтованные ленты из нейлона, сатина, полиэстера, силикона с корпоративным элементом и нужным тактильным эффектом. Или вот лазерная гравировка — прекрасный способ кастомизации. Здесь всё как в супергеройском кино: лазерным лучом на ткани выжигается уникальный дизайн. Его не смывать, не выстирать, разве что сжечь вместе с тканью. Гравировка всё равно что тату на теле, от которой уже не избавиться. Способов текстильного декора много. На вопрос «что выбрать?» мы отвечаем: «Не нужно ничего выбирать — нужно совмещать». И это, пожалуй, главный тренд наших дней. ■

«ХИМИЯ ОТНОШЕНИЙ» В ИНДУСТРИИ ТЕКСТИЛЬНОГО ДЕКОРА



Способность цифровых технологий материализовать нематериальное, оптимизируя время, силы и ресурсы, предопределило их проникновение практически во все сферы общественной жизни, где они, быстро развиваясь, закладывали основы новой культуры коммуникаций и создания благ.

В индустрии текстиля это позволило перенести на компьютер создание эскизов и лекал будущих изделий, дизайн рисунков ткани и автоматизировать процессы раскроя и декора цифровыми режущими плоттерами и струйными принтерами. За счёт отсутствия необходимости в подготовке образцов, поддержании склада готовой продукции, минимизации рисков брака и нереализованных остатков происходило структурное высвобождение средств и укоренялась модель производства «по запросу».

Татьяна Зуева

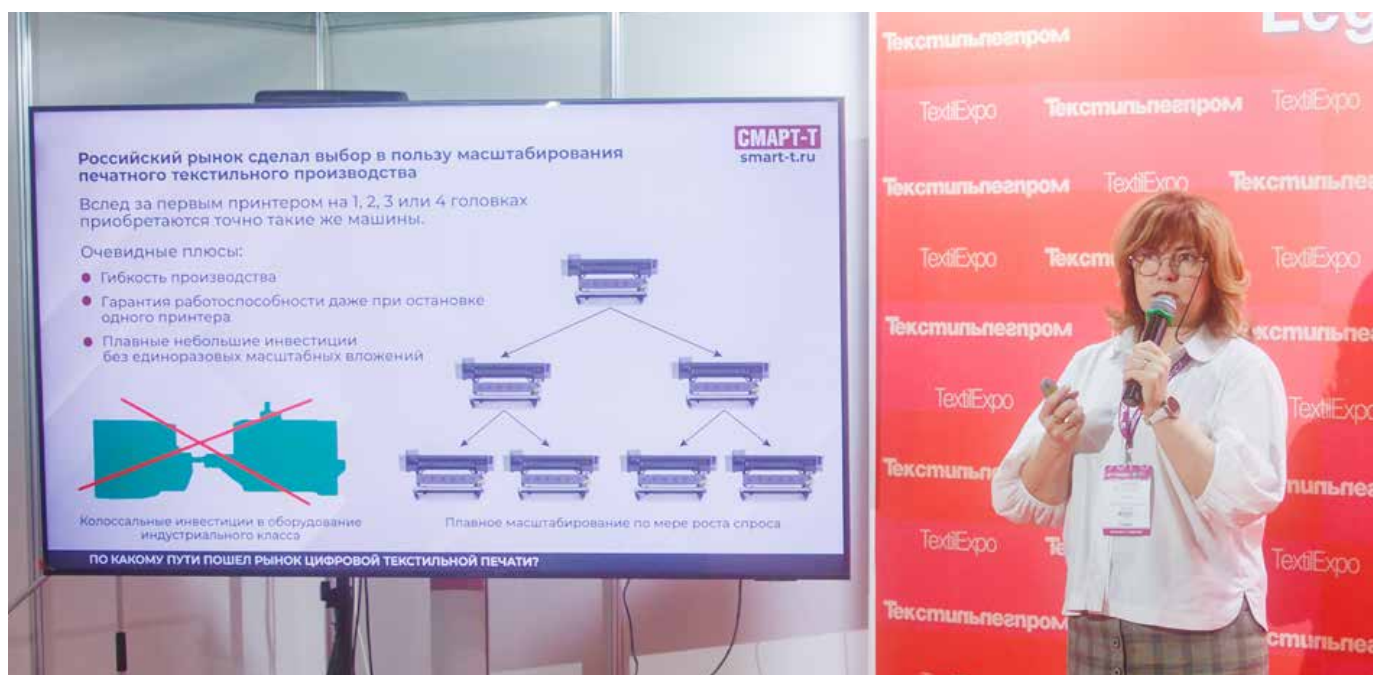
Приглашая к разговору о технологической трансформации в текстильной печати участников семинара на выставке «Текстильлегпром», как это бывает всякий раз, когда миссию модератора на себя берёт Михаил Шпилькин, основатель журналов «Цифровой текстиль» и «Легпром Ревю», председатель комитета СОЮЗЛЕГПРОМа по цифровой печати и декорированию текстиля нарисовал генеалогию эволюционного «побега» на древе большой отрасли, уходящей корнями в ксилографию и батик.

Основы шелкографии, долгое время господствовавшей в художественной отделке ткани, заложил около двух тысячелетий назад Китай, там же спустя века переродился, чтобы под именем DTF триумфально вернуться на рынок позабытый порядком термотрансфер.

Недорогая и простая технология «переводных картинок» быстро набрала обороты, составив серьёзную конкуренцию интеллигентному влиянию DTG — прямой печати по готовым

изделиям. Живёт по законам физики и не сдаётся, полвека облагораживая синтетику, рождённая для этого сублимация. Наконец, все вместе цифровые технологии потеснили аналоговые и продолжают завладевать текстильным рынком, драйвером которого стала персонализация. Камешек в ботинке прогресса — сохраняющийся при наличии сильных игроков недостаток печатных мощностей.

Михаил Шпилькин: «Потребность в персонализации изделий с каждым днём становится всё больше и больше. Всем интересны локальные производства, расположенные как можно ближе к местам продаж. Растёт запрос на малые партии изделий и массовый выпуск персонализированных продуктов. Мы можем печатать, декорировать текстиль, можем кроить и шить, используя цифровые технологии, но основная проблема сегодня в том, что везде очень мало современных цифровых производств».



Десять лет назад в краснодарском представительстве «Смарт-Т» продажи цифровых текстильных принтеров едва достигали 10%. Для туристического края это выглядело неестественно и, по воспоминаниям заместителя коммерческого директора компании Татьяны Беловой, занимавшейся тогда Южным федеральным округом, на 30% удалось выйти ценой системной агитации и пропаганды. Со своей стороны, масштабирование рынка подстегнул объективный процесс перестройки текстильного производства под новый промышленный уклад: делай меньше, делай быстрее, делай уникально. Владельцы сублимационных принтеров Mimaki, которыми на правах официального дистрибьютора торговала «Смарт-Т», обзаводились, по мере разворота поставщика на Восток, адекватными китайскими аналогами, приобретая от 3 до 6 машин. И радовались экономии средств на покупку техники и сервисное обслуживание, практически не тоскуя по Mimaki.

Татьяна Белова: «В прошлом году мы провели тринадцать инсталляций китайских принтеров Gongzheng для прямой печати по натуральным тканям, приступили к поставкам DTF-принтеров, которые прежде не возили, но по просьбам клиентов пересмотрели свою политику и уже установили 28 устройств с шириной печати 60 сантиметров, минуя стартовые 30-сантиметровые модели. В целом же у нас есть решения для любого бюджета от 2 миллионов рублей для начинающих и промышленные принтеры. Один такой сейчас проходит обкатку в нашем демозале: у него восемь печатающих головок, восемь цветов и скорость до 360 кв. м./час, продаж пока не было, но в своё время, я думаю, это станет событием».

Скованные одной целью в непротиворечивую систему ценностей, цифровые технологии для текстиля разделяются в себе. Печать красками дополняется или заменяется печатью фольгой, чему масса примеров в сегменте готовой одежды. Металлизированный принт от выборочного до total-look — приём «с бородой», от которого в модной индустрии уже давно отказались, не будь он так хорош в борьбе за потребителя. Анастасия Гусева, руководитель направления «Фольга для текстиля и кожи» ГК «Дубль В» — продавца полного ассортимента продуктов Leonhard KURZ, не устаёт напоминать о всеохватности тренда. Фольгированием не пренебрегают

ни люксовые бренды, ни массмаркет, повышая привлекательность повседневных, базовых вещей. У верхней одежды с фольгой, помимо эстетики, связана ещё и защитная функция: блестящий подклад, в отличие от обычного, намного лучше сохраняет тепло.

Анастасия Гусева: «Декорирование текстиля фольгой, несмотря на то что это не свежий тренд, остаётся востребованным в производстве тканей, одежды, домашнего текстиля. Нет, наверное, ни одного бренда в мире и на российской рынке, который бы не использовал фольгированный декор в своих коллекциях. Даже если речь идёт об обычных футболках».





Развившийся из первобытного способа шитья в отдельный вид декоративно-прикладного искусства, вышивка опережает печать исторически и вместе с тем на равных с ней сосуществует в современном текстильном декоре. Две трети пути с 1994 года группа компаний «Веллес» прошла как поставщик цифровой вышивальной техники, а последние десять лет — под номером один в России.

Оборудование от немецкой марки ZSK высоко котируется во всём мире, интегрируясь в любой формат производства — от небольших ателье до крупных фабрик. Кроме уникальных технологий, множества модификаций машин под различные задачи, в пользу ZSK, не разорвавшей из-за санкций отношения с Россией, говорит приверженность принципу «бизнес вне политики».

Дружественное отношение партнёра, поясняет руководитель направления Velles digital ГК «Веллес» Святослав Анциферов, позволяет сохранять официальные поставки и русскоязычный сервис, внедряя разработки ZSK не только в массовую и корпоративную среду, но и в инновационные направления.

Святослав Анциферов: «Передовой технологией, реализованной в машинах ZSK, является вышивка карбоновым волокном, когда углеродные нити укладываются на основу и образуют композитные объекты.

Сейчас этот метод активно применяется в автомобилестроении и аэрокосмической отрасли. Рисков никаких: при обнаружении ошибки в дизайне негодный результат удаляется и процесс запускают заново.

В Москве уже работают два предприятия закрытого типа, где такие вышивальные машины создают буквально всё — от цветочков на детской одежде до карбоновых дисков».

Оценить физику технологического цикла с точки зрения химии лучше всего помогает математика: свыше 5 тысяч тонн сертифицированных препаратов в год, более 200 авторских формул и 300 наименований продукции — научно-производственная фирма «Траверс» снабжает высокоэффективными реагентами 700 предприятий теплоэнергетики, бытовых услуг, пищевой, электронной, парфюмерно-косметической и лёгкой промышленности в России, СНГ и дальнем зарубежье.

Влияние науки на развитие текстильной печати у ведущего специалиста ГК «ЭКОС-1» ООО «НПФ «Траверс» Аллы Петраченко, как у практика, не вызывает сомнений. Именуемые общим термином «химия» текстильно-вспомогательные вещества, если их правильно подобрать и использовать, повышают качество и потребительские свойства материалов при дальнейшей обработке, в том числе на печатных машинах. В отдельно взятом процессе мягчения запечатанной основы, «скользящий гриф» (приятную тактильность) дают силиконизированные аппреты, за счёт которых ткань и готовые изделия будут «как шёлковые».

Алла Петраченко: «Когда мы говорим, что вещь новая, то имеем в виду скорее внешний вид. На самом же деле новизна определяется эксплуатационным потенциалом изделия, где многое зависит от обработки, — к примеру, чтобы краситель во время стирки или использования текстиля не мигрировал с поверхности материала, а сама ткань была мягкой, приятной телу. Наша фирма занимается производством сертифицированной химии для всех сегментов текстильной индустрии, обеспечивая контроль качества на каждом производственном этапе».

Культивируемая как многозадачный, стратегический курс на достижение Россией производственной и технологической независимости политика импортозамещения в строго отраслевом смысле имеет конкретных проводников. «Роспринтер» — случай особый для текстильной печати по той уже причине, что замахнулся, и не безуспешно, на собственное производство планшетных струйных принтеров. Предлагаемые модели в трёх разных конфигурациях созданы на основе 6-цветного Epson L1800, переоборудованного под DTG, заправляются пигментными чернилами и печатают сразу на готовых изделиях. Стоимость машин начального формата 315 x 485 мм, которые, по словам технического директора «Роспринтера» Дмитрия Хорунжия, идут нарасхват, 250 тысяч рублей, как у подержанной легковушки, топового смартфона или коммерческого стартапа — в зависимости от постановки задач.

Дмитрий Хорунжий: «Обе модели наших принтеров — 315 x 485 и 315 x 600 мм с удлинённым рабочим столом за 350 тысяч рублей, печатают на одежде из натуральных тканей либо из смесовых материалов с содержанием синтетического волокна не более 40%. Под конкретные заказы машины могут дооснащаться специальными опциями. Например, для одного из наших клиентов, которому нужно было нанести изображение на кеды, была разработана особая оснастка. Старшая модель в линейке также появилась по случаю: пришёл заказ на печать маек, но базовому устройству не хватало 12 мм. Кроме того, наличие двойного рабочего стола позволило повысить производительность: не дожидаясь окончания печати на одном изделии, в принтер можно было направлять следующее. Это экономит время, а значит и деньги».





