

2015年美國 印刷市場瞭望

美國市場一直都是全球印刷市場的風向標，所以近日美國印刷工業協會從經濟形勢、印刷產值、印刷企業利潤和印刷市場動態等方面，對美國的印刷市場進行了一次全面分析。

一是經濟復甦緩慢。從金融危機爆發至今，美國的經濟復甦速度可以說是近半個世紀以來最慢的一次。2014年，美國的經濟增長速度約為2.4%，2015年仍將繼續保持疲軟，預計全年增長速度在2.6%左右徘徊。當前，對美國經濟產生重大

影響的積極因素，主要是自動減支計劃的實施和行業將繼續保持低利率和低通脹。不利因素則相對較多，如全球經濟疲弱、醫改、政治上內憂外患等。雖然創造的就業崗位可能會比2013年有所增加，但失業率仍將保持在7.0%左右。

二是印刷產值平穩增長。美國印刷產值在2014年達到1,610億美元，並將在2015年增至1,599億美元，基本保持平穩。2015年的經濟增長也許會對印刷行業產生一定的推動作用，而美國經濟屆時也將進入一個相對成熟的復甦期。在未來兩年中，包裝類印刷品的增長速度有望與GDP保持一致，達到2.0%至3.2%，緊隨其後的是市場行銷類產品，其在2015年的增長率將保持在1%左右。資訊交流類印刷品的銷量將以每年2.0%至3.0%的速度持續下降。

三是印企盈利能力好轉。稅前利潤佔銷售額的百分比通常會作為衡量企業財務狀況的一個指標。美國印刷企業的盈利能力從2010年跌至谷底以來，已有明顯好轉。其稅前利潤佔銷售額的百分比也將從2010年的1.4%增加至2014年至2015年期間的2.7%至2.8%。對於盈利能力排在前25%的印刷企業而言，稅前利潤約佔銷售總額的10.0%左右。■ 資料來源：中國新聞出版報

2014年底 德國印刷工業 的經濟形勢

德國印刷傳媒報道，2014年底德國印刷工業的經濟形勢有點起色。德國經濟信息研究所經濟景氣調查顯示，接受調查的印刷企業的情緒或業務情況評估指數增加一個百分點，達到22%。對業務情況滿意或好評的受訪者比例與11月相比，增加七個百分點達到93%。

德國印刷廠正確估計前幾個月訂單存量的發展，再加上穩定而略帶吸引力的需求量，是樂觀情緒的主要推動力。通常印刷行業每年秋末訂單收入量明顯增加，64%的印刷廠加班工作（2014年6月只有43%）。

印刷廠對2015年上半年的業務預期在12月份發生轉變。經過由2014年6月份的4%至11月份的-45%不斷下降之後，預計的差額回升了24個百分點。預期好轉的原因在於比上個月改善的預期出口業務，但德國整個工業出口增長的前景也對印刷廠的預期產生影響。參與調查者認為，印刷產品的銷售價格至少在未來三個月繼續下降，生產也減少。德國印刷媒體協會的經濟形勢快報中也表明，缺少來自廣告市場的額外動力。■

資料來源：今日印刷

商業印刷因亞太地區而出現快速增長

隨著 CTP 技術的普及和數字印刷的發展，全球商業印刷市場也取得了穩定增長。據有關機構預測，全球商業印刷市場將在 2014 年至 2019 年期間，以 1.94% 的年均複合增長率保持

成長。據分析，促進全球商業印刷市場增長的主要因素有三個方面：亞太地區廣告企業的崛起，零售商對整合行銷資訊需求的增加，以及圖文設計行業的發展和進步。

對很多企業來說，商業印刷仍然是他們最好的選擇，既具有成本優勢，又易於實施。近年，CTP 技術在商業印刷領域的應用也日漸增加，幫助企業減少勞動力成本；而電子媒體的興起將對全球商業印刷市場形成一定的衝擊。

從印刷企業的發展趨勢來看，大部分印刷企業都會向一體化服務供應商的方向轉型，並改變其生產製造企業的本質。■

資料來源：中國新聞出版報

全球軟包裝市場將以 4.4% 複合年增長率上漲

全球軟包裝需求的市場價值預計於 2019 年將達 991 億美元。2013 至 2019 年期間，將以 4.4% 的年複合增長率上漲。就市值而言，2012 年軟包裝全球需求降至 735.6 億美元。該報告也從價值的角度對市場進行了預估，指出 2019 年需求將由 2012 年的 18,666.0kt（千噸）上升至 24,728.7kt，複合年增長率為 4.1%。

