

2020年 全球印刷 市場將達 8,240億美元

全球權威的紙張和印刷業調研公司史密瑟斯·派諾發表了最新調查報告《2020年：全球印刷業的未來》，對印刷和包裝業未來五年的發展表示樂觀。

調查報告預測和分析了行業的發展趨勢，以及全球大型印刷和包裝企業的現狀。報告指出全球印刷市場的產值預計將從2010年的8,060億美元，增長至2020年的8,240億美元。但印刷產量將有所下降，預期從2010年相當於50.5萬億張A4紙的印量，下降到2020年相當於49萬億張A4紙的水平。總體而言，儘管印刷產量有所下降，印刷產值卻在不斷上升，這主要歸功於高附加值產品，特別是包裝產品的增長帶動，而印刷客戶的分佈也將變得更加分散。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

歐洲 打印機廠商協議 降低產品能耗

歐洲打印行業各大生產商借由《節能減排自願協議》發起的節能倡議效果顯著，在2011年至2014年間的能耗減少了30%以上，實現了高效節能生產的目標。

據外媒報道，該協議由歐洲印刷協會起草，並經歐洲委員會核准，要求生產商遵守一系列嚴格的设计和信要求，以節省能耗，實現生產循環和優化紙張使用。

全球每六起貿易保護措施中 就有一起針對 中國裝備製造業

儘管乘著「一帶一路」政策的東風，中國裝備製造業卻在全球貿易保護的集中「炮火」下，承受巨大壓力。中國機械工業信息研究院發佈的系列研究報告顯示，2009年至2016年2月，全球範圍內發起的7,948起貿易保護措施，共對232個國家（地區）的經貿產生影響，中國佔據3,831起，是最大受害者。

在所有針對中國的貿易保護措施中，裝備製造業以1,304起居各行業之首，佔比達三分之一，即全球每六起貿易保護，就有一起是針對中國裝備製造業。報告顯示，70%以上影響中國裝備製造業的貿易保護措施由G20發起。發起數量最多的前10位分別為巴西、印度、俄羅斯、阿根廷、哈薩克斯坦、白俄羅斯、美國、印尼、德國和波蘭。

儘管中國已加入WTO，根據協議能夠獲得關稅減讓，但目前各國對中國裝備製造業採取的保護措施類型依然主要是進口關稅，數量佔比達43.9%，其次是國家援助計劃和本地含量要求。■

資料來源：界面

最新的能耗報告顯示，2011年至2014年期間，噴墨產品的能耗降低了35.6%。同期，歐盟地區內沒達到《節能減排自願協議》標準的產品銷量減少了一半以上。目前，加入《節能減排自願協議》的企業已經佔據了歐洲地區99%以上的市場份額。■

資料來源：再生時代

德國印刷和紙張機器製造業 市場前景良好

據 德國印刷傳媒早前報道，德國印刷和紙張製造業種種跡象，都表明其前景轉好。如德國機械及製造商協會（VDMA）下屬的印刷和紙張技術專業分會最新公佈，印刷和紙張業以填滿的訂貨登記冊進入2016年的 drupa 年。

然而，國內發展與出口的形勢不同。與2014年相比，印刷和紙張技術設備新訂單總共增長

10%。印刷機製造商報告訂單增加9%。據專業分會稱，紙品加工機器的訂單繼在2014年增長29%之後，2015年訂單收入再次大增21%。

德國相關製造商通過傳統較強的出口業務，2015年銷售額較2014年略有增長。同時，其國內銷售額又大幅下降13%，中國經濟的降溫亦影響相關設備的需求量。據數據表明，2015年頭八個月對中國的出口額，比上年同期下降了十分之一，而歐盟國家則增長了22%。

在紙品加工機器方面，2015年德國國內銷售額增長13%，國外銷售額增加9%。然而，德國印刷和紙張製造業2015年的總銷售額再次虧損6%，國內總銷售額甚至下跌24%。VDMA協會的印刷和紙張技術專業分會主席Markus Heering解釋，由於2014年疲軟的訂單收入，預示這種不景氣的發展來臨。在印刷機器方面，增加18%的歐盟國家訂單，將佔總增長幾乎近十分之一，所以德國業內期望2016是更好的一年。■

資料來源：科印網

包裝尺寸多樣化 成全球食品行業趨勢

美 國發佈的《肉類的力量》調查報告顯示，消費者在肉類銷售區做出購買決定時，非常重視商品的便利性、多樣性和透明度。對於小家庭和年輕人群來說，包裝的附加值更為重要。同時，隨著品牌的產品組合不斷擴張，要想滿足消費者不同時間、不同場合的使用需求，產品必須提供更多的規格尺寸，以供選擇——小的更小，大的更大。因此，未來包裝的尺寸可望趨向多樣化。

