

### C2 互联网行业网站三强争霸

在互联网行业迅猛增长的同时,服务于此行业的垂直网站也成就了另一番风景:速途网、Donews、Techweb,三家互联网行业垂直网站的全面竞争,箭在弦上。

### C3 保证金可阻团购商家跑路?

近日,因卷款潜逃的窝窝团合作商家负责人胡立被捕。为此,法律界人士表示,团购行业亟待建立保证金制度,然而,业内人士却称,将有近九成团购网站无力缴纳百万元级保证金。

### C4 移动音乐市场明年迎来爆发期

近日,林海坦言不论是A8音乐还是现在的柠檬海,音乐+移动互联网是自己最感兴趣的话题,加之社交属性,移动音乐市场明年有望爆发,因为音乐是移动互联网最可行的三大发展方向之一。

IT互联网  
年度盘点之三

# 2011网络视频江湖厮杀依旧

## 整合大势所趋

2011,在百度搜索指数上遥遥领先的优酷、土豆年底不甘寂寞,整个视频行业也远非百度搜索风云榜显示的那样江湖淡定。

“虽然版权互诉是个用烂的老段子,但从中可嗅到更不明朗的行业未来和大佬们的各种不服。”一位视频从业者如是感慨,有过亲密合作也一直正面竞争的视频双雄用高管互斥和彻底绝交为行业画下注脚:版权问题没得商量,斗争形势不容乐观。



王微(左)和古永锵在去年的合作仪式上亲密无间。

### 古永锵的强势

古永锵,优酷网CEO,到今天拥有的一切都使他声名赫赫。12月8日,优酷网外泄一封内部邮件,古永锵非常高调地向优酷员工阐述自家公司的良好。这个时间点,倒退一年,正是古永锵在纽交所敲响开市钟的时候。

在内部邮件里,古永锵的一些讲话自然而然成为对优酷网、对竞争对手、对行业发展的点评。他说,“优酷在视频方面的领先优势已不可动摇”,“加大投入,加速马太效应,从领先走向遥遥领先”。在古永锵看来,“资本市场冬天越来越冷,视频行业上市的大门基本关闭。未来一年内,这种情况很难有改善,再有视频网站幻想上市不太现实”。

很多他的竞争对手,尤其是想上市但还没上市的公司,不太喜欢古永锵的这番论调,但多数无从辩解。“资本市场的确是这样的,古永锵话狠道理不狠,想上市的要再等等。”其中一位视频网站相关负责人向记者坦陈。

除了IPO暂时折戟沉沙的迅雷以及绯闻不断的

PPTV、搜狐视频,也有对上市保持相当谨慎的腾讯视频:外界已经普遍习惯腾讯集团各业务不分拆的路数。

不过,古永锵对这些同行态度也未曾含糊,他评价认为,“只剩雄心,不见成效”。“目前来看,腾讯、百度等玩儿家均已入场,经过几轮博弈,局势基本明朗,”他判断行业形势“是摊大饼与专注战略的竞争”,“目前的相持无疑对优酷最有利”。

值得一提的是,古永锵也认为,“未来12-18个月,行业必将出现整合与淘汰,新的一页将会打开”,要求“优酷人要赢得决胜之局”。

外界无从揣测古永锵内部邮件中鼓励员工磨刀霍霍与几天后PK土豆网版权互诉有何必然联系,至少证明竞争甚至撕破脸的竞争才是互联网的商业本质:去年2月,视频双雄达成“联播模式”的版权联合采购和资源互换合作。而最近的优酷财报会议上,古永锵还称双方的合作仍在继续。

不过,内部消息显示,发生版权撕破脸之后,近两年联姻的“合作全部停

止了”。

### 王微们的“愤怒”

古永锵至今没有在与土豆网的争吵中亲自出面,对战的是优酷网总编辑朱向阳和土豆网CEO王微。

喜欢写剧本,有文艺青年CEO之称的王微这次很是愤怒,不惜用上“贼喊捉贼”、“无耻”、“害群之马”等措辞激烈的字眼向优酷开炮。以朱向阳为代表的优酷高管高调回骂:“讲规则就别装委屈。打口水仗保不住第二的位置。”

“不知道王微还记得去年联姻优酷时与古永锵的亲密无间。”有分析人士告诉记者,版权争吵以致互诉是老掉牙的行业话题,是优酷偷播了《康熙来了》还是土豆盗版了《老男孩》,法院会给个说法。“时隔一年,又见两家一线视频网站暴力掐架,只能说明版权问题没得商量,竞争态势不容乐观。”

