



2015年美国纸质书市场小幅增长,这一方面是因为5大社与亚马逊就电子书销售达成代销协议后提高了电子书售价,导致消费者转向购买纸质书。大社提高电子书售价的另一个后果是导致电子书的市场份额被自助出版者和小社抢走。数字阅读的消费者更趋向于智能手机下载阅读电子书。

非小说成为2015年美国市场上的亮点,艺术及设计类、家居类图书及成人涂色书均有大幅增长,可下载成人有声书和儿童硬板书大幅增长,而青少年及儿童电子书的大幅下滑导致大众电子书市场萎缩。前5大社的市场份额高达80.2%。

中国出版传媒商报与多家海外相关机构、专家共同推出 年度国际出版趋势报告·美国分报告

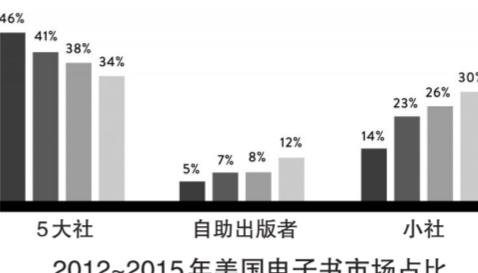
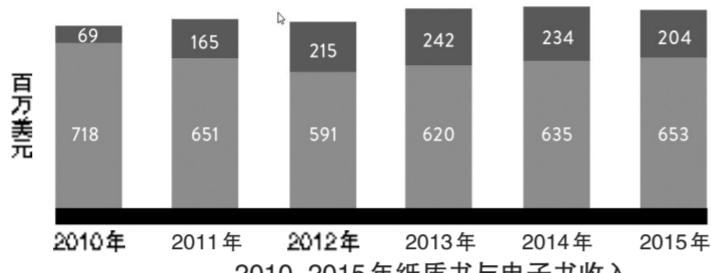
美国纸质书销售反弹 消费者青睐智能手机阅读

根据尼尔森图书监测(BookScan)对美国图书零售市场的统计,2015年美国的纸质书销售增长2.8%至6.53亿册,尼尔森所做的另一项PubTrack Digital(采集了市场占比达85%的、前30家出版电子书的传统出版社的数据)统计显示,2015年传统出版商的电子书销量下滑了13%,其市场占比从2014年的27%降至24%。

电子书高价格逼退消费者

根据Books & Consumers对消费者购买电子书消费的一项统计,美国5大出版商的市场份额从2014年的38%跌至34%,自助出版者的市场占比从8%增至12%,小型出版商的市场占比从26%增至30%。

究其原因,是因为在2014年,5大社与亚马逊就销售电子书达成代理协议、电子书重新实行代销制后,电子书的售价抬高吓退消费者。2015年电子书售



蒂娜·乔丹



彼得·希尔迪克-史密斯

美国出版商协会副主席蒂娜·乔丹表示:“2015年美国书业的业绩表明纸质书市场的回归。然而,平装本与电子书一样仍然在市场上有空间。青少年图书在2014年非常受欢迎,2015年成人图书接过接力棒,《火车上的女孩》《设立守望者》和《秘密花园》等成人涂色书拉动成人图书收入增长9000万美元。”

Codex公司总裁彼得·希尔迪克-史密斯针对图书与其他行业数字化的差异指出:“图书的数字化销售不同于音乐和影视业有两点原因,一是用于阅读图书的电子设备是可选的,不像观看音乐和影视的硬件设备是必需品,而且目前各种电子阅读设备并没有提供高品质的、能够与纸质书互补的阅读体验,二是消费者开始出现数字疲劳现象。(注:该公司今年4月对近5000位各类电子书购买者调查发现,购买电子书的数量比例从35.9%降至32.4%,而消费者购买数字音乐和家庭影院的使用比例已经占到了70%和59%)”

美国拥有阅读器和平板电脑的用户,只有28%的时间用于阅读电子书,智能手机用户阅读电子书的比例只占12%。现在电子阅读器市场停滞不前,设备老化。尽管电子阅读器市场在以更低的价格和更优的质量供应市场,但消费者对数字阅读的疲劳会导致电子书销售继续下滑。”

价从9.99美元提升至14~15美元,电子书售价的中位数已接近10美元,而自助出版的电子书售价中位数已降至2.5美元。涨跌之间,消费者转向购买自助出版的电子书,5大社的电子书市场份额被小社和自助出版者抢占。

根据PubTrack Digital的统计,在成人小说领域,电子书收入的占比高达48%,远远高于成人非小说中电子书收入占比的11%、青少年小说的11%和青少年小说的2%。在成人小说领域,某些类别的电子书收入占比偏高,如爱情小说电子书收入占比高达60%,惊悚小说的电子书收入占比达51%。出版商可下载有声书的销售增长38%至5.52亿美元。

尽管传统出版商的电子书销售收入出现了小幅下滑,但尼尔森的一项对电子阅读设备的监测(Books & Consumers)统计显示,智能手机阅读有了明显增长。通过智能手机下载的电子书数量从2014年的7.6%增至2015年的14.3%。平板电脑、电子阅读器以及个人电脑的市场份额均被智能手机抢走。

