

2026年全球包裝市場總值 突破一萬億美元

市場研究公司 Smithers Pira 的研究報告《未來的包裝設計：到2026年的長期戰略預測》透露，2016年至2026年期間，全球包裝市場的複合年增長率為3.8%，市場總值將從8,630億元（美元，下同）上升至11,621億元。

研究報告指出，2016年至2026年間，包裝設計將促進包裝市場增長。包裝設計將由供應方的技

術所主導，並符合消費趨勢方面的需求，在設計時更多地考慮便利性、消費者收入、健康安全等市場因素。

研究報告作者 Ms. Ashley Gange 表示，世界各地的法律法規和一些舉措將改變包裝業的政治環境，並在可持續發展、食品包裝安全等方面，影響行業和包裝設計的發展。尤其在過去10年，可持續發展已成為行業的焦點之一，同時也為一次性包裝帶來激烈的競爭和日益增長的壓力，這些壓力來自消費者、零售商、供應商、政府、監管機構、非政府組織、環保組織等各個層面。

2010年起，歐洲勞動力市場首次出現衰退後，隨著時間推移，這趨勢對印刷業的影響更顯著，預期未來這趨勢將持續。特別是近10年來，加拿大、中國、韓國等大國的老齡化現象愈趨嚴重。相反，巴西、墨西哥和印度等新興市場的勞動力將更發達，如果這些地區能夠提供適切的教育及技能培訓，其人口優勢將進一步促進當地印刷業發展。■

資料來源：中塑在線

國外紙製包裝 發展態勢

紙製包裝在節能、節省資源方面表現優越。就國際市場來看，食品紙製包裝的時代已經來臨。

目前，國外紙包裝印刷技術的發展呈現的新特點包括：單層材料向多層材料方向發展；膠印、凹印、柔印、網印等多種印刷方式並存，其中柔印預期增長最快；單張紙向卷筒紙、單機向聯機生產方向發展；綜合應用各種相關新技術，如計算機設計、數字化技術、激光加工技術和新材料等，不斷優化整個生產系統。

國外紙包裝容器的發展趨勢也有所轉變，一次成型的模壓紙容器將逐步取代現時的模切組合紙容

器；深層塗塑技術也將替代以往的塗蠟；複合技術預料會成為研製紙容器的關鍵；CAD 和 CAM 系統將會大大縮短紙包裝容器的設計與製造周期；紙製品包裝產業亦將重點發展低克重、高強化、輕量化的高檔紙包裝，以達到標準化、系列化、多品種、多基材及多用途的目標。

另外，包裝業預計將以循環經濟為未來的主要商業模式，回收和利用包裝廢資源將走向產業化，行業還會大力開發綠色包裝材料，並加快發展包裝基礎工業。■

資料來源：中國包裝網

2016年二季度 全球打印機市場回暖

受 彩色激光（每分鐘打印21頁速度段）和黑白激光打印機（每分鐘打印21至30頁速度段）強勁市場需求的影響，全球打印外圍設備市場在今年二季度的下行速度有所減緩。

據國際數據公司（IDC）的報告顯示，全球打印外圍設備市場在二季度的銷售量達2,310萬台，同比減少3.8%。同時，彩色激光打印機的市場

需求增長18%，黑白激光打印機的市場需求上升8.9%。

同時，亞太地區（不包括日本）的打印機出貨量約為800萬台，同比增長了6.6%，強勁的增長勢頭主要出現在中國、印尼、菲律賓和越南市場。■

資料來源：再生時代

2016年歐洲印刷市場 復甦跡象明朗

新 發佈的 drupa 調查報告顯示，全球超過50%地區認為，2016年經濟形勢較2015年會有所好轉。因此歐洲印刷企業將着力於如何合理調整產業結構，以應對變幻莫測的市場需求。同時，一些新印刷領域的崛起，以及細分領域的此消彼長，正改變著行業的格局，也帶來了新希望。

歐洲印刷業適應互聯網和新媒體的改變後，相關新型業務為傳統印刷業帶來了互聯網時代的創新活力。例如，擴增實境技術（Augmented Reality, AR）增強了印刷與新媒體的關聯，消費

