

美国

美国出版商协会(AAP)今年9月发布的2021年StatShot年度报告(收集了美国2231家出版社直接或间接的销售数据,该报告根据出版商2021年的销售收入及咨询公司Management Practice Inc.基于各公司财务报告、行业和新闻媒体报道、政府文件、在版书目、新闻稿、第三方研究报告和私人资料估算的数据。)显示,2021年美国图书出版社实现营业收入293.3亿美元,同比增长32.2亿美元,增幅为12.3%。2016~2020年的5年间,美国出版业总营收一直在250亿~260亿美元之间徘徊。相较这5年,2021年美国书业取得了创纪录的增长。从细分板块和销售渠道来看,2020年,除大众出版和大学出版之外,其他板块均有不同幅度下滑。而2021年,各板块均实现增长,基本恢复到2019年疫情前水平,大众出版和基础教育出版板块增长最为明显。线上线下销售以及向图书馆及书店发行图书的中间商(包括批发商和发行商)的销售收入均超过2019年水平。2021年,美国多地放松限制措施书店开门迎客,消费者购物习惯向线下恢复性转移,推动线下销售强势增长,线上销售收入较2020年则小幅下滑。

德国

德国书商与出版商协会今年7月发布的年度图书市场数据显示,2021年,新冠肺炎疫情尚未平息,不时有城市被迫进行封闭管理,俄乌冲突引发德国能源危机,各行各业都面临成本上涨、纸张紧缺、消费低迷的困境,出版社和书店压力倍增。2021年,德国图书市场销售收入同比增长3.5%至96.3亿欧元。2016~2020年,德国图书市场销售收入分别为:92.76亿欧元、91.31亿欧元、91.34亿欧元、92.91亿欧元、93.03亿欧元,整体呈上升态势(见图2)。

# 2021年度国际出版趋势报告 · 美国/德国分报告

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

## 美国:线下渠道回暖 有声书收入规模逼近电子书

### 各板块全面上扬

2021年,美国放宽因新冠肺炎疫情而实施的限制措施,对书业销售产生巨大影响。尤其是从幼儿园到中学的基础教育出版板块,学生返校带动市场消费需求增大,销售收入在2020年下滑12.3%之后,2021年同比增长25.3%至48.1亿美元,是5年来增长最快的细分板块。高教出版板块继2020年下滑5.7%之后,2021年销售收入增长2.8%至32.2亿美元。专业出版板块自2018年以来首次实现增长,2021年销售收入同比增长8.5%至20.4亿美元。大学出版板块2021年销售收入增长12.2%至4.5亿美元。大众出版板块是图书市场最大的领域,占比达64.1%,在2020年收入增长6.1%的基础上,2021年增长11.6%至187.9亿美元(见表1)。

表1 2021年美国各板块销售额

类别	2019年 (亿美元)	2020年 (亿美元)	2021年 (亿美元)	增幅(2021年 较2020年)
大众出版	158.7	168.4	187.9	+11.6%
基础教育出版	43.8	38.4	48.1	+25.3%
高等教育出版	33.0	31.3	32.2	+2.8%
专业出版	20.7	18.8	20.4	+8.5%
大学出版	3.9	4.0	4.5	+12.2%
其他	0.3	0.2	0.2	-20.7%
合计	260.4	261.1	293.3	+12.3%

资料来源:美国出版商协会StatShot年度报告。

在大众出版板块,成人虚构类图书销售收入增长21.3%至57.2亿美元,成人非虚构类图书收入增长2.1%至64.0亿美元;青少年儿童虚构类图书收入增长15.9%至43.1亿美元,青少年儿童非虚构类图书收入继2020年增长9.1%之后,2021年收入下滑3.0%至9.4亿美元。宗教类图书收入增长21.9%至14.2亿美元,是2018年以来首次实现增长,该板块在2020年收入下滑8.7%的背景下实现两位数增长,主要得益于宗教类图书精装本增长58.4%至8.43亿美元(见表2)。宗教类数字有声书收入增长57.5%至1亿美元以上,已超越电子书收入(下滑0.4%至9820万美元)成为宗教类图书最重要的载体。

