

最新国际出版集团年报发布：大众出版成增长主力

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

编者按 从近几个月公布的2024国际出版集团年报可见，企鹅兰登、阿歇特、哈珀·柯林斯和学乐四家大众商在图书市场表现不俗，营收利润均实现增长，且利润增幅均高于营收增幅。在通胀有所缓解的背景下，出版商通过有效控制成本、开发新业务、并购整合等方式实现了业绩增长。出版业务在整个集团中扮演着重要角色，优质内容出版、多媒介开发、国际化拓展及跨部门合作成为集团持续发展的永续动力。

企鹅兰登 出版全类别覆盖 美国业务带动增长

德国贝塔斯曼集团2024财年年报显示，随着业务有机增长及利润提升，该集团业绩表现强劲。虽然受到上年出售消费者体验公司迈睿(Majorel)股份的影响，2024财年总营收同比下降5.9%至189.88亿欧元，但是去除这部分业务，该集团总营收同比增长3.3%。集团旗下各业务板块均有增长，企鹅兰登和贝塔斯曼投资公司收入增幅提升，而印刷业务收入持续下降。集团调整后息息折旧及摊销前利润(adjusted EBITDA)同比微降0.3%至31.11亿欧元，这也是由于迈睿公司利润(3.11亿欧元)下滑所致。若去除迈睿公司利润影响，其他板块的利润率将增至16.4%，同比提升0.9个百分点。

在全球拓展内容业务一直是贝塔斯曼的五大战略重点之一。2024年初，贝塔斯曼扩展集团战略，通过两大计划推动集团业绩增长。一是继续实施2021年发起的“Boost”计划，以推升增长动力。贝塔斯曼继续对该计划投入大笔资金，通过有机增长和收购在新的业务领域实现增长。预计到2026年底，“Boost”计划的投资总额将达80亿欧元。二是“Boost+”计划，包含“Next”“Regional Boost”“Breakout”3个发展重点。其中“Next”创立两条新的业务线，预计长期营收约10亿欧元，“Regional Boost”在极具前景的地区发展和拓展业务，而“Breakout”涉及现有业务与其他大型公司的合并。技术与数据、人、沟通，以及环境、社会和治理(ESG)是战略成功实施的根基。贝塔斯曼还创建了AI中心，构建了跨部门的组织框架，旨在高效提升AI在关键领域的发展潜力。贝塔斯曼表示将加强与科技公司AI大模型的合作，研发AI基础设施，并制定内部AI政策。

创新是贝塔斯曼的另一大战略要点，2024财年在整个集团层面持续推动创新。从旗下的企鹅兰登来看，其创新举措由面向内容和用户拓展以及加强运营的战略投资驱动。企鹅兰登启动了几项重要合作以扩大读者群，如与书源出版社旗下的Bloom品牌合作，在德国和巴西设立Bloom品牌；通过继续与英国BBC工作室合作，将其热门电视剧《布鲁伊》(Bluey)内容拓展到全球童书领域，包括将布鲁伊的IP整合到德国公司的cbj品牌；企鹅兰登美国公司在英格兰兰瑟姆设立运营中心，以更好地服务于欧

洲读者；开发AI应用程序，以增强出版业务并保护作者版权，如企鹅兰登有声书部开发了语音转文字的校对工具“猎户星”(Orion)。

2024年，企鹅兰登总营收同比增长8.5%至49.17亿欧元。营收增长归因于出版覆盖各个类别以及企鹅兰登美国公司的表现优于整个图书市场。企鹅兰登调整后息息折旧及摊销前利润同比增长11.3%至7.39亿欧元，这一增长得益于重组美国业务、降低成本及收入增加。

企鹅兰登图书出版和销售创历史新高，主要得益于图书售价提高且覆盖所有图书类别以及有声书销售增长。其在大多数国家市场均提升了市场份额，在美国的市场占比从22.9%增至23.8%。

