

# 2021年 中国网络文学行业概览

2021 China Internet literature Industry Overview

2021年中国のインターネット文学業界の概要

概览标签：网络文学、小说、网文、泛娱乐

报告主要作者：黄颐

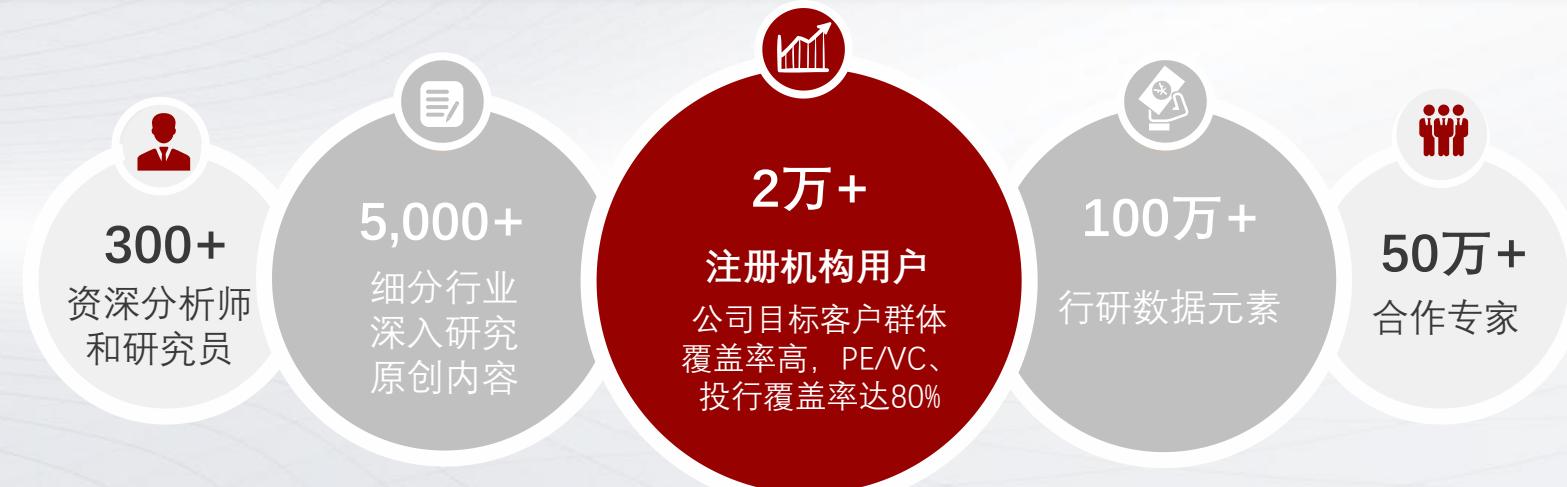
2021/03



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行业研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行业研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点**问题，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务

### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

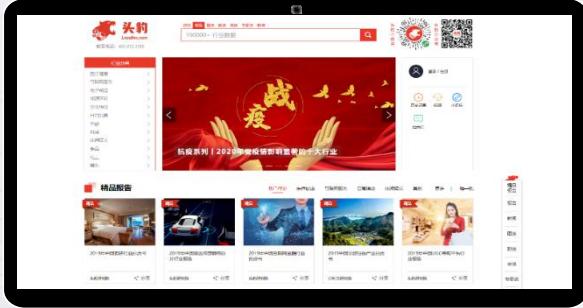
行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

# 研报阅读渠道

1、头豹科技创新网([www.leadleo.com](http://www.leadleo.com))：PC端阅读**全行业、千本**研报



2、头豹小程序：微信小程序搜索“**头豹**”、手机扫上方二维码阅读研报



图说

表说

专家说

数说



扫一扫  
实名认证行业专家身份



头豹

LeadLeo

400-072-5588

©2021 LeadLeo

详情咨询

客服电话

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866  
李女士： 13061967127



南京

杨先生： 13120628075  
唐先生： 18014813521



深圳

李女士： 18049912451  
李先生： 18916233114



[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

# 摘要

01

在移动端技术的发展和读者多样化需求的增加推动下，中国网络文学总作品数量及每年新增作品数量均呈上升趋势

- 伴随中国宏观经济的发展以及中国用户对内容消费和精神消费的需求升级，文学阅读市场在过去几年呈现出高速增长的态势。伴随互联网的普及以及移动端技术的快速发展，网络文学市场蓬勃发展。网络文学作品数量由2013年的810.1万部增长至2019年2,594万部

02

中国互联网渗透率的上升使用户的阅读方式逐步从传统的纸质阅读转换成手机在线阅读，阅读方式转变推动网络文学的发展

- 伴随着互联网用户规模的扩大和互联网渗透率的上升，用户的阅读方式逐步从传统的纸质阅读转换成手机阅读软件在线阅读。手机在线阅读对比传统阅读方式更快捷和简便，用户可更高效的利用碎片时间来阅读文学作品；同时，手机在线阅读也推动了网络文学的发展，随着手机在线阅读人数增多，网络文学逐步形成自己的商业盈利模式，在盈利的驱动下，网络文学市场规模进一步扩大

03

IP源头的网络文学将加速深耕泛娱乐领域，提高全产业链的商业化价值

- 文学内容的改编与科技的融合，建立起动漫、影视剧、游戏多领域的合作。网络文学IP的价值，在于作品的影响力、作家的品牌和渲染力。阅文集团试水动画片《择天记》，打通IP泛娱乐全产业链，阿里文学与黑岩网络推首个“IP联合开发”大战略的实践产品《阴阳代理人之逆天者》，中文在线牵手荣信达。作为IP源头，网络文学将加速深耕泛娱乐领域，提高全产业链的商业化价值

## 中国网络文学如何在娱乐方式选择众多的时代发展？

随着中国移动互联网的渗透率不断提升，网络文学市场也随之飞速发展。目前，中国网络文学作品涵盖了超过200种类别，远远超过了传统文学作品的类别。随着移动端阅读软件的便利性，不断提升的产品特性以及互动性，在移动阅读时代网络文学用户参与度和粘性不断提升。中国网络文学总用户规模由2016年的3.3亿人增长至2020年的4.6亿人，年复合增长率为8.4%。中国网络文学用户规模占中国网民整体的46.5%。预计到2025年，中国网络文学作品总用户规模将增长至6.2亿人

# 目录 CONTENTS

◆ 名词解释	8
◆ 中国网络文学行业综述	9
• 中国网络文学背景	10
• 中国网络文学发展周期	11
• 中国网络文学市场规模	12
◆ 中国网络文学行业产业链	14
• 上游分析—作者及作品	15
• 中游分析—网络文学平台	17
• 下游分析—用户画像	19
◆ 中国网络文学行业现状及发展	21
• 中国网络文学行业政策分析	22
• 中国网络文学行业驱动因素	23
• 中国网络文学行业发展趋势	25
◆ 中国网络文学行业上市企业介绍	26
• 阅文集团	28
• 中文在线	30
• 掌阅科技	32
◆ 方法论	34
◆ 法律声明	35

# 目录 CONTENTS

◆ Terms	8
◆ Overview Of Internet Literature Industry In China	9
• Background Information	10
• Development Cycle	11
• Market Size	12
◆ Internet Literature Industry Chain	14
• Upstream Analysis--Authors And Works	15
• Mid-stream Analysis--platform	17
• Downstream Analysis--User	19
◆ Internet Literature Industry Current Situation And Development	21
• China Internet Literature Industry Policy Analysis	22
• China Internet Literature Industry Driving Factor	23
• China Internet Literature Industry Development Trend	25
◆ China Internet Literature Industry Listed Companies	26
• China Literature	28
• COL Digital Publishing Group Co.,Ltd.	30
• iReader	32
◆ Methodology	34
◆ Legal Statement	35

# 图表目录

## List of Figures and Tables

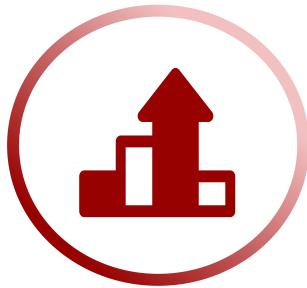
图表1：各类应用APP使用时长占比，2019年	10
图表2：中国网络文学市场规模（按用户量计），2016-2025年预测	12
图表3：中国网络文学作者总数，2013-2019年	15
图表4：中国网络文学总作品数量及每年新增作品数量，2013-2019年	16
图表5：中国网络文学行业收入结构情况，2015-2019年	18
图表6：网络文学用户每天网文阅读频率分布，2020年	19
图表7：网络文学用户固定周期追更比例分布，2020年	19
图表8：网络文学用户每周网文阅读时长分布，2020年	20
图表9：网络文学用户年龄分布，2020年	20
图表10：中国网络文学行业相关国家政策，2016-2020年	22
图表11：中国互联网用户规模及互联网渗透率，2010-2020预测	23
图表12：阅文集团主营业务占比，2020年H1	28
图表13：阅文集团主营业务毛利率，2020年H1	28
图表14：阅文集团平台月活跃用户数统计，2015-2020年H1	29
图表15：第三代半导体定义与分阅文集体平均月付费用户数，2016-2020年H1	29
图表16：中文在线主营业务占比，2019年	30
图表17：中文在线文化行业毛利率，2018-2019年	30
图表18：中文在线旗下主要平台及介绍	31
图表19：中文在线内容分发渠道	31
图表20：掌阅科技主营业务占比，2019年	32
图表21：掌阅科技主营业务毛利率，2019年	32
图表22：掌阅科技平台月活跃用户数统计，2015-2020年H1	33
图表23：掌阅科技旗下平台付费模式	33

# 名词解释 (1/1)

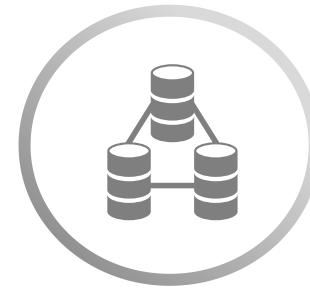
- ◆ **网络文学**：是以网络为载体而发表的文学作品，其本身并没有一个明确的界限。
- ◆ **IP (Intellectual Property)**：指知识产权、版权。
- ◆ **CPT (Cost Per Time)**：CPT是一种以时间来计费的广告。
- ◆ **CPA (Cost Per Action)**：是一种广告计费模式，顾名思义按照行为 (Action) 作为指标来计费，这个行为可以是注册、咨询、放入购物车等。

