

从爱奇艺看独立视频网站在版权保护时代下的转型发展

王彦, 赵宇璇

(福建师范大学福清分校, 福建 福清 350100)

摘要:随着版权保护意识的增强和制度的不断完善, 视频网站迎来了新的发展时代。回观视频网站发展历程, 谁能最快做出战略调整, 谁就将在激烈的竞争中突围, 赢得新的发展契机。爱奇艺从版权独享、自制内容、盈利多元、技术升级等四个方面做了战略部署和战略调整, 使之成为网络视频行业的领头羊。视频网站只有拓展合战领域、实现内容增值、增强用户体验、转型战略模式才有可能在版权保护时代中长久、健康发展。

关键词:爱奇艺; 独立视频网站; 版权保护; 转型发展

中图分类号: G206; D923.41 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-1883(2018)01-0062-05

Survival and Development of Video Websites in the Era of Copyright: A Case Study of iQIYI

WANG Yan, ZHAO Yu-xuan

(Fuqing Branch of Fujian Normal University, Fuqing, Fujian 350300, China)

Abstract: With the enhancement of copyright protection awareness and the perfection of systems, video websites step into new development era. Reviewing the development process of video websites, only the one who made fast strategy adjustment could outstand in the fierce competition and win new development opportunity. iQIYI made strategy deployment and adjustment from four aspects including exclusive copyright, homemade content, diversified profits and upgraded technology, thus it being the leader of Network video industry. Only by developing cooperation field, realizing content value-added, enhancing users' experience and transforming strategy mode, can video websites have long-time and healthy development in copyright protection era.

Keywords: iQIYI, independent video website; copyright protection; transformation development

2005年第一批视频网站上线, 两年间各广电系网站、独立视屏网站、门户网站等加入市场角逐。至2007年, 短短两年间, 共涌现出600多家视频网站。随着资本注入、技术发展、战略调整, 视频行业竞争不断加剧, 市场格局几经调整。目前视频行业格局基本形成, 以爱奇艺、腾讯视频、乐视网、优酷土豆、搜狐视频为代表的五大视频网站已成为行业内最为重要的竞争主体。市场竞争环境的变化必然使竞争性质和特点发展变化, 回观视频网站发展历程, 谁能最快做出战略调整, 谁就将在激烈的竞争中突围, 赢得新的发展契机。

视频网站的发展历程和中国对版权的保护进程是接近的。可以说, 版权保护对网络视频行业的发展具有重要意义。它给行业带来新的价值增长点, 但同时也使整个行业面临新的格局改变。

一、版权保护对视频网站行业发展的影响

IP(Intellectual Property), 即知识产权, 是通过智力创造性劳动所获得的成果, 并且由智力劳动者对成果依法享有的专有权利。版权(copyright), 即著作权, 是指文学、艺术、科学作品的作者对其作品享有的权利(包括财产权、人身权)。版权是知识产权的一种类型, 它是由自然科学、社会科学以及文学、音乐、戏剧、绘画、雕塑、摄影和电影摄影等方面的作品组成^①。

近年来, 网络技术的发展推动了影视作品的传播, 为影视业的发展带来空前繁荣, 但同时也为网络作品的版权保护带来新的问题。目前关于网络版权保护的法规主要有三个, 即《信息网络传播权保护条例》(2006年)、《著作权集体管理条例》(2005年)、《中华人民共和国著作权法实施条例》(2002

年)。法律明确了具有一定的独创性且能以某种有形形式进行复制的智力成果,都属于著作权法所保护的作品的范畴。《2014年中国网络版权保护年度报告》指出,新的业务形态的发展、新技术发展,使得网络版权保护的形势更加复杂化。但同时,立法工作的推进和各执法部门的加强监管使近年来网络影视版权保护取得了显著效果。

