

## 行業概覽

本節所載若干資料、統計數據及數據摘錄自獨立第三方Frost & Sullivan獲委託編製的報告（「Frost & Sullivan報告」）。來自政府官方刊物、行業來源及Frost & Sullivan報告的資料未必與可從中國及香港境內外其他來源獲取的資料一致。我們認為本節資料的來源就有關資料而言屬恰當，且我們於摘錄及複製有關資料時審慎行事。我們無理由相信該等資料屬虛假或具誤導成分或遺漏任何事實以致該等資料在任何重大方面屬虛假或具誤導成分。然而，我們或參與[編纂]的任何其他各方概無獨立核實有關資料，亦無就其準確性或完整性發表任何聲明。因此，[編纂]不應過分倚賴本節所載資料（包括統計數據及估計）或本文件其他章節所載類似資料。有關我們所在行業相關風險的討論，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險」一節。

### 行業資料來源

我們委聘獨立市場研究顧問Frost & Sullivan對中國網絡文學市場進行分析及編製報告，以用於本文件。Frost & Sullivan始創於一九六一年，提供行業研究及策略性市場見解以及增長諮詢和企業培訓。於文件中披露的Frost & Sullivan資料摘錄自Frost & Sullivan報告，該報告由我們以人民幣0.6百萬元的費用委託編製，並在取得Frost & Sullivan的同意下披露。Frost & Sullivan已進行詳盡初步研究，涉及與若干行業領先參與者的討論以及與相關各方面談。Frost & Sullivan亦已進行二次研究，涉及基於其自有研究數據庫審閱公司報告、獨立研究報告及數據。Frost & Sullivan亦於二零一七年第一季度於中國進行消費者調查（「調查」），以為Frost & Sullivan報告收集數據。就所進行的消費者調查而言，Frost & Sullivan根據網絡文學用戶（45%的女性及55%的男性）的人口統計調查了一個擁有200,000名網絡文學用戶的群體，涵蓋中國225個主要的一線、二線、三線及四線城市。此消費者調查的目的旨在進一步研究網絡文學用戶的基本特徵、閱讀習慣及其他特徵。

Frost & Sullivan於編製Frost & Sullivan報告時作出以下假設：

- 中國的社會、經濟及政治環境於預測期內可能會維持穩定；
- 相關行業關鍵驅動因素於預測期內可能會推動市場發展；及

## 行業概覽

- 為本公司編製資料時，Frost & Sullivan將晉江文學城(由本公司持有50%股權的合營企業運營的網絡文學平台)作為本公司的一部分，正如Frost & Sullivan所告知，(i)於編製市場參與者的相關資料、統計數字及數據以分析有關行業時，常規做法是將某實體的資料及數據，列入持有該實體主要股權的另一家公司之內，及(ii)倘其不列作公司的一部分，於進行行業分析時將被完全排除為企業市場參與者。

Frost & Sullivan的預測基於多項市場決定因素及與指定市場決定因素有關並指示其相對重要性的各項協同因素作出。市場決定因素包括主觀假設及客觀因素。因此，預計數據未必與市場數據一致。

除另有註明者外，本節所有數據及預測均摘錄自Frost & Sullivan報告。董事確認，經合理審慎行事後，自Frost & Sullivan報告日期起整體市場資料並無重大不利變動而可能有所限制、互相抵觸或負面影響有關資料。

