

四大并购趋势改变全球出版格局

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

全球出版并购,20世纪60~70年代以集团化发展为主,80年代以打造多元化传媒集团为主,从90年代到21世纪初以金融买家收购出版社为主。发展至今,受数字化转型、图书市场萎缩、技术迭代及全球化竞争等多重因素驱动,出版并购发生显著变化,从大型出版商之间的并购转为并入优质资源、拓宽出版领域及发行渠道的中小型并购。

并购从热络进入盘整

一些典型并购改变了全球出版市场格局。2013年,企鹅与兰登书屋合并,在英美大众图书市场叱咤风云的六大社减为五大社。2015年,施普林格与自然出版集团及麦克米伦教育合并成立施普林格·自然集团,增强了其学术出版实力。2020年,圣智集团与麦格劳希尔集团合并案被美国司法部驳回,教育出版市场保持培生、麦格劳希尔和圣智三足鼎立的局面。之后,各出版企业进入深耕细分市场和开拓渠道的盘整期。

在企鹅兰登收购西蒙与舒斯特、圣智收购麦克劳希尔的申请均被美国司法部驳回后,教育、大众出版领域并购以中小型并购为主。如美国五大社中4家及中小型出版社均在向海外或漫画、励志及生活指南类出版等力量薄弱板块拓展。

值得注意的是,大型并购交易金额处于下滑态势,从10多年前被收购方数倍营收、10倍盈利降至约1倍营收、7倍盈利,如2007年英国Apax和加拿大Omers 2家私募公司以77.5亿美元并购汤姆森学习出版集团(并购后更名为圣智学习出版公司),交易金额是汤姆森学习出版公司年收入(20亿美元)的近4倍。到了2023年,私募公司KKR收购西蒙与舒斯特的交易金额为16.2亿美元,与西蒙与舒斯特年营收(2022年为11亿美元)几乎持平,是2022年营业利润(2.48亿美元)的约6.5倍。

全球并购呈四大趋势

经过持续的并购,出版业的内容资源和品牌优势向头部企业集中,渠道向多元化拓展,产业链纵向整合。总体而言,当下全球出版并购呈现以下四大趋势。

趋势一:学术出版并购聚焦与现有业务契合并带来增值及创新。随着数字技术的快速发展,学术出版商通过并购数字内容平台、数据分析公司和技术公司,不断扩大市场份额,增强其数字化服务能力。如励讯集团收购战略的关键原则是立足于其内生发展战略,只收购那些与其天生契合的业务——为其内生增长添砖加瓦的目标数据集和分析业务,即可以给励讯集团带来新想法、数据库或技术进步的资产。这些资产必须能对其四大业务板块的当前发展战略作出



西贝拉·斯坦利



彼得·罗伊洛夫斯



萨利·约翰森



迈克·汉森

强力支撑,帮助专业和商业客户利用海量信息工具作出更快、更明智的决策。如2018年励讯集团以5.8亿英镑收购ThreatMatrix公司就是一个成功案例。励讯集团企业财务总监西贝拉·斯坦利(Sybella Stanley)表示,该公司可以有效识别和预防电子商务中的诈骗行为,被收购后,ThreatMatrix公司获得了业务发展所需的资金支持,也为客户提供更安全的专业服务,降低金融风险,公司业务量大幅增加,并为励讯集团带来了更高的资金回报。

威科集团欧洲、中东和非洲地区并购高级副总裁彼得·罗伊洛夫斯(Pieter Roelofs)认为,并购必须优先考虑商业战略,创新是非常重要的因素。从2003年起,威科集团每年收入的8%~10%用于产品开发和运营。想保持全球领先地位,必须通过并购扩展其学术出版和数字化服务。威科经常进行一些较小规模的收购,但不会用一笔大交易来改变整个公司,以免并购成为主导。他们始终关注并购是否能解决客户的日常问题。威科专注于移动性、数据和内容,帮助被购企业实现增值。如2016年以2.5亿欧元收购的企业风险管理公司Enablon,在收购后第一年就实现了有机增长。2017年收购的云端企业绩效管理公司Tagetik,与威科的审计工作流程软件和税务软件具有良好的协同效应,填补了产品组合的空白,为威科客户提供了良好的服务。收购后,Tagetik向市场推出了全新的产品,已在欧洲处于领先地位,可以通过综合财务解决方案,为首席财务官减少大量工作,从而节省时间。

趋势二:教育出版并购注重线上教学体验。教育出版市场受到人口变化、政策变化和数字化等因素影响发生巨大变化,出版商通过并购在线教育平台、教育技术公司和数字内容提供商,扩展其数字化教育业务。并购目标包括相关数据库、个性化学习解决方案提供商及在线教育平台。

