

InfoTrends 預測 2013 年全球印刷行業 十大走勢

據 知名調查機構美國贏船公司 (InfoTrends) 的預測，2013 年全球印刷行業將循以下十大走勢發展：

一、數碼彩色印刷將是王者。預計 2011 至 2016 年，美國零售行業數碼彩色印刷市場規模，將從 296 億美元增長到 395 億美元。

二、數碼寬幅印刷將成主流。在 2011 至 2016 年間，數碼寬幅印刷將以 7% 的年複合增長率上漲。

三、噴墨技術加速傳統膠印向數碼印刷的轉變步伐。未來，越來越多的圖書、直郵、交易數據和宣傳冊產品，都將選擇噴墨印刷技術進行生產。

2012 年全球單張紙印機 銷量減少逾一成

日 本商務機械和信息系統產業協會公佈的《世界辦公機械預測報告》顯示，2012 年，全球單張紙印機的銷售量減少超過一成，由 2011 年的 2,248 萬台，降到 2012 年的 2,003 萬台，預計 2013 年和 2014 年還將分別降到 1,900 萬台和 1,827 萬台。

其中，彩色單張紙印刷機的銷售量，將由 2012 年的 352 萬台，分別增加到 2013 年的 365 萬台，以及 2014 年的 377 萬台。而黑白單張紙印刷機銷售量下降更顯著，將由 2012 年的 1,651 萬台，分別降到 2013 年的 1,536 萬台，以及 2014 年的 1,450 萬台。專家分析認為，黑白單張紙印刷機銷售不暢，主要是因為 A4 型複合複印機在全球的普及。

四、承印物質的擴展驅動數碼化發展。數碼印刷系統適應的承印介質範圍越來越廣，可支持表面不平整的合成纖維、壓敏材料、特殊材質、壓紋材料、複合板材料、照相打印介質等多種新型承印材質。

五、網絡印刷模式開始進入市場供應鏈。印刷服務供應商將對市場供應鏈進行優化，採取在線方式按需印刷。

六、印刷內容為王。54% 的 B2B 企業將增加內容市場的建設，印刷服務供應商將深耕「思想為主導地位」的理念，提供高質量的教育、娛樂等印刷內容產品。

七、個性化宣傳驅動數碼印刷發展。2013 年被譽為「個性化的年代」，消費者的需求將更強調實用性和獨特性，例如個性化的導向地圖和帶有準入 PURLs 鏈接應用的印刷材料等。

八、消費者開始青睞權威社交媒體平台。

九、移動技術改變溝通交流方式。印刷服務供應商需要增加移動技術解決方案，包括：用於包裝盒、郵政信封和小冊子上的移動密碼印刷技術；有針對性的移動設備信息之間傳輸；二維碼加密等等。

十、直郵和社交媒體將產生交集。■

資料來源：科印網

此外，2011 年世界單張紙印刷機銷售額為 3,076 億元（日元，下同），2012 年至 2014 年將分別減到 2,738 億元、2,556 億元和 2,400 億元。其中，黑白單張紙印刷機銷售額，將由 2012 年的 1,895 億元，減到 2014 年的 1,590 億元；而彩色單張紙印刷機的銷售額，將由 2012 年的 843 億元，減到 2014 年的 809 億元。■

資料來源：中國新聞出版網

數碼印刷機銷量 今後幾年將下降

日本商務機械和信息系統產業協會公佈的《世界辦公機械預測報告》顯示，2012年，日本和全球數碼印刷機的銷售量比上年略有下降，預計2013年和2014年仍將繼續減少。業內專家分析，今後幾年全球數碼印刷機銷量下降的原因，一方面是市場趨於飽和，另一方面是由於複印機印刷費用不斷下降和性能提高，因此增強了與數碼印刷機的競爭能力。

預測報告顯示，單張紙印刷機、數碼印刷機、複印機等十類辦公機械的總銷售額，2011年為1.8萬億元（日元，下同），2012年降為1.72萬億元，同比減少4%，預計2013年和2014年將分別減至1.7萬億元和1.68萬億元，同比降幅分別為1.3%和1%。