近年來，肉類、甜食和飲料都有了更小尺寸的包裝，消費者的需求引領著這些產品在包裝尺寸方面進行創新，其他食品也應緊隨市場潮流，推出更多不同尺寸的產品包裝。

要實現食品包裝尺寸的多元化，相應的包裝機械將面臨改革創新。雖然中國目前部分的包裝機械已開始生產新尺寸包裝，但是相關技術和設備製

造能力還未達到成熟階段，與國際先進水平相比存在較大差距。因此，中國包裝機械生產商需要及時研發更新的技術，以及提高設備製造能力，以滿足消費者的需求，並跟上世界包裝機械的技術水平。■

資料來源：中國食品報



■ 隨著品牌的產品組合不斷擴張，要想滿足消費者不同時間、不同場合的使用需求，產品必須提供更多的規格尺寸以供選擇。

歐美推動環保減廢 紛紛實施回收 包裝廢棄物政策

循 環利用包裝是減少浪費、降低污染的有效方法，但執行起來卻並非易事。這問題早在上世紀90年代的發達國家就已顯現，多年來，許多國家紛紛通過制定相關政策法規，強制性規定回收包裝廢棄物的行為。

為了提高回收積極性，美國各地政府根據企業包裝回收利用率的高低，適當免除企業相關稅收。同時，該國還在《資源保護與回收利用法》中，規定「減少包裝材料的消耗量，並對包裝廢棄物進行回收再利用」。美國已在包裝廢棄物回收利用方面，形成了產業化運作，不僅改善了環境、提高了資源利用率，而且提供了大量的就業機會。

歐洲國家也曾制定有關包裝回收的法律規定和策略。例如，法國在1994年出台的《包裝廢棄物運輸法》中明確規定，消費者有義務將廢棄的包裝物主動交予生產商或零售商作回收處理。而在荷蘭的《包裝條約》中，亦特別要求企業支付一部分費用，以支持國家實行環保計劃。■

資料來源：印聯傳媒

2016年北美印刷企業 對行業持樂觀態度

北 美印刷企業在2016年初的幾起併購事件引起了業內的廣泛關注。對於今年併購趨勢持續升溫，美國《包裝印刷》雜誌社發表社論稱這種趨勢「令人鼓舞」，在很長一段時間內，北美印刷業首次出現市場中買方比賣方多的情況，可見2016年北美印刷企業對行業的態度正趨樂觀。

剛過去的2015年是北美印刷業勢態頗佳的一年，私人股權投資者的參與正逐漸增多。在數年前，這些創業融資人不會像現在一樣參與到印刷業的併購當中，這正顯示市場對行業重拾了信心。

據預測，2016年印刷業和經濟整體將保持適度卻明顯的增長，企業間的重組併購還將持續一段時間。■

資料來源：互聯網

芬蘭2015年印刷書寫紙 產量同比減少2.8%

芬 蘭森林產業聯合會公佈的最新統計數據顯示，2015年，芬蘭紙與紙板產量總計達1,030萬噸，同比減少0.9%。其中，印刷書寫紙590萬噸，同比減少2.8%；紙板產量310萬噸，同比增長3.6%。此外，化學紙漿產量710萬噸，同比增長1.7%。

2015年，芬蘭造紙業的UPM公司、Mondi公司、Ahlstrom公司等採取了國內減產總計55萬噸的措施。芬蘭森林產業聯合會為了維持國內紙業的競爭力，自去年秋季以來，在與各工會的談判中，多次強調降低單位勞動成本和抑制工資上漲等措施。■

資料來源：中國綠色時報

德國漢堡公佈「綠色採購指南」 將全面禁止一次性包裝

作為減少環境垃圾的一部分，德國的第二大城市——漢堡公佈了一份150頁的「綠色採購指南」，將在公共建築中全面禁止一次性包裝，其中包括瓶裝水、瓶裝啤酒、塑料盤子、餐具、空氣清新劑、霍亂清潔用品等；同時禁止的還有在國營建築中使用的一次性咖啡膠囊，成為了世界上首座發出這禁令的城市。

漢堡政府環境和能源部門的發言人 Jan Dube 表示，這些包裝通常會導致不必要的資源消耗，並且會產生廢物，甚至會導致鋁污染；如一次性的咖啡膠囊的成分通常由塑料和鋁的混合物，不便於回收；而六克的咖啡便需要三克的包裝材料。漢堡政府認為不應該這樣使用納稅人的錢，在國營建築中使用這類一次性咖啡膠囊。甚至，咖啡膠囊的發明者 John Sylvan 也在一次採訪中公開發表示，十分後悔發明了這種膠囊。



