

馬來西亞與中國 連續12年成為最大貿易夥伴

馬來西亞國際貿易和工業部（下稱：貿工部）發佈最新資料，在2020年，中國是馬來西亞最大的進出口地，兩國連續12年成為最大貿易夥伴。

馬來西亞2020年貿易總額為1.777萬億元（馬來西亞林吉特，下同），較2019年下降3.6%。其中，進口為7,961億元，較2019年下降6.3%；出口為9,809億元，較2019年下降1.4%。不過，當地2020年貿易順差達到約1,848億元，創歷史新高。

貿工部指出，2020年，馬來西亞對華貿易較2019年增長4.2%。其中，對中國出口較上一年增長了12.5%，達到歷史新高的1,586億元，佔

馬來西亞出口總額近六分之一；從中國進口則達到1,711億元，較上一年下降2.6%，佔馬來西亞進口總額逾五分之一。

馬來西亞對華出口的產品主要有鋼鐵產品、電機電子產品、金屬製品、棕櫚油和相關製品、橡膠製品、紙和紙製品等；從中國進口則有電機電子產品、設備和零件、化學和化工產品等。

貿工部阿茲明部長表示，隨著經濟活動和外部需求恢復，馬來西亞出口在2020年下半年已出現反彈；同時，區域全面經濟夥伴關係協定（RCEP）的簽署也有望協助馬來西亞企業開拓市場，促進外資和出口的增長。■

資料來源：中國新聞網

2026年全球軟包裝消耗量 將達3,750萬噸

軟包裝市場不斷增長，隨著在食品包裝、化妝品、醫藥等領域的應用，在未來五年中，柔性塑料、紙張和箔包裝的市場需求將會更大。Smithers 發佈的《到2026年全球軟包裝的未來》報告顯示，環保包裝設計的需求將不斷增長，到2026年，全球市場將以年均3.4%的速度增長，達到3,750萬噸。全球消費包裝需求將繼續以亞太地區增長最快，預計年平均增長率為5.4%；相比之下，增長最慢的市場預計是西歐，其年平均增長率為1.9%。

質料方面，PE的需求量最大，佔整個軟包裝市場的41%。隨後是BOPP、BOPET和紙包裝。最小的市場是EVOH，僅佔全球軟包裝市場的0.3%。增長最快的是BOPP，到2026年的年增長率為5.3%，而RCF和箔片的增長率將接近零。

食品包裝在經濟低迷時期表現出很強的彈性，約佔所有軟包裝需求的75%；當中肉類、魚類和家禽的市場份額最大，其次是糖果和乾製食品。疫情關係，醫療設備和藥品的包裝需求亦更為廣泛。

業界正在研究如何在聚合物包裝薄膜中，使用更多可回收的消費後樹脂，以及更廣泛地使用第一代化學回收產生的原料。在零售包裝中，人們對柔性紙的概念也越來越感興趣，包括新的隔離層概念和設計。■

資料來源：必勝網

據歐盟統計局數據 德國印刷業難恢復十年前高水平

歐盟統計局發佈有關德國印刷生產的數據，以2015年當地印刷生產指數作標準值，並統計至2020年11月。從數據看來，2019年的德國印刷生產指數已經低於2015年，2020年再跌10%，看來短期內德國的印刷業產值很難重回2011年時的高峰。

在2020年4月新冠肺炎疫情最為嚴峻之時，德國印刷生產指數下降至2015年標準值的69%，然而疫情並不是該指數下跌的唯一原因，其實早在2020年年初，德國以至整個歐盟地區的印刷生產指數都已開始下滑，最低跌至66%；往後5月和6月出現強勁復甦，7月卻放緩，到8月出現

第二波疫情，指數基本持平。直到11月，該指數輕微上升，但仍比疫情爆發前低10%；往後能否進一步復甦，需取決於疫情防控情況，以及整體工業和服務業的表現。不過有分析顯示，當地工業生產指數整體可能下降10%至15%；假如情況稍有好轉，則預計2020年的相關收入也較2019年的下跌10%左右。

