

### C2 土豆砍广告博用户体验

合并后的优酷土豆仍肩负不同发展任务。近日，优酷土豆集团董事长古永锵宣布，为优化用户体验和广告环境，土豆网去除了其主力广告产品——背景广告。

### C3 团购逆势冲刺210亿销量

独立团购导航网站团800最新数据显示，今年11月国内主流团购网站总成交额环比增长5.1%，达18.7亿元。截至11月底，今年团购行业累计成交额为192.4亿元，总量有望突破210亿元。

### C4 电纸书救市能力存疑

已经淡定多时的电纸书市场再被搅动一池春水。近日，亚马逊Kindle入华消息将外界注意力再度引向数字阅读市场，相比两年前盛大、汉王死拼价格博市场的境况，巨头入局的中国电纸书亟待救市能力。

IT互联网  
年度盘点之二

IT互联网行业纷纷扰扰又一年，回顾过去、展望未来，本刊将陆续推出系列盘点文章，剖析行业繁华与落寞。本期选定在线视频，看行业“草根”和“富二代”如何斗法。

# “草根”视频网站难阻“富二代”

虽然视频行业没有电子商务百亿元级的市场容量，但中国在线视频用户96%的覆盖率已使其超过搜索服务成为互联网第一大应用。网络视频在互联网业权重的加大引来巨头重点发力的同时，也进一步挤压了独立视频网站的生存空间，“除了优土和乐视，独立视频网站基本上已经被玩死了”，分析人士对明年“草根”型网站的发展表示担忧。而背靠互联网巨头的搜狐视频、腾讯视频、爱奇艺等“富二代”视频网站将在明年营收增长加速。



视频竞争阵营越来越模糊

### 网络视频十大事件

#### 1、优酷土豆合并

争了六年的视频行业老大二毫无征兆地于3月12日宣布合并，且不说财报成绩如何，合并后优酷土豆集团公司手握近30%的市场份额已将对对手远远拉开。

点睛：市盈率还是市梦率，都得看长远。

#### 2、搜狐视频分拆

历时近半年的搜狐视频分拆事宜在9月彻底完成，搜狐董事局主席兼CEO张朝阳甚至表示会考虑将畅游分拆上市的成功经验复制到搜狐视频身上。

点睛：经验可以复制，成功怎样拿来？

#### 3、百度收爱奇艺

尽管截至今年3月，爱奇艺已烧了百度近1.2亿元现金，但百度在已持股53%的基础上于11月2日增持爱奇艺股份。百度CEO李彦宏认为视频是具有战略意义的。

点睛：不怕没钱烧，就怕烧不旺。

#### 4、排名战引争议

腾讯视频借助平台优势再次上演“弯道超车”，周用户覆盖连续两周排名超越优土成行业第一，这遭到以优土为首的視頻网站强烈质疑，双方各执一词。

点睛：第一的意义有多重要？QQ有资本谈这事。

#### 5、乐视颠覆转型

继推出智能机顶盒之后的乐视网一不做二不休索性进军智能电视行业，于9月19日宣布将在九个月内推出超级电视，成为全球首个做电视的纯视频网站。

点睛：胃口大不是坏事，只要牙口好。

#### 6、小米盒子叫停

上线仅10天的小米机顶盒在11月23日被叫停，对此小米给出的理由是：系统维护。但业界心知肚明：其最大的障碍是未获得相关牌照，不符广电总局相关规定。

点睛：政策红线，没的商量。

#### 7、迅雷看看独立

去年上市折戟的迅雷于11月23日宣布独立运营旗下视频业务迅雷看看，并更换新域名和标志。将这个营收超总收入七成的吸金业务剥离出去，让人浮想联翩。

点睛：独立是一种能力，也需要更多能力。

#### 8、客户端视频抱团

客户端视频不再坐以待毙，9月11日以暴风影音为首的四大端视频结盟对抗视频网站，他们普遍以盈利能力叫板网页视频，但市场份额被甩开。

点睛：抱团不是同病相怜，战斗力决定市场份额。

#### 9、三家联合采购

为抑制数倍疯长的网络版权价格，4月24日，搜狐视频、腾讯视频、爱奇艺联合宣布共同组建“视频内容合作组织”，对视频内容进行联合采购。

点睛：没有资本流动的版权联盟难阻价格攀升。

#### 10、百度影音“快播化”

一款本地播放器加速变成客户端视频网站，百度影音甚至具备了颠覆快播等老牌P2P点播视频的能力。竞争秩序尚不健全的中国视频市场，这些产品生命力很强。

点睛：你懂的。

### 巨头抢位

从今年开始，百度、搜狐和腾讯就对视频领域格外上心，他们的目的只有一个：逼宫优土成为行业老大。从市场份额上来看，爱奇艺、搜狐视频和腾讯视频的市场占有率已经由今年一季度的22.3%增长到第三季度的近27%，易观国际分析师张颀预计，以上三家的营收额在明年仍保持快速增长。

“虽然视频业务获得的营收在互联网巨头的总收入中占比不大，但是其变现能力还是让大佬

们很愿意对其重点培养”，分析人士如是说，“对于各巨头来说，手握流量入口及资金，而视频网站以广告为主要收入来源的模式正好为其提供多样化的变现模式，与其互补，同时视频内容可提高用户黏性，进一步提升各互联网企业的品牌影响力，双方何乐而不为？”

背靠巨头的视频网站的竞争优势在今年上半年的版权价格战中体现无余，水涨船高的内容价格几乎将独立视频网站逼入绝

境。而在总营收占比上涨和广揽内容的同时，各“富二代”视频网站间暗战也不断，不论是爱奇艺携百度资本来袭、搜狐视频独立运营谋上市，还是腾讯欲“弯道超车”更迭视频江山，都是巨头抢位战的助燃剂。

对此，张颀坦言，在“富二代”视频网站的强攻下，不依附巨头的视频网站已经被玩死了，未来独立视频网站能存活的仅有2-3家，而这里面优土和乐视已占了两个席位。

### 草根落幕

“可以说优酷土豆是成功实现逆袭的‘草根’网站，但是类似故事再现的几率趋近于零”，张颀补充道，“当然想学乐视这样多面发展的同级别网站成功的可能性也很小。”数据显示，三季度优土市场份额接近30%，排名第一；乐视网则排名第七，市场占有率6.49%。

业内人士对于“草根”视频网站的建议是寻求电视台注资，然而

这两个方向的困难都不小。记者了解到，虽然多家视频网站都与电视台有内容方面的合作，但目前仅有风行一家与传统媒体百视通有资本合作，“一般而言，很少有电视台真正愿意收购视频网站，他们有自己的考核标准，就算是收了视频网站也只是把它作为自己的一个线上输出渠道，不会重点打造的”，知情人士向记者坦言。

值得注意的是，明年无论是

“富二代”视频还是“草根”网站都将面临PC广告空间受限的困境，同时数据显示，移动视频已占据所有移动数据流量的六成左右，爱奇艺CEO龚宇断言，移动视频市场的规模和广告价值即将进入爆发期。“明年‘富二代’和‘草根’转战移动端将成为必然选择，按此情况看，明年视频网站盈利将有一定的难度”，张颀如是说。

本报记者 魏蔚/文 宋媛媛/制图