

低廉稿费和点击率至上,让码字速度成为网络文学生产线上最重要的技术指标——而非艺术水准。

写手的胜利? 那些从文青变成的文商

■ 本报记者 汪静赫

日前,内地首个网络作家富豪榜发布,一举盖过了历时七届的中国作家富豪榜的风头。

一直以来,网络文学的艺术质量备受质疑,网络作家常被称为写手而不是作家。低廉稿费和点击率至上,使码字速度成为网络文学生产线上最重要的技术指标——而非艺术水准。

新型码字生产线

唐家三少一年里写过400万字,并曾以每分钟140个字的速度坚持一个小时。

我吃西红柿一般每天要写5至6个小时,平均一天写6000字。

天蚕土豆每天差不多要写一万字。

以上三位网络作家分别以3300万、2100万、1800万的版税收入,荣登中国网络作家富豪榜前三甲。

与之前凭借《明朝那些事儿》、《盗墓笔记》名利双收的当年明月和南派三叔不同,富豪榜上的网络作家并非全民爆红,他们甚至一直是隐身匿名,唯一高调的是他们动辄千万字数的作品。

新晋网络作家富豪带给公众的惊讶,还在于他们身处天壤之别的两头:一边是高昂的收入,一边是低廉的稿费。这看上去颇不平等的公式,造就了如下事实:网络作家上千万的收入,来源于更宏大的码字。

据悉,目前文学网稿费是“以1000字1.4分钱起步”,远远低于国家相关规定的基本稿酬标准。在这样的“歧视”形势下,网络作家的财富数字超过了许多传统作家——当然也包括写作者。

按字数算,几百万字的小说也就能在网上卖几块钱,网络作家的收入与其作品人气密不可分。天蚕土豆之所以每天要写一万字,是因为“低于这个数字就不能保证点击量”。唐家三少的收入不仅位列榜首,他的写作速度也可以说是“极速”。8年间,唐家三少共创作了13部作品,累计2690万字。一个成功的网络作者付出的勤奋



王利博制图

和他的收入成正比,因为一切都取决于每天必须在键盘上敲多少字。网络文学要赚钱必须保证写作速度这一法则,促成了一个公开的秘密:很多网络小说并非出自一人之手,而是由众多“枪手”共同完成。

有媒体近日报道了一个名叫陈广东的大学生,受网络文学创作模式启发,组建了一个“写作生产小组”:通过写作大纲和范文到网站竞标,通过网络找到大约600名写手来帮他迅速完成小说写作。陈广东的写作“生产线”每个月可以基本保证有三万元的收入,效益最好时甚至月入26万元。在积累了一定人气之后,他又将集体写作以笔名出售,以此“赚了13万元”。

看上去挑战极限的码字速度虽然是网络作者必须承受的代价,但即便如此,要从普通作者中脱颖而出绝非易事。援引网络文学专家马季做的一项调查,目前我国从事各种形式网络写作的人有千万以上,签约作者大概有100万,其中1万至2万人从中能获得经济收益。

