

法国书业营收销量同比双降 文学书口袋本逆势增长

法国出版商协会(SNE)6月底发布年度统计显示,2024年,法国图书出版商总营收同比下降1.5%(经通胀调整后为3.1%)至29.02亿欧元,较疫情前的2019年增长3.4%。出版商收入中,图书销售收入同比下降1.2%至27.63亿欧元,版权收入同比下降6.7%至1.38亿欧元(版权收入包括口袋书、俱乐部版、翻译及音像改编等授权收入)。图书销量同比下降3.1%至4.26亿册,较2019年减少2.1%。

2024年法国经济遇困,行业面临挑战,出版商及时适应消费者需求作出调整,合理调整库存并稳定图书定价,在国内出版市场并购整合的背景下力争保持国际市场竞争能力,维持书业基本稳定态势。

导致销量下滑的因素包括:二手书市场快速发展,某些平台未对AI生成内容加以审核导致假书泛滥,以及政府缩减向18岁青年发放文化消费券的拨款金额。收入降幅低于销量降幅,要归因于出版商在通胀环境下维持价格的能力,法国国家统计和经济研究所(INSEE)统计显示,图书价格同比增长1.4%,顶住了销量下滑对收入带来的影响。

新书品种减少

2024年,法国图书出版品种同比增长1.3%至10.57万种,图书印量下降1.7%至4.50亿册。其中,新书出版品种由2023年的3.68万种降至3.62万种,降幅为1.6%,较2019年下降18.9%。减少新书品种旨在缓和市場飽和度并优化库存管理。新书印量同比下降4.1%至2.48亿册。再版书品种同比增长2.8%至6.95万种,较2019年增长11.1%。出版商采用按需印刷技术满足读者需求,成为印量下降的主要原因。再版书印量同比增长1.4%至2.01亿册。

从销售渠道看,传统渠道收入占比与2023年持平,为78.4%,其后依次是:邮购(包括互联网订单),占比持平,为9.1%;向批发商和零售商直销,占比提升1个百分点至8.5%;俱乐部销售,占比持平,为1.5%;向公共机构直销,占比下降0.1个百分点至1.2%;其他渠道,占比下降0.2个百分点至1.3%。

法国文化部根据Kantar研究所的统计发布数据显示,2024年新书购买地点主要是Fnac、Cultura、E.Leclerc等超市,其收入占比提升1.5个百分点至29.9%,其后依次是书店,占比提升3.1个百分点至26.8%;亚马逊、fnac.com等电商,占比下降2.3个百分点至19.9%;大卖场、超市和食品超市,占比下降0.2个

百分点至17.9%;非商店、折扣店、展销会占比下降0.9个百分点至4.5%,邮购、中介或图书俱乐部,占比下降1.2个百分点至1%。

文学类图书是唯一增长类别

从图书类别看,2024年,文学、漫画和童书是图书市场TOP3的细分板块。文学类图书(包括国内市场、国际市场和版权贸易)成为市场最大亮点。受爱情、科幻和犯罪小说的带动,文学图书仍是第一大品类,销售收入同比增长5.7%,收入占比提升1.5个百分点至24%,文学板块上扬势头从2024年持续到今年上半年。位居第二的漫画书销售收入同比下降5%,收入占比降低0.7个百分点至16%。儿童及青少年类图书保持第三,收入下降3.8%,收入占比下降0.4个百分点至13.4%。其后依次为:人文社科类图书(收入同比下降1.6%,占比12.6%)、实用类图书(收入同比下降0.7%,占比12.4%)、学校教育类图书(收入同比下降1.6%,占比10.6%)。

除了文学板块保持增长,其他板块2024年均有下滑,降幅最大的是宗教类图书,收入同比下降10.1%;科技、医学、管理类图书收入同比下降9.6%;文献类参考书收入同比下降7%。

