

美國第三季度 經濟增速降至2.2%

美國商務部公佈的最終修正數據顯示，2009年第三季度美國GDP按年增長2.2%，低於之前預先公佈的2.8%，更低於最初公佈的3.5%。

個人消費開支佔美國經濟的較大比重，第三季度增長了2.8%，低於原先公佈的2.9%；房地產投資增加了18.9%，也低於之前公佈的19.5%，因此美國商務部下調第三季度經濟增速。不過，最終修正的第三季度進出口數據反而較為理想，

出口增長17.8%，高於之前的17%；進口增長21.3%，高於此前的20.8%；但由於存在貿易逆差，當季進出口貿易拖累GDP增長0.8%。

分析人士指出，有關第三季度美國經濟增速的消息好壞參半。好的是美國經濟在連續四個季度下滑後首次出現增長，顯示美國有可能已經走出衰退步入復甦；壞的是經濟復甦較預期乏力。經濟學家認為，美國第四季度經濟增速將介乎2.5%至3%，失業率可能再創新高。■

資料來源：新華網

美國商業印刷企業 連續兩個季度 保持盈利

印刷在線媒體 WhatTheyThink 網站公佈了《2005至2009年第三季度美國印刷業利潤報告》，撰寫人 WhatTheyThink 經濟研究中心主任 Joe Webb 博士指出，與2009年第一季度相比，商業印刷企業在同年第三季度的經營狀況持續好轉，即使產量下降明顯，裁員情況較為嚴重，但印刷業已經在產能、產量和來自電子媒體的價格壓力之間找到平衡。

這份報告回顧和分析了商業印刷的出貨量、利潤和產能趨勢，並預測經濟危機將在未來六個月內結束，2009年第四季度更可能是經濟危機的終點，但仍然需要保持警惕，因為這只是表明了經濟開始復甦，並不意味著市場能夠恢復到衰退前的水平。■

資料來源：必勝網

2009年11月份 美國商業印刷出貨量 73.8億美元

印刷在線媒體 WhatTheyThink 網站最新公佈的《北美印刷出貨量月度報告》顯示，2009年11月，美國商業印刷出貨量為73.8億美元，比2008年同期下降了8%，但降幅小於2009年的平均水平（10%）；不過，這也是美國自2003年以來的六個11月份之中，首次出貨量低於80億美元。

WhatTheyThink經濟研究中心主任Joe Webb博士認為，2009年對印刷企業來說是非常困難的一年，而且來自新媒體的壓力也在持續增大。不過印刷在整個通訊戰略中仍佔有非常重要的地位，但其規模、範圍和使用頻率都已有變化。他呼籲印刷企業應加緊與新媒體融合，以贏得新市場的信心。■

資料來源：必勝網

美國印企著力 開拓數字印刷市場

美國《印刷新聞》週刊就數字印刷發展趨勢話題進行市場調查，結果顯示，在經濟衰退形勢下，數字印刷轉型進程加快。對印刷企業而言，正確的營銷策略將是成功開拓數字印刷領域的必要手段。

一家採用數字印刷的美國印企負責人表示，在過去幾個月，數字印刷業務增長比膠印更好。由於客戶要求的印數越來越少，版面呎吋也有不同，數字印刷正符合要求，而且更節約成本；也有印刷企業經營者表示，膠印機與數字印刷機已有合流的趨勢。

有些北美企業早在10年前開始經營數字印刷，向客戶提供可變數據、資產管理、網站開發和其他服務等，他們認為自己不只是一家印刷公司，更是營銷公司，如何切合客戶需求、找準營銷重點才是關鍵。

另一位美國數字印刷企業經營者表示，與膠印相比，數字印刷的技術改進速度太快，回本獲利並不容易，對印刷廠造成顧慮。在二十世紀90年代，CTP的出現曾引發行業劇變，當時也出現了類似的情況，這種變化雖然過程艱難，卻是不可避免的。 ■ 資料來源：中國新聞出版報

