

## 10部中国学者著作荣膺“中国新发展奖”

中国出版传媒商报 8月1日,施普林格·自然集团(Springer Nature)在京举办第四届“中国新发展奖”颁奖活动,向10部获奖著作的作者颁发了奖牌和获奖证书。本届获奖图书包括了工程、地球科学、计算机、医学、教育学、社会科学、政治学和国际关系等学科,覆盖面更广,更全面反映了中国在这些领域为推动联合国可持续发展目标(SDG)做出的重要研究贡献。其中3种图书采用开放获取(OA)形式出版,显著提升了研究成果在全球范围的广泛传播和分享。其中《共识还是冲突?》仅出版1年,电子书章节下载量已超过20万次。

本届获奖图书从施普林格·自然旗下的施普林格和帕尔格雷夫·麦克米伦(Palgrave Macmillan)2021

年为中国作者出版了近870种图书和会议论文集集中选出。每种书的编著者包括中国学者,并与联合国17个可持续发展目标中的一个或多个目标直接相关。

获奖图书专注于多个热点话题,如气候变化、海上能源、农村地区生态环境挑战、城乡转型、防震减灾、威胁“一带一路”国家的主要传染病、教育政策、人工智能、发展中国家的工业化之路、全球化下面临的挑战和困境等,数种图书聚焦中国遇到的挑战和治理经验,有助于应对全球在可持续发展中的一些重要挑战。

据悉,施普林格·自然于2019年发起设立了“中国新发展奖”,旨在表彰中国学者对于推动联合国可持续发展目标所做出的重要研究贡献。自2015年联合国推出SDG以来,施普林格·自然已出版了近39万篇与SDG相关的论文或图书章节,并为全部17个SDG目标分别创建了内容中心。(乐毅)

# 从国际集团最新财报看欧美出版大势

中国出版传媒报记者 渠竞帆

附表:十大国际出版集团2021/2022财年主要经营数据

(单位:亿欧元、%)

出版机构	2021财年总营收(同比增幅)	调整后营业利润(增幅)	调整后息税前利润(增幅)
励讯集团(爱思唯尔+律商联讯)	49.99亿欧元(+3%,-1%)	15.66亿欧元(+3%,-1%)	/
培生	40.45亿欧元(+8%)	4.54亿欧元(+33%)	/
企鹅兰登	40.30亿欧元(+6.0%)	/	7.55亿欧元(+9.2%)
威科(不含管理/风险/合规业务)	36.32亿欧元(+2.9%)	/	/
阿歇特	25.98亿欧元(+9.4%)	/	/
威立	20.21亿欧元(+7%)	2.12亿欧元(+18%)	/
哈珀·柯林斯	21.25亿欧元(+10%)	/	2.77亿欧元(-6%)
麦格劳希尔	17.46亿欧元(+13%)	/	/
学乐社	15.94亿欧元(+26%)	/	1.83亿欧元(+35%)
圣智学习	13.33亿欧元(+10.5%)	/	3.93亿欧元(+20.7%)



## 教育出版

2021年,培生集团总营收同比增长8%至34.28亿英镑(约40.45亿欧元),调整后的营业利润增长33%至3.85亿英镑。

培生集团在降本增效的同时,剥离非核心业务,延期偿付并购资金来保持收支平衡,同时加大对技术和数字化的投资。2021年3月,上任不到半年的CEO安迪·伯德(Andy Bird)看到全球有3个新的市场机会:线上学习工具的增长,新入职者工作技能的缺失,以及对资格认证不断增长的需求,提出了基于终身学习的新战略,即基于建立与消费者终身的直接连接的理念,重组五大业务部门——评估与认证、虚拟学校、英语教学、职业技能和高等教育。

在安迪的带领下,培生不断推进D2C(直接面向消费者)策略,成立直销部(Direct to Consumer group),于7月推出“Pearson+”工具,五大业务部门花了大量时间研究如何将各自策略与新工具相结合。通过“Pearson+”,培生致力于打造成相互联系的公司,帮助人们从生活的不同层面学习,为消费者提供发现、学习、增加技能并获得认证的方式以及更丰富的用户体验。培生可以利用与学生、消费者和企业不断发展起来的联系,通过强劲的数据基础设施瞄准不同的需求。截至2021年年底,“Pearson+”已有1600多种图书、275万注册用户和13.3万付费用户。去年12月任命的新任主席奥米德·柯德斯塔尼(Omid Kordestani),将美国网景(Netscape)、谷歌和推特等知名品牌的运营经验带到培生,他将推动培生的数字化及终身学习战略。

从2021年财报可以看出,培生从2020年疫情带来的影响中恢复并强力反弹,五大业务都有持续增长的巨大潜力。2021年,消费者对职业认证的需求快速增长,英语学习和职业培训的线上业务也在发展,美国高校尽管入学人数减少但教材销售表现稳定。2022年培生将有4个重点方向:实现销售和利润增长;持续关注策略的执行、品质和可信度;嵌入客户及消费者洞察,整个集团完全以消费者为中心;持续推进“Pearson+”的技术及其规模化。

