

浅析网络小说IP的产业化发展 — 以网络IP《花千骨》为例

张佳* · 金昌庆**

【目 录】

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. 绪论 | 3. 网络小说IP产业化发展的路径分析 |
| 1) 研究背景和目的 | 1) 以内容生产为核心的IP产业化模式 |
| 2) 先行研究 | 2) 品牌IP再生产的产业化模式 |
| 2. 网络小说IP产业化发展的现状 | 4. 网络小说IP产业化存在的问题和方案 |
| 1) 网络小说IP的发展阶段 | 1) 网络小说IP产业化存在的问题 |
| 2) 网络小说IP产业化的特征 | 2) 网络小说IP产业化发展的方案 |
| | 5. 结论 |

【摘要】

近年来, 由于互联网的迅速发展, 互联网打通了连接影视、网络游戏、动漫的产业链, 从而使以网络小说IP为中心的“泛娱乐”产业格局能够实现。然而, 与国外相对完整成熟的IP产业链相比, 中国的网络小说IP产业依然存在很多问题。基于文化产业价值链, 网络小说IP开发应以内容为核心, 警惕市场迎合主义“重利益, 轻文化”的短视行为, 通过影视作品、动漫、游戏与衍生品等全产业链的跨界融合, 推行横向成群, 纵向成链的一体化战略, 协同打造一个明星IP。作为中国文化产业泛娱乐新生态的新兴热门资源, 网络小说IP的价值不仅是影视剧的改编, 随着影视行业的理性回归和战略升级, 这些热门的网络小说IP作品还会源源不断的输出它的价值, 届时文化产业泛娱乐新生态也将逐渐成型, 以一种新的形式为文化IP产业提供更加广阔的发展环境。

* (F. A) 釜庆大学中国学科博士 (mofejia@163. com)

** (C. A) 釜庆大学中国学科教授 (cgkim@pknu. ac. kr)

【关键词】 网络小说IP；IP改编剧；内容产业；版权运营；产业化模式。

1、绪论

1) 研究背景和目的

IP概念自诞生之日起，便受到电影行业和商业资本的竞相追捧，这一新兴概念迅速勃兴变革，不再局限于艺术审视下的电影改编，而是将影响扩大到了包括电影行业在内的整个文化产业，衍生出了具有独特特征的产业链和行业生态模式。引发了中国电影发展理念和文化产业布局上的连锁反应。

近年来，由于互联网的迅速发展，网络小说开始兴盛。中国影视产业中网络小说IP的改编成为热门，生产了大量的“IP电影”和“IP电视剧”。网络小说版权交易市场的逐步完善为IP的转化提供了发展环境；互联网打通了连接影视、网络游戏、动漫的产业链，这些为“泛娱乐”生态的构建提供了基础，从而使以网络小说IP为中心的“泛娱乐”产业格局能够实现。然而，与国外相对完整成熟的IP产业链相比，中国的网络小说IP产业依然存在很多问题。

本文从文化产业发展的角度，以网络小说IP为研究对象，通过网络小说IP的产业化发展现状，分析其特征，结合案例总结网络小说IP产业化发展的模式，探讨网络小说IP产业化发展存在的问题。基于文化产业价值链的开发，就如何将网络小说IP转化成高质量的IP资源，如何在原有产业模式下发展新的模式提出方案，以期对构建和完善网络小说IP产业化发展的新业态提供参考。

“IP”是英文词组“Intellectual Property”的缩写，翻译为“知识产权”。现在通常所说的IP，更贴切的理解应为“具有互联网IP价值的知识产权”。¹⁾王爽的《“IP”热的传播学解读》中提出“‘IP’泛指有大量粉丝基础的网络文学、原创文学或者游戏的版权。”²⁾的概念。李正良、赵顺在《影视IP热的冷思考》中指出IP泛指文化产业领域中的文学小说、音乐歌曲、影视动漫、电子游戏等方面的内容版权。³⁾贾娜、万紫千则认为“IP的形式可以多样，完整的故事、一个概念、一个形象甚至一句话，一个具备市场价值的IP一定拥有一定知名度，有潜在变现能力的东西。”⁴⁾

1) 尹鸿，〈IP转换兴起的原因，现状及未来发展趋势〉，《当代电影》，2015年第9期，p. 22。

2) 王爽，〈“IP”热的传播学解读〉，《传媒观察》，2015(8)，p. 23。

3) 李正良、赵顺，〈影视业IP热的冷思考〉，《传媒观察》，2016(1)，p. 21。

综合以上观点,本文中的网络小说IP是指那些被广大受众所熟知的,适合被文化产业改编利用的文学和艺术作品。“IP改编剧”就是影视公司通过购买热门的资源版权,改编后生产的影视剧作品。如好莱坞的《007》系列、《哈利波特》、《复仇者联盟》等就是经典的IP电影;中国的《大话西游》系列、《仙剑奇侠传》、《甄嬛传》等也是热门的IP影视剧。

2) 先行研究

对网络小说IP改编剧的研究有很多,孟艳在《中国网络小说影视剧改编研究》中分析了改编热的原因,梳理了网改剧的历史进程,总结了改编方式,其中分为忠于原著的改编和改动较大的改编两种。⁵⁾方舒桦从传播学的角度分析了网络文学IP改编剧的火爆原因,在泛娱乐背景下分析IP剧产业化发展的问题,如版权纠纷、作品质量参差不齐、市场开发无序等。⁶⁾刘晓宇从网络小说本身、网络媒体、营销手段三个方面分析网络小说IP改编热的原因,对其未来发展提出了建议:依附技术,内容为王;资源互补,联合制作;合作改编,尊重原著。⁷⁾

