



年度国际出版趋势报告·美国/加拿大分报告

Report on International Publishing Trend(US/Canada Parts)

美国：出版业停滞不前 亚马逊全产业链发力

■练小川(美国佩斯大学出版系教授)

根据美国出版商协会发布的年度报告,2019年美国出版业总收入为259.3亿美元,比2018年仅增长1.1%,而2018年的收入比2017年下降了2.3%。美国出版商协会公布的数据是出版商的净收入(即销售收入减去退货收入),而不是书店的零售收入。5年来,美国图书出版业原地踏步没有增长。

就销售册数而言,2019年美国出版业共售出27.6亿册图书。

出版业259.3亿美元的总收入包括所有类别(大众图书、高等教育课程资料、PreK-12教学材料、专业图书和大学出版社出版的图书),所有的格式(纸质书、电子书和有声书),所有的销售渠道(批发商、实体书店、网络书店、出版商直接销售以及出口收入)。

大众出版是美国出版业最大的板块,也是表现最好的板块,2019年大众出版的收入为162.3亿美元,较2018年增长0.4%。2015~2019年的5年里,美国大众出版业的营收基本持平,没有出现其他板块那样的大起大落。2019年PreK-12出版增长20%,原因是德州和加州这两个K-12教育的大州开始了新一轮教材采购,大大增加了教材市场的商机。

2015~2019美国出版业各个板块的收入(单位:10亿美元)							
	2015	2016	2017	2018	2019	2019与2018相比的增幅	
大众出版	15.82	15.90	15.95	16.16	16.23	0.4%	
高等教育	4.53	3.96	3.98	3.62	3.23	-10.9%	
PreK-12	4.11	3.73	3.62	3.38	4.07	20.4%	
专业图书	3.05	2.37	2.35	2.15	2.08	-3.7%	
大学出版社	0.29	0.28	0.29	0.26	0.26	1.1%	
其他	0.01	0.04	0.04	0.06	0.07	3.9%	
总计	27.8	26.27	26.23	25.63	25.93	1.1%	

(数据来源:美国出版商协会)

实体书店继续萎缩

虽然大众出版业在2019年维持了小康,但是实体书店的境况令出版商担忧。

根据美国出版商协会的数据,2019年,传统出版商在网络书店实现的销售连续第3年超过了在实体书店的销售,而且二者的差距仍在继续扩大。

2019年,传统出版商在网络书店的销售额为82.2亿美元,在实体书店的销售额为58.6亿美元。过去5年中,传统出版商在网络书店的销售额增长将近20%,而在实体书店的销售额下降了35.9%。

美国人口普查局(U.S. Census Bureau)的数据也印证了实体书店的不景气:2019年,美国实体书店的销售额与2018年相比下降了5.7%。全年销售额从2018年的106亿美元下降至2019年的100亿美元。过去5年中,2016年较2015年增长2.5%,这是8年来实体书店销售的首次增长,但是2017年又下降3.6%,2018年回升1.7%。

电子书销售继续下降

2014年,传统出版商虽然输掉了电子书价格操控案,但是从亚马逊手上夺回了电子书定价权,将电子书销售模式由批发制改为代理制,开始提高电子书定价,迫使读者购买纸质书。今天,美国传统图书出版业依旧以纸质书为主。

美国出版商协会的数据显示,从整个出版行业(大众图书、教育图书、专业图书和大学出版)看,美国出版业2019年全部收入中将近一半(47%)来自四种印刷格式:精装书、幼儿硬纸板书、平装书和袖珍平装书。

在大众图书板块,纸质书的比例更大。2019年,美国大众图书总收入的74.7%来自纸质书,其中精装版图书销售册数占大众图书总销售册数的24.2%,销售金额占大众图书总金额的36%。

2014年以来,传统出版商的电子书销售金额逐年下降。2015年下降9.5%;2016年下降13.9%;2017年下降4.7%,2018年下降2%。2019年的销售金额为19.4亿美元,比2018年下降了4.9%。2019年电子书销售册数为3.357亿册,比2018年下降了2.6%。

从2015年至2019年的五年中,美国传统出版商的电子书销售金额下降了30.8%。

有声书方面,根据美国出版商协会的数据,下载有声书2019年的收入为13.1亿美元,比2018年增长了15%。在2015年至2019年的5年中,下载有声书的销售增长了143.8%。尽管有声书业绩辉煌,但是其市场份额很小,2019年,下载有声书的收入仅占大众出版商总收入的8.1%,低于电子书的11.7%。而且,有声书的增幅开始减缓:2014~2015年的增幅为38.9%;2015~2016年的增幅为25.8%;2016~2017年的增幅为29.7%;2017~2018年的增幅28.7%;2018~2019年的增幅只有15%。