非小说拉动市场增长

从图书类别看,非小说在2015年获得的关注最多,青少年及儿童非小说销售增长12%,从4890万美元增至5460万美元。成人非小说的销售增长7%,从2.40亿美元增至2.56亿美元。在成人非小说领域,艺术及设计类图书销售增长

60%,家居类图书增长49%,手工及游戏类图书增长35%,自助类图书增长15%。

2015年,成人小说销售增长了2.1%,从1.387亿美元增至1.417亿美元。这个领域最大的赢家是科学小说,增长了44%,经典小说增长了32%,图画小说增长了22%。青少年小说由于2014年有《星运里的错》《分歧者》和《冰雪奇缘》等畅销书,2015年下滑了3%,从1.767亿美元降至1.715亿美元。成人涂色书则经历了辉煌的一年,2015年美国市场上新出版了2000多种涂色书,共售出1200万册,而2014年成人涂色书只有300种,总销量只有100万册。有两本涂色书进入前20榜单,分别是乔安娜·贝思福的《秘密花园》和《魔法森林》,分别销售76.5万册和67.5万册。在购买涂色书的消费者中,71%为女性,其中18~29岁的人数最多。千禧一代也是涂色书的主要消费人群,购买者比例比各种购书者的比例高29%。

在童书领域,儿童参考书销售增长了18%,历史、体育、人物及景点类非小说增长了14%,概念类非小说增长了13%,动物类小说增长了12%。

根据BookScan及PubTrack Digital的统计,2015年美国大众平装本销售增长1600万至3.5亿美元,精装本增长500万至1.76亿美元,硬板书增长400万至3100万美元,而电子书则减少3000万至2.04亿美元,大众卖场平装本下滑600万美元至5800万美元。

2015年在版书(backlist)销售从3.59亿增长4.3%至3.75亿美元。重点新书则仅增长200万至2.78亿美元。2015年在版书在纸质书市场的占比为57%。

从销售渠道看,连锁店的市场占比下滑2%至20%,大众零售卖场的市场占比下滑3%至6%,电子零售商增长了5%至40%,独立书店增长了3%至10%。

女性读者理性购书 口碑宣传纸电书通吃

从消费者的消费习惯看,从2011年到2015年,美国人中购买任何形式图书的人数比例下滑6%至47%。女性购买的图书数量占比为54%,而消费金额却占44.5%,男性读者购书数量占46%,花费却占55.5%。这意味着男性读者购书更少却花费更高。

在实体书店找书是纸质书最佳的销售方式,而电子书则通过网上浏览的方式购买。口碑推介对无论是纸质书还是电子书都是最有影响力的促销方式。

亚马逊掌控电子书订阅市场。只有5%的消费者成为电子书订阅的客户,因此这个市场还很小。但Kindle Unlimited的增长势头迅猛,其市场份额从2015年1月的40%增至4月的60%。另两家订阅供应商Scribd和Oyster只占很小的份额。

资料参考:尼尔森BookScan、PubTrack Digital、Books & Consumers统计数据。(渠竞帆/编译)

2016全球电子书增速降低

首次下降2.4%,并且全部出现下降。

欧洲不同国家市场差异巨大。在德国等一些国家,电子书已成为主流阅读模式之一,主要是由于强大的阅读习惯、众多的类型小说读者以及亚马逊在市场中的领先地位等原因造成。在其他地方,尤其是法国,出版商和读者抵制电子书这种新类别。在北欧地区,电子书通过图书馆而不是零售流行开来,而最近流媒体形式的电子书订阅服务开始占据不少市场。在中东欧等小市场,国内大众图书的电子版进入市场面临着一系列的障碍。首先是前期所需相对较高的投资成本,难以打开局面。此外,这个地区受过良好教育的人更愿意阅读英语电子书。

2015年德国电子书占大众出版市场总价值的4.7%。德国电子书市场的增长率从2012的17.4%、2013年的60%、2014年的7.6%下降到2015年的4.7%。德国电子书市场整体增长已经停滞。电子书在德国相对昂贵,其采用纸质书的固定定价机制,仅仅比精装本便宜20%。然而电子书领域的定价制并没有阻止2015年激烈的价格战。

经过多年的衰退,2015年法国出版市场出现反转。其2014年电子书市场达到了1.61亿欧元,增速为53.3%,电子书在大众出版市场的占比为6.4%。爱情、犯罪等类型小说的电子书占比达8%~15%。电子书的平均价格为7.7欧元,传统出版商对新书电子版的售价与纸质版价格完全一致,折扣最多不超过20%。

西班牙图书市场规模2014年为27.38亿欧元,电子书占比5%左右。大型出版集团的电子书收入占比继续攀升到10%左右。大众小说及爱情、犯罪或幻想小说是最受欢迎的类别。西班牙电子书打折约为40%~50%,一般小说售价为8欧元,爱情小