根據報告統計，2011年，日本本土的數碼印刷機銷售量為29,170台，2012年增為29,670台，但預計2013年和2014年將減到29,300台和29,000台。除日本廠商外，中國生產的數碼印刷機年銷售量在3,000至4,000台之間。

在日本以外，2011年其他各國的數碼印刷機銷售量為52,950台，2012年至2014年將分別減到49,300台、48,100台和47,500台。全球合計銷售量將由2011年的82,100台，分別下降到2012年的78,910台、2013年的77,400台和2014年的76,500台。此外，2011年全球數碼印刷機銷售額為191億元，2012年至2014年將分別降為183億元、177億元和172億元。■

資料來源：中國新聞出版網

2012年前十個月 日本印刷機械產值 同比減8.2%

日本印刷機械行業的最新統計數據顯示，2012年前十個月，該國印刷機械合計產值為949億元（日元，下同），比2011年同期的1,034億元減少8.2%。其中，第一季度產值為331億元，比2011年同期的296億元增長11.9%；第二季度產值為239億日元，銳減20.8%；第三季度產值為289億元，減少19%；10月的日本印刷機械生產明顯回升，產值為90億元，比2011年10月的78.7億元大幅增長14.3%。

產量方面，同樣是由第一季度的上升，轉到第二和第三季度的下降。2012年第一季度，日本印刷機械產量為1,798台，比2011年同期的1,601台增長12.3%；第二季度產量為1,600台，同比（1,743台）減少8.2%；第三季度為2,064台，同比（2,238台）減少7.8%。2012年1月至9月，該國印刷機械合計產量為5,462台，與2011年同期的5,582台相比，減少2.1%。10月的印刷機械產量為742台，同比（676台）增長9.8%。2012年前十個月，合計產量為6,204台，同比（6,258台）減少0.9%。■

資料來源：中國新聞出版網

美國印刷領導者協會認為 傳統印企應打破思維定式

美國目前擁有3.1萬家正規的印刷企業，四萬家複印店，5.8萬家期刊出版社、圖書出版社，總營業額為2,300億美元，從業人員1,320萬人。在美國印刷領導者協會（NAPL）劃分出的四類主要印企（包括：商業印刷企業、快印店、數碼印刷企業和其他）中，有82%都是員工數量少於20人的小企業，而且幾乎有70%的印企只有不到十個人。另外，員工人數超過100人的大型印企在美國印刷業中佔比不到4%，但它們為美國印刷業貢獻了近一半的銷售。

據PRIMIR最新的統計數據顯示，傳統的紙上印刷約佔美國印刷業總收入的86.6%，而剩下的13.4%則屬於非印刷類服務，包括：封裝整飾和

倉儲、郵寄、設計、營銷、數據管理、網絡／互聯網、CD／DVD／USB複製、照片和視頻等。此外，NAPL的統計數據表明，平版膠印和數碼印刷／增值服務在美國印刷業總收入中所佔比例，分別為54.6%和37.8%。

NAPL首席經濟師安迪·帕帕拉齊認為，等待經濟回暖或競爭形勢發生變化，並非印刷企業的理想選擇。只有積極改變經營策略，開拓創新，才能為印刷企業贏得增長機會。該協會認為，數碼印刷、網絡到印刷、一對一跨媒體營銷、郵寄、大幅面印刷、設計、四色平版印刷、數據庫管理和封裝整飾等領域，將在未來取得快速發展。■

資料來源：中國新聞出版報

全球快速消費品包裝市場 2013年發展迅猛

英國獨立信息提供商Visiongain發佈的《2013年至2023年全球快速消費品包裝市場》報告表示，隨著新興經濟體市場需求變化和發達國家老齡化加速，全球對快速消費品的需求日益加大，並帶動相關包裝市場迅猛發展。

Visiongain把軟塑料、金屬、紙類、玻璃及其他材料劃分為等級市場，並通過分析它們的最終使

用情況後預計，2013年快速消費品包裝市場規模將達到4,365億美元，並預計未來幾個十年內該市場將獲得穩定發展。

該機構報告稱，兩大因素將推動快速消費品包裝市場持續發展。首先是全球老齡化發展趨勢，決定了市場將需要更多種類的、健康的快速消費品，促使各種可以輕鬆打開的產品包裝市場發展壯大，其中食品與飲料類包裝市場尤將受惠。其次，新興經濟體國家的中等消費階層擴大，增加了對快速消費品的需求，給此類包裝市場帶來積極影響。■

