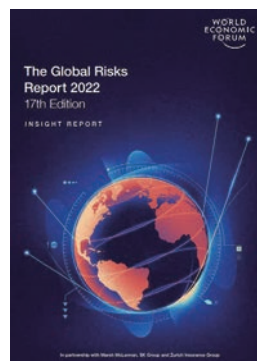


世界經濟論壇報告 提示2022年全球主要風險

世界經濟論壇發佈的《2022年全球風險報告》指出，除了仍在肆虐的新冠肺炎疫情，2022年全球面臨的主要風險還包括氣候行動不力、社會鴻溝擴大、網絡風險加劇和全球復甦失衡。世界經濟論壇是以研究和探討世界經濟領域存在的問題、促進國際經濟合作與交流為宗旨的非官方國際性機構。

報告指出，人類社會最主要的長期風險與氣候相關，而社會鴻溝、生計問題和心理健康狀況惡化成為最主要的短期風險。

報告中一項全球調查顯示，僅六分之一的受訪專家對經濟復甦持樂觀態度，僅十分之一的專家相



■ 《2022年全球風險報告》中指出，氣候危機仍然是人類面臨的最大長期威脅，若未能對氣候變化採取行動，全球國內生產總值可能縮減六分之一。

信全球復甦將會加速。大多數專家認為，未來三年世界經濟復甦將失衡且動盪不定。

世界經濟論壇薩迪婭·扎希迪執行董事表示，全球在公共衛生和經濟發展領域的合作對於實現更加均衡、快速的全球復甦至關重要，全球領導者必須齊心協力，開展多方協作，共同應對持續的全球性挑戰。■

資料來源：新華網

《2021年世界貿易報告》 增強經濟韌性需更多區域與多邊合作

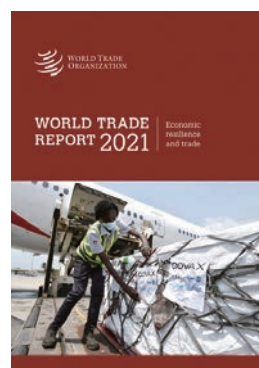
世界貿易組織發佈的《2021年世界貿易報告》圍繞「經濟韌性和貿易」主題，探討了相互關聯的全球貿易體系在危機當中既脆弱又具有韌性的原因、貿易如何幫助各國經濟加強抵禦衝擊的能力，以及如何使貿易體對未來變化更具韌性。

報告指出，新冠肺炎疫情造成的危機是對世界貿易體系的一次大規模壓力測試，對全球供應鏈和各國之間的貿易關係造成了前所未有的衝擊。根據世界衛生組織（WTO）的最新預測，全球經濟產出（按市場匯率計算）預計2021年全年增長5.3%。這在一定程度上歸功於商品貿易的強勁復甦，然而服務貿易繼續低迷。

■ 《2021年世界貿易報告》指出，鑒於風險和衝擊的廣泛性，以及經濟韌性的跨領域性質，加強世貿與專門研究經濟韌性方面的國際和區域組織之間的合作勢在必行。

這報告傳達了三個主要資訊：首先，當今高度互聯的全球經濟使世界更容易受到衝擊，但也更具韌性；其次，通過解除貿易一體化來提高經濟韌性的政策，往往會產生反效果，降低經濟韌性；第三，增強經濟韌性需要更多全球合作。此外，風險預防、救災、公共衛生、氣候變化、環境保護和金融穩定是建立和支持經濟復原能力的關鍵。■

資料來源：金融界



2月份全球製造業PMI略升至54.9% 全球經濟延續復甦趨勢

據 中國物流與採購聯合會發佈，2022年2月份全球製造業PMI為54.9%，較上月小幅上升0.2個百分點，連續兩個月穩定在54%以上。按區域看，美洲和非洲製造業PMI較上月有所上升，亞洲和歐洲的指數較上月有所下降。

從指數變化看，全球經濟延續復甦趨勢。2022年1月至2月全球製造業PMI均值為54.8%，較去年同期略低0.2個百分點，表明經濟復甦的力度仍待提升。疫情蔓延對全球經濟復甦仍帶來擾動，全球供應鏈穩定性有待鞏固。原材料和勞動力供應短缺持續推升企業經營成本，全球通脹壓

