

创富·行业报告

眼下,“宅”在家里在网上追看热播电视剧的视频忠实用户越来越多,视频网站们却仍然高兴不起来,炒到天价的热播剧版权费、昂贵的自制剧成本,让视频网站日益陷入烧钱比拼的漩涡。

而遥不可及的止损盈利前景,又让顶着海外上市公司光环的视频网站们步步惊心,不知道哪一天,裁员、被并购的命运就会落到自己头上,还是那句老话,没钱,你就别玩视频。

花的越来越多 盈利遥遥无期

烧钱, 视频网的比拼游戏

本报记者 崔滨

从每集五千到单集百万 贵到“肝颤”的版权费

随着监管部门和行业对版权的重视,视频用户突破亿级大关,版权大战成为新的行业规则。人气剧《潜伏》2009年的价格不过单集五千元,2010年《再过把瘾》的版权费已叫价到单集四万元,今年上半年,这一价格更达到百万级别,两年增长了近百倍。

如今在视频网站上看电视剧,也得经历忍受广告的痛苦,市民杨雪说,且不论《步步惊心》这样的热播剧,就连受众面相对较小的《生活大爆炸》美剧,也得耐心看完片头西子、小V日记、光明莫斯利安牛奶等四五个广告。

繁多的广告让杨雪心烦,但更心烦的是视频网站。两年涨了6倍的电视剧网络版权,让插进更多广告的视频网站,也看不到赚钱的可能。

就在国庆节前,电视剧《浮

沉》的网络版权,以单集百万元的价格卖给了搜狐,总成交价突破了三千万元,打破了由搜狐自己保持了不到3个月的《新还珠格格》三千万网络播放权的纪录。要知道,就在两年前,单集叫价15万元的新版《三国》,还被走正版路线的视频网站们认为“要价太高”而不敢接手。

国泰君安投资咨询部传媒行业分析师吴轶认为,“抢戏”的战火正从电视烧向视频网站,而版权费成了视频网站逃不开的一个劫,一场烧钱大战不可避免。

更让人难以想象的是,不只是电视剧,连纪录片和大学公开课,也成为视频网站高价争抢的对象。10月份开始,崔永元团队制作的《我的抗战2》等投资近亿元的多档大型纪录片节目,开始在搜狐视频上线开播,其视频运营官刘春表示,虽然纪录片一直被看做是“窄众”产品,但其定位的高端一样蕴含着巨大的商业价值。与之类似,门户网站网易也耗资近2亿元,引进了颇为小众但广受好评的国外大学公开课视频。

优酷网总编朱向阳曾表示,“能挺过2010年的就活了。因为挺下来的单用于

版权竞争的资金就能把人砸死。”

从百站争霸到数强逐鹿 无钱者纷纷退场

这个在其他行业可能很难出现的一幕,却是视频行业真实的生存状态,面对高额宽带成本、视频播放版权费,如果融不到钱,上不了市或者无人接手,就只有死路一条。

中国互联网信息中心的最新调研数据显示,截止到上半年,全国忠实网络视频用户规模已达到3.01亿,其中有超过四千万是只看网络视频而不看电视的“网络视频独占群体”。

但让数亿视频网民失望的是,他们能选择的视频网站越来越少。公开数据显示,在2006年,全国视频网站超过300家,但截至今日只余下十多家,而且就在9月27日,人人网以8000万美元收购56网,使得为数不多的视频网站队伍里又少了一位。

尽管8000万美元收购一家成立5年多从未盈利还亏损200多万美元的视频网站令人惊讶,但在市场分析人士看来,这笔交易很划算,因为如果不是56网快要无钱可烧,价码还会更高。

比如今年8月,面对中美两端股票市场的低迷,视频网站土豆网宁愿割肉、流血、路演募资大幅缩水也要拼命赴美上市,原因无它,土豆网的招股说明书显示,它每季度在运营上花掉的钱在2600万美元以上,而在迟迟无法扭亏,又无法继续融资的情况下,土豆网的底子,已经不足以维持两个季度的运营,因此,不上市毋宁死,成为眼下视频网站生存景象的最佳写照。

幸好,土豆网最终成功在美国纳斯达克上市,避免了被同行廉价并购的结局。不过,就算过了上市关,如果一直看不到收益,一样逃脱不了失败的尴尬命运。

尽管头上顶着中国视频网

站上市第一股的光环,盛大集团旗下酷6网站依然因为亏损严重,其CEO李善友于3月份被迫离职,2个月后,其原有销售团队遭遇大清洗,20%的员工被裁减,其间甚至爆发了暴力冲突。

