

视频网讲个性 老土豆将脱“皮”



土豆,原名“土豆网”,今年“9岁”,却开始准备脱“皮”。土豆“脱”皮,要“脱”的就是这一个“网”字。“过去的土豆是一个视频网站,但现在的土豆却是一个文化品牌,旗下囊括土豆视频平台、土豆APP、土豆映像节等品牌资产。”在土豆

CEO杨伟东看来,土豆起步于视频网站,但不局限于网站,现在正需要去网化思维。那么,在如今PC+移动的无缝互联网时代,这个全中国最早却又是最新年轻化的视频网站,到底靠什么秘籍来“常驻童颜”?

“自频道”产生不少“道掌”

9年前,土豆在沪上线,成为全球最早上线的视频网站之一,当时土豆创始人王微提出了“每个人都是生活的导演”的主张,主打用户上传、视频分享,这个在当时还十分超前的思路,竟让土豆与当下的自媒体时代不期然地接近,到如今还印在土豆的公司名片上。9年后,当土豆推出类似视频自媒体的“自频道”时,经过2个版本的升级,目前已开通30多万个活跃频道,吸引到近100万个人或机构频道在土豆上看“自频道”。

在土豆最新的排片表上,记者昨天看到:本月底将在喜马拉雅艺术馆掀起盖头的第七届土豆映像节,“自频道”将首次唱起主角。届时好比电影节走秀,“红地毯”上秀出的将包括50位歌手,近百名原创影像人,50个潮流运动行家、游戏好手、乐活达人、艺术家……一起以兴趣为聚合动力的“拉帮结派”,将通过

互动、展示、表演等多种年轻人喜欢的方式把“频道圈”玩转起来。“你可别小看了这一个粉丝圈!届时会有很多土豆自频道的‘道掌(频道掌柜)’到线下来和他们的粉丝(订阅者)见面,让日后彼此的黏性更强”,土豆自频道合作伙伴负责人张勇相当自信。

启动原创动漫创投计划

这几年来,国内视频网站生生死死,大大小小算起来数百家,大浪淘沙如今剩下的“主角”不过十家。在既老牌又年轻的土豆上,每天有近10万个视频被用户通过手机、PAD或者PC上传,其中原创类视频大概2万个,且2013年比2012年的用户上传视频量增加了60%,这些数据背后凸显啥变化?

杨伟东认为,中国年轻人对视频的需求已经从1.0阶段升级到了2.0阶段:最早年轻人做影像是为了做导演,或者拍自己的微电影,所以我们会看到《老男孩》;但今天,土豆

上的年轻人根本不想做导演,上传影像或许只想表达个性的生活方式:做菜、洗车、脱口秀,甚至教你怎么打鞋带、教你怎么化妆……

“我们每天会收到很多给土豆挑毛病的信。这让投资人和我们都想到了土豆的未来,还是要做足‘青葱气’、做大差异化。”上月底,在国内最大的动漫展——杭州国际动漫节上,被称为“国内第一动漫平台”的土豆就拿出1个亿(元)在业内率先做起“原创动漫创投计划”,以便在播种、孵化、腾飞等多个成长阶段给原创者帮助。据杨伟东透露:“土豆上更能聚拢各色玩家,你只会画漫画也OK,因为后续的配音、配乐甚至COSPLAY,会有其他玩家来帮忙;到了像《张小盒》这种久经时间考验的高人气作品,我们会请到尚雯婕、郝云、闫肃等明星来帮它拍真人+漫画的魔幻迷你剧;甚至再有本事的,还有我们投资的暑期档国产动画电影等着你……”

本报记者 胡晓晶

【采访札记】

继韩剧、日剧、美剧之后,土豆又头一个在行业内开起了文艺电影频道,放起了法国电影。正是一出生就自带的“严重”文艺范儿,让土豆在视频大战中几经沉浮反倒越活越年轻。

实际上,一年多前当作为行业老大和老二的优酷和土豆并购完成后,土豆创始人王微就离开了一手创办的土豆。和世纪佳缘一样,土豆如今也已易主;但和世纪佳缘一条“鹊桥路”不同的是,土豆今年又在去网化上高速旋转,且越转越吸附到更多的社会资源。在经历了版权之争、自制剧大战等一系列比拼之后,如何少烧钱、早盈利、快移动仍是压在中国视频网站头上的“三座大山”。现在,土豆已经打出了和别人明显不同的差异牌,这是否也是一种突围之道?