# 第一章节：网络文学行业综述

## Industry Overview



行业综述



产业链



现状及发展



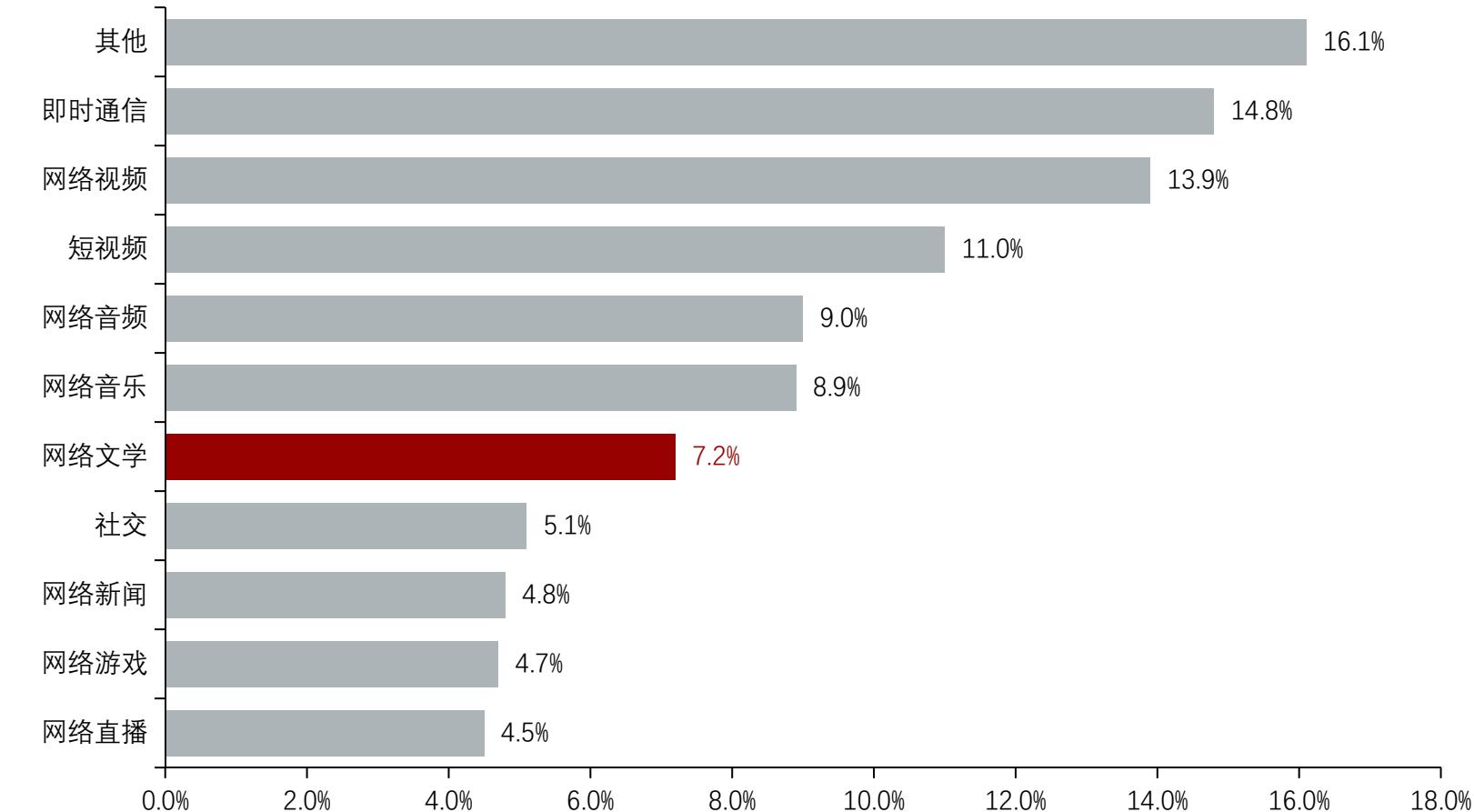
上市企业

- 网络文学在2019年占各类应用APP使用时长的比例为7.2%，网络文学占比相较2018年下降了0.6%
- 中国网络文学市场发展经历了三个周期，目前已进入移动阅读时代
- 中国网络文学用户规模在2021年到2025年间将持续增长但增速将会放缓

2019年，网络文学占各类应用APP使用时长的比例为7.2%，但由于用户增加在网络视频、网络音频、短视频和网络音乐上的使用时长，导致网络文学占比相较2018年下降了0.6%

### 各类应用APP使用时长占比，2019年

单位：[百分比]



### 描述

- 随着移动互联网的发展，使得人们碎片化的时间可充分利用。2019年，即时通信、网络视频及短视频占据了用户使用应用APP时长前三位，占比分别为14.8%， 13.9%和11%
- 随着读者阅读兴趣的不断提升和网络文学的不断升温，网络文学位居各类应用APP使用时长排名的第六位，其占比为7.2%。
- 对比2018年，网络文学占各类应用APP使用时长比例下降了0.6%，该占比下降的主要原因是由于用户在网络视频、网络音频、短视频和网络音乐上使用时长的增加

## 中国网络文学市场发展经历了三个周期，目前已进入移动阅读时代。移动阅读的发展推动了网络文学内容的多样性

### 中国网络文学市场发展周期，20世纪90年代—至今

#### 早期发展

##### 20世纪90年代晚期至21世纪初期

- 在这段时期中，网络文学的故事情节和类别相对局限，作品内容大致与传统文学出版作品相同。当时领先的网络文学平台以文学平台为主，例如榕树下和红袖添香
- 这些平台培养了中国最早期最有影响力的网络文学作者，他们之中很多至今依然保持畅销作家的身份
- 然而，这段时期的网络文学作者大多数都是业余爱好者，主要以兼职作家身份进行网络文学作品创作，而且此时网络文学平台的商业和盈利模式也并不清晰
- 在早期发展阶段，互联网对于普通中国读者来说非常罕见，大多数读者只能阅读线下出版的纸质网络文学作品

#### 付费阅读时代

##### 21世纪初期至2010年

- 网络文学逐渐与传统文学脱离并在21世纪初期快速发展
- 这段时期中，玄幻和言情作品是最受读者欢迎的作品种类。一些网络文学平台例如起点中文网，晋江文学城，红袖添香逐渐开始在平台上发布网络文学作品并迅速崛起，后来这几家平台在2008年合并成立了盛大文学
- 起点中文网于2002年成立，中国网络文学付费阅读模式的先锋，本质上建立了版权网络文学作品线上发布的运营模式，其他网络文学平台也相继效仿
- 与网络文学发展初期相比，在付费阅读时代，网络文学作者越来越专业也更多地投入作品创作，与此同时也通过作品创作获得更多的收入

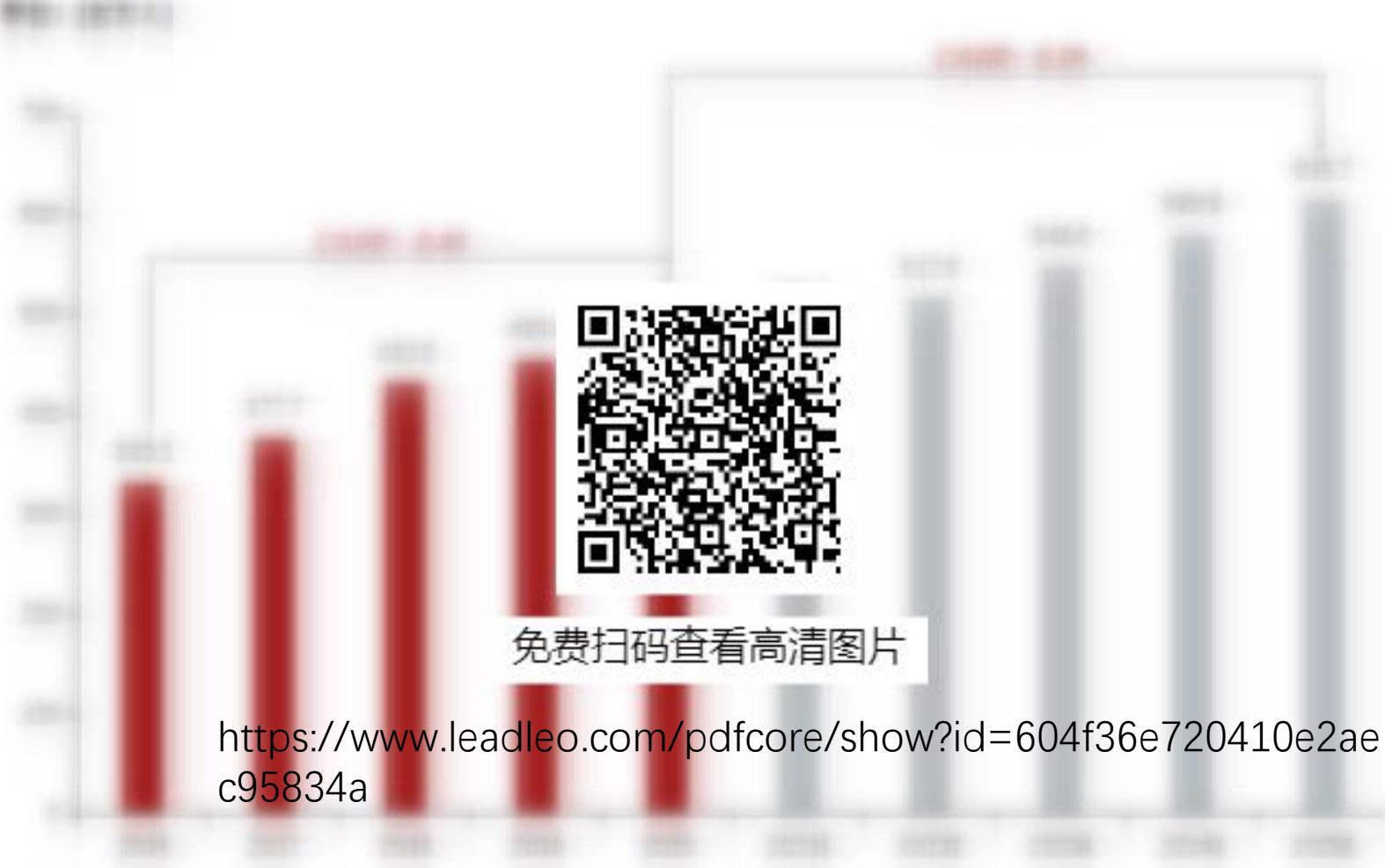
#### 移动阅读时代

##### 2010年至今

- 随着中国移动互联网的渗透率不断提升，网络文学市场也随之飞速发展
- 目前，中国网络文学作品涵盖了超过200种类别，远远超过了传统文学作品的类别
- 由盛大文学与腾讯旗下文学业务合并组成的阅文集团，2020年上半年月活跃用户数高达2.3亿人
- 随着移动端阅读软件的便利性，不断提升的产品特性以及互动性，在移动阅读时代网络文学用户参与度和粘性不断提升