培生集团从2013年起,通过出售《金融时报》《经济学家》和企鹅兰登的股份,成为纯粹的教育出版公司,并向教育数字化转型。该集团首席财务官萨利·约翰森(Sally Johnson)认为,培生的并购策略是找到能以多种方式进入不断增长的学习市场、业绩表现强劲而且得到市场和用户认可的企业。2022年培生收购在线语言学习平台Mondly,还通过开发视频和有声等数字内容并融入AI技术,为教师和学习者提供

更好的教学体验,平台用户数量大幅提升,也为培生带来更高的投资回报。

圣智集团CEO迈克·汉森(Michael E. Hansen)表示,多年来圣智对数字学习和用户支持方面的投资,推动了圣智各业务的增长。该集团2021年以来收购了在线教育公司ed2go和网络安全培训公司Infosec等3家公司,通过整合这些公司的在线课程和渠道资源,同时整合圣智用于支持高校和教师的教学内容,以线上学习的方式服务更多学生。圣智2022年以1.91亿美元收购Infosec,2023年在此基础上推出“准备入职”(Ready to Hire)技能培训服务,帮助学习者通过中学职业技术教育及英语学习产品作出正确的职业选择。

趋势三:大众出版并购关注内容及渠道资源。随着数字阅读、有声书及在线平台的普及,大众出版商通过并购扩大作者和内容资源,拓宽发行渠道,优化内容生产及分发效率,增强市场竞争力。

出版商通过并购进入新兴市场或扩大在特定区域的市场份额。如贝塔斯曼通过收购班班双日戴尔和兰登书屋等出版社进入美国市场,快速积累内容资产,建立分销网络及文化适配性内容。2023年,企鹅兰登国际出版公司收购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,实现了西班牙、葡萄牙和拉美地区收入的持续增长。西蒙与舒斯特通过收购荷兰VBK出版社、澳大利亚证词出版社(Affirm Press)迅速拓展国际市场。阿歇特图书出版集团通过收购珀修斯出版社、沃克出版社等多家出版社进入英美市场。哈珀·柯林斯通过收购禾林出版社,借助其遍布全球的业务布局,将业务拓展至巴西、日本及欧洲等国际市场。

大众出版商在细分市场进行更多并购,拓展各自的出版领域。如企鹅兰登向漫画、励志类领域拓展,阿歇特出版集团通过收购斯特灵出版品牌向当代成人图书、童书开拓,哈珀·柯林斯向德国指南类图书领域拓展。布鲁姆斯伯里增强了专业及学术出版的实力,英国普希金出版社(Pushkin Press)增强了虚构、叙事类非虚构和诗歌的出版力量,美国蓝星出版社(Blue Star Press)则通过收购大脚怪出版社(Sasquatch Books),增加优质的图书资源。

趋势四:跨界融合实现内容多元化。随着自媒体崛起及泛娱乐化现象不断加深,大众出版商加速向影

视、游戏、动漫等领域延伸,通过并购影游、漫画和数字媒体公司,扩展其内容生态系统,实现从图书到衍生品、教育服务的全链条开发和IP全版权运营。

在游戏领域,阿歇特向移动游戏和桌面游戏两个领域拓展,增强了集团多媒体内容的创新力和市场影响力。从2016年开始,阿歇特在出版业务相邻的娱乐领域进行多元化经营,吸引从书籍转向其他娱乐形式的消费者。至今,阿歇特已收购霓虹灯游戏(NeonPlay)、脑虹(Brainbow)和酷娱(IsCool Entertainment)等移动游戏公司,和两家游戏发行商和8家游戏工作室等桌游业务,业务范围已推广至美国、英国和比荷卢。两大游戏业务持续推动集团营收增长。

漫画也是出版商通过并购拓展的出版板块。企鹅兰登、学乐等出版商近年来纷纷收购漫画品牌。俄罗斯最大的出版集团埃克斯摩-AST则于2018年收购漫画出版社科菲尔莫(Kofilmo)90%的股份,由此确立了在漫画出版领域的地位。漫画书在俄罗斯市场逐渐受到越来越多的欢迎。2007年创立的科菲尔莫不仅出版本土漫画,还出版众多漫威的漫画作品,这些漫画通过该集团旗下电子书制作平台MyBook开发,通过电商SplashPage销售,其市场规模稳居俄罗斯首位。

