

2024中国网络文学蓝皮书

□中国作家协会网络文学中心

2024年,网络文学界认真学习贯彻党的二十大和二十届三中全会精神,深入践行习近平文化思想,坚持以人民为中心的创作导向,坚持出成果和出人才相结合、抓作品和抓环境相贯通,自觉担负新时代的文化使命。网络文学以其数量众多的作者、不可胜数的作品、琳琅满目的IP改编,受到数以亿计受众的喜爱,并在海外广泛传播,已成为新大众文艺的重要载体、文化强国建设的生力军。

网络文学年度新增作品200万部,创作精品意识和文学自觉显著增强,中短篇创作强势崛起,网文生态更加丰富。网络文学成为最具全民性特征的文学样式,用户规模达5.75亿,读者年龄、职业覆盖更广。

“Z世代”成为新增注册、签约作者主体,本年度新增注册280万人,新增签约35万人。省网络作协组织达22家,省级以上网络作协会员约15000人,覆盖面进一步扩大。

网络文学IP改编持续火爆,年新增影视长剧改编授权近300部、微短剧超1600部、动画80余部、漫画400余部,《黑神话:悟空》风靡,改编游戏前景广阔,“谷子经济”带来产业新增长。

网络文学海外传播数量、质量、效能进一步提高,海外本土生态逐渐形成,新增海外注册用户3000万人,AI助力网文出海,约4万部作品被翻译传播,中国网络文学成为中华文化走出去的突出亮点。

2024年网络文学营收规模约440亿元,综合平台与垂类平台共生,付费阅读与免费阅读同行,行业多元发展格局基本形成。AI在网络文学创作、编辑和IP转化中广泛应用,为网络文学发展带来新机遇、新挑战。

一、网络文学精品化成绩突出,文学自觉显著增强

据全国50家重点网络文学平台数据统计,截至2024年底,网络文学作品总量超过3300万部,年新增200万部,同比增长7%。年度创作精品化趋势显著,现实、科幻、历史、幻想等多类型涌现精品,头部作品文学自觉显著增强,中短篇创作强势崛起,网文文学以独特的文学样式,逐步形成独特的审美特征,丰富并拓展了当代文学形态。

1.引导力度进一步加大。中国作协发布网络文学选题指南,扶持引导广大网络作家创作乡村振兴、中国式现代化、中华优秀传统文化、科幻科幻、人民美好生活、人类命运共同体等主题作品。中共中央宣传部第十七届精神文明建设“五个一工程”奖首次设置“网络文艺”子项,10部入选作品中有3部网络文学作品,都曾入选中国作协网络文学重点作品扶持项目。

2.现实题材作品比重和质量稳步上升。本年度,现实题材作品总量达180万部,年新增17万部。现实题材创作更加注重细节,着力表达真实的真实与厚重,体现出对文学性的自觉追求。“年代文”风行,更多作品采用基层人物的视角,用小切口表现新时代。《滨江警事》以基层水警的视角,见证了中国航运事业与时代的巨大变迁;《一路奔北》着眼北斗导航卫星开发,以北斗为喻,写出科学家澄澈的心灵、一往无前的勇气与走向星辰大海的理想;《下一站,彭城广场》突破“爽文”叙事,揭示主体的有限性,在幻想的“交叠时空”中书写现实的人生况味;《粤食记》用精巧繁盛的粤菜书写,展现中华饮食文化的精深意蕴与当代市井的人间烟火;《面纱》聚焦当下互联网生态,以精湛的悬疑手法,对网暴现象进行了细致揭示与深入反思;《重回1982小渔村》以“年代种田文”书写平凡渔家的日常生活,笔法平和,细节丰沛,基调温暖明亮,充满治愈气息;《白马与天涯》用悬疑结构追溯尘封故事,以克制的笔法表现爆发的情感,展现现实的厚重与细腻。