在对网络文学IP运营方面的研究中,于梦溪认为“在资本市场中,网络文学IP纷繁复杂的售卖、分销、囤积、抛售,不仅阻碍了资源的合理配置,还会造成整个网络文学原创市场的萎缩。只拥有海量网络文学IP是远远不够的,构建一个全新的、健康的、多元化的网络文学IP运营产业链才是当务之急。”⁸⁾并分析了“内容”和“渠道”为特色的两种IP运营模式现状,从粉丝经济、品牌销售、保护版权及规范交易市场方面提出了方案。赖敏和方杰则从改编过程中的创意内容、资本收益、技术制作等方面进行分析。⁹⁾侯娟认为网络小说产业化发展不能局限于一个环节,应该从整体把握其产业化发展的过程,系统呈现以网络小说为中心的产业生态圈。对网络小说的产业化路径进行传播学分析。¹⁰⁾以上研究虽然对网络小说IP的运营做了分析,但是缺少从产业链的角度对网络小说IP产业化进行全面的整合和研究。

国外IP剧起步较早,目前已有非常成熟的产业链。文化产业运营的核心是内容创意,优质的原创是IP的核心驱动。美国作为文化产业强国,其研究较多的关注现有明星IP的运

4) 贾娜、万紫千,《IP热背后的冷思考》,《检察日报》,2015-10-30, p. 5。

5) 孟艳,《中国网络小说影视剧改编研究》,山东师范大学硕士学位论文,2013, pp. 12-23。

6) 方舒桦,《中国网络文学IP剧发展现状研究》,浙江工业大学硕士学位论文,2016, p. 1。

7) 刘晓宇,《网络小说影视改编剧热播现象探析》,山西大学硕士学位论文,2015, pp. 14-29。

8) 于梦溪,《我国网络文学IP运营研究》,南京大学硕士学位论文,2016, pp. 1-47。

9) 赖敏、方杰,《网络文学影视改编的文化产业影响研究》,《西南石油大学学报(社会科学版)》,2018, 20(03), pp. 78-87。

10) 侯娟,《网络小说的产业化研究》,南京师范大学硕士学位论文,2018, p. 2。

营情况,艾普斯坦就曾指出“大制作要赚大钱,靠的是形形色色的业务,凡举电玩、原声带、连锁速食的搭售商品,及至主题乐园的游戏项目”。¹¹⁾赵淑萍和王海龙在分析发展现状的基础上,认为大数据的运用和IP产业链的完善将是其中的关键环节。¹²⁾另一些文献则表达了对于IP产业化发展的担忧。如罗威在《电影网生代IP热的冷思考》中提出IP并非万能,内容为王不可忽视;¹³⁾王臻真谈到IP电影的票房和口碑的两极化想象,揭示出中国电影发展方向正在被流行文化和商业资本操纵着,甚至有可能朝着艺术探索相反的方向行进;¹⁴⁾石峰群,晏萌则着眼于过度竞争带来投资风险,资源匹配不足制约IP转化等困境,认为出路在于“深化科技融合、激发潜在动能、强化资本运作、创新运行机制和重视品牌文化。”¹⁵⁾

通过文献整理,很多研究梳理了网络小说发展的脉络,便于笔者在此基础上对网络小说IP产业化发展的阶段进行划分,从而分析其特征。同时笔者发现在现有的研究中对网络小说IP产业化发展的方式缺少系统的研究,大多是针对产业链的某一个环节进行分析。本文将从网络小说的内容生产和网络小说IP的版权开发两个环节,对其产业化发展进行分析,以期发现问题提出方案。

2. 网络小说IP产业化发展的现状

1) 网络小说IP的发展阶段

在中国文化产业立体维度的增长态势下,IP概念借助互联网行业的迅速发展开始走入了大众视野,并在中国的影视文化界掀起了“IP改编热”。如《甄嬛传》、《琅琊榜》、《仙剑奇侠传》、《花千骨》、《步步惊心》等都是收视率很高的热播剧。中国的IP产业正日趋壮大,并创造出巨大的经济文化价值。

首先是萌芽阶段(2000年-2006年)。这一阶段中每年改编的网络小说IP的影视剧上映数量不超过5部,总数为12部,并没有形成较大的影响力。截至2006年中国网民总数是1.37亿人,¹⁶⁾网络小说资源还不丰富,对其影视剧的改编正处于起步阶段,粉丝规模不

11) 翁敏华,〈孙悟空:一个筋斗翻出现代IP〉, <https://www.shobserver.com/news/detail?id=14928> [2020.02.11]

12) 赵淑萍、王海龙,〈全产业链构建下的IP现象观察及其发展走向预测〉,《东南传播》,2016年第4期,pp.1-3。

13) 罗威,〈电影网生代IP热的冷思考〉,《戏剧之家》,2015年第08期(下),p.124。

14) 王臻真,〈IP电影热——中国大众消费时代进行时〉,《当代电影》,2015年第9期,p.11。

15) 石峰群·晏萌,〈从IP到DP:全产业链开发的难点与出路〉,《传媒》,2016年第7期,p.82。

大, IP还没有形成品牌化的影响力, 但是这个时期文学网站的经营者们开始将网络小说与市场相结合, 将其制成纸质书, 用出版的模式盈利。然而由于当时网络覆盖范围小, 受众有限, 读者对网络小说实体书的认可度不高, 文学网站的盈利也不理想, 随后网站从免费阅读变成收费运营。

