

2015年全球包裝機械行業規模現狀分析

全球經濟增長放緩，包裝機械行業也受到影響，利潤率較2014年同期降低，全球行業規模出現萎縮。同時，原材料價格的大幅上漲，以及勞動力基數上揚，大幅增加企業生產成本，成為相關企業不能承受之重。另一方面，自動化、智能化設備被廣泛運用，包裝業也不例外。

目前，因為經常發生食品安全事件，智能包裝成為行業發展重點。這些包裝的特殊性能正好滿足食品包裝特殊的要求和環境條件，是保證食品安全的有力措施，還亟待開發。據《中國包裝機械相關零配件行業發展現狀與十三五規劃研究報告》顯示，在中國智能包裝的研發和在各個領域的應用還處於起步階段，但是有廣闊的利潤空間等待挖掘。

除了原先屬於包裝工人的領地正在逐漸缺失，在其他領域機器人悄無聲息地攻佔著原本屬於人的領地。歐洲部分國家已普遍應用機器人代替人工，做簡單的工作，降低成本，維持操作標準一致。■

資料來源：中國報告大廳

奢侈品包裝企業進行環保生產與輕量化改造

英國《綠色智慧報》日前對200個為奢侈品牌提供包裝服務的企業進行調查。結果顯示，在奏響綠色旋律的現代社會，作為時尚、品質的風向標，奢侈品同樣承擔著公眾與行業的環保壓力。

對於奢侈品來說，採用環保型的包裝方式是一個具有挑戰性的任務。從化妝品到糖果，奢侈品包裝的核心是以多層次設計實現整體的奢華感覺，往往採用難以回收的塑料與玻璃等包裝材料。

但《綠色智慧報》調查發現，為了響應消費者對綠色環保與可持續生活方式的追求，包裝企業已經開始選用更多的環保包裝材料。國際時尚品牌古馳（GUCCI）率先推出了100%可回收包裝，其合作的包裝紙製造商在2010年通過了FSC森林管理委員會認證。事實上，許多包裝企業正在積極向奢侈品牌提供可持續包裝解決方案。除生產環保材料外，奢侈品包裝企業正在採取措施，保證生產過程符合綠色、可持續發展的原則。

調查結果亦顯示，近年奢侈品包裝企業的綠色環保生產實現了跨越式進步。未來企業將繼續生產環保型包裝，一方面使用更少的油墨來實現相同的設計效果，另一方面在包裝輕量化上繼續改進。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

全球RFID零售業應用市場規模分析及前景預測

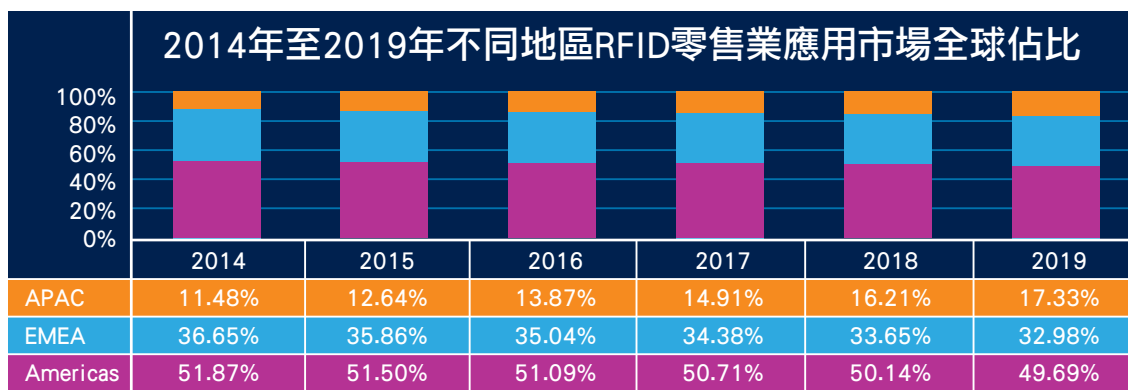
據 Technavio Research 最新發佈的一項研究數據表示，到2019年，全球零售業RFID應用市場規模預計將達到39.1億元（美元，下同），與2014年相比，增加了30億元。在預測期內此類應用的全球RFID市場複合年增長率將達到40%。

其「2015-2019年全球RFID零售應用市場」的報告，將市場按三個主要地區進行劃分。2014年，美洲佔52%，歐洲、中東和非洲市場佔37%，

亞太地區則大約11%。則在預測期內，隨著發展中國家如中國和印度的經濟增長驅動，亞太地區增長速度預計是最快的。美洲市場的長期增長驅動力將是拉丁美洲。到2019年，美洲地區佔總市場規模約為50%，其次是歐洲和亞太地區，分別約佔33%和15%。