在2021年到2025年间，中国网络文学用户规模将持续增长，但增速将会放缓，预计到2025年，中国网络文学作品总用户规模将增长至6.2亿人

中国网络文学市场规模（按用户量计），2016-2025年预测



来源：CNNIC，头豹研究院编辑整理

头豹洞察

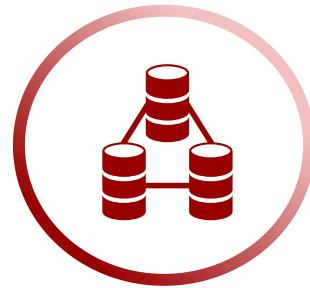
- 伴随居民生活水平的不断提高，居民对文化教育的重视程度增长，文学作品用户有较大幅度增长，网络文学用户覆盖率明显提升。网络文学总用户规模在2016至2020年间保持稳定增长，中国网络文学作品总用户规模由2016年的3.3亿人增长至2020年的4.6亿人，年复合增长率为8.4%。中国网络文学用户规模占中国网民整体的46.5%
- 中国网络文学用户规模在2021年到2025年间将持续增长但增速将会放缓。增速放缓的主要原因有两个：（1）中国网民规模增长速度高于网络文学用户增长速度；（2）部分中国网民可通过视频或有声阅读等其他方式来进行文化的扩展，这些新兴方式可形成替代效应，压缩了中国网络文学市场的空间。预计到2025年，中国网络文学作品总用户规模将增长至6.2亿人

## 第二章节：网络文学行业产业链

### Industry Chain



行业综述



产业链



现状及发展



上市企业

- 在付费阅读商业模式的建立和网络文学进入门槛低的驱动下，中国网络文学作者数量大幅增长
- 中国网络文学行业收入结构逐步从订阅收入转移到版权收入
- 网络文学用户年龄分布逐渐年轻化，从80后转移到90后及00后

# 中游网络文学网站/APP是网络文学行业的核心环节，是网络文学内容版权提供方和用户之间的 重要纽带；版权提供方授权作品改编权是目前网络文学作者和平台变现的重要方式

## 中国网络文学行业产业链



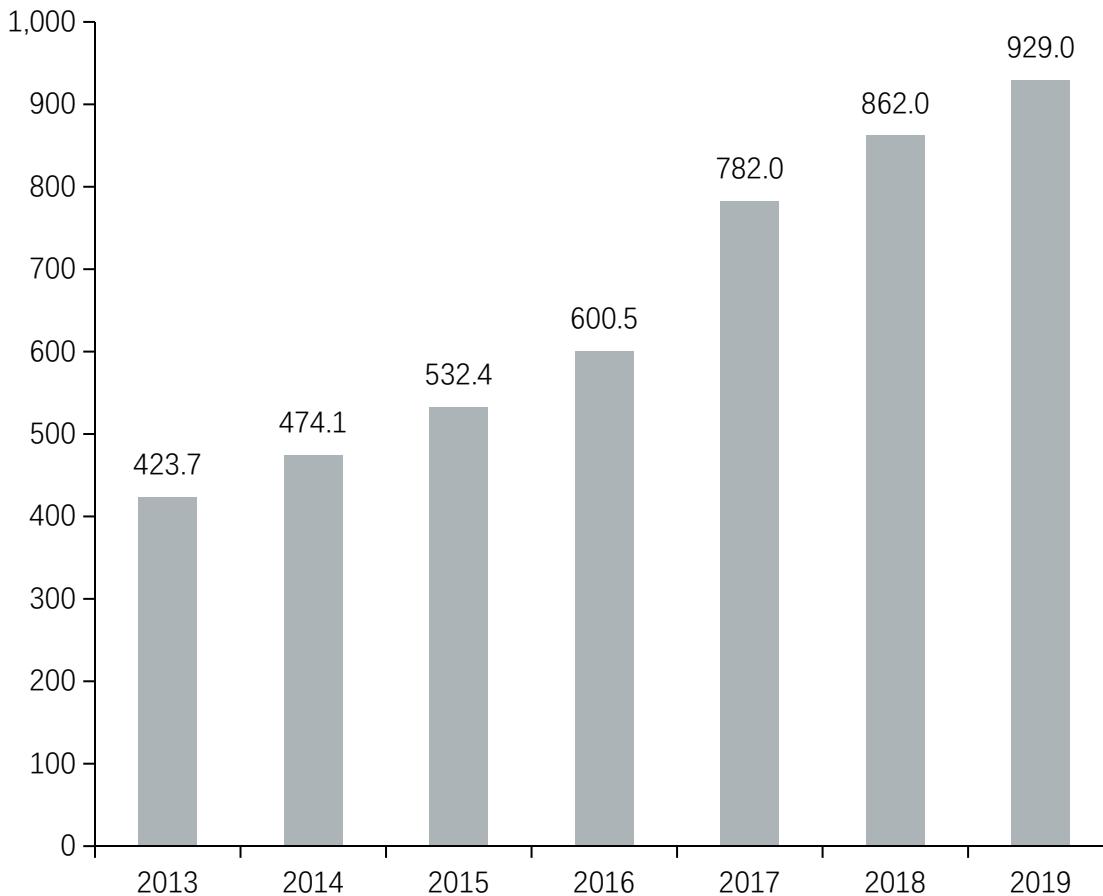
来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 在付费阅读商业模式的建立和网络文学进入门槛低的驱动下，中国网络文学作者数量大幅增长。 截止到2019年，中国网络文学作者数量达929万人

中国网络文学作者总数，2013-2019年

单位：[万人]



来源：iResearch, 沙利文, 头豹研究院编辑整理

头豹洞察

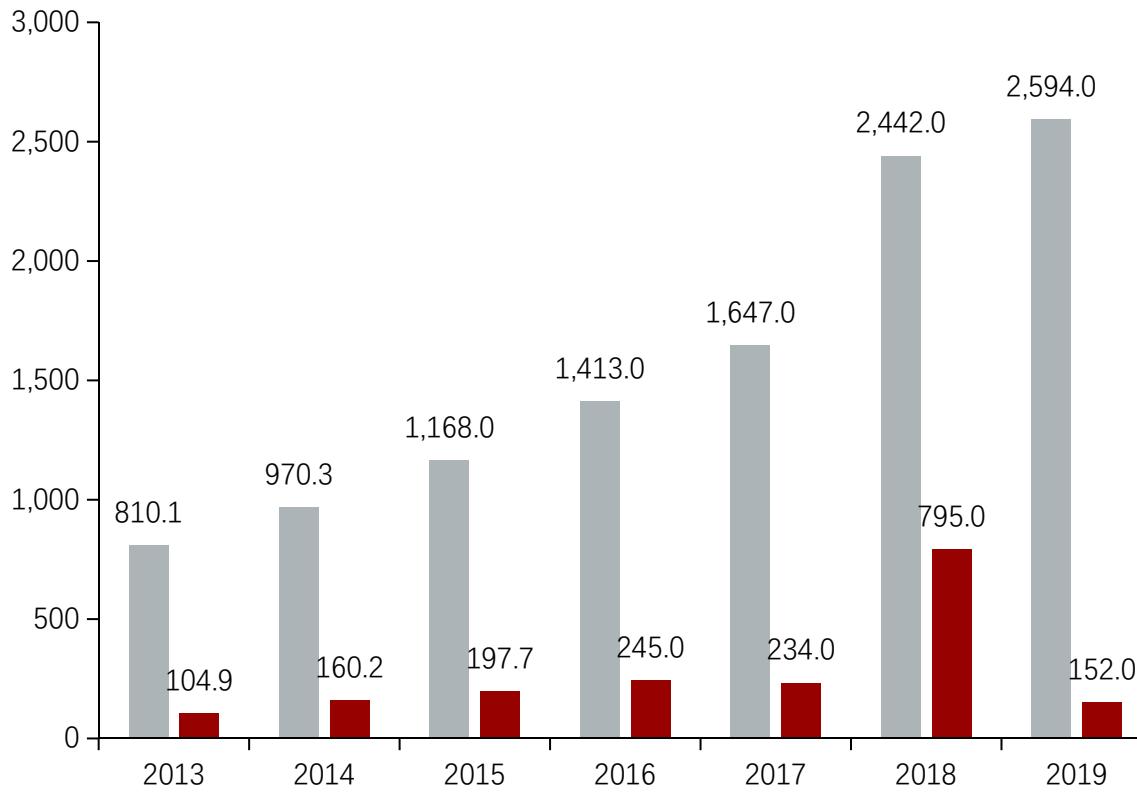
- 在2013-2019年，伴随网络文学读者规模的逐年增大，各大网络文学平台已成为网络文学作者的聚集地，且网络文学作者群已初步形成了规模，网络文学作者规模的扩大，推动网络文学作品数量的增加及内容的多样性
- 随着行业商业模式的成熟和移动阅读在2010年开始爆发，网络文学市场进入高速发展期。在2013年至2019年间，网络文学作者总数从423.7万人增长至929.0万人，年均复合增速为14.0%
- 中国网络文学作者数量大幅增长主要有两个原因：
  - (1) 付费阅读商业模式的建立，使网络文学可产生一定盈利。在利益的驱动下，愈来愈多人投身于网络文学行业之中；
  - (2) 中国网络文学作者的进入门槛普遍比较低。造成作者进入门槛低的一个重要原因是网络文学作品内容的章节性，使新手作家可以按章节发布作品并同时获取用户反馈意见为创作提供灵感
- 中国网络文学作者总数的增加推动中国网络文学作品总量的增加，从而推动中国网络文学规模的扩张

在移动端技术的发展和读者多样化需求的增加推动下，中国网络文学总作品数量及每年新增作品数量均呈上升趋势。截止到2019年，中国网络文学总作品数量高达2,594万部

### 中国网络文学总作品数量及每年新增作品数量，2013-2019年

单位：[万部]

