



## 回顾2023国际图书市场

## 意大利2023年图书市场销售总额增长 0.8%

1月26日,意大利出版商协会(AIE)和欧洲出版商联合会公布的数据显示,2023年,意大利图书市场的销售总额增长了0.8%,但销售数量略有下降。

这一现象与世界其他图书市场保持一致,在这些市场中,书籍的价格不像其他大宗商品和服务那样遵循通货膨胀规律,而是随行业调控进行了提价。

AIE主席因诺琴佐·奇波莱塔说,按封面定价计算,意大利2023年图书销售收入达到17亿欧元,较上年增长0.8%,较2019年增长14.1%。

相比之下,图书总销量为1.119亿册,比2022年下降0.07%,比2019年增长12.6%。

奇波莱塔说:“2023年,意大利市场表现还算不错,但2024年将会迎来艰难的挑战,因为缺乏一些措施来支持读者对图书的持续需求,同时制作成本的增长也给出版商带来了预算压力。这就是为什么我们呼吁制定对国家经济和文化增长至关重要的图书产业政策。另外,意大利小说呈现出良好的增长势头,意大利作家的丰富创意向我们展示了国家出版业竞争力日益增强。”

(本文编译自《出版瞭望》,谢芸蔚编译)

## 德国2023年图书市场销售渠道收入增加 2.9%

2019年以来,德国书业首次不受疫情封锁的影响,终于实现了连续两年各品类无差别的比较分析。2022年和2023年,商店和书店都能正常营业,疫情带来的特殊效应已经不在,预期中可能出现的大幅波动,例如由于推迟复活节购物季带来的波动并没有出现。

2023年德国图书市场所有销售渠道的合计收入比上年增加了2.9%。收入增长的月份明显占多数,只有4月(推迟复活节购物季)和12月(圣诞节购物季比上年减少两个营业日)的销售有所下降。实体店渠道实现的销售额增幅为2.8%,与市场总额的增幅相近。



德国2023年实体店渠道实现的销售额增幅为2.8%。

德国书业协会主席卡琳·施密特-弗里德里希斯表示:“我们处在一个充满挑战的时代。图书行业也感受到了这一点。经历了2022年的疲软之后,书业在2023年重新实现增长。正是在困难时期,人们才更需要书籍去扩充知识,放松心情,同时也通过书来认识当下的现实。”

在很多书业从业者看来,目前的经济形势依然严峻。卡琳·施密特-弗里德里希斯表示:“很多消费者感到不安,在消费时也偏向保守。市中心的客流量下降,意味着书店中好书被发现的机会变少了。这不利于文化的多样性和繁荣。”企业面临的能源、采购和生产的成本压力依然不小。因此小型出版社更迫切地需要结构性的支持。“在图书行业,像此前启动的文化通行证这样的措施非常重要,作为一个出色的工具引导了年轻人去接触本地的文化活动。虽然目前的财政紧张,但应该继续实施。”

作为图书市场的一部分,日历在2023年异军突起,实现了4.3%的增长。从图书品类来看,文学类图书大放异彩,销售额增长了7.7%,销量增长了1.2%,是所有品类中唯一实现销量增长的一类。紧随其后的是销售额增长了2.7%的非虚构类图书以及销售额增长2.4%的儿童类图书。自然科学、医学、信息技术类图书销售额下降了7%。

图书在线下的销售额增长了2.8%,这是两种因素交织的结果,一方面书价平均上涨5.1%,另一方面销量下降了2.2%。购书者买一本书平均需要支付15.01欧元。其中实体书店的精装书和平装书的销售额增加了3.5%,口袋书的销售额增加了1.7%。充满挑战的一年落下了帷幕。而在2024年,挑战也不会少。

(来源:德国出版商和书商协会官网)

**编者按** 回首2023年国际图书市场,大环境的变化对出版业的影响要比以往更为深刻,有些愿望虽已实现,但更多梦想仍在路上。走进2024年,出版人不惧荆棘载途,无畏山海之遥。本期《环球》呈现上一年度美国、日本、意大利、德国等国的年度图书市场数据,对新一年度的行业发展进行展望研判,希望透过国际行业领袖的深度观察和思考,为2024年的出版业明确方向。