美國包裝塗料與油墨市場 迅速增長

美國弗里多尼亞集團最新研究報告顯示，柔性印刷包裝將引領美國包裝油墨、塗料和添加劑市場，在2008至2013年間以年均2.5%的速度增長；到2013年，該市場的需求總量將達63.5萬噸，市場規模達30億美元。

使用油墨、塗料和添加劑的包裝基材包括紙張、紙板、塑料、金屬和玻璃；其中塑料將是最大和增長速度最快的基材，預計2008至2013年間對油墨、塗料和添加劑的需求增速為4.1%。

弗里多尼亞集團表示，按種類劃分，未來幾年油墨市場需求將以年均2.8%的速度增長，其中凸版油墨將是包裝領域使用量最大的油墨品種；預計塗料需求年均增速為1.3%，添加劑需求年均增速將達4.6%。 ■ 資料來源：化工報

中國經濟體制改革研究會 樊綱副會長表示 2010年美國經濟 或二次探底

在2010中國經濟展望高峰論壇上，中國經濟體制改革研究會副會長、國民經濟研究所所長樊綱表示，儘管成功避免了一次經濟大蕭條，但未來世界經濟仍然不穩定。2010年二季度以後，美國經濟可能重新出現1%以下的低增長，出現二次探底。

樊綱又表示，未來人民幣沒有貶值的空間，應通過理順國內價格的方式去化解匯率壓力。 ■

資料來源：中國證券報

英國12月製造業採購經理人指數增至54.1

市場研究機構 Markit Economics 及特許採購和供應學會 (CIPS) 表示，2009 年 12 月，英國製造業以兩年多來最快的速度擴張，採購經理人指數由 11 月的 51.8 增至 54.1。

12 月份的新訂單以 2007 年 7 月至今最快的速度增長，推動採購經理人指數的上升；同時，企業報告的裁員人數以 2008 年 5 月以來最慢的速度增加。該機構高級經濟學家 Mr. Rob Dobson 認為，上述數據預期英國年末復甦步伐加快。■

資料來源：世華財訊

英國：食品碳足跡標籤改變消費觀念

為改變英國人的消費觀念，購買「低碳」食品，英國政府計劃在超市食品標上「碳足跡」標籤，讓消費者在選購食品的同時，清楚了解其二氧化碳排放量，採取綠色購物行為。

產品的碳足跡是指產品從原料取得、製造、包裝、運輸、廢棄到回收，直接或間接產生的溫室氣體排放。現時英國 Tesco、百事可樂等品牌食品公司已在部分食品上加上「碳足跡」標籤，並視之為英國未來廿年食品生產戰略的一部分，政府呼籲其他品牌的食品也應該加上相關標籤。

環保組織認為，政府不應只作呼籲，更需要制訂法例徹底實行。地球之友表示，「碳足跡」標籤對於應對氣候變化有一定的幫助，但更重要的是生產更多的低碳產品，政府應該支持可持續發展的有機農業，並削減給予工廠化農場的補貼。■

資料來源：標籤世界網

英國推出可看可吃的賀年卡

英國一家名為「氧氣創造」的公司推出環保聖誕卡，收件者看完賀卡之後，可以把它吃掉。

這家公司響應節能減排，用馬鈴薯泥製造紙板，並設計成聖誕卡，卡面使用對人體無害的墨水印刷，因此收件者如果不想保留賀卡，或者進一步體會發件人的心意，可以像吃餅乾那樣吃掉賀卡，既不製造垃圾，也增加了聖誕卡的附加價值。■

資料來源：樂活都市

英國研發監管零售產品的有機RFID標籤

英國曼徹斯特大學 Syngenta 傳感器創新中心的研究人員正在開發一種有機 RFID 標籤，可用於監控和管理零售供應鏈的產品。這種可打印的有機概念 RFID 標籤有望在 2011 年底推出。

