歐盟將執行嚴厲 藥品外包裝防偽新規定

為遏制仿冒藥品（假藥）進入歐盟市場，保障歐盟國家銷售的藥品質量安全，歐盟將對比利時、希臘和意大利之外，所有在歐盟上市藥品的公司，執行更嚴厲的藥品外包裝防偽新規定，而獲豁免的三個國家亦早已實行嚴格的藥品防偽標識法。

新規定旨在杜絕仿冒藥品（假藥）進入歐盟市場。藥品生產商必須在其藥品外包裝上，增加一個獲認可的識別符號及防偽設備，識別符號是指由20個字母組成的系列號，必要時還需增加歐盟國家的醫療保險補償代碼等相關符號。

為讓患者直觀地了解其使用的藥品是否為正宗產品，生產商還需在藥品外包裝上加印一個條形碼，讓患者可用便攜式掃碼器，獲取相關文字資料。如果藥品並無外包裝盒等硬包裝，則藥品生產商應將該條形碼直接打印在藥品包裝上（如藥瓶等）。此外，部分產品不需執行新規定，包括：醫用氣體類產品，醫用擦拭紙或細胞培養液類產品等。■

資料來源：中國製藥網

加拿大紙與紙板 產量大減

加拿大是世界重要產紙國之一。2015年，加拿大紙與紙板產量下降到1,026萬噸，同比減少7.4%。與2000年相比，2015年的產量下跌1,050萬噸，降幅高達50.7%。

印刷用紙產量的佔比明顯大於紙板產量，是加拿大紙品生產的特點。在該國紙品產量最高的2000年，紙張產量為1,672萬噸，紙板只為405萬噸，佔總產量的比例分別為80.5%和19.5%。

2007年，加拿大紙張產量減到1,400萬噸以下，2013年只為859萬噸，佔當年紙與紙板總產量的77%。2015年，加拿大印刷用紙和新聞用紙產量為654萬噸，同比減少10%；包裝用紙和紙板產量為302萬噸，同比下跌3%。

相對產量而言，加拿大紙與紙板的消費量要小很多。2001年，加拿大的紙與紙板消費量為800萬噸，2005年減為750萬噸，2014年為572萬噸，排在世界第16位。2013年和2014年，加拿大人均紙與紙板消費量分別為169.4公斤和164.3公斤，排在世界第15位。

加拿大是世界最大的紙品出口國之一，2015年紙與紙板出口量為762萬噸，排在德國、美國、芬蘭和瑞典之後，是世界第五大紙與紙板出口國。加拿大也是世界主要紙漿生產國，2015年紙漿產量為1,700萬噸，同比增長2.5%，僅次於美國和巴西，居世界第三位。2015年紙漿出口量為940萬噸，是繼巴西之後的世界第二大紙漿出口國。■

資料來源：中國綠色時報

日本瓦楞紙產量 持續增長

近年，日本瓦楞紙產量持續增長。日本已經成為繼中國和美國之後世界第三大瓦楞紙板生產國。

2010年、2011年和2012年，日本瓦楞紙產量分別為130.7億平方米、131.5億平方米和132.8億平方米，2013年和2014年增加為134.5億平

方米和136.3億平方米，2015年又升為137.4億平方米。2016年上半年為68.1億平方米，同比增長2.4%，預計全年產量可達到139億平方米，增幅為1.2%。

從2010年起，日本瓦楞紙板產量已經連續六年增長。日本絕大多數瓦楞紙箱都用於商品包裝，包括外包裝（運輸包裝）和內包裝（單品包裝），非包裝應用的比例很低，僅約1%。日本消費的瓦楞紙箱中，超過一半用於食品包裝方面。2015年，日本用於食品包裝的瓦楞紙箱佔總量的56.5%，2016年上半年為55.8%。■

資料來源：中國綠色時報

巴西上半年 紙漿出口大增

巴西林木產業協會最新統計顯示，2016年上半年，該國紙漿出口量同比增長16.1%，達到640萬噸；紙漿產量也有較大增幅，為900萬噸，同比上升9.1%。但國內紙漿消費量卻較2015年同期減少4.5%，只有290萬噸。

2016年1月至6月，巴西紙漿出口額為27億元（美元，下同），其中出口至中國的約10億元。巴西是世界重要的紙漿生產大國和出口大

國。2005年，該國紙漿產量已超過1,000萬噸，2010年增加為1,416萬噸，2014年又升至1,650萬噸，紙漿產量居於美國、加拿大、中國之後，是世界第四大紙漿生產國。

