

网易云音乐欲大数据突围

音乐制作成本在降低,很多独立音乐人却没有好的宣传渠道。独立音乐人越来越多,好的音乐人和音乐作品还处于被埋没的状态,网易云音乐希望音乐从一个用艺人IP带动作品IP的时代,转变为由作品IP塑造艺人IP的新周期。

网易云音乐近日发布独立音乐人扶持计划,计划一年投入2亿元,包括投资音乐人的唱片,投资音乐人的巡演;产品推出功能、赞赏功能;音乐人的周边等等。全新的网易云音乐人指数也将成为行业第一个平台行为,希望打造成中国独立音乐领域的百度指数。

网易云音乐副总裁丁博认为,网易云音乐与普通传统唱片厂商不同。现在是大数据时代,数据的变化对于音乐人创作和对自我地位的认识会有很大的指导作用,这是传统唱片公司无法企及的。

传统唱片企业更多看销量,而

通过网络得到的数据相比较更有代表意义,网易云音乐希望通过平台的灵活性和广泛性给音乐提供不一样的合作方式和可能性。互联网平台一方面可以涵概所有传统经济人所做的事,另外一方面,可以在某一部分、某一领域切割开做合作尝试。独立音乐人未来要面对的可能不是在家闭门造车,要熟练互联网,要有这方面特别专业的知识。

网易云音乐也做了很多大型项目,比如全国校园歌手大赛、理想音乐人、音乐大战,下一步也会继续维持以往的一些策略,也会做音乐节。在扶持原创音乐人之后,新的作品体现和展示的方式不同,网易云音乐希望音乐从一个用艺人IP带动作品IP的时代,转变为由作品IP塑造艺人IP的新周期,希望音乐有更多的生命力体现出来。

截至今年7月,网易云音乐用户数突破2亿,活跃独立音乐人2万,上

传原创音乐作品超过40万首。

虽然独立音乐人在原创作品和粉丝数上均有一定积累,但是网易云音乐调查发现,68%的音乐人在音乐上获得的平均月收入在1000元以下,月收入在1万元以上的音乐人占比不到5%。

今年7月,在QQ音乐与酷狗、酷我合并的消息发布之时,便有消息传出,网易云音乐启动了规模在10亿元左右的融资。丁博承认网易云目前的确在融资,他同时表示,该轮融资的目的在于向硬件、演出等更多元的方向发展。

QQ音乐、酷狗、酷我合体后控制了42%的音乐词曲版权授权和53.1%的音乐录制版权授权。行业分析师姚海凤认为,网易云音乐重心在于做产品,口碑和受众反响都很不错。而发力独立音乐人也是扩大版权的一种举措。

北京商报记者 姜红

· 资讯 ·

腾讯联合浙江卫视推《我是创始人》

北京商报讯(记者 张绪旺)11月24日,腾讯众创空间、海南生态软件园和浙江卫视联手打造创业真人秀节目《我是创始人》。节目中董明珠、王小川、任泉、张良和王凯组成前浪队和15名新晋创始人组成后浪队将完成11场真实而残酷的创业任务,争夺由腾讯众创空间、海南生态软件园和腾讯社交广告为创始人提供的冠军大奖。

腾讯公司副总裁暨节目出品人林松涛在分享中谈道:“腾讯联合各方力量打造这样一台创业真人秀节目,是腾讯众创空间开放战略的新一步,腾讯作为一家受行业尊敬与做连接的公司,不仅连接了人与人之间,也在连接两代创业伙伴。”

腾讯开放平台副总经理王兰表示,腾讯开放平台从流量、孵化器、创业营、创业服务平台等领域一直关注着“创始人”的成长。创业者为了创业项目经常处于焦虑、忙碌的高压环境,还要面临同代和上代创业者的竞争,腾讯将从资金、资源、导师、场地等全方位扶持创始人。

