



2018

网络文学行业报告

ONLINE LITERATURE INDUSTRY REPORT

摘要

ABSTRACT

互联网在颠覆人类生活方式的同时，也为人类文化生活带来了新的手段，人类阅读习惯逐渐由传统的纸质阅读转向以互联网为核心的数字阅读。庞大的移动互联网用户群体及付费意识的提升，旨在打击盗版的剑网行动，迎合95后的各类交互式创新阅读平台的兴起，联合推动整个网络文学行业的蓬勃发展。目前，国内网络文学作品无论从题材还是数量上都可以与传统文学匹敌。以内容为核心的IP全版权运营模式，特别是向游戏、影视、动漫延伸的全产业链开发，将网络文学推向新的发展时代。

本报告从当前的时代特征出发，对网络文学行业的发展历程做了全面的梳理，对网络文学产业链特征进行了全面解读，对网络文学市场的规模态势及未来趋势进行了分析和预测，并对国内外网络文学行业企业进行整体画像分析，对典型企业的商业模式和核心竞争优势进行了深度剖析，最后提出了行业的发展趋势及投资机会。

① 关键词

网络文学、付费阅读、IP改编、二次元、对话小说

② 关键发现

- 网络文学产业链向下游跨界延伸，以IP为源头的产业链延伸运作的探索和实践加强，为IP的价值赋能打开契机。IP价值最大化的利益诱惑，促使集团化企业在网络文学全产业链布局不断深化。
- 网络文学商业模式已渐成熟，阅读、广告、IP改编等多种变现方式并驾齐驱，布局网络文学IP全版权运营的企业前景广阔。
- IP价值大爆发，主营IP运营服务类企业兴起，小众网络文学作品和平台机会涌现。
- 年轻群体将成为移动互联网用户的主力军，作为高付费意愿群体，将带动网络文学市场的快速发展。
- 国外网络文学市场还处于起步阶段，国内优质网络文学作品及改编作品出海掘金潜力巨大。
- 具备IP优质资源和全产业链运作能力的平台厂商、具备在“内容与形式”方面的持续创新及打造爆款能力的文学平台具有较高的投资价值。

目录

CONTENTS

1.

行业发展概述 P03

- 01 网络文学概念
- 02 产业链图谱
- 03 行业发展历程及驱动因素

2.

市场规模分析 P07

- 01 网络文学行业市场仍将高速发展
- 02 网络文学市场巨头显现，阅文一家独大
- 03 年轻用户群体市场发展潜力巨大

3.

企业整体画像分析 P12

- 01 国外企业概况
- 02 国内企业概况

4.

国内典型企业分析 P19

- 01 阅文集团
- 02 掌阅科技
- 03 平治信息
- 04 话本小说
- 05 大神圈

5.

行业发展趋势及投资机会分析 P32

- 01 行业发展趋势
- 02 投资机会分析

第一部分 行业发展概述

① 网络文学概念

网络文学，即以网络为载体发表的文字作品，随着互联网的发展而诞生，对互联网有很强的依附性。广义上讲，网络文学包含所有在网络上发布的文学作品，例如文学网站、论坛以及个人博客。狭义上讲，指创作后首次的发布形式为网络的文学作品。

网络文学是一种新颖的文学类型，体裁广泛，如小说、诗歌、散文和喜剧等，其中以小说为主，文笔灵活，情节生动，具有很强的互联网属性。与传统文学相比，网络文学门槛低、获取快、互动性强，但是可重复性强，盗版抄袭现象严重，内容质量参差不齐。网络文学以其多样化的创作题材、娱乐互动形式吸引了大批用户群体，尤其是年轻人群。网络文学以网络载体来创作、传播、储存和阅读，在多个方面展现出了有别于传统文学的新特质。

网络文学与传统文学对比

	传统文学	网络文学
发展时间	2000多年	20多年
作者人群	专业性高	大众参与性高，创作水平参差不齐
发布渠道	报刊杂志、图书出版社	早期多在论坛，目前主要在网文平台等
阅读体验	纸质书籍	含有气泡式、图片表情等个性化多媒体阅读形式
发文门槛	需出版商审核编辑后发布，门槛高	几乎无门槛
报酬	以稿酬为主，版权费为辅	除稿酬外，还有奖励、打赏、版权费等形式
版权保障	制度相对完善、作家版权保障	存在大量盗版，但监管力度逐年加强
互动	出版前，作者与读者互动形式较少	互动性高，有催更、实时评论及情景参与等多形式

资料来源：创业邦研究中心

② 产业链图谱

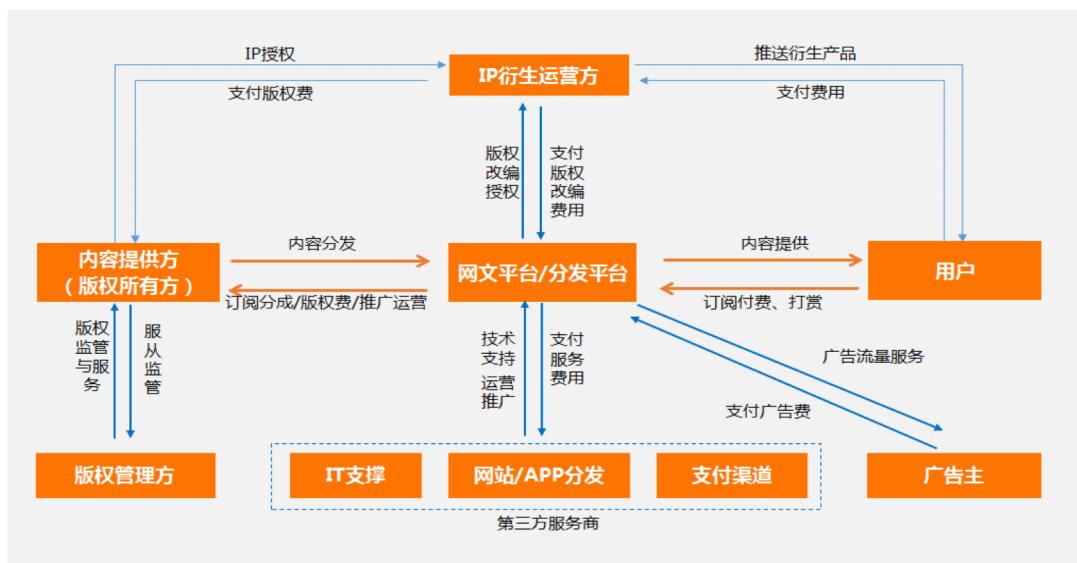
我国网络文学市场围绕IP内容推广和开发，已形成完整的上下游及衍生产业链。网络文学产业链价值创造的核心，逐渐从以阅读付费为主、广告付费为辅的变现模式转向内容IP全版权运营的模式，该模式将产生巨大的杠杆放大效应。创业邦认为，未来版权改编收入前景广阔，布局网络文学IP全产业链（如游戏、影视、动漫等业务）的运营公司有望受益。

中国网络文学产业链主体解析

产业链	解释
产业链上游	网络文学内容提供方，包括网络作家及获得授权的网络文学平台，拥有作品版权，提供原创内容，占据网络文学产业链的主导地位，具备核心竞争力优势。
产业链中游	网络文学平台及渠道商，包括网络文学网站、移动APP以及分发渠道等，直接向下游用户输出内容。其中分发渠道主要为网络文学平台提供技术和推广支持，帮助其节省成本，获得优质用户。
产业链下游	终端用户即读者，一般通过支付订阅费、打赏费等阅读网文，付费获取网文衍生产品和服务，最终实现网文内容变现。
衍生产业链中游	网络文学IP衍生运营方，包括游戏公司、影视动漫公司、出版社等，其在购买获得IP授权后，将网络文学进行改编变现，推出游戏、动漫、影视、网剧、图书等一系列衍生产品，向下游用户持续输出以网文IP为核心的内容产品。
第三方服务方	包括IT支撑、支付渠道、网站/应用分发等机构，为网文发布平台提供支持，优化网文市场服务。
版权管理方	为网文全产业链提供版权服务和监管。
广告商	向网络文学平台支付广告费用以获得广告效益。

资料来源：创业邦研究中心

中国网络文学产业链图



资料来源：创业邦研究中心

中国网络文学产业生态图谱



资料来源：创业邦研究中心

③ 行业发展驱动因素

中国网络文学行业从20世纪90年代开始萌芽，发展到现在已经20多年。目前IP价值大爆发，泛娱乐产业蓬勃发展，集团化运作下优质IP培育、运营及发展将更加成熟，而陆续涌出的符合小众口味的阅读平台也将逐渐发展。

中国网络文学行业发展历程

阶段	主要特征
1991-2002 萌芽阶段	互联网在中国消费者中并不普及，大多数中国读者还是习惯以实体书形式阅读此期间的原创网络文学作品。网络文学传播途径早期以论坛BBS为主（如水木清华BBS、西陆BBS），后来出现了大量的网络书屋（如榕树下、红袖添香、龙的天空、幻世书盟）及个人网站，但并没有清晰的网络文学商业化模式，流行作品通常转向实体书出版盈利。 作品以受传统文学影响较大的非幻想类作品为网络文学的主流，故事情节及题材有限，且并没有与传统出版物显著区别。
2002-2008 快速发展阶段	网络文学开始加速发展并与传统出版物区分开来，网络文学用户实现了从小众阅读到核心数字内容品类的迈进，形成产业。 网络书库模式战胜BBS模式，成为网络文学网站的标准形态，其中以起点中文网和17K小说网为代表。以起点文学网提出VIP阅读模式为起点，付费阅读兴起，网络文学平台实现盈利。 网络小说内容得以快速发展，涉及了玄幻、言情、穿越、历史、军事、都市等不同题材，均成为目前主流的网络小说流派。
2008-2016 移动阅读阶段	手机阅读开始兴盛，得益于移动阅读的便利性及移动应用程序的增强特性，用户粘性及网络文学平台参与度不断提升，网络文学的边疆从PC互联网步入移动互联网时代。 以中国移动手机阅读基地、起点读书、掌阅移动端、QQ阅读等移动客户端为代表，移动互联网阅读份额逐渐接近传统互联网PC阅读。内容付费的模式越来越成熟，开发出粉丝经济及运作模式，支付渠道也逐渐由PC端转为移动端。 网络文学涵盖200多题材，远超传统出版物的范畴，主流网络幻想小说越发的注重娱乐性。
2016以后 泛娱乐阶段	智能手机、平板电脑等移动智能设备在国内普及，移动端的用户数超越了PC端，一些针对小众群体的新兴网络小说及阅读体验开始出现。 网络文学商业化运作全面升级，IP价值与泛娱乐概念得到初步体现，BAT及各大网络文学平台纷纷布局IP价值再造，加强原创内容生产输出，用创新和开放的思维打造泛娱乐产业链，网文的IP价值将被不断挖掘变现。 除了国内市场，开始出海国外，打造国外的全产业链。

