

# 今年视频业看点多 版权战后又战自制

## 城网眼聚焦

国内视频行业最近颇为热闹。继前几天爱奇艺称因涉嫌盗播热门综艺《爸爸去哪儿2》要对优酷等多家网站提起法律诉讼后,优酷土豆集团本周也开始反戈一击:针对爱奇艺和PPS盗播“优土”独家授权剧,分别向北京海淀法院和上海徐汇法院提起共30起诉讼,索赔金额高达1570万元。这是今年以来互联网视频行业里规模最大的的一次维权战,但还不是这个行业当下的唯一看点。

### 天价版权带天量广告

视频网站的版权之争由来已久。在此轮爱奇艺对优酷的“炮轰”中,前者诉后者涉嫌侵权的盗版视频内容单条最高播放超过十万余次,不少还投放了15-90秒不等的前贴片广告,意指优酷网可利用侵权内容牟利,侵犯了爱奇艺对该节目的网络独家版权及分销权。而在“优土”诉爱奇艺和PPS案中,前者则提出后者盗播了自己独家授权的《神雕侠侣》等一系列热播剧。

业内人士指出,视频网站版权纠纷不断,皆因版权价格高。据不完全统计,中国网络视频网站的版权总支出已超过50亿元,各大视频网站每年在内容成本上花费都在1.5亿元以上。不过,不断冲破上限的网络独播权虽大大增加了视频网站的运营成本,但也给视频网站带来可观收益。据透露,爱奇艺和PPS独播的《爸爸去哪儿2》上线24小时,总播放量就超5000万,占当日全网综艺流量40%,虽然节目的购买成本不到1亿元,但广告收入已超2亿元。

### 自制剧避开版权难题

如何避开版权的壁垒?目前,各家视频网站都把这个“宝”押在了自制节目上。上个月,优酷土豆集团带着17部自制剧集体亮相上海电视节,从今年第二季度到明年第一季度,这17部自制剧将在“优土”上率先以周播的形式与网友见面。而乐视日前也在沪首



次公布了自制剧的“二次颠覆”战略,签约台湾主持人吴宗宪、王石女友田朴珺、时尚集团总裁苏芒、韩国导演郭景泽等名人和名嘴,独辟蹊径地宣称将用“互联网产品经理思维”和“大数据分析基础”来做全新的自制综艺工作室。优酷土豆集团首席内容官朱向阳表示,“在这种新型的自制节目生态圈里,不仅有平台、广告主与合作伙伴,还首次把用户纳入其中。以前,用户只能作为观众单向地看剧,但以后用户就能在线表达自己的意见,甚至影响创作、付费买线下活动。

### 移动端将成竞争焦点

值得一提的是,在最近的这一波视频大战中,移动端备受关注。像在此轮版权纠纷中,“优土”就宣称爱奇艺和PPS在移动端客户端上对其盗版最严重。在一直以来视频资源免费看的互联网世界里,到底有没有人愿意为看手机上的视频付费?

据人民网研究院发布的《中国移动互联网发展报告(2014)》蓝皮书显示:截至2014年1月,我国移动互联网用户总数达8.38亿户,其中手机网民规模达5亿,手机已经坐上第一大上网终端的“宝座”。而据国内最大的移动互联网视频平台100tv调查:有近40%的受访者表示只要价钱合理,就愿意为视频内容付费;其中超过53%的蓝领工人更喜欢“直接从话费里扣(费)”,接受度大大超过了白领。100tv的CEO刘述尧说:“如何利用手机小屏幕,把用户拉回到影院的大银幕前,这是

### 新媒体给我们的机会。” 巨头入场行业变数大

不过,更大声浪或许还在后面。今年以来,一方面来自电视台和电影集团的介入,让传统视频行业更加“高大上”。比如:土豆日前就在沪发布了其文艺电影频道2.0战略,该平台上已拥有包括《达拉斯买家俱乐部》等近百部奥斯卡获奖影片在内的千部文艺电影,覆盖人群过千万、总播放量过亿。据土豆总裁杨伟东透露,土豆牵手星美集团联合出品的大电影《黄金时代》计划国庆档上映,届时土豆文艺电影2.0战略的大幕将全面开启。而另一方面,今年以来中国互联网“BAT”三巨头也表现出对视频行业的浓厚兴趣,继阿里斥资62.44亿港元收购文化中国60%股权、推出“娱乐宝”投资多部电影后,百度也在投资洛杉矶电影制作公司,腾讯也宣布了要进军电影业。