一下科技完成5亿美元E轮融资

北京商报讯(记者 魏蔚)视频直播正成为资本的宠儿。2016年11月21日,旗下拥有秒拍、小咖秀、一直播的一下科技宣布完成5亿美元E轮融资,该轮融资也创下了国内移动视频行业的单轮融资金额最高纪录。

当很多领域都在面临资本寒冬时,一下科技的融资进程并未受到影响。一下科技的前4轮融资中,包括了新浪微博、红点创投、红杉资本、韩国YG娱乐、晨兴资本等国内外顶级投资机构。值得关注的是,新浪微博从2013年的B轮投资开始,已经连续4轮领投。同时双方在短视频和移动直播领域展开深入全面合作,共同打造“移动短视频领域最大力量的生态联合体”。

据了解,一下科技目前旗下拥有秒拍、小咖秀、一直播三款人气产品。中国人每天看到的短视频中95%以上带有秒拍角标,每分钟短视频播放量达150万次,秒拍已成为中国最大的短视频播放平台。

优酷VR登陆UC浏览器

北京商报讯(记者 姜红)阿里巴巴宣布筹建文化娱乐集团后,作为其两大引擎的大优酷事业群和新移动事业群不断协同。近日,优酷VR登陆UC全新浏览器,用户可以在网页端播放优酷的海量VR视频。

已下载新版UC浏览器的用户,在网页上轻松点击“VR视频”即可享受到优酷VR的全景体验,还可以在UC浏览器端下载优酷VR的App。目前,优酷VR平台上的内容容量已达到10万条以上,包括优酷的热门版权巨制、综艺、自制网剧,如《最美中国》、《火星情报局》、《分歧者》、《SONAR》等。值得一提的是,新U4内核的UC浏览器所具备的智能内存管理功能,能够在低内存下实现内存回收,这无疑将增强手机端VR视频的运行和用户交互的体验度,使得用户观看VR视频的门槛进一步降低。据了解,优酷VR在UC浏览器中上线一周,便有83.1万人次使用该功能。

民生易贷联手银行机构 出国金融深耕普惠金融新场景

近日,民生电商旗下互联网金融平台民生易贷联合全国性商业银行,深耕细分场景,推进普惠金融,布局出国金融领域,通过产品结构、流程设计,将银行账户管理手段运用到生活金融场景中,打造了传统出国金融服务与互联网金融融合共生的样板。

“出国金融是民生易贷面向个人端融资客户,践行普惠金融的重要产品,立足于提升出境群体的资金效率和服务体验。同时,也是民生易贷长期以来所坚持的银行级风控的形象阐释。”民生易贷CEO陶静远说。

联合商业银行 布局出国场景

据悉,民生易贷的出国金融产品主要面向出境群体客户,为其提供出境需求系列解决方案,在安全、方便、快捷的基础上更好地满足出境所需的多种服务,提升个人资金使用效率,从而助推出境体验度的整体提升。

结合出境客户发布的融资需求及目的,民生易贷发挥互联网金融平台的资金撮合服务优势,与合作的商业银行一起为客户解决一系列紧急需求,例如开立存款证明,提供电子账户开立、管理、资金划转等服务。

同时,对于融资人来说,具体的融资金额及期限可以根据需求灵活设定,所有流程全部在线完成,节省了时间和精力,使普惠金融在某种程度上得到了更好的体现和诠释。

对于投资人来说,资金安全最为重要。从出国金融产品的流程来看,将银行账户管理手段运用到生活金融场景中,再次形象地阐释了民生易贷银行级风控的内涵。自成立以来,民生易贷就依托金融基因、专业团队、规范流程、大数据模型等优势,打造银行级风控,按照银行筛选融资方的标准选择借款客户。

科技驱动 践行普惠金融

“在线存款证明是民生易贷深耕出国场景,打造的出国金融系列

产品之一,通过产品流程等筛选细分行业的优质资产,推进普惠金融。”陶静远说,在这个过程中,民生易贷以科技驱动为核心,以新技术、大数据来创新产品、提高效率、提升体验。