- 网络文学总作品数量
- 每年新增作品数量



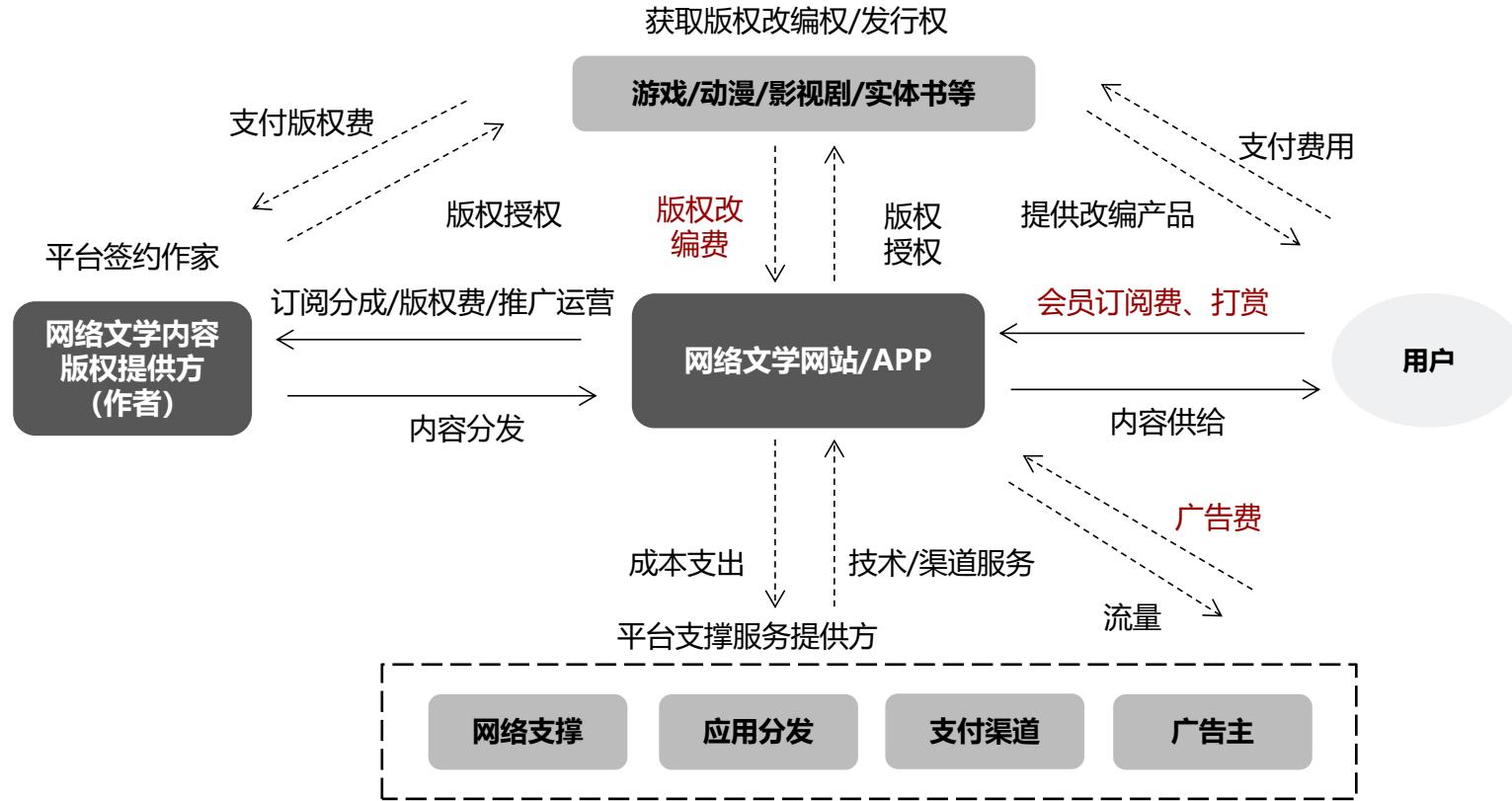
来源：iResearch, 沙利文, 头豹研究院编辑整理

### 头豹洞察

- 伴随中国宏观经济的发展以及中国用户对内容消费和精神消费的需求升级，文学阅读市场在2013年到2019年呈现出高速增长的态势。随着互联网的普及以及移动端技术的快速发展，网络文学市场蓬勃发展。**网络文学作品数量由2013年的810.1万部增长至2019年2,594万部**
- 近年来，新颖的和小众化的文学种类快速发展以迎合读者内容消费需求同时也为内容合作商持续提供高质量原创作品资源。**在移动互联网时代，主要的网络文学平台的作品库迅速扩张，对于这些平台来说，开发定制化作品索引和作品推荐功能来帮助用户浏览庞大的作品库去获取最想阅读的作品和最适合的内容非常关键**
- 过去20多年积累的经验和成就，中国网络文学已经形成了非常庞大资深的作品库，且作品会定期更新。此外，**每年新增作品数量从2013的104.9万部增长至2019年的152.0万部，其中2018年新增作品数量高达795.0万部。**新增作品数量大幅增加的主要原因是政府政策的推动，在2017年8月，文化部颁布了《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》，其主旨在于着力发展数字文化产业重点领域

## 在中国网络文学市场快速发展的背景下，网络文学企业的商业模式愈加清晰，实现盈利的方式主要包括版权改编费、会员订阅及打赏费及广告费等

### 中国网络文学商业模式分析



### 描述

网络文学网站/APP主要通过版权改编费、会员订阅及打赏费以及广告费获利：

- 会员订阅及打赏费通常是从用户处收取。以趣阅小说网为例，该小说网均按章节付费，每章节约为0.12元
- 版权改编费通常是从想获取网络文学版权、改编权、发行权等权利的企业处获取，这部分收入网络文学网站/APP与作品作者进行分配。以《盗墓笔记》为例，作者徐磊（笔名南派三叔）于2014年将《盗墓笔记》版权售于欢瑞世纪，价格为553.6万元

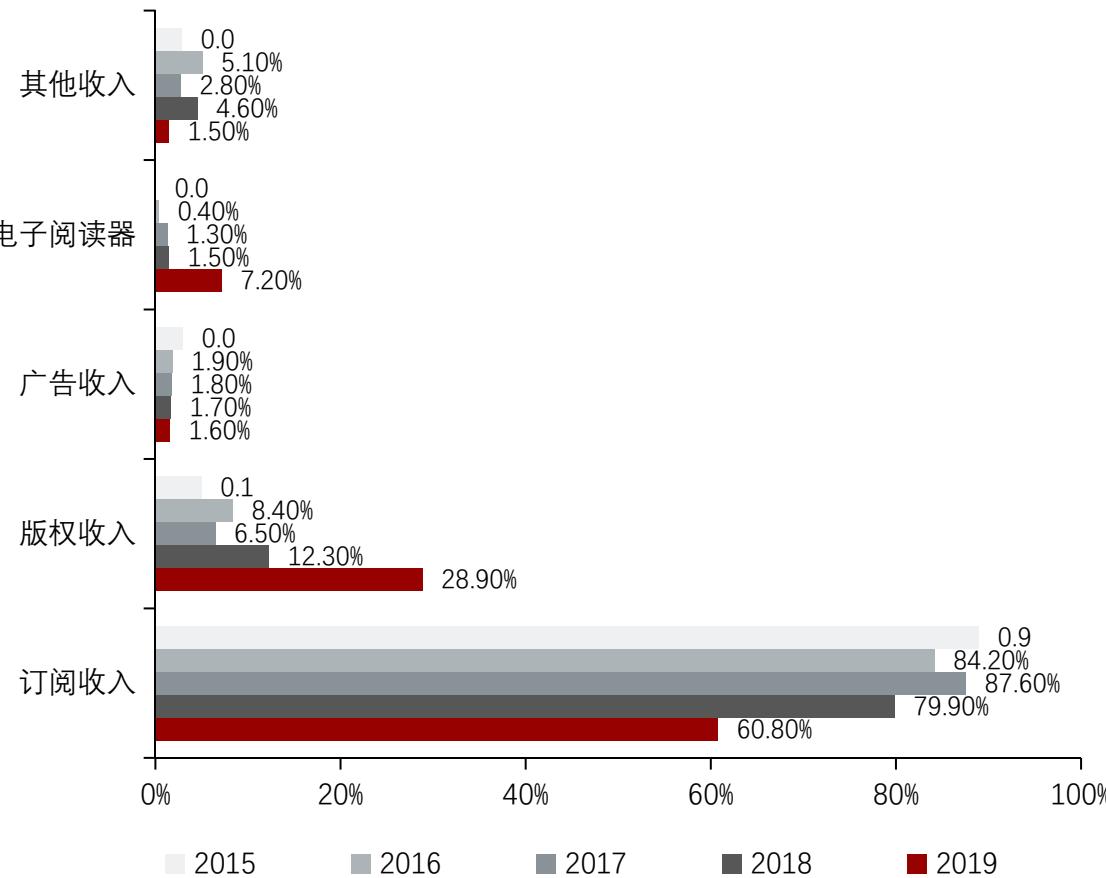
广告费的计价方式有两种：CPT和CPA

- CPT计价方式：公司根据广告的展示时长收费，其收入取决于双方约定的广告展示时间
- CPA计价方式：公司根据广告的展示效果收费，其收入取决于用户在广告的引导下采取的特定行为（如下载、注册、试玩）等的次数

## 中国网络文学行业收入结构逐步从订阅收入转移到版权收入，版权提供方授权作品改编权是目前网络文学作者和平台变现的重要方式

中国网络文学行业收入结构情况，2015-2019年

单位：[百分比]



### 头豹洞察

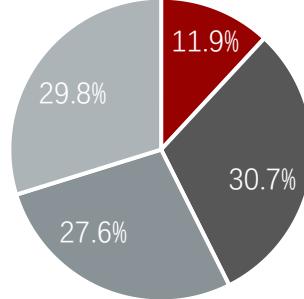
- 中国网络文学行业的收入来源主要分为订阅收入、版权收入、广告收入、电子阅读器以及其他收入，如打赏费。订阅收入和版权收入是网络文学行业收入的主要来源。在2019年，订阅收入和版权收入占网络文学行业收入的比例分别为60.8%和28.9%
- 版权收入占网络文学行业收入的比例逐年上升，由2015年的5.0%上升到2019年的28.9%，其主要原因有两个：
  - 中国对版权的重视度的提升；
  - 网络文学IP衍生产品的发展，如网络文学衍生出来的游戏改编等。以阅文集团为例，其2019年总收入为83.5亿元，其中版权运营收入为44.2亿元，同比增长341.0%。阅文集团在2019年约有160部文学作品的改编权被授予第三方，版权收入占比上升意味着网络文学平台的盈利方式及发展策略的改变，网络文学IP衍生品成为网络文学行业下一个发展中心及增长点
- 订阅收入占网络文学行业收入的比例逐年下降，从2018年的89%下降到2019年的60.8%，其主要原因是，网络短视频及网络游戏的快速崛起，网络文学用户被分流到其他娱乐产品之中，如抖音、快手等