版权、内容、资源……这就不难理解王微、朱向阳的愤怒。纵观2011年视频市场,上市且大手笔增发的优酷网,坚持大半年熬到纳斯达克的土豆网,战略失策失血过多的酷6

网,强调正版长视频的搜狐视频和爱奇艺(原奇艺网),宣称拥有最多影视储备的乐视网以及挥军入局的腾讯视频……

某视频网站从业者坦言,“不管喜不喜欢还是利弊与否,拿出来探讨的焦点都必须得是版权,这几乎成为一线视频网站集体‘愤怒’的事情:如鲠在喉、不吐不快但还得继续大口吞食,自己很纠结但别人不能碰”。

### 从业者的出路

“这不是模式之争,每家网站都有自己的核心竞争力,”在56网副总裁李浩看来,无论是比拼版权还是UGC(用户生成内容)都有存在的价值,“坚持UGC和版权模式并非你死我活”。

事实上,李浩所言56网坚持的UGC路线即是美国知名视频网站YouTube的模式:用户上传、分享、互动。但在过去几年,这类模式在国内并未真正发挥威力,而是依赖热门影视剧的版权模式,因有更直接的用户和广告吸引力备受视频行业青睐。但随着版权价格上涨船高,视频行业陷入了

盲目投入却难以盈利的漩涡。李浩认为,“成本盲目推高、侵权官司不断,有点团购泡沫的感觉”。

“差异化”是包括56网在内的视频网站希望实现的战略目标。2011年,视频行业发生的三件事情让56网更加坚定了继续关注用户原创、打造自制节目的决心。“腾讯正式入局视频;土豆网引入新浪入股;人人网收购56网。”他认为,这三件大事概括起来就是“该出手的都已出手,且代表着行业整合的信号,从土豆乐视合资版权公司以及优酷、土豆的诉讼都说明了这一趋势”。

而激动网CEO郑锡贵也认为,视频行业正逐步走向“从看视频到用视频玩儿视频”,未来将更精准地匹配视频“媒体性、工具性和应用性”三大属性,用户不单单是看影视剧、看视频短片,更应该参与进来,帮助视频网站获取电商、游戏、自制节目等模式探索。

无论是坚持视频分享模式的56网抑或是激动网、酷6网、六间房,这些徘徊在第一阵营之外的主流视频网站都在谋划版权之外的另一种出路。值得注意的是,并入人人公司之

后,基于人人充裕的现金流以及强势的社交资源,56网的UGC内容和自制节目无疑将吸引更多的用户。与此同时,激动网和酷6正在贯彻媒体化风格,六间房则倾向于带有视频聊天功能的视频社区方向。

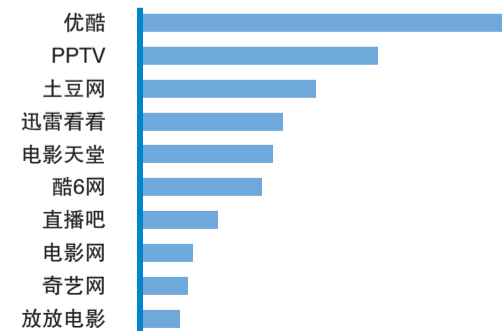
在以广告营收为主的市场分析机制中,按照易观国际数据,优酷(25.5%)、土豆(14.1%)和搜狐视频(13.2%)具有明显的领先优势。

而在用户诉求层面,百度视频(video.baidu.com)和百度搜索风云榜(top.baidu.com)提供的数据显示:网站搜索量上,优酷、PPTV、土豆网等传统视频网站位居年搜索量三甲,而直播吧、电影天堂等带有直播导航、资源库性质的视频类网站也具有强大的受众需求;而从视频内容需求量上看,影视剧、电视节目、动漫等长视频仍是刚性需求,占据55.3%的市场份额。

百度搜索风云榜分析师认为,从用户搜索需求看,视频网站还有比较多的细分出路,可以择机而动。

本报记者 张绪旺/文  
暴帆/摄

### 2011年百度搜索热门搜索视频网站对比



数据来源:百度搜索风云榜

注:该数据全部来自百度搜索数据,不含任何视频网站内的点击和播放数据