然而，未來五年，市場會因為環保意識提高，轉向支持基於纖維素的軟包裝，而納米技術極可能為全球軟包裝市場帶來突破性發展。此外，新型防拆封包裝的要求還帶來的新商機，讓塑膠軟包裝、醫藥市場軟包裝成為需密切關注的領域。該報告還指出，至 2020 年，亞太區將是軟包裝市場增長最快的地區。

食品業是軟包裝市場的主導行業，同時藥品業也保障了這市場的快速發展；亞太區佔據最高的市場份額，預計至 2019 年將以 7.1% 的年複合增長率上漲；歐洲地區主要受到東歐市場的推動，複合年增長率將達 3.9%。此外，軟包裝市場發展最具潛力的國家為印度、中國、俄羅斯和巴西。■

資料來源：互聯網

美國失業率好轉 印刷從業人數卻減少

美國的失業率現為 5.9%，已開始轉好，失業率下降主要由於勞動力人口的減少。2014 年 9 月，勞動力減少了 97,000 人，並從當年 3 月份的最近頂峰減少了 36.5 萬人；而 2014 年 3 月勞動力人口比例約為 63.2%，目前則是 62.7%。

據調查顯示，2014 年 9 月美國的就業增加了 23.2 萬人，從 2013 年開始，就業崗位已經增加了 233 萬個。截至 2014 年 9 月，過去的 12 個月裡離開勞動力大軍的工人數量達到 188.9 萬人。

與失業率降低相比，期刊的僱員人數首次降至 10 萬人以下。雜誌是印刷品最重要的形式之一，但現時其僱員人數減至 50 年前的水平，僱傭率降低了 6.8%，顯示部分人員離開雜誌，轉投廣告和其他媒體。印刷行業的僱員人數則減少了 900 人，全部來自生產前線。■

資料來源：Labels & Labeling

全球熱敏印刷市場產值 2019年將增至409億美元

據 史密斯·派諾國際公司的調查研究顯示，全球熱敏印刷市場產值將從2014年的328億元（美元，下同）增長到2019年的409億元，年均複合增長率為4.3%。作為這市場的兩個重要組成部分，熱敏打印機在2014年的銷售額為81億元，並有望在2019年增長至96億元，年均增長率為3.4%；而打印耗材目前的銷售額為247億元，有望在2019年增長到314億元，年均增長率為4.6%。

熱敏打印耗材在2014年至2019年間的年均增長率為5.3%，市場產值將從2014年的109億元增長到2019年的144億元；而熱轉印打印耗材的市場產值將從2014年的97億元增長到2019年

的127億元，增長速度幾乎與熱敏打印耗材持平。此外，隨著噴墨和激光印刷等技術的不斷成熟，市場對熱升華耗材的需求將穩定在40億元左右。

現時，宏觀經濟增長對熱敏印刷及其耗材消費市場有積極影響；其次熱敏印刷技術本身所具有的特點和優勢，對消費者購買決策產生了促進作用。無線技術，特別是藍牙、無線局域網等技術的發展將擴大熱敏打印機的應用範圍。從區域上看，亞太地區是熱敏打印技術最大的市場，在2014年的產值為113億元，約佔全球總需求量34%，在2014年到2019年期間，亞太市場將以每年5.6%的速度保持增長。緊隨其後的是北美市場，在2014年的產值約為88億元。排名第三的是歐洲市場，在2014年的產值約為75億元。■

資料來源：中國新聞出版報

泰國印刷產業 受經濟放緩影響較大

泰 國工業院副主席兼印刷和包裝產業主席強蓋先生表示，受到全球經濟和國內經濟增長放緩的影響，泰國印刷產業表現慘淡。國企、銀行、上市公司等大型企業紛紛減少了2014年印刷品的開支，減幅高達20%，而中小企業降幅更高達60%。