## 在网络文学行业中，读者和作者之间形成一个闭环，相互驱动对方的发展。读者通过付费阅读的方式为作者带来更多盈利，作者在盈利驱动下可为读者提供更多样性的作品内容

### 网络文学用户阅读频率及追更情况

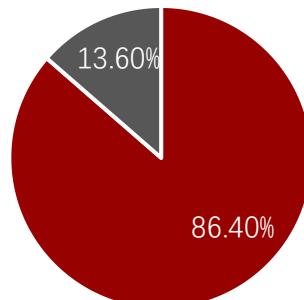
网络文学用户每天网文阅读频率分布，2020年

单位：[百分比]



网络文学用户固定周期追更比例分布，2020年

单位：[百分比]



来源：沙利文，头豹研究院编辑整理

### 描述

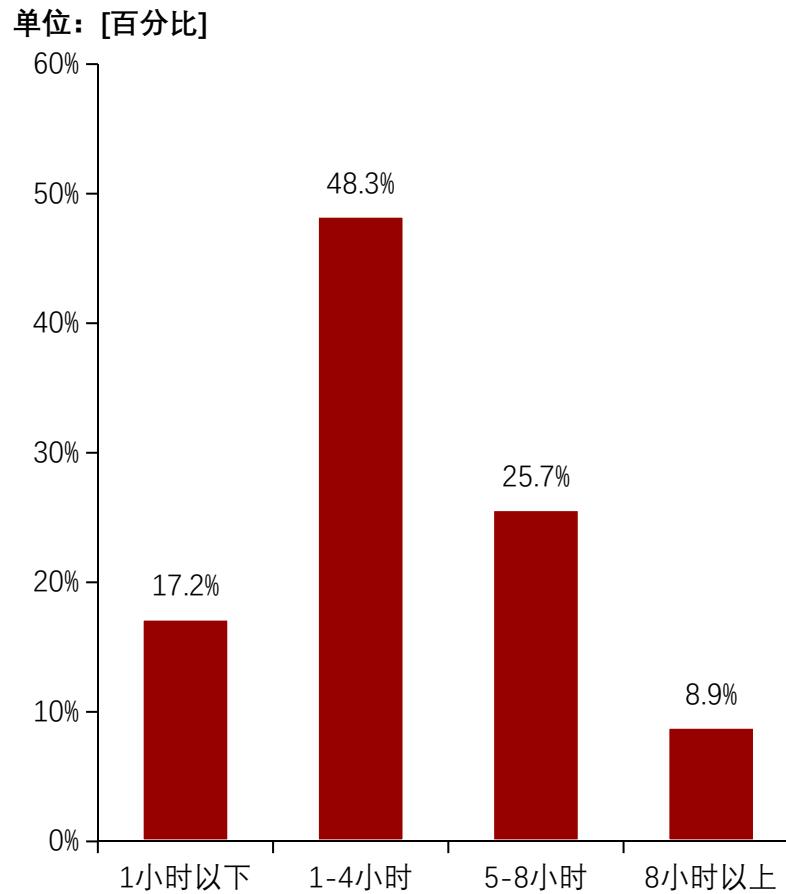
- 网络文学用户阅读频率排名前三的分别是每天几乎都看，每天阅读2-4次，每天阅读5-7次，占比分别为30.7%， 29.8%和27.6%。网络文学用户每天阅读频率高的主要原因是由于互联网和智能手机的发展使用户可随时随地的利用碎片时间来进行阅读
- 网络文学用户中86.4%的用户会选择固定周期追更。从某种程度而言，连载性质的网络文学作品也鼓励读者们定期去跟进故事的人物情节发展。连载性质的网络文学作品在一定程度上可增加用户黏性

### 头豹洞察

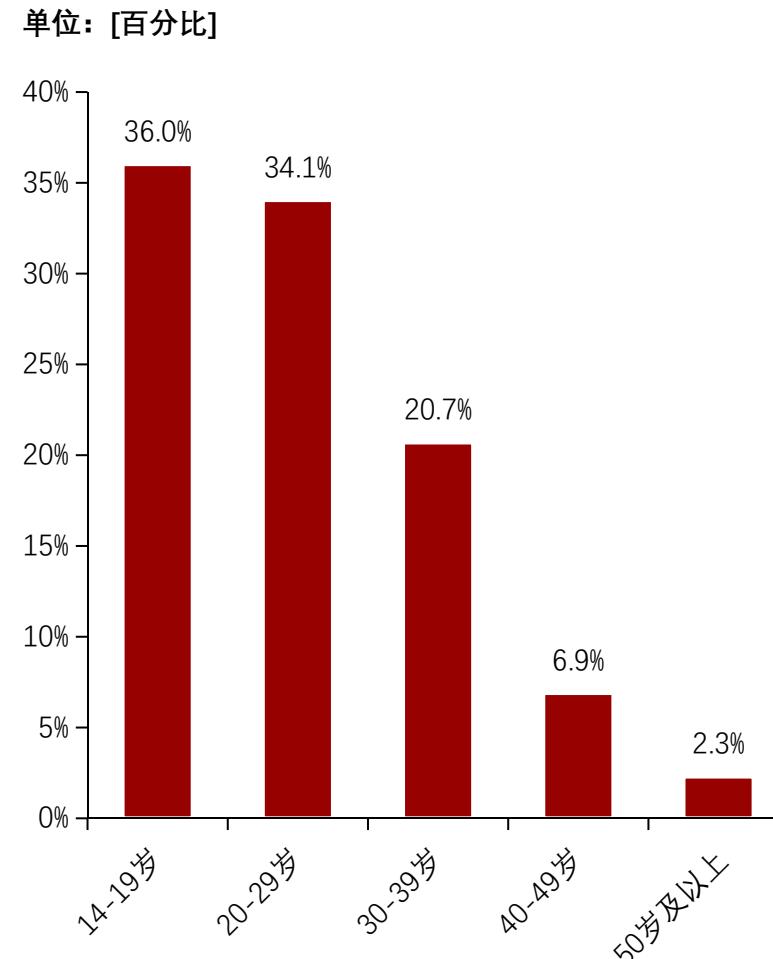
- 网络文学行业的读者和作者之间形成一个闭环，具有一个互相驱动力。网络文学读者的壮大可为作者提供更多盈利，从而吸引更多作者投入网络文学创作；网络文学作者的增多会增加作品内容的多样性，从而吸引更多读者
- 以阅文集团为例，读者被阅文旗下平台的网络文学作品内容所吸引，作者通过可以接触全国最大的网络文学读者群体，第三方合作平台以及商业化机遇
- 读者数量逐渐增加将推动作者人数和作品数量的扩大。作者数量的增加将推动内容消费以及版权授权的增加。作品库的丰富会吸引不同授权改编合作商的合作意向。因此，作者数量及作品库的丰富将提高中国网络文学平台的盈利能力和盈利方式的多样性

网络文学用户年龄分布逐渐年轻化，从80后转移到90后及00后，其主要原因是年轻的读者对于当下流行的故事情节和多元化网络文学作品以及其他网络文学作品衍生产品有很高的接受性

网络文学用户每周网文阅读时长分布，2020年



网络文学用户年龄分布，2020年



头豹洞察

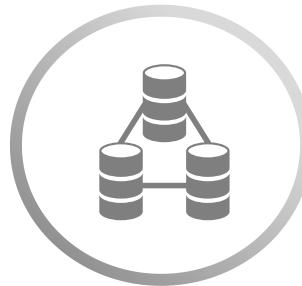
- 文娱类产品的主要用户群体，包括文学作品内容读者逐渐从80后转移到90后及00后，这部分年轻的读者对丰富的互动性媒体形式有很强的需求，并且对于当下流行的故事情节和多元化网络文学作品以及其他网络文学作品衍生产品有很高的接受性
- 在阅读时长方面，约48.3%的网络文学用户每周网文阅读时长在1-4小时，25.7%的网络文学用户每周网文阅读时长为5-8小时
- 在网络文学用户年龄分布方面，14-19岁用户为网络文学主要阅读群体，占比为36%。其次，20-29岁这一年龄段的用户群体占比达到34.1%

## 第三章节：网络文学行业现状及发展

### Current Situation And Development



行业综述



产业链



现状及发展



上市企业

- 中国政府加强对文学著作权的重视，同时着力发展数字文化产业
- 付费倾向强及创作自由化提高网络文学作者的积极性，推动中国网络文学规模的扩大
- 作为IP源头的网络文学将加速深耕泛娱乐领域，提高全产业链的商业化价值