对此,由SMG旗下上市公司百视通控股的风行网,刚把自己用了8年的域名“.com”域名改成了全国首家互联网行业内的“.tv”后缀域名。风行网CEO罗江春认为,未来的视频业竞争将集中在“广电系”对决“BAT”,风行网必须进一步做大“台网融合”的优势。而中国社科院文化研究中心副主任章建刚认为,全网大鳄的进场倒不见得会掀起惊涛骇浪,因为中国影视业不缺钱,而是缺内容。未来“BAT”搅局加剧,中国的互联网视频行业将向多屏产业化、内容差异化方向走。

本报记者 胡晓晶

# 给“扶不起的艺龙”找剩余价值?

◆ 钱进

## 城互联网观察

伴随上周携程投资艺龙的消息于坊间不断地发酵,本周艺龙的“老东家”Expedia首先开口否认传闻,称“该公司仍是艺龙的长期投资方,并将支持艺龙成为中国领先的旅游网站。”这真就这么简单?作为国际在线旅游巨头的Expedia,是否还正在臆想在投资艺龙布局中国战略失败后,再拼一把另一盘大棋?

早在2007年,新帅崔广福上任不久就为艺龙确定了“专注酒店预订”的增长策略,为此不惜缩减了产品线,砍掉度假和差旅服务。这一策略为艺龙随后五年的增长提供了条件支撑,但也埋下了长远的祸根。从2012年下半年开始,艺龙的发展就遭遇瓶颈,并伴随着惨烈的价格战越滑越远,继2013年全年净亏损1.67亿元之后,艺龙2014年一季度继续亏损3540万元。对此,最忧虑的莫过于“老东家”Expedia,因为艺龙在中国在线旅游市场一线阵营的出局,不仅宣告了Expedia当年的巨额投资打了水漂,更意味着其将被挤出中国市场的大门。所以,如何利用艺龙的“剩余价值”,成了Expedia这

个“老油条”棋局中的关键下一手。

当下,国内在线旅游领域的几大玩家,除了携程、艺龙,便是去哪儿。由于艺龙的第二大投资人为腾讯,而去哪儿的母公司为百度,本身融合度不大,加之去哪儿管理层目前对基于“换股”的合作并不感兴趣,所以Expedia只好把希望寄托在了携程身上。携程对此合作的兴趣点,或在可以彻底根除去哪儿与艺龙有可能合作的“隐患”。

然而,中国旅游研究院研究员杨彦锋同样认为,“作为国内在线酒店预订市场的头把、二把交椅,‘艺携’并购有潜在的垄断问题,商务部可能会启动反垄断调查。”有资深业内人士猜测下一局:艺龙或将刻意把收入做小,削弱自身于国内在线酒店领域的份额,以便借此绕过国内反垄断审查。此后,艺龙或选择私有化退市,携程将得以顺利借小股份投资的方式低价与艺龙换股;而作为回报Expedia会通过换股持有携程股份。

这样纷繁复杂的资本运作听起来有些晦涩,但未必要空穴来风。市值高达106.73亿美元的Expedia的最终目的,或是让中国公司消化他们在海外的库存,最终以换股的方式让自己的“中国梦”曲线立足。



## “金羊”与“火神杯”——老凤祥的品牌故事

### 制作火神 振兴足球

老凤祥与恒源祥,是两家具具有悠久历史的老字号。一家做首饰,一家做服饰,虽然是两个行当,但同样都是“美丽的事业”。再加上名字中都有“祥”字,因此两家公司颇有缘分、合作频繁,常有“天作之合”。“金羊”与“火神杯”,就是两件非常出彩的艺术品,凝聚了老字号民族品牌的拳拳爱心和社会责任感。

### 铸造金羊 拍卖筹款

2003年恰逢羊年,神州大地非典肆虐。为了为战斗在非典前线的医护人员和患者筹集善款,恒源祥委托老凤祥采用金银细工工艺制作了一只纯金的金羊,并拍卖筹款。金羊重3600克,憨态可掬,模样可爱,由老凤祥的中国工艺美术大师、非物质文化遗产传人张心一领衔,带领徒弟沈国兴、吴倍青、朱劲松、王伟成等人制作而成。

