

## 业态变革引发的纷争

□王文忠

阅文集团管理层变动引发的舆情已告一段落。深入考察事件会发现,事情的出现与网络文学行业生态的变革有着密切关系,需要引起高度重视。

### 事态与问题

2020年4月27日,阅文集团原联席首席执行官吴文辉和梁晓东、总裁商学松、林庭锋等部分高管团队成员荣退,辞任管理职务,现任腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武出任首席执行官和执行董事,腾讯平台与内容事业群副总裁侯晓楠出任总裁和执行董事。此次管理层人事变动中,阅文集团原10人管理团队中变动8人。

阅文新管理团队表示,此次调整意在“推动阅文从‘最大的行业正版数字阅读和文学IP培育平台’向‘更强的文学内容生态’升级”。升级包括三方面:一是实现IP培育能力升级,加快跨业态发展;二是实现连接能力升级,将阅文产品优势与腾讯流量优势对接;三是业务模式升级,在保持付费阅读模式的基础上发展更多新业务模式。

4月28日起,陆续有网络文学作者在“龙的天空”、新浪微博等平台发声,收到了阅文集团发出的“新合同”,其中有“霸王条款”,侵犯作者权益。5月2日,部分作者在今日头条、微信、微博、龙的天空、知乎、贴吧及Bilibili等视频网站平台,针对著作权问题、付费和免费模式问题进行

广泛讨论,引发舆论关注。人民日报客户端、人民日报海外版、新华社、三联生活周刊、澎湃新闻及部分香港媒体等陆续报道。

5月3日凌晨,阅文新管理团队发布公开说明,称推行“全部免费阅读”不可能也不现实,外界所传的“新合同”是去年9月推出的,未来公司将会根据作者意愿对相应条款做出修改。随之,有人号召将5月5日定义为“55断更节”,呼吁网文作者集体停更作品、抵制“霸王条款”,甚至出现人身攻击等“网络暴力”。同时,“55断更节”还出现了线下聚集苗头,舆论期待有关方面尽快规范行业发展。

在5月6日由阅文集团启动的系列作家恳谈会上,就网络文学生态、创作环境优化以及“作家合同争议”等商业规则领域问题,集团提出了协商解决办法,表明了平台和作家的共同立场和态度。此后,主流评论界和媒体也发出了比较客观的声音,认为作者、平台、读者三位一体,应该找到其中的平衡点,作者和读者的权益要通过协商的办法来解决。事件随后便渐渐平息下来。

此次事件引发广泛关注的-一个重要问题是,付费阅读与免费阅读的模式之争。中国网络文学20年来得以高速发展,其重要基础是吴文辉等人开创的VIP付费阅读模式。近年来,付费阅读收入增长停滞,以广告收入代替订阅收入的免费阅读迅速崛起。行业发展模式变化带来的不确定性引起了部分作家的忧虑。

这次加入阅文的程武、侯晓楠团队,本来就是腾讯影视、游戏等娱乐开发公司的高管,目前仍然兼任。管理团队的变更其目的在于打通腾讯的文化娱乐产业板块,建立以网络文学作品为内容源头和底层支撑的跨业态发展模式。新业态中,网络文学作品通过订阅直接获取收益的重要性降低,网络文学更重要的意义是为后续产业提供内容服务和支撑。

此次引发舆情最直关注的“霸王合同”“霸王条款”等问题其实由来已久,在全行业普遍存在。大量新作者和中低端作者均认为自己与网络文学平台的关系不对等,长时间、全版权授权和收益分成比例偏低等“霸王条款”,甚至以委托创作的劳务合同代替著作权合同,成为平台盘剥自己的重要手段。

### 事出有因

仔细分析此次事件可以发现,事件的爆发从根本上说是中国网络文学发展到重要转折关头矛盾的集中体现。

中国庞大的人口基数曾为读者人数的持续增长提供了保障,至2019年,中国网络文学读者达到4.55亿,再靠读者人数的绝对大幅增长来维持网络文学产业的增长遇到瓶颈。这一年,阅文在线阅读业务收入37.1亿元,同比下降3.1%,付费阅读所提供的增长动能越来越小。想办法争取阅读盗版作品的用户、不愿付费的

用户等成为可行选择,通过广告获取收益的“免费阅读”模式出现并快速发展,仅两年时间即带来高达60%的用户增长量。免费阅读面临的问题一是为吸引眼球,不太注重作品质量而推出了大量“三俗”作品,对此需要加大监管力度;二是目前新的“免费阅读”模式仍处于烧钱阶段,模式前景仍未确定,且对逐渐形成的付费模式形成了一定冲击。

