

(上接第10版)

十大国际出版集团发布最新年报

Annual Report Analysis of Ten Global Publishing Groups

培生集团：推动未来增长 构建强大数字产品

2023年，培生集团(Pearson)在“为终身学习注入活力”战略指引下，展现了稳健的业绩和强劲增长势头。总销售收入下降4.3%(如去除OPM和Strategic Review业务，基础收入增长5%)至36.74亿英镑，调整后营业利润增长31%至5.73亿英镑。

被剥离的两项业务中，一个是培生在线项目管理业务PLOS(Pearson Online Learning Services)，2023年3月培生售出该业务，这是2023年6月培生结束与美国亚利桑那州立大学(ASU)10年合同，进行业务评估后提前作出的决定。另一个是Strategic Review，该业务对国际课件在地化出版收入进行评估，此项收入已从上一年的1.54亿英镑锐减至900万英镑。

培生集团利润的强劲增长有多方面因素，包括考试与资格认证业务以及英语学习业务迅猛增长，成功实施降本增效计划，以及应用AI技术为发展提供支撑。

2023年，培生进行了战略转型，在推动未来增长和构建强大数字产品方面取得了显著进展。这一战略转型加强了培生在教育领域的领导地位，并为全球学生和教育机构提供了更高效的服务。

培生集团的五大业务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。五大业务总收入为36.65亿英镑，调整后营业利润增至5.75亿英镑。

考试与资格认证业务基础收入增长7%至15.59亿英镑，基础调整后营业利润增长33%至3.50亿英镑。通过在销售增长与运营成本之间取得平衡，培生成功消除了通胀及业务组合变化带来的影响。其中，专业认证业务(Pearson VUE)随着新合约的达成在IT和医疗领域增长强劲，VUE业务基础收入增长10%，考试数量增加6%，续约率高达93.6%。受到签订新合约、政府投入资金企稳和产品提价等因素带动，美国学生考试业务收入增加4%，临床考试收入增长5%，英国/国际认证业务收

入增长6%。在英语语言测评中，应用AI技术让考生英语水平评估更迅速更准确，全面客观地评估考生的语言运用、语法和词汇水平，同时保障了考试的公平性。在数字化方面，英国/国际认证业务应用新技术扩大中学计算机和文学学科线上考试的覆盖面。临床评估业务中，学校图书馆数字评估(DALS)产品收入增长，签下芝加哥公立学校及迈阿密戴德县公立学区等新订单。在拓展新的相邻领域方面，该业务部收购职业技能考试服务商PDRI，PDRI为美国多个政府部门提供服务。

高等教育业务基础收入下降3%至8.55亿英镑，基础调整后营业利润增长20%至1.10亿英镑。收入下降主要是因为上半年部分业务订单被其他出版社抢走，以及产品调整了价格。“费用全包”业务(Inclusive Access)新增了22%的非营利机构用户，机构用户增至1250家。2023年，通过优化销售团队及增强平台稳定性的市场策略，高等教育平台数量增加2%，目前有19个学习频道。Pearson+业务持续增长，2023年付费订阅量突破百万。在数字化方面，加大不同平台的相互整合，增强稳定性，通过平台功能最优化改善用户体验。目前，Pearson+和Mastering平台上推出6款数字化产品iLabs，其iLab数量已增至21个。AI学习工具测试版在12种MyLab和Mastering图书中应用。今年秋季AI学习工具将推广应用于40种数学、商管和护理学科类图书中。

虚拟学习业务基础收入下降20%至6.16亿英镑，基础调整后营业利润下降17%至7600万英镑。收入重挫主要是受到OPM业务失去ASU客户的影响，OPM基础收入下降87%。其中，虚拟学校销售收入下降2%，虽然学生保有率稳定、政府支持资金增加以及聚焦计算机、商务和医疗领域的“连接学院”(Connections Academy)项目实现增长，但仍受到学区续约率下降等因素影响。在数字化方面，虚拟学校业务在美国5所中学推出的“连接

学院”项目，与Coursera、Acadeum等在线教育机构合作，为在校生提供入职前培训课程。这些中学开设课程后，学生入学率大幅增加，2024年该项目将推广至15所学校。

