

我国视频分享网站的创新运营模式探索

杨春蕾

(南通大学商学院, 江苏南通, 226019)

[摘要] 分析了我国视频分享网站现有运营模式的弊端, 阐述了困扰和制约我国视频分享网站发展和盈利的主要因素是: 版权问题所引发的高额运营成本及法律风险; 缺乏对原创作者的激励和利益分享机制带来的原创作品质量低下等问题。开创性地提出了“广告要素道具模块”的概念, 在创新设计中引入“在线交易系统”的概念, 创建了第三方支付平台, 设计出了适合我国视频分享网站的全新运营模式。

[关键词] 视频分享网站; 运营模式; 广告要素道具模块; 商业原创广告情景剧; 长尾效应

[中图分类号] C939 [文献标识码] A [文章编号] 1674-893X(2011)01-0092-05

视频分享类网站指传统上以模仿 YouTube 起家、以 UGC (User Generated Content, 用户产生内容) 为主要内容的视频网站, 包括优酷网、土豆网、酷 6 网、六间房等。

这类视频网站的特点是: 拥有广大的用户群体, 用户体验很好, 网站流量大, 视频内容丰富。但是此类网站对视频资源来源的控制能力不强: 自身的内容生产功能还不完善, 由播客原创的视频质量难以控制, 而购买高质量的版权内容又必将增加网站的成本。对比于普通文字类网站, 视频分享网站对硬件要求高, 带宽、服务器等设备投入巨大, 网站的运营成本较高。表 1 为目前我国视频分享网站阵营分布。

表 1 视频分享类网站阵营分布

阵营	视频分享代表企业
第一阵营	土豆、优酷、我乐网、六间房、酷 6 网
第二阵营	Mofile 视频分享、爆米花视频、偶偶娱乐等
其他	其他中小视频分享网站

视频分享网站无论是在国内还是国外一直以来都深受盈利、版权和商业模式的困扰。与传统的文字网站相比, 视频分享网站对硬件设备要求更高, 服务器、带宽等硬件设备成本投入巨大, 运营成本压力日益显现, 而用户几乎

都是免费使用视频服务, 这些都导致视频分享网站虽然拥有大量的流量却无法带来更多的营收。本文正是要构建一个能够盈利的运营模式来解决上述问题, 以使得这一类型的网站能够长久地运营下去。

一、我国视频分享网站的现有运营模式及其弊端

(一) 现有运营模式

目前我国视频分享网站的运营模式大致如图 1: 视频分享网站 (Online Video Sharing Website) 的网络运营商提供可用于上传和下载视频内容的视频分享平台; 内容提供商 (CP, Content Provider) 借助这个分享平台上传视频内容; 广告商 (Advertiser) 提供广告资源; 终端用户 (User) 即视频观众可以在线观看视频内容或者通过安装终端程序将视频下载观看。

视频分享网络运营商是网络视频行业的核心环节, 在产业链中起到组织、协调和推动的作用。由于国内视频分享网络运营商面临的硬件/技术环境几乎完全相同, 则政策监管背景也一样。其在起步阶段基本靠风险资金来维持, 而经过几年的优胜劣汰后, 是否能够获得第二

[收稿日期] 2010-11-21

[基金项目] 南通大学人文社会科学研究项目 (09W025)

