

## IMF 下調2021年亞洲經濟增速預期 預計中國增長8%印度9.5%

**國**際貨幣基金組織（IMF）下調對2021年亞洲經濟增速的預期，並且警告，新一輪的新冠肺炎疫情、供應鏈中斷及通脹壓力對亞洲的經濟前景構成下行風險。

IMF 預計，中國經濟2021年將增長8%，2022年將增長5.6%，但由於疫情反覆爆發加上財政緊縮，對消費構成壓力，復甦仍然「不平衡」。印度2021年將增長9.5%，比4月時預計的下調了3%。日本和澳洲的增速預期也被分別下調至2.4%和3.5%。

緬甸2021年2月發生了軍事政變，IMF 預計其經濟當年將收縮17.9%，此前預測收縮8.9%。菲

律賓2021年的增速預期也下調3.7%至3.2%，馬來西亞則下調3%至3.5%。

與此同時，IMF 也上調了幾個亞洲發達經濟體的增長預測，中國香港地區2021年將增長6.4%，高於此前預期的4.3%。新加坡同年將增長6%，此前的預測為5.2%。韓國和新西蘭的增速預期分別上調至4.3%和5.1%。

雖然亞洲的通脹預期「普遍穩定」，但大宗商品價格和運輸成本上漲，以及全球價值鏈持續中斷，擔憂通脹會持續加劇。■

資料來源：綜合報導

## 亞太經合組織報告預測 亞太地區2021年 經濟增長6%

**亞**太經合組織（APEC）發佈亞太地區經濟發展趨勢報告，預計地區經濟2021年將增長6%，2022年將穩定在4.9%。亞太地區經濟繼2020年上半年萎縮3.7%後，雖在2021年上半年增長了8%，但各成員經濟體增長分化，仍存不確定性。

2021年上半年，亞太地區商品貿易量以兩位數的速度增長，特別是藥品、電信設備等相關商品。分析發現，對APEC區域的綠地投資急劇下降至近20年來的最低水平，考慮到其在促進基礎設施發展和生產力方面的影響，情況令人擔憂。



■ 編寫亞太地區經濟發展趨勢報告的APEC政策支持小組主任丹尼斯休（Denis Hew）博士表示，經濟、貿易和衛生政策是相互交織的，良好的政策至關重要。

至於通貨膨脹問題，APEC 區域2021年前九個月的通脹率為2.6%，高於2020年1.5%的平均水平，通脹上升趨勢將給經濟復甦帶來風險。

報告還提到氣候變化將影響APEC 經濟體的金融體系、供應鏈和消費者行為。即使氣候變化保持在2.0°C或以下，到2050年APEC的GDP損失也可能高達11.3%。當中指出，應對氣候變化是社會上結構和規則決策者的工作，需要加強全球合作。■

資料來源：綜合報導

## 歐元區經濟第三季度環比增長2.2% 與美國差距縮小

**據** 英國《金融時報》報導，歐元區經濟加速復甦，第三季度環比增長2.2%，縮小了與美國的差距，但區內前四大國家國內生產總值（GDP）的數據有好有壞，其中法國和意大利的增長率超出預期，而德國和西班牙卻低於預期。根據歐盟統計局公佈的初值，10月份歐元區通脹率從上月的3.4%升至4.1%，為13年來最高。

不過，歐元區經濟仍比疫情爆發前低0.5%，2021年最後一個季度有望實現持平。目前，德國與疫情前2019年第四季度的經濟產出差距是1.1%，意大利的這一差距已縮小到1.3%，而法國已基本恢復到疫情前的水平，西班牙的差距

則是6.6%。法國和意大利推動了歐元區三季度的經濟復甦，兩國經濟表現強勁，增長率遠超預期，分別達3%和2.6%。

歐盟統計局說，三季度歐元區19國GDP經季節調整後的年增長率為9.1%，基本與上一季度持平。這比美國經濟同期2%的年增長率快得多。

報導還指出，由於歐洲製造商難以確保原材料和其他供應，歐元區的生產仍然疲軟。與此同時，據英國牛津經濟諮詢公司指出，歐洲隨著天氣轉冷導致新冠肺炎感染病例增加，有些國家開始重新實行社交限制措施。■

資料來源：參考消息網

## 美國三季度經濟增長率降至2% 遠低於二季度6.7%

**美** 國商務部公佈的預估數據顯示，2021年第三季度美國實際國內生產總值（GDP）按年率計算增長2%，增幅遠低於第二季度的6.7%。

數據顯示，2021年第三季度，佔美國經濟總量約70%的個人消費支出僅增長1.6%，遠低於上一季度12%的增長；其中，包括汽車、家用電器在內的耐用消費品消費下降26.2%，服裝等快速消費品消費增長2.6%，服務消費增長7.9%。