据业内人士介绍,成功网络作家的收入来源已不仅是网络付费订阅,而是更加多元化。“已经拓展到传统出版、影视、游戏、话剧、有声读物等多个

领域”,这之中最典型的代表人物是创作了《那些年,我们一起追过的女孩》的九把刀和《后宫·甄嬛传》的作者流潋紫。

网络文学离商业更近

与现今奋争在键盘上的码字青年相比,早期的网络作者们显得更加“文学青年”。

十多年前,在网络刚刚兴起的中国,一些青年投身IT,另一些青年则在远不及现在热闹的网络上开始写作。网络文学时代由此开启。

1998年,29岁的蔡智恒以网名“痞子蔡”在BBS上发表首部小说《第一次的亲密接触》,引发了全球华文地区的网络文学热潮。

“商业化是网络文学发展的根本不足,商业利益对网络写手来说是一个伤害。”多年后,蔡智恒在接受媒体采访时说。

昔日先锋的感慨如今已不会引起公众过多的注意。在时代的潮流中,网络文学离文学越远,离商业更近。曾经的文学青年,则变成了“文学商人”,比如路金波。

在弥漫“痞子蔡”风潮的1998

年,23岁的路金波也跟风成了一名网络作者。他以网名“李寻欢”和慕容雪村、安妮宝贝、今何在并称为“网络四大写手”,跻身中国第一代网络作家行列。

2002年,路金波告别网络作者身份,向文化商人转型,成为万榕书业公司总经理。此后的几年里,路金波成为业界知名出版人,开辟了作家和作品的“畅销书”流水线生产模式。在他的签约作家中,既有网络作家安妮宝贝,也包括王朔、韩寒等传统作家。

路金波用从市场调研到征集素材再到形成故事大纲的“流水线”打造出郭妮、饶雪漫等当红作家。其中人称“亿元女生”的郭妮先后出版了小说20多本,共销售约600万册。2006年,由郭妮署名的14本小说,全部产品退货率只有1%,创造了1亿元的码洋。

据媒体报道,路金波对于“流水线”的技术指标包括以下具体的文字要求:“用形容词的不要;酒吧偶遇的不要;借东西搭讪的不要……”——细微如此,宛若工厂生产线上的质量细则。

生于1983年的郭敬明是现今青年作家中的红人。高中时期以“第四维”为笔名在文学网站发表文章的经历,让其脱不开网络作者的“出身”。

少年成名的郭敬明没有专注写作,而是选择跨界,在文学创作之外,试图去创造出不一样“商业郭敬明”。

与传统出版公司相比,郭敬明的上海最世文化公司更像一家偶像艺人经纪公司。读者视为偶像的青春文学作家,在郭敬明看来,似乎更像是“产品”。作者走不走红、作品畅不畅销,都有赖于他的“营销有道”。而在最初,打造出新作者品牌之前,郭敬明运用的是自己的品牌价值。

“我把郭敬明三个字的品牌价值注入到这个平台上面,就像打造一个新的子品牌一样……这样就可以形成一个良性循环,这种商业模式也支撑着公司朝前运转。”郭敬明在接受媒体采访时说。

“文青”变“文商”,看上去是一条文学创作与商业运作契合的“入世之路”——或许也适用于一些现今正默默在键盘前码字的网络作者。

人物

十几年前就已是千万富翁的郭长伟,为家乡建造渔港码头,宁愿成为负债新愚公,因为在他的心里装着一个梦。

日照“新愚公”的海洋经济梦



满载而归的渔船停泊在日照阜鑫渔港

本报记者任正直/摄

■ 本报记者 任正直

郭长伟,这位50岁光景,黄海岸边憨厚朴实的渔村汉子,拥有着独特的“财富”:一个用常人难以理解的方式建起的码头——日照阜鑫渔港。然而,由于渔港不收停泊费是公益性的,渔港已经耗尽了所有的积蓄。

站在码头上,郭长伟看着随着潮涨潮落船出船归的乡亲们,脚下是他十几年来带领大伙亲手建起的坚固防浪堤,堤外浊浪滔天,堤内水波不惊,几千米钢筋水泥墩坝记载着他的付出和艰辛……

郭长伟出生在全国名镇日照市涛雒镇的一个小村庄,这里的村民世代以出海打鱼为生。

虽然渔业生产历史悠久,但是涛雒镇却没有一个像样的渔港,渔民只能把船停泊在河岔里,一些大吨位的渔船不得不到几十里外的码头停泊,随着渔业的快速发展,大吨位的渔船越来越多,出归不便、运输成本加大、渔船保养维修等状况困扰着这里艰辛中守业的渔民。

表面憨厚的郭长伟,从不多言多语,其实内心灵巧,大脑充满智慧。不管是木工还是民工,修船还是建房,只要他看一眼,干一次,马上就能掌握,无师自通,村里人送他外号“万懂”。

