

教育出版

(上接第13版)

培生集团:增强业务关联,释放协同效应

英国培生集团今年3月发布的2022年财报显示,在战略的深化实施和强有力的运营执行推动下,培生实现了营收和利润双增长的佳绩,销售收入有机增长(headline growth)12%至38.41亿英镑,调整后营业利润有机增长18%至4.56亿英镑。

培生集团的五大业务板块包括考试与资格认证、英语学习、职业技能、虚拟学习和高等教育板块。主要通过重塑投资组合、提高数字能力、增强不同业务间的相关性,释放协同效应,并在高等教育部门实施变革来实现增长。

考试与资格认证收入有机增长17%至14.44亿英镑。增长主要来自随着考试逐步恢复,美国的学生评估、英国及国际考试认证业务均表现强劲。同时,受到良好的政府资金扶持和对身心健康的持续关注,临床考评业务表现强劲。培生的专业认证业务(Pearson VUE)在IT和医疗领域的增长尤为强劲,VUE测试数量增长16%至1940万次,VUE赢得了投资组合中的主要合同并扩大了在美国联邦市场的影响力。

英语学习收入有机增长35%至3.21亿英镑。培生在全球有14亿英语学习用户,还为教育机构提供混合式英语学习解决方案和服务全球150多个国家的PTE考试(Pearson Test of English)。2022年,PTE考试的考量增加了90%,成为带动该板块增长的引擎。通过直接服务消费者、机构用户和企业,培生提供相互关联的个性化产品及评估服务。因此,英语学习与其他板块的互连性更加紧密,将数百万与消费者的直接联系纳入培生的生态圈。

职业技能收入有机增长19%至2.04亿英镑。培生职业认证课程BTEC、高中同等学历证书GED和心理测验与评估发行公司TalentLens的业务推动了该板块的增长。企业客户数量同比增加133%至1503家,收购数字证书业务Credly使培生在此业务领域有了稳固根基和用户基础。Credly平台每周新增7万用户,共有2000多家企业学习客户。该平台使用职业技能分析及评估技术发现用户潜能、调动人才

麦格劳希尔持续对数字化进行投资,包括去年底收购医学教育定制视频图书馆及线上资源提供商Boards & Beyond。去年10月,麦格劳希尔面向高校学生发布了应用程序“精进”(Sharpen),将社交平台的用户体验与高校课程无缝链接,大大改善了学生秋季返校后的课堂学习效果。

麦格劳希尔的数字学习平台继续拓展,Connect平台的付费用户激活数量同比增长2%至600万。麦格劳希尔还将深度学习神经网络应用于AI技术,针对数学和化学学科使学生更加高效地使用自适应学习软件ALEKS,该软件的全球用户数量增加12%至650万。Connect和ALEKS平台上推行的“费用全包”(Inclusive Access)模式带动数字产品销售收入增长,目前已覆盖到近1600所高校,在高校市场的占比接近40%。这种模式让学生在开学第一天,就可以纸质教材3折的价格获得电子

圣智出版集团:着力增加职业教育内容

美国圣智出版集团今年6月发布的2023财年(截至2023年3月31日)年报显示,调整后总营收同比增长8%至14.8亿美元,数字化收入首次突破10亿美元大关,增长8%至10.5亿美元,调整后营业利润增长8%至3.51亿美元。

圣智集团去年4月将业务重组为三大核心板块,第一个板块是将美国高教、国际高教及中学教育3个课程解决方案整合为“圣智学术”(Cengage Academic),这3个业务在内容、技术平台和服务等方面可以产生协同效应。过去5年对美国高教板块的投资使数字化占比已超过80%,由此带动国际高教和中学教育板块的数字化转型。第二个板块是“圣智职业发展”(Cengage Work),这已成为圣智最有价值的板块,ed2go和Infosec业务将通过利用整个产品线的联系、内容和数据实现增长。第三个板块是“圣智精选”(Cengage Select),将英语教学、科研、澳大利亚K12和美发培训教育业务“米拉迪”(Milady)4个业务整合起来。