Беседовал Михаил Шпилькин

АНДРЕЙ КОРОБ: В МОЕЙ ЖИЗНИ НАИВНОЕ ДЕТСКОЕ ХОББИ СТАЛО ПРОФЕССИЕЙ

С чего всё началось?

Всё началось ещё в школе. Я много рисовал и изучал каллиграфию. В то время многие увлекались музыкой, и я не был исключением — фанател от западных рок-групп. Именно их логотипы и обложки альбомов я с помощью туши и гуаши переносил на бумагу.

Настоящая магия началась примерно в седьмом классе. Тогда появилась возможность покупать базовые футболки и возникла идея с помощью трафарета и краски переносить на них изображения.

Я вырезал трафареты из обычного ватмана и, не имея профессиональных материалов, использовал то, что было под рукой, — коричневую масляную краску для пола. Добавлял в неё сиккатив, иначе краска очень долго сохла.

Первой удачной работой стала обложка дебютного альбома Nazareth. Фотография на ней сделана уже как трафарет, и её было легко перенести на бумагу. Это было невероятно круто! Сам процесс переноса изображения на ткань захватил меня целиком.

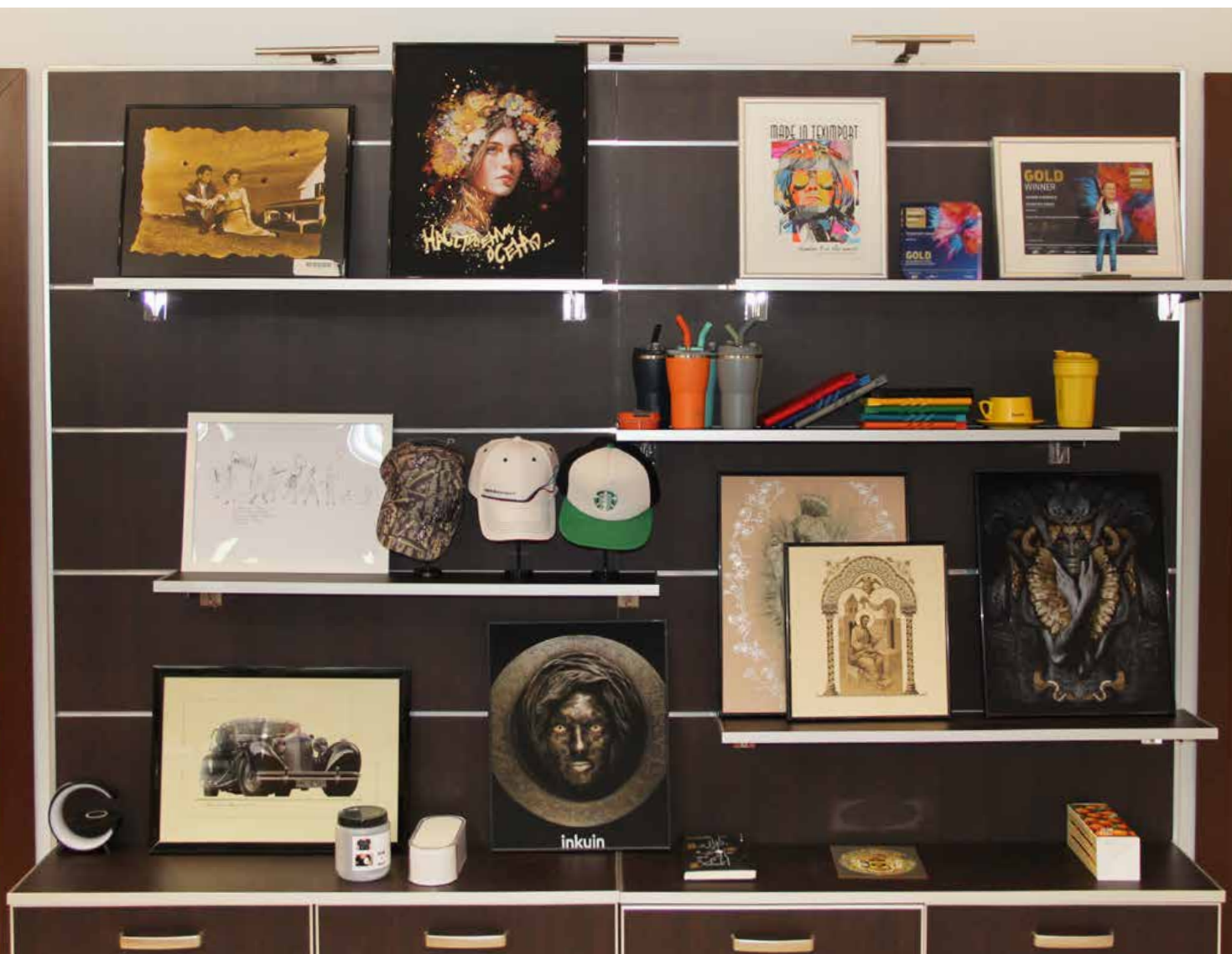
Окончил Московское художественное училище по специальности «художник-оформитель», а после армии, в 80-х годах, погрузился в изучение шелкографии с головой. Информацию приходилось собирать по крупицам на производствах, где использовалась трафаретная печать. Подрабатывал в вечернюю смену в рекламных комбинатах, чтобы научиться делать формы

и печатать, понять принцип и механическую часть печатных станков. Оборудование в то время было в основном ручным и самодельным, первые станки мы собирали сами.

Настоящим квестом было приобретение расходных материалов. Частным лицам в то время было невозможно официально купить краску и сетки. Был бартер, всё меняли на спирт и водку. Если краска для трафаретной печати Торжокского завода полиграфических красок уже была, то сетки были для использования в пищевой промышленности. Дефицитную финскую бумагу благодаря знакомым и бартеру мы нашли в издательстве «Внешторгиздат», там стояли полноформатные офсетные машины Planeta, которые выпускали экспортную рекламную продукцию высокого качества. У них оставались обрезки бумаги, скорлупа и лён, шикарная меловка разной плотности — 220, 240, 300 граммов, такой бумаги практически ни у кого тогда не было.

А студия «Рея»? Когда это название появилось и что обозначало?

Вначале 90-х приняли решение об официальном названии студии «Рея», для нас это был дух свободы и пиратства, а для официальных лиц — благозвучное имя матери Зевса или космического спутника. Символом студии стали нарисованные вручную пираты на фоне парусов в круге из якорной цепи, концепция творческой свободы.





Печать на ткани водными красками Inkuip, 3 клея, три фольги

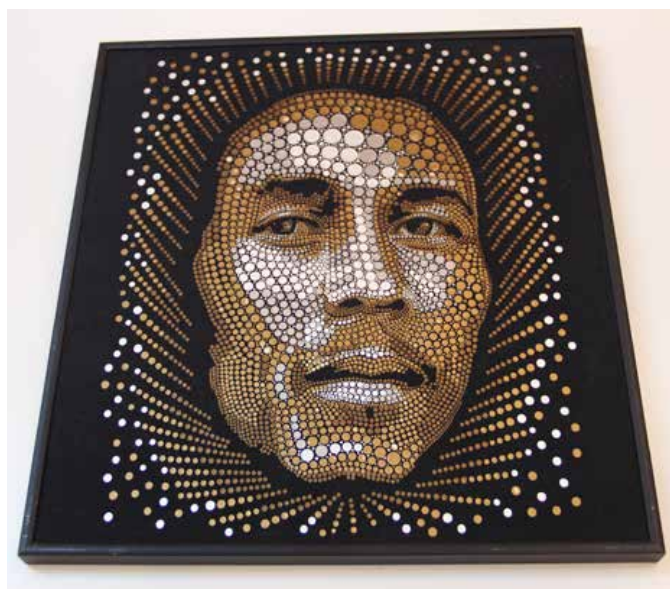
То есть первый шаг это был графический дизайн?

Да, мы начали свой путь исключительно с графики: визитные карточки, бланки, деловые папки, календари и рекламные плакаты. Используя алкидные эмали (рельефные краски) и сольвентные краски, получили первые спецэффекты на бумаге.

Быстро поняли, что потенциал трафаретной печати безграничен. Начали проводить тесты печати СМУК, это цветоделение, углы разворота и линиатуры растра. Освоили сериграфию (многоцветие), это копии картин художников и иконы, в каждой копии от 15 до 60 цветов. Это был не просто труд, это была настоящая страсть, которая приносила и успех, и огромное удовольствие.

Студия «Рея» стала первопроходцем, превратившись в производственно-творческую лабораторию. Мы одними из первых начали печатать сложные растровые СМУК-работы на ручных станках.

Да, было невероятно сложно: мешала статика, не хватало качественных расходных материалов, но эти работы привлекали серьёзных заказчиков, которые начали появляться на нашем рынке.



В это время компания «Интеркоммерц трафарет» во главе с Владимиром Латышевым, огромное ему спасибо, первой начала поставлять сольвентные краски и фотоэмульсию Sericol в Россию. Они начали возить ракеля и трафаретные сетки Sefar. И самое главное — провели несколько семинаров, приглашали европейских специалистов, которые рассказали, как правильно организовать весь формный и печатный процесс трафаретной печати.

На одном из этих семинаров появились алюминиевые рамы, которые выпускала фирма Hurtz. Они стоили совершенно безумные деньги, привозили их в размерах до А2-формата, но как раз они помогли нам сделать следующий шаг в развитии технологии печати, так как появилась первая возможность даже при помощи примитивных самодельных натяжных устройств добиваться уже довольно высокого качества печати и высокого качества воспроизведения полутонов.

Примерно в то же время в стране появились первые фото-наборные автоматы, компьютеры, и мы ушли от изготовления плёнок путём фотографирования бумажных оригиналов, нарисованных отдельно для каждого цвета, и начали осваивать издательские программы для рисования, деления и вывода плёнок.



Печать на бумаге алкидной краской сериграфия, 32 цвета



А когда стали печатать по текстилю?

Это был конец прошлого века. Но самое интересное — наше оборудование. Сначала мы работали на самодельной карусели из трубы и деревянных лучей. Печать в 1–2 цвета была нормой, а всё остальное было настоящим испытанием. Наш главный подвиг того времени — тираж в 5000 штук футболок для компании Duracell, которые в то время заходили на наш рынок. Мы выложились на все 100%, и это того стоило! На вырученные средства был куплен настоящий американский ручной станок «Феникс» 6 x 8 и тоннельная ИК-сушка, которые привёз Андрей Васильев. Для нас тогда это был просто космос!

Первое время мы вообще делали краску сами из герметика для затирки швов в панельных домах. Используя краскотёрочные машины и пигменты, которые мы нашли на территории брошенного завода полиграфических красок, создавали свои композиции.

Наше оборудование позволяло качественно печатать растровые изображения, мы много работали в музыкальной тематике с текстилем. Со временем студия стала не только выполнять коммерческие заказы для крупных брендов, но и обучать других мастеров. У нас появился один из первых в России крутых ручных станков M&R Chameleon, а самодельные краски сменились профессиональными, для печати стали использовать краски Sericol или Rutland, которые уже появились в продаже.

В студии можно было увидеть и изучить весь цикл — от подготовки изображения к печати, правильного натяжения сетки и нанесения эмульсии до готового эксклюзивного принта. Мы постоянно совершенствовали процесс, подбирая идеальные параметры для каждой краски.

Как вы перешли к международному сотрудничеству?

В 2005 году Артём Надирашвили предложил нам отправить наши работы на конкурс выставки Fespa. Мы поехали туда с прикладной шелкографией: сложные рисунки на бумаге, пластике, копии картин, печать на коже (куртки и обувь). Всё это делалось вручную, в единичных экземплярах. Мы получили 5 дипломов — 2 золотых, 2 серебряных, 1 бронзовый! Всего за время участия в европейском конкурсе Fespa мы получили 26 наград, 7 из них золотые.

Этот успех открыл нам двери к международным производителям красок. Первыми стали Viflex. В 2008 году мы начали работать с их партнёром в России — компанией «Дигл дизайн». Мы стали обучающей студией, почти каждый месяц проводили семинары, показывали наши эксклюзивные работы. Это был настоящий бум! К нам приезжало много людей, и мы были рады учить их новому в графике и текстиле.

Также мы сотрудничали с итальянской компанией Virus, выпускающей одни из лучших серий водных и вытравных красок. С владельцем компании Верре Quaglia мы были знакомы с 2005 года. По его приглашению мы посещали его производство и студию в Италии.

А что было следующим после триумфа на Fespa?

Дальше это была американская выставка SGIA. Впервые мы на ней показали свои работы в 2009 году и далее участвовали раз в два года, чтобы просто посмотреть, мы ещё в обойме или нет? Я к дипломам отношусь именно как подтверждению того, что ещё что-то могу сделать. Всего за время участия в конкурсе мы получили 52 диплома, 19 из них золотые. Последний раз мы там участвовали в 2019 году, потом бы ковид...

Расскажите о сотрудничестве с «Глорией джинс»?

Мы с ними сотрудничали на протяжении полутора лет. Я для них унифицировал систему подготовки цветоделения и помогал наладить серийную печать на производстве.