3.科幻创作依然火爆。科幻题材作品年新增18万部,总量约210万部,涌现出诸多精品,多部作品获得银河奖、星云奖。中国作协实施“中国网络科技科幻文学创作扶持计划”,推动网络科技走进科幻文学主流。科幻类型与元素成为创作热点,多位头部作家在新作中融合科幻元素。《故障乌托邦》在赛博朋克世界探讨人与机器的界限问题,反思科技与伦理的关系;《天才俱乐部》将无限重生叙事与科幻结合,以“世界线变动”为线索,展开多个未来可能性的幻想,反思科技进步中人性的变与不变;《异度旅社》以松弛的二次元文风,进入硬核的科技与怪谈设定,形成轻盈明亮的未来幻想风格;《赛博剑仙铁雨》将修仙和科幻融合,用奇崛的想象生发独特的美学风格,并以“高科技低生活”的赛博朋克,展现出对现实境况的深刻体察。

4.历史题材创作作为建构中华文明标识注入新活力。多部作品探索汉唐等大朝代之外的时代,写出具体人物的鲜活面貌,展开时代风情画卷,以独特的叙事方式和传播优势,重塑文学的生产与传播范式,为中华文明标识的建构提供了新的可能性。《北齐怪谈》以怪诞的风格书写天保年间的故事;《晋未长剑》细致书写了乱世百姓众生相,展现出充满温情的人文关怀;《万历明君》用细腻的笔触写出人性、理想与初心在压力之下的不屈和闪光;《临安不夜侯》重现南宋世情,弥补历史遗憾,流露出宽广的豪气与侠情。这些作品以全新的方式呈现了中华传统文化元素,并完成了富有时代特色的创新重构。

5.幻想题材创作呈现出现实主义品格。近期

幻想题材头部作品,多在幻想框架下展露出家国情怀、人文主义、资本批判等现实关怀,呈现出出现实主义品格,境界格局日渐开阔。《十日终焉》借“终焉之地”的困境写人性博弈的闪光;《我在废土世界扫垃圾》批判人的物化,以对“系统”的叩问引发“何以为人”的哲学反思;《志怪书》用温润的笔触展开中国传统志怪图卷,将中华古典美学巧妙寓于绮丽的幻想之旅;《黄昏分界》营造浓郁的民俗氛围,融合“群穿”手法与“聊天群”等设定,展现出类型写作的新高度;《我不是戏神》融合末日科幻叙事与传统文化元素,用成熟抓人的叙事手法和出色的视觉化写作,创作出热血沸腾的文明复归;《祝姑娘今天掉坑了没》以“无CP”直写女性事业征程,强调了女性的主体性;《伪像报告》创新性使用pov(point of view,视点人物写作手法)手法全篇构架悬疑群像故事,凸显网文作家对文学性、创新性的进一步追求。

6.网络文学艺术追求更趋自觉。网络文学创作展现出更强烈的文学自觉,头部作品不再局限于固化的类型叙事,突破长久以来的“升级”等狭窄模型框架,摆脱“自我”的叙述中心与“获得”的爽感叙事,超越具有公共性特征的游戏逻辑和商业逻辑,开始更多以文学逻辑织构故事,创作突出文学性、个人性、情感性,呈现出更复杂的人物面向、更丰盈的文学质感与更深刻的现实观照。

短篇的流行进一步强化文学性追求,万字的短篇打动读者,实现情节的转折与情感的爆发,更需要对故事素材的文学处理,更考验作者的文学水平。网络文学的文学自觉使其渐有超越超长篇类型小说这一体式桎梏的趋势,兼具网络的公共性与文学的个人性,真正成为新媒介时代的文学新表达。

7.网络文学创作仍存在一些痼疾。一是创作均质化,套路化严重,“系统文”泛滥,大量作者借“系统”设定回避人物动机和情节矛盾设计,情节走向可预测性强,人物塑造趋于扁平。流行元素扎堆,“规则怪谈”等元素流行后,大量作品进行浅层模仿,元素堆砌,题材、人设、情节高度类似,缺乏深度开掘与独特表达。类型融合流于表面拼接,部分作品为追求“新意”而进行多类型元素的“排列组合式”融合,未能实现世界观、价值观与叙事逻辑的有机统一,流于概念标签的简单叠加,缺乏创新内核。二是低俗、媚俗、庸俗问题仍然存在,融梗抄袭、为吸引眼球罔顾基本逻辑、伦理、常识等现象在很多作品中都有表现。三是创作概念化问题相当普遍,对人物理解不够,对情感体察不细,作品存在内容同质化、表达口号化、人物扁平化等缺陷。四是数量庞大的新增作品,有很大一部分未能完成,需要进一步加强扶持引导。

