



## 国际动态



## 美国： 2023年出版行业收入 达125.7亿美元

美国出版商协会定期发布针对出版业销售数据的综合统计分析报告。近日，该协会发布了2023年12月的报告，公布了美国出版业2023年全年的销售数据。数据显示，向该协会汇报的1225家出版商在2023年的销售额较2022年增长0.4%，达到125.7亿美元。具体来看，各细分领域发展走势不一。其中，销售额增长最大的是宗教类出版物，增长了7.8%，达到8.197亿美元。成人图书销售额下降了0.3%，至56.1亿美元，而儿童/青少年类图书销售额下降了2.6%，至25亿美元。成人和儿童/青少年类别的综合销售额下降了1%。

在成人图书领域，数字音频销售额增长16%，达到7.43亿美元，占成人类别销售额的13.2%，高于2022年的11.4%。电子书销售额连续两年小幅下降，下降1.4%，至8.36亿美元，占成人图书总收入的14.9%。去年数字销售总额占成人类别销售额的28.1%，高于2022年的26.4%。精装书销售额同比增长1%，这在很大程度上抵消了平装书销售额下降的3.9%。

在儿童/青少年类别中，销售额下降2.6%，主要是由于精装书销售额下降4.1%，但精装书仍占该类别总销售额的36.3%。平装书销售额在这一年下降0.4%，占到了总收入的44.3%。数字音频和电子书的销售在2023年都有所增长，但仍然比成人类别的销售份额要小得多。数字音频书销售增长了8.8%，占销售额的3%，而电子书销售增长了20%，在该类别的销售中占比4.7%。

在贸易类别之外，中高等教育课程教材部门的销售额增长3.2%，达到30亿美元，而专业图书销售额下降了3.9%，至4.76亿美元。大学出版社的销售情况相对较好，销售额增长5%。

(本文编译自美国《出版商周刊》，谢芸蔚编译)

## 加拿大： 数据明确实体店购书者 和线上购书者差异

加拿大图书网的一项最新调查显示，2023年消费者去到实体店和访问线上书店次数都有所增加。

加拿大图书消费者调查始于2012年，旨在每年对“加拿大和加拿大图书消费者”进行调查。该项目以季度为单位进行调查，2023年，网站对4270名加拿大进行了抽样调查，其中48%受访者表示购买过新书。

在英语图书的线上消费方面，加拿大购书者在调查中透露，与之前的年份相比，他们在2023年特定月份访问线上线下书店次数更为频繁。

加拿大图书网写道：“在2023年的某个特定月份，79%的加拿大购书者会访问网上书店，高于2022年的73%。另有70%的加拿大购书者表示去了实体店，这一比例也高于2022年的64%。”

这项调查的部分数据进一步明确了实体店购书者和线上购书者之间一个常被提及的差异，即“偶遇心仪图书”的现象。

根据调查结果，加拿大图书网的报告指出：“与往年一样，线上购买的图书中，有42%是通过搜索特定图书发现的；而实体店购买的图书中，有54%是在显眼书架上首次看到的。”

在进行多选题的调查之后，数据显示加拿大购书者选择特定地点购买图书的主要原因如下：购物方便占比31%，图书有存货/可立即购买占比31%，价格优惠/促销活动占比29%，图书种类丰富占比23%，购书结账流程简单占比21%。

(本文编译自德国《出版视角》，周护杏编译)



本版图片除署名外均为资料图片

# 直击2024年巴黎图书节

□周护杏 著译/摄

2024年巴黎图书节于当地时间4月14日在法国巴黎落下帷幕。书展期间，在法国临时大皇宫举行的书籍展销、阅读分享、签名售书、文学研讨等，吸引了大量的观众。

笔者作为本次书展的参展人发现，图书节场馆几乎每天人数爆满。这首先是因为巴黎图书节是展销会，不同于博洛尼亚童书展是版权交易会，图书节对25岁以下观众免费且正值学校放假期间，举办地处于繁华地带，有许多作者亲临现场进行签售；其次是由于法国文学、文化底蕴深厚，图书节参展商多为文学类、文化类参展商，因此格外吸引当地民众，当然法国出版业巨头伽利玛也发挥了重要作用；再次是图书节的活动比较多，围绕图书本身展开的版权签约、新书发布会等活动，更多的是邀请作家、文化界人士对法国文学、文化、民主进行探讨，因此吸引了很多老百姓。

## 书展活动多种多样 专家论坛引人注目

法国文化部部长拉奇达·达蒂表示：“今年巴黎图书节的内容多种多样，旨在鼓励人们对图书行业的创造力及其创新能力，人们对图书行业的未来持乐观态度。”

当地时间4月12日上午，法国总统马克龙在达蒂的陪同下，出席了巴黎图书节。他向观众宣布要对二手书市场设立定价机制，以保护新书价格。马克龙还说：“我们需要阅读，它能赋予我们知识和感悟情感的能力。”