Печать на ткани вытравными красками Inkuin, 8 цветов, фольга, вышивка



Там был ряд нюансов в самом сырье, на котором приходилось печатать. Изделия привозили из различных стран мира — соответственно, разное качество материала, разные краски и так далее.

Получалась очень сложная технология перехода печати с одного материала на другой, но справлялись и выпускали примерно 100 тысяч изделий с печатью в смену, а производство работало круглые сутки.

Какой самый интересный проект был по сотрудничеству?

Самый интересный проект по сотрудничеству был с итальянской компанией Virus, мы им делали выставочные образцы для стенда и для обучающего цеха.

И второй — с турецкой компанией Inkuin, они выпускают трафаретные текстильные краски и продают их в настоящее время в России. В их ассортименте водные краски, пластизол и вытравные системы.

Довольно хорошая фирма, интересные по качеству спецэффекты. По моему мнению, они предлагают одни из лучших турецких материалов на нашем рынке.

Какие производства сейчас хорошо печатают в России?

На самом деле отлично печатающих компаний на данный момент очень мало. Умеет «Тексимпорт» очень хорошо печатать, однозначно Анатолий Шарманов из «Столичной мануфактуры» — он просто гений, человек, которого я уважаю, он как технолог и печатник это чума просто.

Из моих учеников это, конечно, компания «ЯМайка» Кирилла Роголёва, компания Игоря Обухова «Август», они из Иваново, и другие хорошие печатники были во всех регионах. Студия выпустила очень много талантов, но с 2022 года очень многие закрыли свои производства, многие сменили вид деятельности.

А из международных брендов кто лучшие работы по печати делает?

Честно говоря, сильно затруднюсь сказать, потому что я давно уже эти работы живьём не видел. Был американский Affliction, Liquid Blue, они были хедлайнерами в своё время.

Соответственно, была американская фабрика Absolut. Они больше музыкальным брендам делали мерч, но не только.

Там было около 40 автоматов, поэтому они печатают всё что угодно.

Опять американцы Melmarc. Они обеспечивают Harley-Davidson и всю мотоциклетную отрасль футболками.

Как вы пришли к тому, что сами умеете всё делать и учите всему?

В связи с тем что я студия, мне легче делать всё самому. Всё как обычно: существует голова, это движок и генератор идей, и профессиональные исполнители. На этом и была основана моя студия. Несмотря на то что я сам умею рисовать и печатать, у нас было разделение труда и командная работа: я как движок, два действующих дизайнера, матрицор, двое печатников — графический и текстильный.

А в технологиях DTF-печати разобрались?

Да, самое крутое — это постоянное развитие! Я не просто опираюсь на старые методы, но и активно осваиваю новые технологии. Взять, к примеру, DTF-печать. Это не волшебная таблетка, тут так же нужны тесты и знания. Я нашёл хорошую комбинацию плёнок, порошков и температур, чтобы печатать на белых вещах без белой подложки. Клей сыплется прямо на СМΥК-краски, и на выходе получается потрясающе мягкое и качественное изображение устойчивое к стирке.

Хочу передать привет нашим друзьям — компании «Техно-Принт». Спасибо за материалы, но давайте чаще привозить больше интересных расходников!

Вы заметили, что DTF-, DTG- и трафаретная печать сейчас на пике и рынок перенасыщен? Многие начинают демпинговать, борясь за клиента только ценой. Но как же оставаться на плаву и зарабатывать?

Секрет, о котором я твержу уже не один десяток лет, это премиум-сегмент! Качественные футболки, идеальная печать, дорогие спецэффекты. Такая работа стоит своих денег — от 3–4 тысяч рублей и выше. И поверьте, ценители такого качества нигде не исчезнут.

Для себя я выбираю творчество: делаю хорошие несерийные дизайны, печатаю эксклюзив. Что-то идёт на подарки, что-то на продажу. Да, это не массмаркет, но это то, что приносит удовольствие и поддерживает штаны.

А что в перспективе? Я абсолютно уверен, что шелкография получит второе дыхание. Да, есть проблема с кадрами, толковых технологов сейчас днём с огнём не найдёшь. Но наше поколение мастеров живо, и мы не планируем уходить в тень!

Я активно занимаюсь обучением, передаю опыт по трафаретной и DTF-печати, делаю образцы для производителей красок, развиваю свой бренд «Череп и кости». Так что не вешаем нос, жизнь продолжается, и мы ещё попечатаем! ■

Сергей Павлов о компании и о бизнесе. Московская фабрика шелкотрафаретной печати № 1



Беседовал Михаил Шпилькин

Расскажите про ваше многолетнее сотрудничество с Андреем Коробом.

Я думаю, что реально он у нас научился печатать по текстилю. Когда я с ним познакомился, а это было лет 30 назад, он уже был высокий профессионал, но печатал в основном на бумаге и пластике, а нам нужно было хорошо печатать на текстиле, и он это сделал на нашем производстве.

Андрей — это талант. Есть люди достаточно профессиональные, которые погружаются глубоко в проблемы, — таких людей достаточно много, и это хорошо, но я не знаю, кого сейчас назвать талантами в нашей сфере. Талант многогранный. Андрей совместил в себе многие вещи: он был успешным предпринимателем, художником, получал призы на крупнейших мировых выставках. По-настоящему талантливые люди очень редки, у них судьбы непростые, много чего бывает...

А выставку работ вы почему решили сделать?

Во-первых, в знак хороших отношений. Часть работ Андрея украшает наш офис и мой кабинет, и мы очень ценим его произведения.

Я вообще люблю искусство, работы Андрея мне интересны, это настоящее искусство, выставочные вещи. Мы их выставили у себя на объекте, и людям это нравится, они ходят, смотрят, спрашивают, что и как. А так как места не очень много, то

мы организовали ротацию экспозиции. Теперь хотим сделать выставку масштабнее, подбираем для неё уже не торговый центр, а выставочную галерею.

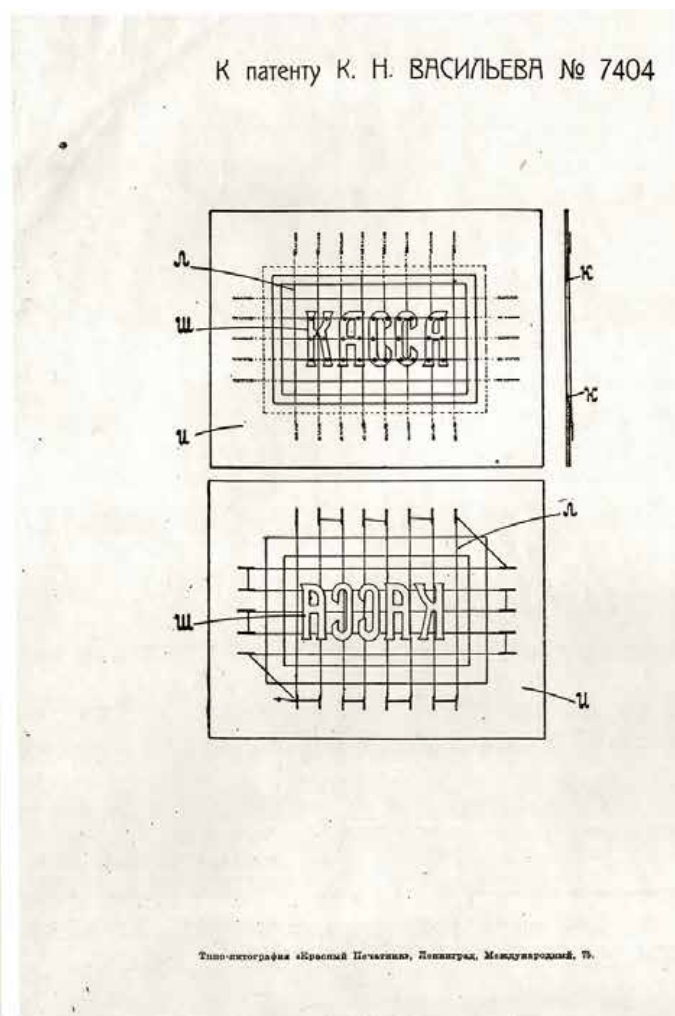
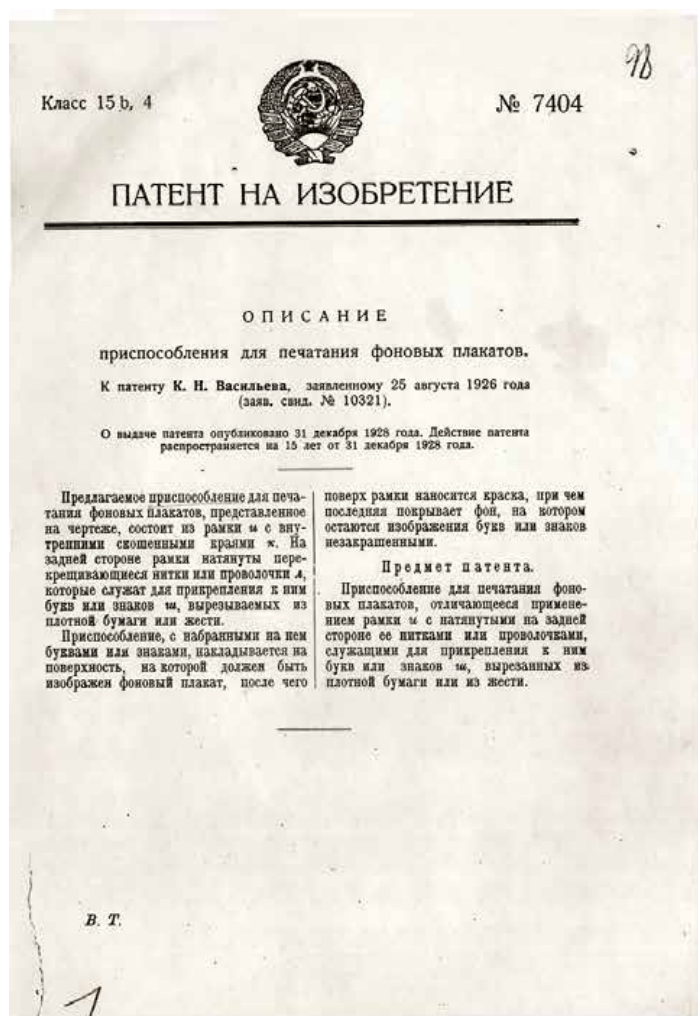
Главный момент — всё правильно оформить и организовать, нужно время и пусть небольшое, но финансирование. Мы работаем в этом направлении.

Ваша компания работает уже тридцать третий год. Спрошу прямо, вам ещё не надоело?

Как же не надоело! Очень надоело, но работа есть работа. Мы мужчины, мы работаем и должны обеспечить свою семью и близких. Если бизнес нравится, можно почти в ноль работать, это я про себя сейчас так могу сказать. То есть это вот моё детище, моя самореализация в производстве. Конечно, сложно от этого отказаться, даже при нолях — вроде уже не приносит ничего, но вроде работает. Чувствую свою ответственность перед коллективом, с которым мы вместе уже много лет.

А как идёт сейчас 2026 год по сравнению предыдущим?

Этот год, если смотреть периоды год к году, будет хуже. Если ты просто продолжаешь работать в такой ситуации, не инвестируешь дальше, а перестраиваешься, урезаешь расходы, то и оборот упадёт, и к этому нужно быть готовым. Сейчас идёт второй квартал года, он тяжелейший, и мы ещё только в начале туннеля, он ещё до конца года будет. Но мы движемся и надеемся увидеть свет!



Патент К. Н. Васильева, 1926. РНБ. СПб

Сетчатые трафареты и появление шелкографии

А.Б. Парыгин

В наше время шелкографическая печать (silk screen printing) получила значительное использование в текстильной промышленности. Вместе с тем как техника искусства, наравне с литографией, офортом и гравюрой на дереве, она находит широкое применение в практике художников как способ создания авторской печатной графики, обретая всё большее число приверженцев.

Шелкография — техника новая, привнесшая язык, адекватный пластике и актуальным задачам современного искусства, и именно в этом заключается главная причина её популярности у художников. Не менее важным моментом является то, что шелкография — первая, если так можно выразиться, глобальная техника и технология, которая за достаточно короткий промежуток времени распространилась в подавляющем большинстве стран, на всех континентах.

В отличие от других печатных техник в истории шелкографии отсутствуют точные, достоверно установленные свидетельства о раннем периоде её применения, вплоть до 1910–1920-х годов. Нет повода говорить про сложившееся общепринятое представление о месте и дате её изобретения и характере распространения по миру. Ясно только, что

в последней четверти XIX века сетчатые трафареты, как метод нанесения орнамента на материал, уже пробовали внедрять на некоторых текстильных фабриках Европы и США.

Не определён до конца вопрос о приоритете в изобретении собственно шелкографического метода, характеризующегося применением жёсткой рамы и натянутой на неё мелкоячеистой тканью с трафаретом, через который посредством ракеля производится печать.

Сколько бы наивно не выглядели сегодня иные новации прошлого, технический прогресс никогда не стоял на месте.