上世纪八十年代,百多公里外的青岛成就了郭长伟的传奇财富,成了日照当地农民工闯荡青岛最成功的人,身价已上千万。

富起来的郭长伟没有忘记生于斯养于斯的家乡,没有忘记家乡渔民的辛苦,加上涛雒镇党委政府有关领导多次的挚邀,1997年,郭长伟毅然决然地终止了青岛的全部业务,回到涛雒镇棧子村,承包了近千亩海边荒滩,开始建造阜鑫渔港,郭长伟的人生之路再次发生改变。

没有专业的建港技术人员,也没有先进的大型机械设备,依靠十几台普通且又老旧的推土机、挖掘机和自制出来的泥沙泵,在光秃秃的沙滩上,郭长伟带着自己的工作队演绎现代“精卫式填海”传奇,有时面对妻子儿女的埋怨,他只能把歉意埋在心底。

经过一千多个日日夜夜奋战,一个人工挖掘的内陆渔港初见规模,涛雒镇的十几个渔村,大小数百艘船只可以就近靠港卸货,避风,维修保养了,渔民上下渔船装卸货物也更便捷了,而且还省下了交通费、运输费、人工费和停泊费。

现在,进出港渔民在这里年交易额达到了20多个亿。看到这一切,让郭长伟心中有一种甜蜜的释然。但同时,他又不得不面对另一个现实:每年渔港堤坝维护和阶段性的清淤工程需要继续大资金。而建港已经把他十几年的血汗钱投向了大海,抛向了大海。他没钱了。

郭长伟屈指一算,从1997年到现在,整个码头投入已经超过亿元了。这远远超出了郭长伟的正常能力。

建港护港这十多年来,老郭仿佛一下子老了20岁,别人逗趣说他是“日照新愚公”,他淡淡一笑,因为他心里仍装满了沉重。其中的苦处只有他个人明白。

为省钱,全家都住在码头边的仓库里,生活质量都赶不上逐渐富裕起来的乡亲们。儿子大学毕业,郭长伟苦口劝其放弃了青岛舒适的工作,回家帮助自己。“但是,我现在连儿子的工资都付不起。只好说先欠着。”

目前,窘境当中的郭长伟不得已捡起自己的老本行,在外地开始干一些工程,赚些钱补贴到渔港。

人生如戏。十几年前就成了千万富翁的郭长伟,如今赚了个负债新愚公。党的十八大胜利召开,困境中的郭长伟看到了新的曙光。

他兴奋地告诉记者:“去年,涛雒镇海岸带近160平方公里纳入海洋城发展战略。我的渔港能没有前途吗?”

郭长伟心中升起美好的海洋经济梦:随着日照国际海洋城的日新月异,经过政府规划,码头再扩大两倍,不仅能停靠渔船,又能发展旅游。那时,码头每年能够吸纳500万吨的吞吐量,是现在的好几倍。未来5年,进出阜鑫渔港的渔民年收入将达到100个亿。

商业圣诞:更温暖 更美好

■ 本报记者 江雪

精明的中国商家眼睛一直盯着西方的感恩节、情人节、圣诞节,希望从不同的宗教故事中获得财富上的绝对满足。

商家点燃 圣诞消费之“灯”

2012年11月20日美国感恩节,拥有85年登台历史的“火箭女郎”组合被有着58年历史的奇缘饭店请到纽约,隆重推出“2012圣诞品”。同时,德国的纽伦堡推出具有1628年历史的“圣诞集会”,并把《2012》电影再次炒热。在中国的长春,“1988元至3688元人民币一桌的‘方舟圣诞晚宴’被顾客抢订一空”。在距离2012年圣诞节还有20天的时间,“圣诞经济”这块蛋糕似乎正被地球上的商家们分享着。

据了解,中国百个城市、千家星级商业酒店、万家零售商场在炫亮的圣诞树彩灯和唱诗班孩子们天使般的歌声中举办了西方历史中沿袭下来的“圣诞点灯”仪式。仪式背后的实质是:中国已经加入了全球化的圣诞节经济链条,中国消费者以消费圣诞的方式对全球经济一体化作出独特的文化解读。