力依然較大。歐美主要國家CPI的同比增速均有較大幅度上升。

此外，疫情持續也進一步加劇不同經濟體復甦分化，短期難以改變全球經濟發展不平衡。各國政府都在支持經濟復甦與抵抗通脹壓力之間作艱難抉擇，有針對性的精準政策或許有利於保持各國經濟平穩復甦。盡快徹底消除疫情影響仍是全球經濟持續穩定復甦的根本，通過創新開展經貿合作，合力發展也是各國經濟實現復甦的重要方向。■

資料來源：央廣網

幾大原因令紙質食品包裝成為 塑料包裝可持續替代品

食 品業電子商務日益增長，食品企業要實現綠色運營，做法之一是重新評估其包裝。塑料在食品包裝中無處不在，然而，對環境的損害亦非常大，越來越多食品經營者正轉以紙張作為替代品。紙張滿足了成功食品包裝的三個P——保護（protection）、保存（preservation）和展示（presentation）。

澳洲四分之三的州正在減少使用一次性塑膠，並用可持續包裝取代；超過三分之二的美國人期望從提供無塑料包裝選擇的零售商選購。作為食品包裝物料，紙是塑料和其他化石燃料衍生材料的

替代品，更可持續回收。在保障食品安全方面，紙張的性能始終與塑料一樣好或更優。在一系列測試中發現，紙張在保持產品涼爽方面可與發泡聚苯乙烯和塑料氣泡袋相媲美。

紙張和氣泡膜之間的區別同樣明顯。雖然兩者都可以用作保護性包裝，但氣泡膜的體積主要是空氣，因此工廠使用的氣泡卷的運輸效率低於緊密包裹的紙卷，導致排放量更高。紙張可以用作填充盒裝食品，並保護貨品免受損壞的空隙填充物。■

資料來源：全球印刷與包裝工業

2022年4月起 英國徵收塑料包裝稅

限 塑、禁塑早已成為全球推進可持續發展過程中的重要舉措，歐盟早於2021年開始對塑料包裝徵稅，英國緊隨其後也發佈了塑料包裝稅（Plastic Packaging Tax），於2022年4月1日生效，適用於製造或進口某些成品塑料包裝材料的企業，包括英國和非英國的企業或組織。

該新稅法對廣泛的行業產生重大影響，包括製造業、消費品、零售、食品和飲料、製藥和化妝品

等，Tesco、Asda等網購平台和大型超市最近都將大量塑料包裝製品下架。根據決議，英國的塑料包裝生產商、塑料包裝進口商，還有這兩者的商業客戶，以及在英國購買塑料包裝商品的消費者都有繳稅義務。

如果銷售和／或生產的商品在運送到消費者的途中使用大量塑料包裝，則很可能受到新稅種的影響。對於跨境賣方來說，即使是一家不在英國製造的跨國公司，但只要將包裝商品帶入英國，則可能需要繳納或註冊該稅項。

所有製造或進口塑料包裝企業都必須保留他們製造或進口的包裝記錄，這樣企業就可以向英國稅務海關總署證明是否需要註冊該稅項。■

資料來源：環球聚氨酯網

近年日本造紙行業 生產情況分析

日 本紙和紙板2018年至2020年的總產量不斷下降，且降幅不斷擴大，2020年受新冠肺炎疫情影響，降幅達9.9%，產量為2,287.6萬噸，較2019年減少了252.5萬噸。從日本造紙工業的發展方向來說，日本造紙市場已經飽和。根據日本造紙協會數據，2021年日本紙和紙板國內需求約為2,302萬噸，需求不會恢復到以往的水平。

從2020年日本各類型紙產量來看，印刷、信息用紙降幅最大，同比下降21.8%，主要原因

包括：受疫情影響，體育比賽和商業活動等受限，商業印刷需求減少；不少雜誌出版延期和中止，導致特種紙、包裝用紙、新聞紙分別下降18.3%、15.6%、14.9%。2020年日本印刷、信息用紙佔比達52.4%，其中塗佈印刷紙佔比最大，達21.5%，未塗佈印刷書寫紙佔12.4%，微塗佈印刷紙佔6.8%，特種印刷紙佔1.6%，信息用紙佔10.0%。

從2020年日本各類型紙板產量來看，僅有箱紙板產量呈正增長，主要由於中國市場進口需求增長，日本瓦楞紙和紙板出口量創下了歷史最高值。紙盒用紙板產量為137.8萬噸，出版物封面紙板等需求量的下降導致日本白紙版產量下滑；黃紙板、彩色紙板產量為11.6萬噸，較2019年同比下降15.9%。■