### 中國網絡文學市場

#### 中國文學市場概覽及前景

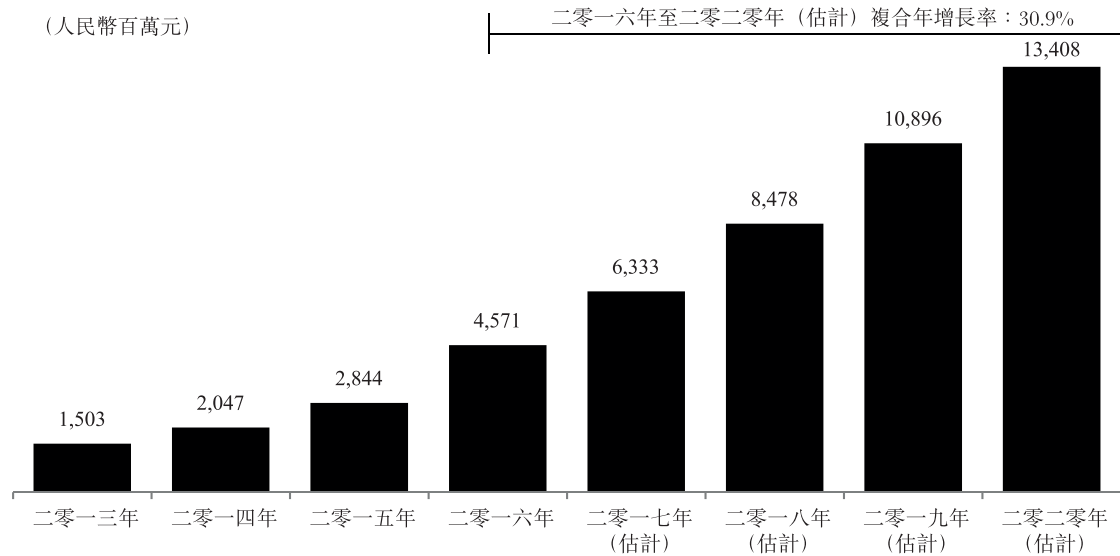
中國文學市場當前由三個部分組成：網絡文學、電子書及紙質圖書(文學性質)。網絡文學定義為面向大眾創作並發佈於互聯網的文學作品。電子書指紙質圖書(文學性質)的電子版本。網絡文學與電子書的主要區別在於網絡文學是在網絡文學平台創作並初始透過網絡文學平台發佈(一般以連載形式)，而電子書被視為授權文學內容的其後承載形式之一，僅於完成後方刊載。中國文學市場的規模按收入計，由二零一三年的人民幣297億元增至二零一六年的人民幣403億元，複合年增長率為10.7%，並預計會於二零二零年進一步增至人民幣591億元，二零一六年起的複合年增長率為10.1%。

在中國文學市場中，網絡文學增長最快，二零一三年至二零一六年的複合年增長率達44.9%，二零一六年至二零二零年預計將按30.9%的複合年增長率持續增長。二零一六年，中國網絡文學市場規模為人民幣46億元，佔中國文學市場總規模的11.4%，該百分比預期於二零二零年會增至22.7%。

就Frost & Sullivan報告所定義的網絡文學市場而言，收入被「狹義地」定義為主要由讀者透過以下三種主要方法通過購買網絡付費內容進行的在線閱讀活動產生的收入：按章付費、包月套餐及其他捆綁套餐。下圖列示按收入計量的中國過往及預測網絡文學市場規模。

## 行業概覽

### 中國網絡文學市場規模(二零一三年至二零二零年(估計))



資料來源：Frost & Sullivan 報告

附註：網絡文學市場規模按通過讀者購買網絡付費內容產生的網絡付費閱讀收入計算。

### 中國網絡文學市場增長的驅動因素

網絡文學享有極大的創作自由，且日益受到尋求文學內容深度及多樣性的中國讀者的青睞。與傳統文學(其通常為知名作家的古典或當代小說)不同的是，網絡文學更為多元化且能迎合中國讀者廣泛的內容需求。網絡文學的體裁包括玄幻、武俠、科幻、奇幻、言情及都市以及廣泛的其他題材的精品文學作品。

隨著互聯網尤其是移動互聯網普及率的不斷增長(於二零一六年分別達到52.9%及50.3%)，互聯網用戶可透過個人電腦及移動設備輕鬆訪問網絡文學作品。具體而言，由於使用移動設備閱讀方便及文學內容引人入勝，透過移動應用程序進行閱讀日益成為移動用戶歡迎的一種利用零碎閒暇時間的內容消費方式。調查顯示，25.2%的受訪者按每天在移動設備所花費的時間計將閱讀網絡文學當作首選活動之一。龐大讀者基礎不斷擴大，加上用戶參與程度不斷提升，將繼續推動中國網絡文學市場的增長。

此外，近年來，中國版權保護環境有了明顯的改善。盜版網絡文學內容的存在帶來的收入損失在二零一六年為大約人民幣114億元，是二零一六年網絡文學市場收入的兩倍以上。隨著對版權保護的日益重視以及政府機構及行業參與者開展有效的反盜版行動，中國

