

美國調查顯示 教材電子化 不比印刷版省錢

美國代托納州立學院 (Daytona State College) 最新研究發現，使用電子教材並不如出版商宣傳那麼省錢。該研究時間橫跨四個學期，對印刷版教材購買、印刷版教材租借、電子教材租借、電子教材與電子閱讀器捆綁租借四種獲取教科書的方式進行比較。研究發現，當前大學轉向使用電子教材的情況仍然混亂，電子教材的使用面臨不少障礙。

代托納州立學院設有一個課程，在這個課程中，使用電子教材的學生僅比使用印刷教材的學生少花1美元。不僅如此，課程結束後，使用印刷教材的學生可以把書賣給校園書店，收回部分買教材的成本，租借電子教材的學生就沒法這麼做。根據調查，回收二手教材甚至可為每名學生省下最多40美元，如此一來，使用電子教材反而更昂貴。

福特漢姆大學 (Fordham University) 商學院研究出版產業趨勢的專家 Albert N. Greco 表示，使用電子教材反而不省錢的情況並不為奇。他預測，儘管電子教材不便宜，但接受電子教材的人依然會越來越多，因為學生們在生活中已經接觸到各種各樣的數字產品和數字技術，電子教材更符合他們的興趣和需要。■ 資料來源：百道網

美國平版印刷 市場份額下降 需求仍然巨大

來自美國印刷領導者協會 (NAPL) 一項研究報告指出，美國平版印刷的市場份額10年來持續下降，不管經濟有多繁榮，都沒有任何好轉的跡象。不過，平版印刷仍然有400億元(美元，下同)至500億元的市場。

研究發現，不同規模的公司在選購平版印刷產品，有顯著不同的偏好。在銷售額不足100萬元的公司，只有8.1%在未來三年內有購買單色或雙色膠印機的打算，4.8%計劃購買四色膠印機，而25.8%的公司計劃購買數字印刷機。銷售額在100萬元至300萬元的公司中，16.1%已經將單色和雙色膠印機列入購買計劃，25.8%正考慮購買四色膠印機，而考慮購買數字印刷機的公司

數量佔35.5%。銷售額在500萬元以上的公司中，計劃購買單色和雙色膠印機佔8.8%，四色膠印機佔20.6%，數字印刷機佔55.9%。不過，三類公司的共同點，是對CTP技術的需求都很大。這表明消費者十分關注平版印刷工作流程的改進。

此外，平版印刷銷售額在小型印刷商之中下降較為厲害；其中，單色膠印的銷售額由2000年的14.4%，下降到2010年的3.8%；多色膠印銷售額由2000年的19.3%，下降到2010年的12.8%；不過四色膠印銷售額卻由4.3%，增加到6%。上述數值加起來，2010年膠印佔小型印刷商銷售額的22.6%，共計3,700萬美元。同時，在《快速印刷》雜誌的前100強公司中，平版印刷公司的銷售額也有所下降，不過2010年仍然達到總銷售額的32.7%。

報告還指出，印刷商需要將不同的印刷服務有機融合，為客戶創造更多價值，才能獲得更大的商業利益。■ 資料來源：印刷與模切

美國圖書印刷 逐漸數字化

教輔印刷保持強勢

數字技術變革在出版業的各個領域起到越來越重要的作用，這股力量不僅可見於數字化衝擊下的圖書銷售市場，也正迅速蔓延至美國圖書印刷的製造與倉儲環節中。傳統的「印刷後先倉儲」模式已經逐漸被短期按需印刷、印後立刻發貨的模式所取代，以減少倉儲費用，應對瞬息萬變的市場。

愛德華兄弟印刷公司是北美大型圖書、報刊印刷機構之一，其總裁認為，圖書製造業在過去三年內發生的轉變，比過去50年之中發生的轉變之和還要大。這些轉變包括成本、差額、周期、內容、形式等各個方面，為製造商帶來巨大壓力。他覺得，圖書印刷公司在某程度上就像合資公司，生死存亡完全依靠圖書出版商、中小學校、大學出版社及自助出版人。多倫多圖書印刷製造商韋伯康姆公司的 CEO 說：「我們可能會一口氣得到上千份訂單，但每個訂單或許只印幾十本，最多幾百本。所以，公司目前正積極與眾多系統工程商接觸，希望制定一個更適應這種局面的系統，以處理大量訂單、更新倉儲模式。」