В начале 1890-х годов в США начали серийно выпускать аппарат под названием «трафаретный дубликатор» (stencil-duplicators), предназначенный для копирования текстов и использовавший принцип сетчатого трафарета. При этом первый патент на подобное устройство был получен ещё в 1887 году профессором математики Мичиганского университета Чарльзом Джонсом (Charles Nelson Jones), а зарождение процесса относится к началу 1870-х годов, когда эмигрировавший в Лондон молодой итальянец Эудженио де Зуккато (Eugenio de Zuccato, 1845–1905) в целях быстрого и простого размножения написанных от руки документов разработал способ печатания

при помощи шаблона на основе грубопористой бумаги. Свою копирующую технологию он называл «папирографом» (papuograph).

Принцип Зуккато заключался в написании текста едкими чернилами на листе вощёной волокнистой бумаги. Сделанный такими чернилами текст в местах соприкосновения протравливал слой бумаги насквозь, делая её проницаемой для краски. Таким образом лист превращался в трафарет, через который накапывавшаяся сверху жидкая краска просачивалась на запечатываемую поверхность, создавая копию оригинального текста или изображения.

Примерно в то же время подобными разработками занимался знаменитый американский инженер, изобретатель (автор более тысячи патентов) и предприниматель Томас Эдисон (Thomas Alva Edison, 1847–1931), продавший затем своё изобретение бизнесмену Альберту Дику (Albert Blake Dick, 1856–1934), который в свою очередь создал на его основе собственный технологический процесс, функционировавший с использованием вощёной бумаги. Событие это произошло в Чикаго в 1897 году. Изобретение получило название «мимеограф» (mimeograph) и стало самым длительно используемым из всех вышеперечисленных изобретений.

В России обозначенный метод, применявшийся до конца 1950-х годов, получил ограниченное распространение (вследствие малой тиражности) в полиграфии и был известен под названием «мимеография».

В качестве исходного материала для изготовления трафаретной формы при мимеографировании применяли специальную покрытую тонким слоем воска тряпичную бумагу «шелковку», хорошо пропускающую краску. При этом поставлялась шелковка, изготавливавшаяся на основе волокон тутового дерева, как правило, из Японии. Стандартного формата бумага вставлялась в пишущую машинку, на ней печатался текст. При печати металлические литеры пробивали восковой слой до шелковки, таким образом освобождённые от воска участки становились проницаемыми для жидкой краски. Затем производилась печать. В редких случаях мимеографией копировали и иллюстрационный материал. Для этого рисунок переносился на шелковку, а затем обводился вручную при помощи специального штифта, снабжённого на конце вращающимся шариком, который разрушал структуру воска, создавая трафарет для печати.

Оттиск же получали при прокатывании валика по бумаге, положенной на неподвижную трафаретную форму, которая помещалась на талере, на поверхность которого предварительно накапывался слой краски. Тиражеустойчивость техники

обычно не превышала 200 оттисков, по другим данным (баранские станки) — до 2000 копий. В самом конце XX века — в середине 1990-х годов, модернизированный принцип трафаретного дубликатора (stencil-duplicators) получил дальнейшее развитие в устройстве ризографа (risographie) — цифровой технологии, соединивший высокоскоростную печать (до 200 оттисков/мин.) с низкой себестоимостью тиража.

С конца 1870-х годов в США и несколько позже в Европе стали регистрировать патенты на изготовление шаблонов, закреплённых на проволоочной сетке. Авторы этих свидетельств, выданных большей частью в последнее десятилетие XIX века, делали попытку избавить трафарет от вынужденной неразрывности, цельности печатной матрицы за счёт введения соединительных проводков, фиксировавших части шаблона как одно целое.

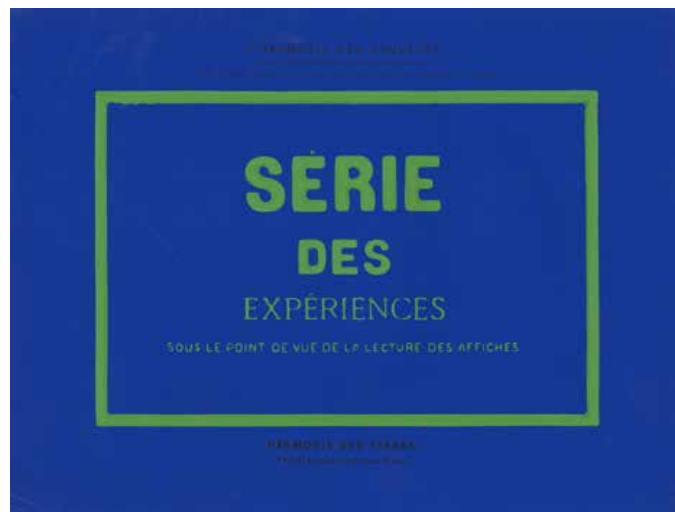
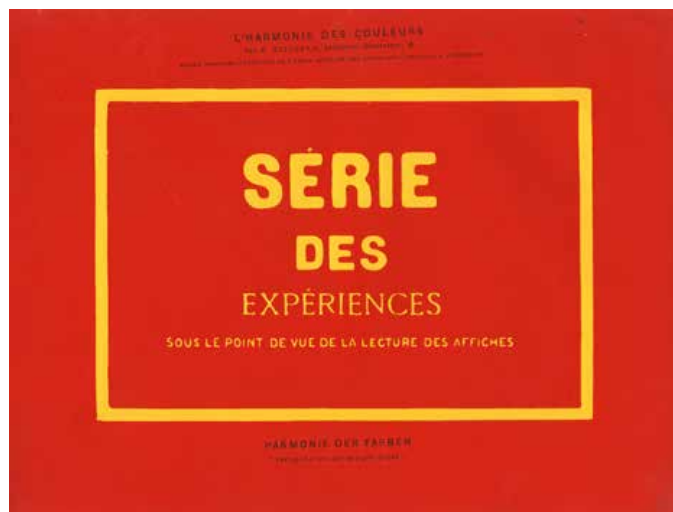
Например, подобную идею в своём патенте 1880 года, ориентированном на декорирование текстиля, разрабатывал американец Дэвид Рим (David Ream), а в 1884 году — Бенджамин Волкер (Benjamin Walker). Эти художники предлагали укреплять вырезанные части шаблона на проволоочной сетке, закреплённой на деревянной раме, обозначенным способом. Краска должна была переноситься непосредственно с печатной формы на набивную ткань.

В 1897 и 1899 годах патенты на использование мелкой металлической проволоочной сетки с трафаретами получили американцы Уильям Хенэй (William Henay) и Альберт Хаберстро (Albert Haberstroh), автор монографии «Art in Decoration» (1889). Предназначались они в первую очередь для поточного декорирования тканей.

Очевидно, что активность изобретателей была обусловлена определённой востребованностью подобных разработок со стороны фабрикантов текстиля. Однако сейчас сложно достоверно сказать, сколь значительное практическое применение имели эти разработки.

Несколько слов о России. В 1900–1930-е годы внимание к возможностям трафаретной печати было здесь весьма велико. По результатам работы с патентной документацией очевидно, что уже в середине 1920-х годов предпринимались попытки разработать отечественный вариант проникающей печати, причём в целях использования в оформительском деле, методы которого в начале прошлого века часто перенимались большим искусством.

Подтверждение тому, наиболее раннее из известных нам, — авторское свидетельство К. Васильева, которое было опубликовано в Ленинграде 31 декабря 1928 года с заявленным приоритетом от 25 августа 1926 года.



«Гармония цветов» Эдуарда Гишара. Серия экспериментов №73 и №74, 1882, 26 × 34 см, коллекция автора статьи

Предметом патента в данном случае являлось «Приспособление для печатания фоновых плакатов», в котором автор разрабатывает свой вариант печати при помощи трафарета, закреплённого проволоочной сеткой на подрамнике (Васильев К. Н. Приспособление для печатания фоновых плакатов. — А. с. СССР, кл. 156, 4/01, № 7404. заявл. 25.08.26. Опубликовано 31.12.28.).

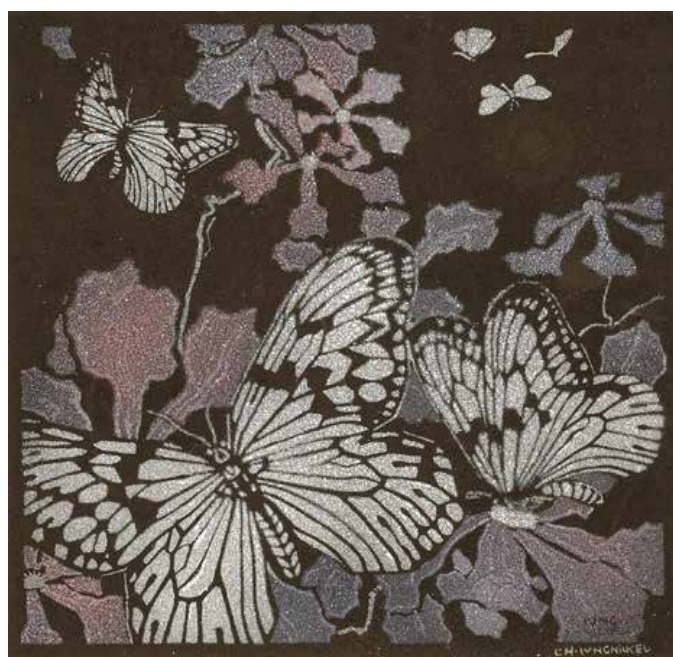
Позволю себе процитировать небольшой отрывок оригинального текста: «...Приспособление состоит из рамки, на задней стороне которой натянуты перекрещивающиеся нитки или проволоочки, которые служат для прикрепления к ним букв или знаков, вырезанных из плотной бумаги. Поверх рамки наносится краска, причём последняя покрывает фон, на котором остаются изображения».

Применялся ли данный способ для печати авторских произведений (допустим, малотиражных плакатов) или нет,

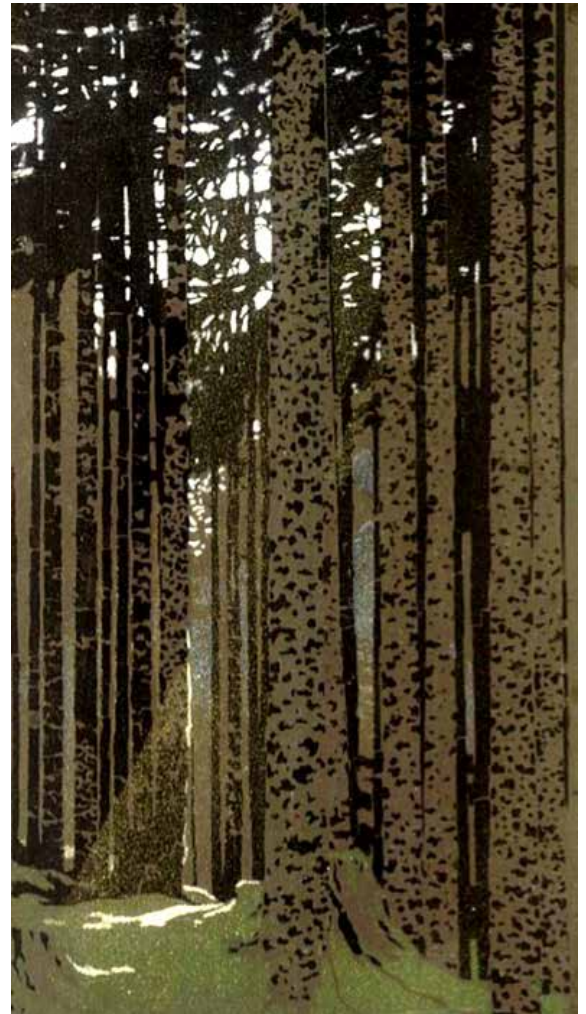
остаётся невыясненным, но практический эксперимент автора данной статьи по использованию метода Васильева для создания станковых графических листов дал положительный и весьма занятный результат.

Можно заметить, что все вышеперечисленные техники и методы тиражирования изображения так или иначе (с течением времени вал новаций только нарастал) оказали своё влияние на утверждение нового вида печати — шелкографии. Некоторые из этих процессов сгинули в прошлом, иные продолжают свою жизнь.

При этом в самом начале XX века проволоочные шаблоны довольно успешно освоили европейские художники-станковисты. Одним из пионеров, проводивших эксперименты с использованием сетки, должен быть назван австро-немецкий график Людвиг Юнгникель (Ludwig Heinrich Jungnickel, 1881–1965) —



Цветные трафаретные отпечатки работы Людвиг Юнгникеля (1881-1965) из собрания галереи «Альбертина» (Вена): «Игроки в теннис», 1903, 26 × 53 см; «Два тигра», 1903, 36,5 × 36 см; «Бабочки», 1907, 21,7 × 21,7 см



Цветные трафаретные отпечатки работы Людвиг Юнгникеля (1881-1965) из собрания галереи «Альбертина» (Вена): «Косари», 1903, 42,5 × 57,5 см; «Сад», 1903; «Лучи солнца в сосновом лесу», 1903, 57 × 31,4 см

мастер печатной графики и иллюстратор, получивший профессиональное образование в Венской академии изящных искусств и создавший множество работ в анималистическом жанре. Юнгникель много и методично занимался эстампом, а именно сухой иглой, литографией и цветной гравюрой на дереве. Около 1903 года он освоил своеобразную технику, которая, по его словам, являлась собственным изобретением.