英语学习业务基础收入增长30%至4.15亿英镑，基础调整后营业利润增长112%至4700万英镑。收入及利润大幅增长的主要原因是PTE考试(Pearson Test of English)业务强劲增长，PTE获得加拿大政府批准可进行加拿大学生直入计划及经济类签证申请，澳大利亚加强国际教育项目完整性的移民政策变化以及在印度市场份额扩大，多种因素带动PTE考试数量增加49%。这也标志着向新的相邻领域实现了拓展。该业务部收购的在线语言学习应用Mondly有更多学习者使用，收入大幅增加。在数字化方面，该业务部通过投资视频和有声等数字内容，为学习者提供引人入胜的学习体验，同时帮助教师更好理解和满足学生需求，不断扩大英语学习平台的用户数量。该业务部还将AI技术融入教育产品和服务中，为全球用户带来了革命性的学习体验。投资于VEPT语言测试，增强了在企业英语学习领域的服务。

职业技能业务基础收入增长11%至2.20亿英镑，基础调整后营业利润下降400%至亏损800万英镑。收入增长主要是因为职业资格认证和职业技能解决方案均有优异表现，职业资格认证业务基础销售额增加10%，职业技能解决方案业务增幅达13%。目前该业务部有1547家企业客户，同比增加3%，展现出良好的发展势头。职业技能部门利用AI预测技能需求，为工作者提供个性化培训，确保所学技能与市场需求一致。职业技能解决方案从提供统一化产品、建立强大的技术方案，向开发模块化应用程序接口方向转变。在拓展新的相邻领域方面，该业务部与约旦教育部合作，参与约旦学校的技术与职教培训课程，未来3年将有5万多名学习者学习这些课程。

圣智：推行三大优先战略 提升体验、职教和协同效应

截至2024年3月31日的2024财年，圣智出版集团(Cengage Group)调整后总营收增长5.2%至15.01亿美元，调整后息税折旧摊销前利润增长9.6%至4.28亿美元。

2024财年，圣智制定了三大优先战略。**第一大战略是，各业务部门推动数字化，为用户提供高品质的学习体验。**圣智数字产品收入占比已达75%。占圣智总营收40%的美国高教业务，大力推动教材从纸质向数字形态转变，面向机构用户推行数字化产品，关注教材可供性、提供个性化产品及Cengage Unlimited等数字化策略，持续投资于技术平台、高品质内容和教师服务。学生使用数字产品的数量增长为圣智带来了新的收入。圣智还在英语学习和中学教育领域推出升级版数字学习产品，来满足消费者不断变化的需求。MindTap和WebAssign等课件解决方案包括电子教材、学习评估、课堂活动、测验、视频、仿真模型等多媒介的丰富内容。全数字解决方案(课件及电子教材)包括教师教学资源、与学习管理系统进行整合和题库。

为解决教材可供性问题，圣智提供两种解决方案，一是面向机构用户的“无限服务”模式(Cengage Unlimited)。机构用户可使用圣智的全部数字课件，每学期每个学生为购买电子教材支付129.99美元，每学年支付199.99美元。二是“费用全包”(Inclusive Access)模式。该模式专为希望课前到书且数字教材售价低于标准价格的学生提

供非机构解决方案。过去5年这两种模式的销售收入增长超过33%，2024财年两种模式的总收入占37%。

圣智在美国高教业务的持续发展策略增加了数字用户的数量。过去5年，高教业务数字化产品销量每年保持8%的复合增长率，同期美国高校年入学人数以2%的速度下降。除去疫情影响，圣智的数字化业务持续增长，师生使用数字教材的满意度增加。数字化产品销量增加带来数字产品收入占圣智美国高教业务收入的88%。该业务部将美国高教领域的课件平台MindTap应用于中学教育的数字化体验，2024财年，数字化收入占圣智国际高教业务收入的45%，在中学教育业务的收入占比更是占到71%。在科研板块，Gale的数字化产品驱动数字化收入占比达85%。在英语学习板块，出现数字及混合型学习材料在全球更广泛地使用。圣智上一财年推出的数字学习平台Spark已在全球推广使用，2024财年其数字化收入增长24%，占比达49%。

第二大战略是快速扩展职业教育方面的产品及服务，这将是圣智未来10年重要的增长领域。内容简洁、价格适中的职业培训方式更受欢迎。圣智通过扩展ed2go平台开拓了Cengage Work的业务组合，在新商业模式支持下，特别关注辅助医疗职业。

圣智2022年收购的信息安全公司(Infosec Institute)，去年2月推出“准备入职”(Ready to

Hire)技能培训服务，帮助学习者通过中学教育板块的职业技术教育及英语学习产品作出正确的职业选择。圣智还通过各种渠道实现线上培训的规模化发展，帮助学习者提升职业技能。