亚马逊称,2019年,亚马逊自出版平台上有数千名作者的版税收入超过5万美元,其中有1000多位作者的版税收入超过了10万美元。

另一个传统出版商没有参与的图书市场是电子书订阅。2019年,亚马逊的Kindle电子书订阅服务Kindle Unlimited向全球的作者支付了3.34亿美元版税(Kindle Unlimited现有100万种电子书,按读者阅读的页数支付)。Kindle Unlimited向作者支付的版税逐年增加,显示亚马逊的电子书订阅市场在不断扩大。2015年,亚马逊向参与Kindle Unlimited的作者支付版税金额1.32亿美元;2016年支付了1.86亿美元;2017年为2.22亿美元;2018年支付了2.68亿美元。自2014年7月推出以来,Kindle Unlimited向作者支付的版税总额超过了12亿美元。

纸质书销售下降

传统出版商的生存策略是压制电子书,维持纸质书,所以纸质书销售的一举一动自然是业界关注的重点。

美国纸质书销售数据来自NPD BookScan统计的销量数字,其数据覆盖了美国80%~85%的纸质书市场。根据NPD BookScan的报告,2019年,美国纸质书的销售册数比2018年下降了1.3%,从2018年的6.984亿册减少到2019年的6.895亿册。

主要的原因是2019年没有超级畅销书。2019年,美国传统出版业只有3种书的销售册数超过100万,排名第一的是黛莉亚·欧文斯(Delia Owens)的《蒹葭吟唱的地方》(《Where the Crawdads Sing》),销量180万册;第二名是迈克尔·奥巴马的《成为》(《Becoming》),销量115万册;第三名是达夫·皮尔基(DavPilkey)的“神探狗狗”系列的最新作品《球为谁滚》(《Dog Man: For Whom

据悉,该系列作品由漫传奇文化公司自主策划和组织创作,是刘慈欣作品首次被成系列地改编为漫画。项目启动之初,漫传奇就确定了把系列作品至少推向12个国家的版权输出目标。2019年10月法兰克福书展期间,漫传奇先后与法、英、德、意、西、俄、美等国家的十余家国际出版机构商谈了出版授权事宜。今年突如其来新冠疫情让海外出版商对引进版权慎之又慎。漫传奇仍实现了该系列走向国际出版市场的突破,已经先后与代勒古集团(Delcourt Group)、碎片出版社(Splitter Verlag)和天马出版社(Skyhorse Publishing)三家出版机构签订了法、德、英三个语种的出版授权协议。前两家分别是法语、德语区规模最大的漫画出版机构,天马出版社是由美国资深出版人创建的综合性独立出版社,在与本国同行竞争胜出后取得版权。

(乐毅)

the Ball Rolls),售出108万册。三本书中,只有皮尔基的这本书是2019年出版的新书,其他两本是2018年出版的图书。

相比之下,2018年有5种书的销量超过100万册,而且全部是当年出版的新书。迈克尔·奥巴马的《成为》排名第一,销量342万册。另外,2018年还有许多与特朗普有关的政治图书销售火爆,例如迈克尔·沃尔夫(Michael Wolff)的《火与怒》(《Fire and Fury》)售出101万册;鲍勃·伍德沃德(Bob Woodward)的《恐惧》(《Fear》)售出97.3万册;詹姆斯·科米(James Comey)的《更高的忠诚》(《A Higher Loyalty》)售出61.2万册。但是,2019年没有出现任何与特朗普有关的政治类畅销书。

2018~2019年纸质书销售册数(单位:千册)

	2018年	2019年	增减百分比
总销量	698440	689446	-1.0%
类别			
成人小说	297063	292563	-2.9%
成人非小说	134102	130160	4.5%
少年非小说	59453	62148	-0.5%
少年小说	165700	164825	-0.5%
青年小说	21108	19391	-8.1%
青年非小说	2530	2607	3.0%
版式			
精装书	206611	207156	0.3%
平装书	374137	371409	-0.7%
袖珍平装书	50414	42685	-15.3%
幼儿硬纸板书	39390	39971	1.6%
光盘有声书	2316	1663	-28.6%

(数据来源:NPD BookScan)

亚马逊挑战出版商主业

虽然亚马逊垄断了美国的图书销售,但是大众出版五巨头垄断了美国的畅销书出版,这一点可以从《出版商周刊》的畅销书榜单来证明。

《出版商周刊》有四个成人图书畅销书榜单:精装小说畅销榜、精装非小说畅销榜、平装书畅销榜和袖珍平装书畅销榜。每个榜单每周有20个位置,一年下来总共有2080个精装书位置和2080个平装书位置。