# 中国政府加强对文学著作权的重视，同时着力发展数字文化产业，大力支持文学与人工智能等新技术相结合，形成新型文化业态

## 中国网络文学行业相关国家政策，2016-2020年

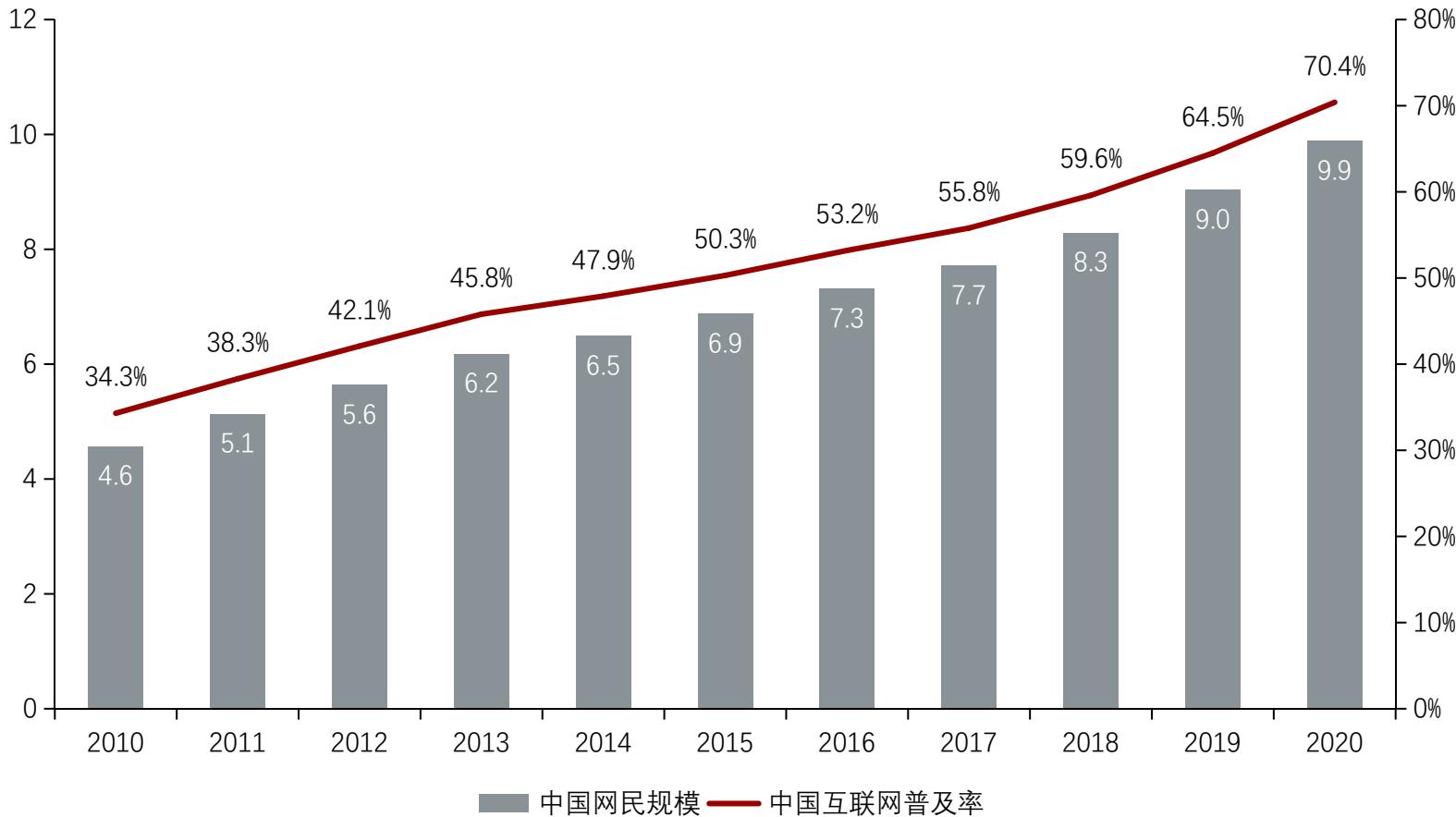
政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于文化产业发展工作情况的报告》	2019-06	国务院	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 鼓励和支持培育基于大数据、人工智能等新技术的新型文化业态，积极发展数字创意、智慧广电、网络视听、数字出版、动漫游戏等新兴文化产业，推动相关新兴产业的相互融合</li> </ul>
《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	2017-08	文化部	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 提出着力发展数字文化产业重点领域，丰富网络文化产业内容和形式，鼓励生产传播健康向上的优秀网络原创作品，提高网络音乐、网络文学、网络表演、网络剧目等网络文化产品的原创能力和文化品位</li> </ul>
《网络文学出版服务单位社会效益评估试行办法》	2017-06	国家广播电视台总局	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 网络文学是中国数字出版产业的重要组成部分和网络文艺的重要类型，近年来发展迅速，在满足人民群众精神文化需求、激发文化创造创新活力等方面发挥了积极作用。与此同时，网络文学也存在着数量大质量低，有“高原”缺“高峰”和片面追求经济效益的突出问题和不良倾向</li> <li>□ 为深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》，引导网络文学出版服务单位坚持以人民为中心的创作出版导向，始终把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一</li> </ul>
《关于加强网络文学作品版权管理的通知》	2016-11	国家版权局	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 进一步明确了通过信息网络提供文学作品及提供相关网络服务的网络服务商在版权管理方面的责任义务，细化了著作权法律法规的相关规定，对规范网络文学版权秩序具有重要意义</li> </ul>
《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011-10	中国共产党第十七届中央委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 要求到2020年文化产业成为国民经济支柱性产业，加快发展数字出版、移动多媒体等新兴产业，实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，<b>鼓励网民创作格调健康的网络文化作品</b></li> </ul>
《中华人民共和国著作权法<第二次修正>》	2010-02	全国人民代表大会	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 规定保护文学、艺术和科学作品的著作及与著作权有关的权益，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播</li> </ul>

来源：国务院，文化部，国家版权局，头豹研究院编辑整理

## 中国互联网用户规模的扩大和互联网渗透率的上升使用户的阅读方式逐步从传统的纸质阅读转换成手机在线阅读，阅读方式的改变推动网络文学的发展

中国互联网用户规模及互联网渗透率，2010-2020预测

单位：[亿人]



来源：沙利文，头豹研究院编辑整理

头豹洞察

- 互联网基础设施建设的不断完善、利好政策的持续出台，以及互联网对于各个行业的渗透，共同促进网民规模持续增长。中国互联网用户规模从2010年的4.6亿人增长到2020年的9.9亿人。同时，互联网渗透率从2010年的34.3%增长到2020年的70.4%
- 伴随着互联网用户规模的扩大和互联网渗透率的上升，用户的阅读方式逐步从传统的纸质阅读转换成手机阅读软件在线阅读。手机在线阅读对比传统阅读方式更快捷和简便，用户可更高效的利用碎片时间来阅读文学作品；同时，随着手机在线阅读人数增多，网络文学逐步形成自有的商业盈利模式。在盈利的驱动下，网络文学市场规模进一步扩大

## 付费倾向强及创作自由化提高网络文学作者的积极性，推动中国网络文学规模的扩大；需求多样化促进中国网络文学内容的丰富化

### 付费倾向强、创作自由化及需求多样化是中国网络文学行业的主要驱动因素



付费  
倾向强

- 网络文学用户粘性较高，每天阅读频率在一次以上为大多数用户，他们对网络文学的依赖度更高，他们当中表示愿意长期阅读网络文学的用户比例高于整体文学阅读用户
- 同时，这部分人群对网络文学的付费意愿也更强烈，表示未来肯定会和可能会付费的用户比例高于整体文学阅读用户
- 在整体网络文学用户中，**67.0%**用户有明确付费意愿。随着用户对于知识产权的认识和发展，网络文学用户的付费倾向逐渐加强，有利于中国网络文学行业盈利能力的提升



创作  
自由化

- 网络文学有显著的创作自由，并且愈来愈受到那些对于多元化和深度作品内容的中国读者的偏好
- 内容是出版的核心要素，传统出版是专业生产内容，把控与整合优质作家和优质内容，内容专业性强但是限制了非专业原创内容的传播
- 在平台为王的时代，互联网可以迅速汇聚大量原创内容，“网民生产内容，网民消费内容”的模式打破了出版业原有格局。平台是内容的载体，优质内容在互联网助力下，能够迅速传播，为消费者贡献了多样化的內容。积累大量人气的网络书籍，并且经过实体出版后弥补了传统出版物选择性不足的缺憾，能够获得良好的市场反应



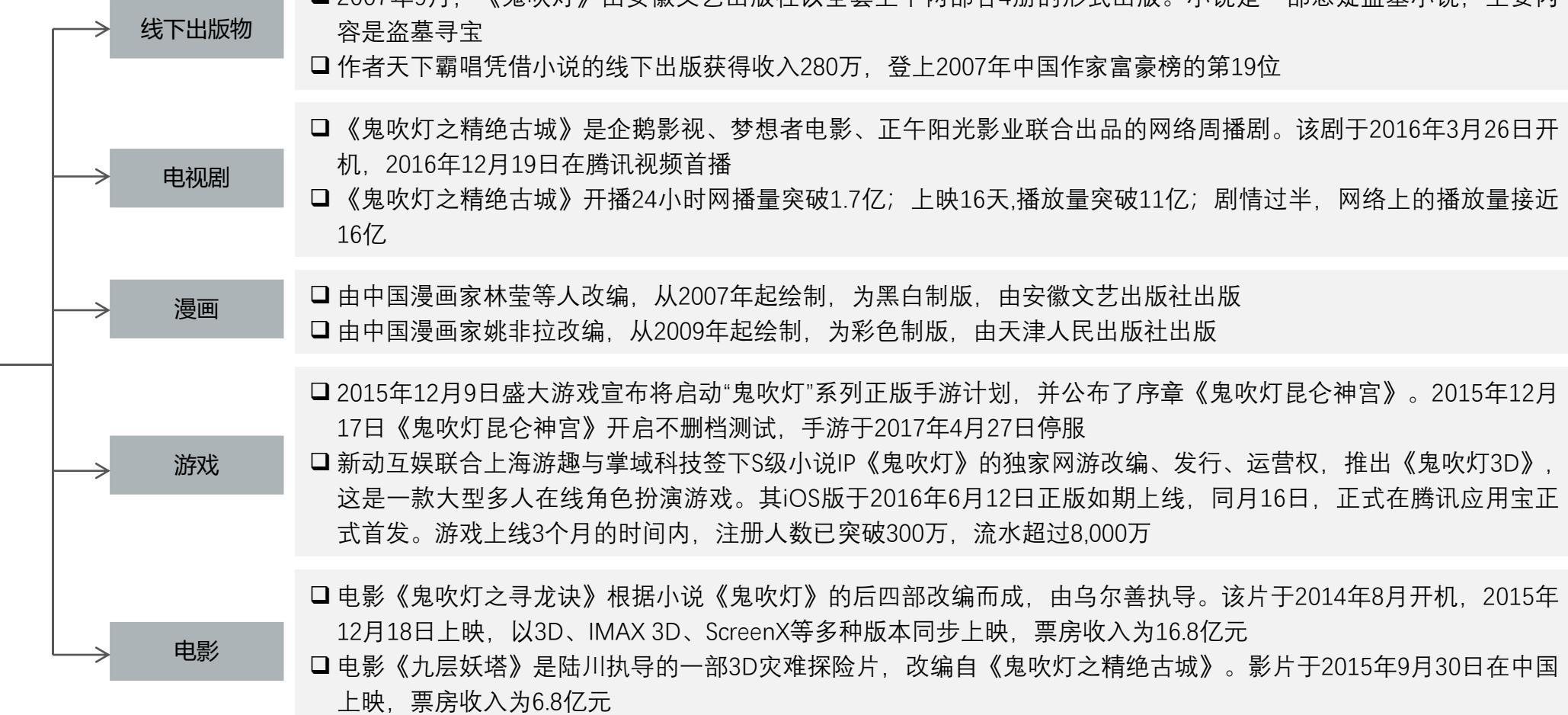
需求  
多样化

- 随着生活节奏的加快，相对于传统纸质阅读而言，碎片化的生活模式需要更便捷渠道和平台来满足不同的阅读需求，互联网和移动端app的发展为阅读提供了快捷便利的方案，使得网络文学成为国民首选的UGC (User Generated Content) 文化产品
- 除此之外，网络文学作品实现音像化、朗诵化功能后，能够呈现出更具影响力的话题表达形式，满足读者多样化的需求

