

2015年全球貿易總額 同比大幅下降

日本貿易振興機構（JETRO）估算，2015年全球貿易總額為164,467億美元，較2014年減少12.7%。上一次全球貿易總額出現減幅是在2009年，當時全球經濟受到2008年雷曼危機引發的環球金融海嘯影響。

2015年的全球貿易總額按商品類別來看，原油和天然氣等礦物燃料的貿易額同比減少40.3%，鐵礦石的貿易額同比下降41.4%，資源價格的下跌壓低了整體貿易額。以不同國家來看，俄羅斯的進口額同比下滑了36.3%，中國也減少了18.4%。引領世界經濟發展的新興經濟體經濟減速也影響了全球貿易情況。■

資料來源：環球網

2016年環球數字印刷機 上市量將達7.6萬台

日本矢野經濟研究所發表的商務打印機全球市場調查報告顯示，2016年全球數字印刷機的上市量預計將達7.6352萬台，較上年度增長7.3%。由於今後精簡的印刷模式需求擴大，預期到2019年數字印刷機的市場需求量將達9.4萬台。

受全球市場低迷的影響，2015年全球打印機上市量增長停滯不前。以生產商的發貨統計數量為準，2015年全球打印機的上市量為1.035億台，2016年得益於drupa 2016，一批業務用打印機新機種推出，在一定程度上激活了市場活力。預計2016年全球打印機上市量為1.06億台，較去年增長2.4%，

未來五年 國際噴墨打印走向

英國有機機構發佈了《全球噴墨打印未來（2016-2021）》報告，顯示2016年噴墨打印和印刷包裝市場的規模將達6,190萬美元，預計未來五年年均複合增長率為12.7%，世界各地都呈積極增長態勢。

目前，由於噴墨打印提供了替代模擬和數字印刷技術的經濟效益，加上新的市場應用不斷出現，各地都開始採用噴墨打印技術。這種快速增長鼓勵了供應商加大投資，持續為市場引入新技術，確保了噴墨打印持續提高的可靠性、高質量和穩定的生產力。

噴墨打印技術的應用使整個圖書和報紙行業的供應鏈得到很大改進，對標籤行業而言同樣具吸引力，而高性能窄幅印刷機和混合噴墨／柔版印刷機的市場也將得以增長。包裝市場方面，新的高性能噴墨打印系統即將進入市場，這技術也逐漸用於直接打印至瓶罐上，這也體現了其簡化包裝供應鏈的潛在功能。

噴墨打印技術的進步也為油墨製造商及印刷設備供應商帶來了千億的市場投資，溶劑型、水性和UV固化油墨等正在普及，雖然溶劑型油墨的市場份額持續下降，但水性和UV固化油墨卻迅速增長。■

資料來源：印聯傳媒

2015年全球打印機上市值約為3,938億元（美元，下同），數字印刷機上市值同比增長7%。隨著新產品的推出，企業對數字印刷機等設備的更新換代需求加大，預計2016年全球打印機的上市值有望達3,958億元，同比微增0.5%。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

2020年全球塑料包裝市值 預計達3,750億美元

新 發佈的行業報告《2014年－2020年食物飲料、工業、家用產品、個人護理、醫療等其他市場的塑料包裝應用分析和預測》顯示，2014年，全球塑料包裝需求總值為2,700億元（美元，下同），預計到2020年將超過3,750億元，2015年至2020年的複合年增長率為4.8%。在總量方面，全球塑料包裝總量需求早在2014年就達到了817,500噸。

報告還指出，2014年食品和飲料包裝是塑料包裝市場最大的應用領域，佔全年消費額的50%。此外，藥品和醫療包裝的需求在近年及未來數年都將持續增長。

早在2014年，亞太地區便掌控了超過30%塑料包裝市場的股權，未來，由於中國和印度的新興市場崛起，這個數字將會快速增長。該市場的第二大市場份額則由北美佔據，然而在預測期間，由於歐洲食品包裝行業的大量需求，塑料包裝市場在歐洲的份額將顯現強勁的增長趨勢。■

資料來源：中塑在線

日本印刷產業發展情況 依然低迷

日 本經濟產業省公佈的統計數據顯示，2016年4月，日本從業人員為100人以上單位的印刷業產值為329.75億元（日元，下同），較去年同期減少3.1%。

2016年1月至4月印刷業產值累計為1,307.48億元，較去年同期降低1.6%。2015年日本印刷業產值為3,971億元，較2014年微減0.3%。從各印刷領域來看，2015年商業印刷佔日本印刷業產值的37.1%，可見商業印刷的走勢左右著其市場的發展。

