[网文行业，整体的行业结构是怎样的？](https://www.zhihu.com/question/66483605/answer/531534263)

网络小说的未来，之于中国的价值不亚于动漫现在之于日本的价值，不亚于好莱坞现在之于美国的价值。（有点夸张，但绝对严肃）

每一个发达国家，必然有其发达的第三产业。当前的中国，已是超越美国的世界第一大工业国，工业产业链条从低端逐渐向中高端蔓延，产能效率低的工业低端或者内迁，要么外移，第二产业对人口就业所能起到的绝对拉动力不会有更高的潜力可挖。从世界产业史发展来看，下一个增长点注定在第三产业。

文化产业是第三产业的重要支柱。文化类产品具备边际效用递增、外部经济效应等特征。文化商品消费的人越多，其文化价值会在人们的共鸣中变得更加丰富，文化价值和经济价值越大，而自身文化价值并不损耗。由于这种共享的特性，基于版权保护的作品，在大众化生产、流通和消费过程呈现具有明显的规模报酬递增效应。近年来，国家出于战略考虑，出台大量措施，以扶持增强中国的文化创意产业

然而，因为**网络小说这个盘子不大，但意义非凡的产业却保证了中国文化创意产业的造血能力，源源不断！**

这就保证中国的文化原创产业不会因为一时的竞争不利而没法继续走下去。网络小说的成果就像一粒粒种子，从源头源源不断的流向产业链条中的其他部分，为他们提供创意支持，不会让我们的游戏，电影，电视，漫画成为对外国文化产品的简单山寨。以网络小说为依托，创意产业链不会断裂，这些产业链中的其他部分才能有持续走下去的更大可能，才有可能在之后某一天实现对日本动漫，对好莱坞的逆袭！

从这个意义上来说，即使网络小说产业不能自我盈利，也有输血维持的重大价值所在。

如果中国形成网文平台的垄断，就使得作者缺乏流动性溢价，因为他们没得选择，他们只能被迫被剥削，所以这个行业要健康发展，国家需要出台反垄断政策。打压这些嗜血资本的无序扩张。

文化类产品具备边际效用递增、外部经济效应等特征。文化商品消费的人越多，其文化价值会在人们的共鸣中变得更加丰富，文化价值和经济价值越大，而自身文化价值并不损耗。

日本美国都拥有高度发达的文化产业。日本，拥有全世界最发达的动漫产业，动漫产业占日本GDP的比重超过10%，成为日本第三大产业！目前全球播放的动漫作品中有60%以上出自日本，在欧洲日本动漫比例超过80%。在美国 400 家最富有的公司中，有72家是文化公司，文化产业已经超过了航天航空工业，居出口贸易额的第一位，占40%的国际贸易份额。美国拥有全世界最发达的电影产业-好莱坞！美国文化产业的产值已占美国GDP总量的18%—25%。

先看看看看我们的近邻，日本！目前全球播放的动漫作品中有60%以上出自日本，在欧洲日本动漫比例超过80%。日本游戏业号称“一兆日元产业”，是世界游戏业的先锋，日本游戏软件的销售额排世界第一。2010年，日本文化产业的规模超过11070亿美元，约占GDP总量的15%。

这么牛逼的文化产业是怎么造就的呢？

让我们回过头去看看日本的产业发展。

40年代的煤炭、水泥、纤维，  
50年代的钢铁、造船、重化，  
60年代的家电、汽车，  
70年代的零售业、商社，  
80年代的金融、房地产，还有就是，游戏产业，动漫产业的兴起！  
  
**文化产业在90年代达到了自己的高峰。**以前在一个回复里说80年代以前的日本是经济暴发户，90年代以后的日本开始学会如何做一个真正的发达国家，其中一个原因我个人认为是这个。**有了自己较为完整的，可以强力输出的文化影响力。**出版发行事业达到了历史高点，书店数量，报纸发行量，行业销售额都是。**动漫产业正式成形**，稍早些的龙珠、灌篮高手、稍晚些的海贼王等作品陆续登场，开创了日本动漫的黄金年代。**日剧的时代，**这个不用多说。**80年代末开始一直持续到21世纪初的十多年是日本流行音乐的鼎盛期**，今日代表日本乐界的B'z、Mr.Children、GLAY、ZARD、梦想成真、[南天群星](https://www.zhihu.com/search?q=%E5%8D%97%E5%A4%A9%E7%BE%A4%E6%98%9F&search_source=Entity&hybrid_search_source=Entity&hybrid_search_extra={"sourceType":"answer","sourceId":26599021}" \t "_blank)（成立很早，90年代迎来巅峰）等等诸多乐队大卖于这一时期，平成年代的三大女歌手：浜崎步、宇多田光、[安室奈美惠](https://www.zhihu.com/search?q=%E5%AE%89%E5%AE%A4%E5%A5%88%E7%BE%8E%E6%83%A0&search_source=Entity&hybrid_search_source=Entity&hybrid_search_extra={"sourceType":"answer","sourceId":26599021}" \t "_blank)也均于90年代后期登场。销量百万的唱片一张接一张，一个日本再也回不去了的时代，现在只有A\*\*48可以靠摸手会上百万。 节选自：[日本九十年代有哪些产业兴起？](http://www.zhihu.com/question/22396091)

