

连亏八年 视频网站“逃离”PC端

■ 本报记者 郭奎涛

“都说电商烧钱,其实视频网站才是最能烧钱的,从第一家主流视频网站土豆网2005年上线至今,中国视频网站一直烧了8年,土豆直到与优酷合并都没实现盈利。”一家视频网站的人士说。

根据优酷土豆集团近期财报显示,双方通过合并来缩减成本的希望仍然不尽明朗。其2013年Q2净亏损为人民币1.051亿元,环比有所收窄;而刚刚公布的Q3财报中,这一数字再次扩大到了2.186亿元。

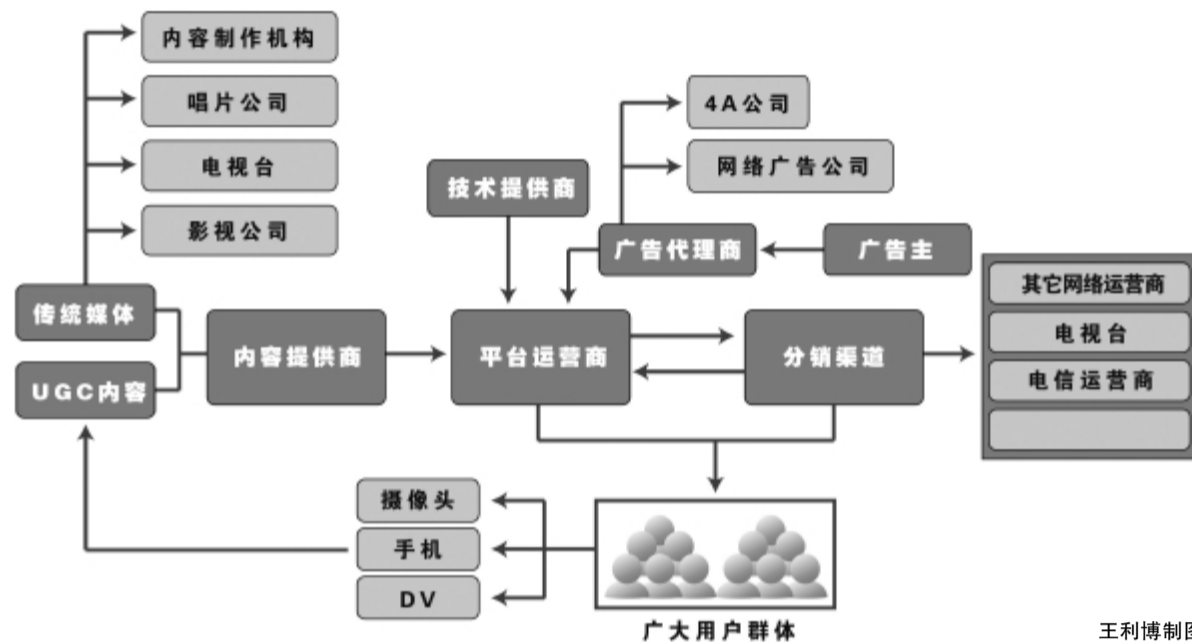
自制内容扶正

多位业内人士认为,诞生以来,视频网站通用的是前端免费、后端广告的模式,这种没有门槛的竞争导致整个行业一直深陷亏损的泥潭。现在大家做内容、做硬件背后,突现的是传统模式已经遇到了天花板,需要开拓一些新的商业模式。

易观分析师孙梦子指出,视频网站长期主张内容免费、贴片广告的商业模式,盈利模式过于单一,对于内容的竞争造就一部部天价影视剧,却加重了视频网站的成本负担;对于广告主的恶性竞争,则出现了相互拆台、压低广告费和收入的结果。

视频网站也试图培养用户的付费点播意识,认为这是未来的主流盈利模式,但是大量盗版工具、盗版视频的存在,使得这一计划进展缓慢。近日,优酷土豆、乐视网等四家视频公司起诉百度视频盗版索赔高达3亿元,也从侧面反映出行业盗版的严峻局面。

“我不认为花钱多买一部五千万或者八千万剧叫做核心竞争优势,因为用户是跟着内容跑的,内容制作商是跟着钱跑的,刷走了,用户也走了,最关键的支撑点在内容。所以,除了买内容以外,策略重心更偏向于自制内容,这是我们竞争的核心。”爱奇艺



王利博制图

CEO 龚宇说。

不仅仅是爱奇艺,搜狐 CEO 张朝阳也表示,2014年自制内容将成为搜狐视频的重要依托;腾讯视频也悄然与金立集团达成战略合作,做大自制业务的计划可见一斑。

其实,视频网站自制内容早已在两年前爆发。

2011年6月,爱奇艺发布“奇艺出品”战略,并在年底宣称,次年将投资2亿元自制12档原创节目。搜狐视频相关人士也表示,未来会投入亿元用于原创自制。乐视网更是宣称每年投入1.2亿元打造“乐视制造”,并成立子公司乐视影业主要负责这一业务。