者通過掃描包裝產品或紙質郵件上的AR圖案，即可獲取相關信息，為印刷業成功開闢全新的細分領域。

在歐洲，包裝依然是印刷業中業務量和產值增長最快的領域。從2014年中旬開始，原油價格大幅下跌，導致紙和紙板、金屬、塑料等原材料價格開始降低，促使包裝業進入黃金發展時期。因此，對包裝用紙的需求量也急速擴大，一些造紙企業已經將雜誌和報紙用紙業務轉移至包裝用紙業務。

此外，據 InPrint 的報告預測，在2014年至2020年間，歐洲數字印刷市場累積平均漲幅將達到36%。同時，歐洲印刷市場格局的轉變，也改變了油墨市場格局，油墨製造企業開始研製更高性能的相關產品，原材料供應企業也開始提供更優良的電子墨粉。■

資料來源：科印網

脫歐連鎖反應顯現 英國印刷業面臨挑戰

英國印刷工業聯合會早前的調查顯示，2016年第二季度，該國大部分印刷企業營業收入並不理想，31%的印刷企業負責人預計第三季度營收表現將不如往年。由於英國脫歐事件引發的連鎖反應開始顯現，英國印刷業將面臨一系列挑戰。

英鎊走弱的趨勢在短期內不會改變，貨幣持續貶值導致原材料進口成本上升，同時也打擊了企業對英國市場的信心，國內需求減少則促使印刷企業選擇大量出口，以消化過剩產能，反而加劇了國內經濟的頹勢。

英國紙張、版材與油墨等印刷耗材長期依賴進口，其中，約80%的印刷企業進口油墨。英國決定脫歐後，一些歐洲原材料供應商抬高價格，為當地印刷企業帶來巨大壓力。同時，由於英鎊貶值，企業在向歐洲其他國家的銀行借貸時，要較以往付出更多英鎊，融資成本大幅增加，這種壓力也迫使大量企業不得不採取保守的投資方式，收縮部分業務。

2016年美國印刷市場需求 將達1,980億美元

根據上半年數據，《印刷印象》雜誌預測2016年美國印刷市場需求將達1,980億元（美元，下同），較上年增長1%，而在25個細分領域中，食品包裝、房地產、汽車、旅遊、食品服務、娛樂、家居裝修、物流等九大市場對印刷產品的需求增加超過5%，相反，出版、通信、遊戲、電子產品等市場下降幅度則逾5%，製藥、醫療保健、金融保險、個人護理等市場基本保持穩定。

從上半年情況看，對印刷產品需求最大的是食品包裝市場，2016年該市場規模將達1.271萬億元，同比增長3%，對印刷產品的需求將達184億元，同比增長6%。美國房地產、汽車、旅遊等領域對直郵印刷、標牌印刷等廣告印刷業務的需求持續增大。以房地產領域為例，2016年該國房地

產市場規模將達2.258萬億元，對印刷產品需求將達到128億元，同比大增9%。

雖然美國出版市場基本保持平穩發展，在2016年的市場規模約為750億元，但對印刷的需求則減少了5%至110億元。研究表明，美國出版物電子化的速度遠超其他國家，對印刷的需求還將持續下降，逐漸壓縮出版物印刷企業的利潤空間。

資料來源：中國新聞出版廣電報

另外，《印刷印象》雜誌指出，印刷業的機遇在於提供高檔跨媒體的產品服務，積極融入通信渠道，透過印刷、在線和移動的整合媒體解決方案為客戶服務，找到行業新的定位。

資料來源：中國新聞出版廣電報

日本印刷業 仍然低迷

日本經濟產業省最新公佈的統計數據顯示，今年4月，100人以上印刷企業的產值為329.75億元（日元，下同），較去年同期減少3.1%。

2016年1月至4月產值累計為1,307.48億元，較去年同期下降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，日本商業印刷佔整體印刷業產值的37.1%，商業印刷的走勢左右著印刷業市場的發展。

日本印刷業2015年產值較2014年同期減少0.3%，較2013年降低3.5%，2014年減幅收窄至0.6%，雖然日本印刷業仍然低迷，但正逐步好轉。以增長率的貢獻度看，商業印刷2014年對日本印刷業增長率貢獻達1.4%，2015年更增至2.7%。