報告指出，2014年全球零售行業總銷售額超過22兆元，預計到2018年將超過28兆元，增強了零售商對射頻識別技術的需求。在預測期內，電子商務市場對服務的競爭，如價格和交貨時間，將是推動零售行業採用RFID技術的另一因素。RFID技術可以使零售商降低運營成本，縮短交貨周期時間和降低出錯率。■

資料來源：中國投資諮詢網



資料來源：Technavio.2015

尼日利亞出口促進委員會 敦促企業改善產品包裝

尼 日利亞出口促進委員會（NEPC）相關負責人在阿壩州近日舉辦的商品包裝論壇上表示，國際市場上高品質商品普遍配有再生材料的精美包裝，尼日利亞大多數製造商和出口商不注重產品的包裝設計和標籤說明，不僅降低了產品

競爭力，部分產品還因包裝、標籤不符合國際規範而難以進入國際市場。

對此，NEPC呼籲大中規模企業自身一定要注重改善產品包裝，包裝企業要起到橋梁作用，推動尼日利亞製造產品包裝質量的提高，NEPC也將指導企業遵循國際包裝規範和趨勢，多管齊下提高尼日利亞製造產品的國際市場競爭力。■

資料來源：環球網

2016年全球工資漲幅 中國增長率位居第二

英國人力資源諮詢機構ECA國際 (ECA International) 發佈的調查報告顯示，2016年中國企業員工平均實際工資增長率預計將超6%，有望位居全球第二。

在全球範圍內，根據ECA的預測，2016年平均工資將增長5.1%，略高於2014年的5%；但從實際工資增長率來看，全球平均工資增長率僅為1.7%。2016年全球實際工資漲幅最高的前10

名國家中，亞洲國家佔了九位。其中，越南預計將成為2016年亞洲及全球工資漲幅最大的國家，漲幅高達7%。而2016年中國企業員工賬面工資有望實現8%的增長，高於通脹率6.2%；北京、廣州、上海和深圳2016年漲幅將達到8%。考慮通貨膨脹因素後，2016年中國員工的平均實際工資增長率為6.2%，高於2016年全球平均增長率1.7%，這將使中國成為2016年全球實際工資增長率第二高的國家，其全球實際漲薪率排名也比2015年上升了四名。工資不斷增長顯示中國人才需求依然非常大。中國企業必須保持工資增長來留住優秀員工。

儘管亞洲國家名次很靠前，但實際上，2016年亞太區總體實際工資增長預計將有所下降，從2015年的3.7%降至2016年的3.1%。發達國家的漲薪率普遍低於發展中國家，歐洲2016年的工資增長率預計為2.8，實際漲薪率則僅為1.4%；美國和加拿大的則將和2015年持平，均為3%；澳洲預計將實現3.5%的增長。■

資料來源：環球時報

貝塔斯曼 將組建 歐洲最大印刷集團

國際傳媒、服務和教育集團貝塔斯曼集團，正整合膠印和凹印業務為統一的組織架構，該架構將於2016年1月1日開始運作。新的子集團——貝塔斯曼印刷集團 (Bertelsmann Printing Group) 將整合一系列與印刷相關的服務，從印前服務、印刷到郵政投遞和傳單分發，涵蓋雜誌、圖書、電話簿、商品目錄和宣傳冊等各種產品，將實現17億歐元的收入，員工人數接近9,000人。

貝塔斯曼印刷集團將由Mohn Media、GGP Media和Vogel Druck (目前隸屬於服務業子集團——歐唯特)、Prinovis在德國和英國的凹印業務 (目前為Be Printers的一部分)，以

及Be Printers在美國的膠印和數碼印刷工廠組成。此外，這個新的子集團還將包括RTV Media Group、直銷專家Arvato Campaign及記錄媒介複製業務 (Arvato Entertainment)。貝塔斯曼印刷集團的總部也將設於德國居特斯洛。歐唯特印刷解決方案集團 (Arvato Print Solution Group) 現任首席執行官Axel Hentrei和Be Printers與Prinovis首席執行官Bertram Stausberg，將作為聯合首席執行官共同領導新成立的公司。