资料来源：创业邦研究中心

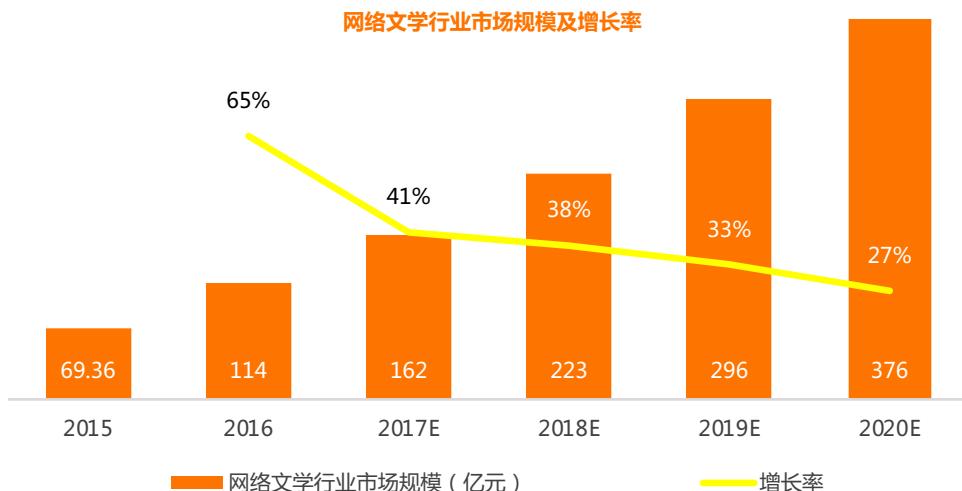
从驱动因素来说，中国网络文学行业依赖互联网技术兴起，互联网技术的发展驱动网络文学内容、传播渠道和阅读形态的创新和更迭。互联网平台吸引大量草根创作阶层，网络文学走向自发创作，个性化创作大大丰富了内容题材和形式。网站、手机、便携电子书等多渠道的网络传播方式，改变了人们的阅读习惯。丰富的阅读资源、强大的搜索引擎、简单的浏览方式和互动技术手段，为阅读提供了更为方便快捷的途径，增强了阅读的娱乐性和趣味性，无形中推动网络文学的繁荣发展。同时，网络文学产业链向下游跨界延伸，以IP为源头的产业链延伸运作模式的探索和实践加强，给IP的价值赋能打开契机，IP价值最大化的利益诱惑促进网络文学全产业链运作模式不断深化，推动网络文学走向泛娱乐时代。

第二部分 市场规模分析

① 网络文学市场仍将高速发展

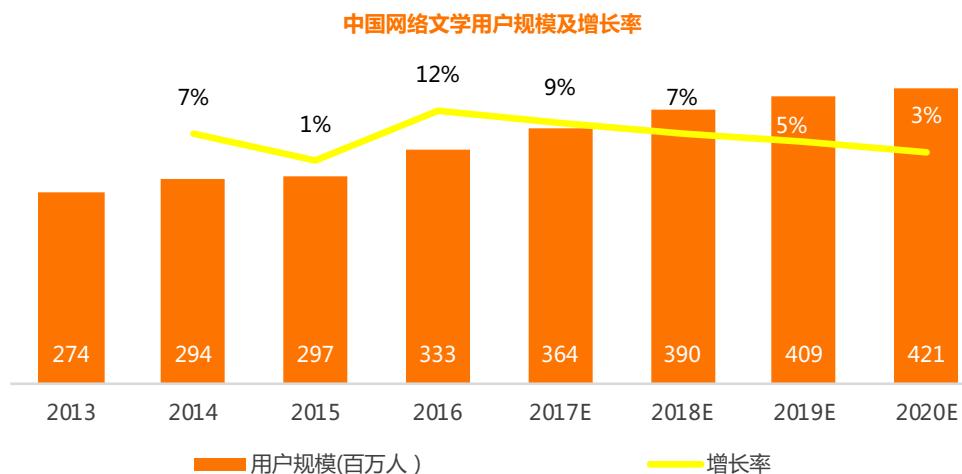
- 网络文学市场存量巨大

网络文学行业市场盈利涵盖付费阅读、版权变现、广告收入等多种形式。据国信证券乐观估计，2016年网文行业总体市场规模已达到114亿元，预计2020年将逼近380亿元，年复合增长率约为39%。



资料来源：国信证券，创业邦研究中心整理

网络文学用户规模仍会稳定增长。网络文学用户类型包括个人电脑用户、移动平台用户及同时使用两者的用户，其中仅使用手机的用户规模最大且将增长最快。据Frost & Sullivan调研，2016年中国网络文学用户已达到3.33亿人次，其中移动设备阅读的人数为3.04亿人次，占到91%，预计2020年将达到4.21亿人次，移动设备阅读的人数将达到4.09亿人次，占到97%。

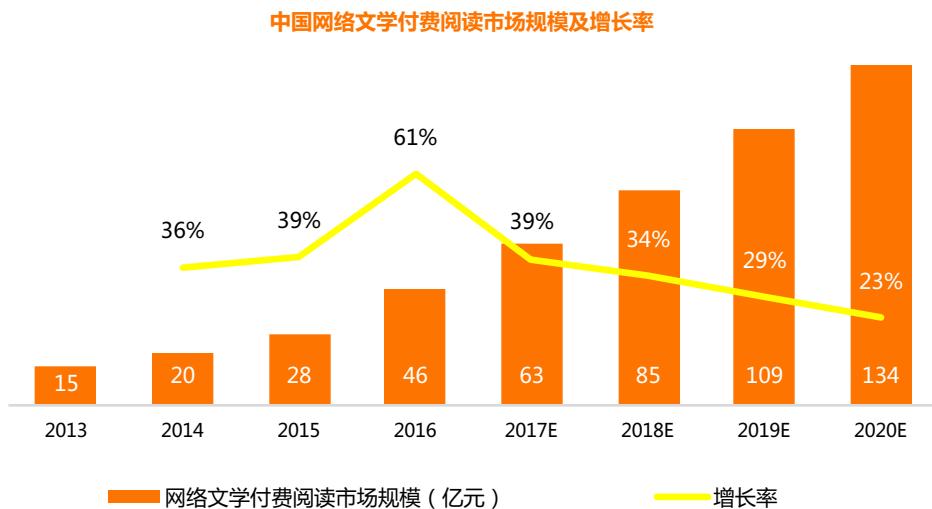


资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

网络文学作品和作家数量也将保持较高的增长。2016年中国网络文学作品总数达到1160万，预计2020年达到2240万，年复合增长率17.8%。2016年网络文学新增作品约190万部，预计2020年达到320万，复合增长率达到13.7%。2016年中国原创网络文学作家估计有600万，预计2020年达到850万，复合年增长率为9.2%。

- **付费阅读市场将快速增长**

付费阅读仍将是网络文学行业的主要模式。根据Frost & Sullivan调研，2016年中国网络文学付费阅读市场规模为45.7亿元，预计2018年为85亿元，有望在2020年达到134.1亿元的规模，复合增长率为30.9%。



【备注：网络文学市场规模按通过读者购买网络付费内容产生的网络付费阅读收入计算。】

资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

- **版权变现市场模式将日趋成熟**

网络文学已成为IP内容孵化器，后市场版权变现潜力巨大，预测2020年版权改编市场份额将达21-85亿元。

网络文学内容改编的行业主要涵盖电影、电视剧、网络剧、网络游戏和动漫等。据Frost & Sullivan调研，2016年排名前50的国产电影、电视剧、网络游戏、网络剧及动漫（分别按票房、评级、下载次数、网络收视率及网络收视率计）中，改编自网络文学作品的百分比分别为12%、14%、8%、38%及10%。该5个行业2016年的总市场规模为4698亿元，预计2020年将达到8361亿元，复合年增长率为15.5%，网络文学内容改编将释放巨大的市场价值。

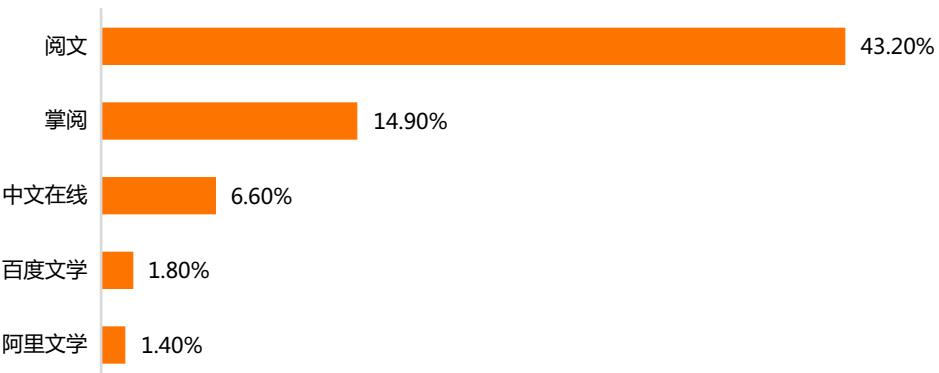
网络文学内容改编市场份额难以明确计算，主要因为版权内容改编的收入模式较为复杂，各单一网络文学作品的商业价值不同，作家与网络文学平台之间的收入分成协议也不同，版权变现的市场容量难以确定。根据国信证券预测，至2020年网络文学版权改编（包括手游+页游、电视剧、网播剧和电影）市场将达到21-85亿元。