二、网文读者圈扩大,共读共创助推新大众文艺

2024年,网络文学用户规模达5.75亿,占网民规模的51.9%,成为最具全民性特征的文学样式。网络文学读者圈层扩大、品位升级,用网络文学阅读点亮生活的多元,又以个体的经验参与网络文学创作,以共读共创的文学生态助推新大众文艺。

1.读者构成多元,圈层逐步扩大。网络文学行业月活跃用户约1.36亿。性别结构均衡,男女比例相当。年龄结构多元,核心阅读群体为26至45岁读者,约占全部读者的50%;“00后”年轻读者占比近25%,是读者增量的主体,拉动阅读增长的有生力量;45至60岁读者约占15%,中年读者比重持续上升;60岁以上的阅读群体明显扩大,占全部读者比重已超10%。“银发族”的阅读参与极大拓展了网络文学的题材内容,老年生活、老年主角在网络文学中开始显现,并带动了微短剧相关内容的流行;“银发族”创作也相应崛起,银发创作者沈东生用手机“敲字”创作《上海人吃泡饭》一书,用沪语真情讲述一生经历,引发银发读者共情,吸引年轻读者在线“向爷催更”。

2.深度阅读与精品阅读呈增长趋势。网络文学目前仍以轻阅读为主,但阅读时长与阅读量均有所增长,深度阅读趋势显现。单次阅读超2小时的沉浸读者群体占比已超过22%,年阅读量10部以上的读者群体占比超30%,其中年阅读30部以上的读者占9%,越来越多的读者沉浸于网络文学奇思妙想的书中世界。读者的付费意愿与精品需求同步增长,行业付费用户规模约2500万,平均付费转化率为12.3%,意味着每8个活跃用户中就有1个付费用户。垂类平台的付费用户数量虽不及综合平台,但付费转化率更高,达到17.2%,体现出网络文学读者对类型精品的急切需求与高度认可。

3.读者对作者创作的影响日渐加大。网络文学创作呈现出公共性趋势。多位网络作家直播写文、多位网络文学编辑直播审文,作品、创作过程甚至网络作家本人变成了网络空间的“公共性景观”。多声部网络空间的出现,与“连载”这一文学商业模式的结合,使作品从“完成态”变为“进行态”,成就新媒介时代的共创文艺,也是互联网驱动的公共化进程在文学艺术上的冲突和重塑。写作的私密性与个人性被消解,读者的“发声”使作者放弃原本匠心、顺从于读者期望成为普遍现象,作品成为多数网友“公共意志”的表达产品。多声部的公共写作环境对作家创作如何寻求坚持自我与满足大众的平衡,提出了新要求。

4.网络文学已成为新大众文艺的典型代表。网络文学数量多、规模大、影响力强,是大众共读的文学。免费阅读模式的发展,阅读产品内嵌读书、改编微短剧的流行,使网络文学越发呈现出超文本、多主题、多媒体的样态,辐射面进一步扩大,吸引“Z世代”“银发族”成为网络文学的受众,网络文学成为“全民文学”的代表性样式。网络文学同时是大众共创的文学。去中心化的互联网打破了创作发表的环节壁垒和“文学圈层”,以开放性、自主性与包容性,使文学触及每一位鲜活的大众。网络作家遍及国民经济各门类、社会生活各方面,他们以自身的行业经历和生命体验,书写火热的时代生活。互联网也给予网络文学强烈的互动性、参与性,读者的“段评”“本章说”与“二创”等评论、创作行为,会极大影响文本走向,“名梗”“名台词”“名场面”在诸多作品中的互文现象也成为网络文学特有的文学景观。创作者来源广泛,阅读者群体庞大并深度介入创作,网络文学以其大众共写、共读、互动的特点,成为新大众文艺的重要载体和重要表现形式。

三、IP改编多点爆发,下游产业链充满活力

2024年,网络文学IP改编热度不减,年度新增各类型改编授权数量总计约3万项。改编影视剧涌现一批现实题材精品;改编微短剧数量、质量双爆发;改编动漫延续精良制作,势头强劲,改编游戏前景广阔,“谷子经济”掀起二次元热潮。

