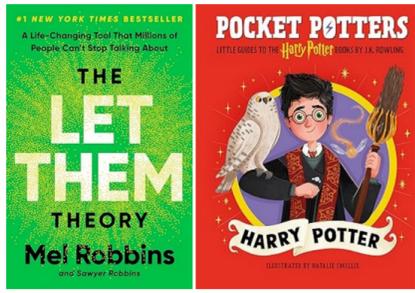


英美出版商上半年财报发布 “优势资源+技术应用”成增长引擎

中国出版传媒报记者 渠竞帆

2025年上半年,美国加征关税对包括美国在内的全球经济带来巨大影响,加之通胀高企导致生产成本上涨,美国经济增速放缓。在英国,燃油成本上升导致运输成本增加,以及脱欧后劳动力市场供需失衡,进一步推升通胀率及商品和服务价格。世界经济合作与发展组织9月发布的《全球经济展望》数据显示,上半年美国关税政策的冲击尚未完全释放,正逐步传导至开支选择、劳动力市场和消费价格层面。预计到2026年,全球经济增速将进一步放缓,潜在的更高关税、上升的不确定性以及地缘政治紧张局势带来的下行风险持续存在。英美出版商随之面临生产、运输成本增加,消费者购书意愿减退等挑战,但其依托各自内容优势并积极拓展国际市场及新技术应用,为业绩增长提供了有力支撑。



比14%,其中,数字有声书收入同比增长22.5%至24亿美元,电子书收入同比增长1.5%至21亿美元。在大众板块,数字图书收入占比21.2%,收入同比增长11.8%。其中,数字有声书收入同比增长22.5%,电子书收入同比增长1.8%。

学术教育出版商小幅增长

从学术出版看,励讯集团上半年营收、利润同比分别增长7%和9%,该集团通过流程创新控制成本,带动调整后利润率增至34.8%。该集团通过深刻洞察客户需求,将领先的内容和数据集与强大的AI等技术结合,全面开发和部署这些工具,为客户带来了更大价值。威科集团上半年总营收和利润同比分别有机增长5%和11%,彰显了专家解决方案及成本管理策略对长期提升效率的作用。威科致力于将生成式AI技术整合到平台并投资于AI智能体解决方案,从而为用户带来长期收益。

在教育板块,培生上半年营收和利润同比分别增长2%。其通过推出AI赋能的产品实现快速增长,以一系列新合作实现企业业务规模化发展,同时通过严格执行计划和持续创新保持灵活反应、经营效率和活力。如在AI赋能方面,培生与亚马逊网络服务公司(AWS)合作,将AI技术应用于各种产品中;面向高等教育市场推出“预习”工具(Study Prep,之前名为“Channels”),成功变现后向国际市场拓展;将AI赋能的学习工具拓展到更多学科,通过“Go Deeper”进一步支持学生参与其中,提升认知技能和更高层次的学习成果。培生四大业务中,评估与资格认证业务收入同比增长2%。其中,临床评估、英国与国际学术资格认证业务强劲增长。高教业务收入同比增长4%,主要受“费用全包访问”(inclusive access)业务增长21%及美国数字化订阅增长3%的带动,以及“预习”工具成功变现及AI赋能工具的应用。职业技能板块收入同比增长4%,则得益于职业认证和企业解决方案的强劲表现。今年6月,培生收购职业及技术教育课程解决方案提供商eDynamic控股公司,使培生快速切入高增长的早期职业发展领域,提升入职准备解决方案的能力。该公司有88.5万名中小学学生客户,可触达9000多所中小学和高校。今年下半年,培生计划与微软、AWS和谷歌Cloud进一步合作,推进AI转型计划,以实现更强劲的增长。牛津大学出版社2024/25财年调整后总营收同比下降2%至8.06亿英镑。该社目前面临融资困难、纸质销售加速下滑等方面挑战,尽管如此,持续投资于新技术并扩大产品和服务,以改善学习和研究成果,如面向英国学生推出Oxford Revise Exam Tutor工具,以及面向牛津英语词典和学术平台用户推出自然语言AI搜索助理,英语平台的用户数量增加80%。