从版本看,口袋本仍受读者欢迎。2024年,口袋本收入同比下降0.1%至4.25亿欧元,收入占比15.4%,销量同比下降2.5%至1.12亿册,销量占比26.2%。除去日漫,口袋本收入同比仅增长1%至3.90亿欧元,销量同比下降1.6%至1.03亿册,这反映出日漫在稳定市场及普及阅读方面的重要作用。口袋本图书中,不同类别收入占比分别为:文学(59.2%)、青少年儿童类(14.6%)、连环画(8.6%)、实用类(4.9%)、纪实/时事类(4.3%)、人文社科类(4.1%)及其他(4.2%)。

从数字业务看,2024年,数字图书销售收入同比下降1.6%至2.79亿欧元,数字图书收入在出版商销售收入中占比与2023年持平,为10.1%。其中,专业和学术类内容(主要是法律和医学数据库订阅业务)销售收入同比下降0.7%至1.87亿欧元,收入占比46.1%;文学图书销售收入同比增长8.5%至4090万欧元,收入占比6.2%;学校教育类图书收入同比下降14.0%至3530万欧元,收入占比12.1%;文学图书之外的大众读物收入占比同比下降17.1%至1520万欧元,收入占比1.1%。如果按码洋计算,专业和学术类码洋占比67.2%,文学类图书码洋占比14.7%,学校教育

类图书码洋占比12.7%,文学图书之外的大众读物码洋占比5.5%。

售出全球版权及数字版权数量激增

在国际市场,2024年,法国出版商销售版权及合印书(co-edition)数量较2023年下降2.6%至1.43万种。这反映了受地缘政治因素影响,法国出版商对外销售版权举步维艰的处境,也反映了全球出版的多样性和新兴国家市场对全球化内容的抵触。销售版权数量同比下降4%至1.20万种,版权收入占法国出版商收入的3%~5%。合印书数量增至2302种,有83%的合印书集中在童书领域,出版商加强了以合印书方式出版绘本的力度,以此降低生产成本。合印书收入同比增长6.1%,在出版商相关部门收入中占比30%。收入的多样性对出版商保持业绩稳定,尤其是在国内市場持續面臨壓力的背景下至關重要。

不少海外出版商在购买法国作品本国语言版权的同时,也争相购买全球版权。法国售出全球版权的数量占版权总数的45%,英语和阿语区出版商是购买全球版权的主要商家。数字版权数量也呈上升态势。2024年,数字版权数量占比30.4%,同比提升4个百分点,表明出版商对全球数字发行的信心增强。

从版权输出国看,西班牙连续三年位居版权输出第一大国,向其售出版权及合印书数量为1603种(售出版权1134种,合印书469种),占比11%。意大利位居第二,为1412种(售出版权1009种,合印书403种),占比10%,中国位居第三,1212种(售出版权1176种,合印书36种),占比9%),这3国加上位居其后的德国、英国、葡萄牙和波兰四国国际合作数量占比超过50%。

从输出内容看,漫画书是法国图书版权输出的主要类别,售出版权3689种,占比约30.1%。其后是童书,售出版权2619种,占比约23.8%。小说售出版权2026种,占比约16.5%。漫画、童书和小说3类图书销售版权总数占比69.7%。法国图书在不同国家受欢迎的程度不同,漫画在德语区最受欢迎,在波兰市場占領頭部位置。时事类和文献类图书受韩国出版商喜爱,荷兰出版商则是法国实用类图书的主要买家。

法国出版商虽然在主要国际市场遭遇更大阻力,但也在积极尝试开拓新兴市场。AI在翻译中更多使用,海外市场对外语有声书版权需求增加,这些都给法国传统出版商带来了挑战和机遇。

受年轻读者及有声书带动 德国书业同比微增

全球政治动荡和战争对经济产生的影响波及德国图书市场,消费者信心下滑,储蓄意愿增强,这种情绪从2024年延续到今年上半年。尽管经济形势困难,德国书业却交出了一份亮眼的答卷。年轻人的阅读热情以及有声书领域的持续增长,为图书需求提供了强劲动力。

