

免费模式“搅局”数字阅读市场 企业争相延展产业链

证券时报记者 吴志

随着产业链的逐步完善以及用户付费习惯的养成,近年来,数字阅读行业逐渐风生水起,行业头部企业也陆续上市。正因如此,一向被形容为“闷声发大财”的数字阅读领域,受到越来越多的企业关注,不少新玩家开始涌入这一领域。

如今,数字阅读企业不仅需要面对其他内容形态的竞争,巨头投入的不断增加,用户阅读和付费习惯的变化以及免费阅读模式的兴起,都给从业者带来了新的压力。

混战数字阅读

数字阅读是一个相对宽泛的概念,它既可以指数字化的阅读方式,也可以指数字化的阅读内容。数字化的阅读内容包括数字化呈现的各类网络小说、漫画、有声读物等,其中网络小说是数字阅读最重要的内容板块。

近年来,随着数字阅读行业的快速发展,越来越多的企业开始关注这一领域。目前,数字阅读领域的参与者包括互联网巨头、电信运营商、独立数字阅读企业,另外还包括新兴互联网企业以及科技公司等。

在互联网巨头中,腾讯及阿里巴巴在数字阅读领域涉足最早、最深。2015年以来,腾讯通过收购盛大文学,组建了阅文集团,目前阅文集团已经成为国内领先的数字阅读企业;而阿里巴巴则通过旗下书旗小说等产品,在数字阅读领域占据一席之地。

在互联网巨头之后,新兴互联网企业是近年来数字阅读行业诞生的一股新势力。如趣头条在2018年5月推出了主打免费阅读的米读小说;连尚网络推出了连尚文学品牌,旗下包括多个数字阅读产品;字节跳动则推出了红果小说等数字阅读产品。

除此之外,科技公司、电信运营商对于数字阅读的兴趣也有明显提升。早年许多手机厂商对数字阅读等非核心业务关注不多,手机内置的阅读应用基本来自行业头部企业。但如今,一些手机厂商已开始推广其自有数字阅读产品。如小米手机内置多看阅读,多看阅读仅有两名股东,分别是雷军以及小米科技高级副总裁王川。

在三大电信运营商中,中国移动在数字阅读上发力较早,其旗下咪咕阅读市场占有率长期位居行业前列;中国联通、中国电信目前也在推广旗下的沃阅读、天翼阅读平台。

数字阅读行业的参与者越来越多,这对整个行业发展来说是好事,良性的激烈竞争能够推动行业更快发展。”连尚文学党支部书记、大众书网副总裁李青福表示。

企业竞相涌入数字阅读领域,表明数字阅读产业拥有强大的市场价值。”吾里文化CEO艾德鹏对证券时报记者表示。艾德鹏认为,在行业竞争更加激烈的情况下,数字阅读企业应该坚持创新,坚持精细化运营,打磨好的产品,发挥内容优势,打造和提升核心竞争力。

用户、IP、流量

企业接连涌入数字阅读行业,既与行业本身的快速发展有关,也与整个产业链的成熟度密切相关。

艾瑞咨询发布的数据显示,2018年中国网络文学市场规模已达153亿元,同比增长20.3%,保持稳步增长状态;预计至2020年,行业市场规模将超过200亿元。如果算上漫画、有声等正在快速发展的产品形式,数字阅读的市场规模会更大。

从社会基础、用户潜力、产品黏性、IP价值等方面来看,数字阅读行业具有很大的发展潜力,因此吸引了众多巨头布局。”李青福表示,2018年底数字阅读用户量已经超过4.3亿,数量庞大,但仍远低于互联网视频、娱乐等领域,因此从用户潜力来看,行业未来仍然有广阔的发展空间。

从用户价值来看,李青福介绍,数字阅读具有很强的用户黏性,每个用户日使用时间平均在120分钟左右,因此行业在广告、增值服务等方面具备很高的潜力。

除了有较高增长潜力的用户群体外,在IP重要性持续提升的当下,数字阅读作为上游行业,每年产生和积累的大量有价值的IP,也成为巨头们关注的焦点。

艾德鹏认为,IP价值的凸显是巨



头布局数字阅读的重要原因。数字阅读用户群体对于IP内容衍生产品的好奇心强、接受度高,使得IP的价值逐渐凸显,变现能力强,而网络文学正是IP的重要来源。”艾德鹏表示。

