

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”,合资公司将会尝试个人付费业务。

新媒体新实力

■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、优酷能在短时间内建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;并通过投资陌陌、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

大数据融合。

“O2O”可能会成为未来电子商务领域最大的蛋糕,但目前还没有一个平台出来,这是作为全球最大的商业地产开发商之一的万达牵手百度、腾讯的重要意图。2014年12月23日,万达商业地产正式登陆香港联交所,这也让王健林超越互联网搜索行业领先者百度公司的董事长李彦宏,排在中国大陆富豪榜第二位,仅次于马云。

2014年的电商行业,“海淘”无疑是最大的创新,电商实现了从区域走向全球化,在全球范围内寻找新的价格洼地,消除商品交易的空间差价。天猫将2014年的“双11”第一次拓展至全球范围,成为首个全球化的“双11”,而天猫国际、淘宝海外、速卖通等也首次参加双11。

来自美国的电商巨头亚马逊也看中了“海淘”这个大蛋糕,在“双11”前开通了海外6大站点直邮中国的服务。此外,2014年,多家海淘电商平台获得了风投的青睐,成功拿到了融资,无疑,海淘已经成为电商下一个风口。

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)

7宗“最”



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,寻求新的入口和机会,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在。

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 will 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。

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

家上市的职业教育公司。达内科技成立于2002年,通过首创的IT培训O2O互动教学模式,在全国校区推广直播课程,兼顾了集中教研和规模化学习管理。

A股市场也开始为教育企业上市放松闸门。6月18日,新南洋收购昂立科技终获证监会批准,成为“中国教育第一股”。

很快,BAT为代表的互联网公司纷纷高调进场,阿里淘宝同学、网易云课堂、腾讯精品课和腾讯课堂,以及百度推出作业帮等教育项目接二连三亮相。这些巨头

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,增温“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、以及大数据的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。