② 网络文学市场巨头显现，阅文一家独大

从市场份额、用户规模、作品和作家数量来看，中国网络文学市场已被阅文、掌阅、中文在线、百度文学和阿里文学五大公司占据，阅文最高。

从市场份额来看，五大网络文学企业在线阅读市场份额已占到67%，其中阅文集团份额最高，比高达43.20%。

2016年各大企业的市场份额占比

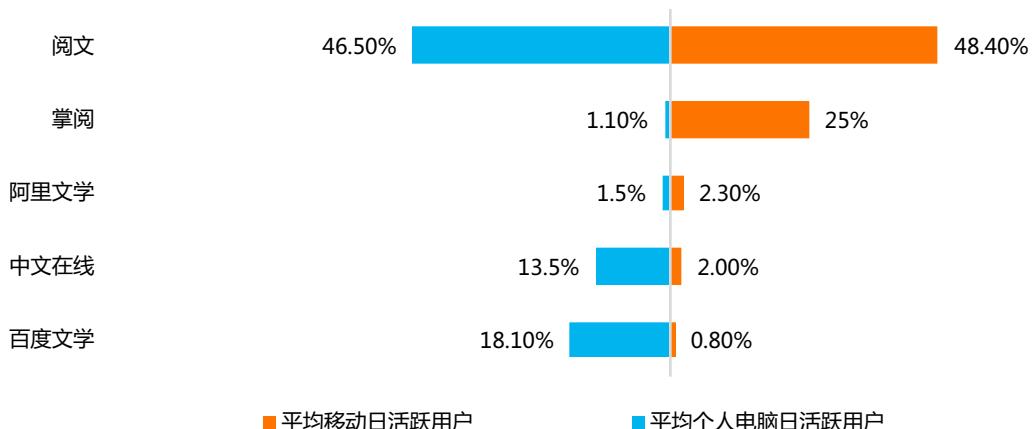


【备注：各公司市场份额占比按各公司的在线阅读收入占总在线阅读市场规模的百分比计。】

资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

无论从企业用户还是从应用平台用户规模来看，阅文的用户均居首位，特别是移动端，拥有近一半的用户。

2016年各大企业用户规模占比



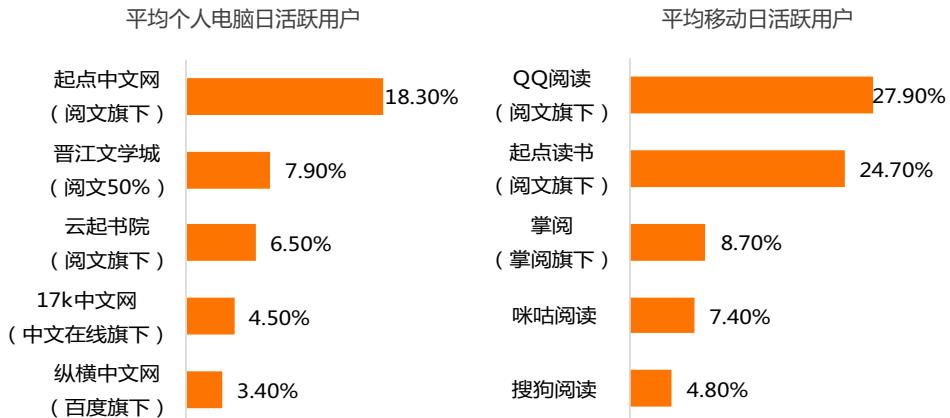
■ 平均移动日活跃用户

■ 平均个人电脑日活跃用户

【备注：移动日活跃用户指特定一天在移动平台上阅读网络文学内容的用户，个人电脑日活跃用户指特定一天在个人电脑平台上阅读网络文学内容的用户。】

资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

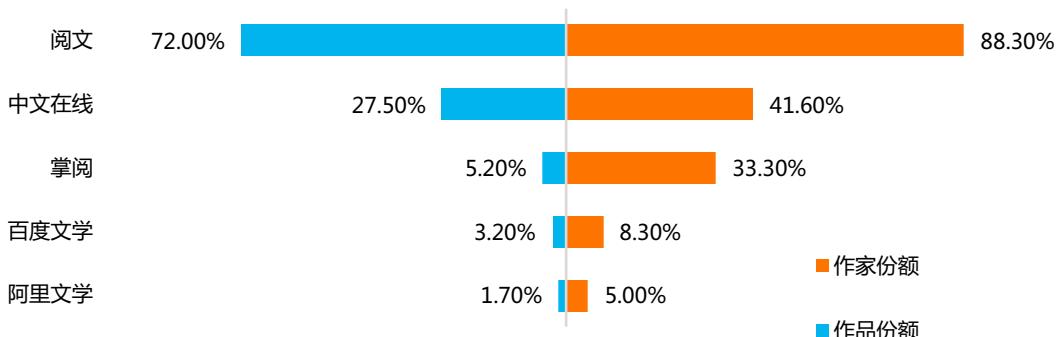
2016年各大网络文学平台用户规模占比



资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

从作家和作品的份额来看，阅文集团拥有市场上72%的作家和88.3%的作品，远远超越其他平台。

2016年各大公司作家和作品数占比



【备注：倘非独家发布，该年出版的作品在计算不同网络文学企业的市场份额时可能被重复计入；作家占比按相关平台作家数目占中国网络文学作家总数的百分比计。】

资料来源：Frost & Sullivan报告、阅文集团招股书，创业邦研究中心整理

3 年轻用户群体市场发展潜力巨大

- 年轻群体或将成为移动互联网用户的主力

2015年MUX发布的《95后手机使用调查报告》显示，95后人群是移动互联网的原住民，移动互联网用户占比最高，人口总量约1亿，占全国人口比例7.5%，移动搜索用户却占到22.6%，成为当前最亲移动互联网的一代。00后的少年群体已占全国人口比例16.6%，将是未来移动互联网的主要潜在用户。

- **年轻化用户阅读网文占比高，付费意愿高**

2017年，据企鹅智库调研，在网络文学阅读用户中，19至24岁群体占比超过45%，年轻化群体正成为网络文学阅读的主力，并偏向于轻量化和碎片化阅读。2016年百度手机助手发布了《00后智能手机及APP使用习惯研究报告》，对手机用户行为的调研显示，95后用手机阅读小说的比例占到30.7%，00后用手机阅读小说的比例占到37.1%，阅读网文是青少年群体手机应用的重要活动。此外，95后也已经把阅读当成一种消费，2017年，艺恩咨询发布的《95后网络文学阅读调查》显示，95后平均月度网文消费77元，超过五成的95后用户有过付费打赏经历，据此，95后人群按1亿，移动用户比例22.6%，网文用户占比30.7%计算，乐观推算95后网文用户一年的消费总额有近64亿元的空间。

第三部分 企业整体画像分析

近二十年来，网络文学行业在中国兴起、发展和繁荣，已形成完成的产业链。产业链各环节的运营模式比较成熟，IP 衍生的泛娱乐模式仍在探索、发展中。相比国内，国外文学出版行业比较完善，纸质阅读仍占主导，网络文学目前还处于起步阶段，业务聚焦在数字出版和阅读模式的创新。近几年，国内网络文学出海势头强劲，中国网络文学内容精品在国外传播力度和范围扩大，促进了国外网络文学读者群体的发展。

1 国外企业概况

国外网络文学市场以数字出版和阅读模式创新为主。国外由于文学出版行业比较完善，网络文学市场本土的创新主要集中在出版流程以及阅读体验方面，而内容方面中国网络文学的出海将占据一席。

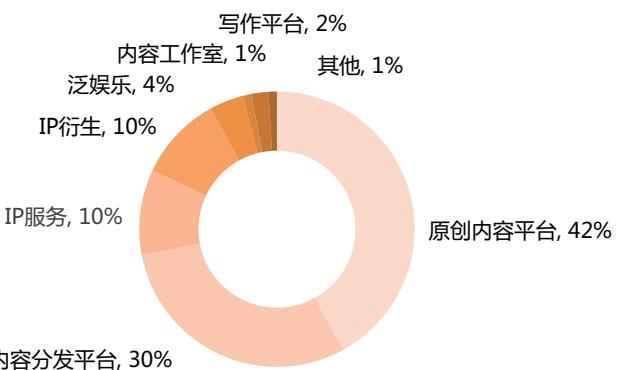
创业邦数据库共收录国外网络文学相关企业32家，19家企业分布在美国、英国、加拿大、日韩等发达国家以及印度、阿根廷等发展中国家也均有分布。企业业务主要涉及数字内容出版和在线分发，分别有19家和9家，如推出众包协作的数字出版商Booktrope，文学写作和发布平台Authorlyh、Inkitt和Krypton Media Group（主营科幻），在阅读体验方面进行创新的Hooked、Wattpad以及Cornea Entertainment，针对12岁以下儿童的数字图书馆Epic！，中文网络文学翻译网站Wuxiaworld和Gravity Tales，均是具有代表性的企业。

2 国内企业概况

- 网络文学企业渗透产业链各环节，平台企业占据主导地位**

创业邦企业数据库共收录国内网络文学企业335家，覆盖产业链各环节。其中原创内容平台企业最多，占比高达42%；其次是内容分发平台，占比近30%；IP服务及 IP 衍生占比较少，各自占比10%，而泛娱乐企业占比仅有不到4%。IP 服务及 IP 衍生与泛娱乐近两年开始爆发，但大多数企业在运作模式上，仍在探索中，随着与下游端资源联动协作的加强，在 IP 价值最大化的商业利益驱使下，未来 IP 衍生及泛娱乐企业将会逐步增多。

企业行业类型分布

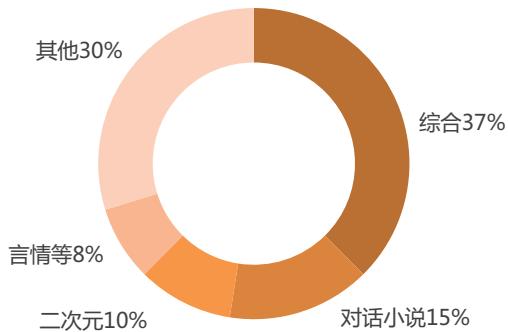


【备注：企业类型区分根据为企业主营产品及业务，不代表为唯一业务。IP衍生类型包含了影视、动漫、游戏、音频等多种形式。】

资料来源：创业邦研究中心

原创内容平台企业的内容题材依然以综合性题材为主。细分领域上，以对话小说、二次元和言情等针对年轻群体和女性群体的平台数量居多。其中对话小说是2015年由美国兴起的一种对话型小说阅读形式，以Hooked为代表，吸引了大批年轻群体和资本的追逐，2016年以来，国内涌现出一批同类型的创新企业。