貝塔斯曼印刷集團旗下的公司每年共計印刷160萬噸紙，主要市場是德國、英國、法國和美國，客戶包括出版社、工業和服務業公司、郵購公司以及零售商和消費品公司。■

資料來源：199IT

北美、歐洲及亞太地區 不乾膠標籤印刷發展

國際標籤印刷集團發佈的資料顯示，歐美發達國家的年人均不乾膠消費量為12至18平方米，其中美國為15至16平方米，北歐斯堪的納維亞半島為17至18平方米，巴西為2.2平方米，而中國僅為0.9平方米。然而，不乾膠標籤印刷市場及不乾膠材料在中國、巴西等國家的發展潛力很大。

目前，全球不乾膠標籤印刷根據採用的印刷方式，可劃分為三大陣營。北美地區是以柔版印刷為主導技術印刷不乾膠標籤的典型代表，主要

設備是中小型機組式印刷單元，以水墨為主，採用卷到卷印刷，圓壓圓模切方式，具有生產效率高、工藝先進及符合環保要求等特點。

歐洲市場凸印和柔印各佔一半，柔版印刷的應用情況基本上與美國相同，凸版印刷使用UV油墨，設備多數為層疊式或衛星式，材料加工方式同樣為卷到卷印刷。

亞太地區以凸印為主，這地區發展中國家居多，標籤印刷還比較落後，即使是採用凸版印刷，但使用UV油墨設備的僅佔少數，大部分標籤印刷仍使用樹脂型油墨、卷到卷印刷和單張紙印刷方式共存；由於人工貼標比例較高，所以單張紙膠印不乾膠標籤的應用廣泛；在模切方式上，以平壓平模切為主。■ 資料來源：會商寶包裝網

亞洲標籤市場 未來增速放緩

亞歷山大沃爾森聯合會（AWA）出版的《亞洲標籤與產品裝飾市場研究》報告顯示，亞洲標籤與包裝行業2015年仍處於高速增長階段，未來將持續增長，但增速放緩。

2014年全球標籤需求量为555億平方米，與2013年相比增長3.7%，2014年全球標籤市場的整體銷售額為235億美元。從各區域情況來看，無論是按照總需求量，還是銷售總額統計，亞洲均是世界首位。歐洲和北美洲分別位列第二和第三位。從標籤技術分類來看，在全球範圍內，不乾膠標籤和濕膠標籤是應用最多的兩種類型標籤，分別佔標籤總量的39%和37%，其次是收縮膜標籤和模內標籤等。

該調查報告認為亞洲標籤市場仍處於發展中，但經過前幾年的高速增長階段，未來數年增速將逐年放緩，平均增速在5%至6%之間。近10年，亞洲的不乾膠標籤印刷市場的增速與整體標籤印刷市場增速持平，平均年增長率在6%左右。報告預測，在2014至2019年期間，亞洲不乾膠標籤印刷市場將以年均約5.1%的速度上升，至2019年不乾膠標籤的總需求量將達到102億平方米。

2014年亞洲的濕膠標籤增加5.8%，預計在2014至2019年期間，濕膠標籤的平均年增長率將在5.4%左右。而收縮膜標籤市場是一個動態變化的市場。整個收縮膜標籤市場在2014至2019年期間年平均增長率預計為5.1%。值得一提的是模內標籤市場，2014年亞洲模內標籤市場增長率為3.5%。AWA預計在2014至2019年期間亞洲模內標籤市場年增長率約2.7%。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

俄國研發出無色墨水 打印全息圖像

俄羅斯聖彼得堡國立資訊科技機械與光學大學 (ITMO 大學) 的研究人員成功使用無色墨水，以普通噴墨打印機，打印出逼真的全息圖像和文字。據悉，這種方法可大大降低製作彩虹全息圖的成本，還節省製作時間。

研究人員研發出以納米二氧化鈦為原料的無色墨水。這種墨水可用於噴墨打印機，並可沉積在特殊的微壓印紙上，打印出獨特的圖案圖像。傳統的全息圖像打印方式包括數個階段，耗時很長。而使用這種特制墨水，僅需幾分鐘就能在透明膠片上定製打印全息圖像。■

資料來源：再生時代

美國企業將推出 即時碳粉供應 解決方案

美國打印管理軟件供應商 PrintFleet 與 Photizo Group 宣佈達成合作，將共同研發一項名為「即時 (Just-inTime, JiT)」碳粉供應方案，幫助客戶節省成本。

