

360 结盟光线布局互联网内容生态

中国出版传媒商报讯 在以4.0905亿美元结盟酷派后，奇虎360在资本市场上又找到了新的跨界伙伴——光线传媒。2014年12月23日，光线传媒发布公告称，将与奇虎360成立合资公司，经营以电影为主的互联网视频业务。根据公告，光线传媒出资4800万元人民币，认购合资公司注册资本的40%，其余60%来自奇虎360。值得注意的是，这一次，多年来一直在互联网业界提倡“免费模式”的周鸿祎要颠覆用户的“免费习惯”，合资公司将尝试个人付费业务。

新媒体新实力 7 宗“最”

中国出版传媒商报记者 晓雪 王晓妍

最成功的企业 | 阿里

2014年9月19日23:54，在港交所拒绝之后，阿里巴巴在美国纽约证券交易所挂牌上市，首日报收93.89美元，市值破2300亿美元，为6年来美国最大规模IPO。阿里从一家互联网小微企业走进纽交所，是中国互联网经济发展的一个重大里程碑，意义深远。

中国互联网走过20年历程，阿里是迄今崛起的最大企业。阿里上市代表着世界资本市场对中国互联网市场的信心和认可，也说明了中国互联网的发展水平在部分层面超越了美国市场。

2005年，全球网民数量达到第一个10亿。那一年，百度上市当天市值达到将近40亿美元，而雅虎10亿美元占有了阿里40%的股份，谷歌的市值则超越了千亿美元。与美国领军互联网公司相比，中国无论市值还是流量都有几十倍的差距。全球互联网完全由美国引领，中国只是纯粹的模仿者和追随者。

互联网实验室创始人、浙江传媒学院互联网与社会研究中心主任方兴东认为，阿里巴巴拉开了中美两强主导全球网络空间的新格局，也是中美两国互联网产业竞争与博弈发生转折的开始。美国占据先发优势，而我们占据后发优势。美国目前依然领先，但是趋势和时间都在我们这

边。中国只需要战略得当，就可以在很多方面顺势超越美国，并最终形成双方优势互补、各有所长、相互竞合的长期态势。

阿里巴巴上市，成为中国互联网公司掀起全球化浪潮的全新起点。互联网已经改变中国，而对于中国改变全球互联网来说，阿里这次创纪录的上市是一个重要开端。

阿里巴巴有着世界上最庞大的数字生态系统，拥有淘宝、天猫、聚划算、B2B平台alibaba.com、1688.com，以及云计算业务阿里云，同时，投资遍及聊天应用、在线视频、打车软件等多个领域。此外，阿里还有着惊人的销售额和利润率。然而，钱并不是最重要的，与谷歌、亚马逊、Facebook等硅谷巨头一样，阿里巴巴最具潜力的资源是它所掌握的数据。

今天的阿里帝国，在PC端已构建了固若金汤的购物生态体系，在移动端也正在延续这一优势。

最值得期待的企业 | 小米

2014年，小米绝对是互联网界风头最劲的一匹黑马，其成绩令世界刮目相看。2010年4月小米公司成立，随着2014年12月20日小米公司完成第5轮融资，4年之间小米估值从2.5亿美元飙升至400亿美元。过去，小米以小米手机、小米电视、小米盒子为大家熟知，而今，这只是小米公司众多业务中的一小部分，小米在投资、融资各方面的宏伟布局让小米在BAT(百度阿里腾讯)巨头格局下的中国互联网市场地位飞速上升。

小米的火爆不仅仅在于市场份额的上升。2014年，小米动作频频、话题不断。年初，小米公司正式宣布成立北京小米支付技术有限公司，进军移动支付市场，并与银行合作，围绕自己的生态圈展开支付体系建设，打入互联网金融环节。随后，小米系2014年完成4笔包括对迅雷、爱奇艺、世纪互联和美的的重大投资总额超过10亿美元，引得业内纷纷侧目。此前，小米因智能电视和智能盒子的内容版权问题多次遭到乐视的挑战，战略投资爱奇艺、优酷能在短时间内树立起抗争乐视的优势，而与美的的牵手，也被看作小米布局智能家居产业链的催化剂。