## 行業概覽

反盜版環境一直在穩步改善。與此同時，近年來，讀者對付費網絡文學內容的支付意願大幅提高。在二零一七年第一季度閱讀網絡文學內容的受訪者中，43.8%表示願意在線支付受版權保護的內容。在個人電腦平台及移動設備平台上在線閱讀的付費比例(按某個期間網絡文學內容付費用戶的數目佔網絡文學平台所有日活躍用戶數的百分比計)分別由二零一三年的1.3%和3.3%上升至二零一六年的2.0%和7.0%，並預計於二零二零年進一步上升至4.8%及14.5%。

### 網絡文學創作及風格的演變

過去二十年，中國網絡文學的演變過程如下：

- **二十世紀九十年代末至二十一世紀初(萌芽階段)**。於此期間，網絡文學的流行故事情節及體裁有限，且並沒有與傳統出版物顯著區分。於此期間，領先的網絡文學平台是文學網站，包括榕樹下及紅袖添香。該等網站培養了中國開創性且具有影響力的網絡作家，其中許多作家一直保持暢銷至今。然而，此階段的作家主要是業餘作家，兼職創作文學作品，網站上並沒有清晰的網絡文學商業化模式。由於互聯網在此期間在中國普通消費者中並不普及，大多數中國讀者只能以實體書形式閱讀此期間創作的原創網絡文學內容。
- **二十一世紀初至二零一零年(付費閱讀興起)**。網絡文學於二十一世紀初開始加速發展並與傳統出版物區分開來。於此期間最流行的網絡文學題材為玄幻及言情。以起點中文網、晉江文學城及紅袖添香為首的多家出版原創文學作品的網絡文學平台興起。該等平台全部由Cloudary於二零零九年收購。於二零零二年發起的起點中文網首創付費在線閱讀模式，為市場上其他參與者設立了中國版權網絡文學作品在線發行的經營規範。與較早期相比，該時期的網絡文學作家日益專業化，全職投入網絡文學創作之中，因為他們開始從作品中獲取可觀收入。
- **二零一零年至今(日益向移動端轉變)**。隨著中國移動互聯網的滲透率提高，網絡文學日益向移動端集聚。得益於移動閱讀的便利性及移動應用程序的增強特性(包括互動社區工具)，移動時代見證了用戶黏性及網絡文學平台參與度的不斷增長。如今，中國網絡文學涵蓋200多個題材，遠超傳統出版物的範疇。本公司在此期間通過Cloudary與騰訊文學業務的合併而創立並進一步整合該行業。按二零一六年日均移動日活躍用戶計，合併後的本公司擁有行業用戶總數的48.4%。

## 行業概覽

### 中國網絡文學作品

過去二十年，網絡文學作品庫已達到巨大規模，並在每日持續增長。截至二零一六年十二月三十一日，網絡文學作品總數達11.6百萬，及預計於二零二零年達22.4百萬，按複合年增長率17.8%增長。於二零一六年，新創作網絡文學作品達到1.9百萬，且該數字預計於二零二零年將增加到3.2百萬，複合年增長率為13.7%。

網絡文學囊括各種類型體裁。創新及小眾文學類別發展快速，以滿足內容消費不斷變化的需求並在此後成為內容改編合作方改編的優質素材來源。由於移動時代的主要網絡文學平台的內容庫文學激增，開發定制的內容推介功能，以幫助用戶發現想要的內容及向適當讀者推介恰當內容，對網絡文學應用程序而言至關重要。與上一時代相比，移動時代的行業領先公司越來越善於了解讀者的興趣及有效進行相應的內容培育，這需要不斷改進內容推薦算法及相關數據分析能力。