其次是探索阶段(2007年-2013年)。这一阶段中IP改编作品为42部, 数量有所提升, 截至2013年底中国网民数量达到5.19亿人, 互联网普及率达到44.1%,¹⁷⁾为网络小说的发展提供了互联网发展环境。同时小说网站也为网络作家积累了一定的粉丝, 优秀的网络小说IP改编剧给市场带来了经济效益。这种利用网络平台的内容资源, 将网络小说的产业向多方面延伸的方式, 让其得到了更大的发展空间。很多网站和公司开发网络小说的线下产业链, IP改编剧层出不穷的同时, 网络小说和游戏、动漫等产业的合作也在加强。此阶段, 中国网络小说产业化的盈利模式越来越多样。

第三是成熟阶段(2014年至今)。随着媒介融合, 经营者的品牌意识加强, IP的跨媒介经营是品牌识别的重要途径, 是文化产业中的重要一环, 关乎品牌忠诚和价值问题。¹⁸⁾因此互联网媒体为了取得内容生产上的优势, 开始整合优势资源平台, 深化对优质网络小说IP的开发。截至2018年6月, 中国网民规模达到了8.02亿, 普及率为57.7%,¹⁹⁾这为IP改编的影视市场提供了爆发式发展的前提。粉丝使网络小说有了一定的号召力, 推动IP运营。另一方面由于上个阶段的累积, 网络小说的产业经营方式开始逐步规范, 版权开发模式也越来越多样, 至此网络小说IP产业链正在逐步完善。

2) 网络小说IP产业化的特征

网络小说的文学相对独立性变得越来越模糊, 其商品属性决定了产业化发展是必然的, 只有作为商品在市场上进行交换才能实现作品价值。网络小说想要持续发展, 内容创意是核心, 同时读者需求的增长、资本盈利需求的扩大都对网络小说的产业化有不可避免的影响。网络小说IP拥有商业性和文学性的双重身份。²⁰⁾

首先, 网络小说优质的内容资源是其产业化发展的核心。就产业链的源头——网络原创小说而言, 其具有题材的多样化和作品数量大的特征。由于网络小说自身题材多样化的特征, 给其产业化发展提供了充分的资源。特别是对影视行业, 改变了传统影视剧本不足

16) 中国互联网信息中心, 2006年第19次中国互联网络发展状况调查统计报告。

17) 中国互联网信息中心, 2013年第32次中国互联网络发展状况调查统计报告。

18) Marazi K, "Brand Identity, Adaptation, and Media Franchise Culture", *Film and Media Studies*, Vol. 9, NO. 1 (2014), pp. 229-242.

19) 中国互联网信息中心, 2018年第42次中国互联网络发展状况调查统计报告。

20) 赖敏, 〈产业链上网络小说与改编影视作品互动影响研究〉, 《中华文化论坛》, 2016(10), pp. 92-96。

的局面。传统影视剧本的数量少，内容受到一定的限制，而网络小说在互联网平台进行创作，不受其他因素的制约，相对自由，因此网络小说题材的多样性促进了影视剧的多样性。

其次是网络小说以互联网为媒介载体进行传播。在特定的时期里，文化形态和传播文化形态的物质媒介有着重要的关联，可以说没有互联网媒介就没有网络小说。网络小说以互联网为载体，随着互联网的覆盖范围不管扩大，每一个能上网的人都能进行网络小说创作，门槛很低，因此网络作家来自各行各业群体庞大，水平高低不等，质量参差不齐。互联网文学网站的出现将网络小说作者和作品进行资源整合，为其提供了统一的创作平台，同时为读者提供了更专业、便捷的阅读渠道。而且文学网站还注重培养和挖掘有才能的网络作家，签约付稿费，这也调动了网络小说作者的热情，创作出更多更好的作品。

第三是适应市场需求的特征。由于互联网具有互动的特性，读者可以跟作者互动提出自己的看法，作者根据读者的反应再进行创作，形成了创作过程中作者和读者互动的新关系，使网络小说更能顺应读者需求，把握市场，创作出被读者所喜爱的作品，因此热门IP在创作的时候就已经与市场需求相适应了。网络小说IP的产业化也适应资本的生产需求。由于网络小说本身成本较低，而且容易发掘适合投资的优质网络小说IP，这就大大降低了产业化发展的投资风险。投资商为了赚取最大利益，充分发挥网络小说IP的商业价值，各个行业的开发商都会争取网络小说版权，从而对其进行开发获得利润。这也是促进和丰富网络小说产业链形成的一大要素。

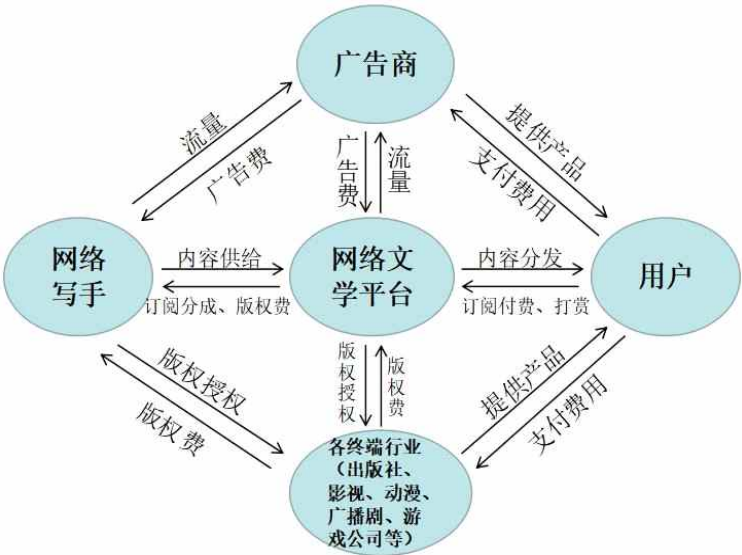
综上所述，在网络小说IP产业化发展上，无论是制作还是推广，网络小说都有着绝对性的优势；在游戏、动漫、旅游等IP开发的产业链上，也展现出了强大的“吸金”潜力。网络小说热门IP的成功，实质上表示一种基于互联网，利用粉丝效应，多领域融合共生的IP经营新生态已经初步成型。