## 成功的IP运营案例：鬼吹灯

**鬼吹灯IP**

- 网络文学作品《鬼吹灯》于2006年4月在起点中文网连载，是著名网文作家天下霸唱的作品。阅文集团拥有其永久的全版权
- IP价值超30亿元

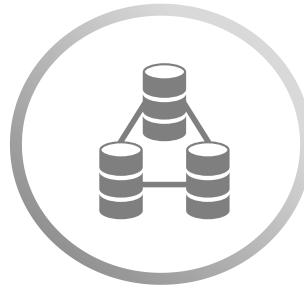


# 第四章节：网络文学行业上市企业

## Listed Companies



行业综述



产业链



现状及发展



上市企业

- 阅文集团以作家人数及作品数量多且作品影响力大在中国网络文学行业处于领先地位，同时阅文集团积极布局网络IP全产业链，并取得显著成就
- 中文在线在部分版权衍生业务上发展较早，为其累计一定经验；同时，中文在线持续推动知识产权保护，为其树立了良好企业形象，有利于中文在线在业内知名度的提升
- 掌阅科技注重用户体验感及深度运营开发能力强的优势帮助其不断扩大用户规模，2020年上半年，掌阅科技平均月活跃用户数达1.7亿人

## 阅文集团以作家数量及作品数量多，网文IP产业链布局较为完善的优势位居中国网络文学行业第一梯队；但随着网文IP市场的发展，第二、三梯队未来增长空间大

### 中国网络文学行业竞争格局

梯队分布	企业	介绍
第一梯队	阅文集团	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 作家数量：810万位作家</li><li>□ 作品总数：达到1,220万</li><li>□ 月活跃用户数量：2.3亿人（2020年上半年）</li><li>□ 阅文集团旗下包含QQ阅读、起点中文网、新丽传媒等</li></ul>
第二梯队	中文在线	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 作家数量：370万位作家</li><li>□ 作品总数：超400万</li><li>□ 中文在线旗下包含17K小说网、汤圆创作、四月天文学网</li></ul>
	掌阅	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 月活跃用户数量：1.7亿人（2020年上半年）</li><li>□ 掌阅旗下包含掌阅APP、有乐中文网、趣阅小说网等</li></ul>
第三梯队	阿里文学	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 阿里文学旗下包含书旗小说、淘宝阅读、UC小说等</li><li>□ 阿里文学将依托内容生产，从数字内容阅读、版权衍生、等多个角度出发，建立跟文学产业相关的开放生态链</li></ul>
	百度文学	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 百度文学旗下包含纵横中文网、91熊猫看书、百度书城等子品牌</li><li>□ 全面建立包含动漫、游戏、影视、周边产品等增值业务在内的文学产业链</li></ul>

来源：各公司公告，头豹研究院编辑整理

### 头豹洞察

- 阅文集团位居中国网络文学行业第一梯队，主要原因有三个：
  - (1) 作家数量多，且在业内知名度高，如猫腻、爱潜水的乌贼等；
  - (2) 作品数量多，内容多样化，且流传度广，阅文集团拥有85.0%的网络文学版权；
  - (3) 阅文集团网文IP全产业链的布局较为完善
- 中国网络文学行业第二梯队包含中文在线和掌阅；第三梯队包含阿里文学、百度文学等。随着网文IP市场的发展，第二、三梯队企业未来上升空间巨大

## 自有平台产品在2020年H1以61%的比例位居阅文集团主营业务收入首位；由于分销渠道扩张以及用户对阅读内容付费意愿增加使自有平台产品收入同比2019年H1大幅增长

### 阅文集团基本信息

企业名称	上海阅文信息技术有限公司
成立日期	2015年
法人代表	程武
总部地点	上海浦东
具体地址	上海市浦东新区碧波路690号
注册资本	1,000万元人民币
人数规模	1,470 (2016年)
上市信息	港股   阅文集团 0772.HK
主要产品	QQ阅读、起点中文网、新丽传媒
业务范围	◆ 文学创作、汇聚和发行、影视剧制作及内容衍生等

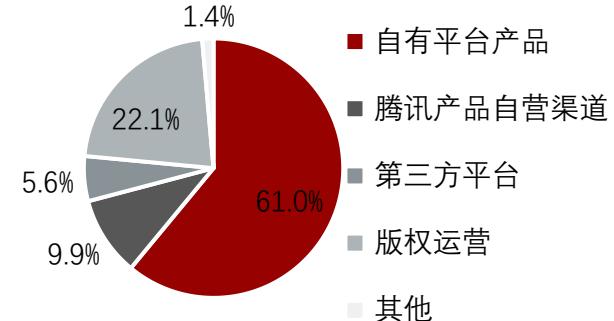
来源：爱企查，阅文集团2020年半年报，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 财务分析

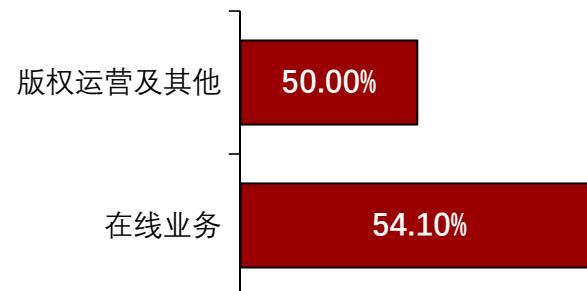
阅文集团主营业务占比，2020年H1

单位：[百分比]



阅文集团主营业务毛利率，2020年H1

单位：[百分比]



□ 阅文集团的业务可分为在线业务和版权运营及其他，其中在线业务包含自有平台产品、腾讯产品自营渠道及第三方平台

□ 自有平台产品以61.0%的比例位居阅文集团2020年半年度主营业务收入首位。自有平台产品业务收入同比2019年同期增长101.9%，其大幅增长的原因是分销渠道扩张以及用户对阅读内容付费意愿增加。如阅文集团自有平台产品及腾讯产品自营渠道的平均月付费用户从2019年H1的970.0万增长到2020年H1的1,006.0万

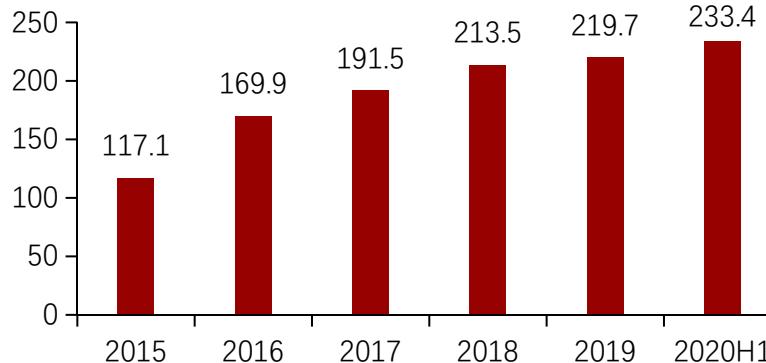
□ 阅文集团主营业务毛利率同比2019年同期整体有小幅下滑

## 阅文集团以作家人数及作品数量多且作品影响力大在中国网络文学行业处于领先地位，同时阅文集团积极布局网络IP全产业链，在影视改编方面取得进展

### 阅文集团

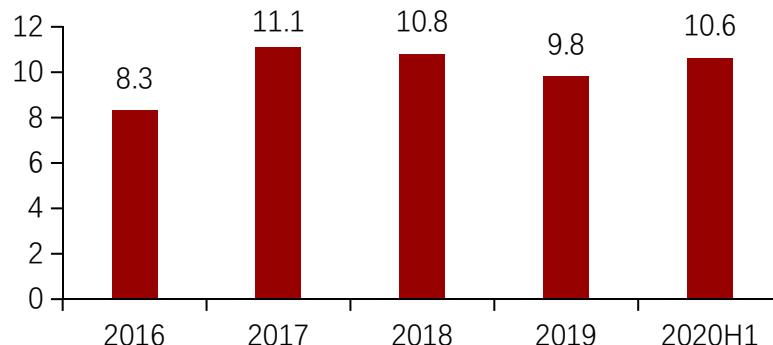
阅文集团平台月活跃用户数统计，2015-2020年H1

单位：[百万人]



阅文集团平均月付费用户数，2016-2020年H1

单位：[百万人]



来源：奥特维招股书，Wind，头豹研究院编辑整理

### 描述

- 2020年上半年，阅文集团平台月活跃用户数同比2019年同期增加7.5%，其中
  - (1) 自有平台产品的月活跃用户由115.6百万人同比增加16.1%至134.2百万人，增长主要原因是阅读内容分销渠道扩张
  - (2) 腾讯产品自营渠道的月活跃用户由101.5百万人同比减少2.3%至99.2百万人，减少的主要原因是由于腾讯产品的付费阅读内容用户减少

- 阅文集团平均月付费用户数自2016年至2020年上半年整体呈波动状态
- 自有平台产品及自营渠道的平均月付费用户同比2019年同期增加9.3%，增长缓慢的原因是腾讯产品自营渠道有更多的用户被分配至免费阅读内容

### 企业优势

- 阅文集团作家数、作品数及作品影响力均处于业内领先地位。截止到2019年，阅文平台入驻作家总计810万位，作品数量达到1,220万部，自有原创文学作品1150万部。阅文的作家数、作品数和作品影响力在业内均保持领先优势。如在2021年1月13日发布的《2020年中国网络文学作家影响力榜单解读报告》中，TOP3的中国网络文学男频作家中有两位隶属于阅文集团，分别是猫腻及爱潜水的乌贼
- 阅文集团积极布局网文IP全产业链。2019年，阅文把160部文学作品改编权授予给第三方，在版权授权和改编方面取得进展，涉及电影、电视剧、网络剧及游戏等多种形式。如2019年由网络文学改编的电视剧《庆余年》一经播出，广受好评

## 文化行业以91%的比例位居2019年中文在线主营业务收入首位；由于受到广告业务及游戏业务减少和互联网服务收入大幅下降影响，2019年中文在线主营业务收入整体下滑

### 中文在线基本信息

企业名称	中文在线数字出版集团股份有限公司
成立日期	2000年
法人代表	童之磊
总部地点	北京
具体地址	北京市东城区安定门东大街28号
注册资本	72,729.531万元人民币
人数规模	614
上市信息	A股   中文在线 300364.SH
主要产品	17K 小说网、汤圆创作、四月天文学网
业务范围	◆ 数字阅读业务、版权衍生业务、知识产权业务、教育阅读业务、教育服务业务等