1.网络文学长剧改编注重生活质感与强情节叙事。本年度,网络文学影视剧改编授权新增近300部,同比增长18%,多部“主流大剧”登上央视及地方卫视平台,年代剧备受青睐。《繁花》《大江东去》《岁月如歌》《欢乐颂5》《烟火人家》《小日子》《小巷人家》等现实题材剧目以鲜活真实的细节质感、温情治愈的叙事基调,还原灯火万家的人民生活,展现生活的韧劲与情感的力量;《庆余年2》《永夜星河》《墨雨云间》《惜花芷》《九重紫》等古装、幻想剧目以精良的制作带来视觉的盛宴,多注现代价值观,引发观众共鸣。部分剧目创新编排方式,一反“注水长剧”标签,以紧凑的情节和密集的反转,给观众更直接的情绪反馈。

2.网络文学微短剧改编势头强劲。截至2024年12月,微短剧用户规模达6.62亿,占网民规模的59.7%,市场规模已达504亿元,首次超过同年电影票房总额,年新增微短剧改编授权超1600部,同比增长81%,现存微短剧改编授权3700余部。背靠番茄小说、点众文学等网络文学网站的微短剧平台,如红果短剧、河马短剧等表现亮眼,红果短剧单月分账已突破5亿元。网络文学短篇的微短剧转化成为新的增长点,《执笔》《我在长征路上开超市》等爆款均改编自短篇平台知乎盐言故事作品,《我在八零年代当后妈》等微短剧的火爆同样推动年代剧、年代文的流行。面对微短剧缺乏优质内容等问题,百余位网络作家、网络文学平台负责人和视听平台负责人,共同发出《提升网络文学微短剧转化品质倡议书》,中国作协网络文学中心实施“网络文学IP微短剧创作扶持项目”,推动网络文学和微短剧行业相互赋能,引导网络微短剧健康有序发展。

3.网络文学改编动漫、游戏与“谷子”掀起二次元热潮。随着网络文艺受众的年轻化,中国泛二次元用户数量已达5.03亿人,接近中国网民规模的一半。网络文学改编动漫、游戏等二次元形式,更加受到年轻读者的欢迎,其实体衍生品(“谷子”)在市场上销量火爆,网络文学已经成为中国二次元的重要内容。改编动漫仍是男频超长篇IP主场,年新增动画改编授权80余部,同比增长16%,新增漫画改编授权400余部,同比增长10%。《斗破苍穹》《仙逆》等延续“年番”传统,以陪生式“追番”打响漫品名牌,《斩神之凡尘神域》《剑来》等新国漫以“高燃”的精良制作点燃年轻观众的热血与激情。改编游戏前景广阔,本年度《黑神话:悟空》的全球风靡使国产单机游戏重获瞩目,网络文学宏大瑰丽的幻想世界观、丰富独特的中国美学要素、地图模块式的情节安排,与单机游戏“线性演出”的剧情表达方式适配性高,国产单机的崛起带来中国游戏行业变革的同时,也给网络文学IP带来新的机遇,为中华文化展示打开新的窗口,《凡人修仙传》已宣布启动3A(高成本、高体量、高质量)项目,并发布实机演示。网络文学实体衍生品经济成为年度新增长点,《诡秘之主》《全职高手》等作品的角色“吧唧”、“流麻”、立牌、盲盒等“谷子”,市场热度极高,年度阅文衍生品GMV(Gross Merchandise Value,商品交易总额)突破5亿元,“谷子经济”成为IP产业链上的重要环节。

4.IP产业发展有许多问题亟待解决。一是产业链协同效能有待提升,衍生开发时效性不足。IP授权后的影视、动漫、游戏开发环节协同不足,特别是向下游衍生品等环节的延伸尚不够顺畅、效率偏低,未能形成高效联动的全链条运营机制,导致优质IP价值未能最大化释放。二是作品版权流动性不足,IP开发滞后于内容热度,许多爆款作品在引发阅读热潮后,影视、动画开发进度缓慢,小说角色缺乏深入人心的官方视觉形象,使衍生品难以及时跟上市场节奏,错失最佳营销窗口期。三是部分IP改编项目追求短期热度,缺乏对IP长生命周期的规划与精细化运营,难以持续维持IP活力。四是微短剧等新兴行业,对原创尊重不够,经常以融梗等方式侵害原