企鹅兰登美国公司收购了美国领先的自助、保健类独立出版商海之屋出版社(Hay House)、漫画出版商爆炸工作室(BOOM! Studios)，英国美食类出版社“四对舞”(Quadrille)和安柏艾伦出版社(Amber-Allen Publishing)，还增持了书源出版社(Sourcebooks)股份至75%。畅销书包括艾米丽·亨利(Emlly Henry)的《趣事》(Funny Story)和阿什利·埃尔斯顿(Ashley Elston)的《第一个谎言获胜》(First Lie Wins)。詹姆斯·克利尔(James Clear)的《掌控习惯》(Atomic Habits)和泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)的粉丝温迪·洛吉亚(Wendy Loggia)创作的《“霉霉”传记》(Taylor Swift: A Little Golden Book Biography)延续上年优异表现，仍位居榜单前列。

企鹅兰登英国公司收入增长，主要得益于有声书销售增长及收购“四对舞”出版社。畅销书包括理查德·奥斯曼(Richard Osman)的《我们侦破谋杀案》(We Solve Murders)和《最后死去的恶魔》(The Last Devil to Die)，以及丽莎·朱厄尔的新作《这一切都不是真的》(None of This Is True)。DK的畅销书包括非虚构图书《时间线上的全球史》(Timelines of World History)、《博物科普大百科》(The Natural History Book)和童书《我们的非凡地球大观》(An Anthology of Our Extraordinary Earth)。

企鹅兰登国际出版公司的营收、利润均实现增长。畅销书包括诺奖得主加夫列尔·加西亚·马尔克斯(Gabriel García Márquez)的小说遗作《我们八月



作家露西·斯科尔(Lucy Score)面向年轻读者宣传Bloom品牌，该品牌宣传是“Boost”计划的一部分。

见》(En agosto nos vemos, 英文书名为Until August)，宗教类图书《圣经·雷纳·瓦莱拉1960版》(Biblia Reina Valera 1960, 英文书名为Holy Bible Reina Valera 1960)，罗伯特·T. 清崎(Robert T. Kiyosaki)的指南类图书《富爸爸，穷爸爸》(Padre Rico, padre Pobre, 英文书名为Rich Dad, Poor Dad)，以及阿图罗·佩雷斯·雷维特(Arturo P é rezReverte)等新人的新作。

企鹅兰登德国公司收入和利润与上年持平，畅销书销售下滑带来的损失被经典老书收入增长所弥补。畅销书包括夏洛特·林克(Charlotte Link)的《黑暗之水》(Dunkles Wasser, 英文书名为Dark Water)、露辛达·莱利(Lucinda Riley)的《约克郡的女孩》(Das Mädchen aus Yorkshire, 英文书名为The Hidden Girl)，以及尤瓦尔·赫拉利(Yuval Noah Harari)的非虚构图书《智人之上》(Nexus)。企鹅兰登的众多作家获得了诺贝尔文学奖、美国国家图书奖、普利策奖、格莱美奖、英国布克奖等多项大奖。

从载体看，企鹅兰登的纸书销售在各国均有增长，其中，美国地区收入缓增，西语地区收入增长强劲，英国和德国地区则持续增长。电子书销售也有增长，其中，美国地区小幅增长，英国地区强劲增长。数字有声书在美国和英国地区均强劲增长。

从地域看，美国地区收入占比59.2%，英国地区收入占比10.3%，德国地区收入占比6.3%，法国地区收入占比0.2%，其他欧洲国家收入占比8.3%，其他非欧洲国家收入占比15.7%。美国是企鹅兰登最大的市场。

从收入构成看，自有产品销售收入占比95.1%，广告收入占比3.3%，版权及许可收入占比1.6%。内容仍是企鹅兰登最重要的收入来源。

Anthropic的集体诉讼案给了莫里鼓舞，他认为，判决将阻止科技公司在短期内使用盗版网站内容来训练AI。尽管如此，他表示，哈珀·柯林斯会采取非常谨慎的方式，不会很快开发出任何AI生成的产品。技术变化如此之快，出版商很难跟上其步伐。