日本印刷業2015年產值與2014年同期相比減少0.3%，較2013年下降3.5%，2014年減幅收窄至0.6%，雖然日本印刷業業績仍然低迷，但正在逐步好轉。以增長率的貢獻度看，2014年商業印刷對日本印刷業增長率貢獻達1.4%，2015年更增至2.7%。

出版印刷佔日本印刷業總產值的份額則大幅減少，由2004年的30%減至2015年的18.7%，證券印刷也由2%減至1.5%。與此相反，包裝印刷的產品份額則大幅提高（由13%增至18.5%）。建築裝飾材料印刷也由3.2%穩步增至4.3%。該數據反映了日本出版業低迷的長期化、證券印刷物的電子化、包裝材料和建築裝飾材料的多樣化等現狀。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

英國收費政策減少 60億個塑料袋

英 國環境部門、食品和農村事物部門的統計數據顯示，2014年英國的零售商共發行了76.4億個一次性塑料袋，在推出一次性塑料袋徵收五便士的政策後，在2015年10月至2016年4月六個月間，該數字減少至六億。

英國環境部長表示，一年少發行了60億個塑料袋，意味著珍貴的海洋生物更安全，社區更清潔，國家其後也不會背負堆積如山的塑料，再消耗上百年的時間等待其分解。五便士的收費政策對環境和全國的公益事業來說都是巨大的成功。■

資料來源：中國包裝網

俄羅斯軟包裝市場預計 年均增長3.5%

俄 羅斯軟包裝市場營銷調研機構預測了2021年之前俄羅斯的軟包裝消費規模，依靠該國食品產量增長的拉動，在軟包裝市場樂觀發展及需求穩定上升的情況下，預計軟包裝的消費量年均增長3.5%，並將在2021年達到640萬噸。與此同時，2017至2018年的增長速度將達至5.4%至5.7%的最高峰。

2016年俄羅斯的軟包裝消費量預期將達到530萬噸，在2019年將超過600萬噸大關。在市場

亞洲離型紙市場 機遇廣闊

國 外市場調查機構AWA (Alexander Watson Associates) 開展的《亞洲離型紙市場研究》報告指出，亞洲離型紙市場機遇廣闊，應用包括標籤、食品、烘烤食品、衛生和膠帶等，該區是世界最大的離型紙市場，佔全球市場的37%。

報告又指2015年達47%的亞洲離型紙用於不乾膠標籤。同時，格拉辛紙／SCK紙是最受標籤行業歡迎的離型材料，亞洲的氣候條件也支持聚烯烴塗布紙作為離型紙使用，並且佔據了29%的市場份額。

另外，報告預期亞洲未來幾年的增長率約在7.6%左右，其醫藥、膠帶和工業市場的增長貢獻最大。亞洲離型紙市場的增長趨勢也得到了投資市場的支持，投資不僅來自西方公司，也來自本地區的企業；未來五年，僅來自中國的生產力方面的投資，就可能達到需求的兩倍。■

資料來源：Labels & Labeling

悲觀發展情況下，俄羅斯軟包裝消費量預計會微增2.3%。

俄羅斯軟包裝消費的增長速度將受到若干宏觀經濟因素的負面影響，包括居民購買力下降，消費者傾向更便宜的包裝形式，當地軟包裝市場規模增長放緩，不過這只是暫時情況，隨著經濟形勢的好轉，可以預期俄羅斯的軟包裝消費無論是在數量上還是在質量方面都會強勁增長。■

資料來源：東北網

日本紙國內上市量 時隔兩年多首現增長

日本造紙聯合會公佈的統計數據顯示，2016年6月，日本紙國內上市量達112萬噸，同比微增1.8%，時隔27個月後首次恢復增長。聯合會稱，6月紙上市量回升主要由於國內參議院的選舉增加了海報和宣傳冊的需求，同時也是去年紙市場低迷的反彈。

2016年6月，日本紙與紙板上市量總計達207.5萬噸，同比增長2%，連續兩個月增加。日本造紙聯合會馬城文雄會長表示，日本紙業正在向好發展，但並不表示產業結構已得到改善，還需要進一步觀察相關情況。■

資料來源：中國綠色時報

巴西2015年 紙漿、人造板和紙張 出口量增加

國際熱帶木材組織（ITTO）發佈的熱帶木材市場報告顯示，2015年1月至11月巴西紙漿、人造板和紙張的出口出現增長。

2015年1月至11月，巴西紙漿出口總量為1,050萬噸，與2014年同期相比增長9%；人造板出口56.4萬立方米，同比大增44%；紙漿、人造板和紙張出口總額為71億元（美元，下同），同比上調5.3%；貿易額為59億元，同比漲幅為16.4%。■

