

КНИЖНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: НА ПУТИ К НОВОМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ЧИТАТЕЛЕМ

годовой отчет
Издательской группы
«Эксмо-АСТ»

КНИЖНЫЙ РЫНОК: РАСТЕТ ИЛИ ПАДАЕТ?

Как и предсказывали аналитики, в 2018 году наблюдался рост книжного рынка. Несмотря на неоднозначные результаты первого полугодия, рынок начал динамично расти во втором полугодии. Показатели ведущих издательств страны свидетельствуют о преодолении кризиса и служат отправной точкой для дальнейшего роста.

В то же время в феврале были опубликованы данные Российской книжной палаты, которые демонстрируют падение тиражей. Вследствие особенностей мониторинга, данные Российской книжной палаты не могут быть единственным ориентиром для анализа статистических показателей на книжном рынке. Объективную картину можно составить на основании анализа продаж, объема выпуска, данных отгрузок и других показателей книготорговых сетей и издательств.

Например, согласно данным Российской книжной палаты, издательская группа «Эксмо-АСТ» выпустила **17 000** изданий общим тиражом **85,7 млн** экземпляров*.

При этом холдинг «Эксмо-АСТ» в прошлом году выпустил **26 365** наименований книг общим тиражом **146,8 млн** экз.

В издательстве «Эксмо» вышло **12 326** наименований книг общим тиражом **58,7 млн** экземпляров. В издательстве АСТ вышло **10 505** наименований книг общим тиражом более **51 млн** экземпляров. В корпорации «Российский учебник» – **3 534** наименований общим тиражом более **37 млн** экземпляров.

01-12.2018

Тираж

Эксмо

58 738 546

Российский учебник

37 038 536

АСТ

51 087 998

Итого:

146 865 080

В 2018 году доля электронных и аудиокниг в общем объеме продаж ИГ «Эксмо-АСТ» составила более **5%**.

“

Среднегодовой темп роста выручки издательской группы «Эксмо-АСТ» в 2016-2018 годах составил 12%. В ближайшие годы мы прогнозируем рост рынка на уровне 7%, основными драйверами останутся электронные и аудиокниги. В 2018 году объем книжного рынка в России составил 69 млрд рублей. К 2022 году он вырастет, при существующих трендах, до 88 млрд рублей. Доля печатной книги к 2022 году вырастет на уровне 5%, электронных книг – примерно на 30%, аудиокниг – на 40%».

**– говорит президент
издательской группы «Эксмо-АСТ»
Олег Новиков**

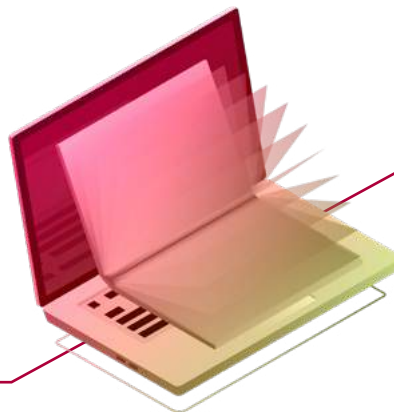
* Данные Российской книжной палаты и ИГ «Эксмо-АСТ» расходятся, ситуация по коррекции статистики находится под контролем Роспечати, профильных министерств и ведомств



ЧТО ПРОИСХОДИТ С ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИЕЙ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ ИЗДАТЕЛЕЙ

Согласно статистическим данным, российская аудитория, заявляющая о своем интересе к чтению, за последние 5 лет значительно расширилась. Если в 2014 году работа книгоиздателя и государства в направлении продвижения чтения в федеральном масштабе практически отсутствовала, то к 2018 году было подписано уже 24 соглашения о сотрудничестве между Российским книжным союзом и региональными правительствами, запущено 18 локальных программ по продвижению чтения, создано 16 рабочих групп при губернаторах, занято социальной рекламой чтения более 10000 поверхностей.

Итогом этой работы стал рост аудитории, заинтересованной в книгах: в 2017 году, по данным ВЦИОМ, о своей любви к чтению заявили уже не 48% (2014 г), а 60% российского населения.