莫里对哈珀·柯林斯的国际化业务增长非常兴奋。他认为，这将是短期内最大的增长领域。收购德国集优出版社，为哈珀·柯林斯增加了收入。今年7月，哈珀·柯林斯又收购了法国和德国的漫画出版商Crunchyroll。他表示：“哈珀·柯林斯将继续寻找美国及海外市场可并购的出版资产。”在美国，自从Readerlink公司停止面向大众市场零售商发行简装书业务后，哈珀·柯林斯，尤其是禾林出版社，都在适应简装书式微的市场变化。这一变化已有很长时间，禾林已找到新的方式触达其读者。哈珀·柯林斯2025年将出版米奇·阿尔博姆(Mitch Albom)、利·德鲁蒙德(Ree Drummond)和哈珀·李(Harper Lee)等知名作家的新作。

乐后的第一年，其营收增至5910万美元。

国际业务收入同比增长2%至2.80亿美元，主要受到《收割之日出》和“神探狗狗”系列在不同国家热销的提振。

美国政府加征关税的政策使其库存成本增加1000万美元，因此影响到学乐2025财年的收入。今年6月学乐宣布，将出售包括纽约总部在内的房产，以提高盈利和股价。但是，2026财年将通过五大战略提升总营收和利润。一是重组的童书出版与发行板块将为小读者带来独特的体验。通过图书和多媒介之间富有成效的合作，将学乐的IP推广到屏幕和纸质阅读的儿童面前。二是教育解决方案业务将重新调整市场推广策略，使其更聚焦于核心优势，优化产品组合，将投资重点放在高影响力产品，以及简化传统业务和组织架构上。通过杂志、图书集合教学资源继续为读者提供巨大价值。三是娱乐业务将实现增长。加快推进绿色审批流程，逐渐实现全方位的IP战略。油管等数字发行平台是能够带来高额利润及广泛影响力的优先选项。四是致力于提升运营效率和财务指标。采取节约成本、精细管理部门和公司费用等举措。五是任命2位独立总监，为董事会关注的业务转型、增长策略、资本配置及其他项目提供支撑，以实现股东利益的最大化。

哈珀·柯林斯 数字图书收入增长拉动营收利润双增

美国新闻集团2025财年年报显示，截至2025年6月30日的2025财年，该集团总营收同比增长2%至84.52亿美元，这主要得益于数字房地产服务、道琼斯及图书出版业务的增长及汇率的积极影响。该集团息税折旧摊销前利润(EBITDA)同比增长14%至14.15亿美元，增长主要来自数字房地产服务、道琼斯和图书出版部门的收入增长，以及新闻媒体业务降低成本产生的提振作用。

图书出版(即哈珀·柯林斯)2025财年营收同比增长3%至21.49亿美元，主要得益于数字图书销售增长、美国市场退货问题改善、收购德国集优出版社(Gräfe und Unzer)带来1400万美元收入，以及400万美元(1%)汇率波动的正向影响。息税折旧摊销前利润同比增长10%至2.96亿美元，主要源于数字图书收入增长，但是部分增长被员工成本增加和近期收购成本抵消。

哈珀·柯林斯数字图书销售收入较上年增长5%，这得益于有声书(包括Spotify带来的收入)以及电子书的收入增长。数字图书收入占比提升1

个百分点至24%。老书销售收入占比提升3个百分点至64%。

哈珀·柯林斯CEO布里恩·莫里(Brian Murray)表示，2025财年第4季度(2025年4~6月)图书市场似乎增长乏力，主要因为消费者受美国政府加征关税影响减少了消费支出，春季也没有畅销书出现。幸好2025财年上半年(即2024年7月1日~12月31日)表现优异，为2025财年营收增长提供了支撑。他对哈珀·柯林斯利润增长10%尤为满意，自从通胀缓解以来，该社通过更好地控制成本实现了利润大幅增长。“供应链非常简洁，意味着接下来的销售将会非常顺畅。宗教类图书和童书销售都将有所好转。”