資料來源：智研諮詢

亞馬遜法國訂單包裝趨於可回收化

亞馬遜法國站在2021年年底停止使用一次性塑料袋包裝商品，這項變動適用於使用「亞馬遜物流」服務的自有品牌和第三方賣家銷售的小件商品。消費者目前收到的都是紙質或紙板包裝的訂單，加上包裝袋由回收材料製成，與標準的紙箱相比，減少包裹的體積。

亞馬遜法國 David Lewkowitz 物流運營總監表示，亞馬遜改變了法國的配送包裝要求，使用可持續性強的紙質包裝替代一次性塑料包裝，未來亞馬遜將繼續創新並尋找其他可持續材料來解決環保問題。

該公司的可持續計劃還鼓勵供應商將其產品包裝設計成易於打開、100%可回收且無需額外包裝即可運送到消費者手中的樣式。亞馬遜在先進的實驗室和世界各地的配送中心測試紙質包裝，確定供應商可以採取具體措施改進其包裝，並確保其保護性。

氣候承諾的聯合創始人和第一個簽署者是亞馬遜，他們承諾在2040年實現淨零碳排放，並有望在2025年之前在運營上實現100%可再生能源；同時正在部署環保交付解決方案，為此還訂購了超過10萬輛電動送貨車，其中數千輛已經在歐洲地區使用。 ■ 資料來源：曼談紙業

歐洲瓦楞紙箱協會發佈瓦楞包裝可回收性指南

歐洲瓦楞紙箱製造商聯合會（FEFCO）發佈瓦楞包裝可回收性指南，旨在協助瓦楞包裝行業優化包裝的設計。

FEFCO 聲稱，瓦楞包裝的回收含量平均為89%。然而，包裝產品的實際可回收性取決於成分和設計，以及包裝收集、分類和呈現以供再加工的方式。所以，指南強調了設計的重要性，例如剝離底紙的設計可將裱貼層與紙板分離，更可鼓勵消費者將包裝放入回收流之前這樣做。因此，這類紙被視為行業首選，特別有助減少食品污染。

指南中列出在瓦楞包裝中添加塑料，會對再加工和公司的經濟利潤產生負面影響，其中列明了將



■ 歐洲瓦楞紙箱製造商聯合會透過發佈瓦楞包裝可回收性指南，協助行業優化包裝設計，提高其可持續性。

塑料含量保持在包裝重量的5%為最大值的設計指標，3%的含量是首選。

FEFCO的結論是，逐一評估單個包裝產品的可回收性是不切實際的。為應對這一挑戰，這個指南透過提供設計參數，希望可以標準化和優化整個供應鏈中紙質包裝的可回收性。 ■

資料來源：全球印刷與包裝工業

Pentawards 發佈 2022年包裝設計趨勢

通 過設立國際評審團評估世界各地包裝設計的 Pentawards，早前發表了報告，列出影響 2022 年包裝設計的主要趨勢。

Pentawards 的報告指出兩個主要趨勢：「對傳統包裝的驚人採用」和「作為主要視覺效果的顏色」，表明消費者越來越重視新穎的設計，產品圖像與鮮豔的色彩相結合，大膽和豐富多彩的設計趨勢可能會增加。此外，許多設計無可避免地受到新冠肺炎疫情影響，隨著商店在封鎖期間關閉，網上購物激增，優化電商包裝是關鍵，需與消費者行為模式相對應，預計未來會有更多品牌使用專為在線分銷設計的包裝，以提高通過電商渠道銷售產品的影響力。

另外，包裝的可持續性是另一個主要關注點，特別是通過設計使消費者更加了解綠色包裝，從而使產品更具有吸引力。

在插圖方面，有些品牌將「抗議和宣傳的視覺語言」納入設計，Pentawards 認為這反映了當前的政治格局和全球激進主義的趨勢，品牌通過熱門的社會議題來吸引消費者。

Pentawards 也強調多樣性和包容性，未來也許是包裝設計中必不可缺少的元素。■

資料來源：全球印刷與包裝工業

2022年標籤印刷行業新趨勢

全 球標籤印刷市場到 2022 年將達到 452.2 億美元，而印刷量將達到 1.41 萬億張 A4 紙。數字標籤印刷的應用成為關鍵，因其印刷速度快、且成本低。數字標籤的清晰度亦較高，再加上電商普及，標誌著標籤印刷行業的繁榮。這一年，以下趨勢將重塑全球標籤印刷行業：