原创内容平台题材分布



资料来源：创业邦研究中心

- 以内容平台、IP 衍生服务为主的多家企业顺利上市

网络文学行业，整体主营业务为网络文学的上市企业有8家，其中5家为网文平台（包含原创内容平台和内容分发平台），3家企业为IP衍生业务及泛娱乐业务。此外，各大互联网企业、出版商、运营商、传媒公司及文化娱乐等24家上市企业也纷纷在网络文学领域进行布局，他们通过构建子公司、或打造网文产品及进入泛娱乐的某个领域，构建了网文领域的影响力，比如阿里旗下的阿里文学、新浪旗下的新浪阅读、腾讯的微信读书等。

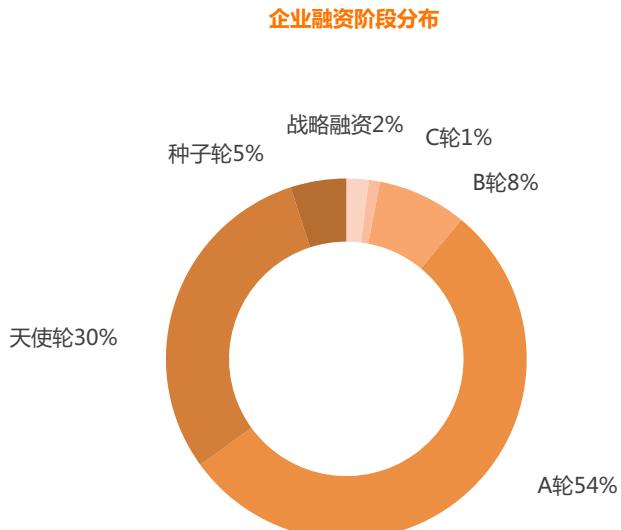
网络文学行业典型上市企业示例

企业类型	细分领域	典型企业
上市企业主营业务为网络文学	原创内容平台	阅文集团
		中文在线
		平治信息
	内容分发平台	掌阅科技
		汉王书城
		金科文化
上市企业子公司/产品等局部业务为网络文学	原创内容平台	新经典文化
		骅威文化
		阿里文学（阿里）
		黑岩阅读（A8新媒体）
		掌维科技（思美传媒）
		红薯中文网（掌趣科技）
		看书网（湖南电广传媒）
		塔读文学（天音控股）
		新浪阅读（新浪）
		纵横文学（原百度文学，完美世界控股）
上市企业子公司/产品等局部业务为网络文学	内容分发平台	凤凰阅读（凤凰新媒体）
		爱奇艺文学（百度）
		多看阅读（小米）
		微信读书（腾讯）
		天翼阅读（电信）
		沃阅读（联通）
		网易云阅读（网易）
		当当读书（当当）
		京东阅读（京东）
		百度阅读（百度）
上市企业子公司/产品等局部业务为网络文学	泛娱乐	搜狗阅读（搜狗）
		宏宇天润（文投控股）
		精典博雅（华媒控股）
		微漫画（新浪）
		咪咕文化（移动）
		幻文科技（凯撒股份）
新三板企业	原创内容平台	点众科技
		铁血网
		天下书盟
		点众科技
		博易创为
		际动网络
新三板企业布局	IP服务	中信书店
		天涯文学（天涯社区）
其它知名企业布局	内容分发平台	逐浪（连享网络）
		豆瓣阅读（豆瓣）
		万章盈科（邮政）
		追书神器（漫画岛）

资料来源：创业邦研究中心

- 网络文学行业企业融资主要集中在 A 轮

除去已顺利上市及并购的企业，网文市场目前获得融资的企业有100家，以天使轮和A轮阶段企业最多。可见由于泛娱乐概念的兴起，网文市场的资本投资热度较高，获得早期投资的企业居多，也预示着行业或许将迎来变革与洗牌。



资料来源：创业邦研究中心

- 从融资情况看，获投最多的为原创内容平台企业

100家获得融资额企业中，原创内容平台数量遥遥领先，占比高达52%；IP衍生类服务企业仅占7%，整体行业获融资最少，除了IP衍生类服务企业本身数量偏少，与该类企业模式的不够成熟也有关系。IP服务类企业本身不多，但获得融资的企业数量不少，说明IP衍生变现中的运营推广和服务支持目前在泛娱乐的重要性日趋凸显。随着泛娱乐模式的发展，IP服务将持续发挥重要价值。

网络文学行业企业获得融资情况

企业类型	获得融资数量	占比	企业示例
原创内容平台	51	51.00%	详见表6
IP服务	18	18.00%	不空文化、大神圈、时间海
内容分发平台	15	15.00%	天翼阅读、奇热小说、阅读星、梦想书城、十分科技
IP衍生	7	7.00%	读客图书、有鹿文化、愚猫卡漫
其他	9	9.00%	悦蓝泛娱、汤圆创作、一起写网
总计	100	100%	

资料来源：创业邦研究中心

- 原创内容平台中，综合平台资本最为活跃，二次元平台次之

原创内容平台企业中，以综合型平台获得融资数量最多，为14家，二次元企业获得融资11家，而对话小说作为新兴的阅读形式，兴起短短2年已有11家获得融资。

网络文学行业内容平台企业获得融资情况

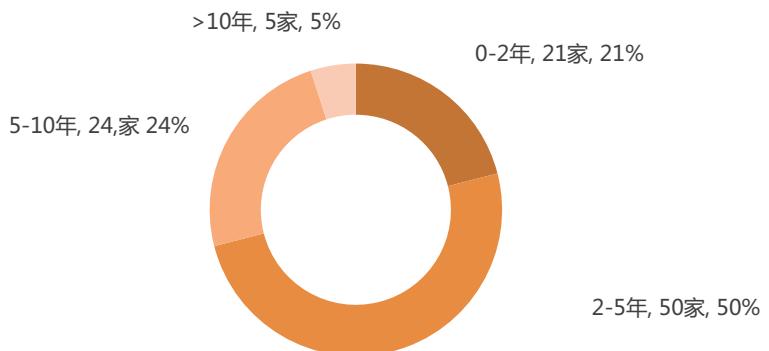
企业类型	数量	占比	企业示例
综合平台	14	27.45%	磨铁图书、火星小说、一米网
二次元平台	11	21.57%	不可能的世界、豆腐APP、轻文轻小说、白熊阅读
对话小说平台	11	21.57%	话本小说、迷说、快点阅读、快爽
其他	15	29.41%	犀牛故事、花溪小说
总计	51	100%	

资料来源：创业邦研究中心

- 获得融资企业较为年轻，以北京地区企业最多

企龄分布上，100家获得融资企业平均年龄为4.12年，以成立2-5年的企业数量最多为50家，占到50%。可见目前获得融资的企业大多成立于手机阅读兴起的时期，进一步验证移动互联网带来了行业的发展。

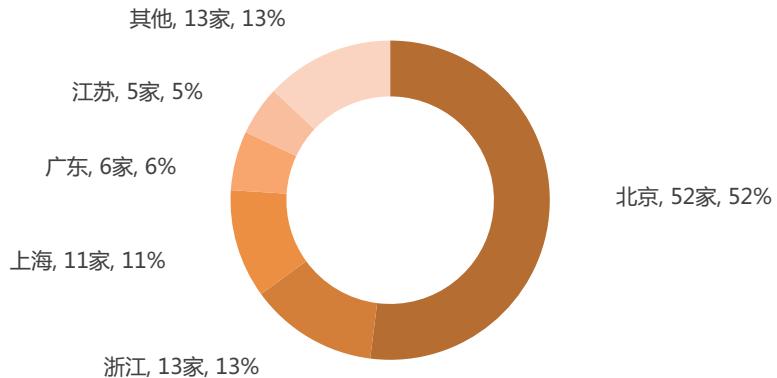
获得融资企业企龄分布



资料来源：创业邦研究中心

地域分布上，获得融资的企业主要集中在北京和东部南部沿海发达地区。北京最多，为52家，占到52%，数量超过5家的省市有浙江、上海和广东，这与其他行业创投活跃地区并无差异。

获得融资企业地域分布



资料来源：创业邦研究中心

- 知名投资机构和文化娱乐领域的企业的投资较为活跃

知名投资机构和文化娱乐领域的企业在网文行业的投资较为活跃。知名投资机构，如华映资本、创新工场等，专注于互联网新媒体产业的825新媒体产业基金；文化娱乐领域的企业，如腾讯、小米科技、奥飞娱乐和中文在线，纷纷在网文行业布局。

投资机构布局大而全，涉及泛娱乐全产业链；企业布局偏向于自身业务的补充和延伸，例如奥飞娱乐在产业链上游写作平台，衍生产业链如影视、网文动漫IP服务均有布局。

活跃投资机构典型投资示例

投资机构	典型投资示例	所属领域
华映资本	有书	内容分发平台
	一米网	原创内容平台
	阅读星	内容分发平台
	梦想书城	内容分发平台
创新工场	橙光	原创内容平台
	不可能的世界	原创内容平台
君联资本	读客图书	IP衍生出版
	简书	原创内容平台
经纬中国	掌文信息	原创内容平台
	心跳时空	原创内容平台
825新媒体产业基金	阅读星	内容分发平台
	悦蓝泛娱	泛娱乐
	梦想书城	内容分发平台
梅花天使创投	有书	内容分发平台
	话本小说	原创内容平台
中文在线	汤圆创作	写作平台
	新浪阅读	原创内容平台
	天翼阅读	内容分发平台
腾讯	白鲸阅读	原创内容平台
	豆腐APP	原创内容平台
	迷说	原创内容平台
奥飞娱乐	快乐工场	IP服务
	灵龙文化	IP衍生影视
	汤圆创作	写作平台
小米科技	火星小说	原创内容平台
	米粒互动	IP服务

