

美日歐新聞紙生產與消費 連年萎縮

受 國際金融危機和新媒體衝擊影響，近年美國、加拿大、日本及歐洲等發達國家和地區，因報紙發行量減少，出現新聞紙生產和消費下降現象。

美國是全世界最大的新聞紙消費國，新聞紙消費量曾超過1,000萬噸。近年消費量急降，由2000年至2009年，美國新聞紙消費量降幅達56.4%，2009年的月均消費量只相當於2006年的60%。因此，美國和加拿大新聞紙生產企業不得不減產。2010年3月，美國和加拿大新聞紙產量，比經濟下滑最嚴重的2009年3月還少2.5%；在2009年，美國和加拿大已關停新聞紙產能450萬噸。今後，美國新聞紙市場還將進一步萎縮，繼續削減產能。

據世界報業協會統計，美國報紙發行量正逐年減少，1999年美國日報的發行量為5,600萬份，2006年降到5,510萬份，2008年降到5,140萬份，現今已跌至5,000萬份以下。發行量急劇下滑，導致廣告收入下降，2009年美國報紙業的廣告收入，比2008年大幅減少25%。據預測，今年還會再下降10%。美國報社的前景越來越黯淡，僅在2009年前七個月，已有105家報社倒閉，逾萬人失業。

美國報紙發行量減少導致新聞紙生產和消費下降，同樣情況地出現在歐洲和日本等經濟發達國家及地區。2000年至2007年，日本新聞紙產量一直在380萬噸以上；2008年，新聞紙產量降到374萬噸；2009年只有349萬噸，是1997年以來最低值。日本新聞紙消費量在1999年為360萬噸，2000年至2007年每年都超過370萬噸，2008年卻不足370萬噸，2009年只有340萬噸，也是自1997年以來最低值。歐洲紙業聯合會的18個成員國，2009年的紙與紙板產量下降到8,800萬噸，比2008年減少11%；其中新聞紙產量為1,100萬噸，比2008年減少12%。

另一方面，中國等新興國家新聞紙市場仍有發展空間。中國在2009年已取代美國成為世界第一大產紙國，2005至2009年新聞紙產量連年增長，分別為319萬噸、375萬噸、450萬噸、460萬噸及480萬噸（比2008年增長4.35%）；2005年至2009年新聞紙消費量分別為331萬噸、344萬噸、393萬噸、426萬噸及461萬噸（比2008年增長8.2%）。

世界新聞紙產量以2004年為最高，達3,920萬噸，2006年為3,896萬噸，2007年為3,830萬噸，2008年繼續減至3,690萬噸。■

資料來源：中國新聞出版報

美國商業印刷企業 2010年第一季度 利潤大幅增長

美 國權威印刷媒體 Whattheythink 網站公佈最新調查研究，由該網站經濟研究中心主任 Joe Webb 博士親筆撰寫，評論印刷行業的發貨量、利潤和產量的最新趨勢，同時回顧自2005年至今的印刷發展。

Joe Webb 表示，與2009年同期相比，2010年一季度發生重大變化。2009年是印刷業的困難時期，但隨著經濟復甦，美國商業印刷企業總體獲利，2010年一季度獲得令人鼓舞的利潤。不過促使利潤增加的原因並不是產品的市場價格較高，而是裁員和淘汰舊印刷機的結果。

Joe Webb 強調，資訊科技不斷提升，必然影響印刷品的需求，所以目前行業仍面臨許多挑戰；能夠為客戶提供創新服務的企業，將會有更多機會獲利，行業結構調整將建立在這些企業的創業行動上。■

資料來源：科印網

澳洲印刷行業 尚未走出經濟危機

澳洲統計局最新統計數據表明，儘管印刷業銷售額比2009年同期略有上升，但仍低於經濟危機發生前的水平和經濟整體復甦速度。

澳洲國民賬戶數據顯示，印刷銷售額在2010年第一季度比上一季度增長0.5%，比2009年同期增長0.7%。印刷業營業額在2009年4月1日至2010年3月31日達到83億美元，比兩年前同期的104億美元，減少近20%。2010年第二季度與2009年同期相比增長2.3%，固定資本投資比一季度下降9.2%，但比2009年同期上漲24%。