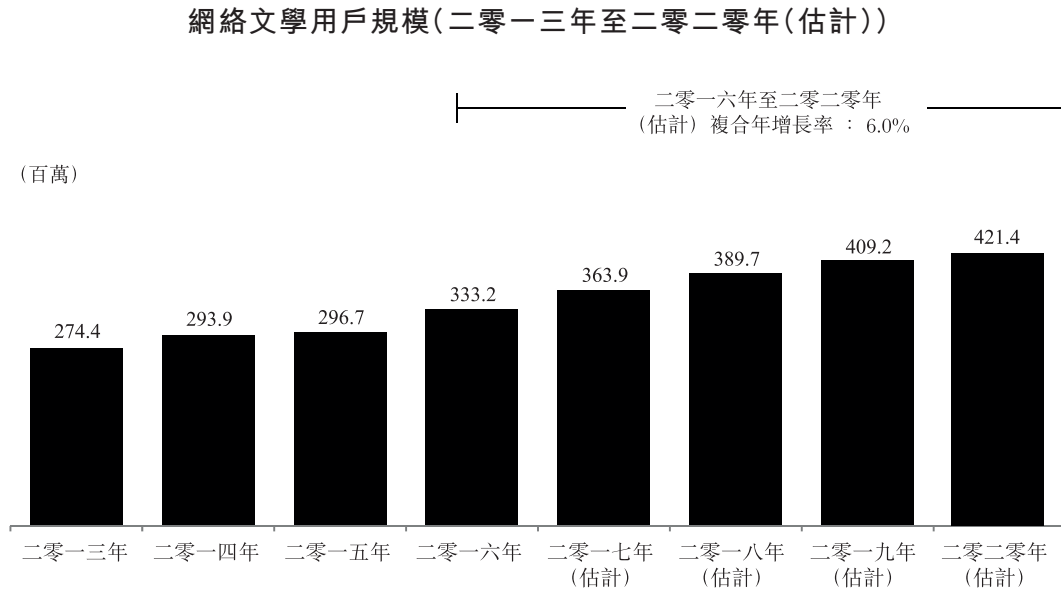
二零一六年中國五大網絡文學公司(按平台可提供的文學作品總數排名)為本公司、中文在線數字出版集團、掌閱、百度文學及阿里巴巴文學，各自佔文學作品總數的份額(按有關平台可提供的網絡文學作品數目佔中國文學作品總數的百分比計)為72.0%、27.5%、5.2%、3.4%及1.7%。視乎作家與網絡文學平台的合約條款而定，作家可透過一個或多個網絡文學平台獨家或非獨家出版其作品。倘非獨家發佈，該等出版的作品在計算不同網絡文學公司的市場份額時可能被重復計入。

### 中國網絡文學用戶

中國網絡文學用戶的數目於二零一六年十二月三十一日總計為333.2百萬，當中303.8百萬使用移動設備閱讀。該總數預期於二零二零年十二月三十一日達421.4百萬，當中408.8百萬將通過移動程式閱讀。網絡文學用戶包括個人電腦用戶、移動平台用戶及同時使用個人電腦及移動平台的用戶。在這三個群體中，僅使用手機的用戶規模目前是最大的及預計將增長最快。

## 行業概覽

下圖列示二零一三年至二零一六年中國的網絡文學讀者群體及二零一七年至二零二零年的預測數字。



資料來源：Frost & Sullivan 報告

附註：網絡文學用戶的數目指在特定年度通過個人電腦或移動設備對網絡文學平台至少訪問一次的獨立訪問總數。

中國網絡文學讀者活躍、願意投入時間及普遍較一般網絡用戶年齡年輕。根據調查，大部分中國網絡文學讀者每天花超過一小時閱讀網絡文學，及大部分中國網絡文學讀者每週訪問網絡文學內容三次或以上。根據調查，中國網絡文學讀者的年齡在30歲以下者達70.7%、年齡介乎30歲至39歲佔20.7%而年齡在40歲以上者佔8.6%。在參與Frost & Sullivan調查的網絡文學讀者之中，閱讀網絡文學少於一年者佔10.3%、閱讀網絡文學一至三年者佔22.3%，而閱讀網絡文學三年以上者佔逾60%。

### 中國網絡文學作家

於二零一六年十二月三十一日，中國原創網絡文學作家估計有6.0百萬，及預計於二零二零年十二月三十一日達約8.5百萬，複合年增長率為9.2%。

二零一六年中國五大網絡文學公司(按截至二零一六年十二月三十一日於相關平台發佈網絡文學作品的作家總數排名)為本公司、中文在線數字出版集團、掌閱、百度文學及阿里巴巴文學，佔作家總數的份額(按相關平台作家數目佔中國網絡文學作家總數的百分比計)分別為88.3%、41.6%、33.3%、8.3%及5.0%。

## 行業概覽

以下為網絡文學與紙質圖書相比對中國作家的主要吸引之處。

### 靈活、具吸引力的經營模式

中國大多數網絡文學作家起初為網絡文學讀者。成為網絡文學作家的准入壁壘一般較成為線下出版作家的門檻要低。新手作家及其他文學愛好者一般在網絡文學平台註冊即可開始創作及發佈原創文學作品。准入壁壘較低的主要原因是網絡文學內容的連載性，令作家可按其撰寫的內容(通常按章節)發佈，並接收讀者的實時反饋。網絡文學作家主要被網絡文學的讀者規模日益擴大及內容改編機會不斷增多所呈現巨大盈利潛力以及靈活的連載形式所吸引。