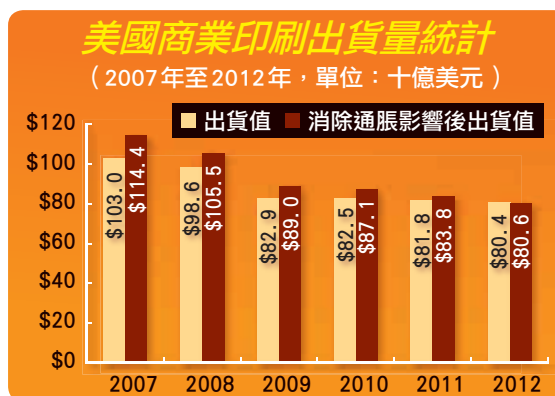
資料來源：中國證券報

美國商業印刷業前景不樂觀 2012全年下降14.7億美元

美國印刷出版業網絡媒體機構 WhatTheyThink 最近指出，2012年12月，美國商業印刷出貨量下滑約2.24億元（美元，下同），比2011年同期下降約3.3%。剔除通貨膨脹因素後，出貨量同比降至3.86億元，降幅5.6%。

2012全年，美國商業印刷出貨總量為804億元，同比下降14.7億元，降幅為1.8%。剔除通貨膨脹因素之後，下跌32.3億元，幅度為2.9%。■

資料來源：科印網



2011年日本包裝業 產值降至 6.12萬億日元

日本包裝業的規模一直都在全球名列前茅。2011年，日本包裝業產值降至6.12萬億元（日元，下同），是近20年來第二個產值最低年份（僅高於2003年的5.97萬億元）。該國包裝業產值的最高歷史紀錄在1991年，產值達到八萬億元，此後產值逐年下降。

日本包裝業由包裝製品、包裝及相關機械兩大部分組成。其中，包裝製品的產值規模佔九成以上。2011年，日本包裝製品產值為5.69萬億元，約佔總產值的93%；包裝及相關機械產值為0.434萬億元，僅佔7%。該國包裝製品產值的最高紀錄同樣是1991年，高達7.5萬億元，2011年的記錄是近20年來的第三個低值（僅稍高於2002年和2003年的產值）。■

資料來源：《印刷技術·包裝裝潢》

美國調查發現 讀者上午閱讀 偏愛印刷媒介

美國密歇根州立大學研究學者 Sriram Venkataraman 等人創造了媒介複用行為模型，並使用其研究發現，儘管媒介形式趨於多樣，但印刷媒介仍受到廣泛歡迎，尤其在上午閱讀時，讀者明顯更偏愛印刷媒介。

媒介複用行為指消費者在較短時間內，使用多種媒介平台獲取信息的行為。研究人員收集了2,000名美國人的媒介使用行為數據，創建了一個用於預測消費者媒介複用行為的新模型。■

資料來源：中國社會科學在線

美國報紙產業 開始流行縮小版面呎吋

當報界苦思數碼轉型之際，美國俄亥俄州哥倫布城的大報 Columbus Dispatch，卻從另一個方向構思：把報紙呎吋縮小，更換編排格式，期望藉此吸引更多的讀者。報紙的呎吋通常為四開（390mm寬、540mm高），這份報紙縮小後為266×370mm，對折後大小像一般雜誌，攜帶、閱讀都比傳統的大報方便。

該報紙的主管表示，縮小呎吋後，會採用雜誌化的編排方式，跨頁文稿大為減少，並會用大篇幅的圖片替代冗長的文字。新的版面編排，內容比以前更豐富。這版本實驗讓讀者評價，已受到八成以上的讀者認可。

該報的印刷服務公司採取3V技術，把三頁報紙頭接尾，製成一塊細長版，正好繞滾筒一周。以前轉一周只能印兩頁，報社的四組輪轉機以同樣轉速，從每小時六萬原報份，提升到每小時九萬新版報份，產能增加了50%。■