目前，種植者很難控制產品進入供應鏈後的質量，如果產品毀壞或腐爛，都會歸入為種植者的責任，因此他們要承擔的風險很大。如果該款有機 RFID 標籤研發成功，將可讓分銷商監控產品的溫度或乙烯釋放量，並降低水果腐爛卻無人知曉的風險，還能夠監測和收集信息，分辨哪些是受壓最高的貨箱，以便經銷商提前上架。■

資料來源：中部印刷網

德國推出 新型電鍍金屬基油墨

德國巴斯夫公司推出全新金屬基油墨產品系列 CypoPrint，用於生產 RFID 標籤中柔性天線。相比現時的蝕刻技術，該產品有更高的原材料利用效率，可大幅降低 RFID 天線的生產成本，對環境的影響更小，這同時是 RFID 天線添加生產法的首個解決方案。

CyposPrint 油墨通過標準印刷工藝塗於聚酯薄膜，然後在柔性電子設備的電鍍系統中鍍上導電金屬塗層。由於這種油墨在電鍍階段才轉化為導電性質，因此能夠使天線的層厚度和傳導率持續變化，滿足不同記憶芯片的需要。■

資料來源：科技日報

印尼要求東盟 延緩對中國產品降稅

印尼貿易部區域合作司長伊曼表示，該國擔心中國商品對印尼市場造成衝擊，因此有可能向東盟提出正式申請，要求推遲執行與中國達成的自由貿易協定中，有關降低關稅的部分內容。

對此，中國—東盟商務理事會中方秘書處常務秘書長許甯甯表示，現時東盟仍未擺脫金融危機影響，目前仍需要擴大出口、減少進口，而中國部分產業產能過剩，不少東盟國家害怕因此衝擊該國產業。因此他建議企業在出口產品到東盟之前，可考慮到中國—東盟自貿區網站查詢，清楚了解商品的稅率，避免不必要的損失；而企業也應該有序地開發東盟新市場。

德國研發智能標籤 可無痕封存於金屬內

德國弗勞恩霍夫協會的科學家利用「快速製造」技術，將 RFID 芯片無痕地封存在金屬體內部，增強重要設備的安全性。

這種技術集電腦輔助設計、激光熔覆、快速成型於一體，採用激光局部分層燒結固體金屬粉末，並在燒結成形的固化層疊加入生成所需形狀的零件，這技術的困難點是要 RFID 芯片克服激光燒結時產生的 1,400 攝氏度高溫。

研究者表示，新方法可以為金屬零件帶來「智慧」。在 RFID 芯片中存儲上序列號或生產日期等重要信息，確保昂貴零部件的安全，因為要除掉芯片就不得不強行毀壞零件。將來，RFID 芯片中還能存儲使用過程的信息，或通過溫度或壓力傳感器檢測零件內部的溫度或機械應力。■

資料來源：科技日報

根據協議規定，並非所有在中國—東盟自貿區內的商品稅率都會降為零。考慮到對國內產業發展的影響，雙方將部分敏感產品的最終稅率不降為零。中國對東盟十國提出一份敏感產品清單，同時適用於十國，而東盟十國則分別對中國提出各自的敏感產品清單。中國提出的敏感產品主要包括大米、天然橡膠、棕櫚油、部分化工品、數字電視、木材和紙製品等；東盟十國的敏感清單則包括橡膠製品、塑料製品、陶瓷製品、部分紡織品和服裝、鋼材、部分家電、汽車及摩托車等。■

資料來源：廣州日報

2010年印尼製造業 預計將增長4.55%

印尼工業部長希達亞特表示，中國—東盟自貿區啟動不會對印尼製造業造成太大影響，該國印刷業、食品與飲料業、水泥製造業、煙草業和金屬行業在內需拉動下，預計2010年將帶動整個製造業產值增長4.55%。

他又表示，紡織業為該國提供了大量工作機會，但因為有可能受到自貿區的影響，無法再在拉動製造業產值增長方面做出更大的貢獻。未來印尼紡織業必須將機器設備升級，才能提高該行業的競爭力。 ■