从2023财年数据来看,圣智学术业务收入增长1.1%至9.11亿美元,3个课程解决方案中,中等教育业务出现强劲增长,国际高教业务表现稳定,只有美国高教业务下滑5%。美国高教市场上,纸质教材销售下滑,而面向机构的数字产品销售增长32%,圣智的“费用全包”和无限订阅(Cengage Unlimited)业务均实现增长。圣智职场发展业务收入增长13%至1.06亿美

元。Ed2go业务在市场对高级职业培训课程的强烈需求下收入增长17%,去年2月,圣智完成了对网络安全教育及培训机构“信息安全公司”(Infosec Institute)的收购后,能够在各个渠道拓展线上培训,帮助上千万学习者提升技能,缩小高需求就业岗位的技能鸿沟。2023财年,该公司业务收入增长7%。圣智精选业务收入增长13%至4.34亿美元,该业务板块中,英语学习(ELT)表现突出,研究业务也有稳定增长。

2023财年,圣智制定了三大优先策略。第一大优先策略是通过高质量和经济实惠的数字解决方案扩大数字用户数量。美国高教业务占圣智年营收的40%,为促进用户使用数字产品,圣智持续投资于旗下不同的技术平台、高质量的内容和教师服务。圣智基于深入调研及对学生的了解,创新了数字解决方案,得到教师和终端用户的赞扬。如无限订阅业务开辟2种机构模式,一种是适用于希望以尽可能低的单位成本、开学第一天教材进课堂的学校,圣智为每个学位提供授权;另一种是费用全包模式,适用于数字产品使用量较大、希望单位成本低于标准价格的学校。圣智将研究业务的所有参考内容

培生自2021年提出终身学习战略以来,以消费者为中心的主张以及为更多学习者提供终身学习服务的举措已见成效,培生的商业模式已经从提供独立的产品及服务向提供基于与消费者建立可信任联系的学习应用转型。培生的发展呈现几大特点。一是加速向数字化转型。培生的数字化收入和通过数字化实现的销售收入增长9%。Pearson+平台不断发展壮大,用户拓宽到高等教育以外的目标市场。二是加强部门间的关联性。培生将收购的在线语言学习应用Mondly整合到Pearson+平台上,增加了产品黏性。此次收购提升了培生在直面消费者的语言学习领域的能力。2021年收购的澳大利亚劳动力AI及预测分析公司Faethm和数字认证平台(Credly)整合到职业技能板块进展顺利,这成为2023年新建的职业技能人才投资平台的一部分。去年底收购的劳动力评估服务供应商PDRI,将扩大培生对美国联邦机构的服务,并扩大在大型雇主中的影响力。三是打造新的增长引擎。培生2023年推出职业技能人才投资平台,平衡市场上的结构性成长及对技能提升和再培训日益增长的需求。这将是培生未来几年主要的增长引擎之一。据估计,企业学习市场(包括企业员工福利、人才管理和招聘前劳动力技能提升)总价值将超过2000亿英镑。各个组织都在寻找拥有新技能的人才,以帮助他们应对经济问题、气候变化、人工智能、新技术等变化。世界经济论坛估计,到2030年,将有10亿人需要进行再培训。职业技能部门一方面提供职业资格认证,帮助学习者习得职业成功所需的知识和技能,另一方面,提供一系列相互关联、量身定制的产品和服务。期待将Faethm的技术和数据能力与Credly的便携式技能档案和企业认证学习联系起来,打造新的人才投资平台,帮助企业解决人才规划、技能提升及招聘新人等问题。预计劳动力解决方案将成为职业技能部门的增长引擎,在聘前招募、人才管理和企业员工学习等方面,培生拥有在短期内优先增长的机会。

麦格劳希尔:持续投资数字化

美国麦格劳希尔今年5月发布的2023财年(截至2023年3月31日)财报显示,2023财年,麦格劳希尔总营收增长18%至21亿美元,其中数字化收入增长20%至12亿美元,占整个集团的比例达60%,高教业务数字化收入占比达90%;调整后息税前利润增长23%至7.76亿美元。