大众出版受新老畅销书拉动

从大众图书领域看,企鹅兰登上半年收入同比增长2%至23.23亿欧元。面对经济疲软及成本增长等挑战,该集团利润有所下滑,经营性息税前及摊销前利润(EBITDA)下降16.4%至2.55亿欧元,利润率则同比下降12个百分点,主要系美国地区收入下降及成本增加的影响。然而凭借新书和老书的卓越表现及业务并购,企鹅兰登仍实现了收入增长。今年6月,其以9000万欧元收购英国个性化礼品书公司Wonderbly。去年1月收购的美国海之屋出版社(Hay House),于当年12月出版的梅尔·罗宾斯(Mel Robbins)的励志图书《不被他人左右:改变一生的工具》(The Let Them Theory),至今售出215万册,堪称美国市场的现象级图书。艾米莉·亨利(Emily Henry)的《伟大、广阔、美丽的人生》(Great Big Beautiful Life)自今年4月上市以来销量逾百万册,詹姆斯·克利尔(James Clear)的《掌控习惯》(Atomic Habits)上市5年来依然畅销不衰。普利策奖和英国图书奖得主珀西瓦尔·埃弗里特(Percival Everett)的《詹姆斯》(James)、天主教教皇方济各(Pope Francis)的自传《希望》(Hope)同样在市场上吸引众多关注。此外,有声书出版也为企鹅兰登带来了收入增长。

阿歇特图书集团旗下的美国公司上半年收入基本持平,面对萎靡的图书市场,詹姆斯·帕特森(James Patterson)、比尔·克林顿(Bill Clinton)和艾比·希门尼斯(Abby Jimenez)等作家新作及一些畅销的老书均在市场上表现出色。阿歇特已成为美国第三大大众出版商。阿歇特英国公司上半年收入同比增长4%。瑞贝卡·雅罗斯(Rebecca Yarros)的《玛瑞风暴》(Onyx Storm)、考利·哈特(Callie Hart)的《闪银》(Quicksilver)、斯蒂芬·金(Stephen King)的《永不退场》(Never Flinch)、阿里·艾莉·黑泽尔伍德(Ali Hazelwood)的《深水区》(Deep End)、凯利·史密斯(Kaylie Smith)的《幻影迷局》(Phantasma)、布兰登·桑德森(Brandon Sanderson)的《风与真理》(Wind and Truth)、艾米莉·英格力士(Emily English)的《食为本》(Live to Eat)和弗里达·麦克法登(Freida McFadden)的《女仆》(Housemaid)等数百种图书登上畅销书榜单,棋牌游戏也为其持续增长提供了强劲支撑。

布鲁姆斯伯里近日也公布了财务数据,预计到2026年2月28日结束的本财年,全年税前利润将达4160万英镑。该社在大众出版和学术出版两个领域取得均衡发展,荣获2025英国图书奖年度出版商奖项。从大众出版业务看,萨拉·J·马斯(Sarah J Maas)的《火焰与影子之屋》(House of Flame and Shadow)平装本销售带动利润增长,8月底上市的J.K.罗琳(J.K. Rowling)的“口袋波特”(Pocket Potters)系列进入畅销书榜单前列,拉动了该社的利润增长。从学术出版业务看,布鲁姆斯伯里并购Rowman & Littlefield公司后,该公司的5300种图书经扫描后上线布鲁姆斯伯里的数字资源库。为拓展国际市场,布鲁姆斯伯里还在新加坡设立分公司,预计学生数量增加将为其带来更多收入。