鼓粉盒在回收過程中，平均每個會浪費掉 15% 的殘留碳粉。每年，由於碳粉供應機制的低效率，每台打印機都要附贈兩個隨機鼓粉盒。此

俄羅斯軟包裝市場 潛在容量極大

俄羅斯媒體報道，在 2000 年俄羅斯軟包裝市場規模估計為 20 萬噸，15 年間市場規模增長 1.5 倍。在 2014 年俄羅斯軟包裝市場規模達 51.5 萬噸，同比增長 2.0%。而在 2012 至 2013 年該市場規模年均增長速度為 4% 至 5%。

2014 年俄羅斯各類軟包裝進口量同比減少 4.6 至 17.7%。俄羅斯進口的軟包裝主要來自中國、德國、波蘭、意大利、韓國及獨聯體國家白俄羅斯。俄羅斯軟包裝出口量極低。2013 年俄羅斯九家軟包裝最大生產商的營業收入總額為 166.58 億盧布，同比增長 10.3%。鑒於實施進口替代及鼓勵發展國產政策，俄羅斯軟包裝市場的潛在容量估計高於市場實際規模 15%，每年為 60 萬噸左右。

軟包裝市場受到俄羅斯總體經濟形勢的影響，在經濟不穩定、美元匯率上升的情況下，增長速度下降，但並不會進入負值。■

資料來源：東北網

外，碳粉的浪費和不必要的鼓粉盒運輸成本，讓用戶在每台打印機上年均多花 20 美金。

有見及此，這方案將結合 PrintFleet 的自動化供應鏈技術和 Photizo Group 的預測機制，其預測分析數據則以「IBM 的預測性維護與質量」技術為基礎，能夠同時會讀取最新的預測分析數據，降低碳粉浪費率和運輸成本。■

泰國造紙協會 呼籲政府檢討稅率標準增強競爭力

泰國製漿造紙協會支持向社會民眾加強垃圾分類宣導，以解決造紙原材料短缺問題，同時準備建議政府檢討合適的稅率標準。

泰國製漿造紙工業協會蒙迪會長表示，泰國的製漿與造紙能力在東盟10國中位列第二，僅次於印尼，每年平均產量約650萬噸，價值2,500億銖。其中，國內消費佔總產量的70%至80%，出口佔20%至30%。若綜合亞洲各國生產力，每年產量約2.3億噸，在全球各洲中位居榜首。

在紙漿造紙市場中，可以通過多種形式搶佔市場份額，例如遵循有利於環保的生產標準、合力提高整個供應鏈價值、從上游至下游解決原材料短缺問題、鼓勵民眾分類可用於造紙的垃圾等，循環生產，節約成本。同時，由於過去的稅收機制不合理，導致大量國外商品入侵泰國市場該協會還將促請政府檢討和制定合適的稅率標準，增強泰國的競爭力。■ 資料來源：泰國世界日報

可口可樂 用標籤「定義」消費者

現在市場營銷活動五花八門，如何利用包裝標識產生差異化吸引消費者、增加市場佔有量成為各商家的訴求。可口可樂公司通過包裝的差異化，促進市場需求，就是一個經典的營銷案例。

2013年可口可樂公司以「分享可樂」為主題，以個性化定製化的包裝形式進行了歐洲市場的全面推廣。每個國家選用了150個常用名字，在包裝上使用14種不同語言和五種不同字母，消費者可以找到帶自己名字或好友名字的可樂，還可以為自己或好友定製。

2014年可口可樂在中國市場針對年輕人推出了「歌詞瓶」。經典歌詞印在包裝上，同時在歌詞旁設有二維碼，只要一掃，旋律就會響起。通過可口可樂瓶上的歌詞，給自己或向好友表達心中情感。可口可樂以色列的市場活動在惠普的技術幫助下，利用先進的演算技術自動生產出200萬個不同造型的健怡可樂瓶罐，向顧客宣傳「每個人都有獨特魅力」的理念。此外，許多標有健怡可樂標誌的衍生品，如背包、T恤衫及iPhone手機殼也受到顧客追捧。

可口可樂公司為激發消費者的好奇心和樂趣，在包裝上嘗試個性化、定製化的方案，最終通過差異化獲得市場關注，大大吸引了消費者的眼球。讓消費者與產品建立一對一的互動，這種趣味性的銷售方式快速在市場上傳播。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

越南紙業產能 三年後將提高三倍

越南《經濟時報》報道，越南紙業協會武玉寶副主席兼秘書長透露，由於許多年產幾十萬噸的外資大項目正在建設，三年後越南紙業年產能將達到數百萬噸，是現在的三倍，中國紙業企業將面臨巨大的競爭壓力。

