

2015全球消費 軟包裝市場規模 約917億美元

全球軟包裝市場增勢迅猛，亞太地區的需求更是大幅攀升。2015年全球消費軟包裝市場規模約917億元（美元，下同），預計2020年將達1,140億元，年均增長4.4%。其中食品類包裝應用範圍最廣泛，2015年佔全球消費級軟包裝需求量的四分之三。

亞太區超市、便利店日益普及，中產階級崛起，催生市場對食品包裝安全、品質的要求提高，對便利性、環保等指標也日趨重視。亞太區食品飲料、個人護理品、藥品等行業的發展帶動軟包裝市場需求量顯著增長。軟包裝輕薄，但由許多不同的材料層組成，能滿足密封、印刷上色、堅韌性等不同需求。高性能黏合劑技術則廣泛應用於食品軟包裝領域，有效防止物品變質或包裝物質侵入，以滿足軟包裝技術需求、提高包裝品質和安全性等。 ■

資料來源：國際商報

2019年全球標籤印刷市值 將達416億美元

美國印刷工業協會發佈數據顯示，2019年全球標籤印刷市場價值由2014年的327億元（美元，下同）增至416億元，年均增長率達4.9%。2014年食品包裝標籤消費量佔總量的47%，其中食品與飲料包裝標籤消費量佔比達63.9%；最廣泛使用的標籤為壓力敏感標籤，2014年其市值佔總量的64.6%，規模佔比為56.6%。

標籤市場的需求受經濟環境影響減少。發達國家和地區的標籤技術發展相對成熟，但未來五年內北美、西歐與日本等地的標籤需求增長率將低於世界平均水平。發展中國家的部分新興市場中，標籤印刷市場的增速或將達到GDP的增速水平，甚至更高。亞洲在全球標籤印刷市場中佔比最大，2019年其市場份額將超過41%，而中國與印度兩國的增速將領跑亞洲市場。 ■

資料來源：中國新聞出版廣電報

美國製造業36個月來 首次出現萎縮 PMI 低於榮枯線水平

美國製造業採購經理人指數（PMI）2015年11月指標低於榮枯線水平，顯示美國製造業自2012年11月以來36個月內首次出現萎縮，相反，美國總體經濟已保持了78個月的連續增長。

2015年11月PMI為48.6%，比10月的50.1%下降1.5%。同時其他指數也不甚理想，新訂單指數為48.9%，比10月下跌4%；生產指數為49.2%，滑落3.7%；價格指數為35.5%，減少3.5%；庫存指數為43.0，降幅為3.5%。

在18類製造業中，有10類出現萎縮，分別為服裝、皮製品、塑膠橡膠製品、機械、初級金屬、石油及煤製品、電動設備儀器與部件、電腦與電子產品、傢俱及相關產品、金屬製品、化工产品；五類製造業有所增長，分別為印刷及相關支持活動、非金屬礦產品、雜項製品、食品飲料及煙草產品、運輸設備。 ■

資料來源：商務部

全球數字印刷 佔印刷包裝產業總市值 13.9%

史 密琴斯·皮爾研究所的調查報告顯示，2015年全球數字印刷市值佔印刷包裝產業總市值的13.9%，佔市場總規模的2.5%。2010年，這兩個數值僅為9.4%、1.9%。開拓數字印刷業務可為印刷企業提供新的市場機遇，其低成本、短運行、快速周轉的優勢，亦推動數字印刷市場發展向好。預計2020年數字印刷市值佔比將達到17.4%，市場規模佔比達3.4%。

印刷產業的生態環境正在逐步從傳統業態轉變為數字業態。越來越多的印刷企業採用新技術、新

應用與新商業模式，以迎合市場對按需印刷與短版印刷的需求。在印刷包裝領域中，數字技術對廣告印刷的滲透率最高，採用數字印刷方式的廣告產品市值佔廣告印刷總市值一半以上，佔總市場規模的22%；數字印刷的圖形產品緊隨其後，市值約佔圖形印刷總量的20%，規模佔比達17%；數字印刷技術在包裝裝潢與出版物印刷領域尚未發揮出明顯效用，市場發展仍處於起步階段，市值分別僅佔總量的5%、2%，規模佔比約為8%、4%。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

印刷新應用之 發展機遇

由 drupa 團隊發佈的第二份「全球視角」報告《觸摸未來——帶來發展機遇的應用》分析了數字技術如何改變印刷的需求，支持新的印刷應用，並創造發展機遇；還總結了良好的印刷應用只有在規劃、整合和行銷均合理的情況下，才能推動營收增長，以及激發盈利潛力。

未來30年，世界人口仍將繼續增長，特別是發展中國家，其教育和生活水平將有所提升，對印刷的需求隨之增長。同時，貿易需求的擴大，將遠超過經濟衰退帶來的下滑，為印刷創造更大需求。未來數年，傳統印刷仍將佔據主導地位；數