学乐出版社作为童书大社,受加征关税、政府经费缩减等因素影响,营收及利润双双下降。在截至2025年8月31日的2026财年第一季,学乐营收同比下降5%至2.26亿美元,营业亏损同比增加4%至9220万美元。从各业务板块看,儿童图书出版行业收入同比增长4%至1.09亿美元,其中书展收入同比增长18%至3410万美元,书友会业务收入同比下降33%至180万美元,大众零售收入持平,为7350万美元,主要得益于“饥饿游戏”(The Hunger Games)和“哈利·波特”衍生品授权带动收入增长,增强了学乐将出版、营销、销售和发行连接的能力。但该书板块营业亏损额降至3510万美元,主要受益于学校阅读活动收入增加。学乐教育业务收入同比下降28%至4010万美元,表明美国学校及学区经费大幅缩减;营业亏损同比增加24.7%至2120万美元;该板块更关注核心产品、营销和销售策略,长期目标是在核心产品上重新赢得市场份额。娱乐业务收入同比下降18%至1360万美元,营业亏损增加7倍至400万美元,主要是收购9 Story媒体公司的250万美元摊销费用记在这一季度。国际业务收入(去除汇率影响)同比增长4%至5940万美元,尤其是在英国、澳大利亚和亚洲均表现出色。该板块营业亏损减少97.6%至420万美元,主要受益于收入增加及效率提升。学乐有声书收入较5年前增长

80%、《火翼飞龙》(Wings of Fire)和《饥饿游戏》的授权业务持续表现优异,戴夫·皮尔基(Dav Pilkey)的“神探狗”系列(Dog Man)新作《大吉姆的开始》(Big Jim)在各国各渠道均有不凡销售。

西蒙与舒斯特也传出重磅消息,该社CEO乔纳森·卡普(Jonathan Karp)8月底宣布,在私募公司KKR2023年收购西蒙与舒斯特后,他同意带领这家老社度过转折期,现在他决定离开并创建新品牌“Simon Six”。卡普曾任媒体记者和兰登书屋总编辑,2010年进入西蒙与舒斯特,10年后升任CEO。从明年开始,Simon Six品牌将与西蒙与舒斯特旗下不同品牌合作,每年出版6种图书,卡普将负责其中3种图书的编辑出版。他希望“在职业生涯结束时回望过往,能看到出版了相同品质的图书”。

有声书成为市场增长点

有声书继续保持高增长态势。2025年第2季度,瑞典电子书及有声书平台Storytel净收入同比增长4%至9.58亿瑞典克朗(约合7.28亿元),营业利润同比增长75%至750万瑞典克朗(570万元),利润率从13.9%升至17.0%。北欧付费用户数量同比增长7%(新增8万用户),非北欧付费用户数量同比增长18%(新增3.5万用户)。

Storytel从线上向线下拓展取得进展,今年1月收购瑞典Bokfabriken出版社70%股份,成为该社最大股东。Bokfabriken出版社出版有500多种有声书,收入占比高达70%,收购后,Storytel收入增长1060万瑞典克朗(约合805万元),出版业务收入同比增长14%。该平台不仅出版了瑞典作家达格·奥赫伦德(Dag Öhrlund)的新作《画家》(Konstnären),芬兰作家尤哈·伊特科宁(Juha Itkonen)的新作《明天我将告诉你一切》(Tomorrow I Will Tell Everything),还推出数字先行品牌“Norstedts Spektra”,提升了应用内听书体验。

美国出版商协会发布的2024 StatShot年度数据同样可以佐证这一趋势。该数据显示,2024年,美国出版商销售数字有声书收入较2020年增长78.1%,远高于电子书增幅(2.0%)。数字图书(包括数字有声书和电子书)收入同比增长11.4%,收入占

全球资讯

丹·布朗新作18国同步出版 上市首周登顶英美畅销书榜单

中国出版传媒报 美国作家丹·布朗(Dan Brown)的新作《秘密中的秘密》(The Secret of Secrets)9月9日在全球18个国家和地区同步出版。小说上市第一周,即登上9月7日~13日英美畅销书榜单冠军宝座。该书美国出版商双日(Doubleday)为新书首印150万册。

据尼尔森Circana统计,小说上市第一周在美国售出15.24万册,在英国售出逾7.77万册。该书主人公哈佛大学符号学教授罗伯特·兰登(Robert Langdon)最早于2000年出现在《天使与魔鬼》(Angels & Demons)中,2003年布朗凭《达·芬奇密码》(The Da Vinci Code)一举成名。《秘密中的秘密》延续了小说中常有的阴谋、秘密命令和根深蒂固的象征世界,围绕一位世界知名科学家的失踪和一本古代手稿的失窃展开。兰登教授再次陷入谜团之中,这一次是在欧洲的土地上——布拉格。在寻找真相的过程中,他得到了前同事凯瑟琳·所罗门博士的帮助。他们一起被卷入一