“

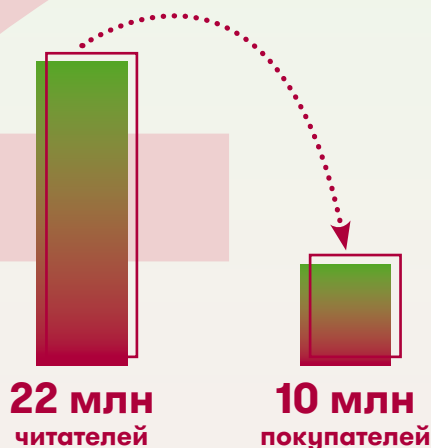
Мир не стоит на месте, он развивается, и мы развиваемся вместе с ним. Возникают челленджи, требующие решения, – это нормальный этап процесса рождения чего-то нового, эволюции рынка. Издатель, неспособный ответить на вызов времени, – уже труп, и это как никогда остро ощущается именно сейчас – в век технологического бума, бескрайних океанов информации и головокружительной смены трендов.

Адекватно отреагировать на эти перемены можно только освоив их непосредственный продукт – технологии. Поэтому диджитализация издательских процессов – сейчас задача номер один для нас. Мы хотим сохранить свои позиции как ведущий издатель России, мы хотим идти в ногу с другими крупными издателями мира. Но главное – мы хотим детально понимать, что нужно читателю, который тоже меняется, самоактуализируется, активно осваивает новые технологии и информационные каналы, и какую систему взаимодействия с издателем он бы предпочел выстроить. Мы стараемся делать все, чтобы дать на вызовы нового века быстрый и уместный ответ».

Олег Новиков

Однако здесь книгоиздатель столкнулся с новым вызовом – низкой конверсией читателя в покупателя: из 22 млн читателей в нашей стране покупателями становятся только 10 млн человек.

НЕДОСТАТОЧНАЯ КОНВЕРСИЯ ИЗ ЧИТАТЕЛЕЙ В ПОКУПАТЕЛЕЙ



Влияние на рост читателей:

- Развитие инфраструктуры чтения
- Работа со СМИ
- Социальные проекты
- Выставки

Влияние на рост покупателей:

- Маркетинг
- Big data
- Trade-маркетинг
- Инновации

по данным исследования Российского индекса целевых групп (РосИндекс)-2018, Ipsos Comcon
www.ipsos.com/ipsos-comcon/ru-ru/rossiiskii-indeks-celevykh-grupp

Интересно, что подобное положение дел нельзя назвать исключительно российской проблемой. Ее отмечает в своей речи и глава британского департамента крупнейшего книгоиздателя в мире Penguin Random House (Великобритания) Том Уэлдон.

“

Грустно, что офлайн-книжных магазинов становится все меньше, но это факт. Доля традиционных медиа снижается, а вместе с ними и книгоиздатель вынужден переходить к быстрым и простым цифровым моделям поиска и рекомендаций, включаться в активную борьбу

за внимание читателя. Так что главный вызов теперь – не наличие у читателя выбора между одним носителем и другим. Главный вызов – узнает ли он вообще о вашей новой потрясающей книге?»

– говорит Уэлдон.

Как найти выход из сложившейся ситуации? Очевидно, решающими здесь становятся процессы активного развития прямых коммуникаций с читателем по предпочитаемым им каналам связи.

Хорошим помощником в осуществлении этих задач стали технологии работы с большими данными (big data) на основе искусственного интеллекта (AI). Их использование помогает издателю обрабатывать и соотносить между собой колоссальные массивы информации об ассортименте рынка, предпочтениях читателя, актуальных общественных явлениях, трендах и в итоге решать главную задачу – предоставлять читателю книгу, которая подобрана только для него, удовлетворяет все его потребности и позволяет таким образом конвертировать его в покупателя.