创版权。这说明网络文学IP转化亟须构建更敏捷高效的机制,提升衍生品开发速度与市场响应能力,确保IP价值在热度峰值期得到充分兑现。

四、网文平台转型升级,破圈发展成为主流

据全国50家重点网络文学平台数据统计,2024年网络文学营收规模约440亿元。行业多元发展格局已成,业界共同发力,优化内容生态,探索新技术与新业态,增强跨界合作,以新质生产力提升发展质量。

1.综合平台与垂类平台共生发展。目前约有200余家成规模的网络文学平台,其中行业头部平台20余家,占市场份额的90%左右,行业资源向上集中。在内容生态方面,阅文、番茄、纵横、晋江等综合网站涵盖诸多类型、题材,根据题材分类分频道运营,呈现“大而全”的平台样貌,吸引更大量、多元的读者,在版权的规模化运营上更具优势。而垂类网站如刺猬猫阅读专注轻小说类型、豆瓣阅读专注悬疑与女性题材、知乎盐言故事专注短篇创作等,呈现“小而精”的发展策略,也涌现出许多精品创作与爆款改编。

2.付费阅读与免费阅读各自发掘优势路径。自2018年免费阅读兴起开始,付费与免费之争持续多年,形成了阅文、纵横、晋江等付费网站与番茄、七猫等免费网站并行发展的格局。付费阅读内容积累丰厚,创作生态稳定,IP链条相对完整;免费阅读用户数量占优,内容建设迅猛发展,近期涌现诸多精品佳作。近两年间,免费阅读在营收方面总体已超越付费阅读。在营收构成方面,受到短视频、微短剧等更具直观性、刺激性的媒介冲击,网络文学行业总体增速趋缓,多家网站的在线阅读业务呈下降趋势,普遍加大版权运营投入以拉动业绩。付费阅读网站充分发挥IP产业链优势,阅文在线业务企稳,版权业务同比增长33.5%至40.9亿元,成为营收增长的主引擎,晋江版权运营收入连续11年保持正增长。

3.网络内容建设进一步加强。中国作协网络文学中心强化全国重点网络文学网站联席会议职能,主办全国重点网络文学网站负责人培训班、网络文学创作出版培训班等,深化对从业者的价值引领。行业对优化产业生态达成共识,抵制“唯市场论”“唯算法论”,持续做好网络文学内容建设,发现好作品、推介新人才,引导网络作家健康成长,为网络文明建设提供正向内容支撑。

4.培育新生产力,积极促进文旅融合。网络文学产业跨界、跨文化融合趋势显著增强,以新质生产力赋能文化产业高质量发展。网络文学IP成为文旅产业新推力。2024年海南自贸港网络文学论坛以“作为新生产力的网络文学”为主题,探讨数字文化产业与文旅融合发展的新路径。国家广播电影电视总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划,打造“IP+文旅”模式。网络文学中心与文旅部资源开发司共同指导番茄小说发起乡村文旅创作扶持计划,探索“网络文学+创意传播”服务乡村旅游的模式方法,助力国家乡村旅游数字化升级。多地“国潮文化节”借用网络文学IP传播中华优秀传统文化。阅文集团与三清山、黄山合作开发“网络文学+IP+文旅”模式,以《道诡异仙》IP打造三清山文旅品牌,并将目光投至海外,与瑞士国家旅游局发起“全职高手:25年相约苏黎世计划”,开展深度海外文旅活动。

5.网文平台发展存在的突出问题。一是编辑力量相对薄弱,对作品的审核更多依赖敏感词过滤和AI,存在机械、粗暴的缺陷。二是对作者的正向引导不够,未能对作家创作从思想性、文学性的提高方面给予帮助和指导。三是熟悉IP开发和海外传播的版权运营人才缺乏,未能充分发掘作品的潜在价值,更好推动IP转化和海外传播。

五、网文出海成为中华文化走出去的突出亮点

据全国50家重点网络文学平台数据统计,2024年中国网络文学海外活跃用户约2亿人,新增注册用户3000万人,新增海外本土作者12万人,新增海外本土创作作品50万部,海外本土生态逐渐形成。中国网络文学在亚洲读者量最大,约占全球读者总数的八成,市场份额占全球的五成以上。北美是中国网文拓展海外市场的重点地区,市场规模约占全球的三成。其他地区也有较大拓展空间。由于各方合力统筹、AI等新技术的助力,中国网络文学已成为世界性的文化现象。