第三大战略是实现不同产品组合的协同效应，以此带动运营效率和规模。圣智的业务组合分为三大核心业务，一是将美国高教、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个板块在内容、技术平台和服务等方面能产生协同效应，可以更快地提供高品质的数字产品，大大降低业务的复杂性。二是“圣智职业”(Cengage Work)，所服务的职业技能市场是圣智最重要的板块。ed2go和Infosec业务通过平衡整个产品线的联系、内容和数据实现持续增长。三是“圣智精选”(Cengage Select)，将英语教学、科研、澳大利亚K12和北美教育培训教育业务“米拉迪”(Milady)4个业务整合起来。为支持市场化策略，圣智规模化地开发了技术和数字解决方案、发行及客服、内容研发等功能，应用于不同业务部门。圣智共有900名全职的产品研发及技术人员，专门进行数字平台和解决方案的研发。几年来，圣智专注于从师生体验角度考虑数字产品研发，如MindTap平台将传统的教师工具和考试与以学生为中心的资源中心、个性化学习工具和独有的分析功能相结合，助力每个学生的个性化学习。

麦格劳希尔：投资数字平台 丰富数据和分析

麦格劳希尔(McGraw Hill)于2024年5月底发布2024财年年报。截至2024年3月31日的2024财年，麦格劳希尔总营收下降5%至20亿美元，调整后息税折旧摊销前利润(EBITDA)为7.28亿美元，调整后息税折旧摊销前利润率为36%，经营性自由现金流为5.11亿美元。美国中小学教材使用规模缩小造成营收下降，尽管如此，2024财年第4季度(2024年1月1日~3月31日)麦格劳希尔的市场表现高于预期。

2024财年，麦格劳希尔的数字化收入增至13亿美元，占麦格劳希尔总营收的64%，在高教板块，数字产化收入占比更是高达90%。数字平台上用户的参与度持续升高，目前全球有超过700万用户使用了AI赋能的学习平台ALEKS，Connect平台有670万付费激活用户(其中包括100万国际激活用户)，两大平台的用户数量同比

分别增长了12%和10%。

过去一年，麦格劳希尔继续投资于提升数字化能力，推出适合从幼儿园到小学3年级学生数学的ALEKS Adventure、用于医学教学的First Aid Forward和Access移动应用程序，以及面向国际市场的六级创新课程All Sorts、数字资源平台McGraw Hill Edge等新产品。该集团还开始研发、陆续发布生成式AI工具并进行用户测试，以改善平台的个性化学习功能，拓展教师的日常教学能力。集团还应用生成式AI工具支持内容生产，从开发值得信赖的医学教育内容开始，很快将拓展到其他内容集成和评估业务中。

在新一批领导团队的带领下，麦格劳希尔持续推动所有业务的变革。通过更丰富的数据和分析，以及对平台的持续投资，麦格劳希尔推动高度数字化的经常性业务向基于使用量的模式转变。

德国贝塔斯曼(Bertelsmann)集团发布的2023年报显示，贝塔斯曼总营收下降0.4%至201.69亿欧元，调整后息税折旧摊销前利润下降2.3%至31.19亿欧元。其大众出版业务——企鹅兰登营收增长7.3%至45.32亿欧元，经常性息税折旧摊销前利润下降0.3%至6.66亿欧元。其教育出版业务——贝塔斯曼教育公司营收增长40.8%至8.76亿欧元，调整后息税折旧摊销前利润增长47.4%至2.83亿欧元。

企鹅兰登2023年营收实现增长，主要是因为纸书、电子书和有声书收入增长及增持Sourcebooks公司股份。利润下降则受到汇率、与通胀相关的成本上涨等因素影响。

在企鹅兰登的收入中，自有产品及销售收入占比94.6%，广告收入占比3.8%，版权及授权收入占比1.6%。2023年，企鹅兰登的纸书收入小幅增长。其中，美国纸书收入保持稳定，英国纸书收入缓慢增长，德国及西语地区纸书收入强劲增长。从数字图书来看，美国电子书销售稳定，英国电子书销售强劲。美国和英国的数字有声书销售增长强劲。

企鹅兰登在开拓出版物触达地区和资源方面进行创新。美国消费者营销及数据科学团队应用AI技术自主开发了BookBoost平台，该平台在第一方数据、机器学习、AI及自动化等方面进行整合，提升图书的宣传效果和影响。为拓展听众及读者群体，企鹅兰登与瑞典流媒体平台Spotify合作，面向美国、澳大利亚、英国的高级订阅用户提供有声书。企鹅兰登在美国组织“被禁货车”(Banned Wagon)巡回活动，向全国读者展示遭各社区和学校图书馆禁止的图书，呼吁学生及家长自主选择阅读书籍。