培生最大的业务板块——评估与认证部为学习者提供从学校到职业发展阶段的测评及资格认证服务。合作伙伴包括跨国公司、政府部门、学校及专业团体,服务领域覆盖全球增长最快的机构和行业,如K12、保健、云计算和互联网技术,为200多个国家的学习者提供1700万种测试。

虚拟学校板块,培生为中小学提供线上教学服务,还为成人学习者、高校和雇主提供大学课程、在线项目管理(OPM)服务,高校可以借此扩大触达面并为学生提供灵活的线上学习方式。

英语教学板块,全球有逾15亿英语学习者,培生开发了全球英语量表(Global Scale of English),来测评应试者的英语水平。培生还推出英语测试(Pearson Test of English)工具,采用AI打分技术进行数字化评分。培生为学术机构及私立学校提供数字化及混合式的英语解决方案,为教师提供课件及评估。2021年,培生与迪士尼共同设立“迪士尼儿童读物”(Disney Kids Readers)项目,开发了36种儿童读物,还推出“漫威电影读者”(Marvel Cinematic Readers)项目,为青少年读者准备了14种以超级英雄为主角的图书,每种图书配有有声版、电子版、教师指南及活动手册。

职业技能板块,培生帮助学习者了解就业市场的多样性和市场分析,让他们掌握最新的职业技能。2021年9月,培生收购了澳大利亚劳动力AI及预测分析公司菲瑟姆(Faethm),帮助机构用户预测并识别员工需要的技能。今年1月,培生收购了人才市场数字化证书领导者Credly公司,以进一步扩大在劳动力技能领域的业务,为培生的劳动力分析、学习和测评业务新增强大的证书服务。

高教板块,培生与数千名作者合作出版了100多种学科教材,在STEM和IT等学科领域均处于领先水平,开发了教学互动平台MyLab,学生可以在“Pearson+”平台上轻松访问电子书和学习工具,培生也由此从二级分销商转变为自营电商。教师在技术的支持下,分享对所学专业的洞察和爱好,培生则可以确保多样性、平等和包容性是产品的一部分,学生可以通过学习过上想象中的生活。(下转第8版)

培生:开发消费者战略 建立O端用户连接

## 学术出版

励讯集团发布的2021财报显示,2021年,爱思唯尔总营收增长3%至26.49亿英镑(约31.26亿欧元),调整后的营业利润增长3%至10.01亿英镑。律商联讯业务总营收下滑1%至15.87亿英镑(约18.73亿欧元),调整后的营业利润下滑1%至3.26亿英镑。

2021年,爱思唯尔的订阅收入占比达74%。主要由四大业务组成:基础研究、数据库、工具及电子参考书、纸质产品。基础研究的收入在爱思唯尔的占比接近50%。2021年,爱思唯尔收到250万篇投稿,逾16亿篇文章被研究人员阅读;出版开放获取(OA)文章11.9万篇,同比增长超过46%;创立105种新刊,其中95%是金色OA模式,金色OA刊的数量增至600余种。爱思唯尔出版的2700多种期刊均提供OA选项,为确保内容品质,爱思唯尔与全球2.9万名编辑和130万同行评议人员合作,全球18%的文章和28%的引用都来自爱思唯尔。数据库、工具和电子参考书的收入占比为35%。为满足研究人员的多样化

## 励讯:服务科研 技术赋能

需求,爱思唯尔提供有文摘及引文数据库Scopus、科研管理工具SciVal、Pure、ClinicalKey等解决方案,为研究人员提供高品质的信息和洞察,支持他们作出正确决策。2021年,爱思唯尔增强了医学参考平台ClinicalKey的功能,为内科医生提供更有效的诊疗指导。该平台收录了1300多种医学概述、530多万张图片及8万多张医学视频。此外,为医学、护理专业学生提供的交互式教学工具Sherpath和三维解剖平台Complete Anatomy的订阅用户数量增加。纸质出版的销售收入仅占爱思唯尔总营收的12%。

爱思唯尔的4个业务中,基础研究的收入增长来自平台上更广泛的内容集、分析日益精细以及技术平台不断发展。期刊上订阅出版和OA出版的文章数量都持续增长,其中OA文章增长更为明显。数据库、工具和电子参考书业务的增长受到内容开发的驱动,平台增强了基于机器学习、自然语言处理技术的功能。医学教育以及包括参考书、决策支持工具

等临床解决方案也均有增长。

律商联讯的总营收下滑1%至15.87亿英镑,调整后的营业利润下滑1%至3.26亿英镑。律商联讯为企业提供法律、监管及商业信息与分析,帮助企业提高效率并作出正确决策。2021年,其订阅收入占比达79%。律商联讯与法学院联手为法学生提供培训服务,使用人工智能技术,让产品更好服务于用户。