本届巴黎图书节既有面向公众的活动，也有专业的活动安排，吸引了大量法国

出版界的专业人士和329位作家参与，这不仅仅是因为它由法国出版商协会主办，更重要的是法国政府给予了大力支持。

比较引人注目的活动有专家论坛。在专家论坛中，展商和观众们有机会聆听众多业内专家进行地讨论与分享，其中，由多米尼克·图尔特、阿尔贝·德·佩特尼和查尔斯·亨利·拉维耶尔共同主持，围绕库存管理展开、评估“利用集体优势”的重要性的讨论，以及哈珀·柯林斯出版社的尚塔尔·雷斯蒂沃·阿莱西与阿歇特图书集团的斯蒂芬妮·费兰的讨论会尤为吸引众人的目光，他们就国际图书市场的现状进行了深入探讨。除此之外，图书节还为年轻出版界从业者举办了一场职业发展论坛。

## 参展观众更年轻化 中、加等国大放异彩

这场为期3天的图书节吸引到了10.3万名观众。对比过去5年的数据，今年图书节的观众人数已创新高(2022年有9万名，2023年有10.2万名)。其中，45%的观众年龄在25岁以下，主要原因是该年龄段免费入场，且图书节举办期间正值学校放假。书籍购买量增加了6%。本届图书节的一大亮点是在巴黎奥运会开幕倒计时100天之际，图书节组委会在战神广场组织了3场拼写比赛。

今年是中法建交60周年和中法文化年，来自北京、上海、浙江等地的59家中国出版社参加本届巴黎图书节，展销图书包括文学、中国传统艺术、童书等多个类别、1150种图书，其中中文版超40%。

## 从全球出版四巨头2023年业绩透视——

# 出版行业将走向何方

□谢芸蔚 编译

公开披露财务业绩的出版四巨头在2023年的全球销售额均比疫情暴发前的2019年有了两位数增长。根据图书市场监测机构统计，纸质图书的总体销量也有所增长，2023年比2019年增长约8.8%。那么，为什么这么多行业领导者对2024年的经营状况感到不安呢？

疫情以来，图书销量经历了过山车式的波动，在近两年内逐渐平稳化，但这是有代价的。为了满足2020年和2021年销量的激增，出版商增加了额外的员工，并且超量印刷，而零售商则过量采购。然而，当销售开始放缓时，警钟自然而然地敲响。亚马逊在2022年夏天削减了新订单，这更是具有警示作用。

亚马逊的决策对出版商哈珀·柯林斯的影响尤为显著。在2022财年创下销量纪录后，哈珀·柯林斯的销售额在截至2023年6月30日的财年中下降了10%，利润暴跌了45%。除了亚马逊削减订单之外，哈珀·柯林斯首席执行官布莱恩·默里还将糟糕的业绩归因于整个出版行业在处理与疫情相关的问题时，所花费的时间比预期更长。但像许多出版界高管一样，默里以长远视角看待2023年的销售，指出收入仍然高于2019年。

事实上，与2019年相比，哈珀·柯林斯在2023年的收入增长了20.7%，拉加代尔的销售增长了15.3%，企鹅兰登书屋的销售增长了24.3%。至于西蒙&舒斯特出版社，在2023年的销售信息仅限于当年



前10个月，即在私募股权公司KKR完成收购之前。即使只向公众披露了10个月的业绩，西蒙&舒斯特出版社的收入已超过了2019年的全年销售额，该公司正朝着连续3年销售额突破10亿美元的目标稳步前进。

以上是乐观的消息。不太乐观的消息是，虽然这4家公司2023年的利润比2019年都上升了，但2023年的利润率只有西蒙&舒斯特公司、隶属于拉加代尔的阿歇特公司比2019年有所增长，而哈珀·



2024年巴黎图书节吸引大量读者。

参展期间，出版机构举办了签约仪式、作家对话、分享会等形式多样、内容丰富的活动。中国展区内，不仅文学、传统文化、汉语言文字、漫画等图书受参观者青睐，政治理论类图书也吸引了不少读者。

加拿大的魁北克作为欧洲法语区多项活动的主办省，在2021年法兰克福书展上曾大放异彩，之后其出版业吸引了无数目光，德语译作层出不穷。如今，魁北克文学已经走向世界，走向全球，但法国依然是魁北克图书的主要出口市场。此次魁北克收到巴黎图书节的承办邀请，这让更

多法国读者有机会接触到不同风格的作品和才华横溢的作者。法国国家出版联合会的蒙塔涅谈到了魁北克在世界出版业中的重要地位以及市场的成熟度。如今，在国际舞台上，魁北克的身影愈发显著，无论是法国还是世界各地，魁北克作家的作品都受到了越来越多的认可和赞誉。

