

PPS增投6倍资金豪赌UGC

短视频欲再成行业盈利热点

PPS重点转移 成立爱频道事业部

在同行疯抢独播剧和综艺节目的时候,PPS则在暗中加码UGC内容。据PPS董事长及创始人张洪禹透露,“今年PPS将投入6000万元成立爱频道事业部,探索短视频商业模式将成为我们公司三大主要战略之一”。

据了解,从去年起PPS就开始为UGC盈利做准备,7月其投入1000万元创办了PPS爱频道,用“上传、采集、分享”一体化的方式展示UGC内容。目前该频道已经为网站复合平台贡献了10%的流量,视频日均播放量破2000万。为了博得更多的认知度,近期,PPS在其打造的自主品牌“PPS出品”中优先选用爱频道中的原创团队。

据介绍,这些作品不但会在网络上推广,还有机会输送至电视台,在刚过去的蛇年春节,爱频道团队拍摄的“回家过年”专辑,一个月的总浏览量超过2000万。

短视频商业化 借力电商+用户付费

除了为爱频道的UGC内容寻找多样的传播渠道之外,PPS还在其商业化的问

题上做出了尝试。张洪禹告诉北京商报记者,从一开始PPS就在考虑爱频道的表现,将多年积累的商业渠道向原创团队开放。目前已促成20家制作团队与客户的合作,合作金额超过500万元,总计有400万元支付给了UGC上传者。

“虽然这400万元目前仍不足以让优秀的内容制作者和团队盈利,不过爱频道中很多专业和半专业的视频内容其实盈利空间更大”,张洪禹如是说。据他介绍,打通UGC与电商企业是爱频道主要的盈利来源,PPS通过精准匹配广告信息与UGC视



频内容,为中小型电子商务企业提供营销机会,并给视频制作团队带来直接的销售分成回馈。此外,爱频道鼓励原创视频团队制作实用的生活帮助信息,制作团队可以自主定价,通过定制化的视频服务获取用户付费,实现视频服务的直接市场化。

UGC再受追捧 短视频成竞争新高地

事实上,从中国网络视频的成长轨迹来看,优酷、土豆等大多数视频网站最初

走的都是UGC的路子,可以说国内视频网站一开始就具有UGC的基因。此外,记者发现,曾以长视频出身的搜狐视频、爱奇艺和腾讯视频从去年开始也纷纷向UGC倾斜。

为此,业内人士坦言是迫于日益提高的竞争门槛所致。“在运营费用高涨的同时,其实目前优秀作品的版权价格并没有回落,与其把重金押宝在长视频上,还不如集众人之力差异化发展UGC”,业内人士这样认为。

北京本报记者 魏蔚/文 暴帆/摄

微观点

@于扬 易观国际董事长

摆在所有企业面前的两条路:进化成互联网企业或者固步自封,被互联网灭亡。企业互联网化的四阶段:营销互联网化,渠道互联网化,产品互联网化,运营互联网化。

@徐雷 京东商城市场部高级副总裁

好的营销案例是甲方、乙方合作才能产生的。没有能力超强的乙方,甲方想法无法实现、落地;没有善解人意、行业公司业务熟悉的甲方,再强的乙方能力都施展不出来。

@王树彤 敦煌网CEO

网购已经是一个全球大市场,中国外贸企业的一个重要课题是,如何对接这个全球网购市场?切入点在哪里?外贸企业要有全球化全网营销的理念。

· 资讯 ·

北京四成医院官网被山寨

在近日互联网实验室对外发布的《关于搜索推广中的违法医疗广告情况调查》报告(以下简称《报告》)指出,北京有四成医院官网被山寨。

《报告》指出,国家食品药品监督管理局从2008年开始发布互联网违法发布虚假药品信息的网站名单,至去年底累计共发布20期,300多家网站被查封。但是,这些虚假药品信息依然在互联网上存在,一些被查封网站通过改头换面,重新注册。

《报告》建议,鉴于山寨和假冒网站屡禁不止,互联网平台应当坚持网上排查和线下核实同步进行。提供广告推广服务的网络企业,需要加强自身法律素质建设等。

北京本报记者 魏蔚

腾讯电脑管家:安全软件不能碰用户隐私

在中国独特的网络安全市场,一款好的安全产品还要加一条最基本的道德底线——保护用户隐私。这正符合了腾讯电脑管家的核心定位,腾讯副总裁曾宇这样解读其产品:“为用户提供一流的安全产品和服务,不作恶,不恐吓用户,保护用户隐私,干净、安静、忠诚地守护用户的电脑安全。”

