



科技赋能精彩呈现

从奥运会到世界杯,再到亚运会,大型体育赛事的版权意味着获取新变量,向来是内容产业的必争之地。

央视新闻最新数据显示,杭州亚运会开幕式现场直播及相关报道在总台全媒体多平台的跨媒体总阅读播放量超5.03亿次。总台新媒体多平台直点播总阅读播放量达3.04亿次,其中,电视端总台多个频道全国网并机总收视率6.96%,累计观众收视人次达1.99亿次。

用户规模随着赛事的推进呈现快速增长趋势,互联网平台的流量争夺也随着变得如火如荼。据公开资料显示,杭州亚运会期间,用户可在腾讯视频、腾讯新闻、微信、虎牙直播等平台内观看亚运全场次比赛转播、回放。与此同时,抖音、快手、咪咕、虎牙、香港有线宽频集团5家平台、电视台也在此前陆续官宣成为杭州亚运会持权转播商。

视听产业融合创新的大趋势之下,“视听+体育”领域也呈现出跨界发展的新趋势,5G+4K、8K、超高清、云赛场等新形态和新模式的涌现,提供了高品质观赛体验,同时也对网络视听产业提出了新的要求。除了传统的媒介,本届亚运会的转播模式融入了“黑科技”。

据杭州第19届亚运会组委会介绍,杭州亚运会是首届采用云上转播的亚运会。预计将在云上传输最大60路高清和超高清信号,总计将要超5000小时时长,除了赛事直播,杭州亚运会还将在云上提供短视频、精彩集锦、赛事新闻等视频内容。

据介绍,与传统卫星转播模式相比,云上转播超越其带宽和线下设备限制,提供了更丰富的画面信号和剪辑方式,即使没有卫星接收设备的中小型转播媒体也能在云上获取节目,实时在线剪辑当地专属的比赛画面,让家乡人看到运动员的精彩表现。

此外,云转播的带宽比卫星带宽高出一个量级,从Mbps提升至Gbps,极端情况下甚至可扩容至TB级别,相当于用一秒钟传输完500部高清电影。

赛事经济·版权比拼 大厂入局 云上赛升级



9月26日,杭州亚运会在马术、射击、乒乓球等13个项目上产生31枚金牌,随着进程的推进,赛事关注度攀升的同时,转播商们也迎来了新一轮的用户流量高峰。作为亚洲最高规格的国际综合性体育赛事,杭州亚运会自开幕起便坐稳顶流位置,据央视新闻最新数据,杭州亚运会开幕式现场直播及相关报道在总台全媒体多平台的跨媒体总阅读播放量超5.03亿次,其中,电视端总台多个频道全国网并机总收视率6.96%,累计观众收视人次达1.99亿。与此同时,今年杭州亚运会期间,腾讯、抖音、快手、咪咕、虎牙、香港有线宽频集团6家视频平台、电视台作为杭州亚运会持权转播商,为了让全国乃至全球体育爱好者们尽享观赛乐趣,互联网平台也纷纷亮出看家本领,将一场场精彩的比赛通过最新科技在“云上”进行精彩呈现。

差异化争流碎片化时间

亚运会、大运会、中国网球公开赛、上海网球大师赛……重磅体育赛事纷至沓来,2023年成为毋庸置疑的体育大年。值得注意的是,长期以来,一直作为长视频平台必争之地的体育赛事版权,随着短视频平台的入局,打破了势态。

成为“双奥”官方转播商后,快手再次拿下国际体育赛事版权。据公开报道,围绕赛事进程,平台打造覆盖赛事内容、运动员报道、自制节目、前方报道团、互动玩法等多个维度的创新内容。

除此之外,抖音在拿下世界杯版权之后,也在提速体育版权领域的布局,杭州亚运会

期间,平台用户可以观看亚运全场次比赛直播、全场回放,围绕赛事直播,抖音还呈现了运动员直播、场内外资讯、花絮、节目、运动科普等内容。

体育迷陈奇告诉北京商报记者,“多个平台分割赛事版权和转播权,作为观众,我们可能需要注册或者付费不同的平台账号才能观看所有比赛,这无疑增加了一些经济和时间成本,但是其积极的一面是,不同的平台会有不同的解说团队、分镜头和赛事回放等服务,让观众能够选择更适合自己的画面,如果真的非常热爱某项运动,这些成本是绝对值得的”。

为版权保护打开绿色通道

体育赛事也是文化娱乐活动的形式之一,大量的体育活动首先需要通过媒介传播,转播权的出售和运营对于体育产业的经济产值至关重要。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,赛事版权能够为相关联的文化产业提供更广阔的合作空间与商机,并与赛事形成协同发展。此外,体育赛事要通过版权经济产生更多的经济效益和社会影响力,还需要继续朝着品牌化方向推进,增加文化创意的附加值。因此,版权保护也显得尤为重要。

“在比赛现场拍了视频,通过自己的短视频账号发到平台上,违规了吗?”

“将开幕式的精彩画面剪辑成一个集锦视频,发到自己的社交账号上,也算侵权吗?”

“在比赛现场开播,让我直播间的‘老铁们’感受一下现场气氛,顺便刷点‘火箭’,也

不行吗?”

大型体育赛事开幕前期,诸如此类的疑问总会从观众群体中传出。杭州亚运会公众售票官方网站发布的文明观赛礼仪给出了解答:严禁在比赛现场进行个人直播;观众入场后,应自觉把手机调整为震动或关闭;如允许拍照,应避免使用闪光灯,以免影响运动员。

“未经许可传播体育赛事节目的片段构成著作权侵权。”北京市中闻律师事务所律师赵虎指出,具体包括将体育赛事节目中的片段以短视频形式传播,及在自行制作的短视频中使用体育赛事的视频画面。观赛观众应密切关注赛事主办方发布的观赛规则,在允许范围内通过自己的设备去记录比赛。将视频剪辑、上传自己的社交账号,是对赛事视频的二次使用,涉嫌侵犯知识产权。