表2 2021年美国大众出版各类别销售额

类别	2019年 (亿美元)	2020年 (亿美元)	2021年 (亿美元)	增幅(2021年 较2020年)
成人虚构类	44.2	47.1	57.2	+21.3%
成人非虚构类	56.7	62.6	64.0	+2.1%
青少年儿童虚构类	36.3	37.2	43.1	+15.9%
青少年儿童非虚构类	8.9	9.7	9.4	-3.0%
宗教类	12.7	11.6	14.2	+21.9%
合计	158.7	168.4	187.9	+11.6%

从载体来看,纸质图书仍是大众出版板块的主要出版物,市场占比上升1.1个百分点至75.5%。2019年纸质图书的市场占比为74.7%。精装本、平装本及特装本收入均出现两位数增长。增幅最大的是平装书,销售收入增长14.2%至62.4亿美元。精装书是市场份额最大的介质,销售收入增长13.6%至70.7亿美元,特装书收入增长11.6%至4.2亿美元。电子书收入尽管2020年实现12.4%的逆势增长,但是2021年再度降至19.7亿美元,降幅为5.0%。数字有声书同比增长12.8%至17.5亿美元(见表3),自2012年以来这一板块几乎每月都有增长。

表3 2021年美国大众出版各介质出版物销售额

类别	2019年 (亿美元)	2020年 (亿美元)	2021年 (亿美元)	增幅(2021年 较2020年)
精装书	56.7	62.2	70.7	+13.6%
平装书	53.6	54.7	62.4	+14.2%
特装书	3.7	3.8	4.2	+11.6%
简装书	4.5	4.3	4.5	+3.3%
数字有声书	13.6	15.5	17.5	+12.8%
光盘	0.9	0.7	0.5	-23.7%
电子书	18.5	20.7	19.7	-5.0%
其他	7.2	6.4	8.4	+30.4%
合计	158.7	168.4	187.9	+11.6%

### 消费者购书从线上向线下转移

2021年,多地放松限制措施书店开门迎客,消费者购书消费向线下大幅转移,推动线下销售强势增长,大众类图书通过实体零售店的销售收入同比增长40.4%至36.6亿美元,实体店的销售收入在大众出版收入中占比19.5%,扭转了3年间持续下滑的颓势,2019年和2020年线下销售占比分别为19.2%和15.5%。

线上渠道的销售收入则较2020年小幅下滑,但仍高于2019年水平。2021年,大众类图书通过网上书店实现的收入下滑0.5%至83.9亿美元(2020年较2019年增长25%),线上收入在大众出版板块的占比下降5.4个百分点至44.7%。2019年和2020年,线上收入在大众出版板块的占比分别为42.5%和50.1%。

2021年,中间商(批发商和发行商)的销售收入增长14.9%至44.4亿美元,在大众出版市场占比23.6%。图书出口业务2021年也走出颓势,收入增至12.5亿美元,同比增长16.3%,出口业务的市场占比为6.6%。出版社直销收入同比增长37.3%至3.9亿美元,市场占比2.1%(见图1)。

整个美国图书市场上,2021年,通过线上渠道销售纸质图书及数字图书的收入下滑0.5%至96亿美元,在图书市场的占比为32.7%。

表4 2021年美国大众出版各渠道销售额

类别	2019年 (亿美元)	2020年 (亿美元)	2021年 (亿美元)	增幅(2021年 较2020年)
实体零售店	30.4	26.1	36.6	+40.4%
网上书店	67.5	84.4	83.9	-0.5%
中间商	39.3	38.7	44.4	+14.9%
直销	5.4	2.9	3.9	+37.3%
出口	10.0	10.7	12.5	+16.3%
其他	6.2	5.6	6.6	+16.3%
合计	158.7	168.4	187.9	+11.6%