## 危与机交织,行业领袖预测

## 2024年国际图书市场“棋局”走向

□周护杏 编译/摄



2023年土耳其伊斯坦布尔国际书展现场。

过去的几年里,人工智能发展迅猛,全球多重变局并进,世界危与机交织。2024年出版业多数领袖认为,国际图书市场“棋局”仍会面临一些挑战,生活成本压力持续存在,但出版商保持审慎乐观。邦尼尔斯图书公司首席执行官珀明德·曼说:“2024年仍会面临一些挑战,例如生活成本压力、潜在的衰退气氛笼罩等,然而正如2023年一再向大众展示的那样,2024年出版商有能力快速、成功地适应不断变化的形势,并准备好抓住出现的机遇。”

## 外部环境错综复杂

企鹅兰登书屋英国首席执行官汤姆·韦尔登表示,对于图书行业来说,经营环境将继续充满挑战。“市场正从新冠疫情销量高点逐渐回落,同时应对经营成本和生活成本的双重挑战。鉴于目前在世界各地看到的动荡和不确定性,试图预测2024年的市场情况似乎有点不切实际。在政治、经济和文化方面,大家所看到的变化是迅速且不可预测的。”

英国独立出版商协会首席执行官布丽吉特·希恩认为,目前消费者信心仍然脆弱,机构预算仍然紧张,成本上升仍然给利润率带来压力。“英国和美国的选举以及世界各地的地缘政治问题使未来12个月的前景变得更加模糊。有迹象表明通货膨胀正在下降,因此出版商及其员工的一些成本压力有望开始缓解。尽管英国‘脱欧’已经造成了巨大的损害,但对一些出版商来说,进入欧洲的销售条件似乎正在放松。”

英国西蒙·舒斯特公司首席执行官伊恩·查普曼说:“虽然2023年是成功的出版年,但展望2024年,仍存在许多担忧,比如成本上升、环境影响、供应链危机、生活成本危机以及全球政治局势等。”

“近年来,从纸张到墨水、印刷到邮资等实物产品的成本急剧上升。”英国嗜书图书馆公司的创始人安德鲁·隆伯格表示,“虽然总体通货膨胀已经消退,但人才成本可能会上升。未来几年,工资将成为出版商和书店面临的一个越来越大的问题。伦敦高成本的副作用之一是,许多新的独立出版商正在大城市之外成立。英国目睹了许多新的出版商在英国北部成立,这种趋势可能会持续下去,因为编辑、营销等环节基本上可以在不需要任何实体办公室的情况下完成。”

## 人工智能愈发受关注

人工智能如今成为人人都在谈论的话题,它不仅将重塑行业,还将重塑人类本身。人工智能是一项已有数十年历史的技术,但ChatGPT等大型语言模型的出现改变了许多人对人工智能及其功能的理解。

对人工智能的看法,有人持乐观态度。阿歇特图书集团英国首席执行官大卫·雪莱希望创意产业中的作者、出版商、代理商和其他人的集体力量可以帮助利用人工智能的方法来吸引新读者,同时也确保人类创造力的独特力量继续受到重视。

珀明德·曼认为,2024年,随着流媒体服务继续进入市场,所有人的目光都集中在音频领域,他希望随着这项技术成为生活的一部分,大家将看到该行业开始拥抱人工智能的潜力——将人工

智能技术应用于每日的工作流程当中,释放员工工作效率来专注于伟大的出版,同时保护作者和创作者的权利。

哈珀·柯林斯英国公司首席执行官查理·雷德梅尼认为人工智能在2023年变得无处不在,大家看到它的能力快速增长,并将在2024年融入个人和职业生活。哈珀·柯林斯将继续使用人工智能来优化流程,使书籍能够更高效地到达读者手中。

DK公司首席执行官保罗·凯利认为,大家需要了解生成式人工智能以及如何利用这项技术来做有益的事。“过去12个月里,这项技术进步之快令人难以置信,它有能力开启人类创造力的新浪潮。”

施普林格·自然首席出版官哈德·杰加迪桑认为,生成式人工智能和其他新兴技术不仅有可能对出版商提供的服务产生重大影响,而且对研究本身的方式进行重大改变。“如果以负责任和合乎道德的方式使用,生成式人工智能有潜力使研究更容易获得,更公平、更值得信赖,更快地发表并更快地交付到那些需要信息的人手中。”

有人虽然持乐观态度,但仍需谨慎推进。英国出版商协会首席执行官丹·康威认为,随着英国即将进行选举,2024年对于出版业来说至关重要。“人工智能及其对出版的影响在英国今年的工作中发挥了关键作用。作为近年来最具变革性的技术,人工智能为该行业带来了许多好处。然而,透明度和版权方面的基本问题仍然存在。”