與此同時，澳洲工業集團公佈製造業表現指數（PMI）顯示，製造業活動仍處於擴張狀態（高於

50的屬於擴張），但比上季度下降了3.5，降至56.3。儘管增速緩慢，但製造業在2010年首五個月持續增長。

羅兵咸永道製造工業全球主管 Graeme Billings 表示，隨著經濟復甦範圍擴大，製造業的復甦步伐也將進一步加快。澳洲就業率持續增長，目前正在保持積極態勢。不過，高利率或會抑制市場消費需求，對部分製造業造成影響。■

資料來源：必勝網

澳洲印刷企業 信心回升

調查公司 ACA Research 對澳洲逾200家商業印刷廠進行訪問，結果顯示有三分之二的印刷廠對企業在未來一年的發展前景充滿信心；有28%企業預計，其固定資產投資將在未來一年有所增長，還有31%受訪企業計劃招聘更多員工。

調查還顯示，每個澳洲商業印刷廠平均每月完成290個印刷活件，其中43%採用數字印刷。數字印刷的平均印量為250印，膠印的平均印量為3,000印。調查還預測短版活件將成為澳洲印刷市場的主力軍。■

資料來源：必勝網

意大利全息鏡像凹凸印刷 陶瓷印刷技術新勢力

噴墨印刷能在瓷磚凹凸面上印刷，成為繼絲網印刷和雕刻印刷技術後，陶瓷行業產品升級的一個新熱點。陶瓷圈內多家企業和品牌，相繼推出噴墨印刷概念產品，高清立體噴畫產品正式在國內亮相。

從意大利引進的全息鏡像凹凸印刷技術，能夠完成磚面紋理和色彩印刷處理，具備圖案清晰、分辨率高、生產效率高等優點，結合數字輥筒技術和色釉保真覆蓋技術，可實現磚面凹凸差正負6mm的高清紋理印刷。

全息鏡像凹凸印刷技術，有效結合數字輥筒技術和色釉保真覆蓋技術，可滿足消費者對圖案多樣性及產品批量化的需求。通過修改輥筒表面材質的柔軟性和製版雕刻的有效呎吋精度，可提高印刷母版紋理分佈密度，精度可達630dpi至720dpi。此外，該技術可選用目前陶瓷行業正常使用的所有陶瓷顏料，色域豐富，成為超越瓷磚噴墨印刷技術的新勢力。■

資料來源：陶瓷中國網

印度印刷業 膠印與數字印刷 的博弈

印刷市場研究機構 Pira International 發佈的《單張紙膠印在數字時代的未來》調查報告指出，全球單張紙膠印市場將在2014年之前縮減8.5%，市場價值也將從2006年的1,557億元（美元，下同）下降到2014年的1,427億元。2009年全球單張紙膠印市場產值為1,460億元，其中印度市場佔141億元。

印度印刷廠每年約使用1,000萬噸紙張和紙板，包括本國生產及進口。據印度紙張製造商表示，該國紙張消耗量將在2015年增長一倍。大多數業內分析師預測，印度包裝領域將取得強勁增長。

平版膠印在印度仍保持健康發展態勢。在過去三年，印度共成立325家印刷企業，並有望在2012年再增長一倍。印度CTP市場的增速非常驚人，從2009年1月至今，印度共安裝75台紫激光CTP、30台熱敏CTP、14台翻新CTP和6台CTcP。此外，印度還引進了300多套TechNova的CTPoli系統。印度市場目前仍處於起步階段，當地有74%的膠印廠還未有彩色印刷機，而油墨的價格和質量也有待進一步調整。

Pira指出，單張紙膠印的未來掌管在數字工作流程、閉環色彩控制系統和全自動裝版系統等新興技術的手中。印刷設備供應商都致力通過擴大幅面和開發雙面機型，提高印刷機效率和生產力。通過增加頁面呎吋，使印刷企業在從事書刊、海報和包裝印刷變得更有效率。

歐洲網印聯合會 視創新為頭等大事

大部分 IPEX 2010 參展商都對展會感到滿意，歐洲網印聯合會希望將 IPEX 2010 的熱度，延續到德國慕尼黑國際廣告技術及設備展覽會（FESPA 2010）上。