美國四方平面設計公司是北美第二大圖書印刷製造企業，該公司負責人表示，他們最重要的擴張在數碼印刷部分，增長已達到原來的五倍。根據美國出版商協會和書業研究集團的調查數據顯示，美國2010年共銷售圖書2.57億冊，其中大部分仍是使用膠版印刷技術。許多業內人士認為，在未來一段時間內，印刷業的主流方式將會緩慢而穩定地從油墨印刷，轉變為數碼噴墨印刷，印刷模式從現有的追求穩定性變為追求多樣性、高效率。

2011年美國商業印刷銷售額 預計達840億美元

美國商業印刷市場的銷售額於2011年11月為71億元（美元，下同），較2010年11月同比減少1.04億元，降幅為1.4%；如果將通脹因素統計在內，則銷售額同比減少3.49億元，降幅為4.7%。1至11月，美國商業印刷銷售總額為767億元，同比減少1.81億元；若將通脹因素計算在內，則減少額增至26億元。到2011年12月末，美國商業印刷的全年銷售額有望達到840億元，略遜於2011年初預測的850億元。預期2012年，美國商業印刷的銷售額將為810億元。

此外，美國商業印刷領域的利潤，在2011年第三季度持續增長，這已經是該行業利潤連續八個季度保持增長。從2008年第四季度到2009年第三季度，美國商業印刷的虧損達到60億元；行業僅是在過去三個季度中，才從虧損中恢復過來。剔除通脹因素後，美國商業印刷的全年利潤總額預計為39.6億元，這個水平接近2005年的低水平，但這已是從2007年達到43億元之後最好的表現。2007年，美國商業印刷在剔除通膨後實現了1,120億元的銷售額。■

資料來源：中部印刷包裝網

另一方面，美國第三大圖書印刷製造商庫瑞亞公司，其教輔圖書印刷在全國佔有很大份額。2011年秋季，該公司一直在密切關注高校電子教科書動態。雖然蘋果、亞馬遜的電子閱讀器勢頭強勁，但大部分學生在試用電子教科書之後，還是認為紙質圖書更令他們滿意。庫瑞亞公司副總裁認為，未來幾年內，高校教材的印刷銷售仍將保持強勢狀態，而數碼印刷技術帶來的短周期、個性化特性，將促進教材的印刷和供應效率。■

資料來源：出版商務週報

俄羅斯書籍印刷量 2011年 持續下降6.9%

俄羅斯書局在官方網站上公佈了2011年度國內書籍出版印刷的情況。身為閱讀大國的俄羅斯，2011年消耗在書籍印刷方面的紙張量比2010年增加1%；年度總印製冊數為612,506.3萬冊，與2010年相比下降6.3%；雖然較前一年同比下降9.6%的幅度有所好轉，但仍無法扭轉下降的局面。

2011年，俄羅斯書籍印製種類數目基本與2010年持平，沒有明顯增加；平均印製冊數為5,000冊，比2010年減少6.9%。與此同時，出版社與出版機構的數量卻增加了5.2%（2010年共有5,695家出版機構）。

在2011年9月上旬，俄羅斯書局對2011年上半年的書籍出版情況進行統計，並對2011年度上半年和前三個季度的出版情況持樂觀態度：據分析，印製種類數在上半年比2010年同期增長5.6%；前三個季度數據顯示，比2010年同期增長4.1%；然而，最後一個季度的數據，卻將全年的數據拉至與2010年持平。就印製冊數總數方面來說，總體情況也相同，上半年的印製冊總數努力縮短與2010年同期的距離，當時總數降低5.2%，前三季度的數據顯示差距已縮減為3.5%。■

資料來源：文匯讀書周報

2011年美國 奢侈品廣告增長 利好雜誌業

美國著名傳媒行業雜誌《傳媒生活》網站報道，許多類型雜誌在2012年都不景氣，在《傳媒生活》追蹤報道的24類雜誌之中，2011年有15家廣告版面出現縮減，甚至有雜誌出現雙位數字的下跌。不過，奢侈品行業的雜誌卻發展得很好，這一類別的雜誌包括時尚、家居、戶外活動、娛樂和大眾等不同種類，迎合富裕消費者的需要，在去年都獲得了豐厚的收益。