重组美国出版部门并实施降本增效是企鹅兰登新任CEO尼哈尔·马拉维亚(Nihar Malaviya)上任后采取的主要措施。企鹅兰登还继续通过并购和有机增长拓展图书出版业务，如持有的美国出版公司Sourcebooks股份增至53%，收购以数据驱动的美国非虚构图书出版社Callisto Media的图书资产，去年12月收购生活类海之屋出版社(Hay House)，以及出版哈里王子的《备胎》(Spare)取得了开创性成功。

畅销书仍是企鹅兰登大众出版市场保持领先地位的利器。在美国，企鹅兰登出版了《备胎》、《长寿的科学与艺术》(Outlive)和《化学课》(Lessons in Chemistry)等作品，2023年《备胎》售出300多万册，其他畅销作品销量均超过100万册。在童书板块，苏斯博士作品售出900多万册。在英国，企鹅兰登提高了市场份额，这主要得益于《备胎》《化学课》《原子习惯》等畅销书、有声书收入增长以及国际销售坚挺。DK出版社出版的《烘焙昔日》(Baking Yesteryear)及旅游指南在疫情后非常受欢迎。

企鹅兰登国际出版公司在西班牙、葡萄牙和拉美地区收入持续增长，这家西语出版公司收购了Roca Editorial出版社，为在巴塞罗那附近新建的出版发行中心奠定了基础。出版的畅销书包括伊莎贝尔·阿连德(Isabel Allende)的《风知道我名字》(El viento conoce mi nombre，英文书名为The Wind Knows My Name)、阿图洛·贝雷兹-雷维特(Arturo Pérez-Reverte)的《最后的问题》(El problema final，英文书名为The Final Problem)和哈维尔·卡斯蒂略(Javier Castillo)的《水晶布谷鸟》(El cuco de cristal，英文书名为The Crystal Cuckoo)。企鹅兰登德国公司有3部作品登上德国年度榜单，包括路辛达·丽雷(Lucinda Riley)与哈利·惠特克(Harry Whittaker)合著的“七姊妹”系列新作《养父帕·萨特的故事》德文版(Atlas—Die Geschichte von Pa Salt，英文书名为Atlas: The Story of Pa Salt)、斯蒂芬妮·斯蒂尔(Stefanie Stahl)的《给内心的小孩找个家》(Das Kind in der muss Heimat finden，英文书名为The Child in You)。“小甜甜”布兰妮·斯皮尔斯(Britney Spears)的个人回忆录《我内心的女人》(The Woman in Me)2023年10月出版后迅速在德国全国畅销。

贝塔斯曼教育公司深耕医疗保健领域，营收和利润的增长动力来自收购巴西医学教育培训及数字解决方案提供商Afya公司实现了降本增效及业务组合效应。该公司还收购了巴西UNIMA和FCM Jabotão两所医科高校，进一步扩大了Afya在巴西东北部地区的市场占有。贝塔斯曼增持股份后，拥有Afya 61%的投票权和49.6%的股份。Afya、美国医疗保健企业Relias以及专注于心理、护理和教育学位的Alliant国际大学都扩大了产品线并增加了用户数量。Relias业务受到职业技能解决方案向线上学习发生转变的影响，改进线上平台及Relias Learner应用程序功能。2023年10月，Relias将招聘网站引入Nurse.com平台，应用AI帮助护士找到合适的工作。2023年，Relias进入全球百家医疗保健技术企业榜单，Alliant公司业务不断拓展，2023年4月在美国开设第9家Alliant护理及健康学院。

2023年，企鹅兰登面临着政府采购、供应链领域原材料成本及能源涨价等方面的变化和潜在风险。为应对供应链风险，企鹅兰登通过持续评估生产原材料，进行供应商及成本管理。面对经济风险可能带来的销售下降，通过创新营销活动及灵活调整成本结构来平衡。

在教育板块，尤其是在美国保健市场，市场变化带来了更大的价格、利润压力及新的用户。贝塔斯曼教育公司通过建立战略合作、与用户达成长期协议、稳固已有消费者及扩展业务组合等应对措施。

(下转第14版)

企鹅兰登+贝塔斯曼教育公司：图书及教育业务收入双增