网络文学行业应对免费阅读收益下降的另一个办法是打通产业链,通过IP开发实现增值。5G时代,短视频、直播、音频等与网络文学阅读展开了直接竞争,网络文学产业依靠文字阅读获取收益的独立性降低,而作为内容支撑的基础性、龙头性意义增强,向跨业态发展的产业形态转型。近年来,热播的影视剧,如《大江大河》《芈月传》《甄嬛传》《琅琊榜》《亲爱的翻译官》《三生三世十里桃花》《庆余年》等,动漫、游戏、漫画如《斗破苍穹》《斗罗大陆》《全职高手》等,都是由网络文学作品改编的。2019年,阅文版权运营收入44.2亿,同比激增341%,在总收入中占比跃升至53%,成为第一大收入支柱。

总体来说,网络文学经过多年的发展进入了滞涨期,到了通过发展模式的变革和丰富实现突破的节点。今后,网络文学的发展模式将更加丰富,作为文娱IP的重要源头,网络文学将更多承担文娱产业内容支撑的基础和引领作用。

当下网络文学行业发展的周边环境还存在

很多问题,压缩了行业的发展空间。盗版是网络文学发展的大敌。2019年,中国网络文学总体盗版损失规模约为56.4亿元。盗版平台通过搜索引擎、门户网站、自媒体等进行推广,在阅读和下载页面内嵌广告获得收益,形成了完整产业链。盗版严重影响了网络文学的收费模式,免费模式的兴起,某种程度上也是运营平台对抗盗版的努力。“小黄文”“战神文”“豪婿文”等自媒体低俗文字严重冲击网络文学的行业秩序,也影响了网络文学的声誉。随着自媒体快速增长,此类文字有泛滥之势。

### 破局之道

此次阅文集团人事变动引发的舆情事件是中国网络文学行业因发展模式和生态转变引起的问题,需要我们积极应对,以推动中国网络文学健康发展。

网络文学的核心生产力是作者。保护作者的权益,调动作者的积极性,推出高质量的作品,是网络文学健康发展的根本。有关方面应加强网络作家权益保护,促进平台和作者之间建立公平、良好的关系,通过有效的平衡,营造利于网络文学发展的良好生态,共同把蛋糕做精做大,实现双方利益的最大化。网络文学平台应共同商议制订相关公约,加强自律,抵制“霸王条款”,倡导良性竞争。

在新的文创业态中,网络文学不管自身的阅读收益规模有多大,但对行业的支撑和引领作用不可替代,加强精品生产不论对网络文学自身还是对整个文娱产业都具有重要意义。要加大打击盗版和低俗文字的打击力度,提高网络文学综合治理水平,进一步优化网络文学行业发展生态。

目前中国网络文学行业的国内增长遇到瓶颈,海外传播将成为新的增长点。要推动机构间的跨境合作,需进一步深化产业链内部的协同与整合,提高中国网络文学对外传播的主动性和自觉性,改进和完善传播机构的运行模式,做好中国网络文学全方位、大纵深的整体性、生态化输出,扩大中华文化的世界影响力。



## 突显网络性 搭建生态圈

——2019网络文学产业发展与海外传播 □薛静

立项以来就备受关注,书粉从演员形象、导演风格、改编容量、制作班底等各个方面详细分析,拍摄过程中更是通过路透“云监督”。上映之后,两部作品在豆瓣、微博等网站得到的长评反馈,数量和质量都高于同档作品。《知否》的评论反思了正午阳光团队在女性向网文改编中故事全但慢、画面美但暗的普遍问题,《庆余年》则让人们重新认识到优秀编剧在网文化中的重要作用,圈内知名编剧王倦也因此为大众所认识。书粉基于对原著的深入理解,站在全局角度分析视觉语言是否承担了叙事功能,改编节奏是否同时保证了张弛节奏与人物塑造,这些堪称专业的评论,对网络文学的影视改编都起到了积极的作用。

网络文学所凝聚的书粉,让原著作者是否认可变得尤为重要,将编剧地位提升到了新的高度,在影视行业流量中心制、资本中心制的环境下,让基于文学的IP成为超越流量和资本的存在,成为流量和资本所依附的根本。