单位:%

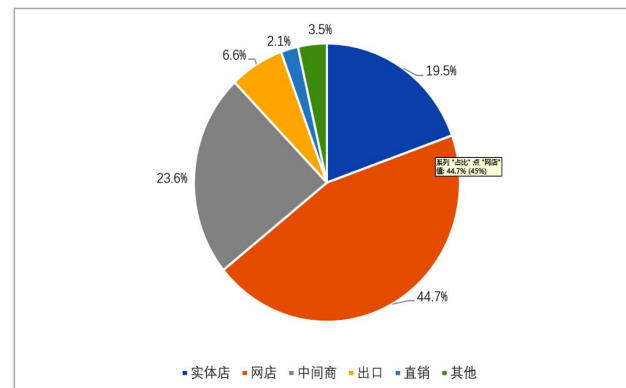


图1 2021年美国大众出版市场各渠道收入占比

### 畅销书市场垄断现象加剧

美国《出版商周刊》对2021年进入畅销书周榜单的2080种精装书和2080种平装书的统计显示,五大社在2021年成人畅销书榜单上居主导地位,在精装书榜单上的占比高达91%,较2020年的89.1%进一步提高,但较2019年的92.5%有所减少。平装书榜单上,五大社的占比从2019年的83.7%增至2021年的77.4%。

五大社中,企鹅兰登进入精装书和平装书榜单的图书数量较2020年均有所减少,精装书占比减少0.9个百分点至37.4%,平装书占比减少3.5个百分点至21.5%。但进入榜单的精装书(196种)和平装书(94种)数量稳居第一位。西蒙与舒斯特进入榜单的精装书(77种)占比增加1.1个百分点至13.9%,平装书(24种)占比减少3.5%至5.3%。哈珀·柯林斯精装书(98种)占比减少3.1个百分点至13.6%,平装书(145种)占比增加1.6个百分点至27.0%。麦克米伦精装书(73种)占比减少4.1个百分点至13.5%,平装书(29种)占比增加0.2个百分点至6.5%。阿歇特精装书(66种)占比增加0.7个百分点至12.6%,平装书(74种)占比增加1.7个百分点至17.1%。企鹅兰登、西蒙与舒斯特、哈珀·柯林斯、麦克米伦在精装书榜单的数量比例都超过13%。

如果企鹅兰登和西蒙与舒斯特并购获得批准,合并后新公司在精装书和平装书榜单上的占比将分别达到51.3%和26.8%。

2021年,进入畅销书榜单的独立出版社数量有所增加,但是与五大社相比持续影响力还不够。超过5种书上榜的独立出版社不多,只有肯辛顿出版社(Kensington)有40种书进入精装书榜单,平均上榜时间在4周左右,成绩略逊于五大社中的哈珀·柯林斯。图画小说出版社维兹媒体公司(Viz Media)有49种图书进入平装书榜单,2020年只有19种上榜。

有10位新作者进入虚构类图书榜单,较2020年增加2人。在10位新作者中,7位上榜超过4周甚至更长时间,其中米兰达·考利·海勒(Miranda Cowley Heller)的《纸宫殿》(The Paper Palace)上榜12周,萨拉·皮尔斯(Sarah Pearse)的《疗养院》(The Sanatorium)上榜9周,萨拉·彭纳(Sarah Penner)的《失踪的药剂师》(The Lost Apothecary)上榜8周。

资料来源:美国出版商协会网站、《出版商周刊》网站

德国:新书品种减少 线上销售及数字化收入两位数增长

### 新书品种大幅减少

2021年,出版社在品种规模上更加谨慎,新书品种较2020年大幅下降,从6.92万种减至6.40万种,降幅为7.5%,其中科学类图书降幅最大,少儿书品种下降9.2%,虚构类图书品种下降3.1%。在预算吃紧的情况下,出版社更愿意选择“保险”的书来出版,而非主流的、勇敢的、创新的书籍丧失出版机会。

消费者购书时也以畅销书为主。据市场调查机构媒体控制公司(Media Control)统计,虽然图书总销量下降3%,但是畅销书榜单上位于前列的图书销量增长可观。总榜单前10位的图书销售收入增长23.6%,虚构类榜单前10位的涨幅甚至达到近40%。由于书店长达数月的歇业,消费者对于探索不知名的新书缺乏兴趣。

同时,购书者人数进一步减少,较2020年减少4.9%(约140万)至2700万。其中,年购书5本以上的消费者人数多年来保持稳定,流失的消费者主要是平时买书较少的人。经常买书的消费者加强了购买力度。在疫情期间,10~19岁青少年购书支出增长最为明显,2021年较2019年增加了26.9%。此外,年轻读者对图书需求最大,人均购书量从2019年的6.8本增至2021年的8本。