[作者简介] 杨春蕾(1979-), 女, 江苏省南通人, 南通大学商学院讲师, 主要研究方向: 国际贸易, 电子商务。

轮、第三轮融资则完全视企业自身情况而定。除此之外，视频分享企业的绝大部分收入来源是各种方式的广告收益。因此，广告商在视频分享行业的产业链中占了比较重要的地位。

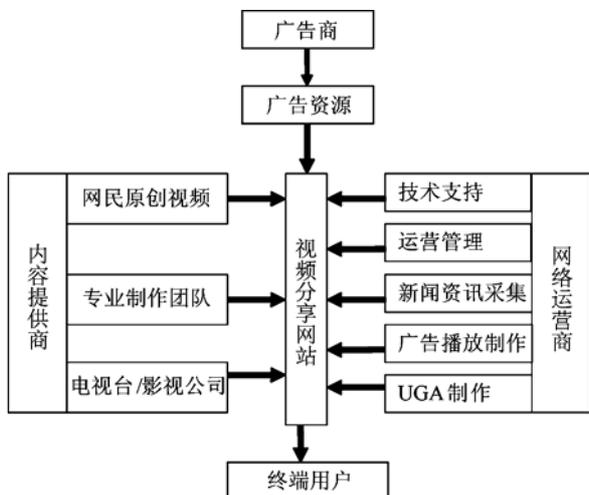


图 1 我国视频分享网站的现有运营模式

在内容提供方面，我国缺乏 DV 传统和原创文化背景，因此目前国内视频分享网站的优质视频短片资源前景有限。视频分享网络运营商为了节约成本可以使用盗版视频内容，但是由于政策监管的力度加大，维权难度降低，近来视频分享企业频频成为侵权官司的被告。因此，视频分享网络运营商不得不通过向电视台/影视公司或者专业制造团队支付大量版权费来购买片源，避开侵权风险并且积聚人气。甚至，视频分享网络运营商自己成立视频制作团队来解决片源和版权问题。

（二）现有运营模式的弊端

目前困扰和制约我国视频分享网站发展和盈利的主要因素是：视频分享网站上充斥着大量的盗版视频。另外，目前我国视频分享网站的运营模式中缺乏对原创作者的激励和利益分享机制，所以很难解决原创作品质量低下的问题。

下面分别从视频分享网络运营商、广告商、普通原创作者和视频观众的角度来说明现有盈利模式的弊端。

1. 视频分享网络运营商

网络从最开始就让人们养成了免费阅读和观看的习惯，随着网络版权问题的不断凸显，

广告商们开始忌讳将自己的广告投放到存在版权问题的网站上。为了解决这个问题，视频分享网站不得不投入大量的资金购买版权，从而在巨大的带宽、设备成本之外又增加了高额的版权成本。如果视频分享网站减少版权的投入，势必降低其网站的点击率。如果视频分享网站为了节约版权成本而大量增加盗版作品，又必将承担更大的法律风险。

2. 广告商

目前的广告模式仍以传统的贴片广告为主，虽然视频分享网络运营商已经展开了广告模式的探索，但是广告的效应有待提高，对品牌广告商来说缺乏足够的吸引力。再加上也担心自己的广告被放置于盗版内容或者低俗低质量视频内容中，反而对品牌产生负面影响，广告商们对投资于视频分享网站还是心存疑虑的。

3. 普通原创作者

因为上传视频无法获得商业利益或报酬，大多数网友上传原创视频是为了展现自己，或者供自己与好友分享使用，纯属娱乐行为。因此，对视频质量并不在意。换句话说，网友并无足够的动力和资金去制作并上传高质量的视频作品。

4. 视频观众

现有的视频分享网站运营模式使得视频观众缺乏对网站的忠诚度。视频内容同质化程度高，使得相同的内容可以在不同的网站看到，因此，无需保持对某一特定网站的持久关注和忠诚。视频观众可以在多家视频分享网站随意注册会员，甚至不需注册就能够在线观看视频，对观看视频多的网民并无激励。视频观众的价值得不到体现。

二、我国视频分享网站创新运营模式架构设计

（一）设计思路

1. 广告要素道具模块的设计

首先由广告商提供广告要素，主要包括：产品视频、图片、文字、广告语、音乐和链接路径等。再由网络运营技术部门将广告要素制作成广告要素道具模块并提供 COAS(Commercial Original Ad Sitcoms，商业原创广告情景剧)标准化应用工具软件，放置在网络平台上。

2. 在线交易系统的设计

在网络架构上建设在线交易平台，在会员空间设立网络账户和转账、交易、结算系统。利用第三方支付平台通过网上银行实现银行、网络运营商、会员之间的转账、交易和结算。可以模仿Q币的形式建立起积分制或者提供虚拟货币来进行交易。其积分或者虚拟货币可以通过一定的方式转化成现实的货币。