在有声书和播客领域,出版商通过并购有声书平台和播客制作公司,扩展其音频内容业务,来满足听书消费者不断增长的需求。如亚马逊通过并购有声书平台Audible,巩固其在有声书市场的地位。Audible通过运用AI分析功能,满足用户的个性化收听需求,同时还邀请配音演员参与AI模型训练,运用AI技术生成新的有声书录音,由此提高有声书的制作效率和质量。企鹅兰登通过并购Books on Tape、Listening Library、Pocket Casts等有声书公司并与多家播客公司合作开发有声书产品,形成新的业务增长点,推动持续增长。有声书巨头RBmedia2024年相继收购Berrett-Koehler有声书资产和拥有7000种有声书资源的Dreamscape Media公司,取得了不断创纪录的优秀业绩。

此外,其他行业的并购案例可以给我们一些启发,如两家公司合并后形成协同效应,确保策略目标与商业模式一致,适应快速发展的市场变化。对于出版业同样奏效。

整体来看,未来全球出版业并购未来将呈现以下特征:**一是技术主导。**数字技术、AI与大数据将成为学术、教育出版领域并购的重点,大众出版商也更加注重运用数字技术和数据资源分析消费者需求,从而进行出版物的开发和运营。**二是全球化与本土化并存。**在新兴市场出版并购表现活跃,这已成为全球出版企业国际化拓展的必经之路,但在拓展新兴市场时要注重平衡文化适应性,开发本土化产品。**三是IP与跨界驱动。**全版权运营与泛娱乐融合成为出版企业的增长引擎,随着行业集中度不断提升,市场萎缩加速中小出版机构之间的并购,头部出版企业则通过多领域小型并购增强其市场垄断地位。

● 中外交流

郁蓉三度入围卡内基文学奖长名单

中国出版传媒商报 2月12日,英国历史最悠久、备受大众喜爱的童书奖卡内基文学奖公布了长名单。插画家郁蓉凭借《我就像一只风筝》(山东友谊出版社出版)再次入围卡内基文学奖插画类奖项。这是她继2022年《舒琳的外公》入围凯特·格林纳威奖,2023年《寻找声音的女孩》获得卡内基文学奖提名之后,第三次获得这一大奖提名,同时也是首位获得卡内基文学奖提名的华人艺术家。

卡内基奖评委会对郁蓉的作品给予了极高评价:“第三次入围长名单,充分彰显了郁蓉作品的卓越品质与国际吸引力。她入围的这三部作品,每部都以创新且生动的方式,细腻地传递并弘扬了中国文化与传统。”郁蓉凭借鲜明生动且富有中国特色的艺术风格,以及独特的个人魅力游刃于中西方文化之间,成为当代最引人瞩目的华人插画家。

郁蓉是英国皇家艺术学院硕士,师从英国儿童文学桂冠诗人昆汀·布莱克爵士。她创作的图画书屡获国内外知名奖项。2024年她被授予“英国女性木兰奖”,以表彰其在艺术和文化领域作出的杰出贡献。

《我就像一只风筝》由曹文轩撰文、郁蓉绘图。故事以世界风筝之都——中国潍坊为背景,讲述了渴望与同伴一起放风筝的小男孩,因身材矮小遭受同龄人的歧视和排挤。后来在大自然的怀抱中得到疗愈,实现了与自己的和解,重建起自信,也收获了他人的认可和友谊。作品在图画创作上运用剪纸、拼贴和线描的技法,对主人公心理历程变化主要节点的文字做了剪纸突出。她表示,英国卡内基文学奖评委会对《我就像一只风筝》的选择代表了英国主流童书出版界对中国文化的接纳。从20多年前绘制《云朵一样的八哥》到现在,她已经可以和剪纸做好朋友,和剪纸相互交融互相成就。她最终的梦想,是做一本像《云朵一样的八哥》一样纯粹的剪纸绘本。那时,英国读者就被培养出对中国传统单色剪纸的欣赏和热爱。(乐毅)

美国版权局发布报告 阐明AI相关的可版权性问题

中国出版传媒商报 1月29日,美国版权局发布版权和人工智能(AI)相关法律及政策问题报告第二部分。该报告关注生成式AI或使用生成式AI创作的作品可版权性问题。

针对业界对生成式AI创作作品会削弱人类创作积极性的担忧,美国版权局在报告中提出了用于分析可版权性的法律原则,评估了这些原则对AI创作内容的适用性,并结合评论与研讨,提出如下结论和建议。第一,可版权性和AI问题可根据现行法律解决,无需修改立法。第二,在使用AI工具辅助但不代替人类创作的情况下,产出作品的版权保护不受影响。第三,即便作品中融入了生成式AI的创作元素,版权法依然保护着人类作者在作品中所展现的原创性表达。第四,版权保护并未延伸至完全由生成式AI创作