资料来源：创业邦研究中心

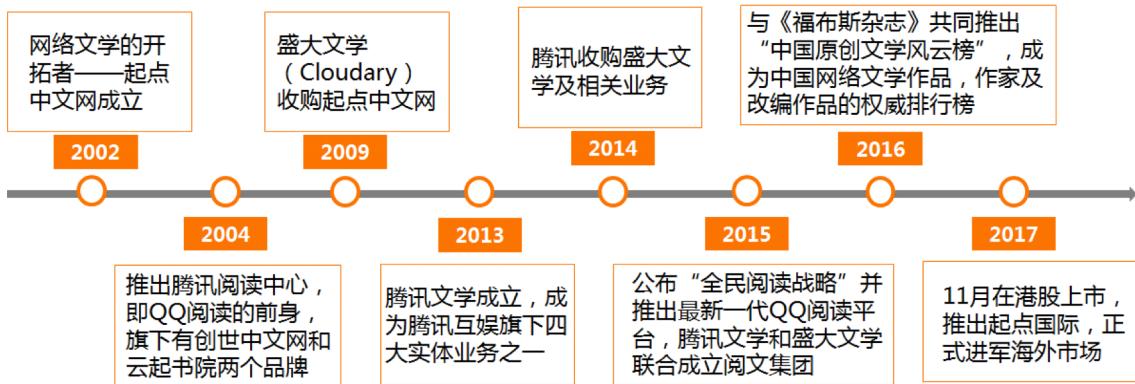
第四部分 国内典型企业分析

1 阅文集团

2015年腾讯文学和盛大文学合并成立阅文集团，统一运营二者旗下的原创文学网站和出版机构等，腾讯间接控制65%股份。

阅文集团于2017年11月在香港上市。

阅文集团发展历程



资料来源：创业邦研究中心

阅文集团综合实力强大，是绝对的行业龙头。集团拥有引领行业的正版数字阅读平台和文学IP培育平台，建立了庞大的网文阅读平台、读者与作者互动社区以及运营所属文学的版权改编生态链，涉及原创内容网站、移动阅读和创作平台和硬件、音频衍生和图书出版等多条产品线，构建了多层竞争优势。

● 主营产品

阅文集团旗下产品有六大类型，其中网络原创和阅读网站是其最核心的产品形态，依托这些网站，阅文集团的产品可以有效辐射不同类型的人群，满足特定人群的不同阅读需求，并成为该细分领域的领导者，比如，起点中文网和云起书院分别在男频和女频网文平台中占据了市场老大的位置。

QQ阅读作为一款手机阅读应用软件，在移动端整合了其他平台的优秀内容，为读者培养个性化阅读体验，在内容、渠道和技术上均拥有较大的优势。内容上，QQ阅读借助腾讯公司（IP价值化、泛娱乐资源）和阅文公司（海量内容储备）的行业资源，涵盖主要内容垂直网站和原创源头；渠道上，覆盖手机QQ、QQ浏览器、微信读书等多渠道；技术上，实现了评论区多方互动，多屏互动等功能。

阅文集团主要产品

产品类型	产品
网络原创和阅读网站	创世中文网、起点中文网、云起书院、红袖添香、潇湘书院、言情小说吧、起点女生网、小说阅读网、晋江文学城（50%股份）、榕树下
移动阅读应用	QQ阅读、起点读书
移动阅读设备	QQ阅读电子书
听书网站和应用	天方听书网、懒人听书、起点读书
创作应用	作家助手
图书出版	中智博文、聚石文华、华文天下

资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

阅文集团原创内容网站介绍

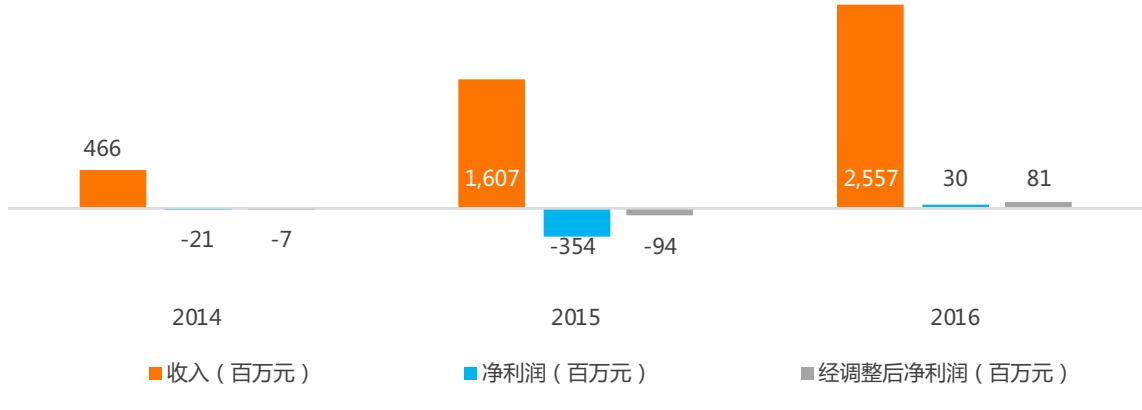
产品	简介	典型作品IP	代表作者
起点中文网	各主要网络文学类型的全民领导者，以玄幻、都市、仙侠和历史小说出名	《醉玲珑》、《余罪》、《1988：我想和这个世界谈谈》、《盗墓笔记》	唐家三少、我吃西红柿、辰东、忘语、耳根、天蚕土豆等
创世中文网	针对年轻男性读者，以都市及玄幻出名	《择天记》	猫腻、风凌天下、高楼大厦、乱、三戒大师等
起点女生网	以古代及玄幻言情小说出名	《凤求凰》	丁墨、顾西爵、天籁纸鸢、月斜影清、吱吱、林家成
云起书院	知名女性网文平台	《国民老公带回家》	叶非夜、苏小暖、囧囧有妖
潇湘书院	以古代言情小说为主	《凰权》、《特工王妃楚乔传》	
红袖添香	专注于白领女性读者，以现代言情及家庭类型出名	《路从今夜白》	浅尝辄逝、唐欣恬、涅槃灰
小说阅读网	专注于校园女性读者，以校园生活和现代言情出名	《你好消防员》	
言情小说吧	专注于现代年轻女性读者，以现代言情小说出名	《七年顾初如北》	姬水灵、苏子
晋江文学城	中国大陆最具影响的女频原创文学网站	《花千骨》、《南方有乔木》、《何以笙箫默》	顾漫、桐华、辛夷坞、
榕树下	中国最大、最具影响力的文学互动门户		蔡骏、安妮宝贝、宁财神等

资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

● 经营业绩

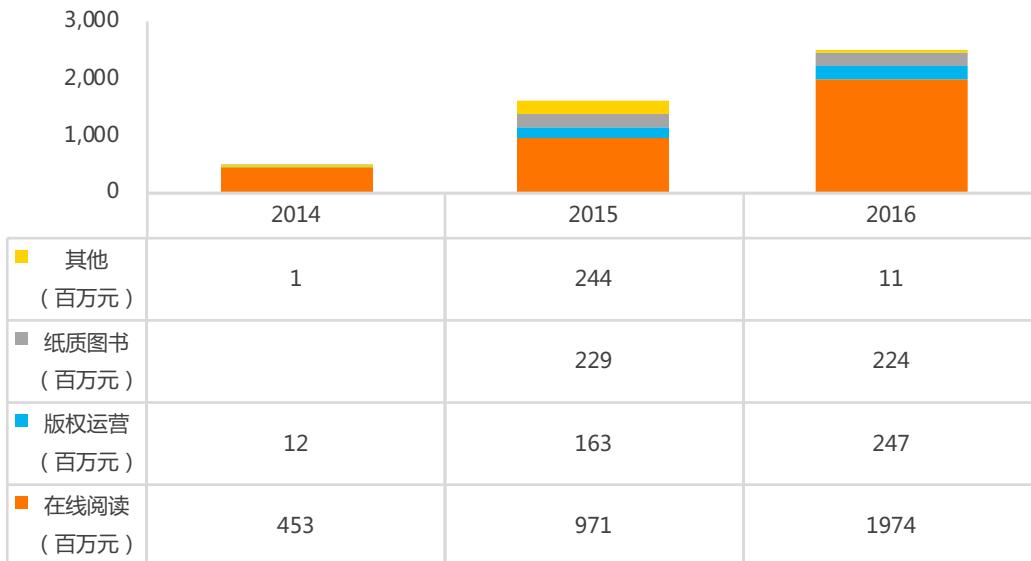
营收保持高增长，净利润化亏为盈。2016年营业收入25.57亿元，同比增长59.1%，保持高速增长，净利润从2015年亏损净额3.542亿增长为盈利3040万元，调整后净利润由2015年亏损9400万增长为盈利8110万，原因是2015年收购盛大花费成本导致当年净利润亏损。公司毛利率水平稳定，2014-2016年依次为43.4%，36.1%，41.3%。

2014年-2016年阅文集团收入业绩



在线阅读贡献主要收入，IP变现卓有成效。2016年在线阅读收入达到19.74亿，占营收比重77.1%，是主要营收来源。其中自有平台及自营渠道贡献占收入67.3%。版权运营收入为2.47亿，占比9.7%，纸质图书收入为2.24亿，占比8.8%。

2014年-2016年阅文集团收入构成



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

用户和内容库资源的丰富积累为阅文集团营收的稳定发展提供了坚实支撑。

用户方面，2017年上半年，阅文平台与合作伙伴（主要是腾讯、百度、搜狗、京东、小米等）分销平台上的自营渠道的平均月度活跃用户数已达到1.92亿。此外，阅文以正版授权开启对外输出新模式，旗下起点中文网于2016年底宣布与美国一家以翻译中国网络小说为主的网站Wuxiaworld合作，Wuxiaworld网站日访问量达23.89万人，月访问量达247.59万人。

内容方面，阅文在原创内容和作家资源方面都有极强的优势。截至2017年6月30日，阅文共有640万位作家和960万部文学作品，覆盖200多种内容品类，90%以上的网络文学大神级作者也来自阅文。2016年平台作家更新及创作2200万新章节，内容相关成本达9.67亿元。