(二) 架构设计

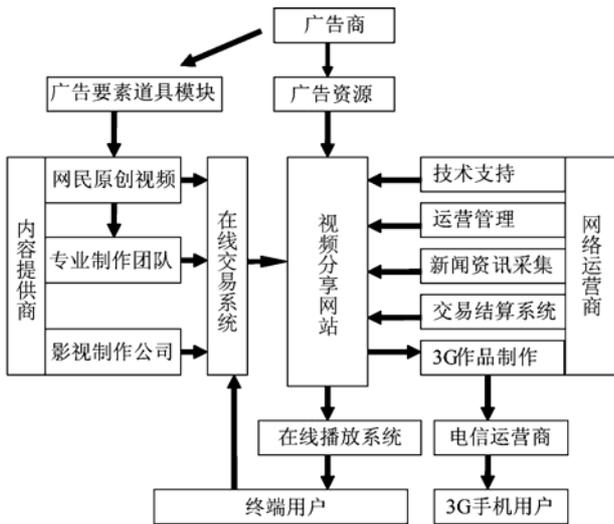


图2 视频分享网站创新运营模式

图2绘制的是创新视频分享网站运营模式，与图1视频分享网站的现有运营模式的主要区别在于：增加了广告要素道具模块和在线交易系统。这两部分的增加，改变了现有视频分享网站的运营模式，为内容提供商，特别是广大网民提供了可以直接带来经济效益的广告要素道具模块。此外，增加的在线交易系统，可以更方便快捷地实现运营商、内容提供商和终端用户的在线交易和资金结算。

1. 广告要素道具模块

图3所绘制的是广告要素道具模块的应用图示。广告商将广告要素道具模块（主要包括：产品视频、图片、文字、广告语、音乐和链接路径等）通过与视频分享网站运营商的合作，投放在视频分享网站上。由视频分享网络运营商提供COAS(Commercial Original Ad Sitcoms，商业原创广告情景剧)标准化应用工具软件，并将广告要素道具模块的使用要求、活动方式和奖励方法予以公示。内容提供商(在这里主要是指原创

视频作者)按公示要求，在自己创作的视频作品中，依据剧情的需要，全部或部分的使用上述广告要素道具模块，加工制作成COAS模式作品，作品完成后上传至视频分享网站。

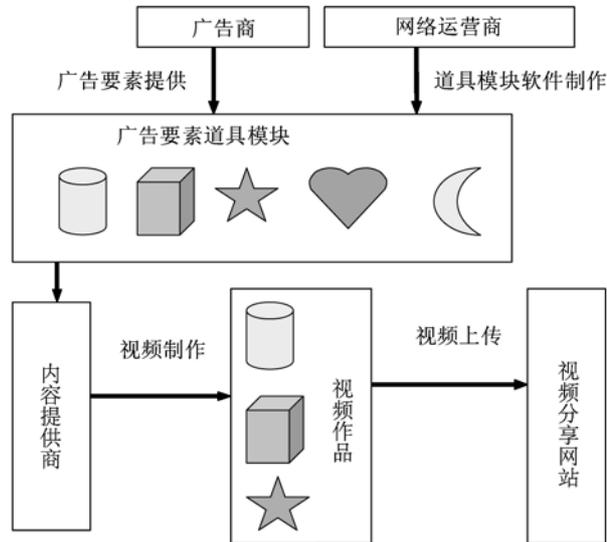


图3 广告要素道具模块的应用

广告要素道具模块及COAS标准化应用工具软件是一个提供给视频作者的用于制作广告视频的应用工具系统，它的作用，相当于为作者提供了一套标准化的COAS的制作工具。它可以方便的为作者提供作品中所需要的背景、音效、道具等，由于它具有标准化、程序化和格式化的特点，可以方便的用于COAS的批量制作。COAS标准化应用工具软件可以由网络运营商自行开发制作或者将现存的相关软件进行收集，整理后发布于视频分享平台供用户使用。