資料來源：嶄新資訊

澳洲報紙印刷和出版業 2013年仍將低迷

根據IBIS市場機構的預測，澳洲報紙印刷及出版將在2013年度下降4%，報紙的營收將從67億元（美元，下同）下降至64億元，成為全國表現第四差的行業。

報告指出，2013年報紙廣告的吸引力將繼續下降，佔全部廣告的市場份額將低於30%；在2000年，報紙廣告的市場份額是41.8%。對於報紙行業來說，廣告收入是報企收入的重要來源，佔總收入的75%。

IBIS經理Karen Dobie表示：「報紙發行量下降，主要是因為新媒體的崛起、消費類雜誌的競爭和報道及時性等。在未來幾年內，預計環境問題也將影響印刷報紙的需求。」

此外，該機構早在2012年7月曾預測，該國的紙漿、紙和紙板行業在2012至2013年的營業額，將下跌5.2%。■

資料來源：科印網

2011年德國印刷品 進出口額雙雙下降

在2011年德國印刷業貿易總額中，出口額佔70.6%，進口額佔29.4%。出口總額為42.26億元（歐元，下同），較2010年下降0.5%。其中，非出版物印刷品出口額為22.28億元，下降1.6%；出版物印刷品出口額為19.98億元，增長0.8%。

2011年，書籍／小冊子（最重要的出口類）的佔出口總額29.2%，金額為12.36億元，較2010年的12.10億元上升2.1%；排在第二位的廣告／商品目錄出口金額為11.85億元，佔總額的28.1%，較2010年的12.77億元下降7.2%；排在第三位的報紙／雜誌出口金額為7.62億元，佔總額的18.0%，較2010年的7.72億元下跌1.2%。

進口方面，2011年德國印刷品進口總額為17.54億元，較2010年下降3.6%。其中，非出版物印刷品進口額為7.77億元，下降7.8%；出版物印刷品進口額為9.79億元，增長0.3%。■

資料來源：科印網

股神巴菲特 仍看好紙媒未來 過去15個月 收購28家報紙

股神巴菲特發佈年度致股東信，其中有關於購紙媒產業的內容格外引人關注。在過去15個月，由巴菲特領導的Berkshire Hathaway公司總共斥資3.44億美元收購了28家報紙。

巴菲特表示，雖然報紙行業的發行量、廣告和利潤將會下降，而且買入的這些資產也遠達不到Berkshire Hathaway公司要求的規模標準。但他熱愛報紙，並看好地方報紙的未來。巴菲特在信中指出，雖然互聯網對報紙衝擊很大，但是報紙在社區新聞中仍然佔據著統治地位，給緊密的社區傳遞了全面和可信賴的信息，加上明智的互聯網策略，報紙將會在長時間內保持競爭力。

與以往一貫務實的風格一樣，巴菲特在信中也表示，他將不再繼續投資任何注定出現無底洞虧損的業務。■

資料來源：和訊科技

2012年第四季度 澳洲報紙和期刊 印刷發行量劇降

澳洲廣播公司公佈的最新數據顯示，2012年第四季度，澳洲地區印刷版報紙和周刊雜誌發行量急劇下滑。

據悉，報紙印刷發行量下滑已經是長期態勢，而第四季度的下滑幅度更開始加速。其中，澳洲《悉尼早晨先驅報》和《時代》報紙降幅最明顯，分別下滑14%和15%。不過相關分析顯示，這兩家報紙的數碼版訂戶有微幅增加。

周刊雜誌類在第四季度發行量平均下滑11.7%，媒體代理MediaCom公司將原因歸咎為經濟環境因素所致。周刊性的圖片類期刊則走向綜合化。居於主流地位的女性期刊下滑明顯，而生活類和健康類則出現增長。有行業人士指出，年輕女性或時尚類期刊讀者已經分流至特定領域，例如：健康、流行風、飲食、家庭等。■

資料來源：科印網

日本出版業連續八年下滑 2012銷售總額 創26年新低

日本出版科學研究所發佈的統計數據顯示，2012年該國書籍、雜誌的銷售總額估計為1.7398兆億元（日元，下同），與前年相比降幅達3.6%。日本出版業已連續八年呈現下滑態勢，銷售總額更是26年來首度跌破1.8兆億元。