网络文学的IP全产业链开发,促进了影视产业进入媒介革命,加速了各个产业的网络化趋势。2019年呈现的另一显著现象,是各种规模的网络文学影视改编,都逐渐转移为以网络播放为中心、卫视播放为延伸的新的格局。网文IP改编早期,船小好调头的中小IP率先试水成本低、类型多、相对宽松的网剧,到了2019年,《东宫》《从前有座灵剑山》等已经可以精准定位目标群体、以小成本获高热度,而超级IP以往常常依赖于卫视首播加网络联播的形式,以卫视产生影响,以广告获得收益。但近年来,随着网络文娱产业链的完善,从上游的网文版权、制作资金,到下游的宣传播放、广告分发,都逐渐集中到几家互联网巨头手中,对传统卫视的依赖程度大大下降。2019年,《魔道祖师》改编剧《陈情令》采用腾讯视频网络联播的形式,其热度不但远超卫视剧,还让腾讯巩固了付费会员制度,试水了付费超前点播,探索网剧联播的更多盈利模式。网络首播的《庆余年》,后续在卫视进行二轮播出,彻底颠覆了以往卫视为主、网络为辅的播放格局。

网络文学培养的作品付费、移动观看等消费习惯,大大促进了其他产业的网络化转型。这不仅是指作品的首发平台从线下移到线上,更是作品制作、宣传发行、广告设计等全流程开始以网络用户为对象进行。生产与盈利的网络化,其结

果将是文艺作品的评价机制同样逐渐网络化,而这一结果优劣如何,还需要审慎对待。

### 网络特性促进多种产业整合

网络文学向“网络性”延伸,参与互联网产业版图搭建。2019年的第六届乌镇世界互联网大会上,网络文学板块首次亮相。在“中国网络文学海外传播”圆桌会议上,网络文学衍生的各种新型互联网内容平台引发讨论。除了基于文字的网络文学网站,中文在线在美国市场推出“视觉小说平台”Chapters开拓了新的天地,该平台将文字作品转化为图文并茂的多媒体形式,打破了传统文学阅读中的单向模式,读者不但可以阅读小说,而且可以参与到剧情之中进行互动,将中国网络文学的通俗性、可读性,与欧美网络文学的实验性、先锋性相结合,从技术的角度介入文学的内容创作。中文在线将Chapters定位为视觉小说平台、内容培育平台、作家聚合平台、粉丝互动平台,并在“手游产品”的门类中,两度成为中国软件海外市场收入30强。这一跨类型、新业态的尝试值得持续关注。

在网络文学发展早期,是网络不断影响、改变着文学,促使文学卷入媒介革命之中。而随着网络文学扎根成长,文学促使互联网中多种类型和产品相互融合,为互联网的产业提供了新的想象空间。

网络文学向“网络性”延伸,促进人工智能技术落地。网络文学的海外传播已经具有一定影响力,潜在市场规模预计超过300亿元,但其中不可回避的关键问题就是翻译,特别是能够与网络文学日更、长篇所匹配的快速翻译。AI翻译是人工智能领域的重要实践场景,而网络文学的迫切需求,为AI翻译提供了大规模商业化的可见前景,多家科技公司都在进行基于网络文学的AI翻译开发。于2019年获得千万级融资的推文科技,其自主研发的网络文学AI翻译生产系统,翻译速度可达到1秒千字,相较于人工翻译提升了3600倍,成本则降低到人工的1%。旗下fun-story平台实现机器流程全自动化,不需要人工审校,内容质量即可达到出版标准,并可一键分发至Kindle、Googlebooks、Applebooks等全球近50家海外主流数字出版平台。目前,连尚文学、掌阅科技、纵横文学、磨铁阅读、咪咕阅读等

近20家网文主流企业,已经入驻funstory网文出海内容开放平台,聚合网络文学网站的网络文学翻译平台已经初具雏形。

翻译之外,AI技术还被应用到IP开发领域。2019年9月,阅文集团与微软(亚洲)互联网工程院合作,开启AI赋能网络文学的“IP唤醒计划”。AI产品微软小冰将通过对100部网络小说的学习,完善这些作品的世界观、搭建相应IP宇宙,模拟作品主人公与读者展开互动,未来将从文字拓展到语音、AR等形式,网文IP将更加深入地进入人们的生活。