字印刷結合工作流程自動化，才能提高可靠性及產品質素，並更加輕鬆地創造靈活的生產流程，縮短生產周期。

此外，投資仍是提高績效，實現可持續性的最佳途徑。不過投資並不是簡單地更換設備，而是提供新產品或服務的集成印刷應用，以滿足客戶需求。印刷的核心是另一種形式的製造業，而製造業正在經歷由數字技術推動的快速、根本性變化。實現數字化需要重新檢查完成業務的整個方式，理解在何處能創造新價值，如自動化的集成式生產新市場、新產品或新客戶。工作流程自動化對於不同印刷領域及應用，其成功或將取決於印刷產品、由數據服務和自動化工作流程支撐的網絡，以及移動通訊平台的集成度。■

資料來源：科印網

2015年第三季度打印機 全球出貨量增長9.9%

國際數據資訊 (IDC) 的消息稱，2015年第三季度全球打印機出貨量增長接近兩位數，為9.9%；其中包括打印機、複合機在內，第三季度的出貨量增加約10,500台。

2015年，打印機在全球各大市場都實現了樂觀的增長，其中亞太地區（日本除外）比2014年同期增長15.7%，美國、西歐、日本分別為15.3%、12.1%、1.0%。噴墨印刷產品較2013年同期實現了8.8%的增長。在噴墨領域，佳能、理光、惠普佔據市場份額的前三名，共佔一半以上的噴墨市場份額。經過第二季度的低迷，噴墨產品在第三季度實現了巨大的反彈，出貨量同比和環比都有大幅度的增長。■

資料來源：EEFOCUS

印度連續三個季度 打印設備出貨量增長

國際數據資訊 (IDC) 的調查報告顯示，2015年第三季度，印度打印機市場增長11.1%，出貨量達到984,337台。

中小企業和SOHO一族大量的 InkTank 打印機需求，以及2015年三季度印度節慶促銷的帶動下，噴墨打印機市場發展勢頭強勁。IDC 智能打印機數據流程 (IPDS) 市場分析師 Riyaz Ahmed 表示，

日本近半勞動力 將被機器人代替

日本野村綜合研究所發佈研究成果稱，未來10至20年內，日本所有勞動者49%的工作將可能被人工智能 (AI) 和機器人代替。

研究指出，需要分析數據和固定程序操作的工作、不太需要特別技能和知識的工作很有可能被代替。如網絡維護員、建築施工人員和計程車司機等職業被代替的可能性較高。此外，創造抽象概念、需要與他人協調和說服他人的外科醫生、時裝設計師等職業被代替的可能性較低。

英國牛津大學奧斯本副教授認為，美國勞動人口的47%、英國的35%有可能被人工智能和機器人代替。野村綜合研究所2030年研究室表示，日本的比例超過美英，可能因為白領員工的勞動生產效率低下，從事能夠被人工智能和機器人代替職業的人較多。■

資料來源：中國新聞網

打印成本下降後，刺激了打印機的銷量。目前，中小企業和SOHO一族酷愛 InkTank 打印機，未來家庭用戶也有可能成為其主要使用人群。

受政府採購驅動，第三季度印度激光打印機市場出貨量同第二季度相比亦增加了6.8%；激光影印機市場大幅增長43.6%。IDC 還表示，印度是2015年亞太地區唯一連續三個季度實現打印設備出貨量增長的國家。■

資料來源：再生資源

全球包裝業巨頭 RPC Group Plc 計劃收購全球密閉包裝系統

全球包裝業巨頭 RPC Group Plc 宣佈，計劃花費 6.5 億元（歐元，下同）收購全球密閉系統（Global Closure Systems, GCS），擴大全球影響力，並擴闊在利基密閉市場的業務範圍。這筆交易經過了 RPC 股東和監管部門的批准，預計在 2016 年三月底之前達成，交易將合併歐洲兩個最大的注塑機企業。

GCS 成立於 2005 年，專注於密閉業務，截止到 2014 年 12 月 31 日，其銷售額為 5.905 億元，利息、稅項、折舊及攤銷費用為 8,280 萬元。GCS

是歐洲第 14 大的注塑機企業，在該地區銷售額為 4.4 億元。除歐洲以外，還在美國、墨西哥、泰國、菲律賓和中國等地設有製造工廠，在全球合共擁有 23 個生產基地。

RPC 的首席執行官 Pim Vervaat 表示，GCS 的收購為 RPC 提供了一個擴大產品種類的機會，帶來高度互補的密閉系統、解決方案和技術。此次收購將加強歐洲剛性塑膠包裝市場，每年還能節省約 1,500 萬元的淨成本。■