2013年巴西紙漿淨出口量超過900萬噸，2014年紙漿出口量為1,061萬噸，較2013年的943萬噸增長12.5%。

巴西紙與紙板出口也顯著增長。2016年上半年，巴西紙與紙板出口量為100萬噸，同比增長7.2%；出口額為9.44億元，同比減少4.9%，其中出口至中國的為4,800萬元；紙與紙板進口額為3.52億元，同比大幅攀升35.9%。■

資料來源：中國綠色時報

歐洲油墨行業更新操作管理規範 涉及食品包裝塗料和清漆

歐洲印刷油墨協會 (EuPIA) 早前宣佈，將更新「良好操作管理規範 (GMP)」至 4.0 版本，以管控影響食品安全的有害物質。新版本將全面更新並擴大至所有與食品接觸的材料，包括印刷生產中所用到的清漆、塗料和油墨。

在向適用歐盟法規的食品包裝材料生產企業提供產品服務時，所有油墨、塗料及清漆的生產開發企業都必須遵守新 GMP，相關歐盟法規包括：歐洲立法框架法規 (EC) 1935/2004，以及 GMP 法規 (EC) 2023/2006。這次更新的 GMP 還引用了塑料法規 (EC) 10/2011、歐洲食品安全局

(EFSA) 的意見，以及相關國家的規定，例如瑞士食品包裝印刷油墨條例。

歐洲印刷油墨協會執行主席 Mr. Martin Kanert 表示，上一版本的 GMP 規範發佈於 2009 年，至今業界已產生一些重要變化，需要納入至新的指南，特別是與食品接觸的塗料和清漆方面的限制。更新的指南包括 47 頁文件，詳細列出了所有步驟，以確保食品包裝的安全，並避免潛在的有害物質侵害人體。■

資料來源：塗料工業

歐亞經濟聯盟要求 進口產品採用電子標籤

俄羅斯、亞美尼亞、白俄羅斯、哈薩克斯坦和吉爾吉斯斯坦早前宣佈要求進口產品採用電子標籤，以打擊走私。

在亞美尼亞首都埃里溫舉行的歐亞經濟聯盟「2016 反走私」國際論壇上，俄羅斯工貿部丹尼斯·曼圖羅夫部長宣佈，進口至歐亞經濟聯盟各國的產品要使用 RFID 射頻標籤，以打擊商品走私活動，並從 2017 年 1 月 1 日起，將要求所有進口藥品使用這類型標籤。

按計劃，電子標籤將用於輕工產品，其中包括服裝和鞋類、航空元器件和名貴木材。丹尼斯·曼圖羅夫部長又指，非法產品在俄羅斯不同經濟部門中的比例為 5% 至 30%，其中情況最嚴重的是輕工產品，假冒偽劣商品佔比很高。俄羅斯質量體系署的檢查顯示，來自中國、越南和孟加拉的兒童服裝和男襯衣的面料成分大部分與事實不符。

俄羅斯質量體系署已推出食品基因鑒定 (DNA 序列分析法) 方法，以確定商品的品牌和生產國。德國、英國、奧地利和許多其他國家都已採用類似的鑒定方法。目前，俄羅斯質量體系署計劃建立全球性 DNA 數據庫，以標識各種農產品的原產地、土壤樣品和品質基因。■

資料來源：科印網

歐美製造業指數上升

美 國聯儲局褐皮書報告顯示，該國經濟在2016年10月初至11月中期繼續增長，這份經濟報告收集地區聯儲局銀行11月18日前的信息，報告稱經濟展望大致正面，在12個聯儲地區之中，半數預期經濟溫和增長。

美國供應管理協會早前公佈，11月ISM製造業指數錄得53.2，為五個月以來最好，並較市場預期為佳。此外，美國亦公佈了近期新申領失業救濟金人數為26.8萬人，增1.7萬人，遜於市場預期，並為6月以來最高。

歐元區製造業指數在11月亦錄得近三年以來最佳表現，根據數據統計機構 IHS Markit 的統計，歐元區製造業採購經理指數由10月的53.5，升至11月的53.7，是自從2014年1月以來最高，原因是歐元匯價下跌，加上營業情況改善，抵銷了地緣政治不明朗的影響。

IHS Markit的首席商業經濟學家威廉遜表示，11月的數據明確顯示疲弱的歐元正為製造業提供有意義的刺激，令歐元區的入口和出口均錄得增加。歐元疲弱和需求增加也抵銷了企業對政治的憂慮。■