強蓋主席表示，根據目前的情況，2014年全國印刷產業不出現負增長就已經是最好的成績單。儘管全球印刷產業仍擁有近3,000億銖的市值，

但今年的增長前景堪憂，不排除負增長。然而，他仍相信2015年的印刷產業能像以往一樣，增長率基本與GDP增長保持一致。

與此同時，他還透露泰國的塑膠印刷業正準備開發新產品，以東盟經濟共同體（AEC）開啟後，向周邊國家和市場拓展的機遇。目前已經有企業開始進入周邊市場，如越南、緬甸仰光，還有些企業準備進入柬埔寨、印尼和菲律賓等印刷市場。■

資料來源：互聯網

德國食品標籤新規例 出口產品信息須準確

德國新的食品標籤法從2014年12月13日起開始施行，要求所有食品製造商提供更準確的產品來源信息。企業向德國出口食品時，要做好應對措施，避免因標籤問題導致產品在清關時被扣留而導致損失。

國檢部門表示，根據德國新的食品標籤法，凡歐盟以外國家生產的食品進入德國，均須在歐盟邊境按有關規定進行檢疫檢查，進入德國時再進行複檢，如發現問題不能處理的會就地銷毀。這要求企業在出口時，包裝標示中必須標明生產者、生產流程、產地、企業名稱、食品成分、生產日期、保質期和認證標籤等資料，並做到可進行歷史信息回溯，以便發生問題時可以查明原因。■

資料來源：南通日報

英國大學生發明智能標籤 可辨別食品新鮮度

為了解決食品過期問題，英國女大學生帕克泰特（Solveiga Pakstaite）發明一種名為“Bump Mark”智能型食物標籤，它會隨食物新鮮程度起變化，消費者只需用手一摸，便可辨識食物的新鮮度。

這款標籤使用了一種蛋白質明膠（Gelatine），因此它的衰變速率和同為蛋白質成分的食品如肉、牛奶和乳酪等一致。隨著時間越長，明膠會

全球造紙業巨頭 芬歐匯川將關閉 歐洲四家造紙廠

法新社報導，全球造紙業巨頭芬歐匯川集團（UPM）日前宣佈將繼續減少紙張產量，這將導致削減約550個工作崗位。

芬歐匯川集團首席財務官在接受採訪時表示，芬歐匯川歐洲及北美紙業預計在2015年減少80萬噸新聞用紙產量，將導致取消約550個工作崗位，其中約200個崗位在法國，226個在芬蘭，130個在英國。

這新計劃將導致法國一家擁有367名員工的造紙廠關閉。該造紙廠高層表示，將在2015年第一季度末達成員工離職協議。此外，為節約1.5億歐元（約人民幣11.45億元）成本，芬歐匯川集團也將關閉兩家芬蘭造紙廠，以及一家英國造紙廠。■

資料來源：環球網

由扁平而順滑慢慢變成凸起。包裝內的食物逐漸變得不新鮮時，標籤會凹凸不平，這種顆粒感會在明膠變質之後變得越來越明顯。只要將明膠的濃度調整，就可以應用於不同的食品，例如鮮奶、肉類等之上。明膠是在複製食物身上發生的變化，所以它所反映的信息，比打印在包裝上的保質期準確得多。

帕克泰特設計的這款食物標籤，獲選為戴森產品設計獎英國冠軍，目前已申請專利，並正與一些企業商討將這項發明商業化。■

資料來源：互聯網

預計2014年 越南印刷業增長7%

據《西貢經濟時報》報導，越南印刷協會會長表示，雖然受經濟危機的影響，越南印刷加工服務業和出口卻保持增長，預計2014年同比增長7%，不少印刷企業期待2015年增長10至12%。

報導稱，現時越南共有印刷企業逾1,000家，年均營業額約10億美元，印刷品主要用作內銷。■

資料來源：駐胡志明市總領館經商室

世界瓦楞紙板產量 超過2,100億平方米

弗里多尼亞公司的《全球瓦楞紙箱市場報告》預測，2014年、2015年和2016年，世界瓦楞紙板產量將分別增至2,200億平方米以上、2,300億平方米以上和2,400億平方米以上。2011年至2016年的五年間，世界瓦楞紙板產量的合計增長幅度將為16%，年均增長3.5%。