金羊完成后,恒源祥将其赠送给中国儿童少年基金会。随后,中国儿童基金会、中国妇女报社和新浪网举办了一场特殊的网上拍卖会。金羊起价20万,加价幅度为1万元,买家身处上海、北京、大连等不同城市。

拍卖开始后,浏览器总数为3万多人,最高峰时有512人同时在线。买家们不断询问老凤祥银楼的工艺制作费用,对金羊志在必得,1分钟内有3位买家先后把价格刷新为25万元、26万元和28万元。最终,金羊被上海Fazeya针织公司以50万元夺标。

“火神杯”则又是另一则故事。这则故事,球迷朋友们可能更为了解。

恒源祥是中超比赛的赞助商,而“火神杯”则是中超联赛的冠军奖杯。“火神杯”由中央美院雕塑系韩晓冬设计,金杯方案几经易稿,最终确定以足球和长城烽火台构成主体造型。金杯顶部是一只金光闪闪的足球,由成色极高的黄金打造。足球和底座的连接部分是盘旋而上的长城,也由黄金锻造而成,底部基座则由白金制成。

基于之前的良好合作,这座“火神杯”恒源祥仍旧委托老凤祥制作。老凤祥的四位高级技工耗时70天,最终完成了这座高520毫米、重5.5公斤的纯金奖杯。奖杯底座为和田玉,使用千足黄金达12磅,比世界杯奖杯“大力神杯”还要重1斤,其有形价值就已经超过百万。老字号民族品牌对中国足球的支持,对振兴足球的恒心可见一斑,而老凤祥在其中也做出了不可磨灭的贡献。

辛矣



老凤祥证券代码 600612.SH 900905.SH

本栏目由“老凤祥”倾情呈现本期顾问:上海老凤祥有限公司首席发言人 王恩生

## 城网上金融

# 赊购买衣,你喜欢吗?

尺码该选中号还是大号拿不准?新品上线暂无评价到底好不好?东西小贵也不知道是不是自己的style……以往这些让网购族常见的“犹豫症”,今后或许可以靠“先试后买”来解决。上个月起,天猫悄然在服装类商品线试水“先白拿后付费”,据官方公布的最新数据显示:至今一个月里,一共有超过12.6万买家“先试后买”了13.4万件衣服,最终交易成功的商品占87.2%。据悉,这种“先试后买”消费模式,未来有望覆盖到天猫上的其他垂直购买线。

目前,该服务已向天猫“T1-T3等级达人”全面开放。按网购历史记录已列入“T3达人”的记者,今天在A02旗舰店的“先试后买”专区选择一件衣服后,就看到付款按

钮变成了“提交先试后买订单”。不过,之前从未在天猫上买过的消费者,想要享受这项服务还需要在余额宝内冻结一定金额来尝试。据介绍,每个消费者“先试后买”的范围、权益额度、还款日不尽相同。总体而言,商家会根据需要选择部分商品向部分消费者开通“先试后买”,而消费者选择带有“先试后买”标志的商品后,直接下单不用付款,收到物品后先试用体验,合适了再进行付款;如发现不合适,在不影响二次销售的情况下,也可直接退货,不用征得商家的同意,由此产生的运费也会在确认退货后经运费险进行补偿。

实际上,这个其实就是另一种形式的赊购,由阿里小微金融服务集团在背后提供资金支持,

与不久前天猫针对3C商品线的“分期购”类似。其中消费者的还款日期,是由系统根据个人信用情况判定给出的,消费者“先试后买”商品形成一个账单,类似于信用卡,消费者在这个还款日还款,最长还款期可达50天。

消费金融是今年各大电商平台非常热衷的一个领域,即电商可以利用自身数据、资金等资源为商家和消费者提供的金融服务。像现在已有的天猫的“先试后买”、“分期购”,京东的“京东白条”等,都被业内看做网购与互联网金融的深度结合。不过,虽然“先试后买”与“京东白条”都是以拉动消费为目的,但前者并不属于贷款性质,而是从“先付费”向“后付费”的付费模式的转变。

胡晓晶