此外，反映企業投資狀況的非住宅類固定資產投資增長1.8%，住宅類固定資產投資下降7.7%。

受出口下降影響，淨出口拖累當季增長1.14個百分點，連續五個季度拖累經濟增長。分析人士認為，Delta變異毒株快速傳播阻礙消費增長，而勞動力短缺和商品供不應求導致的供應鏈堵塞問題，也拖累了本季度經濟增長。

對於美國當前出現的物價上漲，美聯儲鮑威爾主席認為，當前的通脹加劇是暫時的，主要由於經濟復甦過快導致的供應鏈瓶頸所致。經濟學家預計，當前的供應鏈瓶頸問題預計2021年年底節日購物季之後才有望緩解。但專家對於第四季度經濟前景仍持樂觀態度，有望增長4%。■

資料來源：中國新聞網

## 美國10月CPI同比上漲6.2% 創30年來最高增幅

美國勞工部公佈數據顯示，美國10月消費者價格指數（CPI）環比上漲0.9%，同比上漲6.2%，高於市場普遍預期。數據顯示，剔除波動較大的食品和能源價格後，美國10月核心CPI環比上漲0.6%，同比上漲4.6%。

具體來看，美國10月能源價格環比上漲4.8%，同比上漲30%；其中，燃料油價格環比上漲12.3%，同比飆升59.1%。二手車價格環比上漲2.5%，同比上漲26.4%；新車價格環比上漲1.4%，同比上漲9.8%。食品價格環比上漲0.9%，同比上漲5.3%；其中，肉類、家禽、魚

類和蛋類價格整體環比上漲1.7%，同比上漲11.9%。佔CPI比重約三分之一的住房價格環比上漲0.5%，同比上漲3.5%。

此外，美國勞工部當天公佈另一報告顯示，10月美國時薪環比上漲0.4%，但扣除通脹後，實際薪酬環比下跌0.5%。

分析認為，需求旺盛和供應短缺、勞動力不足等因素共同推高了價格。而住房價格上漲表明，實際通脹可能比預期持續更長時間。

美聯儲鮑威爾主席和耶倫均財政部長表示，當前出現的通脹是暫時的，主要受疫情相關問題影響，但可能比預期更為持久，預計在2022年可以恢復正常。■

資料來源：中國新聞網

## 2021年全球包裝需求 將突破一萬億美元

史密瑟斯最新研究指出，全球包裝市場總值將在2021年達到1.01萬億元（美元，下同），2020年至2021年增長4.8%之後，2021年至2026年將回歸3.9%的穩定年複合增長率，預期將在2026年產生1.22萬億元的總市場價值。

當中數據表明，中國仍然是全球最大的市場，在2021年價值2,560億元，並將於2026年成為增長最快的國家。預計這五年中，北美的市場擴張速度將會最慢。

全球紙板包裝、瓦楞紙板、折疊紙箱和液體包裝板的銷售，預計將在未來五年以最快的速度增長。首先，市場對纖維包裝的需求上升，受益於全球可持續發展目標和循環經濟模式的大趨勢。紙板包裝，尤其是瓦楞紙板，則受益於疫情期間電子商務銷售的增幅。

增長第二快的材料將是剛性和柔性塑料。雖然這些是最不可持續的包裝類型，但受益於設計創新和回收技術，加上其低成本屬性，塑料包裝將繼續在發展中市場受歡迎。

工業／運輸中的包裝應用佔2020年全球銷售額41.6%，預計醫療行業的包裝銷售將以最快的速度增長。在工業領域中，預計中型散貨集裝箱的銷售將以最快的速度增長。■

資料來源：必勝網信息中心

## 2026年印刷標籤需求達481.6億美元 CAGR 為2.9%

**根** 據史密瑟斯 (Smithers) 數據預測，印刷標籤需求將在2026年增長至481.6億元 (美元，下同)。壓敏標籤對噴墨技術的廣泛使用，以及更可持續印刷系統的採用，對於2021年至2026年印刷標籤銷售的未來增長至關重要。期間印刷的年複合增長率 (CAGR) 為2.9%，同期的標籤印刷量將以4%的年複合增長率更快地增長，2026年將印刷相當於1.47萬億張A4紙的面積。

史密瑟斯的數據集追蹤五種主要標籤形式的印刷量和價值——濕膠、壓敏、多部追溯標籤、拉伸和收縮薄膜套標和模內標籤。報告顯示，2021年需求增長最大的將是印刷壓敏標籤。這五種主

要的標籤已經佔市場的59.6%，並將佔未來五年大部分價值和銷量的增長。

根據該報告，標籤印刷和窄幅的卷材印刷機仍然是許多印刷設備製造商關注的焦點。大多數標籤仍在模擬印刷機上運行，柔印佔2021年產量的37%，膠印佔23.2%，凹印佔13.8%，數字印刷系統的市場份額僅為9.0%。預計噴墨印刷將成為標籤印刷商首選，產量每年增長13.1%。