世界瓦楞紙板產量早在上世紀90年代前期已達1,000億平方米，2004年超過1,500億平方米，2010年超過1,900億平方米，2011年超過2,000億平方米，2013年超過2,100億平方米。據世界瓦楞紙板協會統計，2013年世界各國共生產了2,130億平方米瓦楞紙板；其中亞洲瓦楞紙板產量為1,070億平方米，佔世界總產量的一半稍多

菲律賓印刷業 發展現狀與市場趨勢

菲律賓印刷技術基金會 (PPTF) 聯同菲律賓小型企業研究院 (UPISSI)、小型企業研究和發展基金會 (SERDEF)、貿易與工業部 (DTI)、印刷行業基金會 (PIBFI)、技術教育和技能開發委員會 (TESDA) 在菲律賓大學迪里曼分校，舉辦了「菲律賓印刷及其相關行業資源如何面對2015東盟地區的機遇與挑戰」的專題研討會。一份題為《建立印刷業標準化和印刷業及相關產業在首都和各地區建設現代化印刷專業學校的法案》的提案作為會議成果，已經提交至菲律賓議會，有可能經過審核而形成法律。

截至2014年底，菲律賓總共有3,000家印刷企業，規模大小不一，其中70%位於馬尼拉都會區，其他則散佈全國各地。但對於印刷製品來說，菲律賓是一個淨進口國家。在2000年，該行業的入超值達到了峰值1.80265億美元。2010年，菲律賓進口超過出口達2.53704億美元。

雖然印刷業的產品和服務的需求非常巨大，尤其是國外需求，但是菲律賓的企業缺乏高新技術的投資，以及人力資源的培訓，因此未能抓住這巨大的市場機會。■

資料來源：科印網

(50.3%)；歐洲為480多億平方米，佔22.8%；北美洲為約400億平方米，佔18.7%；中南美洲為125億平方米，佔5.9%；非洲和大洋洲為50億平方米，佔2.4%。■

資料來源：中國新聞出版報

日本紙與紙板上市量 連續六個月減少

日本造紙聯合會近日公佈的數據顯示，日本紙與紙板9月國內上市量為211.9萬噸，同比減少1.0%，連續六個月減少；其中，紙上市量為119.3萬噸，同比減少3.4%，連續六個月減少；紙板上市量為92.6萬噸，同比增長2.2%，時隔三個月後首次增長。

按品種統計，除信息紙外，其他品種上市量均減少；相比之下，出口量為5.3萬噸，同比大增23.6%，其中主打產品銅版紙出口量為四萬噸，同比大增25.7%，連續三個月增長。■

資料來源：中國綠色時報

4D 技術利用金屬油墨 和電子零件

製造音樂、視頻 或氣味等特效

隨著4D印刷漸漸興起，除了印刷在平面的紙上外，還可以呈現在其他媒介上，例如利用金屬油墨和電子零件，來製造音樂、視頻或氣味等特殊效果，比傳統將油墨印刷到紙上，增加了其他的感官展示。

斯里蘭卡報章《今日錫蘭》(Ceylon Today)，去年7月印製了一份4D全版廣告，內容是推銷紫蓮花薰衣草香皂。報章附帶一副眼鏡，戴上後觀看這廣告，便會看到紫蓮花、薰衣草的氣泡紛紛跳出頁面，同時香氣會撲鼻而來。3D影像技術已經很普遍，印到紙上的技術並不難，但要把香

電子書威脅被誇大 上半年銷量不及紙書

美國市場調研公司尼爾森發佈的圖書市場報告指出，2014年上半年平裝和精裝紙質書的銷量均高於電子書。

報告稱，電子書於2014年上半年單位銷量佔整個圖書市場的23%；而紙質書的份額則高達67%，其中精裝書佔25%，平裝書佔42%，均高於電子書的份額。

2007年亞馬遜的Kindle電子書閱讀器推出後，電子書銷量迅速增長，紙質書被看淡。然而最近，電子書的銷量漸趨穩定，而紙質書的市場份額依然居高不下。2013年，電子書銷量的增長率從之前的三位數回落到一位數，最近發佈的這份最新報告則證明了這種回落並非偶然因素所致。■