Второй аспект – переход традиционного трейд-маркетинга на цифровые рельсы. Так, в 2018 году холдингом было проведено более 1000 розыгрышей книг в Сети, на радио и ТВ, а также несколько крупных онлайн-трансляций при поддержке известных соцсетей, набравших порядка 700 000 просмотров, и инициировано более 23 632 таргетированных публикаций преимущественно в сетевых СМИ.

Вторым большим вызовом для издателей является демографическая проблема. Если среди молодежи в возрасте 10 – 14 лет доля читателей составляет 74%, то к 25 – 29 годам она снижается до 30% (данные Росиндекс за 2017 год). Хорошим примером будет статистика публикаций в Интернете: из 1 800 000 000 постов книгам посвящены только 4 900 000, тогда как, например, кино – 700 000 000 (данные Brand Analytics 2018). Таким образом, мы получаем еще один тренд современного книгоиздания – нацеленность издателя на удержание молодой аудитории и создание «моды» на чтение.

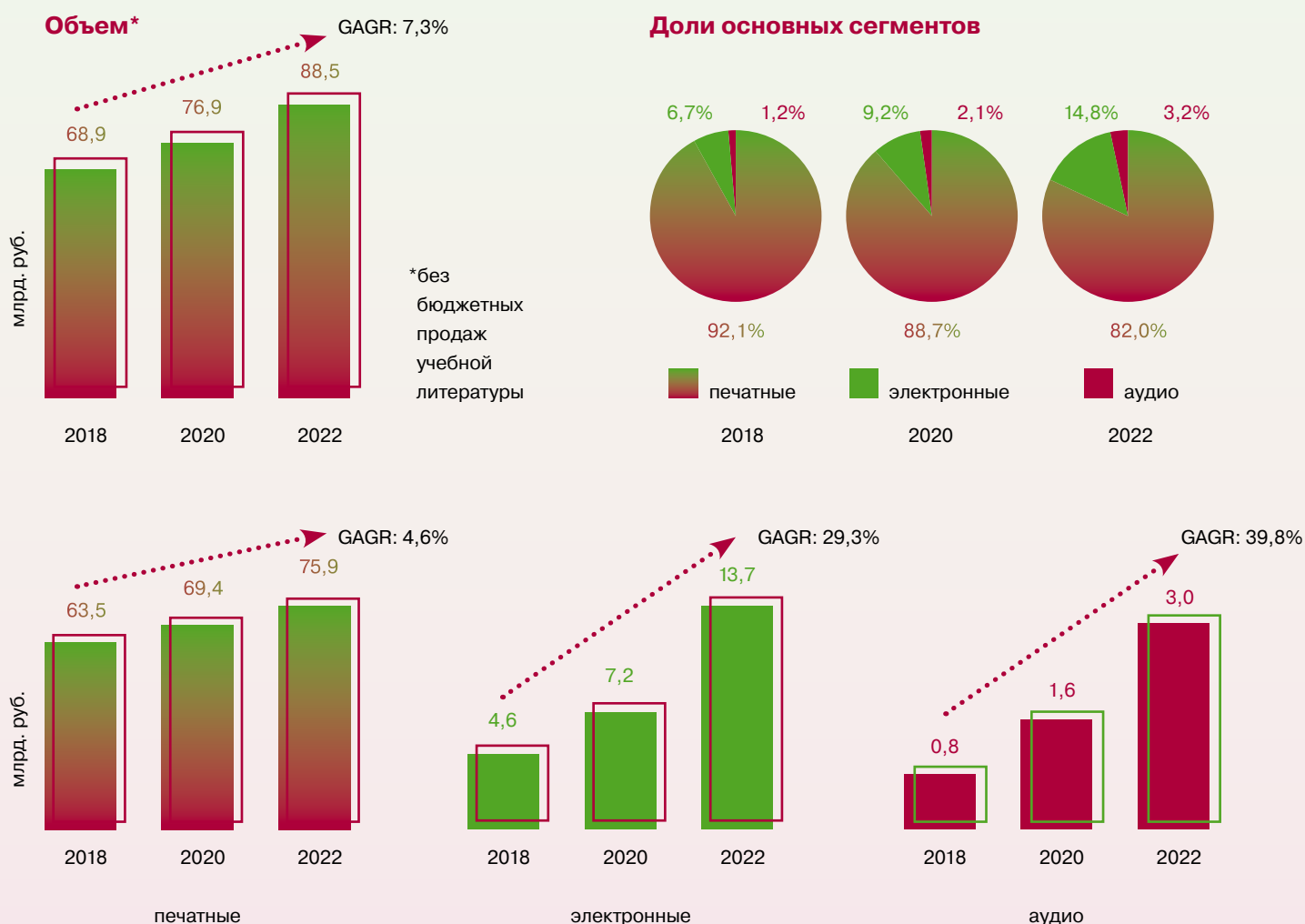
Именно с такой целью в 2018 году холдингом «Эксмо-АСТ» был запущен большой молодежный проект «Послы чтения», созданный при поддержке «лидеров мнений» – популярных молодых блогеров, музыкантов, актеров, художников. Задача проекта – заинтересовать молодую аудиторию книгами, говоря на ее языке, найти новые форматы взаимодействия с этой аудиторией.