单位:亿欧元

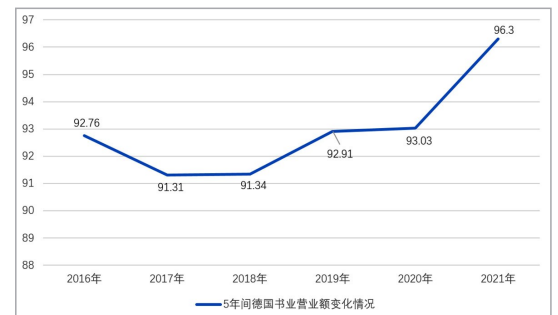


图2 2016~2021年德国书业销售额变化

### 虚构类、青少年儿童类图书增幅最大

2021年,大众图书市场各细分领域都有增长。其中,虚构类图书以5.7%的收入涨幅成为最大赢家,以31.9%的营收份额稳居最重要的图书品类;青少年儿童类图书收入增长4.4%,市场占比为15.5%;指南类(companions)图书收入增长0.5%,市场占比为13.9%;非虚构类图书收入增长3.0%,市场占比为11.2%;教辅类收入下降2.1%,市场占比为10.1%;人类学、艺术/音乐类收入增长2.5%,市场占比为4.5%;在疫情初期销量严重下滑的旅游类图书收入下降0.4%,市场占比为3.9%;科技、医药类收入下降2.3%;社科、法律/商管类下降2.6%(见图3)。

单位:%

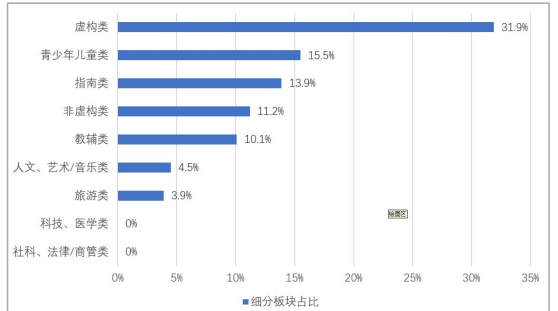


图3 2021年德国各细分板块收入占比

单位:亿欧元

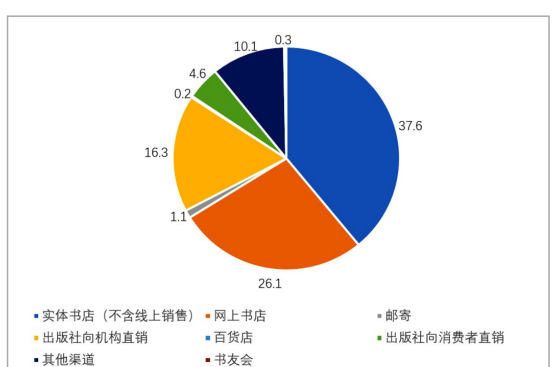


图4 2021年德国图书销售渠道占比

### 实体店线上销售大幅增长

从销售渠道来看,2021年,德国实体店销售额为37.6亿欧元,市场占比为39.1%,仍是最主要的图书销售渠道。然而与2020年相比,实体店占比下降了3.6个百分点,比2019年下降了12.3个百分点。线上图书交易再次成为赢家(注:实体书店的网上销售也统计在线上交易中),2021年,线上售书一半收入来自书店的网上销售,线上销售收入同比增长16.2%至26.1亿欧元,其市场占比上升3个百分点至27.1%;邮寄收

入下降7.4%至1.1亿欧元,市场占比为1.1%;出版社向机构直销的收入增长5%至16.3亿欧元,市场占比为17.0%,出版社向消费者直销的收入下降4.7%至4.6亿欧元,市场占比为4.7%;其他渠道收入增长7.6%至10.1亿欧元,市场占比为10.5%;百货店销售收入下降47.3%至2000万欧元,市场占比0.2%;书友会收入增长13.1%至3000万欧元,市场占比为0.3%(见图4)。

