

乐视网首席运营官刘弘： 海外发行可解网络自制剧盈利之困

虽然已有网络自制剧实现盈利，但终究只是凤毛麟角，“目前网络自制剧还没有明晰的商业模式，海外发行是个不错的盈利渠道”。乐视网COO刘弘对行业提出这样的建议，“其实从投入产出比来看，自制剧甚至高于电视剧。”

众大佬押宝自制剧

曾几何时，微电影作为网络视频差异竞争的利器风靡整个行业，而目前在刘弘眼中，“微电影其实就是长广告片，乐视去年的微电影完全是广告主定制的，这种形式已经不是一个主流的吸引流量的产品了”。

取而代之的是动辄与电视剧时长相当的20集、30集的网络自制剧。刘弘向北京商报记者介绍，去年其大概制作自制剧内容

300多集，投入资金占内容采购的10%，“而今年我们自制剧的产量将翻一番到700多集，资金也从10%的占比增长到20%—30%”，他如是透露。

然而，押宝自制剧的并非乐视一家。搜狐董事局主席张朝阳近日就曾明确表示，今年搜狐视频自制剧方面的投入将是去年的两倍，自制内容的流量产出将是去年的4倍。此外，优酷土豆集团董事长兼CEO古永锵也放话，今年投入3亿元力捧自制、

合作和原创内容。面对巨额的版权价格，可以说整个视频行业都倾心于自制内容。

自制剧变现模式单一

事实上，自制剧也的的确让久不盈利的视频行业尝到了甜头。刘弘用数据做出证明，去年百度指数10部网络剧中，乐视占据5席，今年情人节刚刚推出的自制剧《光环之后》一经播出即冲至乐视热播榜前十名。同时，据他透露，“目前某些自制剧



仅靠广告植入就已经盈利，《女人帮·妞儿》就是其中一部”。

“但是在我看来，现在各家视频网站在自制剧方面还都处于投入阶段”，刘弘向北京商报记者坦言，“现在自制剧收费无非来源于两块，一块是植入广告，一块是流量

变现，今年乐视午间自制剧场会以广告冠名的形式向广告主营销。”

不过，问题在于目前广告主定向投入自制剧的情况并不多见，而流量变现其实质是作为广告库存而已。对此，刘弘并不否认。

行业暗拼海外输出

既然不能将盈利完全寄希望于自有平台的广告投放，刘弘决定把重心放在海外发行上，而且去年乐视对外输出的自制剧《PMAM》已经得到验证。他认为，“建立起这个新的商业模式以后，我觉得自制剧才能走向成功，建立从投入到底出完整的商业模式，也会促进自制剧的大发展”。

不容忽视的是，“自制剧的资金投入仅为电视剧的1/3，在回收成本上有先天优势，也是自制剧的价值核心，和传统的影视剧相比，现场制作成本其实都差不多，但是自制剧的演员和营销成本要小很多”。业内人士如是说。

此外，对于为何不选择直接在国内发行，刘弘向北京商报记者解释道，目前网络剧无法在卫视发行，此外地面频道的发行价格过低，不足以弥补自制剧投入。不过，目前自制剧的海外发行并不是全球性的，其将首选亚洲地区，面对海外华人。值得注意的是，搜狐视频相关自制内容也有海外发行的计划。

北京商报记者 魏蔚

360计划为 微软XP安全服务续命

自微软宣布将在4月8日停止Windows XP系统安全更新后，国内高达2亿的XP用户对电脑安全问题的担忧规模性爆发。为此，国内安全厂商360表态，360仍将继续保护XP，直到XP真正完全退出历史舞台。

北京商报记者了解到，自2001年至今，Windows XP操作系统已经连续工作12年，是目前为止最长寿的操作系统。2014年4月8日，微软将正式停止对Windows XP的服务支持。同时，微软Office 2003也将于4月8日停止服务。

对此，ZDC互联网调研中心针对此事对用户产生的影响进行了专门调研。调研结果显示，80%的网友知道此事，但仍有六成用户表示XP停止服务后会继续使用，其中不习惯新系统是多数用户坚持使用XP的主要原因。

数据显示，全球范围内XP的市场份额约占25%，而我国XP市场份额更是高达70%，个人用户安装和使用XP的计算机将近2亿台。如果XP被黑客发现严重漏洞又无法打补丁，广大网民和企事业单位电脑都将面临木马病毒感染、敏感信息泄露，甚至业务系统和生产系统无法正常运行的风险。

对此，中国工程院院士倪光南表示，尽快推出国产操作系统替代XP，应对微软终止技术支持的严重影响。而作为微软MAPP(主动防护)合作伙伴，360对此事件则表示，鉴于XP系统在中国市场仍占据主流地位，360安全卫士将继续为XP用户提供全方位的安全防护，并将针对XP新出现的高危漏洞提供防护措施。