德国书商与出版商协会7月发布数据显示,2024年,德国书业总营收同比增长1.8%至98.8亿欧元。

收入小幅增长主要得益于虚构类、青少年儿童类、教育类和非虚构类图书的强劲表现,虚构类图书板块以36.6%的市场份额稳居第一大类别,2024年销售收入同比增长4.3%(较2019年增长22.3%);教育类图书收入同比增长3.8%(较2019年增长6.3%);非虚构类收入同比增长8.1%(较2019年增长3.8%);青少年儿童类图书板块表现稳健,2024年销售收入同比增长0.6%(较2019年增长8.8%)。该板块的青春文学作品持续受到年轻读者青睐。2024年,图书市场售出的图书中有57%来自出版一年以上的老书,这一比例较2014年增加9个百分点,显示出书业长期的稳定性和内容永恒的相关性。市场售出的新书数量占比则从2014年的52%降至43%。

更多年轻读者转向图书阅读。德国书商与出版商协会统计显示,2024年购书者人数同比下降2.0%至50万人,但16~29岁年轻购书者数量逆势增长,其中,16~19岁读者数量同比增长9.6%,20~29岁读者数量同比增长7.7%。这两个年龄段的图书消费渗透率随之提升,约1/3的年轻人保持购书习惯。向18岁青年发放的100欧元文化消费券在吸引年轻人阅读方面功不可没。该消费券自2023年发放以来,已有33.3万人领取使用,购买了心仪的85万册图书。

(上接第1版)

欧美国家成熟、发达的出版业已成为发展创意产业、彰显国家软实力的利器。2024年,英国出版业出口收入同比增长3%至45亿英镑,收入占比高达63%。蓬勃发展的出口贸易为英国赢得国际声誉、保持全球领先地位作出了卓越贡献。今年1月,英国政府成立英国软实力委员会(UK Soft Power Council),利用出版业为英国经济、文化和社会带来的优势在全球范围内培养积极关系,并通过不同国家间的文化和知识交流在全球产生积极影响,在全球贸易关系中发挥关键作用。

在德国,文化创意产业是德国经济的重要支

柱,而图书市场凭借内容产品的营收规模位居各领域之首。面对全球局势动荡给出版业带来的消费市场疲软、居民储蓄意愿显著增强等不利影响,德国书业从策划精品选题、加强市场分析、开拓销售渠道等方面,不断增强出版业的实力,增强在全球市场的影响力。

从新书品种看,由于市场动荡,出版商更谨慎地策划图书,并针对目标客户开发选题,新书品种持续走低。2024年,德国出版新书品种同比下降3.1%至5.83万余种。

2024年,实体书店和线上渠道销售均实现增长。其中,实体书店线下门店销售收入同比增长0.6%至40.8亿欧元,仍是分销第一大渠道,市场占比为41.3%。线上图书销售收入中,约一半来自实体书店网站销售,收入同比增长4.4%至25.1亿欧元,市场的占比为25.4%。

从数字业务看,2024年,大众市场电子书和有声书收入占比与2023年持平,为6.1%。其中,电子书收入同比增长2.2%,相比之下,有声书收入则持续增长,同比增长7.3%,较2019年增长49.6%。增长主要得益于数字渠道的贡献,有声书收入中,有49.2%来自购买下载业务,43.4%来自流媒体订阅业务,只有7.4%来自实体有声书(即CD)。流媒体订阅收入同比增长12.5%,较2019年增长226.9%。购买下载收入同比增长8.0%,较2019年增长77.8%,实体有声书收入同比下降18.3%,较2019年下降71.3%。

从版权贸易看,售出版权数量经历了两年的下滑期,2024年迎来2.2%的回升,售出版权数量增至6669种,版权输出三大国分别是中国、意大利和捷克。青少年儿童类图书和虚构类图书是售出版权两大类,售出数量占比分别为38.9%和23.2%。引进版权数量基本持平,从2023年的8760种降至8756种,市场占比从14.5%增至15.0%。