資料來源：大公網

日本3D打印市場 未來走勢

隨 著日本對3D打印技術需求的大幅增加，相關產業開始快速發展，日本製造業和醫療保健行業也對該技術的相關實驗表現出濃厚的興趣。

2016年7月，日本國際數據公司（IDC）宣佈，2015年該國3D打印市場的總銷售額為344億元（日元，下同），同比大幅增長104.4%。早於2015年初，日本神奈川的工業技術開發組織

（NEDO）宣佈成立25億元的基金，以推動研發用於人體組織再生的高級3D打印機。日本政府預計，至2030年，再生醫藥產業產值將增長至一萬億元。

2016年初，日本重工業技術製造商松浦機械併入英國製造技術中心（MTC），為MTC開發和示範中心增加了大規模工業級Lumex Avance-25 3D打印機和CNC混合系統。可見日本3D打印公司已經開始在國際領域中分銷和介紹本國的3D設備，以期找出對相關專業設備有高需求的國家及地區。隨著日本越來越多的大型常規產業開始瞄準該技術，該國對相關打印機的需求勢必在未來幾年持續猛增。■

資料來源：必勝網

美國大學研發磁性墨水 可自行修複小裝置

美國聖地亞哥加州大學的工程實驗室團隊早前研製出一種磁性墨水技術，運用該墨水打印出的小型裝置，可以如人類皮膚般「自我修複」。

運用該墨水打印的傳感器在出現裂痕或裂口時，可以依靠磁性自行連接起來。目前的研究集中在與布料縫合在一起的感應器上，為了保證「自我修複」效果，墨水中混入通常應用於冰箱及硬盤的粉末釹磁體。據稱，這類型「智能」布料可以在50毫秒內，修複三毫米長的割口。

10美元的新研發磁性墨水即可生產成千上百個小型裝置，促使可穿戴設備和小型裝置即使損壞也可以不斷重複使用。目前，該團隊正在測試最佳墨水比例，以配合不同打印裝置上的應用。■

資料來源：再生時代

美國研究以商用打印機 印製隱形圖像

美國猶他大學研究人員早前開發出一種新型打印技術，僅利用普通的商用噴墨打印機，就能印製出只有在特定的太赫茲波段極化波輻射下才會顯形的隱形圖像，該技術在產品防偽方面大有用途。

透過普通的商用打印機，使用銀和碳墨水，就可打印直徑由幾百微米至約一毫米由微棒組成的陣

法國宣佈兩項 數字技術行動計劃

法國早前宣佈了兩項新行動計劃，旨在推進國內增材製造（3D打印）和物聯網（IoT）領域的數字技術，這兩項新計劃將透過在國內建立「未來的工業」，使法國成為全球數字革命的先驅。

法國國務卿 Mr. Christophe Sirugue 強調國內工業推動數字技術發展的重要性，並指出政府外資金和投資的必要性，藉此呼籲法國各地的商業領袖投資現代化創新企業，統計顯示這類型企業的毛利率增長率已由2014年的29.4%，上升至2015年底的31.3%。

法國工業部秘書還指出，培訓員工將有助企業適應數字革命的變化。作為法國未來投資計劃第三部分的一環，政府將投入一億歐元作培訓。隨著全球數字行業日益增長，該國的新舉措必將推動3D打印和物聯網技術的發展。■

資料來源：天工社

列（圖像），只要改變墨水中銀和碳的比例，便會使每個微棒的導電性發生輕微變化，這種變化用肉眼難以察覺，只有在特定的太赫茲極化波輻射下才會顯現，是一種很好的加密手段。

目前，該研究小組印製的二維碼相對簡單，但這技術尚有很大的發展空間，研究人員正改進技術，以打印更複雜的圖像，並力求讓圖像在可見光波段即可被識別。■

資料來源：科技日報

國際童書銷售熱潮 席捲全球

童書銷售熱潮如今已經席卷全球市場，童書成為拉動國際圖書市場的主要帶動力量。早前，尼爾森兒童圖書峰會回顧2005年至今的圖書銷售情況，發現銷售量的增長越來越穩定。

整個圖書市場的銷售量自2005年以來上漲21%，而兒童書籍則大幅上升52%。

尼爾森娛樂副主席喬丹·羅斯特透過分析年輕父母購買童書的情況，發現他們購買書籍產品時傾向簡單便利，喜歡即時的滿足感、新興文化事物或經歷，同時也將開放的精神傳遞予下一代。所以，他們對書籍的選擇更加多樣化，更有可能接受異域文化相關的書籍。

