

三巨头联合组建VCC 推动视频行业秩序构建



视频网站形成新的竞争格局

先有视频网站优酷与土豆宣布合并,开启了视频网站间从敌人变成友人的先河。而两家合并后的市场份额也超过了 40%,这无疑给视频网站带来不少的压力,排位之后的任何一个竞争对手短期内都难以单力与之抗衡。如今,腾讯视频、搜狐视频、爱奇艺三大视频平台也宣布联手,共同组建“视频内容合作组织(VCC)”,并在版权和播出领域展开深度合作,这无疑将给“优土联盟”带来巨大压力。

对此,腾讯在线视频部总经理刘春宁表示,三方合作并不意味着在版权采买上的投入力度和预算在减少,相反腾讯视频 2012 年的预算比 2011 年还要多。但是基于行业的健康发展,还是愿意与其他视频网站一起建立合作组织共同维护行业健康发展。通过合作,带给腾讯视频的是内容分布度的提升,带给用户和广告主的则是价值提升。据刘春宁透露,现在三家已经有十二部电视剧达成置换协议,每家出四部。未来会联合采购市场上最优质的影视剧,希望版权价格是合理健康有秩序的。

就在三大视频网站达成合作后,有业内人士预言,视频网站大有形成两大阵营分庭抗礼之势。事实上,面对视频行业这块诱人的“蛋糕”,每家都想分享一点,因此,这就无法避免网站之间的利益冲突。而巨头牵手或许是视频行业综合素质和利益博弈的一个战前警报。

视频市场高价版权或将终结

众所周知,从 2011 年二三季度开始,影视市场版权价格就不断攀升,从一线剧集每集 30 万—40 万元一跃升到 2011 年年底单集 80 万—100 万元,并出现了《宫 2》单集 185 万元、《太平公主秘史》单集近 200 万元的超高价作品。这种高昂的购剧成本无疑给视频网站带来了巨大压力,各家对于热剧的追捧在 2011 年第四季度不约而同开始降温。版权价格的暴涨一方面令视频网站的版权成本大幅上涨,另一方面,价格的大幅下跌也同样不利

日前,腾讯视频、搜狐视频、爱奇艺联合宣布组建“视频内容合作组织”(Video Content Cooperation 简称:VCC),针对热播的影视剧倡导“联合购买、联合播出”,实现三大视频巨头在资源互通、平台合作方面的深入合作。据悉,这种模式与理念在传统卫视之间的竞合中早已被采纳,如今视频三巨头的结盟,意在驱动国内视频行业向成熟、良性阶段发展,构建行业内和谐的竞争秩序。

于国内影视剧投资方的正常发展。视频行业目前在版权上采用的“版权互换”是非常好的初级过渡形式,短期的版权投机行为最终对影视作业业和视频业均造成巨大伤害,此次三大最具实力视频网站在内容领域的深度合作,将对稳定版权价格、维护各方利益起到至关重要的作用。

搜狐公司副总裁、搜狐视频 CEO 邓晔表示:“三家合作伙伴在国内视频领域有显著的规模优势,同时也是最主要的影视版权采购和播出平台,此次合作将发挥各自的平台优势,借鉴传统电视台的运营,采取电视台的多家联播模式能最大限度互通有无,推动整合视频产业的良性竞争与影视行业可持续发展,是网络视频行业的一次开拓性尝试。”

爱奇艺公司 CEO 龚宇表示:“虽然今年以来版权价格一路在降,但距离理性的市场交易行为还有一定的距离。此次爱奇艺与搜狐、腾讯联合互享版权内容,一方面是为了加强内容流通,促使版权价格回归理性,更重要的是,网络视频行业市场空间巨大,我们要联合优化市场结构,促使行业健康快速地发展。”

视频行业有望建立新行业秩序

此次,腾讯视频、搜狐视频、爱奇艺组建的“视频内容合作组织”,形成了当前中国互

联网视频行业最强大的整合宣传和营销平台,涵盖了视频、门户、搜索、社交网络等国内最主流互联网应用,对传统的影视产业而言,将助力优秀影视作品的宣传,可获得搜狐全矩阵平台、腾讯 QQ 的 IM 推广平台,百度搜索引擎平台的支持,能够迅速将作品推到最广泛的用户群体,资源价值高达数亿人民币,且无可复制,同时庞大的宣传规模和用户覆盖也能够让广告主的投入得到更充分回报。

艾瑞咨询总裁阮京文对三方的合作表示,“搜狐视频、腾讯视频和爱奇艺联合组建的国内最强采购和播出渠道,将会打破现有的网络视频行业格局,并建立新的行业秩序。这也标志着视频网站在版权领域的竞争由混乱的‘春秋时代’进入巨头分庭抗礼的‘战国时代’,网络视频行业将由此进入修炼内功,打造各自品牌内涵的竞合阶段。”

业内人士指出,目前的网络版权剧价格过高,而广告定价过低,三家公司结盟并非对版权剧价格限价,而是共同让网络版权价格回归合理,同时为广告主提供更好的营销匹配,改变视频行业营销价值被严重低估的现状。当然,在三方合作之外,每家视频网站核心竞争力的构建仍旧需聚焦在独家内容采买、自制内容建设以及内容运营上和用户体验提升上。