Обращусь к статье «Цветные трафаретные рисунки Людвиг Юнгникеля», опубликованной в посвящённом изобразительному и декоративно-прикладному искусству модерна лондонском ежемесячном журнале того времени: часть процесса такая же, что и в любой трафаретной работе. В качестве пластин для трафарета используется картон, в котором острым ножом вырезается намеченное изображение. Следующий шаг: нужно подготовить бумагу, на которой появится целое изображение, и придать этому основанию желательный тон. Юнгникель делает это, впрыскивая краску выбранного цвета (в жидком состоянии) и использует для этой цели шприц, работающий через проволочное сито. Краска моментально попадает на бумагу; бумага при этом приобретает грубую зернистую фактуру, поскольку частицы всегда разнородны и имеют различную форму и размер, в значительной разновидности приятных эффектов. Когда тон основания полностью высох, наступает время следующего шага. И шприц снова выполняет свою работу, но всегда через проволочный экран с трафаретом. Частицы краски изменяются согласно последовательности используемого цвета и согласно расстоянию, на котором зафиксирован экран.

Дополнительные эффекты могут быть получены путём изменение размера шприца. Частицы, падающие на бумагу, становятся большими или маленькими в зависимости от того, используется короткий и толстый или длинный инструмент. Когда желательно, чтобы один тон смешался с другим, второе «покрытие» наносится прежде, чем первый слой окончательно просохнет, что заставляет частицы краски перемешиваться вместе.

В этой манере могут быть получены некоторые красивые мягкие тона. Для более лёгких и мягких тональных переходов цвет должен иметь большее количество последовательных переходов, чем для контрастных (A. S. L. The Coloring Stencil Drawings of Ludvig Jungnickel// The Studio; Vol. 41. № 171; June 15, 1907). Работы, которые делал Людвиг Юнгникель, как правило, значительного формата и довольно сложны композиционно: «Солнечные лучи в сосновом лесу», «Сад», «Косари», «Игроки в теннис», «Два тигра», «Петух и курицы», «Бабочки» и целый ряд других.

Существуют станковые листы, выполненные в подобных техниках в начале прошлого века и другими графиками. Например, трафаретные эстампы в стилистике secession Франц фон Зулофа (Franz von Zúlow, 1883–1963), жившего и работавшего тоже в Вене.

Франц фон Зулоф — изобретатель оригинальной техники печати, судя по сохранившимся листам, зрительно близкой японской катазоми, заметим, уже известной к этому времени в Германии и Австрии.



Статья «The Coloring Stencil Drawings of Ludvig Jungnickel» в журнале *The Studio*, 1907. Коллекция автора статьи

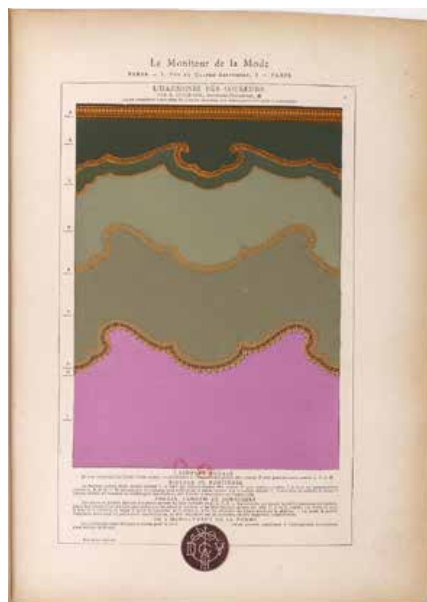
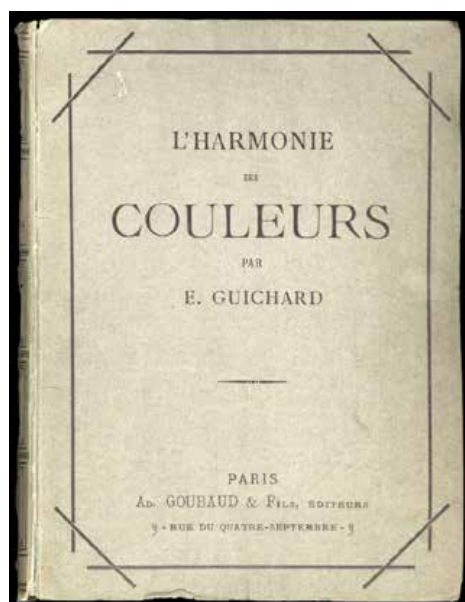
Печать, как правило, производилась художником в один рисующий цвет — чёрный (выглядевший наподобие витражной оплётки), затем отпечаток подцвечивался акварельными красками. Подобным образом были выполнены «Прогулка» (1906), «Бременские музыканты» (1906), довольно крупная композиция «На птичьем дворе» (ок. 1907, 126 × 90 см) и ряд других. Отдельное и одно из наиболее важных достижений фон Зулофа в области графического дизайна — «Ежемесячники». Ежемесячные журналы, которые художник изготавливал вручную с авторской раскраской водяными красками, выходили с 1909 по 1915 год. С 1912 года они издавались художником с использованием собственной трафаретной техники печати.

Но вернёмся к шелкографии. В 1907 году Сэмюэль Симон (Samuel Simon, 1870–1935), английский художник и дизайнер из Манчестера, получил британский патент «Усовершенствования трафаретов или [того], что их касается», заявленный 11 января 1907 года и выданный 11 июля 1907 года (London: British Patent Specification. «Improvements in or relating to stencils». № 756 A. D. 1907).

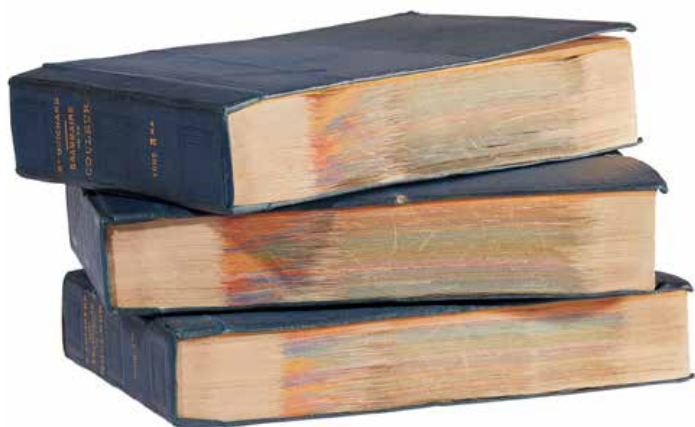
В тексте патента давалось краткое описание метода изготовления печатной трафаретной формы. Указывалось, что «экран» создан посредством натягивания шифона или иного подобного материала на картонную или иную раму и закреплён клеем, чтобы ткань была плотно натянута. Экран можно сделать любой формы и размера, но достаточным для того, чтобы пе-

рекрыть предназначенный для воспроизведения эскиз. Рамка с материей помещается поверх образца. Затем изображение по контуру переносится на ткань тонкой кистью. Используется жидкий клей. После этого все места, непредназначенные для печати, также заполняются клеем и просушиваются. Ткань остаётся проницаемой только в местах с изображением. Тогда печатная форма готова к использованию. Она помещается на ткань или бумагу (любой другой материал), на который надо нанести изображение. Рамку плотно прижимают к запечатываемой поверхности и мягкой трафаретной кистью через открытые ячейки ткани продавливают на неё краску. Можно пользоваться масляными, водорастворимыми или химическими красками. В случае необходимости получения цветных изображений для каждого цвета изготавливают отдельную форму и печатают поочередно. Экран легко очищается и может использоваться повторно.

Неизвестно, имел ли патент Симона сколько-нибудь заметное востребование. К тому же фигурирующее в подзаголовке слово «усовершенствование» наводит на мысль о возможных предшественниках. И это так. Например, француз Жан Раймон (Jehan Raymond, 1849–1930) подавал запрос на британский патент «Improvements in and relating to stencils» (№ 29, 108. 1906), который шёл существенно дальше заявки Симона, за месяц до него (заявлен 20.12.1906, выдан 15.08.1907; во Франции документ был зарегистрирован ещё раньше — 03.02.1906).



«Гармония цветов» (*L'harmonie des couleurs*), Эдуард Гушар, изд. Ad. Goubaud et, 1880, из собрания The Getty Center Library



Эдуард Гишар был основателем Центрального союза изящных искусств в промышленности. В 1882 году он выпустил в редакции Н. Сягнон цветовой справочник *La grammaire de la couleur*, отпечатанный форматом октаво (26 × 34 см) в трёх томах печатником Клодом Моттеро (Claude Motteroz) в типографии *Maison Jouanny*. Трёхтомник содержал 765 образцов, демонстрирующих оттенки, полученные смешением чистых цветов. Пояснительный текст был на трёх языках (французском, немецком и английском) и содержал пропорции смешения базовых пигментов для составления цветовых оттенков



Для своего времени Раймон был довольно заметным художником стиля модерн, текстильным дизайнером, работавшим с кожей, и изобретателем различных технических новшеств для декорирования материалов. Около 1900 года он открыл в Париже собственную «Академию декоративных искусств», ориентированную на обучение рисованию и прикладным ремёслам женщин.

В своей патентной заявке на двух листах он подробно описывал изготовление фотошаблона. Также при описании ткани и рамок Раймон давал более конкретные сведения, чем Симон. Любопытно и то, что заголовки обоих патентов являются почти одинаковыми.

Патент француза описывал изготовление шаблона на шёлковой ткани, хлопке или газе, которые крепились на деревянную или металлическую раму. При этом Жан Раймон обозначал свою технику именно как *silk screen*, что, судя по всему, является одним из первых употреблений вышеназванного термина.

Впрочем, ещё раньше были получены патенты на трафаретные печатные устройства, предназначавшиеся для создания надписей или декорирования текстиля, в которых использовались тонкие ткани типа газа. В 1879 году применить ткань для скрепления трафаретов предлагал англичанин Джозеф Сакс (Joseph Julius Sachs, 1849–1934).

Бельгиец Франсуа Шреурс (Francois Schreurs) в своём немецком патенте 1893 года разрабатывал способ декорирования текстиля с помощью пресса, печатающего через трафарет на сетчатой ткани, зафиксированной на раме.

Иммигрировавший в США француз Антуан Верисель (Antoine Alma Marie Vericel, 1873–1960) в 1902 году описывал станок «Способ украшения тканей» (Means for decorating fabric) для печати на текстиле и предметах домашнего обихода, в котором бумажный шаблон должен крепиться на шёлковой

ткани. В его патенте впервые отображено применение раке-ля. В 1903 году подавал заявку на патент США текстильный дизайнер Хайрем Дикс (Hiram Joseph Deeks, 1880–1952). В его случае трафаретом служил натянутый на жёсткую раму и пропитанный воском шёлковый газ.

Во Франции для печати на бумаге, параллельно с традиционным пошуаром (трафаретом), подобные техники локально применяли с последней четверти XIX века. В качестве подтверждения данного тезиса можно привести редкий, известный сейчас в единичных сохранившихся экземплярах, фолиант «Гармония цветов» (*L'harmonie des couleurs*) авторства художника-декоратора Эдуарда Гишара (Édouard Guichard, 1815–1889). Монография Гишара, впервые опубликованная парижским издательством Ad. Goubaud et fils в 1880 году крайне небольшим тиражом, впоследствии была переиздана на немецком языке (Франкфурт, 1882), но столь же ограниченным тиражом.

Богато иллюстрированный том формата фолио (в данном случае около 35 × 50 см — *Прим. ред*) включает в себя 160 листов примеров декора и цветowych таблиц, отпечатанных способом хромофотографии и частично окрашенных по методу пошуар, технике близкой современной шелкотрафаретной печати. Это была не просто книга для чтения, а практический справочник с цветовыми композициями, и образцами и рецептами получения цветов, предназначенный для декораторов, текстильщиков и художников. В последней четверти XIX — начале XX века интерес к потенциальным возможностям и характеру применения сеточной печати, как и внимание к разработке её разносторонних технико-технологических аспектов, занимал умы самых разных людей в весьма удалённых друг от друга точках земного шара.

«Как бы ни развивались технологии, всё равно нужен будет человек»

Александр Пешков о востребованности дизайнеров в российском легпроме и цифровых технологиях в обучении и производстве

Текст подготовила
Анна Семенова,
фото предоставлено
А. Пешковым





А. Пешков. «Ярмарка». Картон, акрил

Профессия дизайнера в текстильной и лёгкой промышленности требует особых навыков. С одной стороны, дизайн — это искусство, где основополагающим является видение художника-творца. Но с другой — этот творец работает в рамках производства, зачастую массового, и поэтому его вдохновение всегда ограничено жёсткими рамками технологических возможностей.

Научить соблюдению баланса между полётом вдохновения и требованиями производства — одна из задач, которая стоит перед преподавателями кафедры дизайна костюма и текстиля Ивановского политехнического университета. Судя по тому, что уже четыре десятка лет выпускники этой кафедры работают по специальности в самых разных городах и странах, качество образования и полученные выпускниками навыки более чем устраивают работодателей.