11月4日，新浪前总编辑陈彤确认加入小米科技，出任小米副总裁，主要负责小米的内容战略。在陈彤加入之后，小米第一期投资10亿美元在内容产业，由陈彤负

责，和更多的内容厂家进行合作。

2014年，小米还通过投资UC优视、多看科技、瓦力语聊、7K7K、太美、I Speak、YY、一起作业、智谷、卡卡移动、喜讯无限、迅雷和天网，来布局移动互联网领域；通过投资卓越网、尚品网、凡客诚品、乐淘、耶客和我有网，涉入电子商务领域；并通过逍遥网、乐讯社区、多玩游戏网(原“欢聚时代”)、绿人网、Tech Web、长城会、雷锋网、知乎和大街网打入互联网社区；其他领域也分别投资了拉卡拉、可牛、好大夫、ZEALER、金山多益、积木盒子等。

不仅如此，智能家居、互联网金融、智能医疗、智能汽车等都被纳入小米帝国的蓝图，智能小米生态产业链已初具规模，小米俨然成为互联网界不容小觑的新实力，未来也是BAT以外最有希望也最可怕的企业。

最大的赢家 | 电子商务

中国电子商务行业的2014年，可谓是迎来了收获季：5月16日，聚美优品在纽交所上市，数天后，京东在纳斯达克挂牌上市。9月19日，电商老大阿里巴巴登陆纽交所，融资250亿美元创下全球最大IPO。阿里京东聚美优品的上市，开启了中国电商行业的一个全新时代，并成为中国消费经济发展的一个全新推动力。

同时，上述电商企业的上市也标志着包括3C、服装、化妆品、图书等在内的实物电商已经达到巅峰，市场日趋饱和，留给其他竞争者的空间已经不大。

电商市场的竞争白热化同时也加速了这一行业的整合节奏。2014年3月10日，腾讯将旗下拍拍C2C、QQ网购等业务转移给京东，并以2.15亿美元收购京东3.5亿股，占京东15%的股份。这一场战役，抬升了京东在资本市场的估值，也给京东带来了巨大的社交流量，腾讯从此退出了电商江湖，从而也改写了中国电商行业的格局。

改写格局的还有一个重要的事件，那就是2014年8月29日，万达、百度、腾讯宣布共同出资200亿元在香港注册成立万达电商。万达、百度、腾讯将在打通账号与会员体系、打造支付与互联网金融产品、建立通用积分联盟、大数据融合、WiFi共享、产品整合、流量引入等方面进行深度合作。三方将联手打造线上、线下一体化的账号及会员体系。同时三方还将建立大数据联盟，实现资源

360方面表示，双方还将在互联网电影发行、放映、在线售票、整合明星资源以及会员附加值等方面进行深入探索。对于360而言，与光线传媒合资成立视频公司，或是为自己的生态内容补课。借助光线传媒内容资源，也将增强用户的活跃度与使用黏性。电影产业从线下向互联网转型，已经成为大势所趋。光线此前对移动互联网布局多时。继2012年投资天神互动之后，光线传媒在游戏领域动作不断，先是在2014年4月参股仙海科技20%股权，后于5月收购手游公司热锋网络，7月以自有资金1.6亿元购入北京妙趣横生。一系列投资背后，可以看到，光线正在一步步构建自己“游戏+影视”的产业链。

(晓妍)

新媒体建设已经成为一个关乎中国软实力建设的严肃话题。

阿里巴巴成功登陆美国纽交所，成为中国经济地位快速崛起的重要象征。而小米的迅速壮大，则显示出中国式创业型公司的后发优势。

2014年，电子商务进入成熟发展高峰期，“双11”期间，网络零售额再创历史新高，充分反映了互联网经济的强大活力及其促进消费、扩大内需的巨大能量。

2014年，中国文化产业持续高速增长，阿里、百度、腾讯等互联网大佬进场搅局，让一向被视为“小圈子”的影视传媒圈在资本的高烧下“痛并快乐着”，视频网站同样频频出手，不甘示弱。