奇峻

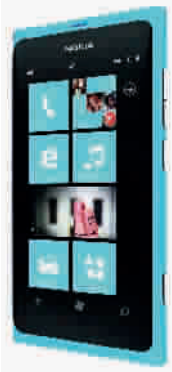


智能新品

全新诺基亚 Lumia 非凡系列成员 诺基亚 800 上市

继推出诺基亚 Lumia 非凡系列两款产品——诺基亚 800C 和 710 后,诺基亚宣布同系列的第三款产品——令人惊艳的诺基亚 800 于日前正式上市。它为中国用户量身打造,是社交生活繁忙人士的最佳伴侣,并为他们带来完美的社交互联网体验。

该款产品共有墨黑、纯白、湖蓝和品红四种颜色。搭载了 Windows Phone 7.5 操作系统,具有令人惊叹的设计和流畅的使用体验。一键式连接社交网络、联系人快速分组并整合多种沟通方式、流畅的 IE9 浏览器等特性均使诺基亚 800 为用户带来更佳的社交和互联网体验。通过对 Window Phone 进行全面优化,诺基亚还整合了诺基亚的软件服务,为用户打造诺基亚专属非凡体验。



方太吸油烟机 CXW-200-EQ01T 全新上市

日前,方太吸油烟机 CXW-200-EQ01T 全新上市。该款吸油烟机采用一体成型的纯钢本色,极简“黑标”设计,配合触摸感应控制,手指轻点即刻触启吸油烟机。方太吸油烟机 CXW-200-EQ01T 搭载自动巡航增压模式,自动感应公用烟道中的压力变化,当烹饪高峰时段公用烟道中压力过大,造成吸油烟机有效排量不足、流动不畅的情况,它就会自动加速加压,最大风压可达



350Pa,有效应对排烟阻力,时刻保持最佳有效排量。同时,该款吸油烟机拥有三效合一,笼烟高效、进烟高效、排烟高效,快速吸排,拥有秒吸油烟的效果,而且其噪音低至 48 分贝,达到图书馆级静音标准。



新讯速递

新能源应用技术检测中心 落户力诺瑞特

日前,“新能源应用技术检测中心”签约揭牌仪式暨力诺瑞特技术中心落成典礼在力诺科技园隆重举行。“新能源应用技术检测中心”是由国家节能产品质量监督检验中心和山东力诺瑞特新能源有限公司合作筹建。双方将结合太阳能产业的发展趋势和技术升级等需求,整合双方优势,在太阳能节能产品检测技术研究、资源共享、平台建设、对外合作、人才培养和标准编制等方面进行广泛交流合作,为双方在太阳能节能领域的检测提升、科研创新、标准编制等方面提供可持续发展助力,共同推动太阳能热利用行业领域的快速发展。力诺瑞特总经理申文明表示,新能源应用技术检测中心落户力诺瑞特开创了“驻园检测”的先河。

亚马逊中国 启动店庆促销活动

日前,亚马逊中国宣布于近日启动亚马逊中国史上筹备最久、规模最大、参与品牌最多的店庆促销活动,其中 3C 数码、家电、家居等硬百货品类将压轴出演——数十万商品平均降幅超过 30%,明星产品半价秒杀,更有数百个一线大牌的鼎力支持,让本次店庆“星光熠熠”。亚马逊中国总裁王汉华表示:“2012 年是亚马逊中国全面发力的一年。我们希望借店庆之时,大规模、大力度回馈广大消费者长久以来对亚马逊的支持,让更多的消费者受益。3C 数码、家电等硬百货是亚马逊百货化战略中表现最为抢眼的品类,也是现阶段消费者需求最旺盛的品类,尽管该领域竞争激烈,亚马逊仍对自身的价格优势和用户体验有十足信心。我们也号召消费者下单前货比三家。”

三星多款智能相机新品 亮相2012 China P&E展会

日前,第十五届中国国际照相机机械影像器材与技术博览会(2012 China P&E)在北京国家会议中心顺利闭幕。此次 China P&E 展,三星电子为消费者带来的智能相机新品包括不久前刚刚在国内亮相的、特别适合旅行使用的大变焦便携相机 WB150F、WB850F、ST200F,全新升级的时尚双屏卡片机 DV300F,以及 NX 系列可更换镜头智能相机新品 NX1000、NX210 和 NX20。全线智能相机密集亮相京城,既表达了三星电子对于其开创的这一数码相机全新品类的坚定信心与期待,也表达出三星影像产品对于发展迅猛的中国市场的高度重视与认同。

英特尔海尔电脑 共同开拓全球教育市场

近日,英特尔与中国海尔在北京中国国家会议中心正式签署了“全球教育项目战略合作备忘录”,双方再次在全球教育市场进行全方位战略合作。英特尔、海尔表示,双方将进行旨在教育项目解决方案的合作,包括硬件、软件和互联。海尔将推广其专为全球学生设计的英特尔学习系列学习本、平板电脑等产品;英特尔将与海尔合作开发包括教育和计算机技能等内容并用于海尔教育解决方案。业内人士分析指出,两大行业巨子在全球教育市场的全方位战略合作,必将极大推动全球各国教育市场的变革进程。教育项目合作备忘录的签署,也预示着英特尔海尔将在全球范围内谋求更深远更长久地发展。