

# “不安分”的阅文

从网文阅读平台到IP版权运营者、影视作品出品方,如今阅文集团(以下简称“阅文”)的身份愈发多样。而1月6日晚间的阅文盛典,更是成为阅文多元业务结构的佐证。一系列的布局确实也为阅文带来了收益,版权运营甚至成为阅文各项业务中收入增速最高的板块,但在这背后不可忽视的是,阅文原有的付费阅读等相关业务的收入似乎正迎来红利消退期,再加上影视、游戏行业近段时间出现的调整与变动,“不安分”的阅文仍面临着发展上的挑战与风险。

## 新的方向

从IP出发,延伸至多个细分行业的相关业务,已成为现阶段文化传媒领域相关公司的发展方向。从宏观层面来看,这条发展路径通过挖掘IP本身的市场价值和延展力,从而为相关方带来更高的收益。”影视传媒行业分析师曾荣如是说。

公开资料显示,截至目前,阅文在影视和游戏等方面的布局已实现部分成绩。其中阅文基于IP自主研发的首款手游产品《新斗罗大陆》,在5个月的时间实现4亿元的流水;在影视领域,电视剧《庆余年》则实现猫眼全网热度榜上获得39次热度值日冠。

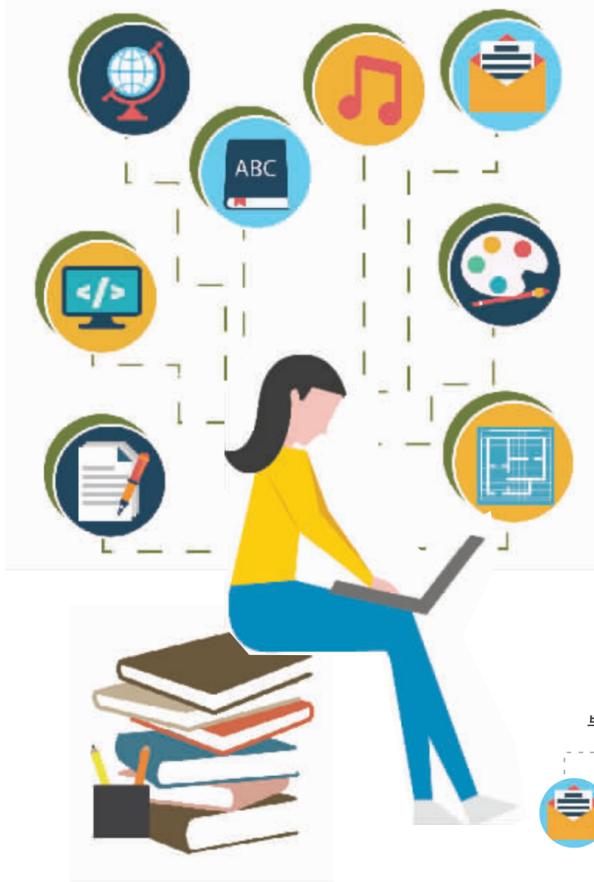
但也有部分作品的市场反馈与此前预期存在一定差距,由知名IP改编的电剧《全职高手之巅峰荣耀》便是其中之一。该部作品在上映前夕曾受到外界较高的期待。然而该片上映后,最终累计票房则收于8558.6万元,未能破亿。与此同时,阅文此前超百亿“迎娶”的新丽传媒能否完成业绩承诺一事,业内也不时会传出质疑声。

“无论是影视还是游戏,均一直有着较高的市场风险”,许彬表示;近两年影视和游戏行业在政策监管、市场调整等方面均出现不小的变化,在增加挑战和未知性的同时,也促使从事具体业务的公司摆脱曾经固有的模式,找到更为合适的发展逻辑。”

对于当下的市场现状以及自身情况,阅文也在结合新兴领域的发展以及用户消费习惯和喜好变化对旗下业务布局。以此前阅文投资互动影视科技内容公司“互影ALTSTORY”为例,阅文集团联席CEO梁晓东便表示:“新生代用户伴随着移动端成长,对于互动有着本能的需求。此次与互影的战略合作,代表了阅文对互动这一新内容形态的重视和看好。双方将基于阅文现有IP生态,共同建设和完善原生互动内容的开发体系,为互动内容产业奠定长期快速发展的基础。”

在业内人士看来,无论是过去还是现在,拓展业务的运营能力和专业操作能力永远是关键所在,并需要结合市场变化不断调整、优化。

北京商报记者 郑蕊



## 多重身份

1月6日晚间,一年一度的阅文盛典正式录制,众多明星的现身掀起新一轮关注热潮,其中在微博平台上,截至北京商报记者发稿,话题#阅文盛典#已实现阅读量3.3亿次,讨论量则达到33.9万。