### 商業潛力更大

中國最成功的網絡文學作家較相應傳統出版作家獲得的認可度更大，收入更高。中國二零一六年十大暢銷書作家中，有六名為網絡文學作家。二零一六年，十大網絡文學作家平均網絡文學相關收入為人民幣32.3百萬元，幾乎是線下出版作家平均收入人民幣17.3百萬元的兩倍。

除來自網絡付費讀者版稅收入外，知名網絡文學作家亦可通過各類內容改編機會以及在網絡文學讀者中的高認可度而從營銷活動中獲得收入。網絡文學平台通常通過作品合約或作者合約與選定作家簽訂合約，合約載列有關內容發佈的收入分成及獨家性的協定安排。根據合約所載的協定分成條款，在線閱讀、版權授權或內容改編產生的收入與作家共享。收入分成百分比乃按個別情況而定且不同作家之間可能存在顯著差異。

### 行業排名及本公司競爭地位

根據Frost & Sullivan報告，以下為中國網絡文學平台的主要競爭範疇：

- 網絡文學作品庫的覆蓋範圍及質量；
- 吸引、保持及提升作家數量的能力；
- 讀者基礎的規模及黏性；
- 編輯人員的專長；及
- 相關移動應用程式或網站的用戶體驗。

## 行業概覽

按二零一六年平均移動日活躍用戶數計的中國五大網絡文學公司為本公司、掌閱、阿里文學、中文在線及百度文學。移動日活躍用戶指特定一天在移動平台上閱讀網絡文學內容的用戶。上述五大公司的佔用戶總數的份額(按有關公司的移動日活躍用戶佔中國網絡文學市場移動日活躍用戶總數的百分比計)分別為48.4%、25.0%、2.3%、2.0%及0.8%。就移動產品而言，按二零一六年每月平均日活躍用戶數計的中國五大移動產品為QQ閱讀、掌閱、起點讀書、咪咕閱讀及書旗小說，佔用戶總數的份額(按各移動產品的日活躍用戶數佔中國網絡文學市場移動日活躍用戶總數的百分比計)分別為27.9%、24.7%、8.7%、7.4%及4.8%。

按二零一六年日均個人電腦活躍用戶數計的中國五大網絡文學公司為本公司、百度文學、中文在線、阿里文學及掌閱。個人電腦日活躍用戶指特定一天在個人電腦平台上閱讀網絡文學內容的用戶。上述五大公司的佔用戶總數的份額(按各公司電腦日活躍用戶總數佔中國網絡文學市場個人電腦日活躍用戶總數的百分比計)分別為46.5%、18.1%、13.5%、1.5%及1.1%。就網站產品而言，按二零一六年每月平均日活躍用戶數計的中國五大網站為起點中文網、晉江文學城、雲起書院、17k.com及縱橫中文網，佔用戶總數的份額(按各網站的日活躍用戶數佔中國網絡文學市場個人電腦日活躍用戶總數的百分比計)分別為18.3%、7.9%、6.5%、4.5%及3.4%。

按二零一七年第一季度用戶日均使用時長計的中國五大移動網絡文學產品為QQ閱讀、起點讀書、掌閱、咪咕閱讀及搜狗閱讀。按二零一七年第一季度用戶單日平均使用時長計的中國五大網絡文學網站為起點中文網、雲起書院、縱橫中文網、晉江文學城及塔讀文學。

於二零一六年，按所產生的在線閱讀收入計的五大網絡文學公司為：本公司、掌閱、中文在線、百度文學及阿里文學，市場份額(按各公司的在線閱讀收入佔總在線閱讀市場規模的百分比計)分別為43.2%、14.9%、6.6%、1.8%及1.4%。

按二零一六年按碼洋(按圖書建議零售價乘以已售圖書數量計)計的五大民營實體圖書公司為中信出版集團、中南博集天卷文化傳媒有限公司、北京磨鐵圖書有限公司、新經典文化股份有限公司及海豚傳媒股份有限公司，隱含的市場份額(按各圖書公司碼洋佔中國實體圖書出版行業碼洋的百分比計)分別為2.13%、1.62%、1.36%、1.35%及0.87%。我們的聯屬公司天津華文天下圖書及天津中智博文圖書的隱含市場份額分別為0.29%及0.45%。

