

成立三年持续亏损

# 汤圆创作如何应对粉丝涨业绩跌

成立三年，拥有千万用户的汤圆创作却难逃亏损窘境。中文在线于近期公布的2016年业绩报中，旗下子公司汤圆创作亏损2183万元，亏损金额较之成立初期的170万元上涨了12倍。伴随网络文学市场的持续高温，移动写作App也开始层出不穷，背靠大树的汤圆创作在市场竞争日益加剧的背景下，究竟该如何应对业绩考问？

## 三年未盈利 亏损累计数千万

作为中文在线全资子公司，成立于2014年的汤圆创作将公司定位在基于移动端的网络文学读写平台，使用户只要通过手机就可以随时随地创作、阅读。据中文在线发布的2016年度报告显示，截至2016年末汤圆创作的月活跃用户量超100万。为了推广汤圆创作，中文在线也将持续加大对汤圆创作的投入。

然而，北京商报记者通过查阅中文在线近三年的年报发现，尽管汤圆创作背靠大树，但业绩表现却不尽如人意。2014年成立之初，汤圆创作的营业收入为2.83万元，净利润为-170万元。而到了2016年，汤圆创作的营业收入虽然达到206.38万元，净利润却为-2183万元。由此可见，汤圆创作自成立至今不但未实现盈利，亏损数额还在三年间上涨了12倍。汤圆创作CEO周玮对此解释为，“公司最初的布局重心放在扩大产业规模上，通过加强读者与作者之间的互动维持用户黏性、体现平台价值，因而并未过多关注盈利状况”。

在从业者看来，汤圆创作若想在短期内扭亏为盈难度很大，而且伴随着网络文学市场的持续走热，市场中的移动写作类



应用也层出不穷，同类应用都成为汤圆创作强有力的竞争对手。“特别是如今市场上不同的应用都具备十分明显的差异化功能，对核心功能的倾向性也会让其他移动写作应用从汤圆创作分流出相当比例的用户。”某资深出版人强调。

## “坚持免费”涨了用户降了业绩

如今，汤圆创作成立三年累计用户量已经超过1000万。在周玮看来，平台之所以能够在三年时间拥有如此可观的用户量，与汤圆长期坚持的正版免费阅读模式不无关系。

对于大部分用户来说，花钱买书可以接受，但却不习惯付费获取网络阅读内容。然而网络文学主要依托互联网平台发展，相当于将传统的纸质文学搬到了互联网上，只是改变了承载文字的载体，但是却没有改变以“售卖文字内容”为主的盈

利方式。

周玮表示，汤圆创作的用户中13-17岁的青少年占据了相当重的比例，这部分用户不但是主流阅读者，还是文学创作的生力军。从目前的市场来看，网络文学主要吸引的是学生用户，这部分用户的消费水平有限，如果阅读一本知名小说需要花费几百元，显然已经超出一般学生用户的消费水平，那么免费的阅读平台自然是他们的首选阵地。

“免费阅读可以在移动创作平台初期市场推广的过程中起到很大的作用，但若将免费阅读作为平台长期坚持的商业模式，不但会极大的影响到业绩，也会导致用户群体的局限性。”北京大学文化产业研究院副院长陈少峰指出，汤圆创作可以看做一个IP孵化平台，但这些IP只是产业链上的初级形态，还需要进一步的衍生合作挖掘价值，“汤圆创作既要给创作者分

发稿费，又未在免费阅读的模式下建立起成熟的盈利模式，长期以往只出不进，尽管收获了用户，却牺牲了业绩”。

## 转战付费 止损效果待观察

面对亏损的窘境，周玮坦言：“从去年底开始，汤圆创作也在尝试新的商业模式。”目前，汤圆创作推出“阅读守护计划”，该计划类似于视频网站的会员优先看功能，在正版内容的基础上，为付费用户开放更多专享阅读内容，“目前，汤圆创作的付费用户比例已达到5%，接下来打赏、销售道具、衍生品销售等付费内容也会逐渐得到完善，在此情形下，汤圆创作有望在2017年实现盈亏平衡，甚至盈利”。

虽然付费阅读市场正在不断完善、成熟，但是值得付费的内容依然是少数，有移动创作平台运营商向北京商报记者透露，在目前的网络文学市场中，只有极少数的热门IP才能吸引付费，“然而我们调查发现，如今移动创作平台的优质IP资源占比还不到5%，因此吸金能力着实有限。汤圆创作想借助阅读付费应对业绩压力，依然存在很大难度”。

陈少峰认为，基于现阶段国内的市场环境，包括汤圆创作在内的平台公司如果只是通过用户实现盈利仍面临着诸多挑战，就像视频网站一样，依靠内容付费其实并不能让平台实现整体盈利，做垂直领域的资源整合才是正确的方向，“接下来，汤圆创作可以尝试将平台上的热门IP与喜马拉雅等互联网电台合作，借助音频付费拓宽收益渠道。或是与游戏公司、影视公司开展文游联动、影游联动来盈利”。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏

## · 资讯 ·

### 郑渊洁登顶第11届作家榜主榜

“第11届作家榜主榜”于日前正式发布，据悉，本届作家榜主榜上榜人数共计60人，其中郑渊洁以3000万元的版税收入登顶作家榜榜首，此外刘震云、江南、大冰等作家也都榜上有名。

据榜单显示，“第11届作家榜主榜”的前五位分别为郑渊洁、杨红樱、江南、大冰、刘震云，在这五人中，不仅郑渊洁被称为“童话大王”，杨红樱也是凭借童书登上排行榜，且版税收入较上一届有大幅提高。除儿童文学作家外，青春励志文学作家也表现强势，纷纷进入榜单，如刘同、艾力、张皓宸、苑子文、苑子豪等，排名也有一定幅度的提高。而通过观察可以发现，在“第11届作家榜主榜”的前十位作家中，只有刘震云既不是儿童文学作家，也不是青春励志文学作家。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

### 众咖云集电影嘉年华开幕

4月15日，第七届北京国际电影节电影嘉年华在怀柔区的国家中影数字制作基地和星美今晨影视城盛大启幕。启动仪式在百姓红毯秀中拉开帷幕，北京市有关部门和怀柔区有关领导出席。

电影嘉年华活动作为第七届北京国际电影节的重要组成部分，将持续举办至5月1日。本届电影嘉年华以“电影梦·梦圆怀柔”为主题，依托怀柔优越山水生态环境和中国（怀柔）影视产业示范区优势，搭建市民游客娱乐参与的平台，是一场集影视科技体验、声光特效展演、美食特产市集、亲子游乐等多元素、全方位倾力打造的电影文化节庆体验活动。

本届电影嘉年华设“未来世界”（和“穿越之旅”两大区域共分电影主题迎宾区、电影历史回溯区、电影主题集市、电影技术及拍摄体验区、电影主题乐园和电影故事体验园六个板块。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

## 北京国际电影节的变与未变

一年一度的北京国际电影节于4月16日正式开幕。自2011年起，如今北京国际电影节已经迎来第七届，而这七年也是我国电影市场飞速发展的阶段，不仅票房、银幕数快速增长，不少资本也持续在电影领域深入布局。但同时也能发现，国产片数量与质量不平衡、数十部引进片却能占据全年票房半壁江山等现象及问题仍旧存在，这背后均反映出国内电影市场大而不强的窘境。

据国家新闻出版广电总局电影局发布的数据显示，2016年我国电影总票房已达457.12亿元，同比增长3.73%；观影人次为13.72亿，同比增长8.89%，继续保持增长趋势。而在2011年，我国全年电影票房才刚刚超过130亿元，票房规模只是现阶段的1/4，且当时国内尚未出现票房破10亿元的国产片，但如今不只是破10亿元，票房超过20亿元、30亿元的国产片也接连出现。除了票房外，七年时间里我国银幕数量也持续增加，并从2011年的9200余块增长至40917块，超过美国成为世界上银幕数最多的国家。票房和银幕的增长，均证明我国电影市场的巨大市场价值和发展空间。

与此同时，从资本层面上看，我国电影市场也有不小的变化。与2011年国内只有华谊兄弟、博纳影业和光线传媒三家公司登陆资本市场相比，现阶段越来越多的电影公司实现与资



本的对接，既有民营电影公司，同时还有中国电影、上海电影等国有电影公司，而对于一些规模相对较小的电影公司，则将新三板作为对接资本市场的平台，并借此实现自身的进一步发展。

但在这些发展与变化背后，国内电影市场仍有部分问题存在，首先不可不提的就是国产片数量与质量不平衡的问题。2011年，我国就已经是世界电影产量大国，全年生产各类电影共计791部。但与高产量伴隨的却是，超过半数的电影不能进入影院放映，其中不乏粗制滥造、脱离受众的国产片，根本无法在影院中生存。如今，我国依旧保持着超过700部电影作品的高产量，但上映的国产片数量只有约400

部，且实现破亿元票房的只有89部，更多的电影票房只有千万元、百万元，甚至是数十万元的规模。

除此以外可以发现，为了进一步发展，我国电影市场也在内容与类型上愈发多元化，包括艺术电影、动画电影、惊悚电影等各种类型的影片正逐步找到自己的市场。

业内人士认为，国内电影市场的快速发展已经得到业内外的肯定，但背后存留的问题也不容忽视。现阶段我国已经是世界第二大电影市场，但若要成为世界上的电影强国，并非只是数量上的增长，关键的是内在质量的提升，增强自身的核心竞争力。

北京商报记者 卢扬 郑蕊