2012年的日本書籍銷售額為8,013億元，比前年減少2.3%，為連續六年衰退；雜誌銷售額為9,385億元，同比下降4.7%，創下連續15年滑坡的紀錄，顯示日本出版市場正經歷愈來愈寒冷的「嚴冬」。

日本出版科學研究所分析認為，2012年書籍銷售額下降，主要原因在於銷量突破100萬冊的暢銷書僅有一本，遠不及往年數百萬暢銷書齊齊拉動銷售，也折射出去年日本書業的慘淡。至於雜誌銷量的大幅滑坡，據日本出版科學研究所稱，由於智能手機的普及，因此雜誌作為信息源的價值已日漸低下，尤其是年輕一代，正加速「遠離雜誌」。■

資料來源：中華讀書報

新西蘭為進一步控煙 擬要求煙盒包裝 去除商標印刷

據 美聯社報道，新西蘭政府希望控煙政策嚴上加嚴，要求煙草公司去除煙盒上印刷的公司商標。

現時，新西蘭通過提高稅收和讓零售商櫃檯下銷售的方式，已成為全球控煙最嚴格的國家之一。而無商標包裝新法規，將與澳洲在2012年12月開始生效的一項法律類似。不過該國的健康部副部長 Tariana Turia 表示，要待澳洲煙草商的貿易申述完成後，才會出台該法，預計最早在明年推行。■

資料來源：新浪財經

美國未來網絡印刷 在商業印刷中 將佔比 30%

知 名調查機構美國贏船公司 (InfoTrends) 最新的統計數據顯示，美國網絡印刷在商業印刷中所佔比例，將從2009年的15%增加到2014年的30%，也即到2014年，在美國1,070億美元的商業印刷總收入中，將有310億美元來自網絡印刷。

艾傑比尼爾森媒介研究公司公佈的一份報告表明，78.2%的在線用戶都曾在互聯網上購物。這種趨勢為印刷服務供應商提供了新的增長機會，讓他們可通過網絡印刷服務，增強客戶關係。印刷業中的互聯網技術，不僅改變了人們訂購印刷

美國最大雜誌發行商 將分拆部分雜誌業務

美 國《華爾街日報》援引消息人士的說法稱，時代華納正與美國雜誌出版商 Meredith 就分拆時代公司進行談判。如果這筆交易完成，那麼時代華納將不再是美國最大的雜誌發行商。

根據討論的方案，時代華納將保留旗艦的《時代》、《體育畫報》和《財富》雜誌，其他雜誌，例如《人物》、《造型》等將會被出售給 Meredith。這方案要求兩家公司分開雜誌業務，並且組建一家新的上市公司。這架構在稅務方面對時代華納有利，但目前該公司在全球範圍內發行93種雜誌（包括在美國的21種），而幾本旗艦雜誌目前業績比較差，類似《時代》這種周刊類的雜誌，受到互聯網的衝擊最大，其重要的競爭對手《新聞周刊》已經於去年年底停止出版印刷類雜誌。

近年，隨著印刷業務的整體下滑，時代華納公司也陷入困境，去年由於廣告營收和讀者訂閱量下降，使其運營利潤同比下降。該公司表示，近期計劃裁員6%，以削減成本。時代華納是全球業務最多樣化的媒體之一，如果出售雜誌業務，該公司將有可能成為一家純電影和電視製作商。■

資料來源：中國廣播網

材料的方式，還改變了印刷服務供應商和印刷買家的商業流程。

不久的將來，隨著網絡印刷在商業印刷中佔比提升，網印的收益率也會相應提高。很多中小型印企在尋求突破和轉變的時候，也在研究網絡印刷的模式。有業內人士預料，「鼠標+印廠」的商業模式，可能將成為未來印刷業的主流。■

資料來源：搜狐

美俄按需印刷市場 呈快速增長態勢

美國贏船公司發佈的兩份調查研究報告顯示，美國和俄羅斯的按需印刷市場，將在未來五年中取得快速增長。

俄羅斯數碼印刷市場一直保持高速增長。從目前的統計數據來看，西歐和美國按需印刷市場的年均複合增長率為11.7%，印量年均複合增長率為24.4%。未來五年，該國的按需印刷市場增速將更快，可達到23.3%，預計整個印刷市場銷售