必须承认一个事实,当纽约的圣诞老人赶着雪橇向中国走来时,这位身着红衣、长着漂亮白色胡须的老人一定明白:是百年慈善精神,把温暖人类的文化传播到了古老的东方,使

得中国融入了世界经济文化舞台,快乐地“消费”圣诞。

“这个仪式也是预示着我国国家欣欣向荣”。2012年12月5日,一家意大利咖啡馆经理在刚刚为一家咨询公司服务完“领导力演讲”活动后对记者表达自己的观点:中国消费者30年积累的圣诞文化激情在2012年的圣诞档期以文化消费的方式实现了整体迸发。

在圣诞文化中 找到“人文情怀”

事实是,各大商业机构、地产销售企业、旅游公司、航空公司相继以不同内容设计了“点灯主题”,表明了国际化的今天,没有什么理由可以阻止中国人与西方人一起消费圣诞。30年来积攒的对西方宗教文化的向往以及圣诞节在各种艺术形式中所表达出的人文情怀、责任道义都令中国消费者人的心灵趋近。圣诞节更是全人类寻找同文化价值的节日。

如今更多的互联网企业领导者们已把深刻的商业经验和人生感悟融入到企业实践和发展之中。

留学后回中国创业的某文化传播公司经理在微博上表示:“提升人的道德品质、思想情感、家庭和谐意识、企业集体观念,都可以在这个节日里找到答案。”2012年12月5日,刚刚举办完“第五届沈阳募捐晚宴”的她对记者说出自己的理解:“只有这个节日可以把商业和文化界朋友们聚集在一起,探讨人生大意义,实

现世界观和价值观的交融,为社会做点属于自己企业文化特色的贡献。”

60年代到90年代人 被“一网打尽”

刚刚举行“圣诞馈赠”营销活动的四川宏业地产副总经理马洪,在接受记者采访时说:30年来,圣诞节文化像风暴一样席卷中国,并成为捍卫者和狂欢者。70后的他承认,自己就是在大学时代种下“圣诞文化种子”。如今,60、70、80、90年代人都被这样的具有宗教色彩的时尚文化“一网打尽”,作为一个商家更不希望错过可以让消费者精神时尚的商机。

30年前的北京,只有政府的外事部门在12月24日和相关国家住中国大使馆官员举办小型派对。学者们认为“那是外交文化”。“如今的中国,三线城市、农民家里也消费圣诞节,以增长的经济实力品味着圣诞文化大餐。当年的文化侵袭已变为浸润、融合,是商家摘果实的时候了”,某影院经理喜悦地对记者表示。

时代变迁,圣诞经济流行在中国,也预示着新的时尚消费趋势。北京某投资集团负责人对记者强调:“公司购买了世界各大艺术团体参与的‘圣诞平安夜8000元钻石宴’,就是答谢跨国公司客户,沟通情感。”

一位学院派经济学专家对记者表示:世界的整体文化营造,会给商家带来更大经济效益。让商业更温暖,更人性,更美好才是时尚。

(上接第十五版)当时的北碚已成为战时后方重要的科学、文化和教育中心。同年,卢作孚先后四次带领专家学者,深入“不毛之地”盐边县攀枝花地区,调查探测矿藏,为后来建设攀枝花钢铁基地奠定基础。

史学家称企业内迁“不是逃难而是创业”,而当时固守沦陷区的企业除了坚持,更需要智慧。

始创于1896年的荣家,是近代中国规模最大的民族资本企业集团。1942年的荣家迎来了发展路上的“异军突起”,抗战中早期蒙受巨大损失的荣氏企业拥有了非比寻常的“孤岛繁荣”,这与荣家具备的敏锐商业眼光不无关系。

1942年是一个终结。1942年之后,国统区民营工业逐渐衰落,原因来自通货膨胀、金融垄断、物资统制以及国家资本的侵夺。

1942年亦是一个开始,时年59岁的奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特(Joseph Schumpeter)首度提出“创新理论”,并将“企业家”重新定义。

1942年也意味着诞生。这一年,一些后来的著名中国企业家出生了,他们当中包括何享健、侯为贵、荣智健和陈丽华。

1942年在时光之河里早已隐去不见,但它的汨汨流淌声至今萦绕不绝,并永不停歇。