上述视频公司人士认为,当时多数网站对于自制内容主要是尝试、作为一种辅业,甚至是纯粹为了给资本市场讲故事。随着这两年买剧价格战愈演愈烈却没有带来真正的竞争优势以及自制内容在广告收入上的能力逐渐凸显,自制内容正在被扶植成一项主业。

此时,以UGC(用户自制内容)起家涉足到网站自制的优酷土豆,原创

内容的营收已占总营收的35%左右,比例还在迅速上升。乐视影业的市场份额更已经位列中国5大民营企业第4位,还在源源不断地为乐视输入新的独家片源。

生态化雏形浮现

视频网站对于自制内容的扶正只是突围亏损泥潭的一部分,在这之前,行业还掀起了一股涉足硬件的热潮。

电视机顶盒、电视棒自不必说,自今年5月乐视网旗下子公司乐视致新宣布联合富士康推出自有品牌的智能电视之后,爱奇艺也与电视厂商TCL合作推出了自己的智能电视,就连明确表态不做硬件的优酷土豆也不得不改口悄悄做起了相关产品。

另有业内人士认为,虽然多数视频网站并没有像乐视那样明确提出去做生态,从上游的自制内容到下游的硬件制造的布局,加上本身在网站平台上的原有业务,它们已经是在打造类似的视频生态系统。

“视频网站花了很多年都在思考

这个问题,怎么把观众变成用户,从观众来看内容变成用户来消费内容,大家一直在这个关口上,说实话没人过得去了。我现在得出的解决方案是,用现有的这种模式是解决不了的。”乐视致新高级副总裁彭钢说。

孙梦子分析认为,通过生态系统的搭建,视频公司可以逐渐摆脱传统纯网站模式对于广告的依赖,可以从内容、平台、终端、应用等多个环节取得收入。目前,乐视超级电视、爱奇艺TCL电视等均以超低价为一大卖点,底气即源于多种盈利模式来弥补硬件销售的亏损。

需要指出的是,乐视目前的收入中原有的版权分销业务依然占据重要地位,生态系统中追求的多重盈利模式贡献的收入并不明显。

“生态化发展目前在内容、硬件等方面还处在投入期,这会增加视频的额外成本;另一方面设想的多重盈利模式能否实现也有待检验,而且终端销量有限也会造成相关收入受限等等,都是需要后来者警惕的地方。”上述行业人士说。

企业邮箱战火再起 互联网大佬拼夺商用份额

■ 本报记者 郭奎涛

根据艾瑞咨询刚刚发布的一份《中国外包企业邮箱市场发展研究报告》,虽然传统企业邮箱品牌263邮箱依然保持市场占有率第一的领先地位,后起的腾讯企业邮箱、网易企业邮箱已经分别在用户规模上跃居第一、第二的位置。

“腾讯业务主要是2C,但是在2B这块是公司一直想进入的一个领域,因为比个人市场更庞大,但一直没有找到切入点。但是我们认为,邮箱是比较好的切入点,最有可能成为一个基础平台服务。”腾讯企业邮箱市场部负责人陈峰在接受《中国企业家》记者采访时表示。

市场格局屡经洗牌

作为互联网最古老、最基础的服务之一,电子邮件已经成为网民和企业不可或缺的组成部分。近年来,随着云计算、移动化等互联网形态的不断进步,这一服务的功能也在不断受到冲击和改进,进而带来了行业新一轮的洗牌。

根据《中国企业家》记者不完全统计,中国目前从事企业邮箱产品服务的厂商保有量不低于40家。其中包括263、万网、21CN等大型企业邮箱厂商,也包括新浪、搜狐、腾讯、网易等个人互联网消费企业。

“早在2002年,新浪、搜狐等就继雅虎之后推出企业邮箱,现在雅虎关闭了服务,新浪、搜狐也退出了主流阵营。2009年、2010年,网易、腾讯先后推出企业邮箱,正在成为与263、万网等抗衡的强有力的竞争对手。”一位熟悉企业邮箱市场的人士说。

艾瑞在上述报告中提到,目

“出身于个人信息消费市场的中国互联网企业已经在向空间更大的企业端信息消费拓展了,一度被认为是老古董、即将走向没落的邮箱则意外充当了跳板。”

前,由腾讯、263、万网、35互联、网易五家占据主体份额的市场格局。其中,263凭借其长期运营经验的积累,在市场营收规模上保持领先,而后起的腾讯凭借其免费邮箱以及QQ、微信等产品的资源整合性,在用户规模上保持领先。