1.中国网络文学受到世界主流与大众认可。中国作协组织实施网络文学“Z世代”国际传播工程,在海外社交媒体上进行推介。文旅部中外文化交流中心主办中国网络文学欧洲文化交流活动,举行中国网络文学主题座谈,网络作家横扫天涯分享创作经历。多部网络文学精品入藏海外著名图书馆,受到西方主流认可。《斗罗大陆》《天道图书馆》等9部作品入选文化交流典藏书目,将入藏意大利作家联合会、英国查宁图书馆等欧洲各地文化机构。继2022年16部作品首次被大英图书馆收录后,本年度《诡秘之主》《我们生活在南京》等10部作品再度入藏大英图书馆。网络文学IP改编项目被称为C-Drama风靡全球。《墨雨云间》《永夜星河》等网剧登陆YouTube、Viki等海外主流视频平台,获得高播放量,与广大海外观众热议,《田耕记》在爱奇艺泰国

站、日本站热度登顶,《与凤行》在全球180多个国家与地区播出,《庆余年2》通过迪士尼流媒体平台Disney+实现全球同步发行,并成为平台上播放热度最高的中国大陆电视剧。C-Drama所呈现出的中华传统文化元素,带动海外新一轮“中华美学”热潮。

2.新技术赋能网络文学多语种传播。网络文学文本量大、更新速度快,需要高质高效的翻译来保证海内外“同步更新”。AIGC(AI-Generated Content,人工智能生成)技术使翻译时效和质量同时得到保证成为可能,翻译效率提升近百倍,成本降低超九成。中译英的《神话纪元》,我进化成了恒星级巨兽》、英语译西班牙语的《公爵的蒙面夫人》等多部AI翻译作品已成多平台的畅销作品。在AI助力下,截至2024年底,Web-Novel(“起点国际”)年新增出海AI翻译作品3200部,占中文翻译作品总量近50%,网站销售榜前100的作品中,AI翻译作品占比约40%,覆盖多个语种,年度AI翻译的非英语作品收入增长超过350%,东南亚地区也由此连续两年超越北美,成为网文出海的首要目的地。随着小语种模型训练更加充分,规模化、多语种的出海格局正在形成。

3.中国网络文学正在引领世界文化生态创新。中国网络文学正从单纯的内容输出转向构建全球化IP生态体系,呈现出技术驱动、生态重构、文化共创的新特征。中国网络文学正在以创作模式的跨文化传播,推动世界通俗文学的叙事方法创新。以中国网络文学叙事模式为内核的海外微短剧风靡全球,ReelShort、GoodShort、ShortTV等中国公司的海外产品位列海外应用榜下载前列,营收成绩卓越。中国网络文学IP已成为世界二次元文化圈的重要组成部分,日本大阪COMIC-CON展会上,《诡秘之主》等中国网络文学IP十分流行,年轻读者的“出COS(角色扮演)”“买谷”等促进了衍生品经济,提升了IP的版权价值,同时活跃的同人文化也打破国界、语言、文化壁垒,促进了文明间的交流互鉴,提升了海外大众对中华文化的认同。

4.网文出海需要进一步加强。一是出海的区域分布不均衡,目前仍以东亚、东南亚和北美为主,欧洲、拉美、中东、非洲等地区未能有效覆盖。二是出海作品投放精准度不够,未能与对象国的宗教、文化、民俗等有机适配,影响作品传播效果。三是反映中国当前最新发展的作品相对较少,未能很好展示中国的当代形象。四是面对海外竞争应对不够。中国网络文学走红海外,刺激海外本土网络文学平台快速发展。韩国全面引入中国网络文学运营机制,市场发育成熟,已形成与中国竞争的态势,需要我们加强统筹规划,准确把握海外市场状况,拓展出海渠道,扩大输出规模和效果,提升中国网络文学在全世界的影响力。

六、理论评论力量不断壮大,积极回应时代关切

理论评论界深入网络文学现场,敏锐捕捉时代心理映照下的创作转向与技术革命下的文艺新变,用