日本智能褲市場研究公司有專門研究父母如何處理孩子的智能設備，並探索父母出於甚麼目的，讓孩子在日常生活中使用手機、平板電腦等數字設備，以及讓孩子使用哪些數字設備功能。對於童書出版商而言，了解兒童對各種智能設備的使用情況至關重要，這能夠讓出版商有的放矢，為孩子及時提供所需的內容。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

美國第三季度 紙書銷量增長減緩

截至2016年10月，美國第三季度紙質書銷售量較2015年整體增長3%，與上半年銷售量增長的6%相比有所下降，儘管如此，紙質書籍的銷售量依舊呈現增長趨勢。其中，小型零售商的銷售總量與同期相比上升4%。而圖書批發商及其他銷售渠道的銷售量則下降4%，與2016年上半年的下行趨勢基本一致。

成年人非虛構類文學銷售量的增長率從上半年的12%，減少至第三季度的4%。該類圖書雖然銷售量增長率比較穩定，但市場略有降溫，不再像上半年般火爆。藝術類、建築類、技術類及興趣愛好類的彩色印刷書籍銷量較好，受到大部分成

年人的青睞，本季度中，前兩類書籍銷售增長率為34%，而後兩類為32%，然而這四類書籍的銷售量依舊難以與上半年相提並論。

此外，本季度成年小說的銷售量下跌3%，與上半年相比，表現出明顯的下滑趨勢。2016年以來，該類圖書缺少一鳴驚人的佳作，因此銷售量沒有具突破性的增長。總括而言，相對2016年上半年，紙質書籍的銷售量增長減緩，但是2016年前九個月的銷售總量依然較2015年同期提升了5%。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

歐盟電子書或將享有 與紙質書一致的 稅收優惠

歐盟早前公佈新稅收規則的一系列提案，包括許諾讓各成員國對電子書、在線報紙等電子出版物，徵收與紙質出版物相同的增值稅率，並廢除不允許電子出版物享受稅收優惠的條款。

2016年年初，歐盟委員會就承諾降低電子書增值稅率，並在4月公佈了一份行動計劃，作為歐盟數字單一市場戰略的一部分，計劃中提到將爭取處理紙質出版物和電子出版物在增值稅上的不平等問題。

早前，只有書籍和報紙等紙質出版物享受減稅政策，電子書則因被歸類為「電子服務」而排除在外。一旦所有成員國同意，新稅收規則將「准許但非強制」各成員國統一電子和紙質出版物稅率。根據協定，新規則將在2017年中期或晚期生效。■

資料來源：必勝網

英國奢侈品雜誌 逆勢前行

英國專業潮流雜誌《時尚》、現代設計和生活方式領域的權威雜誌《壁紙》近幾期都發行了更大尺寸的版本，原本只有手袋大小的英國高端女性時尚雜誌《魅力》最近也在尋求改變，期望實現更大尺寸版本、具備更佳的質感。

《魅力》雜誌所屬公司康泰納仕集團尼古拉斯·科爾里奇國際總裁表示，平板電腦上的內容無法提供雜誌獨有的閱讀體驗。閱讀奢侈品雜誌所帶來的享受和體驗，難以在其他平台上複製，紙張呈現的光澤、油墨體現的印刷效果、每一頁紙張散發出的味道等，都推動讀者手捧雜誌時，能夠進入另一世界。而廣告商也明白這一點。

因此，康泰納仕集團拋棄《魅力》雜誌著名的「手提包」尺寸，將其擴大至《連線》雜誌那般大，看似增加了成本，但這舉措卻受到高端廣告客戶的歡迎，因為他們普遍認為較小的尺寸無法完全展現其創意。■

資料來源：中國新聞出版廣電報

北美市場有聲讀物 大幅增長

目前北美市場上，有聲讀物成為增長最快的圖書類型。2016年北美有聲讀物的銷售額已比2015年上漲21%，2016年1月和2月，有聲讀物銷售較2015年同期更大幅增長37%。

有聲讀物部門在出版商的市場策略中的地位陡升。兩年內，企鵝蘭登書屋有聲讀物出版公司在

紐約和洛杉磯兩地增加了六個錄音棚。2014年，該公司還上線了一個有聲讀物App，提供免費的試聽版、有聲讀物推薦。

現時，有聲讀物在出版業的佔比仍然不大。儘管有聲讀物受到越來越多「讀者」的青睞，但這並不意味著這部分讀者已經放棄實體書，而轉投有聲讀物的懷抱。相反，大部分聽眾明確表示還在閱讀電子書和印刷圖書，有聲讀物只是填補了無法閱讀實體書時段的空白。有數據表明，在成為有聲讀物的用戶後，這些讀者購買各種形式的圖書數量反而增加了40%。■

資料來源：文匯報