● **商业模式**

IP全产业链开发，进军海外市场。

以版权库和IP孵化能力的价值为支点，进行全内容聚合，形成全产业链的闭环运营，包括优秀原创写作，获取海内外优质电子版权，腾讯全渠道运营和传播，用户和粉丝的互动和维护，基于海量用户阅读行为的分析的定向内容创作，以及将IP向游戏、视频、网络剧、电影以及周边产品延伸的全产业链运作模式。

通过在线付费阅读和版权运营实现变现。在线阅读是阅文主要盈利模式，版权费所占比重正逐步增加。付费阅读上，其他品牌产品更专注于独立题材及其各自的用户群体，而QQ阅读则通过其互联网产品组合渠道直接分发模式以及百度等三方合作渠道内容授权模式，不断拓宽用户接触范围。IP版权方面，以合作共赢为基本原则，深入探索泛娱乐IP生态链。2016年，集团推出IP共营合伙制，将作家提升至合作人的角度，安排作家深入到IP产业链的开发中，促使网络文学作品的开发完整度提升。

● **发展战略**

通过系统吸引、培育和推广作家，继续加强公司核心竞争力。通过提升内容质量、优化用户体验、拓宽发行渠道等方法拓展市场份额。通过多产业合作，释放知识产权的变现潜能。探索和扩张国际业务，与第三方合作向国际读者提供自有文学内容的英译本。

2

掌阅科技

掌阅成立于 2008 年 9 月，专注于移动端数字阅读领域，并于 2017 年 9 月在上交所主板上市。

掌阅发展历程



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

掌阅是移动阅读领域的领导企业，业务方向以自有移动阅读平台为核心，向硬件产品、原创内容及音频衍生等拓展，并积极布局海外市场，参加多个海外展览（美国，韩国，印度，新加坡，马来西亚，德国等），将优质的华语内容通过数字阅读方式向世界展示。

● 主营产品

掌阅的主要产品包括数字阅读平台掌阅 ZT Reader、硬件产品“ZT Reader 电子书阅读器”、原创文学网站以及音频软件等类型。其中掌阅 ZT Reader 是核心产品，支持 Android 系统、iOS 系统和 Windows Phone 等系统，向用户打造移动阅读服务。原创网站方面，掌阅于 2015 年底入股杭州趣阅，成立掌阅文学，进军原创文学领域。

掌阅科技主要产品

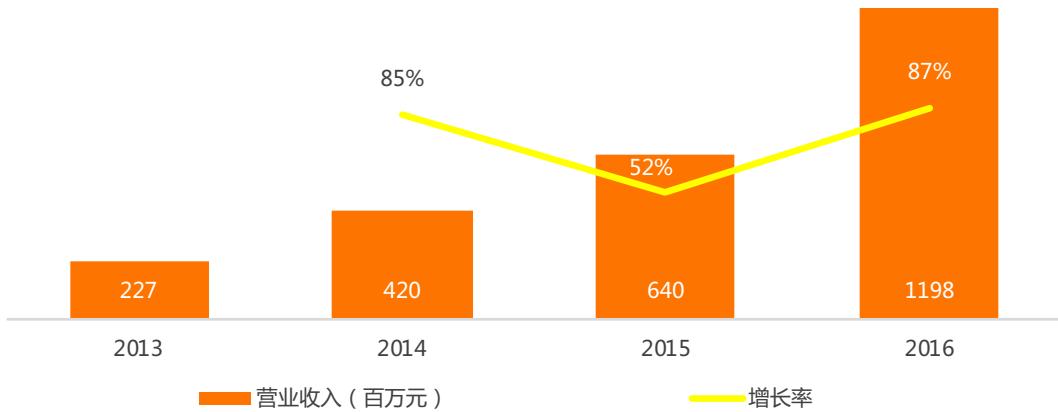
产品	简介
掌阅 ZT Reader	专注于移动阅读领域的经典阅读软件
iReader 电子书阅读器	可随身携带的硬件产品，致力于打造可以移动的数字图书馆
趣阅中文网	杭州趣阅信息科技有限公司旗下网站，专注于精品内容生产
神起中文网	杭州趣阅信息科技有限公司旗下网站，专注于精品内容生产
iReader 听书	听书软件

资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

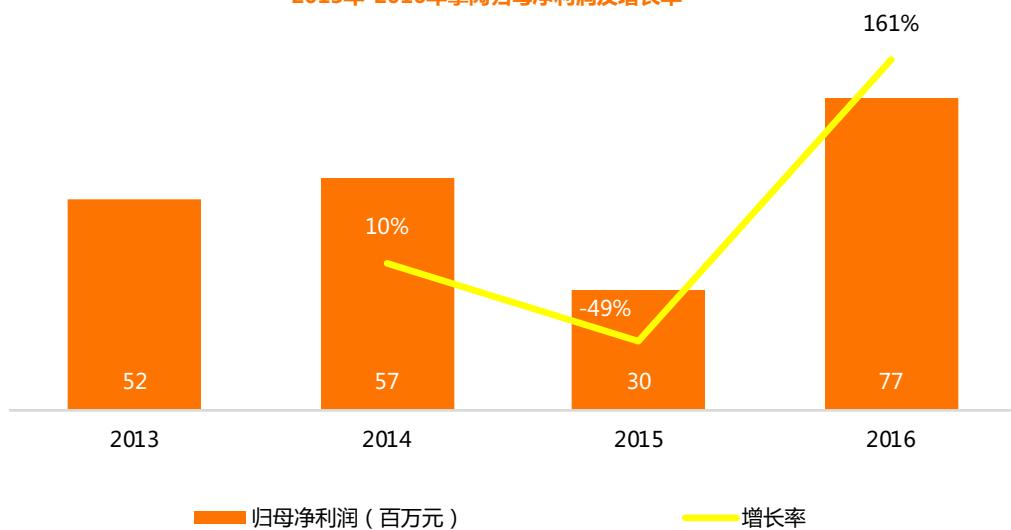
- 经营业绩

营业收入与净利润持续增长。业务收入2016年达到12亿元，增速达87.2%，年均复合增长率为68.94%。归母净利润2016年为7721万元，增速达161.1%，2015年下滑49%，主要由于当年计提股份支付费用3811万元。

2013年-2016年掌阅营业收入及增长率

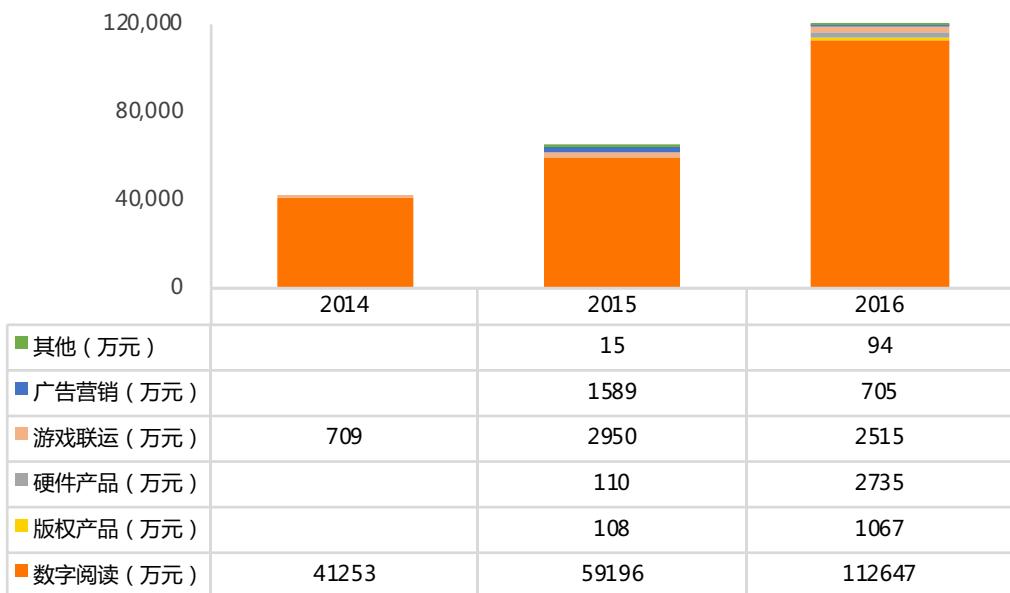


2013年-2016年掌阅归母净利润及增长率



数字阅读仍是营收组主要成部分，毛利率较低。数字阅读收入2016年达11.26亿，占94.06%，是营收的绝对主力，但数字阅读业务的毛利率仅为32.99%，其他收入类型如广告营销的毛利率在2016年达73.21%。

2014年-2016年掌阅收入构成



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

用户和作品的积累是掌阅在移动阅读领域的核心竞争力。用户方面，掌阅的累计注册用户数量已超过 6 亿，月活跃用户数超 1 亿人。作品方面，拥有图书数字版权 50 万余册，优质重磅书覆盖率达 70%，为全球 150 多个国家和地区的 6 亿多用户提供高品质的图书内容和智能化的用户体验。

● 商业模式

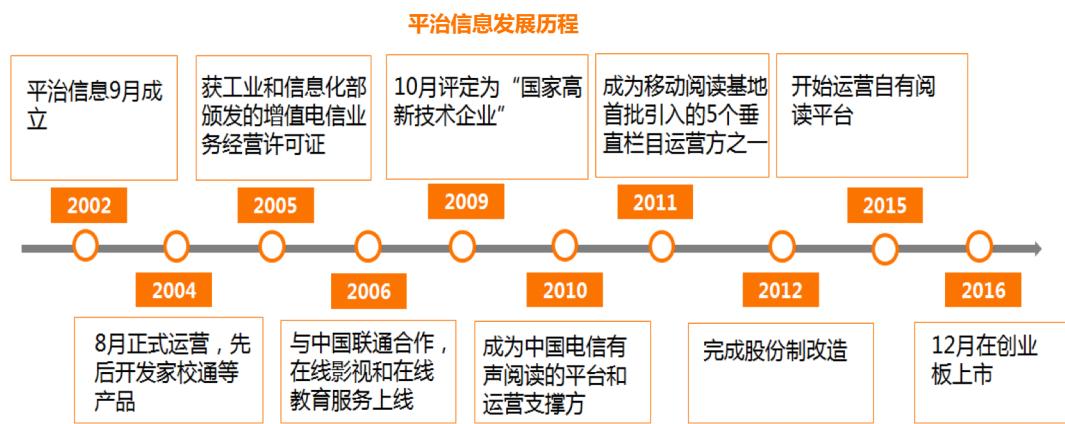
以内容增值为核心，硬件增值和流量增值锦上添花，并向版权运营发力。内容增值服务主要指移动阅读平台提供的付费阅读服务，以出版社、版权机构、文学网站、作家为正版图书数字内容来源，对数字图书内容进行编辑制作和聚合管理，从而面向互联网发行数字阅读产品。硬件增值指电子书阅读器硬件产品研发和销售，流量增值包括基于自有平台的游戏联运和广告营销等，版权运营主要针对自有平台的网络原创文学。