據資料顯示，近年德國印刷業產值相對穩定；從2012年至2015年放緩後，2017年再次上升，收入峰值剛好超過190億元（歐元，下同），但到2018年卻再次回落至172億元，2019年的印刷生產指數比2015年的低，2020年再減少一成。■

資料來源：必勝網

美國資源標籤集團收購 新英格蘭標籤公司

美國新英格蘭地區最大的標籤和印刷製造企業——新英格蘭標籤公司（New England Label，下稱：新英格蘭標籤）成為資源標籤集團（Resource Label Group）收購的第18家企業，也是集團在東北部地區的第四個據點。

新英格蘭標籤具備柔版印刷、數字印刷和絲網印刷的生產力，可以提供定製的標籤解決方案，食品、飲料、健康美容、工業、醫療和醫藥都是其重點市場。Steve Dunlevy總裁在收購後仍然留任，

並表示他們的團隊一直專注通過創新技術和解決層出不窮的包裝空間問題，與客戶建立緊密的關係。他亦非常期待與資源標籤集團共創新里程，因為該集團的信念與他們致力創新和關注客戶服務的動力非常吻合。

資源標籤集團 Mike Apperson 主席兼首席執行官對新英格蘭標籤團隊的加入而感到自豪。新英格蘭標籤已經建立了十分出色的業務，他很期待在這成功的基礎上再接再厲。■

資料來源：Labels & Labeling

2020年第四季度全球打印機出貨量增加 高端辦公設備增長疲弱

國際數據公司（IDC）發佈的2020年第四季度全球打印設備追蹤報告顯示，該季度全球打印機市場整體出貨量同比增長5.6%，約為2,700萬台。但總體出貨量價值下降5.1%，至111億美元。2020年下半年出貨量的強勁增長是全年增長0.4%的原因。但由於高端辦公設備出貨量低迷，全年市場價值下降了12.3%。

在IDC追蹤的九個區域市場中，2020年第四季度有六個的出貨量實現同比增長，其中中國市場以18.4%的增幅居首位。與上一季度類似，市

場對低端消費類噴墨機和單色激光設備的需求增加，而且在2020年底時庫存充足，價格具有競爭力。

全球噴墨和激光市場在上述季度錄得同比增長，出貨量分別增加7.9%和3.7%。在激光市場中，遠程辦公和家庭教育需求推動低端A4單色激光設備的出貨量同比增長；其中，惠普於這季度全球出貨量近1,120萬台，實現了13.7%的同比增長。■

資料來源：國際數據公司

嚴格環保要求推動 全球生物基油墨和塗料增長

隨著環保要求日趨嚴格，綠色印刷耗材市場正在加速發展。根據Smithers發佈的最新報告《到2026年的生物基油墨和塗料的未來》，預計到2021年，這市場在全球價值將有58.6億元（美元，下同），年複合增長率為7.90%，到2026年的預測價值將達到85.7億元。

為了滿足日益增長的環保需求，可用於印刷油墨的非石油溶劑的種類也在不斷增加。這包括大豆、棕櫚、葵花籽、油菜籽、植物油或乙醇。對於樹脂，生物基的選擇包括環境友好的丙烯酸樹脂，聚氨酯和聚酰胺。生物基顏料的調色板以藻類或木材衍生的深色顏料取代炭黑為特色。

減少揮發性有機化合物（VOC）的努力在世界上每個主要地區都在進行，並採取立法行動以降低VOC和溫室氣體排放。歐洲作為可持續發展倡議的長期推動者，在2020年12月重申了其承諾，歐盟成員國領導人通過了到2030年將碳排放量減少55%的承諾，同時延續了2015年聯合國巴黎協議中議定到2050年實現零排放的更大承諾。