阅文盛典的举办在引起高关注度的同时,也再一次证明了阅文如今已不再只是一个单纯提供网络文学作品供用户阅读的平台,并已借助旗下拥有的大量IP,向影视、游戏等多个领域不断延伸、拓展。

以游戏领域为例,阅文已从最初的IP授权走向自主定制开发游戏产品,涵盖页游、H5、手游等不同类型的游戏产品,还与37手游、极光网络、中手游、米娅游戏等合作方联合成立IP联盟,欲推进头部IP游戏的开发制作。

而在影视行业,截至目前,阅文也不只

是将旗下IP授权给其他影视公司进行再开发,并已在多部影视作品中担任出品方的角色。据猫眼专业版显示,包括电剧《全职高手之巅峰荣耀》,以及近段时间热播的《庆余年》,阅文均为背后的出品方之一,除此以外《将夜》《择天记》等影视作品的背后也均有阅文的身影。

且值得注意的是,阅文还在通过资本运作的手段为自身拓展多元业务铺路,不仅曾以155亿元将影视公司新丽传媒收入囊中,还领投互动影视科技内容公司“互影ALTSTORY”A轮融资,而据公开资料显示,后者曾相继推出《古董局中局之佛头起源》《明星大侦探》,衍生互动剧《头号嫌疑人》等互动影视作品。

## 内外夹击

旗下业务的进一步延伸,也为阅文带来了一定收入回报。据阅文此前发布的2019年

上半年财报显示,阅文采用“自主研发”“版权销售”“联合投资”三种形式进行版权运营,授权改编约70部网络文学作品,涉及电影、游戏、电视剧等领域,同时数据显示,报告期内该公司版权运营所实现的收入达到12.2亿元,同比增长280.3%。

但以上向好数字的背后,也在一定程度上将阅文在线业务收入正面临市场竞争及发展挑战的现状逐渐暴露出来。

据第三方数据研究机构比达咨询日前发布的《2019年中国数字阅读市场研究报告》显示,去年我国数字阅读增长趋势显著于纸质书,但在该领域布局的从业者也不在少数,并带来较为激烈的市场竞争。且具体观察各人局者的市场份额,尽管阅文以25.2%的市场份额位列行业首位,但掌阅和书旗也分别凭借着20.6%和20.4%的市场份额紧追不舍,且后两者也在通过旗下App、手机厂商以及更为多元化的人口拉动相关用户。

除此以外,阅文此前发布的财报也显现出一些端倪。数据显示,2019年上半年阅文的在线业务出现收入同比下滑的情况,减少幅度在一成左右。同时,阅文旗下用户的付费比例也已由2018年同期的5%降至4.5%,而每名付费用户平均付费22.5元,同比下滑了7.78%。

对于这一组数据表现,阅文曾表示,主要是由于2019年上半年加强了对付费内容的审核和上架控制,导致自有平台产品的付费用户数减少,且若干腾讯产品自营渠道的付费阅读收入持续减少,但被2019年上半年针对这些腾讯产品推出的免费阅读模式所带来的在线广告收入所部分抵消。

在投资分析师许彬看来,尽管网文的市场规模近年来迅速发展,用户规模也达到近5亿人,但多家人局者的同时竞争也不可忽视,因此单纯借助用户量增长来扩大规模的红利期将渐渐消退,各方将迎来升级阶段的新竞争。

# 关店在即 水孩子为何延期退费

日前,有家长向北京商报记者反映婴幼儿游泳机构水孩子五棵松店将于1月中旬闭店,但奇怪的是,商家退款却要等到今年3月以后。事实上,2019年8月,水孩子位于顺义祥云小镇的加盟店已因经营不善闭店,商家同样提出今年3月以后退款,而2018年就已经关闭的水孩子未来广场加盟店退费一事却再无音信。水孩子为何“延期退费”呢?选择“延期退费”是商家话术还是有其他难言之隐?对此,北京商报记者展开了调查。

## 多店关闭

据家长刘女士描述,自己刚在水孩子五棵松店交了1万多元的费用,上了4次课就收到闭店消息,听说水孩子五棵松店还拖欠了老师4个月工资。另一位家长李女士则表示,去年12月15日刚与水孩子签署合同,一次性支付了7360元办理的会员卡才使用了1次。

“水孩子给出的解决办法,一是转到位于大兴的世界之花假日广场门店继续上课,或者是签署登记表退费,但要等到3月后,”刘女士表示对于两套方案都不认可。2019年8月,祥云小镇店因市场、成本、管理等多方面问题闭店,商家同样说转店上课或等半年后做退款,2018年关闭的未来广场店退费一事再无音信。“这只是商家拖延退费的手段,”刘女士认为。