李青福也认为,网络文学强大的内容创造力,使其成为泛娱乐产业的重要内容源头,而目前围绕网络文学IP开展动漫、影视剧、游戏等价值链的开发,已经显示出可行性和变现能力,这是导致数字阅读成为“必争之地”的重要原因。

免费阅读带来机会

在数字阅读发展早期,整个行业并没有清晰的商业模式。此后,随着支付技术逐渐成熟以及用户付费习惯得到改善,付费阅读逐渐成为数字阅读企业的主要收入来源。

然而,从免费时代走入付费时代的数字阅读行业,如今又再度面临着免费阅读模式的挑战。自2018年下半年以来,新入局的数字阅读玩家中,主打免费阅读模式的不在少数。

不同于付费阅读平台中提供的部分内容免费服务,免费阅读平台走的是“流量+广告”模式,用户无需为内容付费,平台依靠流量获得广告等收益。

由于免费阅读模式的强大吸引力,免费阅读平台发展迅速,在短时间内快



吴志/制表 彭春霞/制图 图虫创意/供图

速积累了大量用户。

以连尚文学旗下连尚免费读书为例,该产品于2018年8月正式上线。易观千帆数据显示,到今年4月,连尚免费读书月活跃用户规模已达1704万。趣头条旗下米读小说于2018年5月推出,在几乎



挑战。

近几年数字阅读用户的付费意愿虽然逐年提升,但提升的幅度越来越小,截至去年,数字阅读市场的付费率也未突破10%,这证明数字阅读市场的付费率已经接近瓶颈。”李青福认为,付费阅读模式制约了数字阅读市场的进一步发展,而免费阅读模式则是数字阅读市场突破瓶颈的关键。

艾德鹏认为,免费阅读模式对于用户来说更多的是一种选择,不论是免费模式还是付费模式,均是数字阅读企业对商业模式的一种探索。如果多种商业模式能够并存,促进行业发展,可以对行业的多元化、可持续发展起到带动作用,未尝不是一件好事。

正因如此,目前,许多付费阅读平台也开始大力推广自身的免费阅读业务。如阅文集团在今年1月上线了免费阅读产品飞读小说。掌阅科技也在2019年半年报中表示,免费阅读模式的崛起给数字阅读行业带来了新的机会,公司推出了免费阅读业务,目前已快速积累了大量用户。

发力下游

网络文学是影视、游戏、动漫等行业最重要的IP来源,而大多数数字阅读企业都储备有丰富的IP。近年来,在影视、游戏、衍生品等诸多领域,来自网络文学

掌阅科技王良:数字阅读免费模式不会带来颠覆

证券时报记者 吴志

从一个关注度并不高的细分领域,变成巨头们的“必争之地”,数字阅读行业近几年发生的变化是显而易见的。作为国内数字阅读领域的头部企业,同时也是主要的独立数字阅读平台,掌阅科技603533亦感受到了这种变化。

面对变化,掌阅科技将如何应对?近日,证券时报记者专访了掌阅科技联合创始人王良,王良同时担任证券时报2019中国超级潜力IP评选“影视化方向评委”。

做好内容和服务

证券时报记者:掌阅在数字阅读领域耕耘已久,目前市场份额也相对领先,公司如何保持自己的领先地位?

王良:最近确实出现了一些用模式来颠覆数字阅读行业的产品,短期内它们带来的冲击肯定会有,但是短期的冲击不足以影响我们十多年的积累,只是可能对现在有些影响,这种影响只要我们进行适当的调整,就能够应对。

数字阅读行业的核心一是平台内容的积累,二是基于内容提供的核心服务,比如阅读场景、氛围、关系链等。未来我们可能会基于内容,做一些阅读体验的升级,产品形态的创新等等,核心是要把内容服务做好。

证券时报记者:直接采购作品版权和自己做原创内容,给企业带来的价值有什么差异?

王良:我们的内容是以自己生产为主,我们的原创内容生产能力在行业内处于领先地位,采购的内容对我们来说是一种补充,但是自己生产的内容,作者会基于平台的属性创作,作品可能更适合我们平台的用户。

外部采购的内容都是成品,经过了验证,我们不会关心它是怎么生产出来

的,但是我们自己生产的内容,需要从源头开始关心。而且我们要通过我们的生产体系,去培养一批有能力适应变化的作者,当以后行业发生变化的时候,我们既有内容,也有适应变化的能力。

证券时报记者:掌阅科技目前储备了许多优质IP,在后续开发上,公司有什么计划?