此外，包裝仍然是最大的市場應用，生物基柔性油墨使用創新的綠色材料，如硝化纖維素，已經推出市場。■

資料來源：必勝網信息中心

日本2020年瓦楞紙出口創新高 預計2021年將仍維持上升

日本瓦楞紙在2020年的出口量創出歷史新高，主要由於中國等亞洲各國和地區踴躍洽購。此外，中國限制廢紙進口造成明顯影響，日本瓦楞紙的高水平出口或將在2021年以後仍會保持。行情上漲也帶動日本造紙企業的出口意欲，日本製紙聯合會的數據顯示，2020年日本瓦楞原紙的出口量比2019年增加93%，達到88.4萬噸，超過2017年最高的55.1萬噸。2021年1月已達到8.2萬噸，同比高出五成。

中國推行環保政策，2021年起全面禁止廢紙進口，瓦楞紙原料廢紙短缺對中國的瓦楞紙生產造

成影響，加上經濟活動活躍使瓦楞紙需求增加。中國國內生產難以滿足需求，需要通過進口補充。在馬來西亞、泰國和越南等東南亞國家，用於產品運輸的瓦楞紙需求也在增長，當地的加工企業積極採購日本產瓦楞紙。

受亞洲旺盛需求的推動，日本瓦楞紙的出口價格也上升，對東南亞出口價格（包括運費和保險費）2月達到每噸約430元（美元，下同），比2020年11月上漲三成。日本的大型造紙企業表示，之前的盈利非常低，但漲至400元大關，達到了維持收益的水平。■

資料來源：必勝網

新聞紙等原料價格暴漲 重創印度印刷出版業

印度《印刷周刊》報導，當地印刷業除了面臨新冠肺炎疫情帶來的挑戰外，還遇到紙張、印版、化學品、油墨等原材料價格持續上漲和投入成本大幅上升的雙重打擊。

全印度印刷商聯合會（AIFMP）在聲明中指出，造紙廠商前所未有地提高紙張價格是印刷企業經營困難的主因。與此同時，消耗品行業不願轉嫁成本，從而令印刷業務難以為繼。

印度印刷商聯合會喬普拉主席指出，1955年的《必需品法》規定新聞紙、紙板和草紙板等紙張被列為「必需品」。另據印度網站報導，印度出版

商正在艱難地從疫情的打擊中恢復，然而他們還需要應對日益增長的新聞紙價格。2020年新聞紙價格為每噸低於300元（美元，下同），現在已經接近每噸500元，預計未來幾個月還將再上漲100元。

向印度出口新聞紙的一些造紙廠在疫情中不是倒閉就被迫轉行，造成供需失衡，從而推高了印度買家的新聞紙價格。受原材料價格上升打擊最嚴重的是規模較小的企業。報導指出，針對這種情況，大多數印刷業者採取措施，使用本地新聞紙以平衡成本，並且制定其他方面的生產策略，以應對不斷增加的成本。■

資料來源：參考消息網

印度廢紙危機 廢紙商囤貨致價格猛漲

印度現正面臨廢紙短缺的問題，當地使用廢紙生產紙張和紙板的企業佔國內產量的70%，其餘30%由印度的木材和農業殘留物部門提供。廢紙供應商控制廢紙價格，而紙廠對此十分被動，只能根據原材料的供應量和庫存量削減紙張產量。

印度農業和再生紙廠協會（IARPM）普拉莫德·阿加瓦爾主席表示，沒想到廢紙的價格會比新冠肺炎疫情之前高出15至17盧比，現在要以每公

斤22至24盧比的價格採購。以廢紙為原料的紙廠無法承受這種不受控制的價格上漲。

廢紙供應商非法囤積材料，並向工廠高價出售產品獲利，導致原材料價格也隨著上升。阿加瓦爾促請政府干預並打擊此行為，如對倉庫和廢紙存放中心進行突擊檢查。「不道德的供應商造成印度廢紙供應匱乏，必須制止這種行為，以減輕對紙張製造商的壓力。」