2019年,在《出版商周刊》的精装书畅销榜中,企鹅兰登的图书占据了39.7%份额,排名第一(2018年企鹅兰登的份额为38.3%)。哈珀·柯林斯以15.5%位居第二(2018年为16%)。阿歇特排名第三,占有15%的份额(2018年为13.4%)。麦克米伦以12.7%位居第四位(2018年为8%)。西蒙与舒斯特的份额为9.6%(2018年为11.5%)。换句话说,《出版商周刊》精装书畅销榜上,92.5%的畅销书来自五大出版集团,这个比例比2018年增长了5个百分点。

平装畅销书也是如此。2019年,《出版商周刊》平装书畅销榜上83.7%的书来自五大出版集团(2018年为84.1%)。

畅销书是传统出版商的命根子,业界一直担心,财大气粗的亚马逊,什么时候开始在出版环节上与五巨头竞争畅销书作者。

2009年5月,亚马逊成立了第一家出版社AmazonEncore,出版范围是已经绝版的图书或具有大

之38集:韦辛格托里克斯的女儿》(《Astérix,La fille de Vercingétorix》)。

加拿大图书网今年2月发布的有声书报告显示,2019年,精装书的销量在图书市场的占比从25.9%下滑至24%,有声书在图书市场的占比从3.6%增至5%。但是,加拿大26%的有声书是通过平台订阅实现的,此次统计是通过500位消费者问卷调查的方式进行的,因此其实际占比会高于5%。除此之外,市场基本没有变化:平装书仍是最受欢迎的版本,市场占比为49%,电子书市场占比稳定在17%。

从销售渠道看,包括网站、电子书和有声书下载及移动APP等线上销售渠道在整个分销渠道的占比从52.5%降至51%,包括连锁店、独立书店、书友会、折扣店、百货店、超市等实体店铺的销售占比从47%增至49%。从出版类别看,小说在有声书市场的占比为52%,非虚构类图书的占比为35%,青少年图书的占比为13%。

(资料来源:加拿大图书网)

加拿大

■陆云

青少年及非虚构类双增长 有声书市场份额逾5%

加拿大图书网(BookNet Canada)旗下的销售监测部门BNC Sales Data根据加拿大零售店提供的销售数据(覆盖了加拿大纸书85%的市场)进行统计并发布了2019年加拿大书业报告。

该报告显示,2019年,加拿大图书市场监测的80.6万种英文纸书总销量为5458万册,销售收入略有下滑至11.28亿美元。青少年图书占比从39.4%增至40.2%,非虚构类图书占比从33.5%增至33.9%,小说占比从25.5%降至24.3%。线上销售和精装书销售同比略有下滑。

2019年这3大板块位于前两位的畅销书如下:青少年文学类的是戴夫·皮尔奇(Dav Pilkey)的《神探狗狗:球为谁滚》(《For Whom the Ball Rolls》)和安吉·托马斯(Angie Thomas)的《你给的仇恨》(《The Hate U Give》),非虚构类的是前总统夫人米歇尔·奥巴马的《成为》(《Becoming》)和马尔科姆·格拉德威尔(Malcolm Gladwell)的《与陌生人交谈》(《Talking to Strangers》),小说

类的是玛格丽特·阿特伍德(Margaret Atwood)的《证言》(《The Testaments》)和迪莉娅·欧文(Delia Owens)的《小龙虾唱歌的地方》(《Where the Crawdads Sing》)。《成为》位居总榜单之首。

此外,格雷塔·波德尔斯基(Greta Podolski)的美食书《让你精神一振的食谱》(《Yum and Yummer》)连续第2年位居原创图书榜首。加里·查普曼(Gary Chapman)的《5种爱的语言》(《The 5 Love Languages》)连续9年位居家庭关系类图书榜首。马克·曼森(Mark Manson)的《重塑幸福》(《The Subtle Art of Not Giving a F*ck》,又译为《不在乎的微妙艺术》)连续3年位居励志自助类榜单之首。社科类图书销量连续两年保持19%的增长,得益于《与陌生人交谈》一书的带动。

在法语区市场,青少年图书销售占比达39%,是大众图书市场上最大的类别。其中最畅销的是让-伊夫·费里(Jean-Yves Ferri)与迪迪埃·康拉德(Didier Conrad)共同创作的法国漫画《阿斯泰利克斯历险记

众销售潜力的自出版图书。

2011年,亚马逊成立了“亚马逊出版公司东岸集团”(Amazon Publishing's East Coast Group),聘请已退休的前时代华纳图书集团(Time Warner Book Group)CEO拉里·科什鲍姆(Larry Kirshbaum)掌管业务。时代华纳图书集团在2006年被法国拉加代尔集团收购,成为今天美国五大出版集团之一的阿歇特图书集团。科什鲍姆在美国出版业人脉雄厚,亚马逊派给他的任务就是与传统出版集团争夺畅销书作者。科什鲍姆重金签下了两位名人作家,一位是著名电影演员和导演潘妮·马歇尔(Penny Marshall),另一位是著名企业家和天使投资人提姆·费里斯(Tim Ferriss)。但是,巴诺书店和所有的独立书店发誓绝不销售亚马逊出版的图书,阻断了科什鲍姆的实体销售渠道,导致亚马逊高调出版的这两本书的市场表现令人失望,就没有其他重量级畅销作家跟进加入亚马逊出版阵营。科什鲍姆铩羽而归,2013年黯然离开亚马逊。