資料來源：中國新聞出版報

味「印」出來，唯一的辦法就是加香料在油墨裡面。為了這一版廣告，《今日錫蘭》的印刷部門花了兩個月時間來實驗，除了要表現3D的視覺效果，還要謹慎考慮香料的用量，因為用量太多可能損壞印刷機，太少讀者又聞不出香氣，需經過多次測試才正式開印。

另一方面，德國一家製藥公司亦設計了一幅名為「聲音的滋味」的4D海報，上面繪畫了色彩繽紛的葉子，用手觸摸葉子就會發出聲音，但每片葉子會發出不同的音階，甚至可以作為樂器彈奏音樂。同在德國的一款啤酒品牌，亦製作了大型的4D貼牆海報，為了拉近啤酒與音樂的關係，海報上印了幾個按鈕，路人用手指觸摸按鈕，海報就會「唱」一首短歌，一共可播放10首歌。■

資料來源：中國新聞出版報

法國商家推出 逼真的3D 人體打印服務

巴 黎馬雷區 BHV 百貨商場旁邊的室外場地上，有一家名為 Le Moimee 的工作室，專門提供立體人體打印服務。不過，「山寨版」的人體形只有實際尺寸的12分之一。店裡有數台3D打印機，陳列著打印好的人物樣本。顧客可以穿上喜歡的衣服及飾物，以任何造形及姿勢打印「自己」出來。

首先，由50台相機從不同角度繞著顧客拍照，再透過程式修飾及美化照片，其後3D打印機開始啟動，一層一層慢慢「造人」，最後上色；製作過程需時約三周。據工作室經理茜爾維·羅奇介紹，偶然路過並進店的客人不多，多數客人都是有備而來，「想把人生中非常重要的時刻定格下來」。多數即興光顧的客人多為外國人。■

資料來源：新華網

韓國掀起漢語熱 教材銷量增54%

韓 聯社報導，由於韓國企業越來越看重求職者和僱員的漢語能力，因此韓國「80後」和「90後」年輕人對學習漢語抱有極大的熱情。得益於此，今年漢語教材在韓國銷量增長迅猛，改變了以往英語教材一枝獨秀的局面。今年以來，漢語教材銷量在外語教材總銷量中所佔比重，由去年的15%猛增至33%，銷量同比增幅高達54%，遠超英語教材銷量的同比增幅（23%）。

據韓國線上購物網站「11號街」介紹，由於韓國企業紛紛採取針對中國消費者的行銷戰略，韓企與中國採購商之間的交流日益頻繁，因此企業對精

英國推「零售十」戰略 報紙廣告 促紙媒品牌塑造

默 多克新聞集團旗下的新聞國際集團（News International）受到電話竊聽事件影響，於2013年改名為新聞英國（News UK），在英國仍然發行《泰晤士報》和《太陽報》。近日，新聞英國為了增加《太陽報》和《泰晤士報》的銷量，在英國和愛爾蘭超過8,300個獨立報刊亭外貼上《太陽報》和《泰晤士報》的品牌廣告。

這是新聞英國「零售十」戰略的一部分，目的在於與獨立賣家建立更密切的關係。新聞英國客戶銷售總監克里斯·鄧肯表示，「零售十」為公司提供了一個業務聯絡平台，公司藉此可以與報刊亭商討零售交貨時間、所需報紙數量等，零售商也可以提出他們的要求。此舉是把他們加入公司的聯絡清單中。「這樣一來，公司可以把自己的研究發現與零售商共用，例如在擺放《太陽報》時，一些放正面，一些放背面，這樣銷售量就可以增加2%。」

新聞英國表示，這次在報刊亭貼上廣告以後，超過50萬人可以每天看到《太陽報》和《泰晤士報》的品牌。鄧肯說：「這有助於我們支持紙媒，並以它們為榮。今天競爭對手都不投資紙媒，我們卻在投資這類產品。」■ 資料來源：中國經濟網

通漢語人才的需求大幅增加。隨著越來越多的中年人為了提高自己的能力而學習漢語，且赴華旅遊的中年人口逐漸增加，使得40歲至60歲人群對漢語教材的需求隨之上升。

由於赴韓旅遊的中國遊客呈現劇增態勢，且進軍中國市場的韓國企業大幅增加，因此預計這股學習漢語熱潮還將持續，並且會擴散至各個年齡層。■

資料來源：中國新聞出版報