另外，南印度瓦楞紙箱製造商協會（SICBMA）敦促立即禁止所有形式的牛皮紙出口。近幾個月來，市場上牛皮紙的供應量減少50%以上，給紙箱產量帶來了嚴重衝擊。由於牛皮紙價格急劇上漲，生產瓦楞紙箱的成本上升了60%，令當地包裝企業難以生存，許多行業將不得不結束其業務。■

資料來源：必勝網

韓國報章印量不跌反升 滯銷報紙回收再造成雞蛋盤

韓國媒體報導，韓國發行公信會（Audit Bureau of Circulations，下稱：ABC協會）調查當地報紙媒體每年的發行量與收費，結果實體報紙的閱讀量不斷減少，但印刷量反升。

根據調查，韓國人的閱報習慣已改變，不少人改為通過互聯網看新聞，但韓國各大報章都沒有因此而減少印刷數量。從2018年11月韓國ABC協會發表的發行量來看，全國11家綜合報章的總發行量是476萬份，但這印刷總量卻比前一年度不跌反升，增加了萬多份。

有消息指，這情況或許是報社為了製造虛假的發行量，以獲得ABC協會的附屬認證，取到刊登

政府廣告的收益與地位。有記者發現報紙每天清晨運送到新聞分社後，不少都未有即時運走，而是完封不動堆放著，等待廢紙回收公司前來，把賣不掉的報紙送到回收加工工場，用來製造雞蛋盤。據韓國每天所需的雞蛋盤數量計算，平均每天都會有約40萬份報紙送到加工工場回收。

由於供不應求，因此過程中的收集商藉此圖利，把新報紙回收價格提高，大概每公斤已升至約270至280韓圓。此外，也有不少商人把韓國的新報紙轉為出口至中國、越南、巴基斯坦、阿富汗等市場，用作當地商品如水果與肉類的包裝。■

資料來源：綜合報導

第46屆及47屆世界技能大賽各延期一年 分別於2022年及2024年在上海及里昂舉辦

受 新冠肺炎疫情影響，世界技能組織與各成員反覆研究後決定，原定於2021年在上海舉辦的第46屆世界技能大賽將延期一年，於2022年10月12至17日舉行；受此影響，由法國里昂主辦的第47屆大賽也將推遲一年，在2024年9月10至15日舉行。

里昂曾於1995年在歐洲展覽中心 (EUREXPO Lyon) 舉辦第33屆世界技能大賽，而2024年的大賽也將再度在這裡舉行，並將著眼於年輕人及他們的未來。儘管比賽受疫情影響延期一年，但舉辦這場國際化賽事的初衷不變：激勵年輕人學習技能，發揚技能，改變對職業教育和培訓的觀念。

里昂2024年世界技能大賽組織委員會是一個國家級組織，得到了法國各地區、尤其是里昂的支持。組委會將作為技能的跳板與催化劑，促進職業培訓的發展，推動職業培訓適應當今與未來的職業需求。■

資料來源：綜合報導



■ 2019年，法國里昂在俄羅斯喀山召開的世界技能大賽組織委員會上獲得第47屆世界技能大賽主辦權，2021年初決定這屆大賽延至2024年舉辦。

2021 德魯巴印刷展轉為線上 虛擬方式呈現盛況

每 四年一屆的德魯巴印刷展 (下稱：drupa) 的主辦單位——杜塞爾多夫展覽集團公司於2021年4月20日至4月23日首度舉辦虛擬德魯巴印刷展 (下稱：virtual.drupa)。這四天展期內，共錄得超過45,000名觀眾參與，當中有82%是來自德國以外的；直播時段共有144小時，線上現場活動每場平均有140人參加。