在大众图书板块,实体书店线上销售增长较为明显:2021年,实体书店线上销售收入较2019年增长43.7%,这一增幅是亚马逊(18.4%)的2倍以上;实体书店线上销售较2020年增长13.0%,亚马逊的增幅仅为10.4%;2020年,实体书店线上销售同比增幅为27.2%,而亚马逊增幅仅为7.2%(见图5)。然而,书店在增加网上收入的同时,也要为高昂的物流费用买单,使书店的实际收入减少。

单位:%

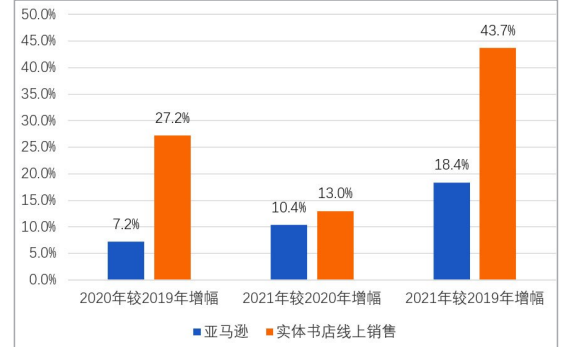


图5 2021年德国实体店与亚马逊线上销售对比

### 数字化收入持续两位数增长

在受封闭和关店影响的第二年,消费者对数字图书的需求进一步激增。从下载收入来看,有声书下载收入增长20.4%至1.87亿欧元;在2020年,有声书下载收入已上扬24.5%至1.56亿欧元。电子书下载收入增长3.2%至2.45亿欧元,市场占比为5.7%,2020年,电子书下载收入已上扬16.2%至2.38亿欧元,市场占比为5.8%。电子书收入涨幅在2020年疫情引发销量暴增后有所放缓。电子书和有声书总下载收入增长10%至4.32亿欧元(2020年增长19.3%至3.93亿欧元)(见图6)。

从订阅收入来看,2021年,电子书和有声书包月订阅收入增长24.1%至2.2亿欧元(2020年增长26.4%至1.77亿欧元)。其中,电子书订阅收入同比增长15.5%(2020年增长24.7%),主要通过kindle unlimited、Nextory和storytel平台购买,有声书订阅收入增长106.5%(2020年增长78.3%),主要通过BookBeat、Nextory和storytel购买。

单位:亿欧元

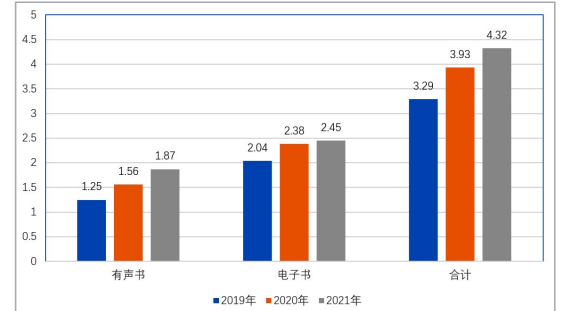


图6 2019~2021年德国数字图书下载收入变化

### 版权交易活跃 翻译出版保持稳定

翻译作品在新书中的占比从2020年的13.2%增至13.6%,近几年基本保持稳定。翻译类图书总品种数则有所减少。2021年,共有8703种外文书(2020年:9164种)被翻译引进到德国。其中最重要的源语言为英语(62.6%),紧接着是日语(10.8%),主要是日本漫画书。排名第三的是法语(10.3%)。

德国出版社的版权输出数量继2020年略有下滑后2021年有所增长,从7597种增至7777种,增幅为2.4%。德国版权贸易两个最重要的品类均有强劲增长:青少年儿童类图书输出品种增长10.8%,虚构类输出品种增长9.9%。2021年法兰克福书展线下举办,对整个书业至关重要,不仅提高了图书的公众关注度,也维系了书业的业务发展和人际关系,助力德国书业的持续发展。

面对历史性的经济危机,德国书业尽力获得相关政策支持。如通过欧盟立法将图书增值税降为零,并推行税收减免政策,为书业提供支持。此外,为保持图书市场的多样性,书业倡导进行结构性筹资,为振兴城市提供充沛资金,如德国文化局和书业协会倡导书店应在城市复兴中发挥重要作用,对书店恢复活力也起到了推动作用。

资料来源:德国出版商与书商协会、德国图书信息中心