德国书业非常担忧当前的阅读能力危机,生成式AI监管政策的不完善,书企经济状况面临的挑战以及亟须推进的去官僚化改革。

年轻读者的热情持续高涨,这让德国书商与出版商协会主席卡琳·施密特-弗里德里希斯对前景充满信心。该协会向新政府发出呼吁,希望延续面向18岁群体的文化消费券项目,这一举措已证明是引导年轻人走近文化生活的有效方式。该协会强调,提升国民阅读能力已刻不容缓。施密特-弗里德里希斯坦言:“虽然民众对书籍兴趣浓厚,但现阶段我们只能覆盖具备基础阅读能力的人群。而在德国,每4个孩子里就有一人因阅读能力不足无法被触达。这种教育危机影响深远:最新的国际成人能力评估调查(PIAAC)显示,德国约20%的成年人的阅读能力仅相当于10岁儿童的水平,甚至可能更低。面对这一严峻现状,政府需要有所作为。我们迫切需要制定一套系统、高效的全民阅读促进计划。”

AI始终是书业关注的焦点议题。德国书商与出版商协会总经理彼得·克劳斯·冯·克莱夫指出:“出版机构、书店及物流企业都在积极探索AI的应用前景,比如借此简化业务流程。然而在生成式AI领域,政策层面仍有诸多关键问题亟待解决。例如,如何应对AI模型训练中数以百万的版权侵权行为与虚假信息的传播问题?如何确保消费者对AI应用享有充分的知情权?政府部门亟须建立完善法规,制约数字寡头的垄断行为——这些企业不仅大肆窃取内容资源,还不断渗透舆论导向与政策制定。面对持续的成本压力与繁琐的行政程序,我们呼吁新一届联邦政府简政放权,包括对欧盟反森林砍伐法规进行务实的简化改革。同时,针对中小出版社的困境,政府应尽快构建长效扶持机制,以保障图书市场持续的多元化发展。”

国语大学教授何明星认为,英国出版业的海外市场以英语学习产品为主,大型教育出版社推出的此类产品在海外市场有巨大市场。英国创意产业注重对数字技术的应用,在将数字技术与英语学习产品相结合,辅助学习者进行英语学习、同时掌握学习效果等方面走在了前面。

专家们认为,我国出版业可以学习欧美出版业的经验,首先考虑开发哪些具有普遍适用的内容,其次考虑如何开拓海外的中文市场。英国通过200多年来在全球建立殖民地逐渐形成了庞大的海外市场,这一点我们难以效仿,但是在利用数字技术、新媒体表达促进学习效果等方面,值得我们借鉴,比如国际汉语教育领域可以学习这些做法。

英国出版商协会6月发布年度统计显示,2024年,英国出版商总收入同比增长1%至72亿英镑。从地域和介质看,出口市场收入同比增长3%至45亿英镑,收入占比高达63%,国内市场收入同比下降2%至26亿欧元。数字出版物收入同比增长6%至34亿英镑,纸质出版物收入同比下降3%至38亿英镑。图书出口、数字业务强劲成为书业小幅增长的主要因素。

从出版板块看,大众出版板块,图书销售收入同比增长5%至25亿英镑。国内市场收入同比增长2%至15亿英镑,出口市场同比增长9%至10亿英镑。出版物总销量同比增长5%至6.96亿册。在动荡时代对逃离现实的渴望,是虚构类图书增长的主要原因。在奇幻爱情小说的带动下,虚构类图书收入首次突破1亿英镑,同比增长18%至11亿英镑。非虚构类板块则没有那么乐观,收入同比下降4%至11亿英镑。儿童类读物收入与2023年持平,为4.13亿英镑。从介质看,纸质出版物仍是大众消费者青睐的阅读介质,收入同比增长2%至20亿英镑(国内市场收入同比下降1%至12亿英镑,出口市场收入同比增长8%至7.80亿英镑),收入占比达78%;数字出版物收入同比增长17%至5.66亿英镑(国内市场收入增长17%至3.41亿英镑,出口市场收入增长17%至2.25亿英镑),收入占比22%。大众图书的三大出口国分别是:美国(同比增长23%)、澳大利亚(同比增长9%)和德国(同比增长4%)。