額在2016年將達到18億美元。贏船公司相關負責人表示，儘管目前俄羅斯按需印刷市場規模很小，但增長潛力巨大，而且隨著西歐和美國等國家增速放緩，俄羅斯與後者之間的差距將進一步縮小。

報告還指出，美國按需印刷和出版市場將在未來五年中取得積極增長，年均複合增長率將大幅上升至18.5%。贏船公司指出，連續式彩色噴墨印刷機和全新B2幅面印刷設備的增加，是促進美國按需印刷市場增長的主要因素。而到2016年，這些設備的市場佔有率將達到一半以上，並將使彩色頁面在整個按需印刷市場上的比例從2011年的23%，增加到2016年的48%。■

資料來源：中國新聞出版報

美國印刷業研究發現 傳統印刷品比 數碼化產品更環保

有人說傳統印刷品在「綠色環保」方面，落後於電子郵件等網絡產品。美國印刷業在綠色環保方面取得顯著成果，從使用環保油墨到採用再回收紙張，相比之前已經節約了大量森林樹木資源。

美國印刷業的研究指出，印刷品比數碼化產品更「綠」。原因有以下幾點：一、印刷業每「砍伐」一棵樹，隨後將會種植三棵樹。而數碼版本閱讀器產生的二氧化碳，比傳統印刷品更多；二、平均每年算下來，每個人使用一台電腦所消耗的能源，是所使用紙張材料的2.5倍；三、在美國，60%的印刷紙張產品採用生物燃料資源，多數紙張生產過程採用無毒性材料，但用於數碼設備的材料則對環境有害。■

資料來源：中國行業研究網

今年1月 歐洲消費者 木漿庫存上升

根據UTIPULP統計，2013年1月，歐洲紙漿消費量環比增長14.6%，至989,294噸；紙漿消費庫存環比增長5.6%，至670,517噸。與2012年同期相比，庫存量增加5.6%，消費量上升2.0%，

其中，闊葉漿庫存量由去年12月的368,677噸，躍至今年1月的381,691噸；針葉漿庫存量由12月的244,925噸，升至1月的267,682噸。

在歐洲紙漿方面，1月的歐洲紙漿庫存天數為21天，比2012年12月增加一天。■

資料來源：中國漿紙

2013年印度電子書市場規模將達39億美元

儘管美國仍是世界最大的電子書市場，但隨著印度經濟的高速增長，以及對先進通訊技術的引進，將很快成為一個重要的電子書市場。根據有關機構的預測，印度電子書市場的規模將在2013年達到39億元（美元，下同），並佔其整個圖書市場的5%左右。

印度的圖書出版市場空間巨大，共有1.8萬家出版商，使用的語言達到24種。目前，印度出版商都做好準備，在數碼出版領域挖掘新機會。印度是外包服務供應商最看重的市場之一，2012年引進的外包出版服務總值超過12億元。

杜拜創意推出全球首個可品嚐印刷廣告

阿聯酋杜拜的OgilvyOne中東公司，為芬達的「更多橙味」飲料，創作出世界上首個可品嚐的印刷廣告。為了讓受眾能作出即時反饋，傳統的樣品模式被換成創新性的媒介：利用印刷媒體來展現口味。

廣告先是一段美妙的新產品味覺描寫，觀眾之後可以撕下廣告，直接將廣告放到嘴裡，體驗這款新產品的口味。這種便捷的品嚐體驗，既環保又美味更新奇。■

資料來源：中國設備網

不過，印度出版商在數碼化的進程中，仍面臨很多困難。要想進入數碼領域，必須投入大量的資金和時間，而且數碼技術日新月異，不同數碼平台之間有差異，還有信息處理能力的欠缺，都制約著印度出版商向數碼化領域邁進。■

資料來源：石家莊印刷網

印尼造紙企業失去亞洲市場商機

據印尼《商報》報道，印尼 Riau Andalan 紙漿與造紙（RAPP）公司總經理表示，由於無法增加產量，印尼造紙企業失去了向亞洲市場供應紙漿和紙品的商機。除了擴大工業用林面積受限制之外，負面宣傳和全球危機，也是阻礙印尼製漿造紙企業增加生產量的主要因素。