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ НА КНИЖНОМ РЫНКЕ

Лидерами по динамике роста каналов продаж на книжном рынке являются интернет и федеральные книготорговые сети. В 2018 году продажи через онлайн-сервисы выросли на 25%. Данный рост произошел за счет привлечения новой аудитории, в основном – молодой, для которой искать, приобретать и читать книги привычно именно онлайн. Причина роста интернет-каналов продаж – и в мероприятиях, направленных

на пропаганду чтения, которые были организованы как государством, так и бизнесом. Такая синергия привела к тому, что читатель сегодня существенно помолодел, а книга стала чаще становиться инфоповодом в медиа пространстве. В ближайшее время драйверами роста рынка станут книготорговые сети, которые будут осваивать регионы, и интернет-каналы продаж.

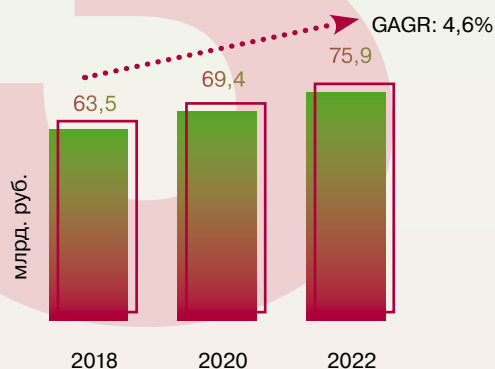
РОСТ РЫНКА ПРОГНОЗИРУЕТСЯ НА УРОВНЕ 7,3%, ОСНОВНЫМИ ДРАЙВЕРАМИ ОСТАНУТСЯ ЭЛЕКТРОННЫЕ И АУДИОКНИГИ



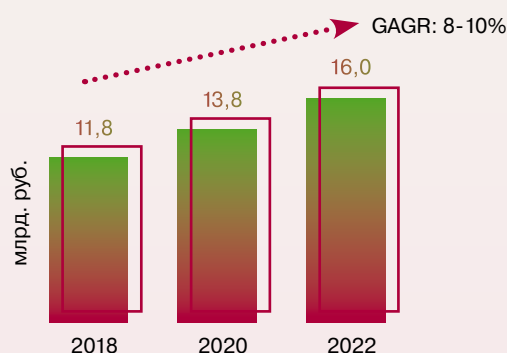
РОСТ ДОЛИ ПЕЧАТНОЙ КНИГИ ПРОГНОЗИРУЕТСЯ НА УРОВНЕ 4,6%, ОСНОВНЫМИ ДРАЙВЕРАМИ ОСТАНУТСЯ ИНТЕРНЕТ И ФЕДЕРАЛЬНЫЕ СЕТИ