2020年律商联讯推出的“Lexis+”,2021年继续拓展其功能,将之前相互独立的产品进行整合,使用机器学习等先进技术,为法律工作者提供数据驱动的分析服务。如新推出的“诉讼分析”(Litigation Analytics)软件通过现代化的用户体验提供宏观分析,告知并增强当事人在诉讼中的信心。律商联讯还与合资公司Knowable合作,创建结构化数据和Market Standards等产品,使用PatentSight分析软件帮助企业、政府和学者作出关于专利的正确决策。

和服务触达到与客户工作流程相关的相邻领域,对某些产品重新进行市场定位。三是采取更多举措加强核心功能,如走向市场的功能及技术,带动业务实现增长。

客户都希望有灵活、友好的界面,开放的架构支持他们作出决策;帮助他们解决问题并在工作提供增值服务。威科的专家解决方案融合深度的专业知识与技术在一起,几乎包括了威科所有的软件产品和某些先进的信息解决方案。许多解决方案引入人工智能、自然语言处理、机器人流程自动化等先进技术及预测分析,研发团队使用以客户为中心的语境设计,基于可伸缩的灵活框架开发出解决方案。收购软件公司和剥离非核心业务,使威科更专注于专家解决方案。有几款信息产品目前已开始盈利。在促进灵活性方面,2019年威科引入现代化全球人力资源系统,2021年将280个面向消费者的网站整合到一起,将CCH Tagetik作为新的企业绩效管理工具。

## 威立:平台再整合 在线课程扩容

已转型为混合刊,提供OA选项。威立还提供金色OA模式。用户可通过Article Select和PayPerView项目,单独购买非订阅期刊文章、图书章节等内容。科研平台主要由Atypon公司的Literatum平台构成,收录了2800种期刊的1000多万篇文章,以及2.6万多种电子书和上千种参考书、实验室协议、数据库等资源,全球超过46%的英文刊都收录其中。2021年10~11月,威立先后完成了对出版服务公司J&J Editorial Services部分资产的收购及技术平台eJournalPress(EJP)的收购,J&J提供编辑、生产、校对、系统支持和咨询服务,EJP平台创建了期刊投稿及同行评议管理系统。

学术及职业学习板块,威立提供教育出版和职业学习类产品及服务,还通过控制成本及增加数字产品线来减少纸质出版下滑带来的影响。2016年,威立曾与圣智学习集团达成协议,将美国地区的图书发行业务外包,由此进一步提高发行效率降低成本。至今威立只保留了英国的一个发行中心。

威立提供WileyPLUS等线上解决方案,为教材提供基于科研的线上学习环境,通过及时反馈、制定个性化学习计划、自我评估工具及一系列以课程为导向的活动(如线上定计划、展示、学习、家庭作业和测试),提升学生的学习效果。WileyPLUS基于认知科学知识开发了自适应学习软件“猎户星”(Orion),帮助学生缩短学习时间精进所学知识,也

## 威科:加快发展专家解决方案

截至2021年12月31日的2021财年,威科集团的总营收同比增长6%至47.71亿欧元,调整后的经营利润增长11%至12.05亿欧元,经常性收入增长6%,在威科集团总营收中占比80%,数字化产品及服务收入增长7%,在威科集团总营收中占比高达92%,纸质出版收入下降4%,专家解决方案的收入增加6%,在威科集团总营收中占比为55%。威科集团的四大板块包括保健、税务/会计、管理/风险/合规、法律及监管。如果去除管理/风险/合规业务(以提供直接的商业服务为主,没有出版业务),2021年威科出版相关业务的总营收增加2.9%至36.32亿欧元。

威科实现业绩增长有4方面原因,一是专家解决方案的收入大幅提升。2021年,专家解决方案的收入占比从2018年的49%增至55%,很大程度上得益于威科高于平均水平的有机增长率,以及收购

截至2022年4月30日的2022财年,威立集团总营收增长7%至20.83亿美元(约20.21亿欧元),调整后的营业利润增长18%至2.19亿美元。

威立的三大业务板块中,科研出版及平台在整个集团的收入占比增长1个百分点至53%,调整后的息税前利润率为35.1%,数字化收入占比高达95%;学术及职业学习板块的收入占比下降3个百分点至31%,调整后的息税前利润率为28.1%,数字化收入占比达55%;教育服务板块的收入占比增长2个百分点至16%,调整后的息税前利润率为11.5%,数字化收入占比已达100%。

科研出版及平台板块是威立集团最大的板块,分为期刊出版和平台两个业务,前几年收购的出版软件及服务公司Atypon旗下的Literatum平台为威立的各种客户提供服务。该板块的增长策略是,为机构用户不断开发新的许可模式、开发新的OA期刊并带来新收入,关注于高增长及新兴市场的资源,开发新的数字产品、服务和工作流程解决方案来满足客户的需求。

科研出版的主要收入来自于期刊订阅、开放获取及转换模式下的收入。2022财年,威立出版了1900多种学术期刊,主要通过Wiley Online Library平台实现期刊订阅。47%的期刊订阅收入来自学协会。WOL通过Literatum平台为用户提供数字化内容。线上出版平台通过新的应用和商业模式、广告,更深入的市场渗透,以及个人销售、按次付费等方式提供收入增长的机会。威立大部分订阅期刊