英国作家协会首席执行官尼古拉·所罗门在2023年对人工智能进行游说和建议,并与英国出版商协会和创作者权利联盟(CRA)等创作者组织密切合作,他们将共同为出版业争取透明度、信用、控制权和补偿权,告知新技术的机遇和风险,并在新的一年达成更多的共识,与业界合作,让人类站在出版的前沿,同时公平、公正和透明地使用新技术。

潘·麦克伦首席执行官乔安娜·普赖尔说,在出版商协会和其他行业机构的领导下,出版业已经向政府提出了版权保护的诉求,要求在大型科技公司开发其生成式人工智能产品时保护版权,相信2024年这方面将会有积极的进展。

英国图书馆协会首席执行官尼克·普尔表示,随着人工智能和机器学习能力的不断提升,错误信息的浪潮将在2024年以新的形式出现。无论是“深度伪造”、机器生成的小说,还是在其他人的创造性作品上训练的大型语言模型,他认为都必须继续珍惜和保护真实性和创造力。

安德鲁·隆伯格对有声读物提出了自己的观点。他认为由于生产成本高昂且零售生态系统非常集中,销售一直集中在一个狭窄的细分市场。亚马逊的有声书和播客部门Audible多年来一直是该市场的主导者。但2023年音乐流媒体服务商声田凭借具有竞争力的产品也进入了有声读物市场。与电子书和纸

质书相比,有声读物仍然相当昂贵,这反映出配音员和制作读物的工作室的前期制作成本相对较高,但人工智能可以改变这一现状。合成语音已经达到了成熟的水平,允许机器而不是人类创建“足够好”的有声读物。顶级有声读物仍将由知名专业人员进行旁白,但合成语音可能会在较低级的有声读物中变得普遍。

博林达出版社高级版权内容经理埃利斯·普尔福德-摩尔认为,2024年有声读物领域将继续增长,毫无疑问,人们将密切关注声田进军该领域的成果。有声读物以及用户可以聆听的更广泛方式将继续成为人们热衷的领域。有声读物的绝对数量将继续攀升,这使得保护作者的最佳利益和参与有声读物制作变得比以往任何时候都更加重要。届时,如何分割音频权利将继续成为一个重点,博林达也将继续支持作者和代理商,确保音频权利得到重视和保护。总体来说,音频将继续成为行业内的关注点,该领域的专家将继续提供参考意见并帮助其蓬勃发展。

乔安娜·普赖尔表示,声田作为音频市场的新晋选手所产生的影响将会很有趣,“我们特别希望看到家庭听众的增长”。

尼古拉·所罗门表示,英国作家协会将继续对亚马逊、声田等流媒体销售方式提出关切,以确保作者从更新的非传统交付方式中获得公平的收入份额。

## 社交媒体推动图书销售

自2020年起,不少抖音海外版用户在平台上发布图书相关内容,并吸引了书籍作者、出版社等入驻,随之逐渐形成了图书社区——抖音图书。该社区捧红了不少书籍及其作者,是名副其实的“畅销书神器”。

查理·雷德梅尼表示:“在社交媒体中,抖音海外版和抖音图书社区将推动新类型和高质量图书的销售——这一数字在2024年只会增加。”

乔安娜·普赖尔认为,抖音图书作为一个社区正在走向成熟。从人才培养的角度来看,他们发现抖音社区推送的书籍经常被初级编辑和营销人员发现,使他们能够在职业生涯的早期积累经验。

安德鲁·隆伯格表示,抖音海外版展示了人工智能对图书可发现性和整个市场的影响。“2023年,抖音海外版甚至开设了自己的书店。每个人都应该立下下一个新年决心,就是要更加增长制作短视频。”



2023年阿布扎比国际书展现场。

## 回顾2023国际图书市场

## 美国2023年纸质图书销量下降 2.6%

近日,图书市场追踪公司发布报告,2023年美国纸质图书销量比2022年下降2.6%。

2023年,美国有8本书的印刷销量超过100万册,与2022年的销量最高水平相同,其中5本书来自两位作者:科琳·胡佛的3本书突破了百万册大关,丽贝卡·尤拉斯则有两本。