該報告還指出，品牌保護將成為標籤印刷中主要的考慮因素。品牌所有者渴望改用帶有唯一標識符代碼的標籤，從而防止假冒，並能提供更詳細的營銷信息。■

資料來源：全球印刷與包裝工業

## 到2026年全球防偽印刷市場總值 將達350.2億美元

**研** 究機構史密瑟斯的報告顯示，全球防偽印刷的未來總價值將從2020年的284.7億元 (美元，下同) 增加到2021年的288.9億元，預計行業的總銷售額在2026年達到350.2億元，伴隨著以下主要變化：

預計五年內，紙幣需求增長將放緩，各國央行和證券製造商將重新關注替代和電子支付選項；隨著非接觸式支付需求上升，支付卡成為同期增長最快的市場領域之一；隨著國際旅行限制放寬，開發集成電子ID來管理疫情資料和更廣泛地使用生物識別技術，將帶動防偽印刷市場；品牌保護包裝前景預計明朗。電子商務貿易增長和可追

溯性要求這兩個驅動因素，將使其成為未來五年增長最快的部分，為現有的安全技術供應商創造多樣化機會。

雖然郵件量將繼續下降，但隨著市場重新聚焦於印花稅，控制假冒香煙等商品的新措施，將使郵票印刷需求增加。

安全基材和印刷工藝仍將是市場的兩大組成部分，2021年其價值將佔50.1%。在2021年至2026年期間，日漸嚴格的供應鏈審查和驗證科技的普及，將帶動RFID、編碼、安全油墨和標記劑的市場需求。■

資料來源：必勝網信息中心

## 英國印刷業 2021年第三季度業績 更接近疫情前水平

由 British Printing Industries Federation 出版的《印刷展望》(Printing Outlook)是一份研究英國印刷包裝業的報告。報告發現，自新冠肺炎疫情爆發後，業界的工作量到2021年第二季度才得到顯著改善，於第三季度持續增長。隨著社會活動數量增加，印刷商預計在節日營銷的幫助下，強勁的活動水平將持續到第四季度。有48%的公司預測產出將增加，42%的公司預料在第四季度保持穩定的產出水平，只有10%預計會下降。



■ 《印刷展望》指出，儘管受到供應鏈挑戰和成本增加的影響，但大多數英國印刷企業在2021年第三季度的業績有所改善。

原材料供應短缺現在是企業面臨的最大挑戰，68%受訪者對進口成本和原材料供應短缺的擔憂增加。整個行業的主要成本都呈現顯著增長，預計第四季度上升壓力將增加。BPIF表示，第三季度，紙張和紙板成本的上升帶來嚴重通脹壓力。

在第三季度，經歷「嚴重」財困的印刷和包裝公司數量下降，而經歷「重大」財困的企業也回落到「正常」的水平。■

資料來源：必勝網信息中心

## 北美最大印刷企業當納利 最終由查塔姆收購

當納利 (RR Donnelley) 宣佈，已達成最終合併協議，將被其最大的投資者查塔姆資產管理公司以每股 10.85 元 (美元，下同) 全現金交易的方式收購，企業總價值約為 23 億元，總股本價值約 8.97 億元。

當納利先前宣佈與阿特拉斯控股附屬公司達成合併協議，當時阿特拉斯的附屬公司同意以每股 10.35 美元的現金收購當納利，但目前已經終止。

查塔姆的收購協議已獲得當納利董事會一致批准，根據條款，查塔姆的一家附屬公司將收購其尚未擁有的所有當納利普通股。



■ 當納利擁有 150 多年歷史，這次收購完成後將從紐約證券交易所退市，從上市公司成為私人企業。

當納利總裁兼首席執行官 Dan Knotts 表示，這項交易遵循穩健的流程。在查塔姆的所有權下，預計當納利將繼續成為行業領先的營銷和商業傳播企業，擁有更多資源和靈活性，以有效滿足客戶各種需求。

查塔姆指出，當納利擁有強大的資產和能力組合，期待充分利用在印刷媒體和相關行業的豐富經驗，創造更多價值。

查塔姆此次收購交易預計將於 2022 年上半年完成，但須符合慣例成交條件。當納利表示，將召開股東特別會議以批准查塔姆提出的收購要約。■

資料來源：綜合報導

## UV 油墨市場於2026年 將達到 16 億美元

根據 Research and Markets 的「UV 固化印刷油墨市場——增長、趨勢、新冠肺炎疫情影响和預測（2021年至2026年）」，預計到2026年UV 固化印刷油墨市場將達到16億元（美元，下同），期間的年複合增長率為4.64%。

