

北美組織 Paper Because 活動 指出紙張是 教育學習最佳載體

全球第二大造紙公司 Domtar 組織“Paper Because”活動，在美國與加拿大各大媒體刊登廣告，呼籲重視紙張的運用，並澄清大眾對紙張的誤解，讓大家重新認識紙張親和。

Paper Because 指出，根據神經市場學研究，閱讀印刷品能夠觸動大腦頂葉，而頂葉有整合視覺與空間的功能，更容易開動腦筋。紐約大學教授 Douglas Rushkoff 曾發表一篇文章「Google 令你變笨的這十年（The Decade Google Made You Stupid）」，指出網絡會導致注意力缺陷障礙，因為電子媒體偏向表面信息處理，而非深入學習。

去年 Amazon 捐贈了一批 Kindle DX 閱讀器，給美國七所大學作教學實驗，替代印刷課本。結果維吉尼亞大學 Daren 商學院指出，有 75% 至 80% 的 MBA 學生不建議把 Kindle 用作上課工具，因為電子閱讀器在翻閱內頁和查找圖表上，遠不如紙本書容易，跟不上課堂的快速教學環境。普林斯頓大學的學生表示，閱讀器不便於課堂討論，也不便學生快速做筆記及複習以前的講授內容。冰島的 Reykjavik 大學有 70% 的學生表示仍慣用課本，認為印刷書本在學習上比電子畫面容易。密執安州立大學亦有研究顯示，閱讀紙張的速度可比閱讀電子畫面快 10% 至 30%，更有利於深入理解和歸納總結知識。

Paper Because 認為，紙張已存在兩千年，早就認定是傳遞信息的有效方法；而書本學習仍是兒童成長的基石。根據 Social Stratification 發表的研究報告顯示，不分國家、貧富、父母的社會地位與教育水平，家中藏書量多的兒童，在學校的表現勝於家中藏書較少的兒童。另一份北卡

州對公立學校學生的研究顯示，回家使用電腦的五至八年級學生，數學與閱讀能力正在減退，主要因為在家做功課時，受到電腦干擾。不過，Paper Because 並不反對使用計算機，並認為這是對現代教育極有價值的工具；電子閱讀器最終會找到適當位置，發揮其功用。許多教育專家都認為，現今學生仍愛使用印刷課本，是因為紙張更有親和力，能提高學習的效率。■

資料來源：嶄新資訊

歐洲柔性包裝市場 銷售額下降 3%

諮詢公司 PCI Films Consulting 的報告稱，2009 年歐洲的加工柔性包裝市場銷售額減少 3%，至 104 億歐元，相當於 442 億平方米材料。不過，歐洲的食品、製藥和寵物食品，佔該地區柔性包裝總需求約 90%，得益於西歐和東歐的銷售增長，歐洲柔性包裝市場的需求量實際上小增 1%。

報告預計，歐洲柔性包裝行業將出現進一步的整合。一方面，進入 2010 年後，原料成本一直上升，為加工企業的盈利帶來較大壓力。另一方面，Amcor 公司完成了對 Alcan Packaging 部分資產的收購，一躍成為迄今歐洲最大的柔性包裝加工商，市場總佔有率近 25%，即使是歐洲前十位的柔性包裝加工商也未可與之抗衡。因此，該行業可能將有更多中型加工企業被行業巨頭吞併。

此外，考慮到加工企業將補充庫存、提高售價和銷量的顯著增長，預計歐洲柔性包裝市場在 2010 年的銷售額將增長 4% 至 5%。從現在起到 2014 年，年銷售增長預計約為 2.5%。■

資料來源：塑料新聞

全球印機耗材市場 2015年將達 212.2億美元

全球行業分析公司發佈一份全球印刷機械及耗材供應的市場分析報告，指出這供應市場到2015年將達212.2億美元。

雖然互聯網、電視、廣告及其他形式的傳播途徑都保持增長，但印刷媒體依然在廣告市場中佔據著主導的地位。包括瓦楞紙板與固體包裝、軟包裝、紙箱、標籤印刷在內的包裝市場，佔據全球最大的終端印刷市場份額；而雜誌、報紙、書籍及直郵等商業印刷，需求也不斷增加。

2008至2009年是全球印刷產業發展史上最困難的一段時間，印刷設備銷售額經歷了7%至8%的下滑，單張紙膠印機、商業輪轉機和報印等領域下降到歷史新低。另一方面，網絡印刷和其他數字化印刷方式卻獲得增長。現在全球很多印刷企業正在合作或兼併，相信未來行業整合的浪潮還將繼續。