FESPA 是世界上最大的大幅面印刷展會之一，觀眾主要來自德國、意大利、法國、荷蘭、比利時和英國。FESPA 2010 以創新為主題，邀請了超過140個國家的企業參展。歐洲網印聯合會希望吸引更多人投資最新的大幅面設備，提高企業對綠色環保和差異化經營的重視程度。

2007年在比利時舉辦的FESPA展會，吸引了37,000名參觀者；2009年在阿姆斯特丹舉行的FESPA Digital展會也十分成功。■

資料來源：必勝網

Pira 又預測，數字印刷在2014年前仍將保持高速增長，為印度膠印市場帶來影響，並將在小幅面市場上取得強勁增長。目前，印度數字印刷業正以每三年25.8%的速度增長，但基礎相對比較薄弱。展望未來，印後加工設備不斷進步，將為數字印刷機帶來更高生產能力，直郵和書刊印刷也將成為使用數字印刷的最大受益者。

在當今市場上，印刷買家通常會要求印企把數字印刷與膠印結合起來，兩者在短期內還將保持互利共存狀態，以滿足客戶對不同數量及類型出版物的印刷需求。■

資料來源：必勝網

波蘭印刷業現狀

波蘭被認為是東歐最值得關注的新興印刷市場之一。波蘭憑著勞動成本較低、市場機遇增加等有利因素，吸引越來越多投資者，部分更已將西歐的印刷業務轉移到該國。

波蘭官方報告顯示，該國的印刷工業約有3,500家印刷廠有逾7萬名職工，2009年利潤收入約15.4億元（歐元，下同），其中出口份額佔20%至22%。德國是其最大出口國，隨後是英國、斯堪的納維亞（Scandinavia）、法國及荷蘭。

波蘭印刷工業以小型企業為主，從業人員不足10人的企業佔近九成，但受到國際金融危機的影響，加快了企業合併步伐，2009年有10%以上印企被吞併。在印刷方式方面，使用膠印的企業最多，其次為柔印、凹印、數字印刷、絲網印刷及凸印等。出版物以報紙和雜誌印刷為主，其次是商業印刷和圖書印刷。

波蘭報社印刷廠為了滿足報紙業務的彈性化需求，調整了戰略方針。最大的地區報紙出版商珀斯卡皮拉斯旗下的六家印刷廠，都採用了Colorman熱固型和冷固型卷筒紙膠印機生產，集中加強印刷服務工作。歐盟設有基金資助印刷廠引入現代化設備，例如《共和報》的出版商引進瑞士馬提尼的C130Primera裝訂生產線，波蘭茵特拉克印刷廠購置了四台小森印刷機和柯達帶立體印刷的Nexpress數字印刷機，全部都獲得歐盟基金資助。同時，波蘭政府也鼓勵印刷廠投資機器、管理系統和網絡印刷系統（Web to Print）等。 ■ 資料來源：中國新聞出版網

美國研究人員成功將印刷應用於化學傳感

美國研究人員研發出新化學傳感器，並直接印刷在內衣的鬆緊帶上，經過一系列的測試後，證實即使按壓或打開傳感器上的電極，都不會影響其感應能力。另外，通過特定的紡織品基座，可選擇不同油墨配色和黏度，優化傳感器的性能。

研究人員表示，該傳感器可廣泛應用在可穿戴設備上，在戰場上更可以探測士兵的生命徵象及協助療傷。「智能內衣」的「智能化」來自印刷的傳感器，它能夠嵌入基於邏輯計算的生物電腦系統，用於監控人類的生物標記，藉此自動診斷士兵傷勢及健康狀況等。根據這些診斷，生物電腦系統能夠自動釋放出定量藥物，在救護人員到達之前進行治療。 ■ 資料來源：科技日報

市場包裝薄膜需求刺激俄羅斯PE薄膜增長

據AMI調查發現，市場對高端塑料包裝需求增加，以及跨國食品加工企業和本地超市對薄膜需求加大，尤其是PE拉伸薄膜和多層薄膜，令俄羅斯對包裝PE薄膜需求亦見增長。AMI認為，即使受金融危機影響，俄羅斯經濟下滑，但基於上述因素，市場對PE薄膜的需求量仍出現逆勢增長。

據統計，2008年俄羅斯最受歡迎的終端產品為零售包裝袋達28%，其他薄膜達23%，收縮薄膜15%，拉伸薄膜14%，農業和建築用薄膜8%，垃圾袋6%，重物袋6%。 ■