2014年，游戏尤其是手游继续成为互联网最赚钱的概念，随之而起的是IP价格的水涨船高和网络文学资源的争夺。这一年同样被资本看好的还有在线教育。

公开资料显示，目前主流的小说IP价格不菲，如唐家三少、我吃西红柿等知名网络作家的小说IP售价更是破千万；国内外动漫，如“火影”、“十万个冷笑话”等重量级IP也都有千万身价；另外一方面，影视IP改编风生水起，综艺节目IP也水涨船高。

2014年12月18日，首届“中国网络游戏与文学IP合作大会”于海口召开，作为2014“中国游戏产业年会”的系列活动，包括来自百度、盛大、腾讯、360等的近20名网络文学高层、行业专家及网络文学名家与会，成为网络娱乐圈岁末的一场思想狂欢。

游戏是典型的创意产业，而文字化的网络文学则是创意产业的最上游，吸引了不少游戏公司的关注和投资，为已经杀成血海的游戏市场注入新的活力，其市场前景也为众多巨头所看好。腾讯、阿里、百度

最热门的投资 | 在线教育

2014年，互联网对教育发起了前所未有的冲击，以往那种识字、读书、吟诗、恋爱的校园，也在快速被各种电磁波充斥。周围的一切似乎变得格外的快：孩子们越来越多地拿起手机而不是翻开故事书；学生们要应付的考试也在试图变得简单和容易……

2014年初，在线英语(课程)培训机构VIPABC就把姚明代言的巨型户外广告打到上海的街头，不久之后，阿里巴巴、淡马锡和启明创投宣布投资1亿美金给VIPABC的东家TutorGroup。

2月底，欢聚时代公司的YY语音宣布成立100教育，推出全免费的雅思、托福课程强化班，大股东雷军同学更是放话说要2年内在互联网教育领域砸下10个亿。

4月3日，大洋彼岸的纳斯达克股票交易市场又迎来了达内科技，这是中国首

2014年3月，阿里巴巴发布娱乐宝平台。普通网民出资100元即可投资热门影视剧作品，预期年化收益7%，并有机会享受剧组探班、明星见面会等娱乐权益。该产品3天内便完成1000万元的资金募集。

9月，百度公司携手中信信托等联合发布电影大众消费平台——“百发有戏”。“百发有戏”一期产品结合电影《黄金时代》设计，最低起购门槛仅为10元，首期项目预期收益预期为8%~16%。产品上线不到2分钟，就有超过3300人付款，计划募集资金1500万元，最终募集超过1800万元。

“百发有戏”等互联网金融产品，通过借助互联网广泛、迅速链接用户的优势，能够瞬间完成筹资任务。更为重要的是，其为产品赋予边投资边消费的属性，改变了传统金融产品只提供单一的收益回报的模式。这种消费+投资模式是新型的消费金融产品创新，也是互联网金融在遭遇

最有想象力的产业 | 影视投资

爱奇艺2014年7月份宣布成立爱奇艺影业公司，尝试互联网视频与电影行业进行融合。而据外媒报道，爱奇艺也将投资国内知名影视制作和发行公司华策影视。爱奇艺的母公司百度将主导此次谈判的进展，知情人士透露，百度入股后，爱奇艺和华策影视或将成立新的合资公司。

优酷土豆也在2014年8月份宣布成立电影公司，定名为“合一影业”。优酷土豆希望“合一影业”强化该集团多屏文化娱乐生态系统的优势。作为中国第一大应用和网络视频平台，优酷土豆引领多屏合一的发展趋势，致力于打造O+O(线上线下融合)的文化娱乐平台。实际上，优酷土豆在发展影视制作实力的同时，也已经成为阿里文化帝国的一环。优酷土豆获得阿里巴巴和云峰基金12.2亿美元战略投资，阿里巴巴持股比例16.5%，云峰基金持股比例2%。这既缓解了优酷土豆面临的资金压力，又为自身的发展找到了强大的靠山。

对于靠内容起家的乐视来说，影视投资从来就没有中断。2014年，乐视收购了花儿影视，来巩固在专业电视剧方面的强势地位；而在电影方面，作为兄弟公司

的乐视影业不仅为乐视网提供了专业的电影资源，还为乐视拓展电影行业的人脉和资源贡献了不少力量。

2014年，我们可以看到，视频网站都已走出原有PC时代的格局，不再拘泥于原有的视频业务，而是在不管巩固和加强内容优势的同时，不断的向外扩张，寻求新的人口和机会，探索新的商业模式，以此来谋求更大的发展。