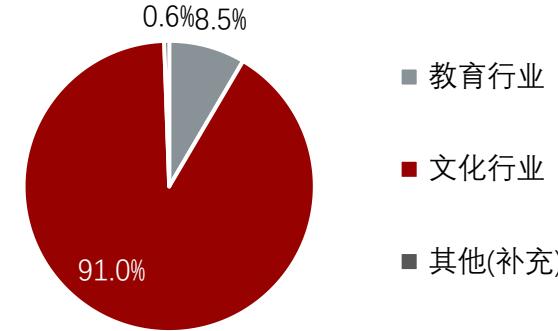
来源：爱企查，中文在线2019年年报，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

### 财务分析

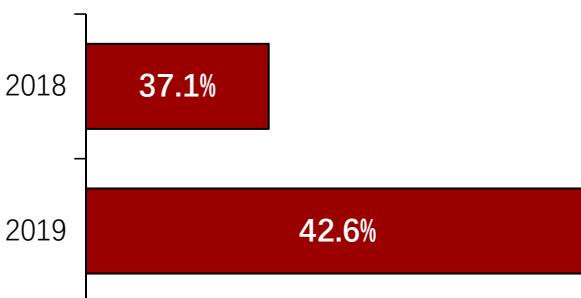
中文在线主营业务占比，2019年

单位：[百分比]



中文在线文化行业毛利率，2018-2019年

单位：[百分比]



□ 中文在线的文化行业包含数字阅读业务、版权衍生业务、知识产权业务及海外业务。教育行业包含教育阅读业务及教育服务业务

□ 文化行业以91.0%的比例位居2019年中文在线主营业务首位，同比2018年下降19.52%。中文在线主营业务收入整体有所下降，主要受广告业务及游戏业务减少影响以及互联网服务收入大幅下降

□ 中文在线2019年毛利率为42.6%，同比2018年增长5.48%，毛利率增长的主要原因是部分成本下降，如渠道成本同比2018年下降79.1%

## 中文在线在部分版权衍生业务上发展较早，为其累计一定经验；同时，中文在线持续推动知识产权保护，为其树立了良好企业形象，有利于中文在线在业内知名度的提升

### 中文在线

#### 中文在线旗下主要平台及介绍

平台	基本介绍	成就
17K小说网	中文在线核心原创内容平台	累计注册用户人数超1亿人；点击量过亿次的作品近百部
汤圆创作	中国最大的校园移动创作平台	累计注册用户人数近700万人
四月天文学网	女生垂直网文平台	驻站作品累计超20万部，创作者超15万人

#### 中文在线内容分发渠道

渠道	具体平台
自有渠道	17K小说网、汤圆创作、四月天文学网等
付费阅读平台	QQ阅读、掌阅、微信读书等
免费阅读平台	米读小说、番茄免费小说
电商平台	亚马逊等
三大运营商的阅读平台	咪咕阅读、天翼阅读、沃阅读
其他类APP	爱奇艺、微信

### 描述

- 中文在线旗下主要有三大平台，17K小说网、汤圆创作、四月天文学网
- 中文在线拥有数字内容资源超460万种，网络原创驻站作者超390万名；与600余家版权机构合作，签约知名作家、畅销书作者2,000余位

### 企业优势

- **中文在线在部分版权衍生业务发展较早，具有一定经验优势，如有声内容。**中文在线旗下子公司鸿达以太是全国最早的有声内容制作公司、有声内容提供商之一，经过24年的积累，目前拥有123万部(集)，28万小时有声书资源。内容涵盖评书、相声、畅销小说、原创小说、百家讲坛、管理课程、少儿作品等各领域
- **持续推动知识产权保护，树立良好企业形象。**中文在线组建了专业、强大的知识产权保护团队为其及合作版权方对于数字内容和合法权益保驾护航。中文在线规模化、专业化的法律团队，维权行动遍布中国20多个省、市、自治区，并在北京、天津、武汉成立了三大维权基地，先后起诉了盗版网站上千家，运作维权案件近万起，涉案作品超过十万部

# 付费和免费模式的结合为掌阅科技数字阅读平台带来新一轮增长，网络IP衍生产品的发展提高掌阅科技版权产品未来增长空间

## 掌阅科技基本信息

企业名称	掌阅科技股份有限公司
成立日期	2008年
法人代表	成湘均
总部地点	北京
具体地址	北京市朝阳区东三环中路39号
注册资本	40,100万元人民币
人数规模	801
上市信息	A股   掌阅科技 603533.SH
主要产品	掌阅APP、掌阅文学、掌阅精选、掌阅校园、iReader阅读器、有乐中文网、趣阅小说网等
业务范围	◆ 数字阅读平台业务、版权产品业务、影视业务、新媒体阅读业务

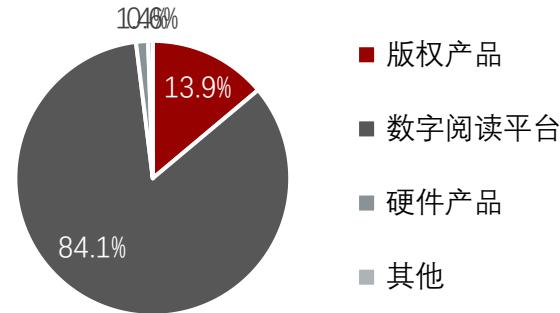
来源：爱企查，中文在线2019年年报，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 财务分析

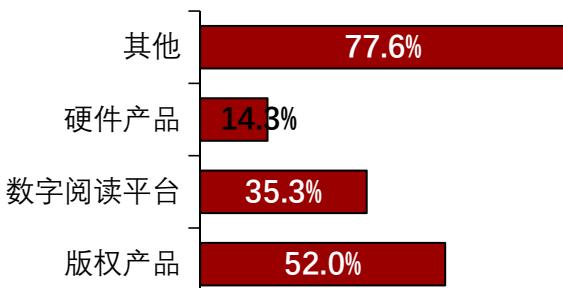
掌阅科技主营业务占比，2019年

单位：[百分比]



掌阅科技主营业务毛利率，2019年

单位：[百分比]



□ 数字阅读平台以84.1%的比例位居2019年掌阅科技的主营业务收入首位；其次是版权产品，其占比达13.9%。尽管版权产品在2019年占主营收入比例较小，但发展潜力巨大，版权产品业务收入同比2018年同期大幅上涨91.17%

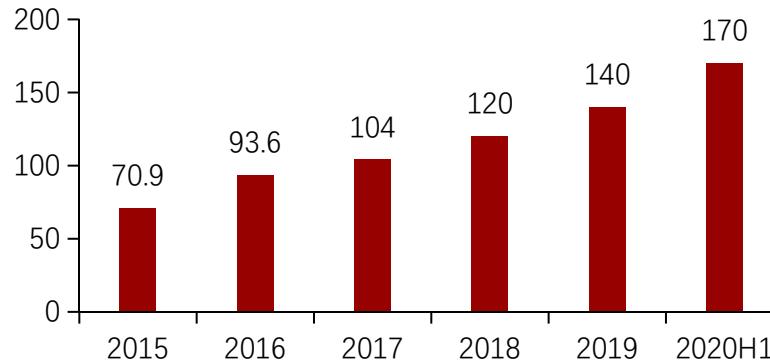
□ 掌阅科技主营业务毛利率占比最高的产品为版权，其占比达52%。2019年版权产品毛利率增加是版权产品收入增长所致，掌阅科技积极拓展分发渠道，向第三方互联网平台、影视公司、游戏公司输出版权

## 掌阅科技用户黏性高及深度运营开发能力强的优势帮助其不断扩大用户规模，2020年上半年， 掌阅科技平均月活跃用户数达1.7亿人

### 掌阅科技

掌阅科技平台月活跃用户数统计，2015-2020年H1

单位：[百万人]



掌阅科技旗下平台付费模式

付费平台	付费方式	价格
掌阅APP	按章节付费	0.05元/千字
	会员付费	连续包月15月；12个月98元
红薯中文网	按章节付费	0.12元/章
趣阅小说网	按章节付费	0.05元/千字
有乐中文网	按章节付费	不同级别，不同价格；级别越高收费依次递减

来源：奥特维招股书，Wind，头豹研究院编辑整理

### 描述

□ 掌阅科技用户规模不断扩大，2020年上半年，掌阅科技平均月活跃用户数达1.7亿人，用户规模扩大主要有两个原因：

- (1) 掌阅科技加大免费阅读投放力度，吸引到更多用户；
- (2) 掌阅科技不断完善用户体验，对阅读场景进行升级改造，从而吸引更多的用户使用旗下平台

□ 用户付费和商业化增值相结合是互联网平台常见的盈利模式

- (1) 用户付费：掌阅科技旗下付费小说平台品类众多，付费模式一般以按章节付费为主，如掌阅APP及趣阅小说网；
- (2) 商业化增值：掌阅科技的商业化增值主要通过广告营销等

### 企业优势

□ **注重用户体验感可提升用户黏性。**掌阅科技自主研发了数字阅读平台，在不断优化产品细节及性能的同时，在业内率先实现了3D仿真翻页、护眼模式等技术创新的产品应用，提高用户体验感。并在文档识别、转化、续读技术以及数字内容的精装排版等方面形成了核心技术优势，处于行业领先地位

□ **不断提升深度运营开发能力，更精准对应客户。**掌阅科技通过大数据分析总结用户行为等特征，形成用户习惯标签，建立系统流程化推荐，筛选优质内容，高效精准将优质内容触达到用户，形成了以内容挖掘和用户行为为导向的精细化数字阅读运营体系

# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从网络文学、小说、网文、泛娱乐等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 头豹领航者计划介绍

头豹共建报告

2021年度  
特别策划

Project  
Navigator  
领航者计划

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……

每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额

头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建

头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo



## 共建报告流程

1 企业申请共建

2 头豹审核资质

3 确定合作细项

4 信息共享、内容共建

5 报告发布投放

# 头豹领航者计划与商业服务

## 研报服务

共建深度研报  
撬动精准流量



## 传播服务

塑造行业标杆  
传递品牌价值



## FA服务

提升企业估值  
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，  
根据企业不同发展阶段的资  
本价值需求，依托**传播服务**、  
**FA服务**、**资源对接**、**IPO服**  
**务**、**市值管理**等，提供精准  
的**商业管家服务解决方案**

## 资源对接

助力业务发展  
加速企业成长



## IPO服务

建立融资平台  
登陆资本市场



## 市值管理

提升市场关注  
管理企业市值



扫描二维码  
联系客服报名加入



# 读完报告有问题? 快，问头豹！你的智能随身专家

千元预算的  
高效率轻咨询服务



扫码二维码即刻联系你的  
智能随身专家



## STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术  
精准拆解用户提问



头豹

LeadLeo

400-072-5588



## STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命  
随时评估解答方案



## STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研  
迅速生成解答方案



## STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、  
专家专访等多元反馈方式