美科技公司Perplexity面临200亿美元赔偿诉讼

中国出版传媒报 9月初,大英百科全书(Encyclopaedia Britannica)和美国韦氏大辞典(America's Merriam-Webster dictionary)的出版商大英百科全书集团(Britannica Group)向科技公司Perplexity提出200亿美元索赔,认为该公司未经许可使用其内容训练聊天机器人。

大英百科全书集团向纽约南区地方法院提出,Perplexity公司对《大英百科全书》值得信赖且经过人工核实的内容进行大量的非法使用。该集团CEO豪尔赫·库兹(Jorge Cauz)指出:“我们投入大量资金来坚持高标准的编辑原则,并采用严

张错综复杂的网络,其中涉及一本失落的书、隐藏的实验室、科学进步的弊端,以及人类或许尚未准备好接受的古老知识。

书中出现的纽约图书名编辑乔纳斯·福克曼,其原型是布朗在双日合作20余年的责编杰森·考夫曼。储存在出版社加密服务器里的草稿不翼而飞,福克曼企图复制唯一存世的纸本稿时,竟遭到两名疑似政府特工的男子绑架。在前往伦敦和纽约寻找女友和责编的过程中,兰登本人也成为某个强大组织的目标,遭到与“布拉格最古老神话”有关的冷酷袭击者的追杀。但他大智大勇,从各种荒唐的阴谋论里汲取营养,深入未来科学与神秘传说的双重世界,救女友,寻天书,全力摧毁有权有势者企图控制人类思想、引爆精神原子弹的“大脑曼哈顿计划”,以期阻止“一夜之间,精神军备竞赛失去控制地升级”。

企鹅兰登透露,布朗的所有作品以57种语言在全球售出2.5亿余册。布朗称这部小说是他迄今为止篇幅最长、最具挑战性的一部作品。(陆云)

格的事实核查流程,以为用户(平台每月有逾2亿次访问量)提供值得信任的信息和知识。Britannica将采取一切必要手段保护内容资源和知识产权。

这是美国最新一起围绕AI版权问题引发的诉讼。据悉,Perplexity公司近期获得2000万美元融资后总市值达2000亿美元。Perplexity去年10月还被新闻集团旗下的道琼斯和《纽约时报》(New York Post)提起诉讼。今年5月,威立宣布与Perplexity公司合作,将其内容整合到Perplexity公司的生成式AI搜索中。(乐毅)

随着新成人文学(New Adult)的兴起,读者粉丝的热情日益高涨,社交媒体上出现了备受推崇的图书盲盒:精心策划的内含独家版本、书口彩印的包装盒,配有小说角色信件或插画等图书周边。创立7年的“书匣”(Bücherbüchse)是其中的卓越代表,至今年营业额800万欧元、拥有45名员工。“书匣”创始人、德国图书盲盒开发商丽莎·施特劳布(Lisa Strauß)分享了创业灵感及发展历程。

丽莎2018年首次了解到美国的图书盲盒时,就想为自己订购一个。“可惜德国图书市场上没有我喜欢的图书门类的盲盒”,于是她决定自己打造盲盒,并把它推向市场。

2019年1月第一款盲盒问世,2年后的2021年2月推出书口彩印设计的盲盒。当时书口彩印工艺尚未普及,这一印刷工艺极大推动了业务发展。2022年10月,盲盒首度亮相法兰克福书展,亲身感受到“书匣”社群规模的壮大。2023年12月,随着LEAF出版社的创立,“书匣”翻开了新的篇章,从零售商发展成为出版社。

丽莎表示,从创立之初,他们就日以社交媒体为主阵地。在社媒平台进行社群账号运营,“我们几乎认真阅读和回复过每一条私信”。“我们的目标是,让顾客参与到决策和设计中来。为此,我们定期开展满意度调查,收集心愿清单,并借助Ins直播、书展活动或客服支持,与顾客保持对话。”