巴黎图书节原名巴黎图书沙龙，创立于1981年，由法国出版协会主办，是欧洲大型年度公众文化活动之一。

(本文有部分内容编译自《出版视角》、法新社、法国国家出版联合会官网等)

在2023年，为了控制成本，一些出版商不得不做出艰难的抉择。最出名的是企鹅兰登书屋采取了企业裁员和自愿离职计划，而哈珀·柯林斯则进行了规模缩减，其母公司新闻集团要求裁员5%。在拉加代尔、阿歇特英国首席执行官大卫·谢利于2023年年底被任命为英语区(包括英国和美国)的首席执行官，而阿歇特美国首席执行官迈克尔·皮奇则升任为主席。虽然谢利并没有进行大幅度的缩减计划，但很明显，他的任务是来给美国公司提振士气的，因为2023年销售额下降了近7%。

随着疫情后销售趋于稳定，出版商也采用了另一种常用策略来增加自身体量——收购。在2021年，哈珀·柯林斯收购了在2019年销售额达1.82亿美元的霍顿·米夫林·哈考特公司贸易部门。在未能如愿收购西蒙&舒斯特后，企鹅兰登书屋仅在2023年就收购了10家公司，并将其在索思图书的持股比例提高到52%，这一举动去年为企鹅兰登书屋在美国业务增加了超过2亿美元的销售。

那么，2024年出版行业将走向何方呢？没有一位高管认为今年的销量会显著增长，普遍的观点是，销量会与2023年持平，利润会在企业加大成本控制的基础上略微改善。或许可以用马拉维亚在他致企鹅兰登书屋员工信中的话来总结2024年预期，即在2023年采取的艰难措施已经使公司“站在了扎实的基石之上”。

(本文编译自美国《出版商周刊》)

# 学乐集团将收购九故事媒体集团

□周护杏 编译

一则引人关注的消息近日传出：美国儿童出版巨头学乐集团将收购总部位于加拿大多伦多的九故事媒体集团。截至4月18日，该收购计划仍在等待加拿大遗产部部长帕斯卡尔·圣昂热的审批。此次学乐集团的收购金额约为1.86亿美元。

此次收购将极大提高学乐集团开发知识产权和全球授权的几率。学乐集团表示，交易将从今年6月1日起正式启动，并预计在美国公司的2025财年第一季度完成。据悉，两家公司的董事会以及九故事媒体集团的股东均批准了此项交易。

根据协议条款，学乐集团将获得九故事媒体集团的全部经济利益，并享有其少数投票权。九故事媒体集团是一家制作与发行真人动作和动画内容(布朗影业)的公司，不仅在多伦多和纽约设有重要分支机构，还在柏林和巴厘岛设有分支机构。九故事媒体集团员工总数至少达到1000人。

九故事媒体集团由文斯·科米索、史蒂夫·雅罗什和布莱克·托哈纳于2002年9月共同创立。该公司业绩斐然，荣获过2项奥斯卡提名、1项皮博迪奖、19项艾美

奖、10项英国电影和电视艺术学院奖提名等。

九故事媒体集团总裁兼首席执行官科米索在谈及这一新闻时表示：“我非常荣幸能与学乐集团合作数十年，这一合作可追溯到我自己与《神奇校车》系列的渊源。”

科米索说：“将九故事媒体集团全球制作室的制作、销售和发行能力与学乐集团现有的媒体业务、标志性品牌及独特能力相融合，我们将获得更多机会，向全球观众呈现更加引人入胜的故事，打造具有影响力的品牌。”

学乐集团总裁兼首席执行官彼得·沃里克指出：“将九故事媒体集团在业界的卓越能力融入学乐集团的知名品牌及打造标志性儿童系列、保留特许经营权的能力，此次战略性的强强联合潜力巨大。通过合作，我们希望通过吸引人的故事，与年轻群体建立更紧密的联系，让书籍内容在屏幕上通过其衍生品焕发新的生机。”

学乐集团董事长兼首席娱乐公司总裁伊莫莱·卢卡斯表示：“学乐集团深刻了解孩子们的阅读兴趣，并且在媒体开发



九故事媒体集团出版的部分产品。

上经验丰富，九故事媒体集团在全球制作、发行和授权方面拥有卓越能力，两大公司强强联合，我们坚信这一战略能够满足市场对高质量儿童和家庭娱乐内容的持续旺盛需求。”

学乐集团公告指出：“我们预计，九

故事媒体集团的加入将增加公司的长期收益，降低生产的资本密集度，同时我们可以借助九故事媒体集团现有的内容库、顶级制作工作室以及全球发行和授权能力，推动公司营业收入和净利润的显著增长。”

(本文编译自英国《书商》)