3. 网络小说IP产业化发展的路径分析

在各行业融合发展的背景下，网络小说不仅仅是在网络平台上的静态文本，开始想实体书出版、广播剧、动漫、影视剧改编、游戏改编等产业延伸，形成一条产业链。产业链中存在大量上下游关系和互相交换的价值，上游向下游输送产品和服务，下游向上游反馈信息。网络小说的产业化发展同样适用这个理论，其模式如图1所示。在这个运营模式中，一部成功的网络小说会在影视、音像、唱片、玩具、游戏、主题公园等相关市场创造价值，而横跨各个娱乐媒体行业的企业集团可以将价值最大化释放。

网络文学产业链的形成是媒介融合的浪潮下，不同媒体整合优势资源，深化内容互相合作的结果。²¹⁾在各种媒介的推动下，网络小说逐渐实现产业化，本章将从运营模式的角度，结合案例，分析网络小说的产业化发展路径。

<图1>网络小说产业化的常见模式



1) 以内容生产为核心的IP产业化模式

内容生产是网络小说产业化的基础，优质的网络小说作品才能在下流的产业化开发中取得成功。文学网站的运营和网络写手的创作都需要经济来保障，而网络小说的内容生产不仅仅需要网络写手的创作，更离不开互联网平台的支撑，因此以内容生产为主的IP产业化模式中，付费阅读、广告植入、线上多渠道传播是主要的盈利手段。

在内容生产阶段，其盈利方式以阅文集团为例，中国的阅文集团是较大的内容生产者，拥有1000万部作品，50类文学题材，原创作品占行业的90%以上，网络写手400万人，占行业95%以上，²²⁾其中很多知名网络文学作家都和阅文集团签订了长期合同。由于内容资源丰富，其中不乏优质的网络文学作品，因此付费阅读是保障网络写手收入和文学网站盈利的最基础的手段，大多数写手通过这种方式获得收入，同时可以使写手保持积极性，为文学网站不断提供优质的内容。网络小说的高点击率和平台大量的注册用户数量为广告

21) 余琄，〈媒介融合背景下网络小说影视改编传播策略研究〉，湖北大学硕士学位论文，2016，p. 13。

22) 陈春兰，〈阅文集团：成就网络文学产业的霸主〉，《软件产业与工程》，2015(05)，p. 17。

的传播提供了良好的平台,广告植入可分为写手在作品中植入和文学网站植入两种方式。阅文集团的网络小说运营渠道有QQ阅读APP、起点APP、多看阅读、阅读王APP等,覆盖了移动客户端、PC端等终端。多渠道的传播是网络文学作品曝光率高,点击率也大大增加,有效的促进了内容的销售。

内容生产为主的产业化方式比较单一,网络小说还仅仅停留在数字作品的阶段。麦克卢汉说:只有一种媒介成为另外一种媒介的内容,它的效果才强大而持久。²³⁾网络小说和不同的媒体互相结合,才能将优质的内容资源开发出不同形态的产品,构建产业链。以版权为基础的IP开发商品可以直接变现,赚取利润,如实体书的出版、影视剧的改编、游戏动漫改编、广播剧改编等。

阅文集团作为当下拥有众多网络文学版权的IP运营平台,在产业链的源头已经占据了资源优势,同时阅文集团依托自家的腾讯影业、腾讯互娱等多领域的产业资源,在IP开发方面也具备这一定的优势。本文在上一章介绍了网路小说IP的产业化发展离不开互联网大数据,大数据技术能将网络上的小说点击率、下载量、阅读量等进行分析,从而掌握消费者的消费偏好。由于前期对市场需求有了充足的调查数据,在后期的商品开发中会尽量满足消费者需求,甚至是可以根据消费者的需求来进行内容创作。从剧本改编到演员选择,再到场景布置都能够尽可能的符合消费者心理。事实上,网络文学作品的原著粉是IP的基础粉丝,也是核心粉丝,抓住核心粉丝的需求点,是IP开发的基础,不然就会出现原著粉斥责影视剧“毁原著”的现象。如《择天记》第一季动画,在开发前期,阅文集团就和粉丝进行了深度有效的沟通和互动,从中获取了原著粉关于动画风格和人物形象偏好的大量有效数据,这为后期的影视化改编提供了良好的基础。阅文集团由于自身的集团平台优势在内容和IP开发中确实占据优势,但是IP的开发和运营不是一家公司就能完成的,还需要个媒介之间的合作。

在版权开发阶段,以版权为基础对IP进行产业化开发的公司如慈文传媒,就采取了多个平台共同合作的方式。慈文传媒和顺网科技于2014年签署了《战略合作协议》,提出双方在IP授权游戏开发以及电影、电视剧、动漫和网剧等视频内容分发等领域开展合作,合作期限为3年。在战略合作期内,慈文传媒每12个月向顺网科技或顺网科技指定的合作方授权不少于3个适合于游戏的IP,而慈文传媒制作并发行的电影、电视剧、网剧和动漫等,在顺网科技的渠道上拥有优先分发的权利。此外,慈文传媒于2015年收购国内休闲游戏研发和推广厂商赞成科技,赞成科技以其领先的研发经验和推广能力,全年共推出20余款移动休闲类产品,与100多家国内主流渠道实现合作。