从资料上开始看出，日本的工业重建是从战后开始，我们将时间点定为45年吧。

而中国的工业产业大发展源于改革开放之后，我们将时间点定位79年吧。

从上面的资料可以很明显看出40年代到70年代是日本工业高速发展的30年，日本于68年成为世界第二大经济体，用时23年。

中国从79年到09年，30年，同样是中国工业高速发展30年，于10年超过日本，成为世界第二大经济体。这时候的日本，漫画产业开始兴起，动漫产业开始萌芽。

从这里可以看出**当前的中国产业发展现状，大致相当于上个世纪70年代的日本.**

日本的文化产业兴起于什么时候呢？（这里的兴起理解为开始文化输出）

80年左右的动漫产业，80末的游戏产业，到90年代到达高峰，文化产业畅销全球。也就是说日本真正成为文化强国是90年代之后的事情。

看看日本在此期间蛰伏了多少年。从68年成为**第二大经济体，到成为公认的文化强国，经历大约22年的时间。（中国会不会同样如此呢？）**

中国目前的三产水平是50%左右，离发达国家的70%还有很大差距，这个数据充分说明了中国的第三产业尚有很大的发展空间，国内市场远没有发成熟，市场也没有饱和，所以现在就想着文化输出，无异于**没学会走，就想着跑了**。

可以看出，特别是和日本这个很相似的国家对比，**中国正处于一个以第二产业为核心驱动力转向第三产业驱动的变化过程中。尚未到达以第三产业为主要推动力的发展阶段。这意味着中国的文化产业远没有得到充分的发育，文化产业链不健全，**这就是中国为什么**不是一个文化输出大国的根本原因。**

　统计显示，**美国文化产业的产值已占美国GDP总量的18%—25%。**  
　在美国 400 家最富有的公司中，有72家是文化公司，文化产业已经超过了航天航空工业，**居出口贸易额的第一位，占40%的国际贸易份额。**

　动漫产业是日本文化产业的主要构成部分。有“动漫王国”之称的日本动漫文化产业规模巨大，是世界上最大的动漫制作和输出国，目前全球播放的动漫作品中有60%以上出自日本，在欧洲日本动漫比例超过80%。  
　日本文化产业的发展极为迅速，日本文化产业的年产值早在1993年就超过了汽车工业的年产值。日本游戏业号称“一兆日元产业”，是世界游戏业的先锋，**日本游戏软件的销售额排世界第一。2010年，日本文化产业的规模超过11070亿美元，约占GDP总量的15%**，对日本的就业贡献非常大。

第三，从美国的文化产业的进出口情况看。2010年美国的版权产品出口总额达到1340亿美元，与去年相比增长的幅度比较大。与此同时，与版权产业相比，其它产业出口情况显然并不是非常乐观，飞机出口总额为775亿美元，汽车、[农产品](http://finance.sina.com.cn/realstock/company/sz000061/nc.shtml" \t "http://finance.sina.com.cn/hy/20120206/_blank)(6.040,-0.07,-1.15%)分别为498亿美元、602亿美元，食物与药品的出口额为519亿美元与364亿美元，由此可见与版权产业相比，都是非常低的，说明美国的版权产业已经在整个经济产业体系中占据了非常高的位置。

　　影视产业：美国影视产业堪称世界之最。美国电影对全球的影响是独一无二的，其公司生产的影片放映时间占全球的 50%以上，电影票房占全球的三分之二以上。好莱坞电影占据了世界电影市场份额的92.3%。好莱坞现有50%以上的收入来自海外市场。在欧洲电视播放的电影中，美国电影占 70%以上。美国电视节目在世界 125 个主要市场播出，美国控制了世界75%的电视节目和60%的广播节目的生产与制作，每年向国外发行的电视节目总量多达30万小时。许多发展中国家播出的电视节目中美国的节目高达60—80%，这些国家成了美国电视的转播站和美国文化的宣传站。而美国自己的电视节目中，外国节目仅占1%—2%。

　　唱片产业：唱片产业发展壮大，在全球中的份额非常高，全球音乐唱片市场总值 385 亿美元，美国市场所占份额为 37%。全美国约有 1000 家唱片发行公司， 主宰唱片业的主要是华纳兄弟公司、

　　索尼音乐娱乐公司、BMG 公司等十几家。 另据统计，由美国公司生产的音乐唱片已占世界音乐唱片消费总量的 60%。

　　出版产业：出版业非常强大。一些大型商业出版社为适应国内竞争和向海外扩张的需要，自20世纪60年代已经开始逐渐发展成为跨国出版集团。出版社的年营业额年平均增长率为3.5%，年度图书与期刊的出版种类、销售量与营业额均居世界前列。商业出版社中，年度出书100种以上的大型出版社150家左右，年度出书50-100种的中型出版社约1000家，比较大型的出版公司如：[时代出版](http://finance.sina.com.cn/realstock/company/sh600551/nc.shtml" \t "http://finance.sina.com.cn/hy/20120206/_blank)(8.140,0.01,0.12%)公司、西蒙与舒斯特出版公司、麦格劳-希尔出版公司、麦克米伦出版公司等。全国有图书批发店和代理店1000多家，规模最大的是贝克与泰勒公司。全国共有专营书店约2万余家，年营业额在20亿美元以上，著名的有营业额在5亿美元以上的沃尔登书店，有600多家分店的多尔额书店等，从以上这些数字可以看出美国文化产业具有庞大的基础。