隨著全球經濟好轉，2010年上半年，全球印刷行業出現回暖。單張紙印刷機和商業輪轉印刷機市場需求逐漸恢復，或將重新佔有已經失去的市場份額。在印刷機械及材料供應方面，歐洲還是最大的區域市場，美國和亞太地區也是主要市場。在澳洲、中國、印度、新加坡和泰國等新興市場的推動下，亞太地區市場迅速擴張，預計到2015年將總體保持最快的複合增長速度，而膠印機和柔印機的需求是支撐該地區市場擴張的主要動力。■

資料來源：必勝網

德國10月機械設備 製造訂單 同比增長32%

德國機械設備製造業協會發佈的統計數據顯示，德國機械設備製造業10月訂單實際同比增長32%；其中，國內訂單增長25%，國外訂單增長35%。從8至10月的情況來看，全行業訂單同比整體增長34%；其中，國內訂單增長29%，國外訂單增長37%。

該協會首席經濟學家稱，從10月訂單的增幅表明，2010年上半年爆炸式的增長已經結束，現在增幅較為平緩。企業可以抓緊時間發揮蘊藏的潛力，令產品質量更上一層樓。■

資料來源：中資在線

美國10月商業印刷出貨量 同比增長1.4%

美國權威印刷媒體 WhatTheyThink 網站公佈的報告顯示，2010年10月，美國商業印刷出貨量為76.1億元（美元，下同），與2009年10月相比，增長1.08億元，增幅為1.4%。若不考慮通貨膨脹影響，其實際漲幅為0.3%。

WhatTheyThink 經濟研究中心主任 Joe Webb 博士表示，商業印刷出貨量已連續上漲七個月，對印刷企業來說是好消息。2009年是艱難的一年，與2008年相比跌幅超過12%。在經濟嚴重衰退的2008年，實力較弱的印刷商被淘汰，而實力較強的倖存者，則會越做越好。■

資料來源：科印網

英國政府 大力促進中小企發展 印刷業從中受惠

英 國政府宣佈，將推出多項措施，幫助中小企發展和鼓勵企業家經營。這些舉措的核心是三項面向中小企的新政策，包括給予中小企更多財政支持，簡化企業與公共機構合作流程，鼓勵一般市民自主創業。

其中一項舉措是將政府採購計劃向中小企傾銷，把25%的採購合同交給中小企，並取消一些限制小企業獲得政府訂單的規定，英國中小型印刷企業可從中得益。英國政府表示，公共機構的訂單對中小企至關重要，不能只留給大企業。

澳洲印刷業 連續三個季度下降 最大降幅54.5%

澳 洲統計局（ABS）公佈的統計數據顯示，截至2010年9月，澳洲印刷產業資本支出陷入最大跌幅，與2009年三季度相比，下降54.5%。至此，澳洲印刷業的下降趨勢已持續三個季度，前景「變得越來越不明朗」。

截至2010年9月，新的印刷產業投資總額為3.88億元（美元，下同），與前12個月相比，下降9.6%。印刷行業銷售總額為86億元，與前一年相比，減幅為1.4%，而印刷部門的銷售額則下降0.2%。

此外，2010年三季度，澳洲工業與2009年同期相比，增長率下降0.4%。而在採礦業、建築業、金融和保險服務業帶動下，三季度澳洲總體經濟增長0.6%。 ■

資料來源：科印網

英國首相 David Cameron 已任命前貿易和工業大臣 Lord Young 為負責人，幫助和促進中小企發展。Lord Young 向政府提交一份報告，重點指出如何加強政府部門與中小企的互動，其中包括如何通過改革政府採購程序，為中小企提供更多機會。他還將向政府提供鼓勵創業、減輕負擔、消除增長壁壘和改善與中小企溝通效率的有效方法。 ■

資料來源：必勝網

歐盟對中國銅版紙徵收關稅 英國印刷商叫苦連天

歐 盟委員會對中國出口至歐盟的高級銅版紙，進行了反傾銷調查，並決定徵收最高達39.1%的臨時性關稅，令使用中國高級銅版紙的英國印刷企業，面臨紙價上漲的嚴峻形勢。

一直使用中國高級銅版紙的英國商業印刷企業 InkShop 表示，使用中國紙張比使用歐洲品牌紙張的成本低4%至5%，但歐盟阻止中國紙張進口到英國，使其產品競爭力大大降低。Greenprint 公司直言，歐盟此舉將為中小印企帶來紙價上漲的壓力。