資料來源：中國工程塑料網

2009年芬蘭造紙業出口 創收64億歐元

芬蘭森林工業聯合會介紹，經濟不景氣使2009年主要市場的林產品需求量減少，也降低了芬蘭林產品出口量；但芬蘭林業所佔的出口總量份額有所增加。

芬蘭森林工業聯合會首席經濟學家表示，在2009年出口的林產品中，運往歐盟成員國佔64%，運往其他歐洲國家約為10%，到亞洲約

12%，北美約6%。德國仍是芬蘭最大出口國，出口額為16億元（歐元，下同）；此外，英國、美國和俄羅斯也是芬蘭主要的出口國。

芬蘭生產的紙和紙板產品，約90%是出口品。2009年芬蘭紙和紙板及其加工產品出口值約64億歐元，佔所有出口林產品總價值的75%。印刷書寫紙（雜誌紙）仍是造紙工業出口產品最主要品種，在2009年創造了23億元收入；文化用紙和紙板各創收16億元；包裝用紙和其他紙種，例如薄頁紙的出口額超過4億元；紙產品的出口額逾4.5億元。■ 資料來源：中國造紙雜誌社

美國「綠色保護主義」 對中國造紙業 構成威脅

非政府組織 World Growth 發佈最新研究報告《綠色保護主義：對抗發展中國家林業的新工具》，揭露全球紙漿與造紙市場存在的極端貿易壁壘。World Growth 主席 Mr. Alan Oxley（前關貿總協定主席）指出，美國造紙業正與美國全國農場主聯盟（NFU）聯手，阻礙農林產品公平進口。

Mr. Oxley 表示，美國貿易保護主義對中國造紙商造成威脅。部分美國行內人士發動了多次「綠色」運動，以環保為由指責進口紙，爭取對進口紙徵收關稅，目的在於支持無利可圖的本國公司。此外，NFU 等團體還與激進環保運動組織及「藍綠聯盟」等聯合組織，攜手阻礙中國、印尼及其他發展中國家進口紙張。■

資料來源：美國商業電訊

歐美造紙業 週期性復甦

相對於2009年的疲軟狀態，2010年北美洲、拉丁美洲及歐洲地區的經濟出現週期性復甦，造紙行業隨經濟好轉持續向好，但紙品產量和交付量仍未達到金融危機前水平。漿價居高不下，導致成本上升，造紙商紛紛要求紙品提價，不過塗布紙產能過剩抑制了提價的可能性。

今年3月，歐洲紙和紙板產量同比上升8%，一季度總盈利接近9%，美國市場的情況也相似，三月份美國紙和紙板總產量同比增長8.6%。

在商業週期中，造紙產能和國際貿易都有復甦跡象，使包裝業出現明顯改善。年初至今，美國地區箱板紙產量增長16%，出口漲幅為20%，4月開工率為95%，相比2009年同期僅有79%的開工率，明顯得到改善。■

資料來源：中國林業新聞網

iPad 掀起閱讀新高潮 全球出版商 相繼推出數字雜誌

數字雜誌工具 Wood Wing 能夠輕鬆創建精美設計，為 iPad 提供與實物印刷近乎相同效果的內容。意大利、瑞士、日本和澳洲出版商，即將以這工具推出數字雜誌。

瑞士連鎖超市 Coops 推出“Coopzeitung essen & trinken”，作為紙質出版物的升級版產品，提供有關新產品、配方和教學錄像的訊息。該數字雜誌迅即名列瑞士第一；意大利 Conti Editori 推出有關汽車的出版物“Auto Sprint”；保護兒童權

利協會 Telefono Azzurro 也推出數字雜誌“Azzurro Child”；日本報紙巨頭 Mainichi 利用 iPad 推出攝影雜誌“photo J”，同時列為排名第一；澳洲出版商 ACP 為其較有影響力的電腦月刊“APC”也推出 iPad 版本。

蘋果在全球已經售出逾 200 萬台 iPad，使之成為不可或缺的新出版渠道，也為廣告業務帶來新機遇。調查結果顯示，iPad 數字雜誌受讀者歡迎，其中 25 歲至 34 歲的人士佔 68%，35 歲至 44 歲的佔 59%，這些類別都願意接受特別的新聞和雜誌。■