根據Frost & Sullivan報告，我們在相關市場的領先地位主要歸因於我們擁有成熟品牌價值、大部分獨家付費的內容庫及強大的版權管理能力以及吸引精英的作家群體及巨大黏



## 行業概覽

性客戶基礎的能力。我們的移動產品已在移動文學市場建立整體領先地位。然而，來自其他移動文學閱讀應用及平台的市場競爭仍然激烈，而其中部分應用及平台以盜版內容為主。

### 中國網絡文學內容的變現機遇

#### 中國網絡文學內容的主要變現推動力

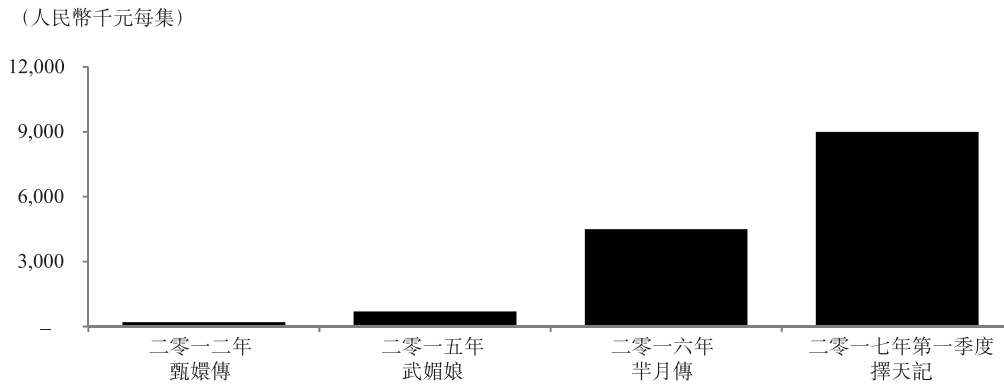
網絡文學的移動時代見證了網絡文學內容的變現模式及商業化潛力劇增。以下為中國網絡文學內容的主要變現推動力。

- *生活水平及消費水準的提高促使消費者要求優質內容。*近年來可支配收入及生活水平提高的累積效應使中國總體消費模式發生翻天覆地的變化。中國消費者愈來愈注重其所購買商品的品質，將消費力更多轉向優秀內容消費。調查顯示，44.2%的調查對象表示在消費娛樂產品時，產品質量是最為重要的因素，優於明星陣容、宣傳或其他因素。數千萬讀者支持的流行網絡文學作品正成為娛樂產業首選的改編內容。調查顯示，超過64.0%的網絡文學用戶之前曾玩過網絡文學作品改編的網絡遊戲，而50.0%的調查對象表示他們更願意為曾閱讀過的網絡文學作品改編而來的網絡遊戲付費。
- *年輕觀眾要求更引人入勝的內容形式。*文化產品(包括文學內容)的主流消費者已逐漸轉變為一九八零年代或以後出生的人群。年輕中國讀者較其他讀者對內容與豐富的媒體形式相結合的需求更大，更願意接受新穎的故事情節及多元化風格的網絡文學以及從網絡文學改編而來的娛樂產品。
- *娛樂產業加速發展。*近年來，中國多個娛樂產業經歷快速增長。電影、電視劇及網絡劇、網絡遊戲及動漫等市場大規模拓展，極大刺激了優秀上游原創內容來源的需求，導致版權的市場價格上漲。移動互聯網的普及通常亦會推動大型互聯網平台提供更多內容以掌握中國互聯網用戶更多分散的用戶時間。在多個娛樂產業中，在線視頻門戶網站成為中國消費者視聽娛樂的首選。互聯網電視作為日常娛

## 行業概覽

樂產品消費渠道得以普及，極大促進了網絡文學作品變現潛力的提升，成為中國電視劇及網絡劇改編的原創材料的主要來源。如下圖所列示，改編自原創文學的電視劇的網播內容授權費明顯增加。

改編自原創文學的受歡迎電視劇的每集網播授權費  
(二零一二年至二零一七年第一季度)