目前越南共有500家小規模紙業企業，年產能約200萬噸，設備落後，產品質量和勞動效率不高。近年來，產能30萬噸以上的外資企業紛紛登陸越南。包裝紙世界龍頭企業玖龍（中國）集團在

越南的正陽公司，投資建設了年產45萬噸的包裝紙生產線，採用現代化生產工藝，設備完全自動化。

香港理文紙業集團因故延遲建設的項目也將於2016年6月投產，年產紙漿35萬噸、成紙28萬噸。台灣成龍集團正投資10億美元在巴地頭頓建設包裝紙生產線，2017年產能會達到45萬噸。日本丸紅株式會社將分兩期在巴地頭頓建設120萬噸產能生產線，首期也計劃於2017年投入運行。■

資料來源：中國商務部

北美9月新聞紙市場 需求下降10.5%

北美地區2015年9月新聞紙市場需求下降的幅度趨緩，1至8月上市量下跌的局面有所緩解。

9月北美地區新聞紙上市量同比減少10.5%，與1至9月平均12.1%的跌幅相比，下降幅度趨向平穩。新聞紙出口量方面，與2015年1至9月平均15.5%的跌幅相比，9月的下降幅度縮減至13.2%。

此外，新聞紙市場需求方面，與2015年1至9月平均12.1%的下降幅度相比，9月的下降幅度縮減至10.5%。9月北美新聞紙生產商的產能利用率達92%，比2014年同月上升了1%。截至9月末的庫存量則比2014年同月末減少了18.7%，比上月末減少了4.9%。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

全球3D打印材料市場 2020年將達 6.369億美元

獨立市場研究公司MarketsandMarkets發佈《3D打印粉末市場的全球預測2020（3D Printing Powder Market-Global Forecast to 2020）》報告，預測3D打印粉末材料市場將出現顯著增長，北美被列為3D打印粉末行業最大的市場，高速增長的亞太位居第二。

到2020年，全球3D打印粉末材料市場的銷售額將達到6.369億美元，從2015年到2020年的年複合增長率為24.4%。技術進步、新產品開發，以及基於粉末的選擇性激光燒結（SLS）技術關鍵專利到期等因素，導致了該市場的增長。3D打印粉末材料的主要應用領域仍然在航空航天和軍工領域，這些行業的需求大概佔整個市場需求的三分之一。此外，3D打印粉末還主要用於汽車、醫療及牙科領域。這份報告亦指出金屬粉末在3D打印粉末中佔據最大的份額，其主要用於工程和製造領域。■

資料來源：OFweek 激光網

世界包裝組織秘書長 肯定世包雲平台發揮重要作用

世界包裝組織秘書長基斯·皮爾森應邀出席「2015年中國包裝創意設計大會暨世包雲設計平台上線儀式」，並發表了重要講話。

對於世界包裝中心（GPC）網絡平台上線的版塊中，包含「雲設計」與「雲教育」兩部分，皮爾森秘書長表示「網絡+」對發展中國家的經濟發展非常有意義，而且現在「網絡+」運用的很多發展模式，都有助開發中國和整個世界的市場，並提升對全球和中國人才的吸引力。設計師在業界

非常重要，其專業技能讓品牌得以發展，跟上時代的腳步，使商品更具有吸引力。他們要確保包裝能夠接受來自競爭對手的挑戰，必須要能擊敗競爭對手。

現在包裝設計正面臨全球挑戰性的要求，在這種背景下，皮爾森秘書長相信世包雲平台發揮著重要作用，通過這個平台，設計師能夠根據不同地方或國家的需求，以及消費者的文化和歷史，轉換思維方式。最後，他指出這個平台能夠為中國，乃至全球包裝行業帶來巨大影響，在全球範圍內為中國提供交流合作的機會。■

資料來源：中國網

日本推「輕文藝」 刺激圖書市場

在競爭激化、市場萎縮的背景下，日本出版業大量推出以內容輕快、可讀性極強為特色的「輕文藝」文庫本小說系列，並貼上空氣、橙色、招財貓等花里胡哨的標籤，試圖以此吸引讀者，刺激日趨低迷的圖書市場。

隨著讀者層的變化及閱讀嗜好的細分化，日本各大出版社接二連三地創設了新的文庫本小說系列。角川集團推出了面向成年讀者的人物小說系列「富士見L文庫」，朝日新聞出版推出了閱讀感受如空氣般輕快的「朝日空氣文庫」，白泉社則創設了人物歷史小說系列「招財貓文庫」。出版業巨頭新潮社和集英社也分別創設了用插畫作為封面