資料來源：科印網

美國 2009 年自助出版圖書 增長 181%

美國 Bowker 公司的統計顯示，2009 年美國自助出版商出版 764,448 種圖書，比 2008 年增長 181%；傳統出版商出版圖書 288,355 種。另外，商務和個人理財類圖書大幅上漲，旅遊及烹飪類圖書減少。

自費出版大行其道，以按需出版公司 Blurb 為例，2009 年出版了 35 萬種圖書。不少名人選擇在 Blurb 出版新書，因為自助出版持有編輯權，不受出版商所限，還能增加個人收益。Blurb 根據頁面呎吋、頁數、顏色和封面等向作者收費。印刷一本書，Blurb 一般收取 4.95 美元至 186.95 美元，超過 10 本會有折扣。目前，Blurb 最多的三種書分別是藝術攝影類，有 22,330 種；旅遊類，有 13,774 種；婚禮類，有 9,045 種。■

資料來源：商務周報網

美國兩大電子書生產商 大幅降價

在蘋果公司開放新操作系統下載的同時，美國兩大電子書生產商 Barnes & Noble 和 Amazon 同時降低其主流產品的售價。

蘋果公司推出 iPad 後，為傳統電子閱讀器市場帶來強大競爭壓力。美國最大網絡書店 Amazon 宣佈，將其電子書產品 Kindle 的價格降低 70 元（美元，下同），至 189 元。美國最大專業圖書零售商 Barnes & Noble，也將其電子書產品 Nook 的價格減少 60 元，至 199 元。這兩款產品都支援 3G 網絡無線上網，用戶可直接從網上電子書店購買和下載電子書。

在這兩大電子書生產商爆發減價戰後，Barnes & Noble 的主要競爭者 Borders Group 也加入戰圈，宣佈將推出售價僅 150 元的 Kobo 電子書閱讀器。Barnes & Noble 執行長預計，電子書閱讀器或在一年內降到 100 元以內。■

資料來源：出版之門

2009年度國際出版商 排名出爐

維新巴特顧問公司公佈最新的國際出版商排名榜，培生（Pearson）繼續穩居第一，勵德·愛思唯爾（Reed Elsevier）排第二。儘管經濟危機和數字化給傳統出版業帶來了衝擊，但對排名並未帶來太大變化。

2009年培生集團和勵德·愛思唯爾集團的總銷售額分別上升了10%和4.9%。排名前50名的出版商中，有27家的銷售額在2009年都呈現增長，其中10家更出現了兩位數以上的增長，主要是亞洲地區的出版社，例如日本的講談社和小學館等。

業績下滑較為明顯的出版社包括斯科拉斯蒂克（Scholastics，下滑14%）、霍頓·米芙林·哈考特（Houghton Mifflin Harcourt，下滑20%）、哈珀·柯林斯（Harper Collins，下滑16%）及艾格蒙特（Egmont，下滑9%），斯科拉斯蒂克出版社更由2009年的第10名跌至第13名。該顧問公司負責人魯迪格·維辛巴特表示，亞洲市場正在崛起，出版業轉為國際化。雖然目前經濟形勢依然嚴峻，但出版業的國際化步伐不會減慢。■

資料來源：出版商務周報網

英國《書商》發佈 2010年度 數字閱讀報告

英國《書商》雜誌的2010年度數字閱讀報告出爐，此次調查收到逾3,000份有效問卷，受訪者來自英國不同地區、年齡和收入階層，並在過去一年內至少閱讀了一本書。調查顯示，68%受訪者不抗拒購買電子閱讀設備。

韓國對國外出版韓國書籍 增加補貼

韓國國際交流基金會表示，對海外出版商出版韓國相關書籍的補貼，將從當前的1萬元（美元，下同）提升至2萬元。

韓國國際交流基金會有關負責人介紹，目前韓國向海外出版社只提供最多1萬元的「出版製作費用」補貼。從2010年9月開始，以「翻譯費用」名義的，將會多獲1萬元的補貼，即是將總額增加至2萬元。

另一方面，該基金會降低了國內出版社有關「外語出版韓國書籍」的補貼，由目前的3,000萬韓圓降至2,000萬韓圓。申報次數也由現有的一年兩次減少至一年一次。這些補貼的對象限於出版人文社會及文化藝術相關書籍的出版社，但不包括美術館或博物館的宣傳資料、文學作品及定期刊物等。■