王良:我们最开始的策略是把IP销售出去,这种模式比较简单,对我们来说风险也比较小,能卖就卖,不能卖就先留着。但是坏处是销售出去了就跟我们无关,跟我们的影视公司也没有联动,这样IP的影响力就有问题。所以我们现在也成立了影视团队,主要的职责就是把真正优质的内容跟上下游串联起来。我们也会参与项目策划、制作,这样很多项目我们更可控,能把大家的利益放在一起,对我们未来的内容开发有更多帮助。

证券时报记者:去年以来下游影视行业进入“寒冬”,现在的市场上IP价格高吗?

王良:现在的价格比原来低了很多,原来基本上价格都很高,现在在一些头部IP作品价格还是挺高的,但是肯定没有巅峰期那么高了,大部分IP的价格都非常理性。另外,现在更多的是“风险共担”模式,版权方并不是直接把IP卖出去,而是走进项目里一起做项目。

免费阅读不会带来颠覆

证券时报记者:数字阅读最初是从免费起步的,近几年用户的付费意愿越来越强,但现在免费阅读有兴起之势,会对行业产生冲击吗?

王良:数字阅读行业不会完全进入免费时代,当年的免费是因为支付等技术手段不成熟,所有的产业,发展到最后都要回归到付费。我觉得未来

数字阅读市场,免费模式会成为付费模式一个很好的补充,它的市场规模也不小。但是,这个行业生存的核心一定是优质内容付费,无论是对于整个行业的健康发展,还是创作者的创作生态,付费模式都是更好的。

证券时报记者:免费阅读带来的用户,是从存量市场切走的“蛋糕”,还是给行业带来的增量?

王良:免费模式不会颠覆付费模式,但是免费模式会把市场扩大,原来一些不看付费内容的受众可能会被吸引过来。从这个角度来看,免费阅读模式是有价值的。

掌阅科技目前沉淀的用户大部分都是付费用户,我们推行免费阅读业务,能够减少老用户的流失,同时能够扩大增量。但是我们做免费阅读的同时,一定要加大付费内容的投入,提升用户的阅读服务和阅读体验,既然内容免费了,用户也愿意接受广告,你想再让用户付费,就要让用户感觉到服务质量得到了提升,不然用户可能觉得没有价值,至少会流失一部分。

证券时报记者:掌阅向免费阅读领域的竞争对手出售了部分作品版权,不担心对自身形成挑战吗?

王良:免费阅读是一种基于用户对网络小说内容需求的流量产品,说得上是竞争者,但也不完全算竞争者,因为它虽然有存量市场的竞争,但核心还是增量市场。掌阅有强大的内容持续生产能力以及服务能力,我们能够持续不断生产好的内容,而且我对我们的服务能力

也是有信心的。如果我对掌阅的内容生产能力没信心的话,我们就不会出售了。

让优秀作者拿最多

证券时报记者:很多平台投入巨资争夺头部作品和作者,掌阅科技在这方面的投入如何?

王良:所有平台对于头部作者和作品的策略都是一样的,数字阅读平台在签约头部作者和采购头部内容上花很多钱,是因为头部作者的作品产生了这种价值。所有的行业都应该这样,优秀的作家就应该拿到最多的钱;后面的非优秀作家,应该给他更多的流量和机会,但是收入会是“二八原则”。

证券时报记者:网络文学市场对头部作者的评价标准公平吗?头部作者的收入和产生的价值对等吗?

王良:存在即合理,用公平不公平来评价其实违背了商业规律。头部网络作家拥有大量粉丝,也是通过一部部作品积累起来的,没有绝对公平的评价标准,读者的选择就是最好的答案,所以他们获得对应的商业价值,也是合理的。

不过平台不会刻意去夸大作家的收入和创作好的内容,同时,我们更多的是鼓励大家创新,鼓励大家去写最擅长的东西,创新的东西,作家自己本身也要去成长。

证券时报记者:如今网络文学领域的知名作家很多都是十几年前的“老面孔”,近几年产生的优秀网文作家为何不多?