生产一部动漫的成本和生产一部电影的成本，与构思写作一部小说成本，哪个成本高呢？毫无疑问，我可以拿出10个点子写成小说在网上发行，你可以生产10部动漫去试么？你可以生产10部电影去试观众的品味么？从成本这个角度来看，小说这种初级文化产品更具有成为IP核心的优势。这就是网络小说相对于其他新媒体文化产品的一大优势。

这确实是一个庞大的问题。但好在我的“大脑”已有通用的认知模式来理解它。

想要构建对于一个行业/产业的基础认识，无非抓最简单的要素，回答：

* 本行业的商品是什么？
* 生产者是谁？
* 生产方式是怎样的？
* 消费者是谁？
* 生产者与消费者之间，还有哪些中间环节？
* 这些角色的关系是怎样的？
* 上下游行业有哪些？
* 上下游行业关系如何？

回答以上问题，能基本构建静态认识。而动态认识，只需要加上3个词：时间，演变，为什么？

而通过知乎大量检索相关提问并粗略浏览，就是想要获取对以上问题的初步答案。

4、

于是，我可以初步描绘网文行业的“草图”。

网文行业，自然围绕的商品是网络文学。

**创作是一门讲究创作者与受众之间信息不对称的艺术，**作者与读者之间的信息量差距在严重的缩短，读者对作者创作内容当然不会再跪着看了。创作者们逐步的走下神坛，在更卖力迎合甚至跪舔读者的道路上一去不回。

生产者：

* 创作网文的作者们，就是网络文学的生产者。
* 既有个体生产者，独力连载；也有团队生产者，比如工作室集体写文，择优选用。常情推测，既有可能与人工智能结合，用大数据预测可能火的内容，用AI无休止写文。
* 生产者关注的核心问题是：
  + 产品的质量标准：网文写得好不好，如何写好，什么样的网文受欢迎
  + 择业，就业，收入相关。
  + 生产环境：写手们的工作环境，工作习惯等。
  + 与消费者的关系：留言互动，书迷交互等。
  + 与中间商/服务商的关系。
  + 版权/著作权等权益保护，侵权维权等。

消费者：

* 阅读网文的读者们。既有免费阅读、付费阅读，还有一些盗版阅读的。
* 人群规模，人群构成，付费习惯，付费意愿，阅读喜好及演变。

生产者和消费者，是围绕网络文学的两大必不可少的端点。但两者如何结合，则有着行业的商业模式来影响。

譬如说：

纸质出版时代：

* 作者完成作品，或样稿，与出版社联络，建立合作意向后，完成作品，出版推出市场。
* 读者通过传统分销渠道，比如新华书店购买到纸质书籍。

网络文学时代：

* 互联网公司创建网文平台，譬如：榕树下、起点中文网等。
* 网文平台吸引作者入驻，读者入驻，并积累作者库和读者库。
* 网文平台与作者签约，购买作品的权益，同时培养读者的付费习惯，通过持续运营变现。
* 网文平台聚集大量读者后，发掘读者的价值，采用广告变现，或具备更大的底气来获取作者更多的分成。
* 网文平台聚集大量作品后，发掘高价值作品，通过出版，IP交易等，产生更多效益。

PRESSone时代：

* 作者自行入驻PRESSone，无需与PRESSone签约，对作品拥有著作权/版权。
* 作者持续发布作品，并通过读者赞赏、付费阅读收费等方式，持续获得收入。没有第三方分成。
* 作者与读者可以基于PRESSone共建“读者会”，为某类作品，或某部作品积累更大影响力，或作出更大贡献。
* 作者可以让利给读者，通过读者分销自己的作品。

在前些天的日更中，我曾想到一个很有意思的问题：[中间商](https://www.zhihu.com/search?q=%E4%B8%AD%E9%97%B4%E5%95%86&search_source=Entity&hybrid_search_source=Entity&hybrid_search_extra={"sourceType":"answer","sourceId":"531534263"}" \t "_blank)，到底是不必要的中介抽水者，还是[技术服务商](https://www.zhihu.com/search?q=%E6%8A%80%E6%9C%AF%E6%9C%8D%E5%8A%A1%E5%95%86&search_source=Entity&hybrid_search_source=Entity&hybrid_search_extra={"sourceType":"answer","sourceId":"531534263"}" \t "_blank)呢？性质截然不同。

于是，在生产者和消费者之外，网文行业又总是存在着中间商/服务商：

* 网文平台、出版机构。
* 基于区块链的数字内容交易与分发网络。

关联行业：

* 广告商。

行业合作：

* 优质网文成为“IP”，IP授权，IP交易。
* IP+ 影视剧/游戏，从而制作更多衍生作品。