第一，許多標籤印刷商正在投資管理信息系統或網絡印刷平台，以實現完全簡化和自動化印刷流程，加快生產和交付，實現靈活和更短印刷週期。第二，通過升級標籤來使產品更高端，如在標籤上使用各種裝飾，基材也可以通過多種方式

進行修改；此外，隨著個性化普及，更可反映優雅和品味的自定義標籤來適應不同節日和場合。第三，不乾膠標籤不需使用任何黏合劑，十分耐用且經濟高效，將成為需要長途運輸產品的熱門選擇。第四，綠色環保是全球關注的議題，可持續來源的材料製成的可生物降解標籤將是一大趨勢，這種標籤環保同時適合於日常標籤，而且不需花費大量時間和資源來製造。最後，機組式標籤印刷有助展示品牌一致性，並可透過標籤顯示包裝中成分或警告信息，之後無需添加其他流程，讓設計和印刷過程更靈活。■

資料來源：全球印刷與包裝工業

印刷業2021年年底商機縮減 韓企新年日曆訂購量大減

據 韓國《亞洲日報》報導，每到年末，很多韓國大企業和銀行都會為客戶免費發放新年日曆，但今年民眾表示能領到日曆的地方明顯減少，領取難度也高於往年。對於印刷企業而言，新年日曆原本是每年年底的大單，但印刷需求的減少使企業經營更為困難。

據京畿道印刷信息產業協同工會和印刷企業等統計，2022年新年日曆的印刷訂單較往年減少兩至三成，部分企業甚至連一單日曆印刷生意也沒接到。工會相關人士表示，從約1,700家印刷企業情況來看，日曆的印刷訂單明顯減少；其中主

要客戶企業訂單減少30%，金融行業訂單減少20%至30%左右。智能手機普及也令紙質日曆市場萎縮，近年來日曆訂貨量基本以2%速度減少，但這年如此蕭條的情況還是首次出現。他認為隨著新冠肺炎疫情持續，很多企業和銀行銷售額減少，發放免費日曆的福利自然也被削減。

分析認為，印刷企業接到的日曆訂單減少，主要是因為主要客群——金融業的訂單下滑。部分銀行將原本向所有客戶派發免費日曆改為僅限於送予貴賓客戶或主動詢問的顧客。■

資料來源：亞洲日報

歐洲數碼紡織品印花市場 規模將達29.5億美元

根 據Allied Market Research的「按基材類型、油墨類型和最終用途劃分的歐洲數字紡織品印花市場：2020年至2030年全球機會分析和行業預測」報告，預計歐洲數字紡織品印花市場到2030年將達29.5億元（美元，下同），2021年至2030年，歐洲數字紡織品印花市場的年複合增長率為14.8%。

可持續包裝解決方案需求的增加和消費品需求上升，是推動紡織品數碼印花行業增長的主要因素，電子商務和廣告行業的增長也令紡織品數碼印花機的需求激增。

印刷技術廣泛應用於標識、標籤、分級和品牌等包裝行業，進一步應用於各種包裝解決方案。由於來自印度等其他國家的各種文化交流，歐洲國家的流行趨勢增加，導致對紡織品數碼印花行業的需求增加。

替代包裝解決方案的日益普及和全球發達國家與發展中國家經濟數字化的興起，阻礙了紡織品數碼印花市場的增長；印花技術發展初期需要大量資金投入，是阻礙市場增長的另一個原因。

此外，紡織品數碼印花機是一種更環保的解決方案，有望減少能源消耗，並大大減少運營足跡。上述因素和應用將為預測期內，歐洲紡織品數碼印花市場的增長提供各種機遇。■

資料來源：必勝網信息中心

全球油墨樹脂市場 到2026年將達到38億美元

根 據 Markets and Markets 研究報告，「油墨樹脂市場按樹脂類型（改性松香、碳氫化合物、改性纖維素）、技術（油、溶劑、水、UV 固化）、應用（印刷和出版、軟包裝、瓦楞紙板和紙箱）—— 2026年全球預測」，指出2021年全球油墨樹脂市場規模為33億元（美元，下同），預計到2026年將達到38億元，年複合增長率為3.4%。

提高印刷油墨行業的環保標準、包裝和能源固化油墨行業的增長、對紫外線固化油墨的需求增加，以及新的樹脂技術，都是推動油墨樹脂市場增長的關鍵因素。與化石來源和樹樁相比，松香源於生物，使其成為印刷油墨樹脂的可再生原料，用於漫畫出版物和報紙油墨等。