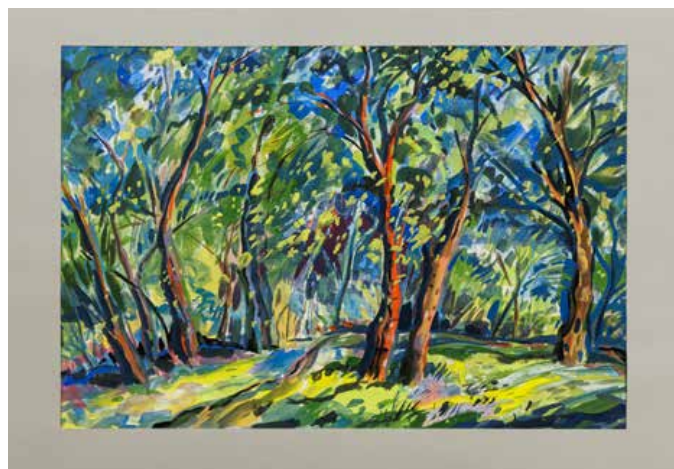
Чему же, кроме классических художественных дисциплин, учат дизайнеров тканей и модельеров в Ивановском политехе и как сказывается на учебном процессе активное внедрение в производство и жизнь новых технологий? Об этом наш разговор с преподавателем кафедры дизайна костюма и текстиля Ивановского политеха Александром Пешковым.

— Александр Алексеевич, политехнический университет выпускает специалистов для работы на производстве. Насколько это накладывает отпечаток на преподавание базовых художественных дисциплин — рисунка и живописи?

— На первом и в начале второго года обучения мы учим студентов классическому рисунку и живописи. А затем преподаватели кафедры делают больший акцент на декоративность. Рисунок может быть более плоскостной, не требуется передавать объём или можно передавать его условно.

Такой подход позволяет лучше понять, как работает композиция, как работают цветовые пятна. Декоративность вообще помогает обобщать: мы не уходим в какие-то мелочи, а смотрим на общие моменты. Это как в монументальной живописи, когда уже издали тебя захватывает цветовое пятно, взгляд цепляет сочетание цветов, линия, пластика, ритм. Для того чтобы создать такую композицию, нужен навык художественного обобщения на более высоком уровне, нужно понимать, как работают условные решения и какое впечатление они вызовут у зрителя. По такому же принципу работает и рисунок на ткани, и одежда в целом — цветовые пятна, ритм, силуэт.

Развитию нужных навыков помогает такой предмет, как архитектура (её в Ивановском политехе также преподаёт Александр Пешков. — Прим. автора). Студенты изучают базовые принципы формирования художественно-образных предметных структур из такого простого и привычного материала, как бумага. Архитектура помогает буквально собственными руками создавать пространственные структуры, разные фактуры, трансформировать конструкции, на собственном опыте понять, чем отличается работа с плоскостью и с объёмом.



А. Пешков. «Красные деревья». Бумага, гуашь

— Это нужно будущим модельерам?

— Это нужно и тем, кто будет создавать ткань. Если вы посмотрите на применение тканей в дизайне интерьеров, то будет очевидно, что здесь очень важна работа с объёмными формами.

Наши студенты идут от простых форм к сложным, изучают возможности трансформации форм и особенности композиции. Но тут есть ещё один момент: важна идея, которую автор вкладывает в работу. Бывает, что ребята спрашивают: а так можно? Я всегда говорю: можно всё что угодно. Главное, чтобы было красиво, интересно и чтобы ты понимал, какой смысл сюда вложен.

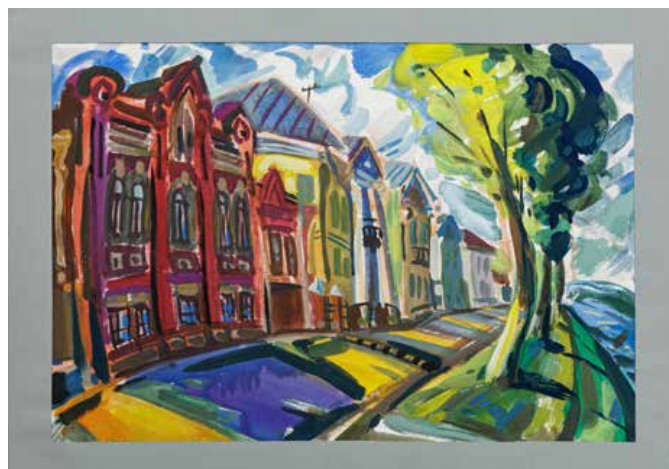
— Есть ли какое-то отличие в подготовке художника по тканям и модельера-дизайнера?

— В смысле композиции да, но в целом мы стараемся давать обучающимся и той и другой специальности одни и те же знания и навыки. Я уверен, что и художник по тканям, и модельер должны работать в тесной связке, чтобы художник по тканям понимал, как модельер будет работать с его тканью, а модельер понимал, какие возможности художник заложил в свою ткань.

У нас нечасто, но бывают такие студенты, которые учатся на моделировании, а при защите диплома делают коллекцию тканей, а уже из неё — коллекцию одежды. Так защищалась Варвара Васильева, сейчас она известный художник-модельер. В её дипломной коллекции было около 20 моделей, и для каждой она сделала свои кройки.



А. Пешков. «Плесь. Вид с Соборной горы». Бумага, гуашь



А. Пешков. «Плесь. Дома на набережной». Бумага, гуашь

— Многие ли выпускники кафедры дизайна трудоустроиваются по специальности?

— Очень многие — по специальности. Эти профессии востребованы сегодня. Кроме того, мы поддерживаем тесные связи с нашими предприятиями-партнёрами: «Шуйскими ситцами», группой компаний «ТДЛ», группой компаний «Норд-текс» и многими другими. Это даёт возможность предприятиям подбирать для себя квалифицированных специалистов, а студентам — знакомиться с тем, как организовано реальное производство. У нас в вузе есть лаборатории, созданные с помощью предприятий, наши студенты участвуют в конкурсах, которые организуют некоторые предприятия. Наш преподаватель и дизайнер Ксения Новикова-Демьяненко постоянно участвует в проектах крупных производственных компаний и привлекает студентов к этой работе. Были случаи, когда представители производителей текстиля приходили на просмотры, которые проходят в конце каждого семестра, и прямо там закупали кройки, созданные ребятами, или приглашали кого-то к сотрудничеству.

Немало наших выпускников работают и в смежных сферах. Например, занимаются текстилем в дизайне интерьеров.

— Поощряете ли вы применение цифровых технологий во время обучения? Или предпочитаете, чтобы студенты всё делали, что называется, собственными руками?

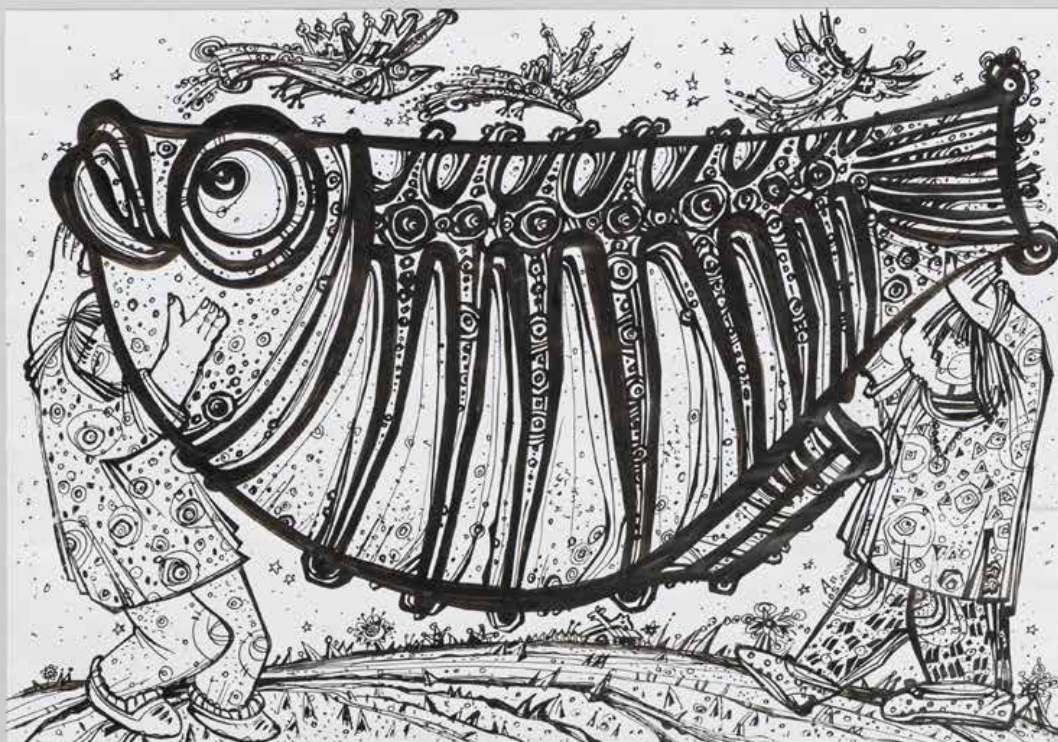
— Сегодня невозможно обойтись без цифровых технологий. И они существенно упрощают жизнь, экономят время и силы. Когда мы были студентами, мы повторяли делали вручную.



А. Пешков. «Плесь. Церковь св. Варвары». Бумага, гуашь



А. Пешков. «Коты на верёвке». Бумага, тушь



А. Пешков. Из серии «Рыбы». Бумага, тушь



А. Пешков. Из серии «Ёлки». Аппликация



Зачем эта механическая работа? С кальками, со всем остальным... Сегодня студенты могут делать это гораздо быстрее, могут попробовать сделать тот же рисунок в разных вариантах: изменить колористику, масштабность, фактуру. Это даёт возможность сделать ткани-компаньоны, например.

Когда студенты готовят работы на просмотр, мы всегда говорим им: делайте варианты кроков в разном формате, в разной технике, разные по колориту, с разными графическими и художественными приёмами. И ваш просмотр из 8–9 работ по одному предмету, из нескольких работ по другому предмету превратятся за полгода в целую выставку.

Другой вопрос, что технологии не заменят базовые навыки в рисунке и живописи, знание композиции и цветоведения, истории искусства. Технологии — это инструмент, которым нужно уметь пользоваться, этот инструмент просто освобождает от монотонной работы и оставляет больше времени для творчества.

— То, что в последнее время на многих предприятиях внедряется цифровая печать, усложняет жизнь ваших выпускников? Или наоборот?

— Думаю, что мнения могут быть разными. Но, например, когда наши студенты делают диплом, им надо срочно напечатать ткань. Раньше такое себе могли позволить только те, кто уже во время учёбы работал на производстве, и то не всегда. Например, когда я учился, мой друг и однокурсник Сергей Здухов работал на Яковлевском льнокомбинате, делал кроки для этого предприятия. И когда ему на диплом выпустили одну-две ткани, это было великое счастье.

Сейчас любой студент может по своим крокам напечатать ткань, посмотреть масштаб, проверить, подкорректировать, если надо.

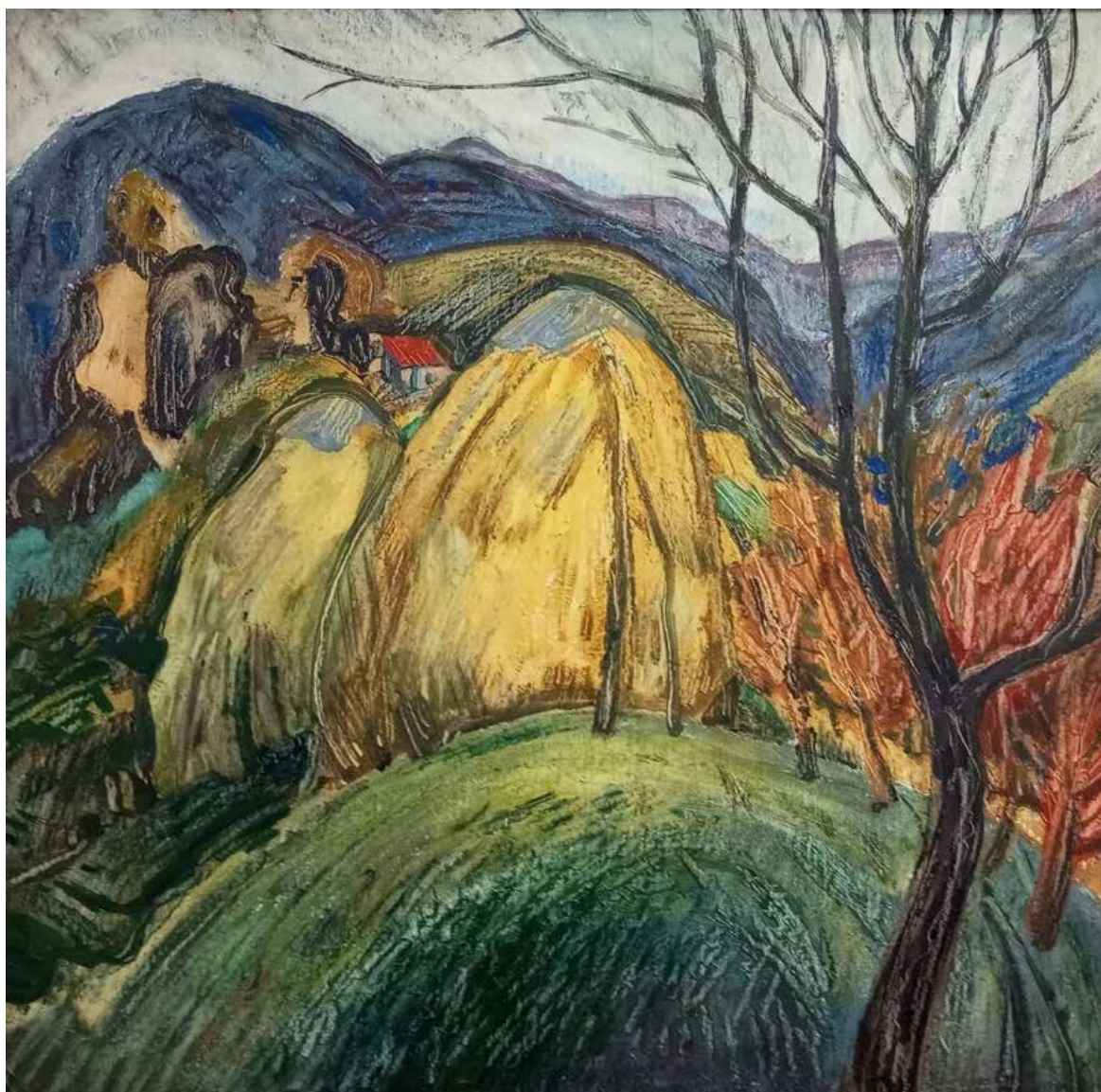
И это очень здорово, это позволяет увидеть свою работу в материале или создать коллекцию именно из тех тканей, которые тебе нужны, а не из тех, которые удалось купить.