總部設在紐約的雜誌廣告銷售信息服務公司Magazine Radar稱，其奢侈品品牌服裝廣告版面，佔第三季度銷售額的11%。最新數據資料表明，在2011年三季度，奢侈品雜誌收益增加6%，但

雜誌行業整體收益下降5.6%。奢侈品雜誌包括《Departures》（增長43.3%，在所有雜誌中居於第二位）、《Architectural Digest》（增長9.1%）、《W》（增長5.6%）和《Power & Motoryacht》（增長24.9%）；這些雜誌在2011年的廣告版面都得到很高的收益。

此外，廣告商也著重吸引成熟的讀者群。在2011年四個季度中，廣告版面獲益最大的兩家雜誌是《AARP》（84.7%）和《Reader's Digest》大型印本（增長117.8%）；這兩本雜誌都傾向於年長讀者。■

資料來源：新浪傳媒

美國出版印刷市場縱覽 市場規模逐漸萎縮

美國發行審計局 (Audit Bureau of Circulations, ABC) 的統計數據顯示，美國雜誌的平均發行數量已經從2000年最高的3.789億份，下降到2010年的3.252億份，跌幅達14.2%。以《讀者文摘》和《電視指南》為例，在2000年的總發行量為2,300萬份，到了2010年只剩下790萬份。《美國新聞與世界報道》現在只發行季刊，並通過網上更新常規新聞。

美國報紙市場受互聯網影響最大。從數字上來看，美國日報的發行量已經從1990年的6,230萬份，下降到2010年的4,620萬份，降幅為25.8%。與此同時，種類也從1990年的1,611種，減少到2010年的1,387種，降幅接近14%。

2012年美國網絡廣告支出 將超過印刷廣告

市場研究公司 eMarketer 最新發佈的報告顯示，美國網絡廣告支出在2012年預計增長23.3%，至395億元（美元，下同），超過在報紙及雜誌上印刷廣告支出的總和。預計2012年，印刷廣告支出將從2011年的360億元，下滑至338億元。

2011年，美國廣告市場表現強勁。eMarketer 稱，去年網絡廣告支出增長23%，至320.3億美元，總廣告支出則增長3.4%，至1,589億元。

美國報業仍將採取節約成本的經營方式，應對生產成本上漲和廣告收入減少。在經歷長達15年的過渡期後，報紙目前有85%的廣告收入來自印刷。2010年，印刷報紙的廣告收入為230億元（美元，下同），而電子版報紙的廣告收入為30億元。因此，在短時間內，大多數開展在線業務的報紙，都要依靠印刷業務來賺錢。

美國油墨公司營銷經理陶德·惠勒指出，在經濟衰退和數字媒體的衝擊下，雜誌和目錄市場出現萎縮。儘管雜誌廣告在2011年前三個季度基本保持穩定，但雜誌印刷廣告總收入只比2010年同期增長2.1%，達到144億元，而廣告頁面數目則下降1.1%。富林特集團負責人也有同感，該公司的銷售業績見證了出版油墨市場的浮沉。他說：「很多出版物的銷量都出現下滑，而經濟不景氣、原材料成本上漲、出版印刷市場復甦乏力，更加重了這個行業的困境。」盛威科油墨公司經理表示，2011年印刷廣告的市場需求比2010年略有好轉，但與前幾年相比還差很多。印刷業的整合仍在繼續，在出版印刷領域中，產能下降已是不爭的事實。雖然出版印刷企業已實現工價上漲，但利潤率依然很難令人滿意。■

資料來源：中國新聞出版報

該公司指出，企業的網絡廣告支出正日益提升，主要是因為目前消費者把越來越多的時間花在數字平台上，而且廣告商也認為，互聯網更能夠評估統計廣告效果。所以在當前疲軟的經濟下，企業不得不更加謹慎應對廣告支出。

eMarketer 稱，在總統選舉及倫敦奧運會的推動下，2012年美國媒體廣告總支出預計將增長6.7%，達至1,694.8億元。■

資料來源：IT 業界

意大利政府補貼驟減 百家報紙面臨關閉

由於意大利政府大量縮減補貼（從每年的1.42億英鎊減少到0.44億英鎊），因此該國近百家報紙將面臨關閉，其中包括《解放報》（Liberazione）、安東尼奧－葛蘭西（Antonio Gramsci）創立的《團結報》（L'Unita）、獨立左翼的《宣言報》（Il Manifesto）和頗受歡迎的天主教報紙《Avvenire》。同時，一些地區性報紙也受到影響。