在成人小说中,奇幻小说表现最佳,销量猛增51.7%,其中以尤拉斯的两本畅销书为首;其次是恐怖/神秘/生理类图书的销量增长了24.2%。图像小说销量降幅最大,下降了22.4%,但仍是成人小说中的第三名。

占最大比例的类别——成人非虚构类图书的销售额在2023年下降了3.1%,跌幅比2022年下降了10.3%。总体而言,传记/自传/回忆录类别的销售额2023年增长了1.8%,仅次于宗教类别的6.4%的增幅和旅游类别3.8%的增幅。该类得益于两本回忆录的大力帮助:哈里王子的《备胎》,纸质版销量超过120万册;“小甜甜”布兰妮·斯皮尔斯的《我心中的女人》,纸质版销量超过90.8万册。

尽管2023年成人图书的整体销量保持良好,但儿童图书的销量继续陷入困境,青少年图书销量下降了4.7%,青少年非虚构类图书销量下降了7.1%。戴夫·皮尔奇的《神探狗11》是青少年小说类畅销书,销量接近110万册,而杰夫·金尼最新的《懦弱小子》销量超过71.5万册。

2023年重点图书销售额有所反弹,仅下降了3.1%,而2022年则下降了10%以上;重印书销售额下降了2.6%,2022年下降了3.7%。

从纸质书印刷类型的销售业绩来看,结果令人惊讶,尽管价格上涨,精装本的销量仍好于平装本,精装本销量下降了1.6%,而平装本下降了2.6%。2023年,筒装书几乎消失了,销量下降了15.6%,仅占总销量的3.4%。纸质书销量基本持平,为4800万册。

尽管2023年的销量下降了2.6%,并且2021年至2022年期间下降了6.5%,但2023年的纸质图书单位销量仍比疫情前的最后一年,也就是2019年领先10%。2023年,大多数出版商只能大刀阔斧,通过裁员来缓解压力,随着近几个月通胀引发的成本上涨有所缓和,人们希望出版业新气象也会在2024年出现。当然,出版商指出,2024年也带来了许多不确定性,包括总统选举、人工智能将为美国图书行业带来许多问题和挑战。

(本文编译自美国《出版人周刊》,周护杏编译)

## 日本2023年出版市场销售金额同比减少 2.1%

从事出版业调查和研究的日本出版科学研究所于1月25日发行的《出版季报》发布了2023年日本出版市场(推算销售金额)数据。包括纸质出版市场和电子出版市场在内,出版市场销售金额同比减少2.1%,降至15963亿日元。这也是连续第二年同比减少。纸质出版市场同比减少6.0%,而电子出版市场同比增加6.7%。纸质出版市场方面,书籍和杂志同比减少。电子出版市场方面,除了电子漫画同比增加,其他各类别同比减少。

2023年的纸质出版物(书籍+杂志)的推算销售金额同比减少6.1%,降至10612亿日元。书籍同比减少4.7%,降至6194亿日元。杂志同比减少7.9%,降至4418亿日元。在书籍方面,除了文艺书籍、学习参考书籍保持稳健,其他各类别同比减少。在杂志方面,月刊杂志(包括杂志型图书和漫画杂志)同比减少7.2%,降至3728亿日元。周刊杂志同比减少11.3%,降至690亿日元。月刊杂志方面,定期发行的杂志同比减少5%左右,而杂志型图书同比减少7%左右,漫画杂志(单次发行杂志)减少10%左右。创刊和复刊杂志数量为历史最低,仅有25本。《周刊朝日》等历史悠久的杂志相继休刊、变更刊期,或者缩减发行量,引起社会关注。漫画杂志方面,以影视化作品为中心,出现新的大热作品,但是整体上规模同比大幅缩减。

电子出版市场整体规模为5351亿日元,其中电子漫画市场增加7.8%,电子书市场减少1.3%。2023年电子出版市场的推算销售金额同比增加6.7%,达到5351亿日元。其中,电子漫画通过在各线上漫画商店积极投放广告和其他应对措施,得以保持稳健发展势头,其市场份额占电子出版市场的九成。竖版漫画也发展形势大好。电子书方面,轻小说和写真集等相对稳健,而文艺和商业书籍、实用书籍等陷入低迷。电子杂志方面,虽然下降幅度放缓,但是市场占有率很高的定期物流服务“dMagazine”的注册会员数量日益减少。

(本文编译自日本出版科学研究所官网,周护杏编译)