23)唐洁璠,〈论小说的影视改编〉,《小说评论》,2013年第1期,p.214。

2) 品牌IP再生产的产业化模式

从网络小说到实体出版、影视剧、游戏改编、衍生品开发等，网络小说产业化发展的每一个环节都离不开粉丝的支持。“粉丝经济”是指以情绪资本为核心，以粉丝社区为营销手段增值情绪资本，粉丝经济以消费者为主角，由消费者主导的营销手段，从消费者的情感角度出发，企业借力使力，达到为品牌与偶像增值情绪资本的目的。²⁴⁾ 粉丝希望通过收看改编剧、购买周边产品等方式获得身份认同，完成自我实现。在产业化过程中，要多方位借助品牌力量，利用粉丝的文化认同感，赚取利益，发展“粉丝经济”。

慈文传媒制作的《花千骨》大热，证明了慈文传媒的品牌IP运营能力。《花千骨》的网络小说的网络点击率接近千万，纸质实体书还在台湾、越南、泰国等地发行，是名副其实的品牌小说IP。小说积累的高人气，可以为电视剧的收视带来基本保障，同时慈文在剧集开播之前，做了大量的市场调查和海量分析，重视将观众反馈结合到IP开发中，剧集也是与作者、原著粉沟通之下完成的，慈文对受众的尊重以及对情节的还原为剧集加分不少，争取到很大一部分原著粉。再加上线上线下的粉丝营销，可以为其产业化发展带来更大的市场。电视剧《花千骨》在开播前，制片方就在网上开展全球词曲征集大赛、海报征集大赛，成功吸引更多人对该剧的关注。

《花千骨》能够走红，很重要的一点就在于情感线戳中了观众内心，给了大多数观众一个情感入口和出口。而且，事实上，IP剧对观众的吸引有一个潜在的优势，即原著粉丝就是原始粉丝，也是核心粉丝。这部分粉丝本身就被故事情节或者角色性格所吸引，对IP有一种情感认同和消费需求，在这种“认同效应”的影响下，IP剧往往能够未播先热，开播即火。

除了充分的利用了“粉丝经济”，《花千骨》的手游和网游也被授权并且制作推出，实现了“剧游同步”。“由于手游与剧情保持实时同步，同时进行大量TVC广告宣传月流水竟高达2亿多，单笔充值最高达到82944元。²⁵⁾除了剧游联动，《花千骨2015》的上线也成为其IP品牌开发的系列产品。慈文与爱奇艺合作拍摄了网络剧花千骨番外篇——《花千骨2015》。《花千骨 2015》和小说《花千骨》在剧情方面并没有相关性，演员团队也没有很大的相似性，但就是这样一部和电视剧并没有什么相关的番外剧，竟然在上线72小时内就突破了1亿大关，紧接着又创下了5天破2亿播放量的新高，成为最具人气的一部网剧。

由此可以看出慈文影视的品牌IP产业化发展模式还是相对成功的，做到了一IP多吃。

²⁴⁾ 张婧，《粉丝力量大》，中国人民大学出版社，2010。

²⁵⁾ 宋姝颖，〈受众心理视阈下“IP总裁剧”《花千骨》走红的原因〉，《东南传播》，2016(04)，p. 108。

在取得品牌IP版权之后，多平台共同协作，同时推出品牌IP的开发产品。电视剧、电影、游戏、网剧、其他产品投入市场，扩大了品牌IP的消费受众群体，这些消费者又互为补充，很大程度上提升了品牌IP的价值。

4. 网络小说IP产业化存在的问题和方案

1) 网络小说IP产业化存在的问题

第一，网络小说创作者盲目追求作品数量，作品内容质量下降。由于网络小说的产业化发展，使网络写手能从中获利，加上网络创作的门槛低，许多草根作家梦想依靠网络创作名利双收，纷纷加入网络小说的创作队伍。这就导致很多写手在没有深度构思的前提下，便开始在网络上发表作品，当发现读者反应不理想或收益不高时，便停止更文，造成大量“太监文”的泛滥，网络小说作品质量也随之下降。而点击量是衡量一部网络小说成功与否的重要标准，作者想要获得点击量，除了依靠作品内容，作品的更新量即创作速度，也同样重要。因为作品更新速度越快，每次更新的字数越多，作品越有机会出现在网站更新列表的首页，增加作品的读者点击率，这种情况下，网络小说的创作就成了码字速度的比拼。网络小说的优质内容是产业化发展的核心和根源，一味追求作品数量和点击率，以利益为先，忽视作品的文学性和可读性，不利于网络小说的产业化发展。

第二，网络小说IP的影视改编质量参差不齐。在IP影视产业飞速发展的态势下，影视开发实现了市场化运行。作为以粉丝经济为核心的网络小说IP改编剧的投资、制作、营销等诸多环节都是以满足目标消费者的期待为前提，观众想看什么，产业化的“影视工厂”就生产什么，哪个明星受欢迎就高价请明星参与出演导致高片酬挤压了制作资源。从体制上看，强调标准化，模式化的影视工业流水线意味着更高的效率，但却与文学艺术的独立性相悖。从目的上看，IP影视剧的投资者遵循商业法则，一切以当前的市场效益为判断标准，为了快速变现尽可能的压缩制作周期，电影人的创作进程必然也受到影响，从而导致“五毛特效”、“神剧情”的出现。一些IP改编作品对于短期商业利益和娱乐特征的畸形关注，忽视了原著文学作品所蕴含着的深层次艺术价值和道德伦理价值。