日本出版印刷佔印刷業總產值的份額則大幅減少，由2004年的30%，大幅減至2015年的18.7%，證券印刷由2%減至1.5%。相反，包裝印刷的產品份額則大幅由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、相關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

日本漿紙機械 出口減少

日本漿紙機械近年出口額持續在300億元（日元，下同）上下浮動，2015年為342億元，是2009年以來的最高值。今年上半年為155億元，同比減少8%。

亞洲是日本漿紙機械的最大出口地區。2011年和2012年，當地出口至亞洲總額均超過200億元，分別佔日本漿紙機械總出口額的65%和61%。2013年後降到200億元以下，2015年為191億元，佔比也大降了56%。其中，輸向中國的出口額為24.5億元，同比減少20.8%。今年上半年，該國出口至亞洲總額為75.1億元，同比下降15.8%。

從1991年起，日本輸向中國的漿紙機械出口額已超過10億元，1993年和1994年超過30億元，1997年增長到76億元，1998年和2005年曾超過110億元，2007年為94億元，2009年減為50億元，2010年和2011年分別增長至70億元和79億元。

2012年以後，該出口額持續大幅減少，由2012年的51億元分別減到2013年的43億元、2014年的31億元和2015年的24.5億元。今年上半年為7.9億元，較2015年上半年的9.7億元下降了18.7%。■

資料來源：中國綠色時報

7月美國紙 出貨量下降

美國林業與紙業協會發佈的7月全美紙業數據報告顯示，7月美國印刷書寫紙出貨量同比下降8%，庫存量環比上升4%；牛皮紙出貨量為12.07萬噸，同比降低10.6%；箱板紙出貨量同比減少2.5%，環比增長2.2%。

印刷書寫紙中，7月美國未塗布化學漿紙出貨量同比下降8%；塗布化學漿紙出貨量同比上升1%；

未塗布機械漿紙出貨量連續六個月下降，7月減幅為19%；塗布機械漿紙出貨量同比大減14%。

今年1月至7月，美國牛皮紙出貨量則比2015年同期下降3.7%，月末庫存量累計7.28萬噸。牛皮紙中，7月漂白牛皮紙出貨量由6,985噸減少至6,078噸；本色牛皮紙出貨量由11.8萬噸下降至11.46萬噸。箱板紙中，本色牛皮箱板紙產量同比、環比小幅下行，漂白箱板紙產量較去年同期微降，環比上漲；回收再利用箱板紙產量同比減少，環比增長。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

印尼2017年木漿產能 將達至870萬噸

印尼政府早前宣稱將於2017年實現年產紙漿870萬噸的目標。印尼產業部種植業和林木產業主管Panggha Susanto表示，2017年，當地將有兩家新建紙漿廠投入營運，總產能將有所增加。

這兩家新建的一體化紙漿廠分別位於南蘇門答臘和廖內省，將於2017年投產，新增年產能200萬噸。Panggha Susanto指出，全球紙漿需求正以年均2.1%的速度增長，紙漿產業前景看好。此外，如印尼般仍有產能擴張空間的生產國並不多，故此只有印尼和一些拉美國家能夠緊抓這個機遇。

有印尼印刷業內人士表示，在全球漿紙產業中，該國具備發展潛力，擁有其他國家沒有的比較優勢：在印尼，金合歡和桉樹僅需四年時間就可以採伐。此外，當地還有靠近增長型市場的地理優勢。■

資料來源：台灣紙業新聞

巴西上半年 紙品出口增長

巴西森林產業協會公佈的最新統計數據顯示，今年1月至6月，巴西紙品進出口情況呈兩極分化現象，一方面出口增長，另一方面進口大幅減少。

今年1月至6月，巴西紙品出口累計達到100萬噸，同比增長7.2%。其中，包裝紙出口量37.2萬噸，同比增加9.1%；印刷書寫紙出口量46萬噸，同比大致持平；紙板出口量8.7萬噸，同比上升2.4%。此外，紙品出口交易額9.44億元（美元，下同），同比減少4.9%。相比之下，當期紙品進口交易額為3.52億元，同比大幅下滑35.9%。