对于数字图书，莫里表示，他相信有声书仍有发展空间，虽然不确定还会保持2位数增长。目前哈珀·柯林斯正在使用AI为有声书添加合成旁白，但是莫里强调，只将其用于经典老书。

莫里认为，应从长远角度看待AI在出版业发挥的作用，版权争议需要很多年才能解决。作者诉

多的版本和发布平台。基于学校的销售渠道表现强劲，书展业务同比增长4%，得益于实施了销售、营销和客户体验策略，在2024新学年实施的书友会新策略带来了更高的利润回报。面向大众市场，学乐展现出打造全球畅销书及销售吸引跨年代读者的图书版权的独特能力。其出版的苏珊娜·柯林斯(Suzanne Collins)的“饥饿游戏”系列前传新作《收割之日出》(Sunrise on the Reaping)，以及戴夫·皮尔基(Dav Pilkey)的“神探狗狗”系列(Dog Man)新作《大吉姆的开始》(Big Jim Begins)是全球畅销书。这些畅销书抵消了图书零售市场疲软带来的影响。

从教育解决方案看，营收和利润均有下降，主要受联邦经费缩减影响教辅出版收入，今年5月学乐重组教育解决方案业务。尽管如此，学乐面向各州和社区开展的提升读写素养活动不断扩大。

从娱乐板块看，2024年，学乐并购9 Story媒体公司，以向全球儿童媒体公司转型，学乐致力于增强触达更多儿童的能力，并在儿童内容授权及IP整个生命周期更全面地参与其中。9 Story媒体公司并入学

学乐 利润增幅大于营收增幅

美国学乐出版社发布的2025财年年报显示，截至2025年5月31日的2025财年，学乐总营收同比增长2%至16.26亿美元，主要得益于将收购的9 Story媒体公司整合到娱乐业务、大众市场新书收入增加，及基于学校的书展业务有强劲表现。调整后息税折旧摊销前利润(adjusted EBITDA)同比增长6%至1.45亿美元。利润增长主要得益于对成本的良好控制，9 Story媒体公司的良好表现，儿童出版与发行业务及国际板块的突出表现，这部分的利润增长抵消了教育解决方案低迷的利润下滑。

学乐旗下的童书出版发行业务收入同比增长1%至9.64亿美元，教育解决方案业务同比下降12%至3.10亿美元，娱乐业务收入因并入9 Story媒体公司猛增至6100万美元，国际业务收入增长2%至2.80亿美元。

从童书出版与发行业务看，增长主要来自在学校举办更多展会与阅读活动，以及通过书友会获得更多收入。今年6月，学乐将大众出版、基于学校的书展和书友会业务并入儿童出版与发行板块，旨在增强其360度IP创新策略，为其内容提供尽可能

法国拉加代尔集团发布的2024年报显示，尽管经济环境更为严峻，该集团仍取得出色业绩，总营收同比(有机)增长8.5%至89.42亿欧元，经常性息税前利润(recurring EBIT)同比增长14%至5.93亿欧元。

拉加代尔集团两大业务中，出版业务(即拉加代尔出版公司)定位于拓展多元化及国际化业务，营收同比增长1.9%至28.73亿欧元，经常性息税前利润同比增长3.0%至3.10亿欧元；旅行零售业务(包括旅行必备品、免税店与时尚品、餐饮)收入同比增长12.5%至58.12亿欧元，经常性息税前利润同比增长24.5%至3.05亿欧元。

拉加代尔出版公司(主要是阿歇特出版公司)在美国和英国地区引入新的管理结构，以提升团队协作效能并释放发展空间。通过在创意出版与财务规则之间保持平衡，提升运营表现并进行了针对性投资，尤其是在美国收购了斯特灵出版社(Sterling Publishing)。数字业务收入占比较2023年提升2个百分点至14%。出版业务利润增长，一方面得益于优质出版物及其创纪录的文学奖获奖数量，另一方面得益于英美地区以及桌游业务的强劲表现。旅行零售业务收入增长，则主要得益于因旅游升温全球机场网点(有5000多个)业务量增加，在阿姆斯特丹、杜塞尔多夫、亚特兰大和尼斯机场竞标成功并开设了新店铺。出版和零售业务共同为集团增长作出贡献，带动了更多现金流并大大降低了债务。