Объем рынка печатной книги*

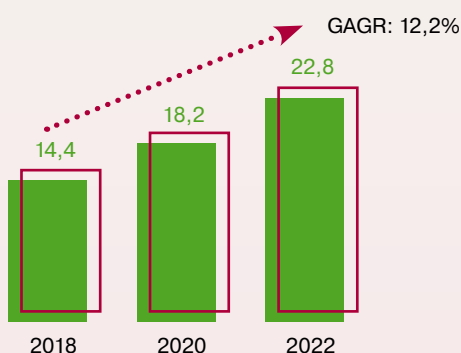
*без бюджетных продаж учебной литературы



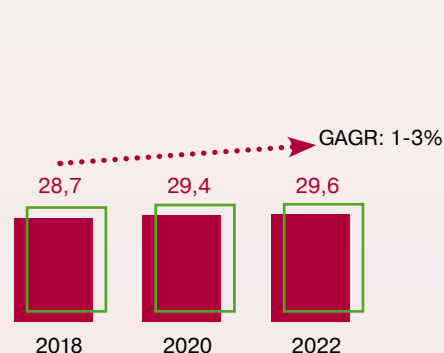
Доли основных каналов



федеральные сети



интернет



книжные магазины

“

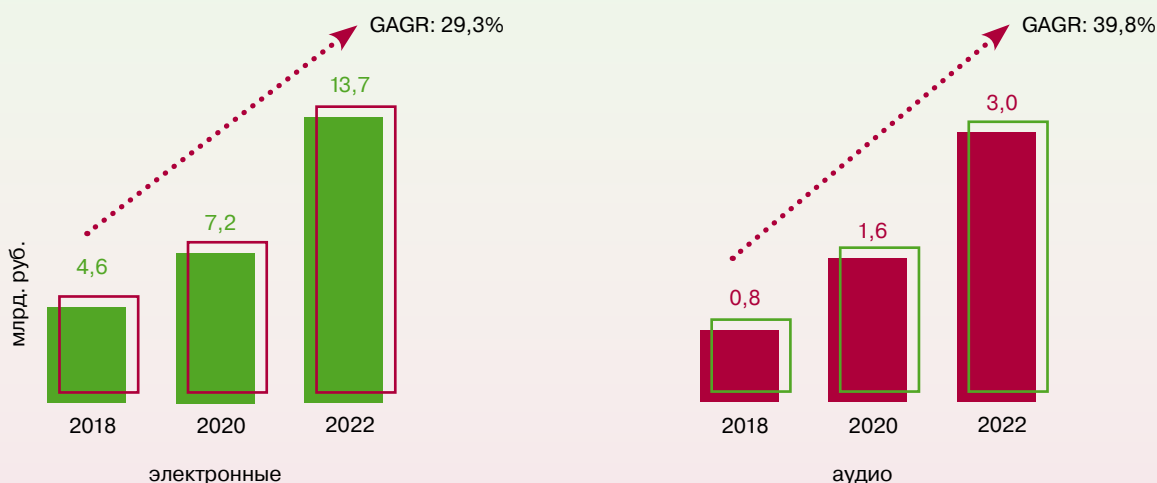
Наряду с развитием онлайн-каналов, федеральных и региональных книготорговых сетей важна консолидированная работа бизнеса и государства по институциональной поддержке книжных магазинов – предоставлении им налоговых льгот, льготных тарифов, арендных ставок. Еще одно важное направление – прямые коммуникации между издателями и читателями, что достигается с помощью соцсетей, мессенджеров, развития ресурсов о книгах. Книга должна быть доступна читателю 24 часа в сутки 7 дней в неделю в течение всего года – таковы вызовы 21 века, которым важно соответствовать сегодня издателю».

Олег Новиков

ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ: БУМ АУДИОФОРМАТА И РОСТ САМИЗДАТА

Среднегодовой темп роста выручки группы компаний «ЛитРес» в 2016-2018 гг. составил 45%.