● 发展战略

定位于综合数字阅读企业，打造最具影响力的数字阅读生态圈。将以数字阅读平台为基础，逐步构建内容创作、内容分发、内容衍生开发（影视、游戏、周边产品等）等多板块的业务布局，从数字内容阅读、传播版权衍生、粉丝经济等多维度出发，实现整合产业链上下游的泛文化娱乐资源，建立跟文学产业相关的开放生态。

平治信息

平治信息成立于 2002 年 11 月 25 日，前身为平治有限，2012 变更为现在的平治信息，并于 2016 年 12 月登陆创业板。



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

平治信息早期以电信运营商增值服务起家，是咪咕传媒、中国联通阅读基地、天翼阅读最大的内容提供商之一，同时打造集有声阅读、文字阅读及相关游戏、动漫教育在内的移动阅读平台，2016年受益网络文学阅读行业高增长，以微信公众号为主要渠道，通过发展自有阅读平台而迅速崛起。

● 主营产品

平治信息主要产品为自有的原创网文阅读平台和有声阅读平台（话匣子听书），其中自有原创网文阅读平台业务发展势头强劲，而有声阅读平台主要为电信运营商体系提供阅读增值服务（如内容和运营）。

目前平治信息共有近 30 个原创网络文学阅读平台，包括超阅小说、盒子小说、知阅小说、花生阅读、三更小说、灵书阅读等，通过 PC 门户、WAP 门户、APP 终端、IVR 等多种形式，为用户提供高品质的阅读服务。用户主要定位于女性读者，如全职家庭主妇和女学生群体，依托新媒体渠道精准引流、实现与老牌移动阅读渠道的差异化竞争。

平治信息主要阅读平台

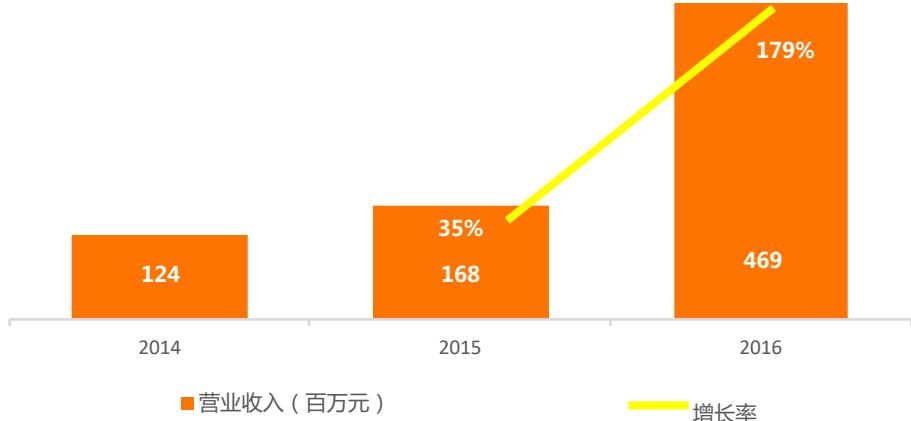
小说网	成立时间	主打内容
超阅小说	2005.11	悬疑灵异、玄幻仙侠、都市校园
花生阅读	2015.11	玄幻仙侠、历史军事、都市校园、现言古言
盒子小说	2015.12	玄幻仙侠、都市校园、现言古言
灵书阅读	2015.12	以灵异悬疑、盗墓探险为主
知阅小说	2015.8	灵异、悬疑、都市、玄幻、历史、军事
夏至小说	2016.3	以女性为主打
七果小说	2016.8	言情、灵异、游戏、仙侠、同人
星芒阅读	2016.8	灵异悬疑、总裁幻想、热血都市、青春爱情

资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

- 经营业绩

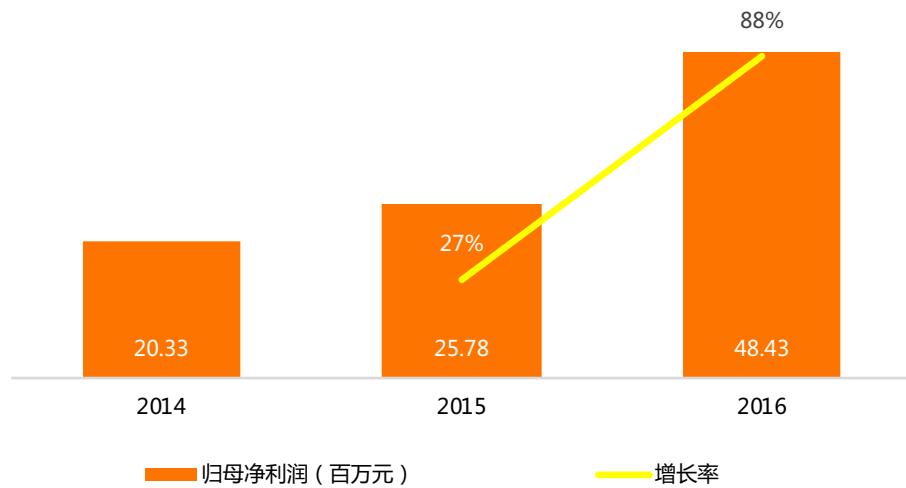
平治信息营业收入与净利润均快速增长。营业收入在2016年达4.69亿，同比增速178.8%，这与自有平台付费阅读业务从2015年开始发力有关；归母净利润2016年达48.43百万元，增速为87.9%，始终保持快速增长。

2014年-2016年平治信息业务收入及增长率



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

2014年-2016年平治信息归母净利润及增长率



资料来源：公司公告、创业邦研究中心整理

移动阅读收入是主要来源，资讯类业务毛利率最高。移动阅读业务2016年达3.83亿元，占总收入高达81.7%，其中自有阅读平台营业收入占到57.52%；毛利率方面，移动阅读业务的毛利率为21.89%，低于资讯类业务的毛利率38.78%。

平治信息在用户、粉丝量及内容上已完成基础积累。用户方面，目前平治信息各原创内容生产平台合计拥有注册用户数达到3500万，在微信、新浪微博、今日头条等渠道平台拥有自媒体账号70多个，旗下粉丝达3000万人以上。内容方面，目前累计文字阅读产品15,000余本，签约作者原创作品11,000余本，引入有声作品近5,500部。内容涵盖都市争霸、浪漫言情、穿越幻想、灵异悬疑等畅销小说以及评书相声、综艺娱乐、经典曲艺等热门内容。

● 商业模式

业务以移动阅读平台为主，提供文字阅读、有声阅读、动漫画、游戏、音乐、教育等其他服务。一方面与电信运营商合作，提供高品质的移动阅读服务、信息资讯服务和其他丰富多彩的增值电信服务，一方面运营自有移动阅读平台，通过广泛精准的新媒体渠道运营，将海量的优质内容输送到用户。

自有移动阅读平台通过差异化营销在市场迅速崛起。自有阅读平台在内容上与其他平台区别不大，原创和分销并行，一方面依托自有平台原创内容生产能力，一方面与百度文学、网易云阅读、晋江文学城、中文在线、凤鸣轩等机构合作，引入了优秀的数字阅读内容。但在渠道营销上，通过构建自媒体矩阵实现差异化营销，在网页版+APP客户端运营的同时，侧重在微信、新浪微博、今日头条等多个平台自营新媒体账号，向用户精准传递价值内容，形成全新的互联网营销商业模式。

● 发展战略

通过自有阅读平台打造价值IP，致力移动阅读平台升级改造。在自有阅读平台对接优秀原创作品与读者的同时，通过版权自生产打造价值IP，扩充优质版权资源，并改进产品应用功能，整合增值服务产品，打造全方位的多功能增值业务平台，使平台成为一个集传统生活特色与当代娱乐元素于一体的大型移动互联网生活服务中心，满足不同群体的用户对移动阅读的差异化需求。

内生和外延并行，实现自有平台功能完善。积极发展自有阅读平台业务的同时，先后收购8家主营业务包括平台增值业务、游戏、教育培训等的公司、控股子公司，整合了社会资源，有效补充原有业务领域，主要集中在移动教育和移动游戏开发项目，预计营业收入中来自移动教育和移动游戏的收入将会增加，竞争力将得到进一步提升。

4 话本小说

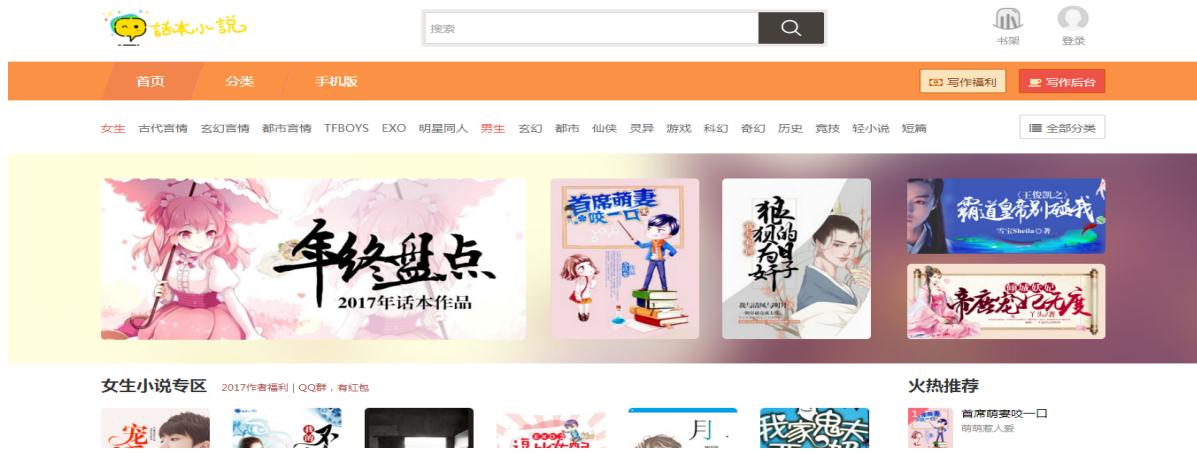
话本小说，隶属于天津量子时代网络科技有限公司，成立于2016年，是专注于对话体小说的原创内容平台，2016年12月已获得700万元pre-A轮融资。