目前,民生易贷围绕公众的住房消费、出行消费、商品消费等需求进行产品迭代升级,在原有的产业链金融基础上,规划和推进了出国金融、车金融、住房消费等普惠金融产品,立足信息中介的角色,以较低的资金成本为有金融需求的群体提供高效的解决方案,特别是针对小微企业、个人等。

“普惠金融强调以更低的成本,满足更多人最基本、最迫切的金融需求。民生易贷一直以优质资产的市场定价作为产品的价格标准,提供的理财产品收益率处于合理水平区间,但高于银行理财产品,积累和吸引了大量低资金成本的投资客户,让我们的产品和服务可以普惠。”陶静远说。

晒票房 爱奇艺打造公开透明精品网大生态

网络大电影(以下简称“网大”)的发起者和最大播出平台爱奇艺近日发布9、10月的网络大电影新片票房榜和月票房收入总榜,这是自网大诞生以来,视频平台首次披露票房分账金额。具体公布形式为每月10日发布上月度榜单,次年1月20日公布上年度榜单,公布平台为爱奇艺官方微博账号“爱奇艺网络大电影”。爱奇艺高级副总裁杨向华表示票房分成的公开,有助于行业反投机反泡沫、打造公开透明精品网络大电影生态。

头部内容高分账

头部内容的高分账佐证了网大市场已初具规模,市场容量巨大。从单片成绩看,《老九门之二月花开》上映12天,票房分成逾1066万元,《血战铜锣湾2》开画10

日票房分成过526万元,《大明锦衣卫》14天票房分成超400万元。头部内容高分账趋势明显,千万元票房有望成为网络大电影分账的常态,而不仅仅是个例。

数据证明,网大市场的付费潜力是无穷的,且经过三年发展已经初具规模,即使是千万制作的网大,只要内容和营销到位,依然能在短时间内迅速回本且有可观的票房分成收入。

除了大IP、大卡司、大制作的强势领跑,榜单头部内容也不乏小成本影片逆袭案例。其中《冒牌货》、《贱神三少爷》成本都不过百万元,但都在短时间内取得非常不错的收入。他们的成功印证了“精品化”战略的科学性,既追求制作精良,又讲究营销并重。今年5月,爱奇艺世界大会以来,爱奇艺网大营销分账策略一直为产业

所关注,并有大量片方展开了优质内容的自主营销。爱奇艺给予优质片方营销分账,一方面使得片方更充分进行了影片亮点推广,另一方面也扩大了作品在大众中的影响力,以产品思维制作,并将营销思维贯穿始终的作品才能跻身榜单前列。

票房数据透明化

数据透明化对网络大电影产业链上的各个环节都有着积极意义。通过分析票房,制片方可以更加准确的判定市场走向,把握观众喜好,合理控制投资成本;宣发公司可以合理安排资源配比,重点投放;观众也能更容易地找到精品内容。

同时,本月备受关注的《中华人民共和国电影产业促进法(草案)》出台,明确了院线电影审查标准和审查程序,院线电

影审查规范化公开化和透明化也为网络大电影树立了方向。

目前,在线视频已经成为中国用户重要的观影渠道,网络大电影在中国电影体系里将担当起越来越重要的角色,对于电影人才培养、优秀IP孵化和优质网内容生产都有着非常重要的意义。

2016年,网络大电影制播总量已远远超过院线,但是内容质量和爆款制造能力都尚未充分满足观众需求。此次爱奇艺率先公布网大票房分账数据顺应电影产业发展大趋势,展现了网大产业的真实发展现状,打击投机者,助推网络大电影产业进一步提升制作品质。随着网大产业精品化进程的加速,注重内容和质量的合作方才能获得更多收益,观众才能看到更多优质内容。