“263的业务主要分为两个部分,一个是企业邮箱,另外一个为IP通信,现在从它的财报上来看,感觉它现在逐渐在向后者倾斜。”上述行业人士认为,随着腾讯、网易等企业的积极圈地,将在企业邮箱市场占据越来越重要的地位。

互联网是把双刃剑

艾瑞咨询行业研究副总监金乃丽认为,互联网企业在企业邮箱上能够迎头赶上,与这两年中小企业信息化进程的加速密不可分,其客户很大程度上即集中于中小企业;云计算、大数据等技术的发展,也使得其通讯、社交产品能够整合到邮箱中,这正是传统厂商所缺乏的。

“最为重要的是,互联网企业对于互联网思维的运用,通过跟用户即

时的沟通、对用户反馈的即时处理,使得产品能够最大程度地满足用户需求。”金乃丽认为,传统企业邮箱厂商通常都是渠道驱动式发展,把心思更多地花在如何说服渠道上了。

然而,互联网企业的介入,把原来运用于个人消费市场的做法移植到企业端,例如免费模式的推广,一味追求用户规模、不计收入和盈利,这曾经导致了新浪、搜狐的恶性竞争以及一度被看好的百家邮箱的倒闭。

对此,陈峰告诉《中国企业家》记者,在2010年推出免费版企业邮箱两年后,腾讯已经推出了具备增值服务的收费版。“不过,目前腾讯90%的仍然是免费用户,我们仍然十分看重长尾效应。”

互联网企业做企业邮箱还面临左右手互搏的现象,因为很多企业都会用免费的个人邮箱、通讯、社交等产品代替企业邮箱甚至是整个OA协同。另一方面,对于一向专注于个人消费尤其是娱乐消费的互联网企业,企业在选择邮箱等管理软件时还是有所顾忌的,这也是为什么腾讯特意将产品命名为“腾讯企业邮箱”而非“QQ邮箱。”

进军企业信息消费

尽管互联网大佬对于企业邮箱煞费苦心,这一市场却明显不如它们的其它业务的收入那么可观。

艾瑞数据显示,企业外包邮箱的市场规模整体2012年在9亿元左右,今年有望达到11亿元。即使能够达到50%以上的份额,充其量只有5亿元左右,这在互联网企业每年动辄数百亿元的营收中占比很低。

“互联网企业一直侧重于个人信息消费市场,在企业端信息消费市场虽然做了很多尝试,它们却更想寻找一种可以平台化的产品,并以此作为入口图谋整个企业端市场,邮箱正好提供了这样的机会。”金乃丽对《中国企业家》记者说。

其实,企业邮箱只是互联网企业在企业端产品矩阵中的一个。奇虎360在年初就推出企业版安全软件,百度、阿里巴巴等互联网巨头也纷纷在企业级应用市场有所动作,腾讯更是形成了企业QQ、微博、微信等产品,一款移动OA的产品雏形也在几天前被曝光。

对此,陈峰回应说,腾讯在OA等企业管理软件业务确实有所考虑,具体是自主研发还是开放接口不太好说。“如果我们什么都做,也是不太可能的,更多的是以平台的形式,与传统管理软件厂商合作。”

值得警惕的是,同样被视为最有平台发展潜力的个人邮箱市场,却并非那么顺利。例如,号称拥有5亿用户的网易邮箱,一直试图植入电商、视频、游戏等业务,更多的用户的习惯还是仅限于收发邮件,对这些额外的功能产品关注的不多,互联网企业能否避免在企业邮箱业务的覆辙有待检验。

资讯



全国脊柱健康大会在人民大会堂召开

日前,全国脊柱健康大会在北京人民大会堂万人礼堂隆重召开,全国人大常委会原副委员长王汉斌、国家中医药管理局副局长马建中、中国工程院院士陈可冀等到会祝贺。大会由中华中医药学会主办,广州市康亦健医疗设备有限公司承办。大会主题是“推动健康服务、倡导脊柱健康、促进慢病防治”,本次大会着眼于“脊柱健康百年工程”,科学而权威地宣传和推广慢性防治相关工作,聚集众多高端智力资源与来自全国20多个省市的“脊柱健康代表”共话中国健康服务、脊柱健康行业未来发展。大会重点围绕推动健康服务产业、倡导脊柱健康、促进慢病防治工作及脊柱健康学术报告进行。