时尚“碰撞”传统

你能想象时下最流行的瑞典原木材料和最前沿的力学理念,与中国最传统的“榫卯”纯木工艺相结合,将碰撞出什么样的火花吗?“Let us dating”“舒适椅”“瓣”……这些设计精巧、风格各异且结合传统工艺与力学原理制成的小建筑和各色装置均出自交大建筑系学子之手。昨天起,上海交大建筑学专业成立21周年校友作品展暨建

筑学本科二年级建构作品展,在闵行交大新图书馆展厅举办。

这些以创新空间、新颖结构、材料探索为主题的1:1建造作品,多次受到来交大交流的国内外专家的高度评价,称“结构与建筑设计的深入结合”在全国建筑学专业中都不多见,具有鲜明的交大特色。

本报记者 孙中钦 摄影报道

松江区油烟排放在线监测 “中考成绩”令人忧

“油烟阀门”哪个环节没关紧?

智能设备一夫当关,油烟排放无处遁形。半年前,松江区率先在100家单位配备“电子监测员”,在线监测油烟排放(本报去年11月19日曾报道)。如今,半年过去,“电子监测员”交出的中考成绩如何呢?数据显示,情况不容乐观:在这100家单位中,竟有三分之一排放数值常年超标,剩余的三分之二中,偶有超标和从不超标的差不多各占五成。那么,“油烟阀门”到底松在哪个环节呢?

设备损坏迟迟未修

2.87、2.89、3.20……上午8时刚过,位于九亭沪松公路1399弄的上海甲膳餐饮店的在线监测平台就屡发警报,显示油烟排放超标。而参照饮食行业油烟排放标准(试行),每立方米最高允许浓度为2.0毫克。到上午11时左右,最高值更是达到了5毫克/立方米,直到中午以后,数值才逐步回落。与此同时,该单位净化器和风机的运行状态都显示为红灯,即处于关闭状态。

下午3时30分左右,厨房又忙开了。然而灶头上方的排风扇却不见开启,油烟在升腾过程中只有部分“钻”进了排风扇。店家在连接到室外的排气管接口处,拴了几个油桶,

以防止油烟凝结后滴落下来。记者注意到,半透明的油桶中已有不少黑色液体。“厂家一直说没空,不肯来安装新的,我们也没办法。”店家承认,店内的油烟设备已经坏了有一段时间了。

交费半年多不安装

记者随后又来到奈雅伊食品有限公司,这家公司主要从事日式料理食品的生产与销售,于去年搬迁至洞泾镇洞薛路。经过严格的消毒流程进到加热车间后,记者看到两名工作人员正“全副武装”地将半成品炸熟。

就是这家看起来在食品卫生安全上有着严格要求的公司,却迟迟不肯安装油烟在线监测设备。松江区环保部门提供的资料显示,这家公司早在去年10月份就已签订协议,并且付清相关款项。然而,技术人员几次约定上门安装时间,公司负责人都以“内部装修还未完工”为由推托。今年4月底,当技术人员再次登门时,发现其正在作业的厨房根本没有安装油烟净化装置,甚至连排风设施都没有。在技术人员一再催促下,对方才给出“确切时间”,表示“下个月应该可以安装”。

本报记者 郭剑峰 通讯员 张小小

餐饮业忽视母亲节“亲情商机”

买一件礼物,送一束鲜花,带妈妈吃一顿亲情大餐。本周日是母亲节,打着“亲情牌”的商家开始“瞄准”儿女赚钱。但和商场、网店推出主题活动相比,餐饮业似乎对此热情不高。

“这周日就是母亲节了?”沪上一家老字号饭店的负责人说,他们并未对母亲节做出营销准备,还是按照常规经营。昨天下午,记者在中山公园和人民广场商圈转了一圈,发现想要抓住“亲情商机”的饭店并不多,少数

几家仅推出了送礼、打折的常规手段。

根据上海市餐饮烹饪行业协会统计,今年一季度,会员企业的餐饮收入增幅仅2.8%,持续收窄。既然中高端商务餐饮消费难以回到过去的高点,打出“亲情牌”,抓住家庭消费才是正途。市餐饮烹饪行业协会副秘书长金培华建议,设计养颜的套餐,组织烹饪学习的互动活动,餐饮企业应围绕母亲节等百姓节日多做文章。 本报记者 张钰芸