在美國，UV 固化油墨在包裝市場中的使用持續增加，主要優點是無溶劑油墨、可降低保險、高水平的產品耐受性、易用性，以及適應各種尺寸和各種打印作業的靈活性。

溶劑型油墨仍然是最大的技術領域。使用的主要樹脂是低黏度硝化纖維素（NC），在所有溶劑型液體油墨中佔70%以上。以NC為基礎的液體介質，其顏料分散性良好，黏度和固含量達至平衡，氣味小，印刷性優良，與大量其他聚合物的介質相容。■

資料來源：必勝網信息中心

美國出版數據顯示 紙質書魅力不減

美 國出版商協會（AAP）發佈2021年第四季度出版市場數據報告，共收錄了約1,360家出版商的數據，顯示這些出版商面向書店、批發商、消費者、在線零售商和其他渠道的淨收入。

報告顯示，與2020年同期相比，2021年第四季度所有類別的總銷售額增長了23.1%，達到14億元（美元，下同）；收入同比增長13.7%，達到131億元。在大眾銷售類出版方面，銷售額達到11億元，同比增長16.8%。

這季度的紙質圖書銷售中，精裝書銷售額同比增長16%，達到5,292億元；平裝書銷售額同比增長35.2%，達到3,262億元；大眾平裝書銷售額同比增長7%，達到2,110萬元；紙板書銷售額同比下降2.3%，為2,640萬元。

前三個季度，精裝書銷售額同比增長15.7%，達到30億元；平裝書銷售額同比增長21.3%，達到26億元；大眾平裝書同比增長6%，為1.985億元；紙板書同比增長8.8%，為1,692億元。

2020年第四個季度相比，2021年同期的電子書銷售額同比下降12.3%，為8,400萬元。下載類有聲書銷售額同比增長10.3%，達到6,270萬元；實體有聲書銷售額同比下降45.3%，達到160萬元。■

資料來源：國際出版週報

後疫情時代 韓國出版業新機遇

韓國出版商協會發佈的數據顯示，新冠肺炎疫情期間，圖書線下銷售規模同比下降11%，線上規模同比增長30%。韓國出版業呈現出以下發展趨勢：第一，延期開學導致兒童和青少年讀物的銷量增加；第二，對名人的追捧帶動相關書籍的購買熱潮；第三，對未來的焦慮帶動理財和經濟類圖書的銷售；第四，自然科學類讀物的銷量增長了45%，突如其來的疫情使人們對病毒和傳染病的知識感到好奇。

在後疫情時代，出版業有幾大趨勢值得關注：第一，大眾的關注點和圖書市場呈現的趨勢是一致

的，所以未來的不確定性會持續帶動理財和經濟類圖書市場的增長，心理自助類圖書也會持續一段時間受讀者歡迎；第二，全新商業模式出現，帶來了從紙質書到電子書和有聲書的轉換，網絡漫畫和小說等網絡出版物在疫情期間飛速增長，可見出版是一個能夠持續成長的產業，只是內容呈現或發行方式必需有所轉變；第三，必需構建應對「非面對面」經濟的書店和圖書館的生態鏈，這次疫情加快了韓國出版業線上發行的進一步發展，所以出版機構、書店等要盡快轉變思路。■

資料來源：金融界

英國童書日趨多元 少數族裔角色四年增加四倍

初級教育文化中心（CLPE）的「反映現實調查」旨在監測英國兒童書籍的多樣性。2017年的結果顯示，在前一年出版的童書中，只有4%含有黑人或少數族裔人物。此後這一比例每年增加：2018年為7%，2019年為10%，2020年為15%。2020年在英國出版的5,875本兒童書籍中，8%以少數族裔為主人翁。

撰寫報告的法拉·塞魯克（Farrah Serroukh）表示，圖書行業轉變需要漫長的周期，在啟動這項調查時沒有預料到會呈現逐年上升的趨勢。在2020年出版的圖畫書中，48%的作品裡有一位有色人種人物（2017年的數據為6%），而非虛構類圖書則有34%，小說與前一年一樣有7%。

塞魯克指出，小說是最難有這變動的領域，因為作者必須從創作初期就明確塑造有色人種人物的需求，較具挑戰性；反而圖畫書直接改變上色就可把人物變成有色人種。

報告還強調，2020年兒童讀物中，90%的有色人種主角「以思想、聲音或行動方面的表現」推動了故事的發展，而在2017年只有38%。但報告也批評有些小說中，少數族裔人物的存在感太弱，或者對其描寫不夠充分。■

資料來源：界面新聞