С другой стороны, если ты работаешь на производстве и от тебя требуют огромное количество кроков (поскольку ткани выпускают небольшими партиями), то кто-то из дизайнеров может не радоваться такому внедрению новых технологий.

Думаю, что это просто вопрос поиска производства, работа на котором даёт возможность конкретному дизайнеру раскрыть свой потенциал.



Работы студентов Ивановского политеха по архитектонике



А. Пешков. Из серии «Сербский дневник». Картон, масло

Скажем, наша выпускница Надежда Гречина сейчас работает в Италии в городе Комо в компании Mantero Seta, где она руководит фабрикой по производству жаккардовых шелковых тканей.

Это эксклюзивное производство, интересные фактуры, небольшие партии. Там очень много инноваций, творчества, простор для экспериментов. А кому-то, наоборот, хочется работать на массовом производстве, делать рисунки, которые украшали бы повседневность тысяч людей.

— А как вы относитесь к утверждениям, что тех же художников по тканям в ближайшем будущем заменит искусственный интеллект?

— Примерно так же, как к разговорам о том, что для создания кроков не нужно художественное образование, я об этом только что говорил, когда речь шла о цифровых технологиях в обучении. Знаете, я несколько месяцев назад общался на

эту тему в нашем Союзе дизайнеров. И вот какое мнение от практиков услышал: да, ИИ может быстро сделать черновую работу, базу. Но я потом за счёт расстановки акцентов, каких-то элементов, мелочей доведу её до совершенства.

Уверен, что как бы ни развивались техника и технологии, всё равно, если речь идёт не о механической работе, нужен человек. Его ум, его сердце, его душа. Чтобы в работе (неважно, это ткань, картинка, интерьер или здание) была какая-то изюминка, искра, теплота. Только человек может придумать что-то новое, чего нет ни в каких каталогах и реестрах, какой-то необычный ход, какую-то комбинацию, найти то, что вызывает эмоцию у другого человека.

Как ни крути, искусственный интеллект — это программа, она суха и мертва. Это как поэзия и официальные документы.

Думаю, что как бы ни развивались технологии, всё равно нужен будет человек, его творческая мысль, его вдохновение, которого нет у машины.

■



Герцогиня Виндзорская в платье от Эльзы Скиапарелли, 1937

Карина Мелкумян

Искусство на платье



Перенесение на ткань фрагментов или целых полотен известных художников когда-то выглядело новаторством или провокацией — всё зависело от контекста и участников эксперимента. Сегодня это один из многочисленных приёмов модной индустрии, который широко используют как в массмаркете, так и в премиум-сегменте. Но когда союз моды и изобразительного искусства скрепляют настоящие мастера, их совместный проект перестаёт быть просто «одеждой» и становится арт-объектом и музейным экспонатом.

Сюрреализм на коже: Дали и Скиапарелли

Один из экстравагантных творческих тандемов, соединивших моду и искусство, — Эльза Скиапарелли и Сальвадор Дали. Каждый из них играл в своей области роль художника «не от мира сего». Скиапарелли активно продвигала оттенок фуксии, настолько выпадавший из эстетики 1930-х, что он получил название «шокирующий розовый», делала бусы из таблеток аспирина, комбинировала чёрные платья с красными чулками и позволяла себе много чего другого, что считалось тогда откровенной провокацией.

Регулярно оказывался в центре скандалов и общепризнанный король эпатажа Дали с его сюрреалистическими проявлениями в творчестве и жизни. Их сотрудничество было лишь делом времени. По одной из версий модельер и художник познакомились в 1929 году на премьере фильма «Андалузский пёс» и между ними случился диалог, достойный внимания сценариста: «Вы одеваетесь в стиле моих картин!» — «Нет, это вы пишете картины в стиле моих платьев».

Совместным дебютом стал шёлковый платок с принтами газетных вырезок, где упоминалось имя Эльзы Скиапарелли — говорят, идея принадлежала Дали: учитывая его талант к самопиару, это похоже на правду.

А первой моделью, попавшей во все альбомы по истории моды, стало вечернее платье с двумя омарами, которое Скиапарелли представила в 1937 году. Дали к тому времени уже нарисовал свой знаменитый телефон с трубкой-омаром для издания *American Weekly* и спустя год материализовал рисунок в скульптуру вместе с художником-сюрреалистом Эдуардом Джеймсоном. На этот раз морской обитатель, созданный по его эскизу, пунцовел на обеих сторонах юбки А-образного платья из белой органзы. Картину оживляли окружавшие его, как при подаче в ресторане, листья петрушки. Говорят, художник и набросал будущий принт на салфетке одного из заведений общепита во время обеда со Скиапарелли.

Скандалный успех платью обеспечила герцогиня Виндзорская Уоллис Симпсон, снявшаяся в нём для июньского номера *Vogue*. В книге «Тем не менее она его надела: 50 культовых моментов моды» (*Nevertheless, She Wore It: 50 Iconic Fashion Moments*) писательница и иллюстратор Энн Шен отмечает, что платье с омаром, с одной стороны, демонстрировало силу инноваций и женского раскрепощения, с другой — мощный потенциал, заложенный в тандеме моды и искусства.

В 1938 году Скиапарелли представила коллекцию «Цирк» — с контрастными цветами, вышитыми на лацканах слонами, изогнутыми в полёте акробатами и наездниками на лошадях в красочных панно. Но два платья затмевали своей экстравагантностью даже нарядных цирковых слонов. Первое — «Платье со слезами» (*Tears Dress*) выглядело так, будто его изрезали скальпелем: из-под многочисленных «дыр» со свисающими лоскутами тревожно проступало что-то розово-малиновое. При ближайшем рассмотрении оказывалось, что трёхмерный эффект надрезов создавался за счёт принта. Автором этой *trompe l'oeil*, обманки, был Сальвадор Дали, вдохновившийся собственными картинками с похожим эффектом «разорванной плоти». Спустя много лет историки увидели в этой сюрреалистической игре на вечернем туалете пророчество надвигающейся на Европу катастрофы.



«Платье со слезами» (*Tears Dress*), 1938



«Платье с омаром», 1937



С конца 1940-х до начала 1960-х годов Энди Уорхол был чрезвычайно успешным графическим дизайнером. Его работы охватывали многие аспекты прикладного искусства и дизайна, включая текстиль

Второе платье — The Skeleton Dress, выглядело не менее зловеще: сквозь чёрную ткань проступал чётко прорисованный скелет. В его основе лежал эскиз Дали. Говорят, отправляя его Скиапарелли, художник приложил к нему записку: «Дорогая Эльза, мне очень нравится идея «кости наружу». Платье застёгивалось на четыре молнии — по две в плечевых швах и две в боковых: тоже революционное по тем временам решение, которое, впрочем, меркло на фоне натуралистичного изображения позвонков и костей. Платье было выполнено в единственном экземпляре, тиражировать его не пришлось — в 1930-х надеть такую модель отважилась только лишённая предрассудков американская актриса и модель Рут Форд.

Много лет спустя интерпретации на тему The Skeleton Dress уже никого не смущали. Первую известную версию ровно 60 лет спустя после выхода коллекции «Цирк» создал Александр Маккуин в 1998 году; в 2000-м платье с «золотым позвоночником» представил Роберто Кавалли — его выбрала актриса Зендея для премии «Золотой мяч». И, конечно, не остался в стороне дом Schiaparelli, показавший в разгар пандемии платье с «золотыми бронхами», которое в 2021 году демонстрировала на Каннском кинофестивале Белла Хадид.

Модернисты в массмаркете: Fuller Fabrics

К 1950-м тандем живописи и высокой моды стал ещё более крепким. Но в 1953 году президент американской текстильной фирмы Fuller Fabrics Дэн Фуллер решил перенести произведения художников и на повседневную одежду. То есть, как писал позже журнал American Fabrics, Фуллер замахнулся на то, чтобы преодолеть «пропасть» между изобразительным и прикладным искусством.

Выбор промышленника пал ни много ни мало на величайших представителей разных модернистских течений: Пабло Пикассо, Марка Шагала, Жоана Миро, Фернана Леже и Рауля Дюфи. Проект получил название «Современные мастера», а договариваться со знаменитостями Фуллер поехал непосредственно в их европейские студии.

Текстильный магнат не стал упрощать себе задачу и просить художников нарисовать орнаменты, которые можно было бы легко перенести на ткани. Он отбирал паттерны из уже существующих работ, а их адаптация, крайне бережная и осуществлявшаяся под бдительным надзором самих авторов, была делом дизайнеров его компании.

Пожалуй, проще всего на ткань легли паттерны Пикассо, щедро предоставившего Фуллеру своих рисованных птиц, например голубей, и стилизованные сцены боя быков на алом фоне. Художника так захватила идея перенесения излюбленного мотива корриды на ткань, что после завершения проекта он сотрудничал и с другими производителями. Например, в 1963 году совместно с компанией Bloomcraft Fabrics он выпустил коллекцию из 11 мебельных тканей Toros у Toreos в разных цветовых решениях. Чуть позже его мотивы на тему боя быков появились на пончо, платьях и дождевиках компании White Stag, специализировавшейся на одежде для лыжников.

На редкость легко легли в машинный раппорт и абстрактные паттерны Фернана Леже — Vitrail с чёткими геометрическими формами. Романтичный мотив Шагала в пастельных тонах Evening Enchantment оказался чуть более строптивым — сейчас этот текстиль можно найти в лондонском музее Виктории и Альберта, Смитсоновском музее дизайна в Нью-Йорке, а также на аукционах и выставках.



Пабло Пикассо, «Бой быков в красном и желтом», 1959



Свитшот с рисунками Пабло Пикассо, White Stag, 1963



Черепаховый паттерн Миро для Fuller Fabrics, 1953



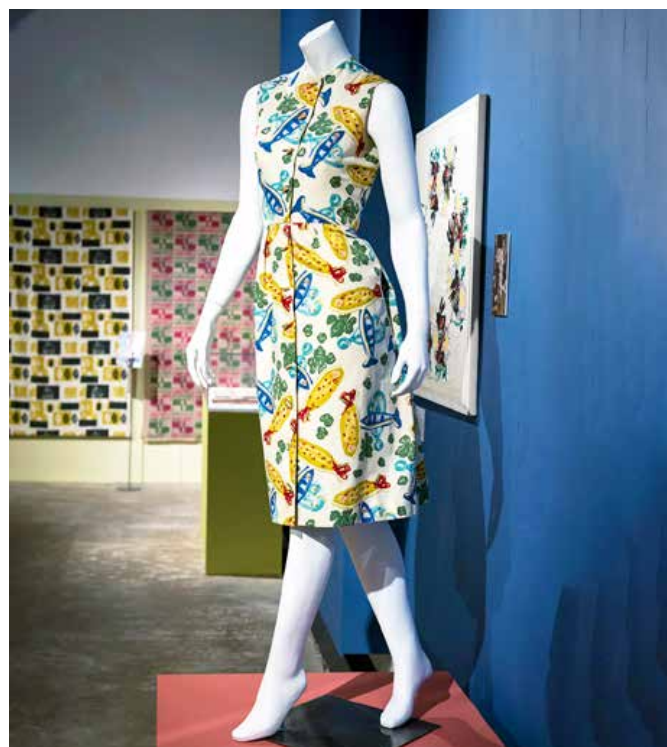
Джон Ромбола для Patterson Fabrics. «Цирк», 1956



Марсель Вертес для Wesley Simpson Custom Fabrics, 1944



Марк Шагал, Belle Fleurs, вискоза, шелкография, 1956



Пабло Пикассо, «Морские обитатели», Fuller Fabrics, 1953



- Работы иллюстратора журнала *The New Yorker* Сола Штейнберга и Джона Ромболы для *Patterson Fabrics*, 1947–1956
- Платье с арбузным принтом Энди Уорхола, 1956 (внизу)



Самыми сложными объектами для перенесения на ткань выглядели биоморфные формы Жоана Миро, *Femme Ecoutant*. К тому же, чтобы окончательно утвердить печать, Миро, как говорили, перебрал больше десяти оттенков синего. Но результат получился очень жизнеспособным и коммерчески успешным.