按出口目的地統計，南美地區出口交易額最高，達5.39億元，歐洲1.22億元，北美1.03億元，亞洲、大洋洲1.24億元，非洲5,600萬元。■

資料來源：中國綠色時報

美國研發可食用食品包裝材料從牛奶中提取

美國農業部的科學家早前研發出一種基於牛奶酪蛋白的環保型薄膜。這類型薄膜在隔絕氧氣方面，強於塑料薄膜500倍，而且由於是從牛奶中提取的，因此可以生物降解，可再生且可食用，在一定程度上避免了食品安全事故。

市場已出現了一些商業化的可食用包裝，但大多由澱粉製成，所以存在大量微孔，不能有效阻隔氧氣。而牛奶酪蛋白基的包裝袋則具有更小的氣孔，可以形成更緊致的網絡結構，阻止氧氣的進入。為了使這種材料更加耐用，研究人員還在酪蛋白中加入柑橘果膠，將酪蛋白包裹在一種保護外層中，以保持乾燥和清潔。

美國食品與藥物管理局已禁止全氟化物質作為容器塗層。酪蛋白塗層有望成為一種安全、可生物降解的替代品，並且預計將在未來三年內正式推出市場。■ [資料來源：印聯傳媒](#)

日本開發新型 IC 防偽標籤

日本多家知名企業早前開發出一種利用 IC 標籤，防止銷售假冒日本酒的系統，期望用以杜絕假冒產品，並推動品牌日本酒的出口，也有利於該國實施「酷日本戰略」當中致力提高日本酒品牌號召力的目標。

在亞洲等地，有不良商販用廉價酒裝入日本酒瓶內，以冒充日本酒銷售。該 IC 標籤設有被稱為

南非政府推出 3D 打印戰略

作為一種代表著未來趨勢的先進製造技術，3D 打印的前景廣闊，各國都積極投資該技術，以提升各行業的製造能力。最近，南非科技部也宣佈推出增材製造戰略，被視為是該國努力引入和利用新型製造技術計劃的一部分。

該增材製造戰略著眼於未來市場和產品機會，並將南非定位為 3D 打印技術的全球競爭者之一。根據南非科技部的說法，從 2014 年起，該國公共部門已經投入了 3.58 億元（蘭特，下同）用於增材製造的研發。而在這次新戰略制訂之後，南非科技部還承諾將向一個關於 3D 打印研發、創新及基礎設施的聯合項目投入 3,070 萬元。

南非科技部先進製造主管 Garth Williams 一直致力於推廣該技術，並認為 3D 打印是第四次工業革命的關鍵。這項技術不僅適合原型設計和產品開發，還是一種數字技術，與大數據、工業物聯網、網絡安全、機器人、增強現實等，同屬第四次工業革命技術。■ [資料來源：中國包裝網](#)

「檢測部位」的天線線路，整個標籤可被嵌入紙質封緘，並在日本酒出貨時貼於瓶蓋。在流通過程中，如果瓶蓋被打開，封緘將斷裂，檢測部位線路也會斷開。所以在檢測時，只要讀取 IC 標籤的檢測部位，就能判別商品是否存在異常。

日本開發商的雲平台也會紀錄商品信息，配合瓶身貼有的二維碼，消費者如在日本以外國家的零售店和餐廳享用日本酒，便可利用智能手機，查詢儲存於雲平台的商品信息，以確認購買該商品是否曾被開封。■ [資料來源：印聯傳媒](#)

澳洲出版市場持續回暖 政策變動引發爭議

澳洲書業銷量在經過數年下跌之後，實現了連續兩年的增長。2015年，該國圖書銷售額同比上升2.4%，銷售量與上年持平。

尼爾森數據顯示，2015年澳洲紙質書市場的營業收入為9.79億元（澳元，下同），共5,640萬冊，較2014年的9.37億元有所增長。儘管2010年澳洲的零售書市場銷售額達到頂峰，升至13億元，但到2013年便回落至9.17億元以下。值得注意的是，由於澳洲並沒有官方渠道統計電子