資料來源：中國綠色時報

芬蘭2016年第二季度 紙板紙漿產量同比上升，減排壓力大

芬蘭森林工業聯合會的統計數據顯示，當地2016年第二季度紙板產量達810,000噸，較去年同期增長4.8%，紙漿生產量則較去年同期增加4.4%，總計190萬噸。與2015年同期相比，2016年4月至6月的林業軟木鋸材產量不少於8%，產量上升至310萬立方米。

2016年第二季度，芬蘭紙產量萎縮8.5%降至160萬噸。另外，林業投資開始增長，但這種積極趨勢只能在競爭激烈的經營環境中持續。

另外，歐盟委員會承擔減排義務的出版部門早前補充了未被碳排放交易覆蓋的內容，對此，芬蘭森林工業聯合會總經理Timo Jaatinen表示，對於芬蘭來說，39%的減排目標非常具挑戰性。同時，他又指出在起草氣候和環境的相關法規時，必須充分考慮每年可持續性收穫的可能性，還要採取措施降低碳泄漏的風險。■

資料來源：紙業商會

柬埔寨檢查行動 確保煙盒印有健康警示

為確保香煙公司遵守規定，柬埔寨衛生部及相關部門執法人員展開了檢查行動，並發現市面上大部分的香煙盒仍未印上柬文健康警示語和圖案。

柬埔寨衛生部國家提高健康中心官員賴拉妮指出，在檢查行動中，執法人員發現商場部分香煙品牌都已採用新包裝，並印上柬文健康警示語和圖片，惟其他大部分香煙品牌仍未遵守指示。

根據該國2015年5月18日通過的《煙草產品管理法》、10月22日發佈的關於煙草產品包裝上印刷柬文警示語和圖案法令，以及衛生部2016年2月15日發出的煙草產品包裝上印刷柬文警示語和圖案公告，當地煙草公司必須從7月22日起，在香煙產品包裝上印刷柬文健康警示語和圖案，圖案和文字必須佔香煙包裝面積的55%。

煙草銷售商要在2016年7月底以前執行上述規定，否則會被罰款，罰款額為400萬瑞爾（約1000美元）；而出售無警示語煙草產品的批發商家則將被罰款200萬瑞爾（約500美元），零售商為100萬瑞爾（約250美元），重犯者罰款將加倍。■
資料來源：柬埔寨星洲日報

美國大學研發新技術 噴墨打印機 可印製3D全息圖

美國麻省理工學院的Lumii研究團隊研發的新技術，能夠將掃描好的3D模型分解演算成一系列特別的圖形，然後用標準的噴墨打印機印製這些已分層的多張圖形，再在圖層之間加入一張透明的膠片，便可形成3D效果。

然而，該研究團隊表示如果要做到完整的3D效果，必須要有背光效果的配合。Lumii團隊相信這技術將備受廣告商關注，以吸引消費者，團隊期望這技術能夠應用於機場和地鐵等各大場所的廣告中。

據了解，該研究團隊還計劃將這技術的算法出售予消費類電子產品製造商，以將技術整合至液晶面板的膜層中，同樣可形成3D效果。■

資料來源：印聯傳媒

芬蘭大學研發出 使用噴墨打印 光伏染料的 太陽能電池

芬蘭赫爾辛基市阿爾托大學（Aalto University）的研究人員早前研發出一種使用噴墨打印光伏染料的新型太陽能電池，這款太陽能電池使用的染料可在打印過程中，印製出任何形狀。

這款太陽能電池可用於低功率的電子設備中，既可以成為設備視覺設計的一部分，也可在需要時產生能量。研究團隊表示這款使用噴墨染料的太陽能電池能夠在性能不減的情況下，承受超過1,000小時的持續光照及熱應力。■

資料來源：再生時代

模內標籤 新發展趨勢

標 籤是模內標籤 (In Mold Labeling, IML) 技術應用非常重要的一環，現今 IML 技術發展蓬勃，很大程度上得益於標籤技術的進步。

完全可生物降解的模內標籤，以及高光澤金屬模內標籤是近年模內標籤材料技術的最新突破。後者主要針對高端或一線品牌，幫助其塑造高檔品質的差異化效果。這項技術也可替代容易在運輸和分銷過程中擠壓變形的鐵罐。

此外，模內標籤材料的應用還呈現出一些明顯的趨勢：為降低包裝成本又不改變成型物外觀效果，標籤厚度變得越來越薄；模內標籤更注重品質與差異化，數字印刷標籤及觸感膜標籤的應用開始興起，而且越來越多的複合類標籤改用表印標籤；注塑企業聚焦注塑生產的長期穩定性，以及產出效率（低浪費率），而非簡單地降低材料成本。■

資料來源：包裝經理人

「德國書店獎」鼓勵 獨立書店創新

德 國聯邦文化與媒體國務部莫妮卡·格律特斯部長公佈了第二屆「德國書店獎」入圍書店名單。入選的118家書店是全德500家參選書店中的佼佼者，將分別獲得一、二、三等獎及提名獎，同時獲得最高可達2.5萬歐元的獎金。