- 電影製片廠、電視劇及網絡劇製作公司、網絡遊戲製作公司及動漫製作公司等內容改編公司愈來愈依賴文學作品作為素材。於二零一六年，中國票房收入最高的50部國產電影中有36%改編自文學作品；收視率最高的50部國產電視劇中有28%改編自文學作品；播放量最高的50部國產網絡劇中有52%改編自文學作品；下載量最高的50個國內網絡遊戲中有20%改編自文學作品；網絡播放量最高的50部國產動漫作品中有16%改編自文學作品。隨著網絡文學的興起，娛樂媒體更多將原創網絡文學作為素材，主要是由於現有觀眾基礎及改編前相關網絡文學作品的社會影響力。此外，網絡文學作品的連載性為改編成引人入勝的連續劇、網絡劇或動漫產品創造天然優勢。

### 中國版權授權及衍生娛樂產品開發存在巨大改進空間

與美國等發達國家相比，中國的版權授權產業方興未艾，仍存在巨大改進及增長潛力。

## 行業概覽

下表通過比較電影產業及改編的成功案例列示美國與中國版權市場發展水平的差距。

	二零一六年總票房最高的 50 部電影	
	美國出品	中國出品
由文學／動漫作品改編成電影的 二零一六年國內總票房 .....	38 億美元	11 億美元
佔國內電影前 50 名國內總票房的 百分比 .....	45.6%	33.8%
	文學／動漫版權改編大片	
	美國出品	中國出品
案例 .....	哈利波特	鬼吹燈
改編形式 .....	線下出版、電影、DVD 及 有線電視播放權、網絡遊 戲、主題公園、其他衍生產 品	線下出版、電視劇、動漫、 網絡遊戲、電影
改編總商業價值 .....	逾 70 億美元	逾 4 億美元

資料來源：Frost & Sullivan 報告

在美國，各種衍生產品的改編權通常更多地捆綁及轉授予財力雄厚及經驗豐富的製作集團，以確保源自同一文學來源的各種改編作品的風格及質量統一。此外，衍生娛樂產品種類繁多，延伸至商品化形象及主題公園。

在中國，改編權通常會再授權予分散的小型娛樂製作公司。版權的定價機制相對不完善，改編作品的整體質量與美國的標準相比仍然欠佳。此外，在中國衍生娛樂產品的範圍

## 行業概覽

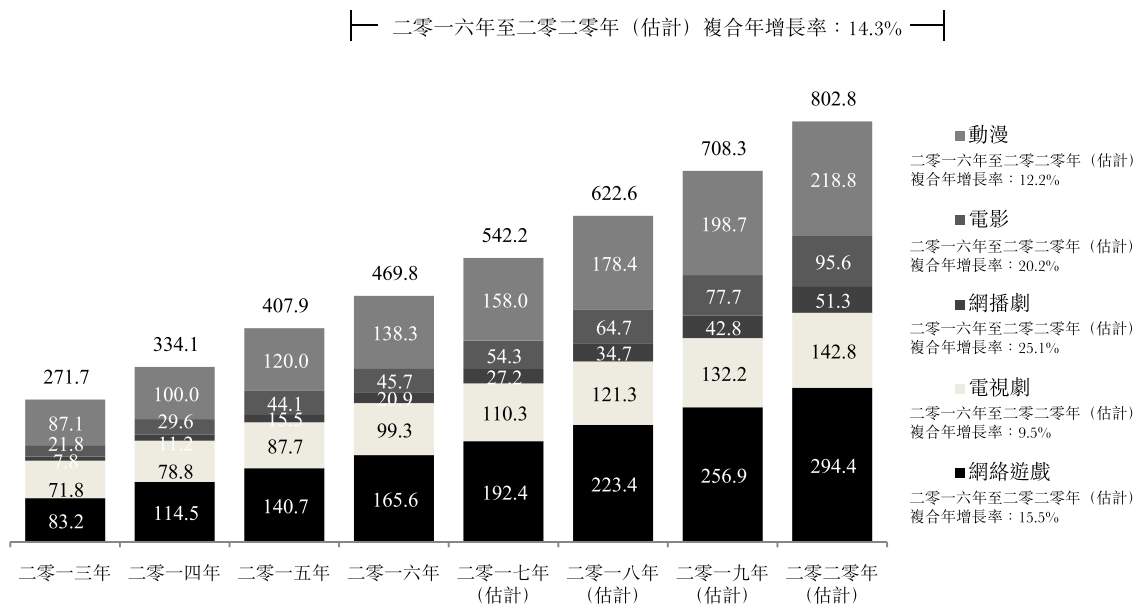
相對有限，主要涵蓋電影、電視劇及網絡劇、網絡遊戲及動漫產品。成熟度欠缺顯示中國的版權行業仍有巨大的改進空間及發展潛力，可能會為內容改編釋放巨大的市場價值。