資料來源：中塑在線

可控溫包裝袋 iFoodbag 面世 或會革新線上生鮮食品業務

瑞典公司 iFoodbag 研發出一種產品，可能對在線食品領域產生革命性影響。iFoodbag 是一種可以控制溫度的包裝袋，可以冷藏和冷凍食品長達 24 小時，在網上購買食品將會更方便。

iFoodbag 包裝袋進行了多次測試後，現已面向市場，可在全球各地購買。iFoodbag 公司的首席執行官和創始人 Karl Fallgren 首次展示這種食品包裝用紙袋，還宣佈與線上食品零售商 Mat.se 合作。

iFoodbag 公司跟全球包裝企業 Mondi 簽訂了一份合作協定，建設了一條相關的製造生產線，生

產地選在波蘭。據創始人 Karl Fallgren 表示，公司打算於 2016 年賣出 2,000 萬個 iFoodbags。這種可控溫包裝袋使運送冷藏貨物更便宜簡單，還能減少食物浪費；此外，因為不需要過多食品添加劑，所以還能間接提高食物品質。■

資料來源：雨果網



■ iFoodbag 可控制溫度，冷藏和冷凍食品長達 24 小時。

2015全球領先油墨生產商報告 貨幣匯率波動為最大變數

合 共24家企業入駐2015全球領先油墨生產商報告公佈的榜單，名列前茅的企業變化非常小。對油墨製造商而言，2015年最大的變數是貨幣匯率的波動。

2014年初，一歐元可兌換1.38美元，一日元可兌換0.00952美元；2015年初，一歐元只能兌換1.21美元。貨幣匯率的波動嚴重影響油墨製造商的原材料購買力，如油墨製造商不能將影響轉嫁給印刷企業，將影響其利潤率。

近年，印刷油墨行業面臨著許多挑戰，各公司均努力嘗試提高銷售。通過為新的印刷領域開發新產品、在新興市場增加新業務、推出新產品，努力創造新的增長機遇。2014年度全球市場也在持續轉移中。亞太地區，拉丁美洲及東歐的市場在擴張，而北美及歐洲市場則完全成熟。原材料方面，近年雖然有顯著的供應和成本方面的問題，但大部分保持穩定。■

資料來源：中國噴墨

10月全美印刷書寫紙 出貨量下降8%

美 國森林紙業協會發佈《2015年10月全美紙業報告》顯示，2015年10月全美印刷書寫紙出貨量同比下降8%，庫存量環比減少3%；牛皮紙出貨量為14.92萬美噸，同比上升7.2%；箱板紙產量同比增長2%，環比增長0.5%。

印刷書寫紙中，在2015年截至10月前，未塗布化學漿紙出貨量出現四次同比下降，10月下降幅度為4%；塗布化學漿紙（銅版紙）出貨量同比下調7%；未塗布機械漿紙出貨量同比略降3%；塗布機械漿紙出貨量同比銳減21%。

2015年1至10月全美牛皮紙出貨量比2014年同期微增2%，月末庫存量累計7.68萬美噸。牛皮紙中，10月漂白牛皮紙出貨量由8,600美噸增至9,400美噸；本色牛皮紙出貨量由12.8萬美噸增至13.98萬美噸。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

排名	公司名稱	銷售額 (億美元)
1	DIC 株式會社 (太陽化學)	34.7
2	富林特集團	29.0
3	東洋油墨 SC 控股株式會社	14.1
4	阪田油墨株式會社	13.0
5	盛威科	11.0
6	胡貝爾集團	10.2
7	T&K Toka	4.95
8	東京印刷油墨製造株式會社	4.78
9	錫克拜公司	4.00
10	富士膠片北美公司	3.75
11	阿爾塔納	3.00
12	大日精化工業株式會社	2.46
13	葉氏化工集團有限公司	2.07
14	Epple Druckfarben	1.95
15	Wikoff 色彩公司	1.75
16	皇家荷蘭萬松印刷油墨公司	1.30
17	Sanchez SA de CV	1.26
18	新鄉市雲德翔川油墨有限公司	1.00
19	Zeller + Gmelin	1.00
20	珠海市樂通化工股份有限公司	0.95
21	大韓油墨株式會社	0.87
22	DYO Printing Inks	0.55
23	Chimigraf Ib nca,S.L	0.50
24	迪高油墨	0.48

2020年全球UV固化油墨市場 有望達35億美元

美國聯合市場研究機構的報告預測，2020年全球UV固化油墨市場將達到35億美元，2015至2020年間的複合年均增長率超過15.7%。

包裝食品及飲料行業的增長，帶動了標籤印刷需求的上升，成為UV油墨的主要增長領域；藥品和消費品標籤應用需求增長，讓亞太市場UV標籤油墨技術快速提升。因為UV固化油墨適用於