先进科技纷纷拥抱网络文学,尝试从中挖掘商业化的可能,说明作为产业的网络文学已经不仅仅生产内容原料,更提供了大量商业需求、数据资源,其“网络性”的一面愈加凸显。未来,网络文学不但将是网络时代的一种形式,更将是科技发展的一种方向。

网络文学向“网络性”延伸,研究领域的数字人文转向也值得期待。网络文学研究在文本细读、类型研究、生产机制之外,近年来也出现了数字人文这一新的领域。网络文学依托网文网站创作和分发,网站的评价机制、分发逻辑与传统纸质出版体系完全不同,它更加类似于内容聚合网站的信息分发模式,最终将要形成的不是一面对干人的超市,而是千人得千面的电商。谷歌故事工场的走走,作为从《收获》杂志走出的研究者与创业者,尝试从数字的角度分析网络文学流行作品的情节线索。一批青年学者亦开始从算法逻辑的角度,解析网文网站的推文机制,这些研究方向都颇具新意。

当“筛选”的主体从人变为机器,其背后的算法与逻辑就值得观察,网络文学研究的数字人文转向,看似是离开文学、关注网络,其实恰恰是在这个网络时代,研究程序如何拆解文学,以完成对文学“不可拆解”价值的认识与保护。

### 海外传播步入全新出海征程

网络文学海外传播,输出作品更输出生态。近年来,网文出海渐成风潮,不但在网络文学内部,越来越多作品有了海外版和外国粉,和其他文艺形式相比,网文的传播影响也脱颖而出。据14届中国北京国际文化创意产业博览会发布《成就新时代的中国文化符号:2018-2019年度

文化IP评价报告》,在年度中国IP海外评价前20的作品中,网络文学占据半壁江山,远远超过影视、动漫、游戏等其他门类。就我国现状而言,文化内容资源和文化产业水平仍存在一定失衡,相比其他文艺形式对制作能力的较高要求,以内容取胜的网络文学在海外传播上的确具有优势。以网文出海打头阵,培育受众,争取时间,继而通过IP联动逐渐输出成熟的影视、游戏等作品,将成为中国文化海外传播的可行之道。

伴随着作品出海,网文网站除了搭建自身的海外网文平台,还积极与海外本土渠道、粉丝翻译网站合作,将自身的正版内容与优质翻译分发渠道对接。从作品落地到平台发展,不仅可以逐步使版权问题阳光化,而且也促进了海外粉丝社群的成型壮大。海外平台在作品阅读外,提供了大量互动讨论空间,海外读者、译者、作者在此积极交流,形成社交空间,继续扩大影响。

网络文学海外传播,不同企业探索不同路径。国内网络文学网站的格局大致已经形成,但海外网文平台仍是一片蓝海,在海外传播的探索之中,各路企业也发挥自身优势,良性竞争中实现发展。阅文集团依靠自身强大的国内网文内容资源、网文网站运营经验,一方面上线大量翻译作品,另一方面也推动海外作者进行非中文的网文创作,截至2019年底,起点国际已有原创作品39000余部,海外原创网文正在试水。掌阅科技则深耕海外华语市场,首先满足海外华人的阅读需求,逐渐覆盖大中华文化圈,在东北亚、东南亚地区输出作品。在出海文化圈选择上,也重点选择具有中国特色、适合华人文化的作品,走精品、精准、精细的路线。中文在线战略参投Wuxia World,后者作为海外中国网文翻译网站,拥有大量译者与粉丝,两者的合作,直接将内容对接到受众,同时也促进了海外中文翻译生态的发展。这些企业在网文出海上的积极实践,也将成为中国文化海外传播的宝贵经验。

网络文学海外传播,响应“一带一路”、讲好中国故事。网络文学作为具有中国特色的网络时代文艺形式,一直以来都受惠于国家文化产业发展政策,也积极配合国家海外合作战略部署。在“一带一路”背景下,网文出海既是推广者、也是受惠者。2019年,阅文集团与新加坡电信建立战略合作关系,投资泰国网络内容平台Ockbee U,还多次举办海外线下活动,以文化为依托,促进中外读者交流。同时,在国家政策支持下,国内网文网站还有能力预先布局非洲等发展中国家,阅文集团与传音控股合作,利用传音在非洲市场智能终端、移动互联网上的优势,开发非洲读者的阅读需求,让他们更了解中国打动人心的作品。网络文学作为中国当代文化的代表,正沿着“一带一路”,向越来越多的国家与地区,讲述血肉丰满的中国好故事,搭建携手并进的命运共同体。