的内容,或人类对表达元素控制不足的内容。人类对生成式AI创作的贡献是否足以赋予其作者身份,必须根据具体情况分析。第五,人类作者有权对其生成式AI创作中可感知的原创作品,以及对创作内容的创造性做出选择、协调、安排,或对创作结果的创造性修改享有版权。

据悉,2023年初,美国版权局宣布一项探索版权和人工智能的交叉点倡议。同年8月发布调查通知,正式征求公众对各种版权问题的意见。作为回应,收到1万多条评论,评论来自美国50个州和67个国家的作家和作曲家、表演者和艺术家、出版商和制片人、律师和学者、科技公司和图书、体育联盟、贸易团体和公共利益组织等。评论中约一半涉及可版权性问题。(陆云)

阿歇特2024年营收利润双增

中国出版传媒商报 2月13日,阿歇特发布了该集团2024年财报。英国和美国出版业务的显著增长成为收入和利润增长的引擎。

2024年,阿歇特出版集团总营收同比增长7%。集团旗下的Grand Central、Orbit和小布朗青少品牌均交出骄人答卷,推出了彼得·布朗(Peter Brown)的《荒岛机器人》(The Wild Robot)、弗里达·麦克法登(Freida McFadden)的《女仆》(The Housemaid),以及詹姆斯·帕特森(James Patterson)与迈克·克莱顿(Michael Crichton)合著的《喷发》(Eruption)等一大批重点图书。此外,海蒂·默科夫(Heidi Murkoff)的《海蒂怀孕大百科》(What to Expect When You're Expecting)等经典老书也是市场上的“常青树”。有声书销售持续增

英国费伯出版社创建美国业务部

中国出版传媒商报 英国费伯出版社2月宣布,将推出费伯美国业务部。费伯位于伦敦的办公室负责人马洛里·拉德(Mallory Ladd)将担任费伯美国及国际销售总监,萨拉·塔尔博特(Sara Talbot)将担任销售总监。新部门将根据非虚构、虚构、音乐、电影和

儿童不同类别进行划分,目前已有2名美国员工上岗,分别担任高级宣传员和高级营销经理。

费伯出版社首席执行官玛莉·坎南(Mary Cannan)表示,新成立的美国业务部将使作者的作品触达更广泛的读者群,期待看到它未来的发展。(乐毅)

● 环球资讯

威立发布科研应用最新研究报告将推出使用指南

中国出版传媒商报 2月4日,威立发布重磅研究报告ExplanAItions。该报告汇集了全球近5000名科研人员的调研反馈,深入分析了AI在科研工作中的应用现状、最具影响力的应用领域、各群体的使用意愿,以及出版机构如何协助科研人员更好应用该技术。从总体看,当前AI主要应用于少数基础任务,但科研人员预计其应用范围将在科研过程中快速扩展。

此次研究围绕43个具体的AI应用场景,收集了来自不同学科和地区的科研人员反馈,揭示出不同群体间存在的显著差异。调研中发现,多数科研人员认为,AI在超过一半的领域中表现已超越人类。不同学科领域对AI的期待和态度存在差异:计算机科学和医学领域的科研人员最愿意成为使用AI的先行群体(分别为44%和38%,显著高于34%的整体水平);生命科学领域的科研人员态度最为谨慎,成为先行群体的意愿最低(27%,低于34%的平均水平),但在实际研究和写作中的使用程度与其他学科相当。此外,跨学科、不同资历及各地区的科研人员普遍认同出版机构的引导作用:约七成受访者期望出版机构能针对学术研究中的AI使用提供清晰的指南,帮助他们规避潜在风险和隐患。该研究还强调,尽管科研人员对AI应用持开放态度,但仍存在明显的使用障碍。

针对科研人员呼吁提供明确指导的需求,威立正在积极为满足作者需求制定AI使用指南。该指南将在充分咨询作者、编辑团队和AI专家的基础上,为如何在科研写作中有效、负责任地使用AI提供切实可行的建议。该指南计划在未来数月内发布,旨在解决作者在使用AI过程中面临的出版伦理、实践和技术挑战。

据悉,威立近期在AI领域的举措包括:启动威立AI合作伙伴计划以加速科学发现,在“对话”系列节目中专题探讨AI伦理,以及制定威立AI原则等。这些举措与ExplanAItions研究一起,进一步强化了威立在推动AI负责任地融入研究和出版领域的领导者地位。(乐毅)