英國當地的紙業公司表示，因為不少印刷廠已經囤積大量紙張，所以目前紙張的價格還能保持穩定。歐盟文化紙製造業協會（CEPIFINE）表示，英國是歐盟國家中，最大的中國高級銅版紙進口國，而徵稅措施的執行對現有庫存沒有影響，不過從12月起，中國進口的高級銅版紙的價格便會上升。

歐盟在2010年11月18日至2011年5月，對中國紙張供應商徵收臨時關稅，其中對金光集團 APP（中國）的關稅稅率為19.7%，晨鳴紙業集團和其他公司均為39.1%。此外，歐盟公佈，金光集團 APP（中國）傾銷幅度為43.9%，晨鳴紙業集團為63%。 ■

資料來源：中國新聞出版網

新興中東標籤印刷市場 發展迅猛前景良好

近年，中東地區標籤印刷市場和亞洲、拉丁美洲一樣，成為持續發展中的新興市場，規模已從2000年的1.5億元（美元，下同），增至當前的2.7億元，預計在2015年有望增至3.5億元，其中沙特阿拉伯將佔據其中50%的市場份額。

在中東地區，食品、飲料、化妝品和個人護理品等四大領域，對標籤需求最大。在波斯灣周邊國家，化妝品和洗滌用品人均年消費額達334元，高於全球其他地區。與發達國家相比，中東地區的人均標籤消耗量仍然過低，如沙特阿拉伯在2010年前11個月的人均消耗量只有1平方米，總消耗量為3,000萬平方米，而發達國家的人均消耗量基本保持在8至10平方米。

目前，柔印設備在中東包裝印刷業中佔主要份額，凹印、膠印設備也有一定市場；此外，市場上還有一些特種印刷設備。阿聯酋、以色列和沙特阿拉伯是應用新技術最多的3個國家，尤其是數字印刷技術，在以色列較為普及。近年中東地區進口產品越來越多，因此當地廠商不得不加大對產品包裝方面的投資，以應付高質量進口產品的競爭，從而推動該地區標籤印刷商和設備商的業務擴大。2009年，中東地區熱收縮標籤產量為9,000萬平方米，佔全球市場6%，而2010年已達1.1億平方米，全球佔比達7%。

但是，中東地區複雜的政治經濟形勢，令原材料採購、機器配件更新較困難，高級人才缺乏等發展問題，也為該地區標籤市場帶來極大挑戰。■

資料來源：中國新聞出版網

全球原材料供應太緊張 印刷油墨廠商 漲價應對

因為原材料生產商在經濟衰退、市場需求疲軟期間，大幅削減產能，所以當需求改善時，就無法滿足市場需要。原材料供應緊張，導致油墨生產商成本大幅上漲，過去幾個月已數次提價。

松香樹脂可用於生產印刷油墨和顏料發光劑，美國大型松香樹脂生產商亞利桑那化學公司指出，松香樹脂需求強勁增長，促使其價格大幅上揚。

有一種松香樹脂——脂松香，主產於中國及巴西。由於中國國內脂松香需求增長強勁，加上勞動力成本增加，使中國脂松香價格在過去的18至24個月中，從每噸600至900美元，大幅飆升至每噸3,200美元。另一種松香樹脂——烴類松香樹脂，產能也非常緊張。受供應有限的影響，這種材料的價格還將進一步上漲。

太陽化學公司稱，自2010年初以來松香樹脂價格已上漲75%，與去年同期相比則上漲了300%。此外，印刷油墨的其他原材料價格也在大幅上升，2010年以來顏料價格已有明顯上漲，預計明年將進一步上揚5%。為應對成本增加，油墨生產商只有上調價格。■

資料來源：中國酚醛樹脂網

英國印業環保 FSC 認證 徘徊不前

在經濟形勢好的時期，印刷企業熱衷於取得 FSC 或 PEFC 環保認證，認為這能夠讓他們在競爭中脫穎而出，滿足環保產品的市場需求。但在經濟衰退的前提下，加上環保印刷的真諦未被企業吸取，他們會認為綠色認證是一項多餘的開支。