2. 在线交易系统

网络运营商、银行金融机构、网民原创作者和终端用户通过在线交易系统进行网上交易。网民将其创作的商业原创广告情景剧COAS上传至视频分享网站后，网络运营商的交易结算系统依据相关约定通过在线交易系统向原创视频作者支付作者应得的积分（虚拟货币），原创视频作者可以使用积分（虚拟货币）在视频分享网站内进行消费使用，也可以通过在线交易系统兑换成人民币并通过网上银行进行转账。

终端用户通过在线交易系统使用人民币购

买积分(虚拟货币),在视频分享网站内进行视频在线观看、下载或购买视频版权等消费使用。终端用户还可以通过在观看视频过程中点击出现的广告来获得一定的积分(虚拟货币)。

三、创新运营模式的效益分析

(一)对网络运营商的效益分析

1. 主要解决目前困扰视频分享网站的版权问题

为了吸引用户,各大视频网站不得不斥巨资购买大量视频内容,而这部分的支出甚至已经超出了带宽成本。解决版权问题的根本方式不是增加资本投入,购买更多的版权,而是减少购买版权的投入,用更多的资金和政策来鼓励原创。所以,只有用广告要素道具来增加原创作品的利润点,提高原创作品的商业价值,培育原创作者群,才能增加原创作品数量,提高原创作品的质量,彻底解决困扰和制约视频分享网站发展的版权问题。

2. 避开视频分享网站由于版权引发的法律纠纷的风险

随着政府对网络视频行业的规范,网络维权的行为越来越普遍。由于版权引发的法律纠纷,就像是悬在视频分享网站头上的达摩克利斯之剑,随时会给经营者带来灭顶之灾。而避免这类风险的最有效的方法就是引入鼓励原创机制。

3. 经营模式的转变

对几乎所有的视频分享网站来说,其在硬件设施上的差异性并不大。因此,要体现差异性,提升网站的核心竞争力,使视频分享网站从高额的版权投入和版权引发的法律纠纷困扰中解脱出来,视频分享运营商必须转变经营模式,从以视频产品的购买、制作和经营管理者,转变成注重网络平台建设、资金运营和资源分配的管理者。在新的运营模式之下,网络运营商将更专注于资本运营、品牌推广、平台建设和交易管理。

4. 创建视频分享网站新功能

在新的运营模式之下,视频分享网站创建了机构会员和个人会员空间,完善了会员积分奖励机制,搭建了视频资源展示、播放和交易平台,增加了在线交易系统和支持在线交易的积分(虚拟货币)。

5. 降低视频分享网站的管理和运行成本

由于大部分原创作品,本身就是含有广告要素的广告视频短片,所以不需要再对其进行贴片等形式的广告内容编辑,从而减少了再加工过程以及人力和物力。

6. 提升视频分享网站的人气资源

原创作品的海量增加,必然会提升视频分享网站的人气,会员积分奖励的激励机制,会给网站带来更多的具有稳定忠诚度的会员,而网站的人气资源就是广告商所最看重的指标,必然会给视频分享网站带来巨大的经济效益。

7. 盈利模式的长尾效益

在网络时代,关注的成本大大降低,人们有可能以很低的成本关注正态分布曲线的尾部,关注尾部所带来的效益总和甚至会超过头部。例如,亚马逊网络书店大量出售实体书店里很难找寻到的图书,虽然每笔销售量都不大,但是其卖出的断档图书能够占到其销售总量的大半。安德森(Chris Anderson,长尾理论的提出者)认为,网络时代是关注长尾、发挥长尾效益的时代^[1]。虚拟产品销售天生就适合长尾理论。

视频分享网站的绝大多数原创作品,是典型的互联网时代的个性化产品或小众产品,对长尾理论做了非常好的诠释。要使长尾理论更有效,应该尽量增大长尾的尾巴。也就是降低门槛,制造小额消费者,通过鼓励用户尝试,将众多可以忽略不计的零散流量汇集成巨大的商业价值。