教育和学术出版板块的表现则令人担忧,纸质出版物收入下滑,而数字出版物收入增长,出口市场仍是这2个板块主要的收入来源。从教育出版板块看,收入同比下降3%至6.40亿英镑。其中,国内市场收入同比下降11%至1.71亿英镑,出口市场收入与2023年持平,为4.67亿英镑,出口收入占比73%。政府缩减拨款对教育出版市场影响巨大,国内市场纸电收入均出现下滑。从介质看,纸质出版物收入同比减少5%至5.39亿英镑(国内市场收入同比下降11%至1.36亿英镑,出口市场收入同比下降2%至4.03亿英镑),数字出版物收入同比增长5%至1亿英镑(国内市场收入同比下降8%至3600万英镑,出口市场收入同比增长15%至6400万英镑)。教育出版物的三大出口国分别是:西班牙(同比减少7%)、阿联酋(同比增长19%)和沙特阿拉伯(同比增长10%)。

学术出版板块,2024年收入同比下降1%至35亿英镑。国内市场收入同比下降9%至8.52亿英镑,出口市场收入同比增长2%至27亿英镑,收入占比77%。从介质看,纸质出版物收入同比下降13%至8.36亿英镑,数字出版物收入同比增长4%至27亿英镑。从产品内容看,图书收入同比下降8%至10亿英镑(其中纸书收入同比下降13%至5.74亿英镑,数字图书收入与2023年持平,为4.71亿英镑),期刊收入同比增长3%至25亿英镑(其中纸刊收入同比下降12%至2.61亿英镑,数字期刊收入同比增长5%至22亿英镑)。学术出版物的三大出口国分别是:美国(同比增长1%)、德国(同比下降9%)和中国(同比持平)。

从数字业务看,数字出版物收入同比增长6%至34亿英镑,收入占比48%。有声书收入同比增长31%至2.68亿英镑。学术、教育、大众类数字出版物收入均有增长,尤以大众板块最显著,增幅高达17%。

从出版机构市场表现看,尼尔森图书监测对英国大众图书市场(TCM)纸书国内销售统计显示,2024年,企鹅兰登、阿歇特、哈珀·柯林斯、麦克米伦前四大出版商总收入占比48.6%,较2023年提升1个百分点。TOP20出版商总收入占比71%,较2023年提升0.8个百分点。独立出版社费伯(Faber)引领的独立出版商联盟(Independent Alliance)首次打破四大社垄断市场的格局,总营收超过位居第四的麦克米伦。TOP9出版商席位与2023年基本保持不变,其中,企鹅兰登以3.0%的增幅引领市场,DK继2023年缺席TOP10之后2024年重新进入TOP10之列。学术出版商在大众纸书市场的销售出现断崖式下跌:牛津大学出版社、培生和威立出版公司营收同比分别下滑10.7%、15.0%和10.1%。高教板块纸质教材销售下滑势头加快,主要是因为出版商给学生交付内容向数字化方式转变,以及更多应用AI带来颠覆性改变所致。从数字出版看,包括布鲁姆斯伯里和西蒙与舒斯特在内的六大社首次同时实现电子书销售增长,总销量增长5.8%至4619万册,在大众市場占比約38%。出版商采用数字出版品牌、数字先行品牌以及BookTok带动奇幻爱情小说电子书销售大涨。(相关内容详见:2025年2月14日2987期第14版《英国六大社收入创新高 独立出版商联盟表现优异》)

英国书业：图书出口及数字业务带动小幅增长