打广告找漏洞 360重金悬赏漏洞报告者

在Google、Facebook等互联网巨头推出漏洞奖励计划后,国内互联网行业也纷纷效仿,推出各自的安全漏洞响应平台。作为中国首家现金奖励漏洞报告者的互联网公司,360安全漏洞响应平台不仅发布重金悬赏令,还在“看雪”等知名的技术网站投放广告,呼吁更多安全研究人员帮助360挖掘和修复自身产品漏洞。据悉,360安全漏洞响应平台自去年5月上线至今,已发布了74个漏洞修复报告,漏洞奖金达到10余万元。360安全专家石晓虹博士表示,“漏洞报告奖励计划是帮助企业加强业务安全的有益措施,现金奖励有助于推动技术高手积极寻找漏洞并向企业报告,而不是让这些漏洞威胁到用户安全。”

华泰路盛E70成时尚轿首选

华泰汽车经过多年的锤炼与打造,整合当下最热门车型的优势,在今年3月推出战略车型路盛E70,凭借纯正的德系车身技术、德系动力技术和德系底盘技术,以“德”服人,成为消费者的时尚选择。路盛E70底盘源自德国大众顶级豪华制造工艺,让驾驶者与乘客享受到沉稳舒适的驾乘感受。其中,路盛E70整个悬挂系统在同级车中可谓独一无二,采用奔驰、宝马、奥迪等高级轿车才会运用的前麦弗逊式独立悬架和后多连杆横向稳定杆式独立悬架。在为消费者提供安全行驶保障的同时,可以减少驾驶过坑或崎岖路面时车身的振动、减少转弯时车辆的侧倾,最大程度地提升乘坐舒适度,让消费者感受“人车一体”的驾驭体验。

广发银行绿色服务通道方便老人

近日,广发银行北京学院路支行客户王先生的父亲因病在房山区的骨科医院进行治疗,其间老人想起有张30万元的活期存折,王先生随即来到银行。办理过程中却发现存单被老人设置了密码,但被遗忘。根据规定,密码修改必须由本人携带相关证件才能办理,而老人却远在房山住院。了解客户的困难后,该支行行长当即派人赶往医院现场办理存折修改密码服务。然后再次返回网点,在预留的服务窗口为王先生办理取款业务直至完成。广发银行北京分行负责人表示,虽然上门服务人力成本加大,但只有用心服务才能得到客户的满意。

塞浦路斯成为投资移民新热点

近日,北京塞浦路斯投资咨询有限公司举办投资移民推介会,介绍塞浦路斯投资移民相关情况。由于投资移民政策宽松、投资额度小、移民过程简短,塞浦路斯已经成为投资移民的热点。据介绍,投资30万欧元买房就可以享有塞浦路斯的公民资格。塞浦路斯的房地产业近年来发展迅速,其买房移民的政策让更多的人选择在塞浦路斯投资移民,从而促进其房地产业飞速发展。塞浦路斯位于地中海东部,亦为地中海地区最热门的旅游地之一。塞浦路斯于2004年正式成为欧洲联盟成员国之一。现为英联邦成员国。

薇卡 veaka 将在北京正式签约微软

日前,薇卡手机在官网上发布消息称12月1日将要在北京798艺术区联合艺术中心召开名叫“享你所想”Uimax手机系统发布会。当网友都在期待发布会时,有网友爆料称发布会上薇卡将与微软正式签约,届时薇卡和微软重要高层都将出席。据悉,此次薇卡发布会发布的Uimax系统,是由薇卡全硅谷的研发团队和微软的技术支持下研发的手机系统。从此前薇卡手机视频中来看该手机是基于安卓4.1深度定制,实现完美智能交互,该手机在个性化和人性化上有着不错的完善,将带来更简洁流畅的用户体验,将是用户体验的一个飞跃。消息称,Uimax系统还有着“我的空间”功能,对个人隐私有着更出色的保护。(黄童)

中国节能与低碳发展论坛在京召开

日前,由中国节能协会主办的“2013中国节能与低碳发展论坛”在北京国际会议中心召开。第十届全国政协副主席、中国工程院院长徐匡迪出席并致辞,工信部副部长、国家质检总局吴清海副局长、国家发改委赵家荣副秘书长、同济大学吴志强副校长等领导出席并作报告。论坛以“践行节能低碳 共建生态文明”为主题,围绕工业、交通运输、建筑等领域,对提高能源效率、低碳绿色发展、生态文明建设关键问题进行交流和研讨。

2013年福特汽车环保奖圆满落幕

日前,以“践行生态文明”为主题的第十四届福特汽车环保奖在上海圆满落幕,共有来自全国各地的12个环保团体荣获本年度“自然环境保护——先锋奖”和“自然环境保护——传播奖”两大类共12个奖项,另有12个组织获得本年度新设立的“社区参与创意奖”。经过评委会的一致议,“滇金丝猴野外监测巡护”项目和“中国西部边远地区影像生物多样性调查”项目分获本届福特汽车环保奖“自然环境保护——先锋奖”和“自然环境保护——传播奖”一等奖,分别获得27万和20万的奖金资助。