王良:首先,我觉得最近几年,优秀的作家和作品很多,只是相对过去没有那么集中的爆发了,这方面网络文学平台有一定的责任,因为这些年网文平台基本上一直在“消耗”。在互联网人口红利爆发的情况下,这几年平台一直在不停地争夺头部作者,希望作者快速生产内容去吸引用户,让大家变得很浮躁,以至没有精力和耐心去生产好的作品。

所以现在我们会让创作者沉下心来,更有耐心一点,去做细分品类,做更长期的精品内容,我们应该给新的、年轻的内

IP的改编作品层出不穷。

在下游产业链逐渐完善,行业本身竞争不断加剧的情况下,如何对IP进行有效开发,使IP价值最大化,成了数字阅读平台需要考虑的问题。

目前,业内企业主要通过IP对外授权赚取收益。艾德鹏认为,网络文学企业应该从多维度来深度挖掘IP的影响力,通过全产业链联动赋能IP价值。

艾德鹏介绍,吾里文化目前已经拥有全版权IP作品6000余部,公司将逐步向产业链上下游渗透,从而构建一个集内容创作、分发、IP开发、影视、动漫输出与制作等多板块业务布局的全新文化生态结构,助力IP实现最大价值。

IP价值的挖掘要有全盘思维,但也要注重每个板块的落地执行。”李青福认为,IP权价值的开发需要巨大的投入,对于回报的要求也高,而我国泛娱乐产业目前的创作能力还存在不足,因此IP开发不宜一拥而上,要有规划、有步骤、质量为先。

李青福介绍,吾里文化目前主要数字阅读企业均加大了对IP产业链下游的布局,涉及影视、游戏、动漫等多个领域。

阅文集团,作为国内主要IP授权源头,每年为影视、游戏、动漫等行业提供大量IP。目前,阅文集团正从单一授权销售模式,转向研运一体化。阅文集团不仅自己定制开发了IP改编类移动游戏,还与多家游戏企业联合成立了IP联盟,围绕IP开发各类产品。

A股上市公司平治信息也表示,正积极探索围绕IP为核心的网络文学立体化产业发展新路径,加快作品IP全版权运作。其原创作品不断向有声、漫画、影视等领域进行改编孵化,先后出品及参投了多部网络大电影、网剧以及有声作品。

数字阅读行业未来3-5年仍然会保持良好的发展势头,但行业模式会继续发生创新和蜕变,免费阅读会占据更高的市场份额,网络文学IP衍生价值的开发将会占据越来越重要的地位。”李青福表示。

容创作者更多的机会和空间。

积极应对变化

证券时报记者:数字阅读已经进入存量竞争的市场,您对行业未来3到5年的走势有什么看法?

王良:我觉得现在数字阅读增量市场已经很小了,基本上接近饱和,每年的增速已经有限了,现在要做横向的用户挖掘,以前数字阅读平台对单用户价值的挖掘都做得不够,只赚了最简单、最少的钱,用户价值挖掘其实是一大“金矿”。

另外,不管是数字阅读行业,还是大文娱行业,内容都是核心,所以未来我们会把重心更多的放在内容下沉上,比如内容差异化等,我们会把流量更多的用在内容良性生产以及年轻作者的培养和成长上。

证券时报记者:如今的年轻用户在付费习惯上,和最初的用户群体有什么差别?

王良:年轻用户的付费习惯我觉得比以前要好,他们更愿意付费,但是现在仅仅依靠内容就想让95后、00后付费难度比较大,因为他对内容的挑剔程度变高了,他可能觉得书写得很好,但是不愿意给纯文字付费。但是如果能够提供一个新的玩法或者形象,他们可能愿意付更多的费用。年轻用户不仅仅为纯内容付费,也为服务买单,他们的综合要求是比较高的。

证券时报记者:现在部分中国网文作品在海外比较受欢迎,掌阅在出海方面有什么布局?

王良:网络文学出海要分两方面看,首先出海肯定要坚持下去,我认为现在国内的一些头部作品翻译成海外文字,对海外市场是有一定冲击的,但是这样的量来看很难形成规模效益,网文不像影视、游戏作品,容易产生单品爆款。内容出海是一种尝试,但核心还是要模式出海,基于内容IP的全产业链的商业模式出海,然后更多的是一部分内容出海,一部分内容本地化,这才是最好的。