Сюжеты печатались растационным трафаретным способом, что было логично для массового производства. Но гравировка самих валов и подгонка рисунков растянулась больше чем на год, так что дизайнерам по тканям пришлось нелегко. Коллекцию «Современные мастера» с большим размахом презентовали осенью 1955 года: была организована музейная выставка, которая стартовала в Бруклинском музее, а затем отправилась в тур по другим городам; создан документальный фильм с художниками в роли главных героев. *Life Magazine* выделил пять полос на материал «Modern Art in Fashion», а дизайнер Клэр Маккарделл создала из «модернистских» тканей линию одежды. К слову, американская текстильная промышленность не только вывела в массы европейское искусство, но и извлекла из него коммерческую выгоду: многие производители одежды, особенно спортивной, очень активно использовали ткани «Современных мастеров» для своих коллекций.

Не такая масштабная, но не менее интересная история разворачивалась в Бразилии, где абстрактные и не только принты для интерьерных тканей создавала польская художница еврейского происхождения Файга Островер. Файга эмигрировала в Бразилию в подростковом возрасте в первой половине 1930-х — её семья спасалась от преследований нацистов. К середине 1950-х она уже была одной из важных фигур бразильского абстракционизма, работая как гравёр, график и теоретик искусства.



New Fabrics Put Modern Art in Fashion

Art and fashion come close together in this gallery of new styles which are only a little removed from the canvases of great modern painters. Works of Chagall, Léger, Picasso, Miró and Dufy have been reproduced on cotton cloth by a U.S. firm, Fuller Fabrics, and made into early resort clothes by Claire McCardell, most American of designers. *LIFE* took the clothes to the painters' studios in Europe where, in their first fashion photographs, the artists showed reactions ranging from extreme modesty (Chagall stayed out of the picture) to utter ham (next page). Seen first in these fashions, the prints will be available by the yard next month.

Chagall

Marc Chagall helped to pose American Ivy Nicholson so that she stood against his *Le Sûr Rouge* looking as if she were drifting off into the romantic, dreamlike painting. She wears an informal dinner dress (860) which is made in splashy springlike colors patterned with disembodied figures characteristic of work by Chagall. The photograph was taken in artist's warm, crowded studio in Venice, France.

Léger

Two weeks before his death, Fernand Léger posed for final portrait (right) in the Paris studio he had occupied since 1913. The print which British Model Anne Gunning wears is in boldly drawn, boldly colored style of Léger's work—best seen above in his painting of two women (left) and in half-hides still life. Fabric is made into dinner dress with high neck, long sleeves (860) in the new subtle length.



Photograph for *LIFE* by MARK SHAW

CONTINUED

Первый разворот материала из журнала LIFE, в котором модели были сняты вместе с художниками и их работами, 1955



Клэр Маккарделл, шелковое платье с принтом «Рыболовные приманки» с надписями «настоящее искусство», 1950-е



Импрессионист Тед ДеГрация использовал в своих работах индейские мотивы. Текстиль Fuller Fabrics, 1952–1956

Проект по созданию «арт-тканей», инициированный транснациональной компанией Rhodia, задумывался для продвижения искусства Бразилии и длился больше десяти лет. Файга была одним из его хедлайнеров и в период с 1952 по 1967 год разработала больше пятисот принтов, среди которых были и смелые абстрактные мотивы, и экспрессивные тропические.

Один из самых известных — Fuji Yama, был создан в 1959 году для компании Interiores Modernos Tecidos: хлопковая ткань с абстрактным узором, вдохновлённым японской гравюрой. Сейчас её образец хранится в коллекции Лондонского музея Виктории и Альберта.

Абстракция, ставшая платьем

Пути основоположника неопластицизма Пита Мондриана и модельера Ива Сен-Лорана никогда не пересекались: голландский художник ушёл из жизни, когда будущему дизайнеру было около восьми лет. В середине революционных 1960-х Ив Сен-Лоран переживал то, что сегодня назвали бы творческим кризисом: Андре Курреж и Пьер Карден, опережая друг друга, выпускали «космические» коллекции, Мэри Куант — мини-юбки, зазорные разноцветные чулки и плащи из ПВХ, Пако Рабанн уже всю экспериментировал с пластиком, бумагой и металлом. На этом фоне Сен-Лоран, которому ещё не исполнилось тридцати, выглядел представителем старой школы, талантливым, но не попадавшим в актуальные тренды. Дизайнер метался в поисках идей, и, как обычно, идея пришла совершенно случайно, когда он открыл альбом Пита Мондриана, подаренный ему матерью на Рождество.

Как признавался модельер, его вдохновили не столько взрывное сочетание бескомпромиссных чистых цветов — красного, синего, жёлтого, разбавленных чёрным и белым, сколько минималистичная архитектура полотен. А ещё понимание, что, переместившись на платья, они могут обрести трёхмерность.

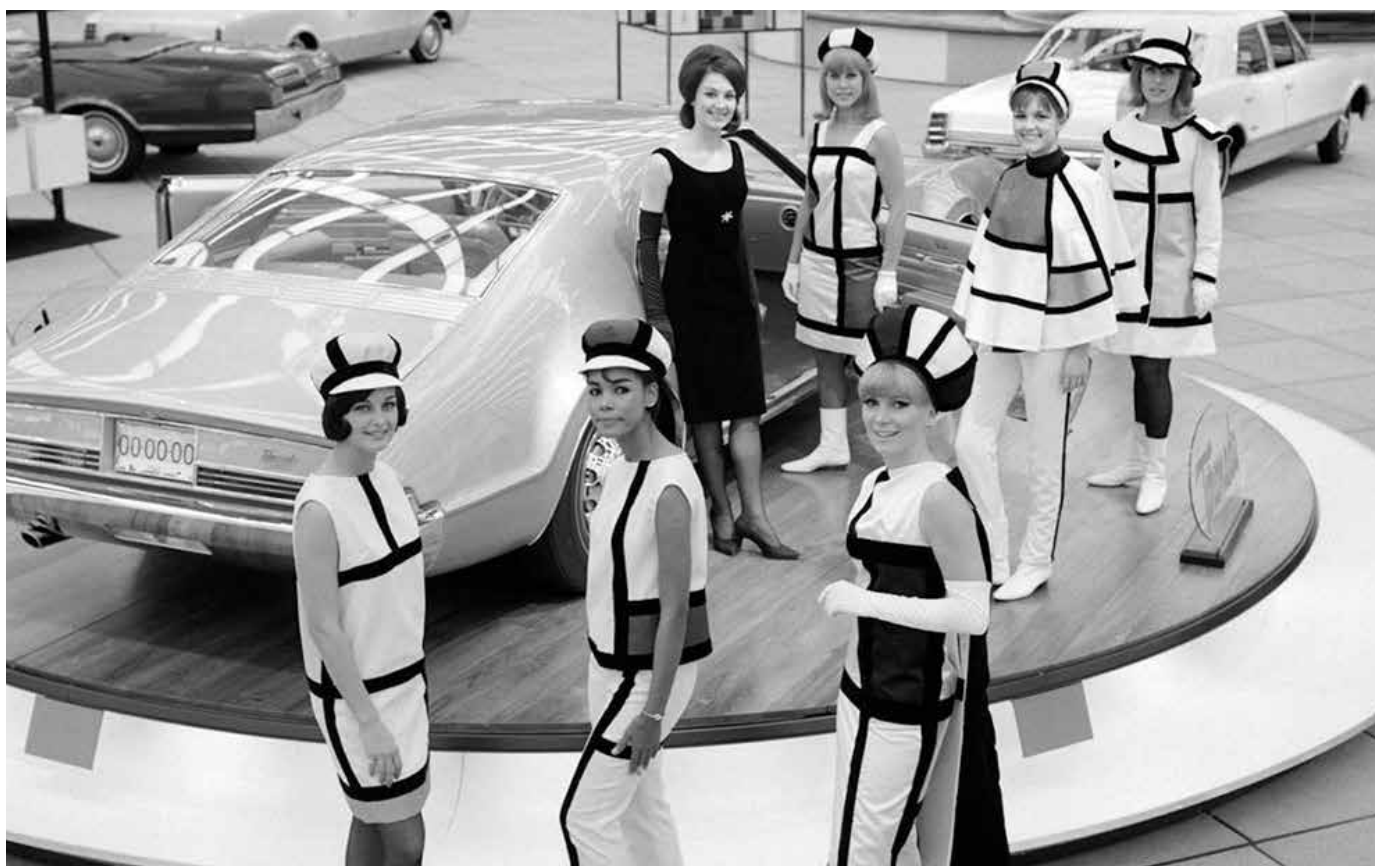
Примечательно, что до Сен-Лорана к Мондриану уже обращались другие дизайнеры. Например, Лола Прусак в 1930-х делала для Hermes сумки с тем же принтом, а в 1940-х с ним же пробовала работать американка Стелла Брауни. Но идею одежды как объёмного произведения искусства до него никто не воплощал.

Шесть платьев-трапеций А-силуэта мастера ателье Yves Saint Lauren собирали буквально вручную — всё должно было выглядеть так, будто рисунок не просто перенесённый на ткань принт, но «несущий элемент» конструкции платья. Исследователь моды Лоик Прижан, снимавший документальный фильм «Ив Сен-Лоран: последнее дефиле», писал, что платья представляли собой простейшую конструкцию: кусок полотна с тремя прорезами. Но то, как они были собраны, как виртуозно были замаскированы швы, будто перед вами единое полотно, делало их произведениями портновского искусства.

Платья «Мондриан» не только восстановили репутацию дизайнера, но стали одним из символов 1960-х и окончательно скрепили союз моды и изобразительного искусства, продемонстрировав, что на ткань можно переложить даже самые его строптивые направления.



- Мондриановы платья Ив Сен-Лорана, 1966
- Деталь платья, созданного Клэр Маккарделл с тканью по мотивам живописи Марка Шагала, 1955 (на фото справа)
- Файга Островер и её художественный текстиль, 1956



Модели в платьях «Мондриан» от Ив-Сен Лорана на автошоу в Детройте, 1966



[WWW.PRINTINDUSTRY.RU](http://www.PRINTINDUSTRY.RU)

Специальный выпуск журнала №1 2023
Индустрия печати
www.PrintIndustry.ru

Добрый картон
от Добруши

- Итоги 2022 года по рынку упаковки и этикетки
- Цифровые решения «НИССА Центр»
- «ОктоПринт Сервис»: машины надо беречь
- Импортозамещение от «Гофро-Технологий»
- Инвестиции в гофроиндустрию нарастают
- Анализ российского рынка бумаги и картона
- Практика цифрового раскроя в упаковочной отрасли

ГОФРО.ОРГ
ВНУТРИ

Специальный выпуск журнала №3 2023
Индустрия печати
www.printindustry.ru

Многогранный раскрой с iESHO

Эффективные инструменты бизнеса

- Оборудование МК Masterwork: хит продаж от «ХД РУС»
- Первая в России ЦПМ Cyclops C1 для печати по термосам
- Юбилей «ОктоПринт Сервис». 20 лет успешного опыта
- «Смарт-Т» представляет этикеточные ЦПМ Dilli Picasso
- Линии Brotech для финишной обработки этикетки
- Dagi: механическая и лазерная высечка этикеток
- Бумага + фольга. Дизайнерские решения от «Дубль В»
- Картонажные фабрики выбирают раскройные комплексы iESHO

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

ЦИФРОВОЙ ТЕКСТИЛЬ

Оформи подписку на журнал на 2026 год
и получи все номера 2025 года в подарок!



Мы подготовили два варианта подписки — для организаций и частных лиц. Для частных лиц мы значительно снизили стоимость, при этом возможно сэкономить и на доставке — доступно получение журнала на наших мероприятиях или самовывозом в Москве. Для коллекционеров и желающих постичь все глубины цифровой печати у нас также осталось немного журналов прошлых лет. Обращайтесь! Рекомендуем к ознакомлению все номера журнала «Цифровой текстиль», так как большинство материалов, опубликованных с момента запуска журнала в 2019 году, актуальны и представляют не меньший интерес и сегодня. Как нам сообщают из регионов, компании находят актуальные мысли и практические рецепты, которые помогают организовывать правильный цифровой текстильный бизнес. Желаем всем успеха и приятного чтения!

ПОДПИСКА НА 2026 ГОД
ТРАДИЦИОННО 4 ПО 100

номера

страниц



www.digitaltextile.net

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЗАЛ В МОСКВЕ БОЛЕЕ 700 КВ. МЕТРОВ



«ВЕЛЛЕС» - официальный дилер

CYG

VELLES



DIGITAL

ricoma
THINK BEYOND

brother

ZSK MADE IN GERMANY

gbos / LASER SMART

VELLES

Leader



РЕКЛАМА