不過，像《晚郵報》（Criere della Sera）和《共和國報》（La Repubblica）的主流報紙，還將繼續受益於間接補貼，例如對訂閱售出報紙免收增值稅，並降低郵寄成本等。■

資料來源：新浪傳媒

印尼塑料包裝業 2012年預計增長10%

據《印度尼西亞商報》報道，因為穩定的經濟和國內消費增長，印尼包裝塑料生產商界預計2012年印尼國內包裝塑料產品銷售，將比2011年上升10%。

2011年，印尼塑料包裝銷售額達28兆盾，比2010年的46兆盾上升約12%，其中最大的包裝塑料消費來自飲料和食品工業領域。■

資料來源：搜狐

中南美洲軟包裝市場 潛力巨大

諮詢公司PCI Films發佈《2015年中南美洲軟包裝市場預測報告》。資料顯示，2015年中南美洲軟包裝市場規模將達53億元（美元，下同），年平均增長率預計為4.6%。此報告還闡述了市場增長的主要原因：超市零售業規模不斷拓展，消費者數量不斷增加，上班女性、年輕消費者對軟包裝產品的熱愛等，在一定程度上促成了軟包裝市場的增長。

從2005年開始，受當地經濟持續增長的影響，中南美洲的基礎建設和食品加工業迅猛發展。目前，中南美洲軟包裝市場值已達43億元，年增長率約為5.3%；其中，巴西地區軟包裝需求量增長48%，哥倫比亞及阿根廷合計增加67%。

現時，巴西食品業已經符合「現代化」的國際標準，有40%的食品通過各種途徑運送到兩億人的家庭中。據估計，這類需求將在各大國際賽事中，如2014年世界盃、2016年夏季奧林匹克運動會期間出現大幅增長。巴西軟包裝主要依靠本國企業生產，僅有1%依靠進口，有2%出口到中南美洲其他國家；其中，PET軟膜仍舊從中國和印度進口，因當地僅有一個地區生產PET膜，不過BOPP和PE膜的生產企業數量則非常多。

資料來源：科印網

北美市場銅版紙 2012年價格或下跌

市場預測，2012年北美市場的銅版紙價格或將下跌，原因有以下六點：一是近期市場需求低迷超過預期，2012年市場將進一步衰退，北美銅版紙上市量比預期將減少3%；二是歐洲市場需求由低迷轉至衰退，隨著設備停機，剩餘產能轉向出口（2012年歐洲預計優質銅版紙和輕塗紙，分別減產5%和7%）；三是歐債危機致使歐元貨幣2012年貶值加劇，歐洲紙企為了確

保市場，將降低價格出口；四是亞洲的優質銅版紙產能繼續增加，世界市場銅版紙將供過於求；五是部分亞洲及歐洲地區已經出現價格下跌；六是由於紙漿價格下跌，因此部分非配套綜合紙企特別是在歐洲及亞洲市場，實行降價銷售。

基於上述六方面的因素，預計2012年北美銅版紙價格或將下跌。■

資料來源：中國新聞出版報

澳洲造紙及印刷出版等行業 2011年12月 生產擴張

澳洲工業集團和羅兵咸永道澳洲公司聯合公佈的數據顯示，2011年12月，澳洲製造業略有擴張，但強勢匯率和脆弱需求依然令製造業承受壓力。

數據顯示，澳洲12月AIG製造業表現指數較11月上升2.4%，至50.2%。該指數高於50%表明製造業活動擴張，低於50%則表示出現萎縮情況。

具體而言，該國造紙、印刷出版及運輸設備產活動擴張，抵消了金屬製品、化工產品、石油及煤炭生產活動的萎縮。不過，受工資、原材料成本價上漲、銷售價下滑的影響，澳洲2011年12月製造業利潤率有所下降。■