2010年至2025年期間，全球對紙漿和紙品的需求將從2,650萬噸升至3,890萬噸。紙品需求增幅最快的是亞洲市場，尤其是中國。由於印尼無法奪取商機，其他國家如巴西的製漿造紙企業趁機供應亞洲市場需求。現今中國對紙漿和紙品的需求，比2005年銳升139%，而巴西紙漿造紙業的產量也增長了69%。此外，拉美國家積極興建紙漿與造紙工廠，預計2014年的紙漿和紙張產量將增加400萬噸。

該國業內人士認為，印尼有潛力彌補紙張供應的短缺，因為從印尼到中國的航運時間只需七至十天，而從美洲到中國需要耗費一至兩個月。此外，印尼工業用林的樹木生長很快，只需五年就可收成，而在歐美國家則需要25年至30年。印尼還擁有其他優點，例如更有競爭力的工資。但如今在印尼擴大工業用林面積受到限制。■

資料來源：中國綠色時報

2012年前11個月 日本印刷用紙 產銷數據統計

在 2012年1月至11月，日本印刷用紙產量為777萬噸，同比下降3%；銷售總量為760萬噸，減少5.5%；國內銷量為719萬噸，下跌5%；出口量為41萬噸，下降13.2%；進口量為151萬噸，增長21.6%。

日本紙與紙板總體產銷也在下降，2012年前11個月，該國紙與紙板的產量為2,384萬噸，同比減少2.1%；銷售總量為2,361萬噸，下降2.9%；國內銷售量為2,301萬噸，減少2.6%；出口量為60萬噸，下降11.5%；進口量為192萬噸，增長14.1%。

韓國印尼土耳其 今年將成為 出版市場三大明星國

英國出版商協會在倫敦舉行了國際會議。英國投資貿易署署長尼克認為，英國出版商應該在新興市場上擁有更好的表現。他指出，由於該國市場停滯不前，而西歐、日本和美國都出現了衰退，英國出版商應該將目光轉移向國際市場。由於新興國家對教育類圖書的需求非常旺盛，因此應充分利用英語作為國際通用語言的優勢，大力推廣英語教材和其他圖書。

這次會議也對圖書出版業的未來和受眾群進行了討論，並提出韓國、印尼和土耳其將成為2013年市場上的明星國。■ 消息來源：出版之門

同期，紙類產量為1,386萬噸，同比減少1.9%。其中，新聞紙為297萬噸，增長1.3%；印刷與信息用紙為777萬噸，下降3%（其中塗布紙為449萬噸，減少2.6%）；衛生用紙為162萬噸，下跌0.8%；包裝用紙為81萬噸，減少3%。紙板產量為999萬噸，比上年同期減少2.4%。其中，瓦楞原紙為792萬噸，下降2%；白紙板為135萬噸，減少4.4%。■

資料來源：中國新聞出版網

2012年1至10月 日本油墨產銷數據統計

日本印刷油墨生產行業的最新統計數據顯示，2012年第一季度，日本印刷油墨產量為8.84萬噸，比2011年同季的8.94萬噸減少1.1%；第二季度產量為9.1萬噸，同比（9.65萬噸）下降5.7%；第三季度產量為8.86萬噸，同比（8.95萬噸）下跌1.5%。前三季度合計產量為26.8萬噸，比2011年同期的27.5萬噸減少2.7%。

銷售方面，日本印刷油墨銷量在2012年第一季度為10.1萬噸，比2011年同季的10.5萬噸減少3.6%；第二季度銷量為10.5萬噸，同比（10.7萬噸）下降2.2%；第三季度銷量為10.4萬噸，同比（10.7萬噸）下跌2.4%。2012年前三季度合計為31萬噸，比2011年同期的31.9萬噸減少2.7%。

另外，2012年10月，油墨產量和銷量都高於2011年同月，增幅分別為2.4%和3.3%。2012年1至10月合計產量為30.4萬噸，同比（30.8萬噸）減少1.3%；合計銷售量為34.8萬噸，同比（35.6萬噸）下降2.2%。■

資料來源：中國新聞出版網