对此,记者多次拨打水孩子官网的400电话,但均无人接听,拨打总部电话接听的是水孩子世界之花店长,称只做转店登记。其官网显示,水孩子隶属于北京勤而行之教育科技有限公司(以下简称“勤而行”),专

注于0-7岁水育早教理念研发推广。记者多次拨打勤而行及水孩子教育咨询、水之瑞教育科技有限公司等多家关联公司的电话,但均未能接通。

据了解,水孩子五棵松店闭店是因为商场经营方北京五棵松卓展时代百货有限公司将在1月14日与其取消租赁关系。商场相关负责人表示,因其经常拖欠商场租金,经慎重考虑决定不再续约。

针对延期退费的原因,记者联系到五棵松店店长,对方虽然没有明确回复,但对方强调水孩子招商部正在五棵松周边进行选址争取重开。之前关闭的未来广场店、祥云小镇店不属于完全直营,只有五棵松店是直营门店,总部正在想办法解决问题。

## 经营擦边球

据了解,水孩子此前还向家长推出了创业合伙人方案,以购买股份赠送相应课时的方案招揽家长,还提出了多种转介绍奖励和佣金方案。据不完全统计,该门店涉及办卡家长约400余位,费用在500万元以上。



北京商报记者在微博平台还看到有家长留言称,目前安徽、昆明等地的水孩子关店,也出现了类似对家长做合伙人的营销方案。

对于合伙人制一说,五棵松店店长表示,因有家长对婴幼儿游泳项目感兴趣才让其入股。此外她还提及,目前与家长签订的退课申请书是具有法律效力的。

北京市汇佳律师事务所邱宝昌律师表示,退课申请书需严格标注双方主体、退款金额、日期等内容,经双方签字(盖章)才具有法律效力。如果消费者不签署申请书,商家一方出于自身原因终止提供服务,要按原合同规定退还消费者费用。

此外,记者查询勤而行之公司的经营范围发现,只提及了“教育咨询”一项,而同为游泳机构的马博士经营范围中含有“体育运动项目经营”。对此,有律师告诉记者,教育咨询从严格意义上来说不包含培训,水孩子进行实

操性的游泳培训属于打了经营范围的“擦边球”。水孩子关联公司众多,近两年来,法定代表人、投资人、股东等多次连续变更,注册资本激增。成立最早的北京水孩子教育科技有限公司于2019年9月被吊销执照。

近年来,随着消费升级和二孩政策的开放,婴幼儿游泳市场逐步壮大,尽管其发展时间较短,但用户端的高意愿与需求,正推动着行业起飞。据《2018中国少儿体育培训家庭消费报告》中受访家庭对体育培训消费的意愿显示,有超过六成的家长对于游泳培训的选择意愿较高。

从业者王萌(化名)表示,项目属性决定了婴幼儿游泳市场门槛较高,而高门槛又决定了机构在短时间内无法做到快速扩张,否则很容易导致机构对品质及品牌的失控。直营店都属于重投资,一旦在成本回收期出现资金问题,各店面运营恐受波及。

## 维权艰难

事实上,2019年以来,家盒子、沐奇亲子游泳、鱼乐贝贝等多家中高端游泳机构的直营或加盟门店因资金链断裂而闭店,家长维权极其艰难,原因之一便是饱受诟病的预付费方式。教培机构资深管理者彭迪曾表示:“今天”用“明天”的钱是一种十分普遍的现象,预收款投入到营销、人工和扩张中,有的甚至拿钱做投资,这样的模式注定了资金链的脆弱。

2019年11月底时,北京市多部门联合发布了关于预付费制度的征求意见稿,明确指出按课时收费的,每科一次性收取不超过60课时的费用;按培训周期收费的,一次性收取时间跨度不超过3个月的费用(时间或者服务周期都不得超过3个月,不得变相多收费)。

指明灯智库创始人吕森林认为,对于所有培训机构的资金监管,已不是一个教育问题,而是严重的社会问题。系列政策的出台让行业门槛逐步提高,办学成本上升,考验管理者经营能力,不正规的机构必然会被加速淘汰,培训机构必须要有充分的预收款留在账上。

“治理培训机构的跑路问题,必须基于预付款经营模式建立新的监管体系,把培训机构全纳入,实行全覆盖的教育备案审查制度”,二十一世纪教育研究院副院长熊丙奇指出,培训机构要向监管部门备案培训内容、师资和收费等。像上海的新政,除学科培训外,还覆盖了文化艺术辅导、体育指导、婴幼儿照护(托育)等多类培训,构建“大教育”培训市场框架,体现了新的监管思路。

北京商报焦点调查小组