По прогнозам в ближайшие 4 года емкость рынка электронных книг будет расти в среднем на 30% в год, аудиокниг – на уровне 40% в год



“

Выручка сервиса ЛитРес за счет реализации электронного контента по модели pay-per-download через сайт litres.ru и мобильные приложения, выросла на 56%. Среди причин успешного развития мы видим реализацию федеральной рекламной кампании, которая привела к повышению узнаваемости бренда, увеличению органического трафика и привлечению новых пользователей приложений. Важный тренд – рост продаж аудиокниг, доля которых в структуре розничных продаж сервиса ЛитРес составила 25%. А доля самиздата превысила 4% оборота.

На ресурсах ЛитРес и MyBook в 2018 году было размещено более 11 тыс. новых произведений авторов, привлеченных в рамках проекта ЛитРес: Самиздат. Также в 2018 году был проведен полноценный перезапуск подписного сервиса MyBook, что позволило увеличить продажи данного направления на 62%».

– говорит генеральный директор группы компаний «ЛитРес» Сергей Анурьев.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В 2018 году холдинг «Эксмо-АСТ» продолжил активную работу по реализации социальных программ, направленных на пропаганду чтения, поддержку интереса к книге среди россиян всех возрастов, в том числе среди детей и подростков.

Эксперты издательской группы приняли участие в разработке 15 региональных «Программ развития и поддержки чтения на 2018-2021гг.», вошли в состав межведомственных рабочих групп по разработке стратегии развития чтения. Также при поддержке холдинга в 2017-2018 гг. проведено более 70 мероприятий по популяризации чтения. Благодаря использованию нового формата – механизма государственно-частного партнерства – создаются региональные культурно-досуговые центры чтения. Проведена масштабная социальная рекламная кампания в поддержку чтения – размещены более 10 000 рекламных поверхностей в 13 субъектах РФ.

В 2018 году холдинг направил порядка 13 млн рублей на реализацию социальных программ по популяризации чтения. В 2019 году бюджет, выделенный холдингом на социальные проекты, составит почти 30 млн рублей.

Среди ближайших планов – реализация программ, адресованных сегментированно детской, подростковой и родительской аудитории читателей, для этого проведено масштабное социологическое исследование.

Динамика роста легального сегмента, в том числе за счёт вытеснения из поисковой выдачи крупных пиратских ресурсов, очевидна и может быть измерена существующими инструментами. Уже в начале 2019 года сервис «Лит-Рес» вошёл в десятку литературных ресурсов, индексируемых в поиске «Яндекса», и оказался самым посещаемым книжным веб-проектом. Еще в 2016 году лидировали по посещаемости пиратские ресурсы. Однако и сопротивление пиратских сайтов возрастает – для того, чтобы показатель в поиске по пиратскому контенту не рос, правообладателям необходимо через суд обеспечивать снятие новинок на пиратских сайтах. Так, если в 2018 году АЗАПИ (Ассоциация защиты прав в интернете), которая представляет интересы холдинга и других издательств, подала иски по 279 пиратским сайтам и заблокировала 414 зеркал, то уже в 2019 году иски будут направлены в отношении 500 ресурсов.

Еще одно важное направление работы холдинга – поддержка начинающих национальных авторов. В последнее время стали широко известны такие имена, как Гузель Яхина, Григорий Служитель, Игорь Савельев и др. Успех этих авторов вдохновляет и издателей, и авторов и позволяет быть уверенным в том, что в ближайшее время нас ждут новые отличные книги, написанные талантливыми писателями.

“

Важное направление работы холдинга на протяжении последних лет – борьба с онлайн-пиратством, которая продолжится и в ближайшем будущем.

Мы по-прежнему будем отстаивать право наших авторов получать законное вознаграждение за их работу и возможность и в дальнейшем профессионально заниматься творчеством. Сегодня, согласно сводным данным различных исследований, скачивают книги в интернете около 35% взрослого населения страны – 42 млн человек. А покупателей электронных книг всего 3-4 млн человек (по самым оптимистичным оценкам – до 10 млн человек)», – говорит президент издательской группы «Эксмо-АСТ».