資料來源：新華社

韓國設計師設計一款 概念路面打印機

三位韓國設計師共同設計出一款概念路面打印機，可以在公路上使用油漆快速印刷各種交通標誌。目前道路管理部門仍採用人工方式在路面印刷各種交通標誌，這款路面打印機將改善工作效率。

路面打印機有標誌圖案和文字兩種印刷模式，可將打印內容預先設置並顯示在操作按鈕上，墨盒設計和普通打印機相似，但裡面裝的是油漆。機器正上方設有太陽能電池板，可延長工作時間；這款打印機使用履帶行走，工作人員站在打印機後面即可簡便操作控制按鍵，並將相關印刷內容噴塗在路面上，並加以烘乾。 ■

資料來源：驅動之家

亞馬遜電子書籍銷量 首次超過印刷書籍

全球最大網上圖書零售商亞馬遜公司在其官方網站上發佈消息稱，根據對2009年聖誕節當天的統計數據顯示，該網站的電子圖書銷量首次超過傳統印刷書籍。

亞馬遜公司表示，自2009年12月起，亞馬遜網站的電子圖書銷情熱烈。除了12月25日（聖誕節當日）外，在12月14日也錄得950萬本電子圖書銷量，相當於每秒鐘售出110本書。亞馬遜認為，由於在2009年5月推出的新版Amazon Kindle電子閱讀器銷量佳，連帶電子書籍的銷售也取得好成績。 ■

資料來源：國際在線

電子書成最大黑馬 市場營收增265%

美國《時代》週刊網絡版評選出2009年十大科技設備，電子書有份入選。電子書是一種網絡時代的全新閱讀方式，各國廠商紛紛推出多款電子閱讀器，觸發一場閱讀變革。

電子書背後隱藏巨大商機，據美國消費電子協會數據顯示，2008年電子閱讀器市場的營收增長為265%，是發展速度最快的產品之一。NextGen公司發佈的最新報告顯示，從2008到2013年，全球電子閱讀器市場將保持124%的年複合增長率，並將在2013年底突破25億美元的規模。

此外，2008年全球圖書出版市場產值達1,275億美元。整個市場猶如一塊奶油蛋糕，電子閱讀器只是上層的奶油，真正的蛋糕還是電子出版。消費者可以直接從電子出版商網購電子書，電子出版商再與內容製造商合作分成，例如亞馬遜有書庫的保證，因此佔據了美國80%的在線電子書市場份額。 ■

資料來源：21世紀網

日本出版業營業額 首度跌破2兆日元

日本出版科學研究所分析，2009年日本出版業的營業總額約為1兆9,300億日元，首度跌破2兆日元。自1989年以來，日本新書和雜誌的銷售額一直維持在2兆日元以上，因此被稱為「2兆日元產業」。然而，該銷售額在1996年達到最高值的2.6563兆日元後，便開始持續下滑。2008年的新書和雜誌銷售額為2.0177兆日元，到2009年10月底更只有1.6196兆日元，與2008年同期相比，下降了4%，預計2009年全年的銷售額將首次跌破2萬億日元。

日本出版科學研究所指出，除了著名作家村上春樹的暢銷作《IQ84》賣出了224萬冊外，2009年日本書籍的銷售額比2008年明顯下降；2008年日本共有五部銷量達100萬冊以上的暢銷書，但2009年僅有兩部。

雜誌銷售情況比書籍更為嚴峻，到2009年10月底，日本雜誌的銷售額比2008年同期下跌4.1%。2008年日本共賣出24億3,800萬本雜誌，比2007年減少6.7%；而到2009年10月底，雜誌銷量比2008年又減少了7.3%。儘管多數雜誌都通過提價減少銷售額的下滑程度，但業內人士擔心，在當前通貨緊縮的環境下提價，將進一步打擊雜誌銷售量。事實上，最近已有很多老牌的雜誌停刊。日本出版科學研究所主任研究員佐佐木利春表示，當前的情況非常嚴峻，人們減少雜誌消費的速度正在加快。■