莫妮卡·格律特斯部長盛贊入圍書店在閱讀推廣和文學多樣性保護方面的重大貢獻，正是這些書店讓文學變為可以觸碰、可以感知的精神伴侶，

法國書店實現零庫存 按需打印圖書

如 今有越來越多的人喜歡通過網絡購買紙質書或電子書，使書店的生意日益慘淡。即使如此，在過去的五個，大多數書店仍在不斷擴大書籍或周邊產品的庫存，以爭取更多資金進賬。一家法國書店卻採取了另一種更為明智的辦法——將圖書庫存變為零，只會在消費者確定購買後，再於五分鐘內印製圖書。

這家書店是法國大學出版社旗下的書店，位於巴黎市中心，其經營模式相當獨特。書店沒有為大量無人問津的庫存書留出空間，而是使用了名為「濃縮咖啡印書機 (Espresso Book Machine)」的按需打印設備，為消費者即場打印書籍。讀者只要選擇好要打印的圖書，機器就會在短時間內完成印製，只花費品嚐一杯咖啡的時間。

這種方式有效提高了實體書店在對抗網店時的競爭力，而且非常環保，打印速度也較從亞馬遜購買要快。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

人們才可以在書店駐足，尋覓心頭所好，又可以在書店朗誦會傾聽精彩篇章，還可以偶遇及結交詩人和作家。這些書店正是德國出版物豐富性和文學多樣性的保障，提升了所在地區的文化吸引力和居民生活質素。

「德國書店獎」是德國聯邦文化和媒體國務部攜手庫爾特·沃爾夫基金會、德國書業協會於2015年設立的全國性獎項，旨在鼓勵和表揚德國本土的小型獨立書店在創新商業模式、開展多樣化文化活動，以及青少年文化閱讀推廣等方面的卓越貢獻，並提供豐厚的獎金協助他們發展。■

資料來源：中國文化報

2015年美國出版業 同比持平

美國出版商協會（AAP）Stat Shot年度調查顯示，美國圖書和期刊出版業2015年總收入為277.8億元（美元，下同），總銷量達到27.1億冊。總銷售額和總銷量基本與2014年持平，較2014年279.6億元的銷售額下降0.6%。出版業收益的降低主要是由於佔總市場三分之一的教育出版市場略有波動。

其中，美國大眾出版商的紙質圖書銷售收入同比增長2.3%，達158.3億元。大眾書的銷售額和銷量有微增長，該類別上升最快的是成人圖書，

同比增長6%，從2014年的98.7億元提升至2015年的104.7億元。連續兩年，成人非虛構類圖書（包括成人塗色書）是大眾圖書中銷量最多、銷售額最大的類別。同時，在這類別增長最快的是下載式有聲書（45.9%）、精裝書（15.1%）和平裝書（9.1%）。

紙質書和電子書基本保持平穩。下載式有聲書收入相比2012年收入幾乎翻番，從2012年的2.99億元，上調至2015年的5.52億元。2015年其收益、銷量同比分別增加了37.6%、41.1%。電子書自2013年達到32.4億元的巔峰後，2014年下降至32億美元，2015年再降11.3%至28.4億元。電子書銷量則同比下降9.7%，目前佔大眾書市場的17.3%。■

資料來源：中國出版傳媒商報

美國數字出版用戶 習慣改變

美國愛默生學院高級常駐數字出版人約翰·羅茲維拉、美國網絡新媒體BuzzFeed公司國際事務斯科特·蘭姆副總裁聯合發表了美國出版用戶的情況。

隨著智能設備的問世，出版商轉為開發APP。但是，這種閱讀類APP並未在美國培養起很多讀者，成果並不理想。約翰·羅茲維拉認為，麥克米倫、蘭登書屋等公司通過建立渠道，讓讀者可

以和創作中的作者溝通，作者能夠及時從讀者身上得到反饋。正是利用這樣的渠道，出版社才可發現哪些作品更受歡迎，再決定哪些書出版成紙質版或電子版。這是美國數字出版行業最成功的嘗試，其實質上是對出版內容的眾包。

另一方面，從2015年開始，美國讀者已經對電子書產生審美疲勞，造成電子書售銷量下跌，約翰·羅茲維拉認為，因為不管是亞馬遜的電子閱讀器Kindle，還是巴諾出品的NOOK，都只是模仿紙質書。美國讀者的閱讀習慣沒有真正從2007年進化改變。如果電子書能夠加上一些互動性內容，讀者會覺得這些電子閱讀器更加物有所值。■

資料來源：中國新聞出版廣電報