8. 虚拟货币带来的资金滞留所产生的收益

虚拟货币的使用,必然会在会员账户内形成一定数量的资金滞留,而这部分几乎没有成本的沉淀资金,如果运用的好,必然会给视频分享网站运营商带来可观的收益。目前国内一些第三方支付系统的年交易额已经达到了数亿元,在今后两年内,这个数字将达到十几亿甚至几十亿元,根据目前的交易规则,支付金额将可以在第三方支付平台中停留3天到一周不等。这样,平台中随时都有数以千万的资金停留^[2]。截止2009年2月底,支付宝注册用户数达到1.5亿,日交易额峰值突破7亿,日交易笔数峰值达到400万笔^[3]。这就意味着每天留在支付宝中的滞留金都在亿元以上。

（二）对广告商的效益分析

1. 降低制作成本

由于广告商只需要通过网络平台提供广告要素道具模块,不再直接参与广告的制作工作,因此会降低广告制作成本。

2. 广告作品丰富多彩

现在的受众欣赏口味趋于个性化和多样化,单一的广告播放形式和同质化的内容,只能使受众感到单调和乏味,长时间重复播放同一内容的广告,必然会产生视觉疲劳和心理排斥。在创新模式中,由于大量的网民直接使用广告要素道具模块制作视频作品,必然会生产出数量庞大、表现形式多样、故事情节丰富的原创广告视频作品,从而实现众多作品满足众多受众的繁荣发展的新局面。

3. 广告效果的“长尾效应”

作品多了,点击率自然高。即使有些作品点击率很低,但由于其数量庞大,并且随着视频分享网站运营时间的增长,运用广告要素道具模块制作的作品会越来越多,最终积累和沉淀形成“长尾效应”,使得广告效益最大化。

（三）对原创作者的效益分析

1. 原创作品更具商业价值

由于原创作者在创作之初,就从视频分享网站上清楚的知道,自己的作品可以使用那些道具,可以参加什么活动,获得何种奖励,并且可以非常方便的在作品中使用这种含有广告要素的道具模块。因此,这类原创作品一诞生,就是含有广告要素的视频短剧,必然具有更高的商业价值,给作者带来更大的经济利益。

2. 原创活动获得激励

以往网民上传作品,有的仅仅是为了展示,得到一点创作的成就感,几乎没有利益,所以创作积极性不强,而且网民又无法或不愿投入太多的资金,所以作品的质量不高。在新的模式下,网民的原创作品会获得来自网站和广告商的鼓励和支持,必然极大地提高其作品质量和再创作的激情。业余网民作者在得到更多的展示机会和资金支持后,还会促使其往专业化、职业化道路发展,为网站提供更多更优秀的作

品。首家获得视频牌照的视频分享类网站酷6网,从上线第一天开始给网友的分成就是真金白银。网站会把10%~50%的广告收入给视频原创用户分成,而目前在酷6网“总收益排行榜”首位上的原创收益达到12万元,该榜单上的前100名分成收入都已经有几万元左右^[4]。

3. 更方便的交易方式

第三方支付平台和积分(虚拟货币)的设置,使原创作者、网站运营商和终端用户可以非常方便的通过网上银行和在线交易系统实现安全快捷的交易。

（四）对视频观众的效益分析

1. 有更多更丰富的视频作品可以选择

由于视频分享网站采用鼓励原创“小众产品”的经营策略,必然会涌现出海量的原创视频产品,这也就为终端用户提供了更多的选择机会。

2. 有奖收视,在享受的同时获得收益

通过点击收看含有广告要素的视频产品,可以获得相应的积分(虚拟货币),在享受好作品的同时还能获得一定收益,看得越多,得到的积分(虚拟货币)越多,何乐而不为。

参考文献:

- [1] 百度百科. 长尾理论[OL]. [2010-9-30]. <http://baike.baidu.com/view/327983.htm>.
- [2] 张劲松. 电子商务与网上支付[OL]. (2007-04-24) [2010-9-30]. http://zjs2007.blog.bokee.net/bloggermodule/blog_viewblog.do?id=692572.
- [3] 什么是支付宝[OL]. (2009-5-27) [2010-9-30]. http://help.alipay.com/support/help_detail.htm?help_id=1379.
- [4] 浅析视频分享网站的广告盈利模式创新[OL]. (2009-5-13) [2010-10-3]. http://www.boshidaixie.com/jsj1w/8A459_2.html.

[编辑:汪晓]