近年英國印刷工價不斷降低，市場陷入價格戰。有些印刷買家開源節流的措施，令其摒棄價格

美國報紙媒體廣告營收 連續 17 個季度下滑

美國報業協會公佈的數據顯示，2010年三季度，美國報紙廣告營收繼續減少，印刷廣告和在線廣告營收合共為61億元（美元，下同），比2005年同期、歷史最高水平的120億元，下降近一半；營收同比上一季度下降5.4%，這已是報紙廣告營收連續17個季度下滑。不過，在線廣告營收有增長，比上一季度增加10.7%，至6.898億元。

報紙廣告的各個分類內容，出現不同程度的滑坡。其中，房地產分類廣告第三季度的滑坡最嚴重，從最高峰時期——2005年第三季度的15億元，跌至3.02億元。零售業廣告為31億元，低於2005年同期的53億元。汽車廣告則為3.08億元，同樣遠低於2005年同期的11億元。

不過，報業公司的招聘廣告在三季度出現5%的增長，至1.845億元，但仍低於2005年同期的15億元。■

資料來源：必勝網

較高的環保印刷產品，轉向選擇價格較低但未獲取環保認證的印刷商。環保戰略專家菲利普·勞倫斯表示，雖然在過去10年，印刷行業對環保認證的需求不斷增長，但企業對認證的熱情，往往取決於客戶對環保產品的要求。以近兩年獲取 FSC 認證的印刷企業數量為例，2008年英國共有250家印企通過或者重新認證該標準，但在2009年下降至200家；在2010年前11個月，更減少至110家。■

資料來源：中國包裝印刷展覽網

維也納國際書展 突出印刷媒體 主流地位

奧地利規模最大的國際圖書博覽會——維也納國際圖書展，在維也納國際會展中心舉行。與2010年德國法蘭克福書展形成鮮明對比的是，維也納書展上的圖書數字化、網絡化傾向並不明顯，傳統紙質圖書、雜誌等印刷品依然佔據主導地位，一切與閱讀相關的產品與服務悉數亮相，兒童讀物、食譜等生活類書籍，設計精美、個性突出的書籍印刷品，都是書展的亮點。

奧地利出版總會主席沙汀在開幕式發言中強調，圖書等印刷媒體依然是「傳播知識的可靠及權威媒體」。他表示，雖然印刷書籍正面臨來自互聯網的巨大競爭壓力，但其主流媒體地位仍將繼續存在。

首次參展的中國圖書貿易有限公司總經理張根瑞分析，迅速發展的互聯網和傳媒數字化，可以滿足現代人生活節奏急促和獲取大量信息的需求。但是，目前絕大多數人依然保留著傳統的閱讀習慣，並追求信息的可靠性和安全性。因此，紙質圖書和印刷品仍是重要的信息媒體。■

資料來源：中國新聞出版網

美國四大出版集團換帥

美國四家最大出版集團在2011年分別有新領導人上任，試圖把雜誌行業從經濟危機中恢復起來，收復曾經失去的廣告商。他們能否妥善解決問題，將在這四位新帥上任後分曉。

Ann Moore在時代集團(Time Inc.)出任了8年首席執行官後，決定離任，由曾任梅瑞迪斯(Meredith)出版集團雜誌部門管理的Jack Griffin取代。自2004開始，便在康迪納什出版集團(Cond Nast)擔任行政官和董事長兩職的Charles H. Townsend，已同意將董事長工作交給Robert A. Sauerberg。該集團另一位管理人員David Carey，則轉投赫斯特雜誌集團(Hearst Magazines)，他的位置由紐約市立學校校長Cathleen P. Black取代。

資料來源：環球企業家

美國2010年電子書銷售增兩倍達10億美元

美國科技市場調查機構Forrester Research在最新研究報告中稱，2010年美國電子圖書銷售額預計將達10億元(美元，下同)，並在2015年超過28億元。

報告顯示，在美國有閱讀習慣的成年網民中，使用電子書的用戶約佔總數7%。雖然目前這一比率仍低，但機構分析師James McQuivey指出，這些讀者買最多書，花費於書籍上的金額也最高，顯示電子書已打入商機最誘人的族群。