而在书展上,“书匣”展位营造了沉浸式的体验空间。顾客在此可以浏览心仪的产品,遇见喜爱的作家、与运营团队交流、了解幕后故事,还能选购独家产品。展位还提供了相熟的场所,许多线上相识已久的顾客在展位上相约碰面、闲聊或者探讨书籍。

“书匣”的核心群体是15~35岁的女性读者,她们热爱新成人文学、浪漫奇幻小说,以及悬疑惊悚、暗黑浪漫题材小说。我们还有一些亲子家庭读者,喜欢订阅图书盲盒。我们几乎通过各类社交媒体触达读者,会出现在他们活跃的任何地方。

谈及圈粉经验,丽莎表示,他们极为重视以顾客为本的理念,也会竭尽所能让顾客称心如意。我们很感激所有支持我们的读者,并珍视与粉丝的日常交流。毕竟没有读者,“书匣”只是一个纸盒而已。有了读者,这些盲盒就变成了满载故事的小宇宙。

“书匣”的顾客收到的是图书盲盒,这意味着他们不知道盒子里是什么样的书。对此,丽莎感到压力很大,选书必须精准,要找到顾客们喜欢的书。2021年,他们萌生了书口彩印加工的想法,“市场对这一领域有需求,但出版社还在望而却步的状态。”说服出版社承担成本更高的书口彩印图书,是一条漫长而充满挑战的道路。所幸的是,没有人对此感到后悔:在图书市场上,这类书籍日益走俏。

2019年,丽莎以1500欧元启动资金和30个“魔法书匣”起步。如今,这位毕业于商业信息学专业的女士与丈夫共同经营着年营业额800万欧元的企业。仅2023年就有18万件包裹,从慕尼黑以南35公里的格雷茨德公司总部发往7000名订阅用户及散客。“书匣”每年从出版社采购约160种奇幻、浪漫与科幻题材图书,加以精心繁复的书口与封面设计,制作出独家版本和奢华系列盲盒。(周可)

中外交流

中国出版传媒报 9月16日,江苏凤凰少年儿童出版社(以下简称“苏少社”)与比利时克莱维斯出版社在比利时哈塞尔特市共同举办“卜和点点”荷兰文版新书宣传推广会。凤凰出版传媒集团副总经理周建军、克莱维斯出版社社长菲利普·瓦力克,以及苏少社工作团队齐聚一堂,共同见证了这场文化交流的盛宴。

活动现场,瓦力克分享了引进该系列荷兰文版的初衷。他表示:“每个国家的孩子都有共同的童真,卜和点点幽默欢乐的日常故事,可以让比利时和荷兰的儿童共同获得阅读的共鸣。”现场播放了数字未来出版集团总裁穆罗默德·哈提卜、意大利世界中国出版社社长胡兰波发来的祝贺视频。

据悉,《卜和点点》荷兰文版采用线上线下的营销模式。包括在脸书和照片墙等社交平台投放精心制作的付费动画广告,面向佛兰德和荷兰地区宣传,以提升书籍知名度,推动官网销售;在比利时、荷兰与当地知名网红积极开展网络营销;将通过电邮营销精准触达比利时和荷兰的书店、图书馆、学校及广大消费者;同时还在克莱维斯书店及合作书店突出展示,以吸引读者目光。此外,克莱维斯出版社面向比利时小学发起“每天阅读15分钟”项目,教师们精心设计了一套循序渐进的教学方案,将该系列从单纯的“课外读物”升级为兼具趣味性、教育性的“课堂教具”,创建了童书跨文化儿童教育新范式。

活动现场,周建军和瓦力克互赠《卜和点点》中文版、荷兰文版样书。苏少社与数字未来比利时公司签约法语版权输出。截至目前,该系列版权已输出至越南、沙特阿拉伯、意大利、比利时、匈牙利、马来西亚、法国等7个国家,另有多国家的版权合作正在火热洽谈中。(乐毅)