Олег Новиков

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: НОВЫЕ УСПЕХИ В ПРИМЕНЕНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И РАБОТЫ С BIG DATA

66

Книгоиздатели справились с цифровым переходом куда лучше, чем многие другие медиа или представители развлекательной индустрии. Я искренне не понимаю причин шумихи вокруг «упадка» книжной отрасли».

Том Уэлдон, глава британского департамента издательства Penguin Random House

Механизмы анализа «больших данных» (big data) (машинное обучение (machine learning, ML) и другие методы искусственного интеллекта (AI)) – важнейший для современного книжного бизнеса набор инструментов, позволяющий:

- собирать и анализировать данные о покупках и покупателях;
- повышать конверсию в продажи за счет интеллектуального рекомендательного сервиса;
- формировать знания об аудитории, анализировать её сегменты, находить «центры притяжения» аудитории;
- выбирать целевую аудиторию для рекламной компании и повышать её эффективность;
- прогнозировать поведение рынка.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Прежде всего, технологии анализа больших данных на основе AI позволяют эффективно сегментировать аудиторию.



“

На сегодняшний день в руках издателя сосредоточены удивительные возможности. С помощью инструментов анализа big data мы можем с большой уверенностью предсказать, какие книги придутся по вкусу человеку с тем или иными стилем жизни: «гику», геймеру, «зеленому» и так далее. Более того – у нас есть возможность строить прогноз предпочтений, а значит предвосхищать желания читателя. Современный книжный бизнес уникален тем, что мы можем с большой точностью определить емкость той или иной ниши и в кратчайшие сроки пройти этап от пилота до запуска, отработав по самому широкому спектру потребностей читателя.

Когда-то кто-то говорил, что книге в будущем не место, и сегодня нам приятно констатировать, что это не так. Книге в будущем – место, но это уже другая книга, способная соответствовать запросу нового времени. Это – книга будущего, и мы получаем искреннее удовольствие от того, что участвуем в ее написании».

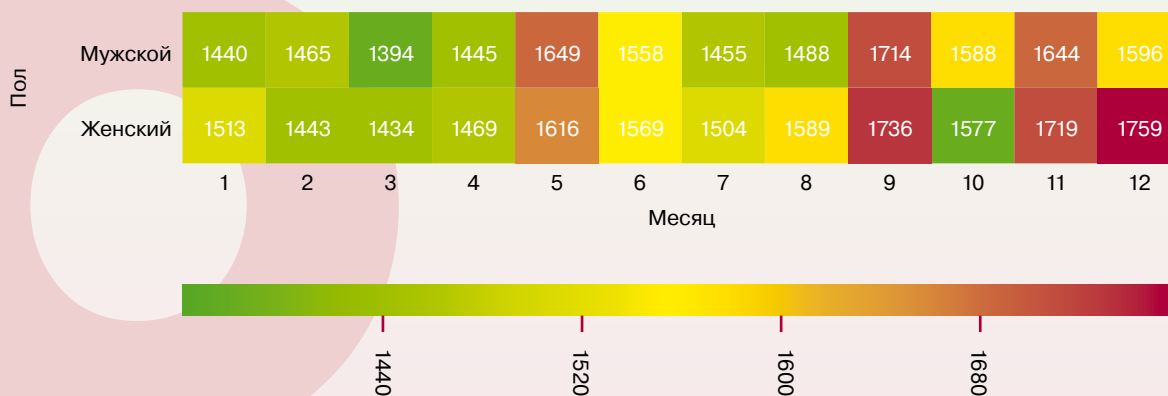
Олег Новиков

В результате сегментации аудитории у издателя появляется возможность составить детальный портрет покупателя и его покупательской способности:

ПРИМЕРЫ АНАЛИТИКИ - ЧИСЛО ЗАКАЗОВ ПО СТИЛЮ ЖИЗНИ



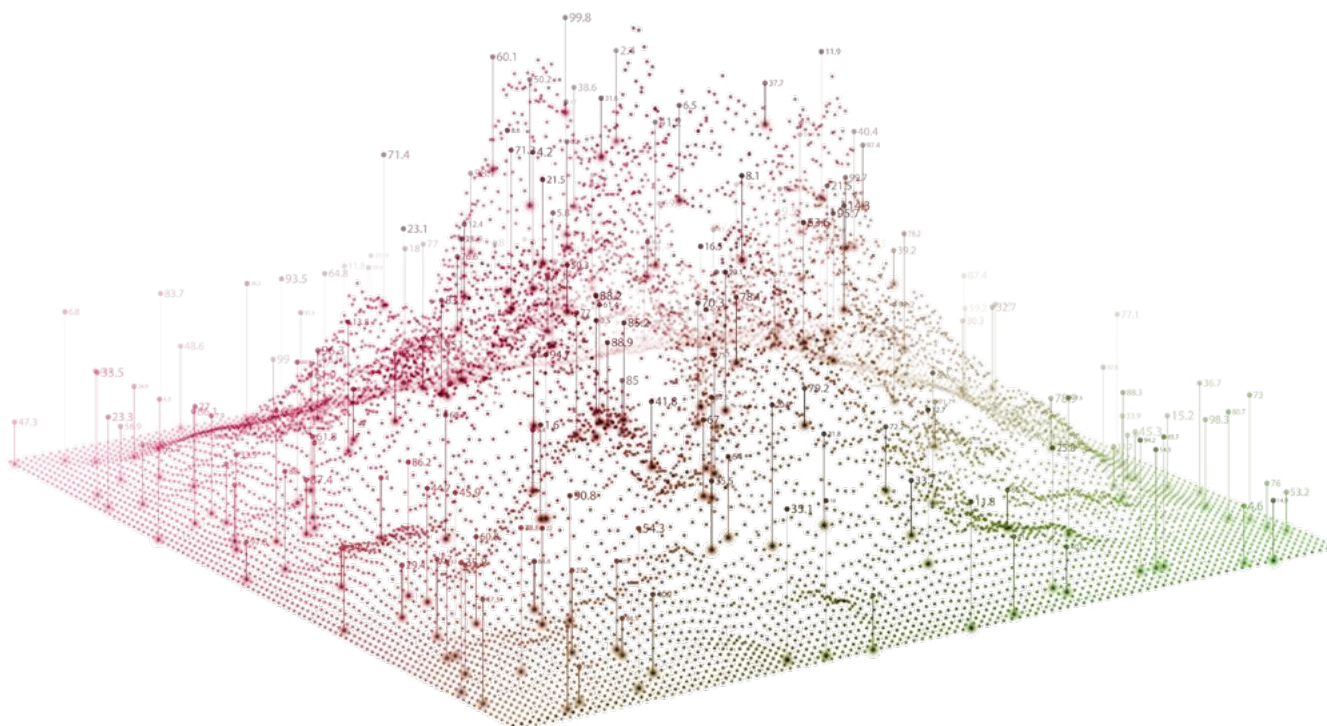
ПРИМЕРЫ АНАЛИТИКИ – СРЕДНИЙ ЧЕК ПО ПОЛУ



Все это позволяет издателю предложить читателю соответствующую его вкусам и возможностям книгу, что в итоге позитивно сказывается на показателях конверсии читателя в покупателя.

По данным на 2019 год в работе холдинга «Эксмо-АСТ» находится сразу несколько крупных проектов big data по развитию редакционного

портфеля, среди них инструменты прогнозирования динамики продаж тиражей с заданной точностью, создание инструментов сегментации аудитории, рекомендательные сервисы для контентных сайтов и др.



ВЫВОДЫ



В 2019 году рынок продолжит расти на уровне 7%, Издательская группа «Эксмо-АСТ» — на 12%



В фокусе — работа с читательской аудиторией: объем прямых коммуникаций с читателем должен вырасти до 20 млн среднемесячного охвата аудитории



Рынок будет расти за счет высокой динамики развития сегмента электронных книг, развития федеральных книжных сетей в регионах и увеличения объема продаж через интернет-каналы



«Эксмо-АСТ» продолжит инвестиции в технологии AI и Big Data



В 2019 году планируется удвоить выпуск аудиокниг