话本小说团队成员均为网文行业资深人士，较为极客，专注于文学创作、文化创意服务。发展初期，话本小说从中文在线引入了网络小说，吸引了一批原始用户，然后鼓励用户创作对话小说，通过算法智能推荐代替了传统的排行榜和人工推荐，提高作品和读者的匹配度，进而提高用户留存率，为用户和作品的积累起到了积极的作用。

● 主营产品

主营产品PC网站和移动应用APP在2016年5月均已上线。内容主要针对00后青少年（00后在60%左右，95后在30%左右），主打玄幻、言情、同人、二次元等多种类型和题材，阅读以对话气泡的形式呈现，并包含图片等多种多媒体形式。

话本小说网站首页



● 经营业绩

用户、作品和作家资源在快速积累过程中。目前话本小说的用户总量已超过300万，日活20万有余，APP的DAU在8万以上，web端UV在17万以上，日访在80分钟左右（包含阅读和创作时间），用户留存率约50%，付费率占3%，平均花费24元，读者到作者转化率11%。作品和作家方面，作品总量达到20万部，每月新增作品大约3万余部，每天新发表作品在1万章左右，作者已达16万，活跃作者5千-6千，顶部作者大概每月5000元收入。

● 商业模式

目前话本小说的商业模式仍是付费阅读，刚开始以阅读体力值的方式免费阅读，待体力值耗尽，继续阅读则要通过时间等待或付费完成阅读，付费可以购买包月会员或者金币。相比其他网文平台的订阅付费，这种付费并不具有强制性。2017年4月话本小说以连载长篇实现上瘾作为盈利突破点，增加了用户的留存率和留存时间，为广告等盈利方式提供空间。

● 发展规划

话本小说作为原创内容平台，采用小说界的UGC模式，未来将逐步发展为内容社区。盈利模式将以订阅收费为主（Hooked现行模式），其他方式为辅。订阅付费包括VIP付费或打赏等方式，但阅读初期仍将免费以吸引用户；其他方式包括利用用户在线时长挖掘广告变现、内容营销、IP变现（视频、游戏、线下活动）等。内容和阅读体验方面，将更加重视UGC创作和产出，挖掘长篇作品，并保留阅读视觉化元素，放弃点击阅读而选择更适合长篇阅读的滑屏。

5 大神圈

大神圈，隶属于北京大神圈文化科技有限公司，成立于2015年3月，主营网络文学作品的版权运营和服务。2015年12月，大神圈成功获得亿元人民币的A轮融资，由掌趣科技领投，微影资本、南山资本跟投，其他股东还包括唐家三少和江南等知名网文作家。

大神圈的创始人兼CEO贝志城是知名微博大V“一毛不拔大师”的博主，拥有超过300万粉丝量，同时也是作家维权联盟（2011年成立）的重要领导人及执行人。团队组成强大，大神圈引进了一批经验资深、思想活跃、创意爆棚的策划团队、运营团队、市场团队、游戏研发团队。

● 主营产品

主打网络文学作品版权开发和整合营销服务，经营业务包括经纪人业务、影视投资、游戏制作发行等，重点运营和投资国内知名作者作品衍生产品。

● 经营业绩

版权资源拓展已有成效。大神圈已获得文化行业中大部分一线和二线作家签约授权，包括匪我思存、顾漫、唐家三少和江南等，授权作品如《微微一笑很倾城》、《光之子》及前传、《九州缥缈录》、《龙族》、《上海堡垒》，以及《琴帝》、《斗罗大陆神界传说》等，在玄幻、都市情感、历史等文学领域均具有较高知名度和影响力。

作品开发方面，对目前拥有的精品IP为核心进行深度开发，例如《微微一笑很倾城》游戏已上线。

● 商业模式

精品IP全价值链开发服务，打通产业链上下游。服务范围涉及IP开发的各个阶段，文学作品方面，在各阅读平台进行推广和运营；游戏方面，在研发、运营、销售、服务、投资等各环节提供连接；电影电视方面，提供电影、电视的项目融资、投资、监制、运营、宣传等全流程服务；IP周边方面，参与产品的创意研发以及市场运营；作家方面，提供经纪人服务。

● 未来规划

大神圈致力于打造新生代的文化公司，将逐步加大对全产业链的业务拓展，以期提升IP知名度和价值、衔接IP转化衍生和渠道运营。

第五部分 行业发展趋势及投资机会分析

① 行业发展趋势

● 商业化运作趋势

前端文学向后端渗透，通过全产业链运作提升价值，跨界合作将成为常态。

随着泛娱乐生态闭环的形成，处于产业链最前端的文学的价值将会被最大程度挖掘和释放。具备全产业链开发能力的文学平台，将强化与下游影视、游戏、动漫的联动合作，突破单一环节的局限，通过泛娱乐整合，打造文学集团化，通过并购实现资源统一管理、运营的生态化产业布局。网络文学与下端资源平台的联合搭建和开发，能更好实现IP价值最大化，不断吸引更多优质原创者参与创造，影视和游戏的联动需求也反向推动文学原创输出的质和量同步提升。

综合实力型企业将以内容为核心进行平台延伸，构建泛娱乐生态链。IP衍生泛娱乐化，全产业链商业化将成为行业目标。围绕IP价值最大化的泛娱乐运作，将强化向影视、游戏、动漫、舞台剧、音频、出版、周边等行业的扩展和渗透，并嵌入直播、二次元等新型元素，依托优质特色内容形成的影视、游戏爆款对企业构建市场份额优势会大有裨益。网络文学平台将有效延展，在以文学内容为基础的网络平台上，向综艺、体育等IP平台发展。

一般平台型企业，会以开发优质内容资源、创新交互阅读形式来构建垂直领域的优势地位。随着内容正版化时代的逼近，IP与作者将成为网络文学市场最核心的竞争力。吸引和满足未来年轻一代阅读群体的需要，需要对这些群体进行细分定位，提供个性化、差异化的优质内容，如开发针对青少年读者的轻小说题材、针对白领女性的职场生活平衡题材、针对科幻迷们的科幻小说等，将成为平台发力的主战场。同时，创新更多交互式阅读形式，增强阅读的娱乐、社交和趣味性，也是吸引和留住重度用户的重要形式。

● 网络文学内容题材趋势

轻小说及对话体小说在年轻群体游戏化、碎片化阅读需求的推动下迅速发展，并将成为满足新新群体文娱需求的主流题材

在移动互联网时代环境中诞生的95、00后，对文字的阅读体验需求有几个明显的变化：从时间上来说，他们从深度阅读向碎片化阅读变化；从目标上来说，从单纯的获取知识和信息的阅读向情景互动、游戏化和社交化变化；从内容上来说，他们期望打破单一的文字模式融入更多图形、漫画等多媒介元素共存的形式。这种碎片化、娱乐化的消费倾向，为轻小说、对话体小说的发展提供了无限发展空间。

轻小说，盛行于日本的通俗文学体裁，以特定故事描绘手法包装、用动漫风格作为插画，使用读者惯常口语书写，轻浅易懂，具有较强的娱乐性，对生于移动互联网和泛ACG时代的中国下一代读者有极强的吸引力。同时，轻小说在原创上，比漫画、动画等更易生产丰富的内容，满足读者多样化的精神需求。

对话体小说，通过作品人物之间的对话叙述事件、故事情节，省略了环境、动作及心理活动等描写，降低了创作难度，强化了读者参与互动，模糊了创作和阅读的边界，带动全民创作、分享和阅读的热情，未来在对话互动形式还可创新出更多娱乐、社交新形式，发展潜力巨大。

- **盈利模式趋势**

盈利模式向多样化发展，付费阅读仍将占据重要席位，但广告、电商及延伸变现等收入占比会逐渐上升

从产业链整体盈利模式来看，我国网络文学经历了从免费到单一收费、再到多点开发收费的发展阶段。网文平台收入构成中，付费阅读仍占主体。随着青少年阅读模式和体验向表达及写作需求转化，付费阅读度仍会占据重要席位。流量运营和精准营销的运营思想将推动网文付费阅读市场的变革，网文平台厂商将在广告、电商等其他收入形式上做更多的探索和尝试。同时，由于IP商业化价值凸显，依托“将优质IP转化为其他易变现的内容形式”理念，加大内容端的整合和投资，探索有效的IP变现路径将成为常态。

2 投资机会分析

- **投资机会一**

具备IP优质资源和全产业链运作能力的平台厂商。网络文学的价值在于IP价值的充分挖掘和变现。随着泛娱乐产业链的成熟，IP产业化的变现模式越来越清晰。不管产业链各环节的渠道之争，还是IP全产业链之争，IP始终是贯穿并占据产业链的核心价值产品。那些同时拥有优质IP及泛娱乐运作能力的企业，未来发展潜力巨大。

- **投资机会二**

具备在“内容与形式”方面持续创新及打造爆款能力的文学平台。图书阅读、网文阅读市场竞争激烈，抓住受众欢迎的细分市场，创新内容及传播渠道，为受众提供个性化爆款内容的平台才能建立持久的竞争优势。95甚至00后青少年将是未来主要的受众群体，他们自身表达和创作欲望强烈，赋予阅读更多娱乐和社交的期望。因此，在平台功能的创新，比如打通UGC和PGC之间的通路，实现UGC内容的变现，满足受众个人表达和创造的欲望和热情；在阅读体验的创新，强化文字、图片、视频甚至VR等的综合应用，突破点频阅读，开发动态阅读、游戏阅读等功能，都会更好的迎合未来受众主体的阅读口味，建立主流市场的制高点，具备这些创新能力的企业在垂直细分竞争领域将获得良好发展。



理 想 照 耀 的 疆 界

创业邦研究中心
research@cyzone.cn