



### 抢综艺大咖,抢人气网络小说,抢原生IP……

# 有钱就是任性 视频网站启动大片模式

## “烧钱”背后是想通过掌握内容源头进行全产业链布局

《爸爸去哪儿》第一季冠名费仅为3000万元,《中国好声音》第一季也只有6000万元,但爱奇艺的自制脱口秀节目《奇葩说》未开播之前,就获得了美特斯邦威5000万元冠名投入。如今,《奇葩说》第二季6月初来袭,美邦更秒抢下第二季冠名权。自制内容虽然已不算视频行业的新鲜事,但与以往不同,2015年各网站自制内容似乎越玩越“大”,“烧钱模式”已屡见不鲜。记者获悉,爱奇艺投入巨资制作的《爱上超模》近日开播后,人气网络小说改编剧也即将上线。当然,优酷、腾讯视频也没有作壁上观。腾讯视频启动“惊蛰计划”、大型综艺节目《我们15个》也已开始在全国海选参与者;优酷土豆集团近日则调整架构,计划在2015年形成20个以上自有或合作的内容工作室。视频网站自制内容的大片时代似乎已然来临。



### 盈利模式

#### 除广告营收 还开发网游等衍生产品

抢人、抢版权的背后,最终目的还是广告。自制内容广告花样更多、潜力更大,这才是视频网站趋之若鹜的重要原因。彭侃指出,除了常规的冠名广告,视频网站在植入广告方面更加自由,“很多网剧本身就是为一个广告客户打造的”。据悉,《奇葩说》第一季创造了总播放量破2.3亿的成绩,而主持人马东在节目中恶搞赞助商桥段让美特斯邦威大出风头。

此外,随着技术的发展,自制剧的营收模式还增加了“后期植入”。戴莹介绍,在内容播出之初可能没有客户愿意为广告埋单,但获得了较高人气后,客户可能会产生广告植入的要求。这时候可以用 Video in 技术解决后期的植入问题,爱奇艺《废柴兄弟2》就通过 Video in 动态广告植入技术,吸引了加多宝集团投放了10个广告位。

“公司要寻找新的盈利方式,未来自制内容和贴片广告是重点,但反过来,贴片广告也要依赖好的内容。”优酷视频公司内部员工告诉记者,随着版权费用和带宽服务器费用的上涨,公司迫切想找到新的盈利增长点。优酷土豆2014年共亏损1.43亿美元。除了贴片广告和植入广告,围绕一个成熟的IP进行衍生品开发,被视频网站列为重要发展规划。

为此,优酷土豆宣布了新一轮组织架构调整,除新成立合一文化BU和创新营销BU(业务单元)外,还将成立电影、游戏、动漫、音乐、教育等九大中心,并引入独立结算的工作室制,计划2015年形成20个以上自有或合作的内容工作室。“掌握内容源头才能进行全产业链布局,包括游戏、电商开发等,购买电视台的资源只能做贴片广告,没有植入,也没有做电商、游戏等开发的版权”,戴莹分析指出,这也是视频网站进行自制内容的主要目的,目前爱奇艺已经整合了电商渠道、游戏互动等资源,电商的衍生品,围绕《废柴兄弟2》上进行了电商和手游开发。

彭侃分析指出,衍生品的开发前提是有个特别成功的作品和完整的产业链,需要整合各方面资源。而随着资本实力雄厚的BAT三巨头介入娱乐产业,未来衍生品开发的可能性会越来越大。

南都供稿



### 烧钱大战

#### 视频网站纷纷加大自制剧投入

目前,视频网站最受关注的自制内容类型是综艺、网剧、电影,不过不同的网站其侧重点和打法不同。相比其他同行,腾讯视频的策略就是砸钱,乐正传媒研发与咨询总监彭侃分析指出,腾讯视频有一个“好爸爸”,资本雄厚,能砸钱投资比较大的项目,比如《我们15个》这档从国外引进的节目将贯穿一整年,以无剧本、无死角、全年无休拍摄为形式,讲述15位背景迥异的参与者脱离原本的生活,在极其有限的资源条件下,努力实现他们的理想生活方式的故事,制作费可能会过亿。

随着自制内容日益受到市场重视以及招商成功的先例,几大视频网站今年不约而同开启烧钱模式。“一切依赖于内容,只要内容够好,完全能够产

生巨大的影响力。因此我们有信心加大投入打造更精品内容。”爱奇艺自制剧总监戴莹如是说。

据悉,爱奇艺今年将延续走烧钱请明星的路线,投入巨资制作的《爱上超模》,不仅吸引了金星、琦琦,还得到了金像奖影帝任达华等助阵。他们2015年还将陆续推出《奇葩说》第二季,以及《一见钟情》《老爸勇敢爱》《明星运动会》《爱的表白》等10多档定制综艺类节目。

据悉,2015年优酷土豆在内容上的投入达6亿元,比2014年的投入翻了一番。而戴莹表示,单纯从投入上来说,今年爱奇艺在自制剧上的投入比去年增长50%以上。据悉,2015年爱奇艺自制剧的单位成本会超过电视剧,比如《盗墓笔记》每集成本突破了500万元。

### 各显神通

#### 有的紧盯版权,有的拉拢大咖

有钱可以任性,但钱不是万能的,内容创作者和IP才是优秀内容的源头。为此,视频网站在2015年初都祭出了各自的利器争夺资源。戴莹向记者透露,新投入的资金将用于开发一些新项目 and 购买一些原生IP,“我们有专人盯着原生IP市场的发展变化”。据悉,爱奇艺已启动工作室战略模式,将内容生产行业最顶尖人才嫁接到爱奇艺平台,去年首批成立了马东、刘春、高晓松三大工作室。

相对于爱奇艺,优酷通过“青年导演扶植计划”从原创中挖掘人才。该公司

2015出品的开年之作“大师微电影”,就集结了伊朗电影艺术家莫森·玛克玛尔巴夫导演、台湾著名导演蔡明亮、香港新浪潮运动的主将严浩导演等人。

而腾讯视频今年联合万合天宜、暴走漫画、胥渡吧等百家内容提供商启动了“惊蛰计划”,拟在2015年签约并重点支持100个优质PGC(专业生产内容)项目,构建全网最大的原创视频平台。腾讯视频总编辑王娟在发布会上透露,2014年腾讯视频V+原创平台PGC内容累计播放量达到218亿,流量增长了6倍。