阿歇特法国公司在上年增长5%的基础上，2024年收入同比下降3%。收入减少主要是因为插图本图书2023年受到2种“高卢英雄历险记”(Asterix)相关图书拉动，2024年没有此类畅销书推出，旅行类和插图本精装书销售放缓也对业绩造成影响。然而，该公司在儿童青少年爱情小说领域取得了多项成功，如莎拉·里文斯(Sarah Rivens)的《礁石》(Lakestone)和涂色书。教育类图书因没有教材改革而出现下滑，拉鲁斯出版社(Larousse)也受到词典销量下滑影响，尽管其在青少年细分市场表现强劲，特别是新推出了“彗星”品牌(Comet)。一般文学类图书因宣传不理想而收入有所下降。法国公司旗下多家出版社获得勒诺多文学奖和龚古尔中学生奖等文学大奖，证明了其多元化和高品质。有声书下载量快速增长推动其有声书公司Audiolib收入创新纪录。

阿歇特美国公司实现了7%的强劲增长。这一表现主要得益于数字销售的显著增长，其中有声书下载量增长30%，电子书增长7%。儿童及青少年板块也表现强劲，得益于彼得·布朗(Peter Brown)的“荒野机器人”(The Wild Robot)系列的成功(该系列已改编为电影)。成人板块受到詹姆斯·帕特森(James Patterson)与迈克尔·克莱顿(Michael Crichton)合著的《爆发》(Eruption)、蕾切尔·吉利格(Rachel Gillig)的“牧羊王两部曲”(The Shepherd King)、弗里达·麦克法登(Freida McFadden)的“女仆”系列(The Housemaid)和阿比·希门尼斯(Abby Jimenez)的《只为夏天》(Just for the Summer)等畅销书的带动表现不俗。

阿歇特英国公司2024年营收在上年增长6%的基础上同比增长3%，受益于瑞贝卡·雅罗斯(Rebecca Yarros)的《帝王》(The Empryrean)、安娜·黄(Ana Huang)的《扭曲》(Twisted)，和弗里达·麦克法登的《女仆》的持续热销。教育类图书受教材采购预算减少而有所下滑。而数字销售收入显著增长，主要得益于与Spotify合作，有声书下载量增长38%，电子书销售则增长8%。

在西班牙和拉美市场，西语地区收入同比下降6%。2023年是西班牙教材改革高峰期，也是第40部“高卢英雄历险记”漫画发布的一年，2024年没有这样的图书提振。但阿歇特推出了Pika Ediciones和Kitaeru等品牌，以满足读者对漫画和自助类图书日益增长的需求。墨西哥的教育类和一般文学类图书则有强劲增长。

从分辑百科馆(Partworks)与桌游业务看，阿歇特的分辑百科馆收入增长得益于2023年底在法国和日本推出的系列作品，这些图书2024年开展的宣传活动大获成功。桌游领域也迎来卓越表现，有多部作品取得成功，如4Board Games受一系列产品带动，销售收入同比增长22%，面具蝎子公司(Le Scorpion Masqué)开发的地下城探险桌游《天空之队》(Sky Team)斩获“年度最佳桌游奖”，追赶游戏公司(Catch Up Games)推出的《遥远之地》(Faraway)获得“新锐类金奖”。

2025年，拉加代尔集团将继续优化所有业务，以维持运营表现，同时把握年内可能出现的增长机遇。如凭借其在法国教育领域的领导地位，能从即将到来的国家教材改革中受益，尤其是在某些学科和教育阶段。该集团还将继续在创意领域引领潮流——构思新故事与新举措，为客户提供卓越服务，并积极应对AI带来的挑战与影响。

拉加代尔出版公司

多元化及国际化业务带动营收增长