截至今年上半年,优酷、土豆、酷6和乐视网这4家国内独立上市视频网站中,仅有在国内创业板上市的乐视网实现了盈利,土豆和酷6的亏损面继续扩大,只有优酷的收入与支出差距在逐渐缩小。

互联网分析机构易观国际分析师张颀表示,随着近期56网被收购,网络视频市场格局基本已经确定。优酷、土豆借助上市后的强大融资能力支持,而搜狐视频、奇艺等也可以通过背后雄厚的搜狐、百度资源支撑;视频行业正加速向两极分化,随着内容成本和技术成本的不断提高,视频产业会逐渐进入寡头竞争时代。

自制剧、热播剧、短视频 谁来实现盈利大业

目前,视频网站在盈利模式方面基本形成了两大阵营:一个是以优酷、土豆为代表的传统“免费+广告”阵营,以广告收入为主;另一个是以乐视网为代表的高清付费阵营,版权分销构成其主要收入来源。

挣钱是商业世界中所有行业的王道,对于发展了5年多仍未实现全面盈利的视频行业,这个命题显得尤为重要。

所谓版权分销,指的是一家视频网站在购买一部剧的独播权之后,可以再分销给其他网站,与此同时,其他视频网站则不能再授权其他网站播放。例如搜狐购买《新还珠》花了3000万,但分销给各视频网站时每家卖出了1200万的价格,目前,独家版权在首轮分销中即可收回70%至80%的成本。

今年唯一实现盈利的乐视网,2.23亿元总收入中,版权分

销收入达到1.18亿元,占比高达52.7%。相比之下,优酷、土豆收入的90%,仅仅依赖广告的收入。

不过,分销的火爆建立在必须以高价购买热播剧的基础上,当热播剧的网络播放权都被炒到单集百万,还会有多少网站接手分销,前景依然不甚乐观。

为了打破高度依赖热门电视剧的困境,视频网站开始谋求进入产业链上层,以成本相对低廉的网络自制剧营造热点,获得流量和广告收入。

早就在自制电影《老男孩》中尝到甜头的优酷网,对原创栏目打造格外用心,除了继续投入巨资支持草根原创电影,而且直接在更受网民关注的综艺节目上,与电视针锋相对。

优酷网高级运营副总裁魏明表示,“大到传统的品牌硬广告播放,植入广告和贴片广告,小到主持人服饰赞助,软广告,优酷的每档自制节目,都不是‘裸奔’的。”

刚刚成功上市的土豆网也将古天乐等明星担纲参演的自制剧,作为其未来盈利的新增长点。CEO王微表示,未来广告的主要形式将是视频投放,原创自制内容比传统电视剧有更大的空间体现广告主的诉求。

除此之外,人人网巨额收购56网,使得网友自制上传的业余短视频,成为新的盈利点。人人网CEO陈一舟认为,随着微博等社交手段的兴起,以及手机、DV等拍摄工具的普及,短视频比长视频更容易在社区网站、社交平台上传播,也更容易吸引用户和广告商的青睐。

不管是紧盯热播剧,主打自制剧还是回归原生态,视频行业的逻辑已经改变。一年前它的逻辑还是用诉讼和版权的武器耗死对手;如今,这个行业已经步入了烧钱、上市、烧更多的钱的庞大资本逻辑,不管你用何种方式运营,“有钱”是这个行业唯一不变的铁律,没有钱,对不起,就不要玩。



主办单位: 齐鲁晚报 报系 杂志 香港集美整形美容控股集团 JM 香港集美整形美容控股集团 独家协办: 济南美容整形医院 济南美容整形医院

城色封面丽人大赛

暨第二届中国标准美女山东赛区选拔赛

济南赛区华丽上演

时间: 2011年10月15日 14:00—17:00 地点: 恒隆广场

香港影星吴家丽影视大鳄邓建国现场点评

报名请认准大赛官方网站: <http://www.citymag.com>

咨询电话: 0631-85193885 13964130177

济南分赛区: 0631 85193822 潍坊分赛区: 0536 0536702

烟台分赛区: 0635 8630621 聊城分赛区: 0635 8278128

青岛分赛区: 0632-80857001 淄博分赛区: 0533-8577888

大赛报名截止时间: 2011年11月20日

参赛选手均可获赠由香港集美整形美容控股集团提供的精美美容礼包一个。

奖项设置:
山东赛区冠军奖金1万元, 亚军奖金7000元, 季军奖金5000元, 并设7个单项奖, 获奖选手有机会登上《城色》杂志封面, 前五名将参加中国标准美女总决赛。