教材和优质服务。

通过显著提升及持续投资内容开发和数字化功能,麦格劳希尔更关注增加数字化经常性收入,其推行的数字先行策略以及从幼儿园到终身学习者的全年龄段人群的关注,使麦格劳希尔有效满足全球基本的社会需求。10多年来投资于数字化生态圈,麦格劳希尔已成为推动学习与技术交叉的创新方面的领导者。

从几大业务板块来看,麦格劳希尔的K12业务收入增长41%至11亿美元,在美

国多个州和学科的市场份额有所提高,获得美国联邦经济刺激法案的资金支持,核心课程及辅助性、干预性教学资料的强劲表现,共同带动该板块收入增长。高教业务收入增长1%,在入学率下降的背景下市场份额仍持续提升,表现优于整个行业。全球职业教育业务下滑1%,数字化订阅业务的增长被纸质教材销售下滑蚕食,数字化增长和投资仍是该板块的重点。国际业务增长4%,其中,中东、印度、拉美和加拿大的收入实现增长。

都进行了数字化,并使用交互数字化工具增强了功能性。圣智2021年10月推出的数字学习工具Cengage Infuse,将电子教材、评估和自动分级内容自动嵌入学习管理系统(LMS),可以满足美国高校教师的需求,有500所高校的上千名师生参与工具研发。圣智还在英语学习、“米拉迪”和中学教育业务中推出升级版数字学习产品,来满足用户不断变化的需求。

第二大优先策略是快速增加入职教育的内容,来满足用户对职业学习迅猛增长的需求。职业技能将是未来10年最重要的增长领域,圣智继续扩大在线职业教育的布局。2022年2月,圣智完成对网络安全教育及培训机构“信息安全公司”(Infosec Institute)的收购后,能够在各个渠道拓展线上培训,帮助上千万学习者提升技能,缩小高需求就业岗位的技能鸿沟。今年2月圣智推出了“Ready to Hire”技能培训服务,既帮助企业解决用工荒的问题,又帮助数百万学习者提升工作技能。

第三大优先策略是充分利用不同业务板块的协同效应,挖掘相邻市场的价值,提升运营效率和规模。2023财年伊始,圣智重新构建了三大业务架构,圣智学术业务可以更快地传播高品质的数字内容,也大大降低了业务的复杂性;圣智职场发展业务服务于职业培训市场,ed2go和Infosec业务能够在整个集团的联系、内容和数据之间达成平衡,驱动未来的增长。“圣智精选”业务则服务于不同市场。

大众出版

企鹅兰登:困于通货膨胀与销售疲软

德国贝塔斯曼集团今年3月发布的2022年报显示,企鹅兰登总营收增长4.8%至42.23亿欧元,息税前利润下降11.7%至6.66亿欧元。营收增长受到汇率的积极影响,利润下降则归因于通货膨胀、销售减少等因素。

美国地区是企鹅兰登的主要市场,收入占比达57%。美国的出版业务在经历了前2年的强劲增长及通货膨胀、供应链压力之后市场需求回归正常,但是2022年企鹅兰登的表现低于预期。

去年11月,贝塔斯曼宣布终止对西蒙与舒斯特的并购,并为此向其母公司派拉蒙环球集团支付了2亿美元分手费。杜乐盟辞去企鹅兰登全球CEO一职,由企鹅兰登美国公司首席运营官尼哈尔·马拉维亚(Nihar Malaviya)临时接管。美国的出版业务反映了疫情期间图书销售强劲增长后市场需求回归正常及通货膨胀、供应链压力下的趋势变化。