資料來源：世華財訊

未來十年北美新聞紙 一半產量將用於出口

近年，北美新聞紙出口大幅增長，過去10年的出口比率，從20%以下增長到2010年的三分之一。近年新媒體出現和普及，預計北美新聞紙需求將持續減少，造紙廠不得不削減產能或增加出口，以尋求生存之道。2010年出口到亞洲（不含日本）的新聞紙為99.1萬噸，超過了向拉丁美洲的出口量。從2011年開始的兩至三年內，亞洲的新聞紙需求預計將增長80萬噸，但產能僅增加31萬噸。因此，北美將有增加出口的機會。

2010年，北美出口了97.5萬噸新聞紙至拉丁美洲，該地區仍是重要的出口市場。由於當地幾乎沒有新聞紙造紙廠，因此50%以上的新聞紙需要從北美進口。

今後數年，北美作為出口市場的重要性將日趨顯現，新聞紙出口比率到2015年將達到37%。此外，基於委內瑞拉新建造紙廠、北美市場需求大幅減少，以及美元貶值導致出口競爭力增強等因素，今後10年，預計北美新聞紙一半的產量將用於出口。■

資料來源：中國新聞出版報

澳洲三大紙張經銷商 宣佈再次提高紙價

澳洲很多印刷企業，已經收到佩珀林科 (Paperlinx) 提價7%的通知，同時多格特 (KW Doggett) 公司部分產品的價格也提高了7%。此外，鮑爾 (BJ Ball) 公司宣佈即將調整紙張價格，上漲幅度為6%至8%；早在上年9月，該公司就曾提價5%。

鮑爾公司總經理表示，這次加價主要是因為受到紙張價格走低、運營成本升高、訂單持續縮減等三重經濟威脅。他強調，公司需要有更多的利

潤，以維持在低成本紙張供應商領域內的領先地位，這是他們的底線。

多格特公司國內營銷部經理表示，紙張價格已經維持在歷史最低水平，並且在2011年最大出貨量時期達到了臨界點。該公司已盡力保持低價，可是現在已經無力維持。雖然客戶肯定不樂於看到產品價格上漲，但相信他們會理解並且接受。

資料來源：中國新聞出版報

俄羅斯加入世貿 紙品進口關稅將下調

世界貿易組織第八次部長級會議正式批准俄羅斯加入，待俄羅斯議會通過後的30天，即可正式成為世貿組織成員。

根據入世協議，俄羅斯總體關稅水平將從2011年的10%降至7.8%；其中，俄羅斯將下調原木出口關稅及紙與紙板特定品種的出口關稅。業內人士稱，現行暫定的5%進口關稅仍將適用，有效期限到2012年2月。俄羅斯正式入世後，優質銅版紙及輕塗紙的進口關稅，將長期實行5%。出版紙（包括優質紙）、液體容器用紙板的進口關稅，將由15%下調到5%。新聞紙經過三年的過渡期後，進口關稅將下調到5%，瓦楞紙等紙板的進口關稅是5%。■

資料來源：科印網

2011年美國集裝箱出口量 急劇下降

海 港進出口信息服務 (PIERS) 的數據顯示，歐美市場蕭條導致美國10月集裝箱出口量同比下降3%。

2011年第三季度，美國集裝箱出口量增長相當緩慢，僅10月輸送至北歐的出口量就下跌了7%；其中紙和卡紙下跌29%，木質紙漿下跌23%。美國至地中海國家的出口量繼第三季度下跌10%後，10月再降14%。輸送至意大利的出口量下跌14%，減少了4,981 TEU (Twenty-foot Equivalent Unit, 國際標準箱單位)。南美市場也出現大幅下滑，尤其在巴西，經濟蕭條迫使當地政府採取貨幣緊縮政策；10月份，美國至巴西的出口量暴跌25%，減少8,491 TEU。

受食品雜貨、家禽和乙烯醇拉動，美國10月輸送至非洲的出口量逆市上漲20%；輸送至香港的出口量下跌34%，共減少5,691 TEU；輸送至中國內地的出口量上漲4%，增加8,539 TEU，其中原木和木材出口量增長64%，木質紙漿增長47%。■

資料來源：物流查詢網