据统计，此前360已19次为微软0day漏洞提供临时补丁防护措施，并14次全球率先报告漏洞而获得微软官方致谢。

北京商报记者 魏蔚

当当董事长俞渝暗示资本热炒致当当被低估

电商老兵当当网或许从未料到自己的市值会被低估乃至落后于个别后起之秀，混迹电商江湖15年的当当明白行业座次从不论资排辈，但目前股价也绝非当当实力的体现。近日，当当网董事长俞渝直言，当当面临的问题是短期内热钱的涌入，迫使行业展开负毛利竞争。

从当当网发展历程来看，北京商报记者了解到，其在1999年成立之初是基于网上卖图书的公司，于2010年后半年上市。用俞渝的话说，“当当上市的时候，公司无论从商品的品类到经营的模式都比较单一，就是卖书”。

尽管在四年前当当的商业模式较目前相对单一，但是事实证明资本市场仍看好这家来自于中国的电子商务企业。据了解，当当网发行价16美元，开盘大涨53%达到24.5美元，市值约为19.09亿美元，在2010年底时，股价一度攀升至27美元。

然而未曾想四年后，当初风光无限的当当网股价却跌到10美元左右，对此，俞渝直言不讳，“这几年间，当当网的业绩蒸发了将近一半多，这中间发生了什么”？她不禁向行业发问。

“事实上，在当当上市一年内，几十亿美元的风险投资和私募股权投资一下子涌入了电商行业，伴随这件事情的是当当网毛利和盈利能力的降低”，俞渝透露。

据她称，当当网的毛利率从上市之初的22%一路下跌到13%，直到去年才逐渐恢复到16%—18%，原因就在于“热钱催生电商不计成本的粗放性扩张，很多公司进行负毛利销售”。

相关数据也从侧面证实了俞渝的观点，数据显示，2010年电子商务全行业融资额高达10亿美元，该数字在2011年更是冲至近33亿美元。而对于当当网

与唯品会的股价悬殊，电子商务分析专家李成东也直言，“当当网已经安全了，而唯品会所面临的威胁挑战才刚刚开始”。

北京商报记者了解到，经过四年的发展，当当网的模式已逐渐丰满，从图书销售拓展到百货、日化、服饰等。据俞渝透露，“图书仍然是我们一个很重要的门类，图书的销售从2010年的19亿元增长到去年的40亿元，但更重要的是图书以外的新品种，比如说服装、婴童等的增长很快，当当已经从一个网上书店成长为综合性的商城”。

此外，当当去年三季度财报数据显示，其已经实现连续5个季度亏损收窄，当当网平台百货交易额同比增长高达184%，营收连续4个季度超过图书。业界认为，四季度当当网或重归盈利状态。

北京商报记者 魏蔚

阿里投资TutorGroup加码在线教育

“淘宝同学”之后，阿里继续圈地在线教育市场。近日，阿里巴巴集团宣布投资在线教育平台及在线英语学习机构TutorGroup。这一举动也意味着阿里巴巴将在教育领域与其他互联网巨头展开激烈PK，此前，百度、网易等均不同程度地介入该市场。

据悉，同阿里巴巴集团一起参与TutorGroup B轮融资的还有淡马锡和启明创投，投资共计近1亿美元。TutorGroup计划借此融资进一步巩固其在亚洲的领导地位，并扩展美洲市场。

此前，淘宝已经开通了淘宝同学平台服务，定位电子课堂，专注于通过直播互动和录播视频的在线教育模式，已经引入学大教育、正保集团等150家国内培训和在线教育机构。

业内分析人士称，阿里投资的TutorGroup将可以与淘宝同学产生协同

效应，开展互利合作。

资料显示，TutorGroup通过每年数以百万计的在线课程提供实时互动的语言学习，汇集全球30个国家60座城市的逾2000位外教师资，目前其在中国内地的主营业务是为英语学习者打造的TutorABC和VIPABC品牌，同时为全球汉语学习者打造的TutorMing品牌。

TutorGroup认为，中国成人英语培训市场每年增长幅度高达25%，至2016年市场商机可达210亿美元。TutorGroup预测，其在华销售额在未来几年将达到

三位数的年增长率。据悉，姚明将成为TutorGroup的全球代言人。

事实上，对在线教育感兴趣的不止阿里巴巴。去年底有消息称，在线教育平台传课网获得百度战略投资。而百度文库业务组成中，“教育”也是核心频道。

资料显示，传课网是一家C2C在线教育服务平台，包括C2C课程发布和交易、支付服务、在线互动教室等服务。而看重百度流量资源，传课网试图复制去哪儿模式。

此外，网易旗下的在线教育已有网易公开课、网易云课堂，其CEO丁磊斥资400万美元购买了91外教20%的股份；优酷则与在线教育网站Udacity合作，推出中文的Udacity在线视频课程；腾讯则有“腾讯微讲堂”，并在腾讯儿童中重点推进教育产品。

北京商报记者 张绪旺