在以上因素的制约下，许多IP影视作品凸显出快餐化，庸俗化，同质化的特点，缺乏对艺术内涵，道德教化和社会责任的深刻认识。依赖于自我把关的传统电影制作模式和盲目逐利的工业流水线模式，在市场需求下很难制作出与产业优化需求相匹配的高质量的IP影视作品。

第三，网络小说IP产业链体系不完善。“文化IP产业是强运营，强供应链需求的行业”，²⁶⁾为了追求更大的投入产出比，高价值的IP资源需要在全版权开发的每个细分领域实现营收，同时贯穿整个产业链为各细分领域提供服务支撑的是版权价值维权服务、设计制作服务、授权交易服务、供应链管理服务等，这是产业精细运作的新生事物，也是欧美国IP产业保持较长生命周期的关键环节，其产业链如图2所示。

<图2> 主要文化IP产业链示意图



*资料来源：根据2018中国文化IP产业发展报告整理

中国传统影视产业链始于剧本撰写终于上映，即“制片—发行—放映”，²⁷⁾是一个垂直一体化的流程，在泛娱乐生态下，这种旧模式在IP开发的产业链中只不过是其中的一环。缺少纵向上的延伸，更难以做到企业集群的横向整合。近年来中国IP影视剧在收视率和票房方面赚足了中间部分的利润，其风头甚至盖过了许多外国经典IP影视剧，但这仅仅是产业链中传统环节的再开发，而居于产业链新生环节的IP品牌对接、项目共同体运营、衍生开发，等领域上却还是表现得苍白无力。

首先，文化IP产业链纵向一体化结构失衡，缺少以强势环节带动新生环节，延伸并拓

26) 《2018中国文化IP产业发展报告：IP产业处于成长期，市场发展前景广阔》，<http://www.tripvid.com/articles/17223> [2020.02.03]

27) 王广振、王新娟，〈互联网电影企业：产业融合与电影产业链优化〉，《东岳论丛》，2015年第2期，p. 56。

展主营业务的能力。网络小说产业链各环节的主体分散,使同一网络小说IP的产业链环节相互独立,容易导致不同产品形态之间受众的分离。笔者第3章说明了网络小说IP在改编上具有得天独厚的优越性,但电影版权方一经授权,就根本无意深度参与后续衍生环节的开发和运营,链条呈现断裂脱节状态,下游产业环节的市场参与者基数小,素质弱,生产不统一不兼容,这种失衡现象,不仅造成IP资源的浪费,更使得环环相扣的联动效应无从谈起。本该可持续发展的IP全产业链运营体系,变成了“一锤子买卖”,缺乏长期获益能力,优质IP的潜在价值远远没有得到充分开发。

其次,文化IP产业链横向主体分散,不仅会造成版权纠纷,同时,各企业间没有形成优势互补,风险共担的产业集群,难以实现国际化经营的战略构想。随着文化市场的发展,图3中内容层、变现层和延伸层中的细分领域和不同企业之间的竞争日益激烈,如腾讯、阿里、盛大等公司更是凭借其雄厚的实力形成多足鼎立之势。随之而来的是盈利门槛提高,垄断风险浮现,行业覆盖难度大等种种弊端。不同细分领域,不同企业架构的公司往往各具优势,以IP为纽带进行横向整合,可以实现资源互补,风险共担的优化布局,实现多方共营和生态升级,进而提高整个产业的国际竞争力。

2) 网络小说IP产业化发展的方案

第一,重视网络小说创作内容的质量。上一节分析出,网络文化产品供应现状较为粗放,表现为有数量缺质量,重流量轻价值。质量不高的网络小说无法满足读者正向的精神文化需求且会降低社会对网络小说的认可度,阻碍网络小说业的发展。因此,无论是网络小说产业化发展的市场前景,还是整个社会对高质量网络小说作品的需求,都对网络小说的内容提出严格要求,优质的内容才是其产业化发展的关键。网络小说IP产业化发展具有互联网特性,因此为提高小说作品质量,应强化读者与作者的互动关系,读者在写手更新内容后及时评论、反馈建议,可帮助写手更好地继续创作;对于喜爱的作品内容,读者进行打赏、网络文学平台给予奖励,也能刺激写手的创作积极性。而写手在与读者的互动过程中,可以更好地把握市场需求,创作出能真正被广大读者认可并适合进行产业化发展的高质量作品。

网络文学网站是网络小说创作和发表的平台,因此提高网站编辑和网络写手的互动关系,也对优质内容的生产起到重要作用。网站编辑充当网络小说“把关人”的重要角色,这就要求他们拥有较高的专业水平,能够把质量低下、内容粗俗的内容剔除,挑选出精致作品传播给读者。网站编辑在具备专业的经营管理知识和文学素养的前提下,与网络小说作者进行互动,可以正确引导网络作家的创作方向,确保网络小说作品的质量,提升网络小说的可阅读性和文学性。