資料來源：環球網

報告中最令人驚訝的是，介乎41歲到60歲的中老年族群對電子閱讀設備最感興趣。雖然在過去兩年，16歲到30歲組別最愛「下載到手機或iPod閱讀圖書」，但在2010年的調查中，最愛這樣做的是31歲至35歲組別；而「能在遊戲設備或iPad閱讀的圖書」，在16至30歲組別中最受歡迎。

另一方面，受訪者對電子閱讀器價格的敏感度遠超往年。當問及會否購買電子閱讀設備時，僅有14%表示「很有可能」購買，而已經購買的只有3%。25歲至45歲組別在未來一年內，購買電子閱讀設備的意願最強；45歲以上組別則傾向「絕對不會購買」；男性的購買意願比女性較強；偏好網絡購物的受訪者也有較大的購買意欲。鑒於電子產品更新換代太快，大多數受訪者仍處於觀望狀態。■

資料來源：數字出版在線

德國圖書5月銷售額 下滑6.5%

德國《圖書報告》調查顯示，5月德國圖書銷售額同比下跌6.5%，年初至今銷售額同比下滑5.5%。

下滑主要原因在於2010年初至今的購物日同比减少了一天，五一國際勞動節恰逢星期六，一般書店都沒有營業。此外，5月天氣仍然寒冷，減少消費者的購書意欲。進入6月，圖書銷售量明顯回升，加上該月的購物日比2009年同期多一天，對6月圖書銷售量帶來正面影響。■

資料來源：出版商務周報網

2014年互聯網將取代報紙 成為美國第二大 廣告媒體

羅兵咸永道會計師事務所發佈《全球娛樂和媒體展望》年度報告，預計在2014年，美國網絡廣告收入總額（不包括移動廣告），有望從2009年的242億元（美元，下同），增至344億元，繼電視廣告之後，成為美國第二大廣告媒體。另一方面，美國報業協會早前發佈的數據顯示，2009年美國報紙印刷廣告收入額下降28.6%，降至248億元。羅兵咸永道預計，到2014年時，美國印刷廣告收入額將降至223億元。

羅兵咸永道合夥人 David Silverman 表示，消費者生活方式改變、網絡購物產業崛起，以及家庭寬頻上網普及率提高，都是推動美國網絡廣告產業規模壯大的重要因素。報告指出，2005年美國

英國旅遊書市場 今年首3月跌至低谷

尼爾森公司統計顯示，截至4月17日，2010年英國旅遊圖書的銷售額為2,239萬英鎊，與2009年同期相比下跌了10.7%。2009年的銷售額與2008年相比，則減少了26.8%。

網絡免費資訊氾濫，加上經濟危機，以及火山灰導致歐洲交通停頓，使旅遊圖書市場更加冷清。不過，一片低迷下仍有亮點，例如企鵝集團旗下的旅遊書出版社 DK 和大略指南（Rough Guides）就表現不錯。2009年，企鵝集團與英國 WH 史密斯連鎖書店簽訂協議，後者將在機場及高速公路等交通樞紐門店獨家銷售企鵝集團出版的境外旅遊指南。數據顯示，DK 和大略指南的銷售額在2010年分別上升了2.6%和1.6%。DK 出版社副總裁約翰·杜赫表示，雖然市場環境艱難，但不太悲觀。著名旅遊圖書出版商 Lonely Planet 出版總監湯姆·哈爾認為市場已度過了最艱難時期，對夏季旅遊書市場充滿信心。■

資料來源：出版商務周報網

家庭寬頻普及率為34%，目前已增至64%；美國政府推出擴大寬頻服務規模的政策，並允許電視和電訊供應商捆綁式供應互聯網服務，有效促進美國家庭寬頻接入數量增長。在美國網絡廣告方面，羅兵咸永道看好交互式媒體、視頻和電子郵件廣告前景，預計到2014年，其收入總額有望由2009年的47億元，增至66億元。

隨著美國各大移動供應商將手機網絡升級，市場上將出現更多智能手機，使本土移動廣告產業具有巨大增長潛力。預計到2014年，北美地區移動廣告收入總額有望由2009年的4.14億元，增至16億元，增幅將近四倍。■ 資料來源：騰訊