數字印刷行業及包裝和標籤行業不斷增長的需求是推動市場的主因，包裝行業在2019年至2020年主導了UV 固化印刷油墨市場。使用UV 固化油墨可提供更好的整體網點和印刷效果，從而實

現高質量的表面處理，還提供多種飾面，可用於表面保護、光澤飾面和許多其他UV 可以立即固化的印刷工藝。

UV 固化油墨最初不被包裝界接受，例如在食品包裝中，因為這些油墨含有著色劑和顏料、黏合劑、添加劑和光引發劑，會轉移到食品中。然而，UV 固化油墨領域持續創新，改變了這情況。

美國對包裝的需求很大，數字印刷市場和軟包裝行業的需求不斷增長。隨著政府對各個行業的關注和投資的提高，預計UV 固化印刷油墨在預測期內的需求將大幅增加。據出版商稱，2020年美國包裝業產值為1,892.3億元，預計到2025年將達到2,183.6億元。■

資料來源：必勝網信息中心

## 英國最大新聞紙製造商 考慮冬季減產

全球能源危機衝擊多個行業，能源價格飆升導致英國最大新聞紙製造商 Palm Paper Ltd（下稱：Palm Paper）考慮在2021年冬天減產。這家造紙企業早前有見疫情封鎖風險而對生產前景不表樂觀，2021年沒有充分對天然氣採購進行對沖，因此可能需要限制一些工廠的產量。

2021年歐洲和英國的疫情威脅，給製造商帶來很大困擾，企業不確定歐洲經濟體會否再次封鎖，因此對資源採購的對沖保護準備不足。

英國能源危機日益嚴重，因為能源成本過高，很多行業不得不選擇削減產量，部分企業還陷入了財務危機。英國商務大臣正與能源密集型企業商



■ 歐洲天然氣價格上漲推高成本，英國最大新聞紙製造商亦深受影響。

討，政府該如何幫助他們渡過困境，因冬季的到來可能會進一步推高燃料成本。

Palm Paper 首席執行官表示，能源和回收纖維是影響新聞紙生產的主要因素，這兩種大類產品的成本受到全球供需的影響，使定價特別波動和難以預測。■

資料來源：財聯社

## 德國紙張供應緊張 近況與原因

**德**國人近來外出購物時都會自帶手提袋，因為商店的紙袋稀缺，受影響的商戶有時會提供紡織袋等作為替代品。

此外，出版和包裝業也面臨困境。聯邦印刷和媒體協會 (bvdm) 一位發言人表示，紙張市場緊張，人們以往等待印刷紙只需四天至五天，現在則是六周至八周。如果情況沒改變，出版商將唯有加價。

「紙荒」現象反映供應鏈瓶頸和新冠肺炎疫情導致原材料供應出現問題，即使仍然有貨，但紙張生產所需原材料的價格依然急劇上漲。

專家指出，這是因為市場發展背後存在數碼化的結構性變化。2019年，德國生產了507萬噸用於印刷、書寫或複印的圖文紙張，而2020年僅為449萬噸。疫情是另一因素，封鎖期間幾乎不再需要任何宣傳品，報紙和雜誌的數量相應減少；而紙張產量下降又導致廢紙的數量減少。但隨著經濟復甦，企業再次刊登廣告，令紙張的需求急劇增長，給市場帶來額外壓力。雖然德國多年來一直是廢紙的淨進口國，但不穩定的發展節奏導致廢紙循環還需好幾個月時間才可恢復。■

資料來源：歐洲時報

## 加拿大官方統計顯示 報業收入下降趨勢加劇

**加**拿大統計局發佈的數據顯示，新冠肺炎疫情令該國報紙出版商連續數年收入下降的趨勢進一步加劇。

根據調查數據，加拿大報紙出版商2020年的營業收入下滑至約21億元（加元，下同），較2018年上一次調查時的數字下降21.9%。調查顯示，疫情導致的封鎖措施令商界對廣告、尤其是印刷廣告的需求下降。報業在2020年的廣告銷售收入約為3.34億元，廣告收入佔行業整體銷售額51.9%；而2018年，這兩個數字分別為15億元和59.7%。

該報告指出，2016年至2018年，報紙的印刷廣告銷售額下跌23.9%；而在2018年至2020年，降幅達到45%以上。

報紙發行的銷售額總體也在持續下降，但降幅小於廣告銷售額。2018年至2020年，發行銷售總額從6.45億元減少至5.97億元，降幅為7.5%。期間，雖然印刷報紙的發行銷售額下降12%，但數字發行額增加43.6%。不過，數字發行量僅佔整體的12.5%。

調查報告預計，2021年的廣告需求將比2020年有大幅反彈。但廣告收入方面，報業將繼續面對來自互聯網等其他媒體平台的巨大競爭，所以預料報紙的收入相對而言不會有明顯增長。■

資料來源：中國新聞網