各種基材，所以成為溶劑及水性油墨技術的理想替代品。得益於出色的附着力、快速固化能力和更好的耐久性，2014年自由基UV油墨領域佔據了全球UV固化油墨市場份額的90%。

近年印刷行業面對環保法規限制VOCs的排放，UV固化油墨的固化特性有望促進在出版領域的應用。傳統油墨存在著固化速度慢、圖像精度低等亟待解決的問題，推動了即時固化高品質、環保油墨的需求。未來，出版和印刷行業有望成為UV油墨的主要消費行業，消費品領域複合年均增長速度最快。2020年，出版及印刷行業將佔到整個市場銷售份額的三分之一。■

資料來源：中國投資諮詢網

國際書企發佈財務報告 2015年第三季度整體穩健但電子書疲軟

西蒙與舒斯特、哈珀·柯林斯、阿歇特、企鵝蘭登書屋等國際書企發佈2015年第三季度財務報告，顯示各社業績平穩。

西蒙與舒斯特第三季度銷售同比增長2%至2.03億美元，電子書收益佔總收益的25%。第三季度息稅前利潤達到4,200萬美元，同比增長100萬美元。

哈珀·柯林斯第三季度全球收益增長1%，達到4.09億歐元，但息稅前利潤卻讓人大跌眼鏡，同比大跌24%，為4,200萬美元，三季度電子書銷售佔比為20%，約為8,200萬美元。

阿歇特母公司第三季度出版業務同比增長2.0%至6.07億歐元，其在英國的分部增長1.2%；阿歇特旗下的Hodder Education出版社的業務，以及Octopus出版社的繪本書是增長的主要動力。電子書佔成人平裝書的市場比例為30%，2014年同期為34%。

培生集團第三季度整體營收下降2%，英國教育政策的變化、美國大學市場佔有率的下降，以及南非不佳的教材表現影響了市場預期，但其屬下的企鵝蘭登書屋的表現依然堅挺，不過，電子書銷售的弱勢抵消了部分增長。■

資料來源：中國出版傳媒商報

美國報紙 組織結構大變革

互 聯網時代中，美國紙質媒體遭遇新媒體的嚴重衝擊，為擺脫困境大都選擇走數字化的轉型之路，堅持「內容為王、網絡優先」的發展戰略，積極推進媒體融合創新。

為迎接數字化轉型，美國各紙質媒體改革了採編流程，並把內容管理系統（CMS）的搭建作為推

進媒介融合的關鍵；在組織結構上，增設類似受眾（數據）發展部、社交媒體部等部門和新興崗位，加強採編與技術、經營之間的協作，強化數字化內容的生產等。

微視頻是美國紙媒數字化轉型的另一個重點發展方向，並成為吸引廣告商的一個重要來源。現時美國有不少傳媒機構成立了視頻產品部，製作視頻。在運營上與美國在線、谷歌、雅虎等平台合作，通過製作和出售視頻、付費牆及視頻廣告等獲取收益。

美國報業集團大都是一個擁有紙媒、網站、商業電視、廣告電台等不同媒介的大型媒體機構，這種組織形態有利於紙媒的融合發展。近期美國報業集團出現了將紙媒和電視等媒體，拆分成不同媒體集團的新趨勢。■ 資料來源：傳媒評論

NASA 推出 3D 打印咖啡杯

在 微重力的太空環境中，如在地面上般優雅地享用咖啡是相當困難的。由於無重力或微重力環境會讓液體變得難以控制，因此一直以來太空站中的宇航員都需要把咖啡或其他飲品裝在「輸液袋」中，才能吸取飲用。為此，美國太空總署（NASA）推出了一種由3D打印技術製作的咖啡杯，借助特殊的容器造型讓宇航員獲得類似於正常重力環境下的飲用體驗。

因為太空幾乎沒有重力，所以傾斜普通杯子時，液體難以流出。通過深入研究微重力環境下液體流動行為後，美國波特蘭州立大學的Mark Weislogel在杯子側壁設計了一個巧妙的V型凹槽，可利用液體的表面張力將液體引流出杯外，讓宇航員更方便地在太空站飲用咖啡，現時這成果已被多名宇航員親身體驗和印證。■

資料來源：騰訊數碼

日本大多數讀者仍 偏愛紙質圖書

日 本電子書是一個價值10億美元的市場，不過一直支持這行業發展的人相對較少。《英國圖書商報》對日本讀者進行調查發現，日本讀者對數字圖書的接受程度直線下滑，94%的讀者更傾向紙質圖書。

在線市場研究機構 Cross Marketing 在日本東部進行了調查，51%受訪者表示會經常閱讀，但只有6%表示會經常購買電子書。研究顯示，87%的常規讀者仍然會選擇在實體書店購買圖書，其中有45%會在亞馬遜等網上銷售商購買，有37%仍然經常從二手書店購買圖書。■

資料來源：中國圖書出版網