2014年还是“个人电视台”蓬勃爆发的一年，典型代表是高晓松、罗振宇、吴晓波这类精英知识分子，他们以个人品牌为基底，拥有庞大的知识储备或在某个领域有多年的积累，在思维与形象上均能体现出个人的独特性。他们的视频节目以脱口秀为主要形式，都具有相当数量的受众人群积累，都通过互联网平台进行传播，都具备开发更多衍生品的潜能。

最具潜力的资源 | IP

如果说2013年是手游元年，那2014就是手游IP年。拥有一个热门IP在手游推广上的优势不言而喻，从2013年底开始，手游IP版权问题就开始凸显，大公司实力雄厚不断抢夺热门IP的改编权，自然也推高了IP的价格。

纷纷争夺网络文学、出版资源，其目的就是掌握大量的IP。

事实证明，移动互联网和游戏飞速发展的时代，同样是网络文学急剧扩张的时代，行业收入预计将由2012年的17亿元增长到2015年65亿元，知名网文作品游戏改编签约率已经达到百分之百，一条网络文学一体化的产业链正在形成，其价值也在不断攀升之中，以百度小说风云榜为例，前50名的作品2013年变现价值为一两百万，

2014年则轻易过500万。

大数据网络文学将成为互动娱乐的强劲发动机，而网络文学和游戏业务的天然强关联性，令IP的原有价值得到成倍增长。游戏是互联网的流量枢纽和最大变现途径，决定了其可以对网络文学产生巨大反哺，成为IP运作需要关注的另一重点。国民级MOBA游戏“英雄联盟”在起点中文网的搜索量登顶TOP10，可以看作游戏反哺网络文学的一个标志性事件。

坐拥流量和技术优势，主要以平台的方式切入，争相吸引线下机构入驻，收割者总是等着大蛋糕，然后它们果然开始了。

作为市值几十亿美元的教育第一股，新东方即使一时想不清在线教育该如何做，也绝不会对这股力量视而不见。3月初市场即传出新东方和腾讯合作的消息，称双方成立合资公司，专注做在线教育。7月底，这个传闻已久的公司终于亮相，是微学明日网络科技有限公司，12月，新产品优答上线，旨在移动端和机器学习。

据不完全统计，中国在线教育市场披露的投资金额达到9.1亿美元。艾瑞咨询更是预计，未来中国在线教育市场的年度增长率将达到19%，2015年的市场规模将达到1200亿元人民币。正是看好未来的市场规模，在线教育成为最热的投资领域。

最具创新价值的模式 | 众筹

2013年，众筹在国内已有一定程度的探索，经过2014年的发展，众筹现已成为企业、艺术家或个人对公众展示他们的创意、争取大家的关注和支持、进而获得资金援助的新形式，也成为互联网金融的一种新型模式。相对于传统的融资方式，众筹更为开放，能否获得资金也不再是由项目的商业价值作为唯一标准。只要是网友喜欢的项目，都可以通过众筹方式获得项目启动资金，为更多小本经营或创作的人提供了无限的可能。众筹的玩法也越来越多，已逐渐扩展到艺术、影视、音乐、出版等各个领域。

创新瓶颈之后的一次突破。

2014年，越来越多的互联网金融机构推出娱乐金融产品，比如爱钱帮的娱乐帮特色互联网金融理财产品，采用搭配债+股的模式，大玩粉丝经济。除此，针对各细分领域的众筹平台也开始活跃起来，聚焦于艺术、科技梦想的众筹平台、房产众筹平台、实体股权众筹平台等应运而生，升温“众筹热”。

尽管众筹这一模式仍相当稚嫩，但毫无疑问是互联网金融的重要发展方向之一。众筹更重要的意义在于解决了产品与用户信息对称的问题，通过互联网精准找到客户；而除此之外对用户意见的收集与反馈、以及大数据分析对产品有很好的参考作用。如今，众筹模式的发展需要面对的首要挑战是如何让众筹的过程更有趣，增强参与感。