調查發現，電子書讀者通常使用一種以上的裝置閱讀電子書，其中使用率最高的是筆記本電腦和亞馬遜Kindle閱讀器，兩者分別佔用戶總數35%和

俄羅斯2010年電子圖書銷量達2009年的2.5倍

俄羅斯出版與大眾傳媒署對該國電子圖書市場進行系統調研，並發佈2010年度俄羅斯電子圖書行業報告。報告對俄羅斯電子圖書的種類和銷售等問題進行詳盡分析。專家預測，2010年俄羅斯電子圖書銷量將達到2009年的2.5倍，並將在今後數年內保持迅猛增長態勢。電子圖書熱銷，主要原因是讀者對電子圖書的消費欲望增強，業界對其廣告投入加大，各類教學機構安裝和使用電子圖書閱讀器的範圍也不斷擴大。同時，可供閱讀電子圖書的平台越來越多樣化，移動閱讀器新品不斷增多，功能不斷增強，價格下降。

報告指出，電子圖書具有圖文聲像結合的特點，可讀性強，方便資訊檢索。大規模使用電子圖書的成本又相對低廉，因此，這種新型的圖書樣態將在俄羅斯教育領域大有作為，未來教育類用書將從傳統紙質模式，整體轉向電子資訊資源庫。隨著市場對教材和教輔類電子圖書需求增加，出版商將投入大量資金和技術開發相關產品，電子圖書市場或將出現激烈競爭局面。報告還探討了俄羅斯各級圖書館發展電子圖書系統的可行性政策法規，認為解決知識產權保護和電子資源使用的合法性問題是關鍵所在。

資料來源：文匯讀書週報

32%;有15%的用戶通過蘋果iPhone來閱讀電子書;10%的用戶選擇上網本;在電子書閱讀器市場起步較早的Sony電子書閱讀器，使用率僅為12%;另有9%的受訪者表示，他們使用Barnes & Noble的Nook閱讀器及蘋果的iPad;8%的人使用其他電子書閱讀器;6%的用戶使用其他品牌手機來看電子書。

報告也指出，2010年美國市場電子閱讀器銷售量，有望從去年的370萬台增加到1,030萬台。到2015年，這一數量預計將達到2,940萬。

資料來源：出版之門

日本電子圖書市場 現況與展望

日本書籍2009年的銷售額比2008年減少9,138億元(日元,下同),降幅為4.2%;雜誌方面減少1.1272萬億元,降幅為3.9%;兩者相加達到2.410萬億元,在過去五年內減少約15%。

在這樣的市場環境下,唯一亮點是電子圖書,僅2009年的銷量就達到2.65萬部,銷售額突破500億元,三年間增長五倍,其中大部分來自手機的漫畫下載。2010年7月,以電子圖書發展為主題的東京國際書展,參加者達8.7萬人,漲幅為35%。

現在日本的電子圖書市場由多方面構成,大體可分為大出版社、印刷廠、書店、經銷商、廣告公司、閱讀器生產商等。

2010年3月,以講談社為首的31家日本出版社,聯合成立日本電子書籍出版社協會,旨在維護著作者和出版社的權利。日本的兩大印刷廠——大日本印刷和凸版印刷,在7月共同成立電子出版製作及流通協會,目的是以印刷廠為主導,制定電子圖書的合約規範和技術標準,89家公司加入其中。大日本印刷旗下的丸善書店9月就電子圖書銷售,與中國北大方正集團展開合作,從漫畫下載開始,計劃五年後銷售額達20億元人民幣。

日本最大的經銷商東販7月宣佈,推出電子圖書業務,為中小型出版社和專業出版社,建構獨立的電子圖書銷售渠道。日本最大的便利店7-ELEVEN,也將推出網購業務,並預計於2011年開始提供電子圖書下載銷售。日本最大廣告公司電通從2009年9月開始,推出電子雜誌下載

業務,目前已有51家出版社共98本雜誌參與其中。電子閱讀器亞馬遜Kindle和蘋果iPad在日本的銷量並不理想,Sony Reader則可能給日本電子圖書市場帶來驚喜。同時,Sony的競爭對手Sharp宣佈,將在中國市場發售新型智能手機,以植入中國年輕人喜歡的日本漫畫到手機為賣點。

中日兩國電子圖書合作加速,現在手機漫畫下載佔日本電子圖書市場的九成,今後一段時間內,其主導地位仍會不變。■

資料來源:中國新聞出版報

美國絲網印企 過去一年 積極推出新服務

美國絲網印刷網站對國內所有絲網印刷廠進行一次調查,訪問「企業在過去一年中,作出的最大改變是什麼?」

結果顯示,39%的受訪企業增加了新服務,22%壓縮了經營規模,17%引進了新設備,17%則聘請了新員工。此外,5%的企業表示,通過收購取得增長。■

資料來源:互聯網