但是,亚马逊并没有放弃出版业务,经过多年经营,旗下已经拥有16家出版社,每年出版新书1200种,内容包括虚构类和非虚构类图书、通俗小说和文艺小说,儿童图书和翻译图书。今天亚马逊出版集团的可供书目已经达到1万种。

2019年7月22日,亚马逊出版集团宣布,他们签下了畅销书作家迪恩·库恩茨(Dean Koontz)的5种惊险小说和“无名”(Nameless)系列的6部短篇小说。5种惊险小说由亚马逊旗下的惊险小说出版社Thomas & Mercer出版;“无名”短篇小说系列由亚马逊短篇小说出版社Amazon Original Stories出版。

现年74岁的迪恩·库恩茨属于美国畅销书作家的第一梯队。他出版的小说超过100部,其中14部曾在《纽约时报》畅销书排行榜上名列第一。库恩茨的书被翻译成38种语言,各种版本共售出5亿多册。根据市场调研公司Codex Group在2017年和2019年所做的全国图书购买者线上调查,按忠实读者人数(book-buying fan base)排名,库恩茨在美国成人小说作家中排名第五,他的忠实读者达到440万人(斯蒂芬·金拥有忠实读者1006万人,排名第一,接下来是詹姆斯·帕特森,忠实读者730万人,约翰·格里森,忠实读者690万人,汤姆·克兰西,忠实读者490万人)。库恩茨过去的签约出版商是企鹅兰登旗下的班坦出版社(Bantam Books)。

与亚马逊签约,意味着库恩茨的新书会遭遇实体书店的抵制。但是,巴诺书店和独立书店的市场份额和销售能力今非昔比,对于任何作家,现在亚马逊销售平台的重要性大大超过实体书店。根据Codex Group的调查,至2019年10月,亚马逊已经占到美国所有新书销量的一半以上。作家不再在乎实体书店的抵制。

库恩茨在一份声明中说:“我收到七八个出版商的报价,但是亚马逊出版团队提供了最完整的营销推广计划,与亚马逊签约是最自然不过的事。也许我的书不会出现在一些书店,也许我的书不会入选《纽约时报》畅销书榜,但我愿意承担这个风险,我相信各种版式加起来,亚马逊会销售更多的图书。”

库恩茨表示,与亚马逊合作“令人兴奋,我感觉重新焕发了创作的青春。时代在变,亚马逊是一个理解变化并拥抱变化的地方”。

也许巴诺书店的政策也会变。新上任的巴诺书店首席执行官詹姆斯·达特(James Daunt)对《华尔街日报》表示:“令我惊讶的是,巴诺书店公开抵制亚马逊的图书,我个人并不会支持这种做法。”

作者在乎的是谁有更强的营销能力,谁能销售更多的图书。如今没有一家出版商的营销能力能够超过亚马逊。帕特里夏·康威尔(Patricia Cornwell)是美国著名的犯罪小说作家,在Codex Group的“作家忠实读者人数排行榜”上排名第十一,拥有忠实读者290万人。2018年,康威尔与亚马逊签署了两本书的交易,第一部小说《量子》(《Quantum》)于2019年10月出版,尽管评论不佳,但下载量很大。NPD BookScan称,《量子》截至2019年11月23日仅售出6000册精装本,但是NPD BookScan只跟踪纸质版销售,亚马逊出版集团透露,《量子》一书的纸质版、有声版和数字版一共销售和下载了60万份。

库恩茨的经纪人也发表声明:“虽然迪恩的小说售出5亿多册,但是市场上还有许多新读者尚未发现他的作品,值得去开发。迪恩正处于创作的顶峰,亚马逊为他制定了一个雄心勃勃而且富有创意的出版计划,这个出版计划将满足迪恩现有的忠实读者,并创造出数百万个新粉丝。”

亚马逊现在在美国最大的纸质书、电子书和有声书销售平台,最大的自出版平台,最大的电子书订阅服务商。亚马逊拥有23家实体书店和22家礼品店(Amazon 4-Star),已经成为继巴诺书店和Books-A-Million书店之后美国第三大实体连锁书店。如果有更多的畅销书作者仿效库恩茨跳槽到亚马逊出版集团,亚马逊将占据出版价值链的所有环节,最终建立一个完全排除传统出版商的图书市场。