書和有聲書銷量，因此上述數據中並不包含這兩部分收入。

2016年4月開始，隨著澳洲政府經濟顧問部生產力委員起草了一項修訂澳洲知識產權的報告，提出廢除《圖書的平行進口保護法》（PIRs）後，針對該計劃的爭論就不絕於耳。PIRs從90年代初便記入《澳洲版權法》，現行的法規授予該國出版機構共30天，用以獲取海外出版物在澳洲的出版權，在此期間禁止出版社進口圖書在澳洲國內出售。

對此，澳洲出版社、書商、作家協會、版權機構和印刷團體在內的出版主體都聯合起來，遊說政府反對通過該議案，也反對將美國式的使用規定，加入至澳洲的版權法中。■

資料來源：中國出版傳媒商報

日本數字出版 有待發展

日本的數字出版一直呈上升趨勢，預計今後該市場發展空間龐大，但是關於數字出版的定義，當地出版界卻依然存有分歧。一是數字出版只指文字，而雜誌、漫畫、寫真集等其他應用程式都不應歸類為數字出版。二是將以上內容都蓋括在內，廣義地理解數字出版。

採用第二種定義，數字出版的內涵預期將越來越豐富，服務內容也更多樣化，因此有別於紙質的圖書和雜誌，日本數字出版銷售額一般都表示為

「市場規模推定」。按照廣義的定義，日本2014年數字出版的市場規模推定為1,266億元（日元，下同），2015年上升到1,600億元。預計到2020年東京奧運會時，該國數字出版的市場規模將達到3,400億元。可以預期數字出版的發展，將有效扭轉日本出版業不景氣的狀況。

然而，根據日本Mobile Marketing Data研究所2016年2月至3月的調查，透過手機進行數字閱讀的人佔該國讀者的33.7%，而使用Kindle進行數字閱讀的只佔9.3%，這些使用者當中只看免費內容的佔22.9%。因此，如何增加讀者數量，將是未來日本擴大數字出版市場的關鍵之一。■

資料來源：中國出版傳媒商報

2016上半年美國實體書店 銷售額增長6.1%

美 國人口普查局公佈的有關統計顯示，2016年1月至6月美國各類書店銷售額達54.4億元（美元，下同），較去年同期的51.3億元增長了6.1%。

2016年上半年各月銷售額較去年同期均有所增加，其中僅6月的銷售額就達7.7億元，同比上升5%。對比去年同期，2016年上半年全美零售市場整體看漲，零售額總體上漲3.1%，其中6月單月提高了3.3%。

在整個零售行業中，書店板塊的表現最為出色，領跑零售行業3%。2016年上半年實體書店表現不俗，銷售額較去年同期同比增長2.5%，這是自2007年發佈年度書店銷售收入資料以來出現的首次上漲。■ 資料來源：中國出版傳媒商報

東京書展 大規模縮水

亞 洲規模最大的圖書博覽會第23屆東京國際書展由以往的7月延至9月舉行，會期也從原來的四天縮短為三天，參展的出版社則由前年的1,530家，大幅縮水至470家。

日本媒體總結書展「縮水」的原因，主要是出版社看不到書展的價值。原本該書展是面向海外出版社進行版權貿易的平台，但近年隨著互聯網的發展，版權談判的方式越來越多樣化，已經不需借助這平台，出版社也就沒必要參展。

隨著書展的這項功能逐漸減弱，主辦方又有意將書展變為書店與出版社舉行「商談會」的場所。

波蘭圖書市場 拓展空間龐大

在 2016年美國書展主賓國論壇上，波蘭出版商協會弗拉基米爾·阿爾班主席表示，波蘭圖書市場呈現以下發展趨勢：一是高度碎片化的大眾圖書市場，與專業和中小學教材市場的高度集中化形成鮮明對比；二是市場集中度高，排名前300的出版社佔據98%的市場份額；三是由於發行困難及讀者數量下滑，導致出版社不願開發新的出版項目。

針對以上的發展趨勢，波蘭出版商協會曾提出實行圖書定價制的提議，但於今年3月遭波蘭議會否決。由於沒有制度約束，大型零售店大打價格戰，連鎖書店也可以提前兩周開始售賣新書，這對獨立的小型書店十分不利。