### 主要網絡文學內容改編渠道

近年來，隨著中國觀眾對內容消費需求的不斷增長，中國的電影、電視劇及網絡劇、網絡遊戲、動漫及其他娛樂行業呈現快速增長。下圖載列多個娛樂行業於二零一六年至二零二零年的市場規模及相應增長率。

### 娛樂行業市場規模(二零一三年至二零二零年(估計))

(人民幣十億元)



資料來源：Frost & Sullivan 報告

附註：

- (1) 動漫市場規模包括動漫作品製作商或發行商銷售動漫作品所得收入以及自動漫平台獲得的轉授收入及廣告收入。
- (2) 電影市場規模包括電影院在整個中國的票房收入。
- (3) 網絡劇市場規模包括在個人電腦及移動平台發佈的網絡劇銷售收入，包括轉授收入、廣告收入及來自付費用戶的收入。
- (4) 電視劇市場規模包括主要倚賴電視平台作主要發行渠道的電視劇收入，包括轉授收入及廣告收入。
- (5) 網絡遊戲市場規模包括通過個人電腦及移動設備銷售遊戲的收入及其他收入，包括廣告收入及遊戲增值服務收入。

## 行業概覽

倘網絡文學內容改編成其他商業媒體作品，內容改編夥伴(通常為改編作品的製片商或分銷商)將須透過支付預付授權費或訂立收入或溢利分成安排或將上述兩項相結合的方式向版權所有人(通常為網絡文學平台)獲得改編權。在部分情況下，網絡文學平台亦可能就若干版權的改編涉及的較高財務或運營投入訂立多項共同開發或共同投資安排，而China Literature Limited向來是探索該等版權運營的新收入模式的先鋒。收入或溢利分成的條款乃按逐個情況協定並將考慮收入模式的複雜性、相關文學作品的質量及名氣以及最終作品的質量進行定制。

由於內容改編的複雜收入模式、各單一網絡文學作品的不同商業價值及作家與網絡文學平台之間的不同收入分成協議，故難以按中國娛樂市場內容改編的網絡文學收入得出明確的市場份額。然而，於二零一六年排名前50的國產電影、電視劇、網絡遊戲、網絡劇及動漫(分別按票房、評級、下載次數、網絡收視率及網絡收視率計)中，自網絡文學作品改編的百分比分別為12%、14%、8%、38%及10%。

近年來，原創網絡文學內容的具體變現模式不斷多元化。除固定授權費外，原創網絡文學內容版權所有方在衍生娛樂產品收入方面的分成(如票房及發行收入的一部分)不斷擴大。此外，文學內容版權所有方不斷與內容改編公司成立合營企業及其他共同開發合夥企業，以在改編過程中取得更多經營控制權。

### 我們在網絡文學內容改編的競爭地位

版權所有方的主要競爭因素包括作家庫、優秀原創網絡文學儲備規模、用戶群規模及黏性、系統地識別及增強流行文學特許經營的專業知識以及對內容改編業務的深刻理解。

二零一六年，按佔改編為主要國產娛樂產品的網絡文學作品的份額計，本公司排名第一，包括：

- 票房成績最高的20部國產改編電影，份額為65%；
- 收視率最高的20部國產改編電視劇，份額為75%；
- 觀看量最高的20部國產改編網絡劇，份額為70%；
- 累計下載量最高的20款國產改編網絡遊戲，份額為75%；及
- 百度搜索排名最前的20部國產改編動漫作品，份額為80%。

## 行業概覽

---

根據Frost & Sullivan報告，憑藉我們在中國網絡文學行業的領導地位，我們能夠在讀者認可的初期即以較低成本簽定大量優秀作家並鎖定大量的網絡文學作品版權，同時不斷生成優質內容。我們已在版權管理方面積累豐富經驗，並處於有利地位，可更積極地拓展至更廣闊的泛娛樂市場並通過與眾多行業參與者合作而發掘增長機會。

整體版權管理及運營以及原創文學內容的授權定價機制在中國仍處於發展初期。當前的經營及機制缺乏海外發達市場的綜合性及成熟度，尤其是在長期戰略性的版權開發及全週期商業價值挖掘方面。然而，預計中國的版權變現市場會隨著行業參與者積累更多經驗以及通過向更加成熟的海外同業者借鑒經驗，整體行業將取得顯著增長。