畅销书依然是带动企鹅兰登收入增长的重要引擎。美国地区的畅销书包括:美国原第一夫人米歇尔·奥巴马(Michelle Obama)的新书《我们心里有光》(The Light We Carry)去年11月上市到年底全球售出180万册,同在去年11月出版的爱尔兰摇滚乐队U2主唱博诺(Bono)的回忆录《投降》(Surrender)、去年10月出版的约翰·格里森(John Grisham)的《来自比洛克西的男孩们》(The Boys from Biloxi)等新书,以及詹姆斯·克利尔(James Clear)的《原子习惯》(Atomic Habits)、迪丽娅·欧文斯(Delia Owens)的《蝲蛄唱歌的地方》(Where the Crawdads Sing)等经典老书持续热销;童书领域,“苏斯博士”系列(Dr. Seuss)售出900多万册。企鹅兰登英国公司温和增长,畅销书包括《原子习惯》(Atomic Habits)、理查德·奥斯曼(Richard Osman)的“周四推理俱乐部”系列3部作品和杰米·奥利弗(Jamie Oliver)的《平底锅简易美食》(One: Simple One-Pan Wonders)。同时为2023年1月出版哈里王子的自传《备胎》(Spare)做准备。DK出版社的

拉加代尔出版集团:运营成本上升

法国拉加代尔集团今年2月发布的2022年报显示,拉加代尔出版集团总营收同比增长5.8%至27.48亿欧元,营业利润下滑14%至3.02亿欧元。

经历2021年的辉煌之后,2022年国际出版业在经济环境不利及通货膨胀(纸张、印刷、运输及人工成本上涨)等因素影响下,业绩普遍下滑。拉加代尔出版集团能够保持收入增长,主要得益于在法国及海外市场有多部畅销书出版发行,为其带来可观收入,在主要出版领域和相关业务领域(如开发桌游、网络游戏和高档文具)成功推行增长策略,以及收购全球第二大高档文具品牌Paperblanks和Welbeck Publishing Group、Bragelonne等出版公司。

拉加代尔出版集团的业务覆盖教育、大众文学、插图版图书、分辑百科馆(Partworks)、词典、青少年儿童图书及发行等领域。旗下的阿歇特图书出版公司是全球排名第三的大众出版社,在法国、英国、西班牙和美国分列市场第一至第四。

阿歇特图书出版公司取得成功有几方面因素。一是均衡的市场定位,允许不同地区和不同的出版部门在快速增长的市场变现。二是机构去中心化,给予不同实体和出版社很大的自主权。三是尤其重视充分利用不同书目和相关版权以调整出版内容,去适应不同发行渠道和新读者需求。四是持续投入数字技术和互联网,生产出顺应市场新趋势的产品,适应不同发行渠道、媒介和形态(电子书、有声书、数字营销和自适应学习平台)。五是采取CSR策略改善环境、社会效益(碳排放、再生纸、推动多样性项目及无障碍阅读图书等)。

阿歇特法国公司,青少年儿童类及插图类(漫画书和日漫)图书带动

2021年收入增长22.1%之后,2022年收入下降2.9%。除去收购沃克曼出

版公司的影响,阿歇特美国公司收入下降2.2%,优于美国市场5.8%的降幅。

阿歇特英国公司在2021强劲增

长后,2022年增长了3.4%,英国大

众图书市场出现0.6%的下降。西班牙

和拉美地区收入实现增长:西班牙在

新课改的刺激下,实现7.2%的增长,

拉美地区在大众、教育和出口领域带

动下实现大幅增长。

学乐社:童书需求下降

学乐社今年3月发布的2023财年(截至2023年2月28日)第三财季报告显示,2023财年第3财季,学乐社总营收下降6%至3.25亿美元,营业利润增长42%至2770万美元。

学乐社三大业务中,童书出版及发行业务增长1.5%至2.04亿美元,教育解决方案业务受到学校推迟订购教材及应对疫情影响,收入下降9.3%至7000万美元,国际业务受到加拿大和英国大众业务和书友会业务收入下降影响,收入下降18.9%至5090万美元。童书出版及发行业务中,书展业务收入增长36%至1.04亿美元,大众图书收入下降13.8%至7280万美元,书友会业务收入下降31.6%至2770万美元。

学乐社营收下降反映出市场对童书需求疲软,然而投资于创新及改善