對此，弗拉基米爾·阿爾班主席指，波蘭出版業需要增加國內各地區的圖書供應，以及圖書品種的多樣性，學校、家長和媒體更要共同推動閱讀人群的增長，並通過修訂波蘭相關法律以打擊盜版，在個別小城市也要保證其具備健康的圖書零售網絡。如果不能保護獨立書店免受不公平競爭，那麼遍佈全國的圖書零售網將難以建成。

目前，小說和非小說佔波蘭圖書市場份額39%，童書佔23%，旅遊類圖書佔10%。另外，由於波蘭脫離前蘇聯地緣政治圈僅25年，因此尚是一個年輕市場，既沒有傳統的大型家族式出版社，也沒有大型傳媒公司，市場拓展空間龐大。■

資料來源：中國出版傳媒商報

然而，參觀書展的大多是出版社董事、社長層面的要員，而非具體負責發行業務的人員，所以書展對圖書發行也起不到實際效果。考慮到參展費用和成效，目前出版社寧可派業務人員去各地出差，直接爭取書店訂單，因而對參加該書展的意願也就日漸寡淡。■ 資料來源：中華讀書報

全球紙媒廣告萎縮加速 報紙業向數字化轉型

據 WPP PLC 旗下媒介投資管理公司 GroupM 預計，2016 年全球報紙印刷廣告支出將下降 8.7% 至 526 億美元，成為本輪經濟衰退以來的最大降幅（2009 年全球報紙印刷廣告支出曾驟降 13.7%）。各大出版商均受到報紙印刷廣告收入大降的打擊，從而重新考慮其印刷產品的格式和出版內容的類型，以及加快提振數字業務的收入。

紐約時報公司、《華爾街日報》所有者新聞集團可能進一步裁員，《衛報》和英國《每日郵報》

早前已裁員。《每日郵報》母公司 Daily Mail & General Trust 在今年 9 月更表示將裁員超過 400 人，以應對廣告市場的嚴峻形勢。出版《衛報》和 Observer 的 Guardian Media Group 今年亦裁員約 250 人。

由於業務大幅下滑，《華爾街日報》早前宣佈將改革印刷報紙業務，包括合併版面和削減其他成本，長遠將加快新聞編輯部門的數字化轉型。《紐約時報》也計劃在 2020 年前大幅提升數字收入，包括將更多資源轉移到相關項目。報紙業一直在擴大數字收入，以彌補印刷廣告大幅下滑帶來的影響，同時也面臨重重困難，包括難以挑戰 Facebook 和谷歌在數字市場的主導地位，以及通過移動產品盈利。■

資料來源：人民網

韓國、俄羅斯、加納 著作版權法現狀

2016 華中國際版權高峰論壇舉辦期間，韓國、俄羅斯、加納的學者講述了各國版權法的歷史和最新發展情況。

韓國在 1957 年發佈了第一部版權法，但基本上沒有實行。此後，該國在了解發達國家的狀況後，加上國內電子產業的發展，重新修訂了版權法，並於 1986 年開始執行。與中國一樣，韓國版權法的核心也是思想、表達二分法，即版權法只保護作品的表達，而不保護作品所體現的思想。然而，韓國的版權法仍然是在大陸法系的框架下進行的，隨著互聯網技術的快速發展，仍有不少地方有待修改。

俄羅斯的著作權法制定於 90 年代，2000 年後進行了修改，並受到相關公約條約的約束，知識產權範圍包括翻譯、加工、改編的內容及單獨的使用權。該國著作權法也規定了作品的所有權，即未經作者同意或許可，不得使用，還規定未經作品所有者允許，任何人不能修改作品，否則將有嚴厲的問責措施，並要求支付賠償。

位於非洲西部的加納，其版權法包括許可制度、登記制度、執法措施等方面，該版權法此前與憲法並不一致，近年來，議會對法案進行了一系列修改，並先後加入了世界知識產權組織公約、世界版權公約等。其版權法範圍包括文學、藝術、音樂作品、錄像作品、錄音作品，以及軟件作品、延伸作品、舞蹈作品等，還包括一些概念、程序及方法。作品的權利人可以複製作品，或用另外一種語言發行作品，也可以進行改編並公開表演。■

資料來源：中國新聞出版廣電報