第二, 尊重原著打造IP品牌。从网络小说产业化的整体来看, 一部制作精良的影视剧才能代表产业化的成功, 进而有效促进小说的后续生产, 最终将其打成一个IP品牌。所以, 尊重原著、重视剧集制作, 将改编剧打造成精品剧应当成为网络小说改编剧产业未来的发展重点。电影公司和互联网公司应当协调好双方定位和分工, 电影制作方发挥专业性优势, 拿出集思想性和艺术性于一体的文化精品, 同时尊重大众文化需求, 实现从文化到泛文化的创作思想转变, 探索优秀的热门网络小说文本, 既追求艺术质量上的“高峰”又兼顾普通受众的娱乐需求。互联网公司则应发挥资本和用户流量上的优势, 为IP产品补全投融资短板并提供大数据大平台支持, 并以注重人文关怀、文化内蕴和正能量的行业共识为大前提, 运用商业逻辑解决IP产品供应体系流程繁琐、成本高昂等难题, 找到开发网络小说IP资源在艺术考量和商业考量上的平衡, 形成消除IP生产过程中文化创新和商业运营双重风险的合力, 供应具备丰富文化内蕴和高效变现能力的, 重“价值”而非重“流量”的网络小说IP产品。

第三, 加强网络小说IP产业链中各个环节的联合。目前中国网络小说IP产业链中最受忽视的就是延伸层, IP开发往往到变现层就结束了。衍生品是除票房和剧集售卖外, 由电影版权衍生出来的其他产品形式, 包括公仔、玩具、文具、服装、饰品、游戏、图书、餐饮以及主题公园等形式。²⁸⁾作为文化产业的新兴市场, 衍生品开发处于全产业链的下游, 具有广阔的商业前景。《哈利波特》系列小说自诞生以来, 所形成的全版权产业链总产值超过220亿美元, 其中77亿美元来自票房收入, 超过一半产值来自衍生品领域。²⁹⁾改编自《花千骨》的游戏半年总流水超8.5亿人民币, 单月流水最高达2亿元人民币。³⁰⁾和变现层的主流消费相比, 下游市场的消费需求更零散而个性化, 受众范围更大, 网络小说IP产品的延伸层存在着巨大的利润空间。中国的IP衍生品市场需求旺盛, 但由于起步较晚, 尚处于萌芽状态, IP主题展和艺术体验馆等新的文化延展模式更是不成规模, 相对于电影游戏产业的蓬勃发展, 显得有些冷清。

因此在泛娱乐生态下, 首先是IP循环开发, 打造IP品牌, 其次是通过授权开发打造更丰富的产业链, 构建多业态融合, 多领域共生的高层次产业生态模式。泛娱乐文化产业的关键在于挖掘“粉丝市场”变现IP价值, 从而规避电影产业的艺术创新风险。这实际上是一种“跨界经营”, 将实体产业链结构与互联网产业链相组合, 带来新产品, 新服务和新的商业模式。与以往孤立垂直的产业开发方式相比, 泛娱乐新生态更注重借由全产业协同运作实现不同娱乐形态之间的合作迭代开发, 受众关联和市场共振。这对泛娱乐生态的构

28) 刘芹良, 〈“互联网+”语境下我国电影产业链的重塑——以IP电影为例〉, 《经济论坛》, 2016年第8期, p. 96.

29) 〈唐家三少过亿版税收入的背后: 由BAT主导的网络文学产业链将走向何方?〉, <https://36kr.com/p/5057405> [2020. 02. 01]

30) 艾瑞网, <http://news.iresearch.cn/zt/270853.shtml> [2020. 02. 01]

建提出了更高的要求,必须打造纵向成链,横向成群的产业集群,横向协同凝聚增强竞争力,以此推动产业链的纵向发展。

当前中国的网络小说IP产品数量众多,遍布产业上中游,但联动共创机制不健全,成功的电影和游戏缺少延伸变现渠道,不能有效顾及衍生商品等下游产业,没有深耕热门IP,发挥出全部市场潜力。推动构建一种以IP资源为纽带的,电影、游戏,衍生商品和主题公园等细分产业融通共生的三维网状泛娱乐新生态,在横向纵向上都达成一体化战略,避免内容同质化,这样网络小说IP资源的开发才可以减少边际成本,增加IP变现渠道,实现全行业的粉丝流量资源共享,发挥其品牌IP的市场影响力,形成一条跨界融合,集团式作战的运营产业链。阅文集团和慈文传媒正走在这条道路的前沿,通过变革生态模式和产业组织形式,尝试在延伸层上创造更多的利益。

5. 结论

综上所述,文化IP的产业化开发已经站在中国文化产业的风口,网络小说IP更是因其得天独厚的优势成为众多IP中的佼佼者。在文化产业蓬勃的发展浪潮下,一种泛娱乐新生态应运而生,深刻的变革了中国的传统影视产业甚至整个文化领域产业模式。网络小说IP的火热说明业界已经认识到文化创意产业“内容为王”的特点,但也要看到IP开发是一个长期的过程,警惕市场迎合主义“重利益,轻文化”的短视行为,认识到产业结构和市场环境都还相对滞后。IP价值来自共建而非交易,通过影视作品、动漫、游戏与衍生品等全产业链的跨界融合,协同打造一个明星IP,形成以IP为纽带的泛娱乐布局,赋予原有生态结构新模式和新气象,推行横向成群,纵向成链的一体化战略,网络小说IP产业化发展的这种趋势是中国文化产业未来发展道路的缩影。

作为中国文化产业泛娱乐新生态的新兴热门资源,网络小说IP的价值不仅是影视剧的改编,随着影视行业的理性回归和战略升级,这些热门的网络小说IP作品还会源源不断的输出它的价值,届时文化产业泛娱乐新生态也将逐渐成型,以一种新的形式为文化IP产业提供更加广阔的发展环境。

【参考文献】

- 陈春兰,〈阅文集团:成就网络文学产业的霸主〉,《软件产业与工程》,2015(05).
方舒桦,〈中国网络文学IP剧发展现状研究〉,浙江工业大学硕士学位论文,2016.