■ 德國漢堡公佈的「綠色採購指南」，將在公共建築中全面禁止一次性包裝，其中包括在國營建築中使用的一次性咖啡膠囊。

儘管當地政府反對咖啡膠囊的使用，但是在一次性咖啡市場中，其比例還在繼續增長。美國幾乎三分之一的家庭都使用吊艙式咖啡機，會應用大量的咖啡膠囊，而13%的德國人更每天都喝一次性包裝的咖啡。■

資料來源：中國印刷

韓國自然主義包裝理念 由奢到簡的設計

商家對產品概念進行準確定位，可以牢牢抓住消費者的心理，使其忠於品牌，而包裝設計便可加強產品的定位。在包裝設計中，自然主義就是從包裝的本質出發，以極簡的方式表達產品內在的核心屬性。包裝設計師通過視覺要素的提煉，將簡潔的包裝展現在消費者面前，在極簡中呈現自然主義。

如韓國部分有機農產品的包裝設計般，包裝均以4R為原則進行設計：通過製造工藝呈現最佳

的包裝設計，減少資源浪費（Reduce）；以食品可在保質期內放心食用為前提，通過最合理的設計減少過度包裝（Remove）；使用後也可以再利用和再回收（Reuse / Recycle）。設計師首先確定包裝的關鍵詞——無添加設計，因而在設計過程中，沒有任何華麗的裝飾，完全忠實於產品本身，只需要在外包裝上印上公司名稱即可。

包裝設計應為消費者的需求著想，在功能附著於包裝設計後，還需要更好地滿足消費者的安全環保要求。隨著環境問題日益嚴峻，環保意識已經深入到自然主義的包裝中。作為包裝設計師，應該堅持綠色環保的原則進行設計。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

法國報刊在重壓下 探索發展新模式

聯合國教科文組織對2004年至2013年文化產品貿易進行統計和分析，指出10年間全球文化產品貿易額增長了一倍，但作為紙媒主打產品的報刊卻在數字化的潮流中不斷下滑。可見數字化轉型已然是各國紙媒共同面臨的挑戰，擁有深厚讀者基礎的法國報刊企業也在重重壓力下，開始探索新的發展模式。

法國媒體發行監督機構OJD於今年1月發佈報告，調查了2015年法國媒體的發展情況。隨著手機，特別是平板電腦的普及，法國讀者開始愈加青睞數字化閱讀，有多達3,510萬法國人（佔人口68%）閱讀數字化媒體報道。閱讀新聞已超過瀏覽視頻，成為法國用戶使用平板電腦的最主要功能。總體上，傳統紙質媒體的閱讀量佔比已經下降至54%，數字化閱讀迅速攀升至46%，並有繼續擴大比例的趨勢，預計2017年將佔到半壁江山。

根據AudiPresse的統計，法國55%的推特用戶通過媒體公眾號獲取信息，平均每天閱讀量為6.3條。在激烈競爭中，法國紙媒秉承深度報道傳統，力爭以內容取勝，通常會在簡訊中加入相關長文報道的鏈接，將讀者引導至紙媒網站，從而增加用戶黏性。法國媒體數字化轉型的一個主要模式被稱為數字銷售，即媒體有償向訂閱者發送PDF格式的電子版報刊，讀者可選擇在平板電腦、手機等多平台上自由瀏覽，大大提高便捷性。

隨著版權保護相關立法和措施的不斷完善，數字化閱讀的優勢逐漸得到那些習慣於免費獲取網絡

國際紙業將出售 中國和東南亞 瓦楞紙包裝業務

大型全球跨國企業國際紙業公司（International Paper Co., IP）早前稱，該公司已同意以約1.5億美元出售其在中國和東南亞的瓦楞紙包裝業務，進一步推進旗下製造業務重心轉移出這地區的計劃。

早在2015年10月，國際紙業已與一位潛在買家簽署出售旗下中國瓦楞紙包裝業務的意向書，並稱向Xiamen Bridge Hexing Equity Investment Partnership Enterprise出售上述業務的交易價值約10億元人民幣，按照當前匯率換算，約合1.5億美元。該公司表示，如果滿足完成交易的條件，並獲得監管批准，這樁交易預計將於未來幾個月完成。

此外，出售中國和東南亞的瓦楞紙包裝業務後，國際紙業有計劃通過從俄羅斯和美國工廠進口，以滿足中國市場的需求。■

資料來源：華爾街日報

資訊的讀者認可，付費閱讀的觀念也開始被廣泛接受。2014年以來，數字銷售的強勁增長很大程度上緩解了法國紙媒業績連年急跌的趨勢，並有望在不久的將來，徹底扭轉發行量長期下滑的局面，為傳統紙媒帶來新機遇。■