说为2~6欧元,YA读物为6欧元。

意大利图书市场2015年下降了1.1%。小说及童书是确保市场基本稳定的主要因素。2014年整体图书市场规模为28.94亿美元,电子书总收益为4050万美元,均价为6.76欧元,市场占比为3.4%。2015年的市场规模为3900万~4400万欧元,市场占比为4.4%~4.8%。仅有童书及旅行书分别微量增长0.76%、1.16%。

北欧国家的电子书市场才刚刚起步。2015年,瑞典图书市场多年来第一次增长,同比增速达到3.2%。增速主要由儿童书拉动,2015年其增速达到了5.9%,这是2008年经济危机后的首次增长。2014年瑞典电子书收益为1230万瑞典克朗,市场占比超过1%,主要出版商占比为6%。电子书均价为7.33欧元。丹麦2014年图书市场增长0.8%至2.43亿欧元,电子书收益为630万欧元。

中东欧电子书市场占比在1%~3%之间,主要由大型出版商贡献收入。2015年电子书价格出现了小幅的上涨,已经开始接近平装书。

考虑到通货膨胀率的因素,2015年巴西出版市场下降6.54%(根据尼尔森报告)。出版商的电子书收益为815万欧元,电子书市场仍然在增长,但依然缓慢。

中国市场2014~2015年电子书总收益为45亿元(约6.2亿欧元)。手机已成为中国最重要的阅读设备。数据显示,59.2%的人使用移动设备阅读,包括智能手机、平板电脑和Kindle。

印度市场的电子书占比不到1%,智能手机、平板电脑和移动电子商务驱动着电子书销量的增长。印度智能手机的使用量达到了6.5亿部。(梅园)

相关链接:本报2016年6月17日版《2016全球电子书增速降低》



2015年美国大众图书市场Top 5排名

排名	出版商	市场份额
1	企鹅兰登	37%
2	哈珀·柯林斯	17.5%
3	西蒙及舒斯特	11.7%
4	阿歇特	9%
5	麦克米伦	*5%

注:由Publishers Lunch网站根据美国出版协会公布的数据进行统计。

可下载有声书及儿童硬板书增长强劲
大众书引领书业成长

根据美国出版协会7月发布的StatShot Annual最终估算数据,2015年美国大众图书市场(包括纸质书、电子书和有声书)2015年收入增长2.6%至158亿美元,销量增长1%至24.55亿册。而包括图书及期刊在内的美国整个出版业的营业收入下滑0.6%至277.8亿美元,销量增长0.5%至27.1亿册。这主要是受教育市场不振的连带影响,2015年美国中小学及幼儿园教育市场收入下滑3.8%至41.1亿美元,高教领域销售下滑7.6%至44.9亿美元,整个教育出版占美国整个出版业收入的1/3。该数据主要统计了1800多家出版公司的销售数字,包含了大众市场、K-12教辅、高教教材教辅、大学社及专业图书的数据,但没有包括零售市场的数据。

大众图书市场的小幅增长是成人图书带动的结果。2015年成人图书销售增长6%至104.7亿美元。其中,成人小说销售增长1.1%,而成人非小说受到涂色书热销的带动,增长10.9%至55.1亿美元。共同带动成人图书销售增长6.0%。从销量上看,可下载成人有声书在2015年增长45.9%(可下载有声书及CD有声书的总销量达8100万册),精装本增长了15.1%,平装本增长了9.1%。

青少年及儿童图书下滑3.3%至42.7亿美元。从销量看,硬板书增长14.0%至8900万册,可下载儿童有声书增长1.2%,精装本增长1.0%。儿童及青少年电子书销量则下滑了35%。

整个大众图书市场,包括成人及儿童领域的可下载有声书收入增长37.6%至5.52亿美元,销量增长41.1%。

2015年大众精装本和平装本都取得了增长,分别增长8.3%和2.7%。平装本的销量占比仍最高,达40.6%,大众卖场平装本销量也贡献了7.3%,平装本及大众卖场平装本总销量达11.8亿册。平装本市场的收入增长了2.7%至52.3亿美元。

而在精装本市场,无论是销售收入还是销量均实现增长,其中收入增长8.3%至54亿美元,销量增至5.77亿册。

电子书在经历2013年巅峰时的32.4亿美元后,一路下滑,2015年下滑11.3%至28.4亿美元,销量下滑9.7%至4.24亿册。电子书在大众图书市场的占比下滑2%至17%,2013年的占比为21%。青少年及儿童电子书的大幅下滑是大众图书市场下滑的主要原因。

2015年,网店销售仍是出版商最重要的分销渠道,市场占比高达37.4%,共8.06亿册图书通过网店销售出去。

通过实体店销售大众图书的收入继2014年增长之后继续上扬之势,比2014年增长1.8%至41.4亿美元,通过实体店共售出6.1亿册大众图书,出版商2015年获得的图书销售收入中,实体店为贡献了26.2%的比例。

资料参考:美国出版商协会StatShot Annual数据。