- 侯娟,《网络小说的产业化研究》,南京师范大学硕士学位论文,2018.
- 贾娜、万紫千,《IP热背后的冷思考》,《检察日报》,2015-10-30.
- 赖敏,《产业链上网络小说与改编影视作品互动影响研究》,《中华文化论坛》,2016(10).
- 赖敏、方杰,《网络文学影视改编的文化产业影响研究》,《西南石油大学学报(社会科学版)》,2018,20(03).
- 刘晓宇,《网络小说影视改编热播现象探析》,山西大学硕士学位论文,2015.
- 刘芹良,《“互联网+”语境下我国电影产业链的重塑——以IP电影为例》,《经济论坛》,2016年第8期.
- 罗威,《电影网生代IP热的冷思考》,《戏剧之家》,2015年第08期(下).
- 李正良、赵顺,《影视业IP热的冷思考》,《传媒观察》,2016(1).
- 孟艳,《中国网络小说影视剧改编研究》,山东师范大学硕士学位论文,2013.
- Marazi K, “Brand Identity, Adaptation, and Media Franchise Cultuer”, *Film and Media Studies*, Vol. 9, NO. 1 (2014).
- 石群峰、晏萌,《从IP到DP:全产业链开发的难点与出路》,《传媒》,2016年第7期.
- 宋姝颖,《受众心理视阈下“IP总裁剧”《花千骨》走红的原因》,《东南传播》,2016(04).
- 唐洁璠,《论小说的影视改编》,《小说评论》,2013年第1期.
- 王广振、王新娟,《互联网电影企业:产业融合与电影产业链优化》,《东岳论丛》,2015年第2期.
- 王爽,《“IP”热的传播学解读》,《传媒观察》,2015(8).
- 王臻真,《IP电影热——中国大众消费时代进行时》,《当代电影》,2015年第9期.
- 尹鸿,《IP转换兴起的原因,现状及未来发展趋势》,《当代电影》,2015年第9期.
- 于梦溪,《我国网络文学IP运营研究》,南京大学硕士学位论文,2016.
- 余场,《媒介融合背景下网络小说影视改编传播策略研究》,湖北大学,2016.
- 赵淑萍、王海龙,《全产业链构建下的IP现象观察及其发展走向预测》,《东南传播》,2016年第4期.
- 张婧,《粉丝力量大》,中国人民大学出版社,2010.
- 中国互联网信息中心,2006年第19次中国互联网络发展状况调查统计报告.
- 中国互联网信息中心,2013年第32次中国互联网络发展状况调查统计报告.
- 中国互联网信息中心,2018年第42次中国互联网络发展状况调查统计报告.
- 艾瑞网, <http://news.iresearch.cn/zt/270853.shtml> [2020.02.01]
- 《2018中国文化IP产业发展报告:IP产业处于成长期,市场发展前景广阔》
<http://www.tripvivid.com/articles/17223> [2020.02.03]
- 《唐家三少过亿版权收入的背后:由BAT主导的网络文学产业链将走向何方?》
<https://36kr.com/p/5057405> [2020.02.01]
- 翁敏华(2016),《孙悟空:一个筋斗翻出现代IP》,2016年4月21日,
<https://www.shobserver.com/news/detail?id=14928> [2020.02.11]

【논문초록】

키워드 Key Words	중문	网络小说IP, IP改编剧, 内容产业, 版权运营, 产业化模式				
	영문	Internet Novel IP, IP adaptation, Content industry, Copyright operation, Industrialization model				
<div>A Study on the Industrialization Development of Internet Novel IP : The Case of Internet Novel IP “Hua Qiang” Zhang, Jia / Kim, Chang-Gyeong</div> <p>The Internet has opened an industry chain connecting movies, TV, online games and animation, so the IP of online novels is not limited to movie adaptations, but also includes games, anime, and peripheral products. The gradual improvement of the online novel copyright trading market is the transformation of the IP Internet providing a development environment, and building a complete industrial model can make popular IP play a higher value.</p> <p>However, compared with the relatively complete and mature IP industry chain abroad, China's online novel IP industry still has many problems. The problems of the IP industry of online novels have become more and more obvious, and the quality of works is uneven; the main body of each link of the industrial chain is lacking in union; the value of brand IP has not been maximized. The popularity of online novel IP indicates that the industry has recognized the characteristic of "content is king" in the cultural and creative industry, IP development is a long-term process, and it is vigilant that the market caters to the short-sighted behavior of "emphasis on interests and light on culture"</p> <p>This paper discusses the problems of IP development of Internet novel by analyzing the status quo of IP development, analyzing its characteristics and summarizing the mode of IP industrialization of Internet novel from the angle of culture industry development, taking IP as the object of research. Based on the development of the cultural industry value chain, it proposes solutions on how to convert online novel IP into high-quality IP resources and how to develop new models under the original industrial model, with a view to providing a new format for constructing and improving the industrialization of online novel IP reference.</p>						
저 자 인적사항	성 명	장가 / 张佳 / Zhang, Jia			김창경 / 金昌庆 / Kim, Chang-Kyong	
	소 속	부경대학교 중국학과			부경대학교 중국학과	
	Em@il	mofejia@163.com			cgkim@pknu.ac.kr	
논문작성일	투 고 일	2020.05.10	심 사 일	2020.05.25	게재확정일	2020.06.11