資料來源：中華讀書報

2009年法國連環圖市場 保持平穩

法國連環圖批評和記者協會（ACBD）發佈統計結果顯示，2009年法國及歐洲法語區共出版連環圖作品4,863部，其中3,599部為新作品，出版量增幅為2.4%。這數字較2007至2008年的10%下降了很多，但因為大部分出版社只是小幅度地提高訂價，故全年連環圖市場的交易額總體保持平穩，約為3.2億歐元。

另外，2009年推出連環圖的出版社也比2008年增加25家，達288家，其中九家大型出版社的出版量佔總量的三分之二。在這些作品中，最受法國人喜愛的是2009年10月22日推出的《阿斯泰利克斯歷險記》50周年紀念版，該書的法文版共出版了120萬冊，已經銷售了近110萬冊；在國際市場也出版了320萬冊，出版商有信心可創下2011年健力士世界紀錄。■

資料來源：中國文化網

Google被裁定 違反法國版權法須賠款

法國 La Martiniere 集團旗下三家出版社聲稱，Google 在未獲授權下，已將其數千本書數碼化。雙方纏訟三年，由法國巴黎法庭最終裁定 Google 違反法國版權法，需支付 30 萬歐元侵權賠償予三家出版社，另每日罰款一萬歐元，直至停止展示有關作品的摘錄為止。Google 將作出上訴，但同意在法國版權法的規定下，不再掃描 La Martiniere 集團和其他書籍。■

資料來源：出版之門

海外出版巨頭 紛紛擬定中國市場攻略

《紐約時報》撰文指出，「這裡（中國）是世界最大的圖書市場。」中國出版市場吸引了世界出版集團的注視，幾乎所有國際大型出版集團都在中國設立辦事處，擬定「中國攻略」，作為全球擴張、本土運作的重要策略。

從主要國際教育出版機構進入中國的情況來看，包括培生教育出版集團、國際出版集團、麥格勞－希爾教育出版公司、湯姆森學習出版集團、施普林格公司、劍橋大學出版社、牛津大學出版社、泰勒－弗朗西斯出版集團、里德－愛思維爾集團等，都在中國市場定制中國學校的教材，這佔據了他們在國內收益的一大部分。部分國際教

育出版機構更在中國建立了研究與發展機構，積極拓展遙距教育和對外漢語教學，擁有較高的教材品牌和市場號召力。

這些傳媒集團不單在教育方面努力，也開展了大規模的電子商務業務，例如創立電子期刊、數據庫等，這些數字產品和服務收入在其總收入的比重正逐年上升。■ 資料來源：人民網

2009年俄羅斯 兩成刊物停刊

俄羅斯印刷品出版協會表示，受經濟危機影響，2009年俄國出版業損失慘重，兩成期刊停止發行，地區報紙和雜誌受到重創，情況十分嚴重。俄聯邦地區被迫停止發行的刊物平均達80至100種，另有小量青年和兒童出版物、廣告預算規劃（建設、融資、抵押貸款和汽車）、刊登綜合廣告的報紙、受歡迎的報紙和生活雜誌刊物也不得不已停止出版。

此外，一些出版社也決定終止發行印刷品刊物，轉向電子刊物市場。有專家表示，2010年的廣告市場有望復甦，屆時銷售量也會適度增長。■

資料來源：俄新網

77% 美國人 不願為閱讀電子報付費

美國某調查公司的一份最新調查顯示，高達77%的受訪者表示，報紙電子報「若收費就不看」，只有1%的受訪者接受每月20美元以上的報紙電子報收費。

這次調查的對象為2,136名美國成年人，在這個以報紙電子版收費為主題的調查中，回答「若收費就不看」的佔77%。表示願意付費的受訪者中，對於一個月支付多少費用的問題，回答「低於10美元」的佔19%；接受「11美元到20美元」的佔4%；願意付「20美元以上」的只佔1%。

調查還顯示，每天閱讀印刷版或電子版報紙的受訪者佔43%，不到整體的一半；每周閱讀一次報紙的人佔72%；每月閱讀一次以上的人佔81%。另外有10%表示從來不看報紙。■

資料來源：文化傳播網