資料來源：中國科技網

日本報業發行量領先全球 未被新媒體打倒

根 據世界報紙和新聞出版協會調查數據顯示，2014年全球發行量前三的報紙分別是日本的《讀賣新聞》(969萬份)、《朝日新聞》(745萬份)以及《每日新聞》(332.2萬份)。

日本人熱衷於讀報的原因，一是當地獨特的報紙發行制度，該國擁有覆蓋率極高的報紙配送站。根據日本新聞協會發佈的數據顯示，2014年全國的報紙住戶配送比例為95.19%，而通過便利店、報刊亭等公共場所零售的比例僅為4.28%。

二是日本注重培養年輕一代的讀報興趣。該國頗具前瞻性地從1989年開始就在中小學校推廣「報



■ 由於日本擁有覆蓋率極高的報紙配送站，以及注重培養年輕一代的讀報興趣，所以日本報業發行量領先全球。

紙參與教育」，這也間接促進了一代又一代日本人對報紙的特殊感情。

此外，日本人的版權保護意識非常高。由報社、電視台和通訊社組成的日本新聞協會在1997年發表了《關於網絡著作權的聲明》，要求互聯網企業、電子媒體在轉載新聞信息前必須取得報社、電視台或通訊社的同意，並註明轉載來源，否則將視為侵權。■ 資料來源：羊城晚報

NASA 將發送 3D 打印工廠至太空

早 在2014年9月21日，NASA 首台零重力3D打印機搭乘Falcon 9火箭前往國際空間站，兩個月後，完成了首個太空3D打印項目。NASA在國際空間站安裝3D打印機是為了測試宇航員在微重力下，自主製造零部件和工具的可行性，測試目的是將從地球向太空運送零部件和工具的次數降至最低，加快空間站的自給自足。

據最新報道，NASA 打算向國際空間站發送一座商業製造工廠 AMF，3D打印機廠商 Made in Space 負責提供相關的技術支持，其也是首台零重力3D打印機和AMF的製造商。



■ NASA 打算向國際空間站發送一座具備3D打印功能的商業製造工廠。

Made in Space 的產品策略主管 Spencer Pitman 表示，公司已獲得20個付費用戶，包括準備舉辦太空相關設計大賽的高中、打印醫學研究組件的大學，以及想要打印衛星和其他航天器部件的公司。現時，其太空打印機可以打印30種材料。■

資料來源：雷鋒網

2016年 全球數字出版業 三大趨勢展望

據 美國《出版商週刊》文章分析，2016年數字出版市場會有一些新變化。

早前，企鵝蘭登書屋針對圖書館，制定了新的服務款項和定價機制，並已經開始執行。此舉的亮點在於圖書館獲得了電子書的永久使用權，無需重複購買。目前電子書的問題為出版商提供的服務條款各不相同，催收經理需要花大量時間監測

作品的授權使用期限。企鵝蘭登書屋開了個好頭，希望2016年有更多出版商開放或簡化針對圖書館的服務項目。

2015年美國一些主要出版商的電子書收入均有所下降，並持續到2016年。2016年電子書的市場份額會繼續萎縮，出版商對電子書的定價偏高，消費者再度青睞紙質書，未來幾年這種趨勢還將持續。電子書銷量下滑給傳統圖書出版業帶來曙光，美國書店的銷量均以個位數或兩位數的比例強勢增長。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

德國街頭 創意書架 提供便捷閱讀服務

自 2011年始，德國不少大中型城市如柏林、漢諾威、波恩、科隆的街頭，開始陸續出現一種簡易的公共閱讀載體——開放式公共書架。一座配有玻璃門的多層書架能夠放置200多本書，從小說到工具書應有盡有。

書架的倡導者和主要資助者德國IT高管邁克爾·阿布曼表示，街頭開放式公共書架向全體市民免費開放，不論年齡、教育水平，取書不登記、還書日期不固定，市民可以隨意拿取書架上的書，也可以將自己的書放進書架供他人閱讀。

開放式公共書架的設立為喜愛閱讀的人提供了便捷、基本、均等的閱讀服務，也為「地鐵一族」、

「公交一族」創造了便利、輕鬆的閱讀環境，無形中讓閱讀成為市民日常生活的一部分。

書店經營者埃爾瑪·梅特爾表示，街頭開放式公共書架的設立對於書店而言不僅沒有形成競爭，反而極大地促進了書店圖書的銷售量。德國不少網上書商也表示十分支持公共書架在街頭的設立。■

資料來源：中國文化報



■ 德國不少大中型城市設有開放式公共書架，為喜愛閱讀的人提供了便捷、基本、均等的閱讀服務。