的「新潮文庫nex」與強調故事性的「集英社橙色文庫」。據日本出版科學研究所調查統計，2009年日本文庫本小說系列為187種，到2014年增至244種。

與輕文藝文庫本小說系列大量推出形成鮮明對比的是，包括輕小說在內的文庫本銷量卻持續減少。2014年除漫畫文庫外的文庫本銷售總額為1,213億日元，比2013年減少6.2%，創近年來最大降幅。另一方面，2014年日本圖書市場新推出文庫本總數為8,574種，相比1994年的4,617種，20年來品種數大幅增加了八成以上。雖然增加了品種，書到讀者手上的難度卻越發增大，除部分暢銷作品外，許多書根本無人問津。■

資料來源：中華讀書報

drupa 2016 包裝業專題論壇

將於2016年05月31日至6月10日舉行的 drupa 2016 展會，其主題為結合卓越的紙張與印後工藝，讓包裝變成一流的廣告媒體。電子螢幕和傳感器的出現使包裝更加智能，數碼印刷的出現則允許包裝體現個性化和版本化。

根據對當前包裝市場的預測，到2018年包裝市場產值將增加至9,750億歐元。展會期間，歐洲包裝設計協會（EPDA）、歐洲領先品牌和包裝代理機構將舉辦一場專題論壇，將涵蓋整個範圍的包裝領域。為滿足不同行業用戶的特殊需求，包裝接觸點分為四個「未來實驗室」：「食品和飲料」、「食品」、「醫藥」和「化妝品」。■ [資料來源：必勝網](#)

印度出版業 正高速發展

印度圖書市場2014年產值為2,610億元（盧比，下同），以微弱優勢超越英國，成為世界第六大出版市場，是世界上僅次於美國的第二大英語國家出版市場。

截至2014年底，印度全國註冊出版機構達1.9萬家，其中大眾出版社只有930家，許多大型出版商都是國際出版集團的分支機構。全年出版各類圖書近10萬種。通過跟蹤 ISBN 書號數據，近四年有出版行為的印度出版社為9,000多家，但是其中大部分出版社，特別是出版本地語為主的出版社並不使用 ISBN 書號。據統計，從2011年至2014年，印度出版業產值年平均增長率達20.4%，發展迅速。印度出版業雖然高度分散，但是近些年，行業整合速度也在提速，部分是因為國際出版商的參與。

中韓日雕版印刷學術研討會 傳承東亞雕版文化遺產

北京大學新聞與傳播學院和北京焜兩山房文化藝術有限公司聯合主辦的「2015年東方印跡——中韓日雕版印刷國際學術研討會」在北京大學新聞與傳播學院舉行。來自中、韓、日三國出版文化研究的相關學者與從業人員，以「東亞雕版文化遺產的傳承、保護與展示」為題進行交流。

研討會設三個分論壇，議題分別是「東方雕版印刷發展、貢獻及印刷史研究」、「東亞版畫藝術的發展及研究」及「出版博物館建設與國民教育」，旨在總結、研討、交流雕版與版畫在保存、修復、整理、研究、利用方面的經驗，以及出版博物館在功能、定位、內容安排、典藏策略及學術取向方面的問題。

雕版印刷術在中、韓、日三國和全世界都發揮了很大的作用。三個國家不僅存有大量的雕版古籍，且至今還珍藏著數以千萬計的古代雕版、版畫作品，實在是印刷史、出版史、藝術史與文化交流史研究的寶貴資源。中韓日雕版印刷國際學術會議已舉辦多屆，此次回到印刷術的發源地中國。■ [資料來源：新華網](#)

在圖書零售方面，全印度有超過21,000家圖書零售商，但是整個零售市場嚴重偏重於教育類圖書銷售，全國相關書店近兩萬家，而大眾書店卻只有1,800家。在大眾、專業和教育三大出版領域中，印度教育圖書市場發展速度驚人，K12教科書市場銷售額自2007年8月學年以來上漲達191%，從630億元上漲到2013至2014學年的1,860億元。同期，學術和高等教育類圖書銷售額更是增長了251%，達到560億元。雖然，印度出版業發展態勢良好，但印度出版社和書商亦面臨著盜版、協調難、發行環節繁多冗長、缺少政府直接投資等諸多嚴峻的挑戰。■ [資料來源：出版商務周報](#)