作为腾讯公司战略级产品,腾讯电脑管家正在赢得越来越多的用户。从“杀毒+管理”2合1产品形

态的创新,到WestCoastLabs(西海岸)、VB100、AV-C、AV-TEST全球四大杀毒软件评测的满贯通过,业界认为,腾讯电脑管家已成为7亿腾讯用户最值得信赖的可靠伙伴,已跻身国际一流水平。

在杀毒能力上,电脑管家国内首个采用“4+1”核“芯”杀毒引擎架构。其中,基于“云查杀与微特征技术”的新一代电脑管家云查杀引擎和本地反病毒引擎,是电脑管家在国内反病毒领域所取得的一项

技术突破。该技术能够在保证识别准确率的前提下最大程度地提升木马病毒的通杀能力,可以对病毒文件自动提取特征,提高文件扫描速度和病毒查杀率,尤其对一些复杂病毒的查杀能力。

在保护用户上网安全方面,电脑管家继承了腾讯在反网络钓鱼、打击恶意网址方面十余年的安全防护经验及基因。据介绍,腾讯电脑管家运营着全球最大的恶意网址数据库,同时掌握智能恶意网址识

别等多项专利技术。

同时,腾讯电脑管家先后与百度、搜狗、搜搜、支付宝、QQ等平台合作,为网民提供上网入口的安全保障。当安全威胁出现时,电脑管家会闪电查杀与拦截,在完成安全动作之后又迅速离开。可以说,电脑管家在用户感知上做到了尽量的隐形和弱化,除了安全保护之外,不做一件多余的事情,安静、干净地守护网络安全。

北京本报记者 魏蔚

惠普发力商用电脑市场

决心保留个人电脑业务的惠普开始行动。近日,惠普打印与信息产品集团在中国启动惠普商用电脑“精英工场”计划。该计划旨在谋取惠普在华商用市场份额更高市场份额。

作为计划核心,惠普Elite品牌将扮演关键角色,包含一系列新品:旗舰级商用超极本HP EliteBook 9470m、企业级商用平板电脑HP ElitePad 900,以及新一代变形平板电脑HP EliteBook Revolve 810G1。

分析认为,2013年移动办公的趋势将愈发明显,平板电脑、Windows 8、BYOD(员工自行携带装置

上班)以及轻薄便携设备将会是商务消费人群的关注热点。而面对办公环境的改变,商务人士迫切需要更便携、更专业、更可靠的办公设备应对新工作方式的快速发展。

惠普打印与信息产品集团全球商用产品管理部副总裁Carol Hess表示,惠普Elite品牌定位高端市场,拥有丰富的品牌内涵,向精英商务人群积极提倡“迎接挑战,永不妥协”的Elite(精英)精神。

惠普打印与信息产品集团中国区个人信息产品事业部商用产品部总经理闵谊则表示:“移动互联时

代,商务精英对于能够满足其工作方式需求的办公设备有着更强烈的渴望,以便能够随机应变处理各种情况,并在竞争中取胜。惠普Elite‘精英工场’计划,将通过一系列线下体验活动,以及渠道和服务的支持,为用户打造精英应用平台,从而不仅能帮助终端用户全面提升工作效率,成就更卓越的业务价值,同时也能够方便和简化企业的IT管理。”

而从产品层面看,HP EliteBook 9470m预装了Windows 8专业版操作系统,集“全业务支持、广泛连接性与可扩展性”等商用特

性于一身。HP ElitePad 900,专为Windows 8设计,具备商用客户所需的企业级性能。HP EliteBook Revolve 810G1提供变形计算解决方案以满足用户需求。

据介绍,惠普将在北、上、广等多个城市召开一系列线下产品体验活动,也将加大渠道建设:发展“前店后商”模式,帮助渠道伙伴增强对中小企业客户的销售、服务能力;建立以用户为核心的立体化的线上线下渠道,包括电子商务、办公自动化等渠道;加大区域覆盖,在4-6级城市新增惠普渠道销售店面超过600个。

北京本报记者 张绪旺