這次 virtual.drupa 仍得到知名品牌作為參展商和活動夥伴，包括博斯特、EFI、富士膠片、海德堡、惠普、科尼希鮑爾、柯達、小森、柯尼卡美能達、蘭達等，亦有參展商視此為首度發佈新產品的平台。開幕首日，共有155個國家約1.7萬



■ virtual.drupa 印刷展開幕當天，德魯巴克勞斯·博爾扎·舒納曼總裁 (Claus Bolza-Schüneman) 致歡迎辭。

參展者註冊登入，與35個國家和地區的212個參展商建立聯繫。

新冠肺炎疫情令不少展覽會無法如期舉辦。原定於2020年6月16日至26日舉行的 drupa 曾計劃推遲至2021年4月20日至30日，及後因全球疫情持續嚴重，大會於去年12月宣佈今年的展覽取消，下屆定於2024年5月28日至6月7日在德國杜塞爾多夫舉行，而2021年4月則首次以線上方式舉行 virtual.drupa。■

資料來源：德魯巴

法蘭克福書展宣佈 2021年如期舉行實體書展

第 73屆法蘭克福書展將如期於2021年10月20日至24日以實體形式舉行，不設網上書展。

在新冠肺炎疫情爆發之前，法蘭克福書展於每年2月截止報名。今年因為情況特殊，截止時間調整到5月底。可是只有五個月的時間籌備，無論對參展商還是主辦方來說，都無疑是一大挑戰。自2005年起擔任這書展主席的尤根·博斯透露，雖然有些國家的參展商或許未能參加本年度的書展，但仍然有三分之二的2019年網上書展參展商表達了參加的意願。

20-24 October 2021
**FRANKFURTER
BUCHMESSE**
Guest of Honour Canada

2021年10月舉行的法蘭克福書展將採用實體形式，加拿大是這屆的主賓國。

本屆法蘭克福書展的口號是「重新聯繫」(Re:connect)，主賓國是加拿大。書展以實體展覽為主，但將會輔以有網上模式，如「法蘭克福大會」、「法蘭克福版權」等網上平台優化後繼續採用。此外，本屆書展獲得德國政府「新起點文化基金」的支持，因此參展商的攤位費將比往年更低，而且取消預訂的條件也比往年寬鬆得多。

為了防範疫情和加強衛生，大會很重視展廳的通風狀況，並且會加大展位，原本只有四平方米，今年增加至八平方米。■

資料來源：綜合報導

疫情推動美國印刷圖書銷售 達到十年高位

美國的紙質書銷量於2020年受疫情肆虐期間，成為2010年以來最好的一年，紙質書的重要性在這一年變得更明顯。根據市場調查公司NPD最新的銷售數據分析，2020年圖書銷量同比增長8.2%，達到7.51億冊。

人們在疫情間呆在家中，激發了對閱讀的興趣，成為他們娛樂、消閒和逃避現實的主要方式，烹飪書和DIY圖書的銷量大幅飆升。2020年，突然需要在家教育孩子和過熱的政治周期，都令美國圖書銷售呈波浪式增長。

青少年小說是美國第二大圖書類別，引領了紙質書銷量的增加，佔圖書市場增長的三分之一達11%，2020年同比增加了1,800萬冊。成人非小說類紙質書是美國發行量和銷售收入最高的一類圖書，2020年的銷量同比上升了4.8% (1,400萬冊)。青少年非小說類圖書增長了23% (1,400萬冊)。雖然實體書店因疫情而被迫關閉，但這些數據代表了紙質書顯著復甦。

相同的情況亦於英國發生，當地暢銷書包括：烹飪書《Pinch of Nom - Everyday Light》位居第三，理查德·奧斯曼的犯罪驚悚片《周四謀殺俱樂部》位居第二，第一名是查理·麥凱西講述友誼和人生道理的插畫書《男孩、鼯鼠、狐狸和馬》，被譽為「不確定時期的希望之書」。■

資料來源：必勝網信息中心