(一) 资本资源竞争加剧,行业市场优胜劣汰

国家新闻出版广电总局对网络视频行业的管理愈发规范化,反盗版行动落到实处,这就使部分没有许可证的BT网站关门。行业门槛的提高,引发了视频网站在资源和资本上的竞争。

网络视频播放量的不断上升,让视频网站意识到优质播放内容对网站发展的重要性。“内容”竞争成了几家视频网站博弈的焦点。从国内外热门影视剧、综艺节目、到大型赛事,都是视频网站瞄准的对象。对优质内容的争夺不断白热化。2011年,合并前的优酷网和土豆网因《康熙来了》这一热门节目的版权问题“撕破脸”;2014年6月,爱奇艺与芒果TV因《爸爸去哪儿2》的全网独家播放版权产生争执;同年12月,顾漫创作的青春畅销小说《何以笙箫默》电影改编权的归属成为热门讨论话题;2015年至2016年,热门IP《盗墓笔记》则被爱奇艺和乐视先后制作成了网剧和电影。自2016年9月份开始,各大视频网站纷纷召开了招商资源会,在项目发布会上公布了2017年节目片单,“网战”硝烟浓烈。

版权大战推高了版权价格,为抢夺资源必然需要巨资的投入。为赢得资本竞争优势,几大网站或上市或强强联合或背靠强势互联网集团。2009-2010酷六、乐视、优酷、土豆先后上市。2012年,优酷网和土豆网正式合并,2015年10月阿里巴巴收购优酷土豆;2012年至2013年,百度先后收购了爱奇艺和PPS视频,促使两家视频网站合并;2015年9月,腾讯视频宣告企鹅影业正式成立。几大视频网站都彰显了依靠良好的用户基础和资本优势拓展市场的野心。尽管目前网络视频市场格局已经基本明朗,但从行业发展特点和趋势来看,视频网站的竞争将日趋激烈。

(二) 品牌多元差异凸显,推动网站战略转型

行业市场成熟,寡头竞争格局形成,各集团想要在新的政策环境和市场环境突围,就必然要注重内容差异和品牌塑造,实现主体发展的战略转型。

除了争夺优质内容网络独播版权,发力自制内容成为五大网实现品牌差异化竞争的重要一步棋。视频网络与上游影视剧制作厂商合作,吸纳优

秀的导演和演员参与到网络自制剧的队伍中来,完成从筹备发起到最终流通都借助网络平台的趋势。2013年是视频“自制”呈井喷发展,为了缓解版权购买的成本压力,各家网站开始加大自制剧的开发与制作,并通过更加个性化的节目定制,形成差异化的品牌特点。《屌丝男士》《暗黑者》《万万没想到》《废柴兄弟》《灵魂摆渡》等点播量均过亿,成为网络自制剧的代表作。2015年自制综艺节目抢占流量。爱奇艺的自制综艺节目《奇葩说》上线后两周点击量突破就1400万次,并显示了强大的广告“吸金”能力。

因版权保护,视频网站的盈利点已不仅仅体现在视听内容之上,而是获得了更加丰富、完整的IP产业链,实际上他们面对着一个更加多样化的商业模式。因此,打破原有的视听内容上下传输与发布的传统模式,打造产业链,提升增值服务已是视频网站转型的必然之势。

(三) 监管体制逐步完备,保驾行业稳步发展

1990年《著作权法》颁布,版权制度体系建立。2016年6月,国家新闻出版广电总局发出《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》,要求“做好引进境外版权模式节目备案工作,进一步规范播出秩序”,再次明确“各广播电视机构要增强知识产权意识,遵守法律规定和市场规则,防止抄袭模仿、侵权盗版”。近几年,政府围绕盗版盗播在视频网站领域进行了多项打击治理行动。2014年,国家四大部委联合开展了“剑网2014专项行动”,重点打击部分未经授权却大量转载传统媒体作品的网站,以及严重侵害权利人合法权益的侵权行为。在此次治理行动中,视频网站快播因盗版和敏感内容被处以2.6亿元的天价罚款,之后,被举报的百度视频、百度影音,也被勒令下架所有盗版侵权内容。

除了政府对版权保护工作的推动外,各大网站为了保障版权利益最大化,也自发成为版权保护的重要力量。2009年,以激动网为首发起了“中国网络视频反盗版联盟”;2012年4月,爱奇艺、腾讯视频以及搜狐视频三方达成协议,将共同组建“视频内容合作组织”,以AA制的形式联合买剧,推动版权价格回归理性区间。2013年,优酷土豆、腾讯视频、搜狐视频等共同组建了反盗版联盟。原本监管疏漏的视频行业开始逐步建立起完备的监管体制,推动视频行业形成更加健康,成熟、稳定的市场。

二、爱奇艺的转型发展

2010年4月22日,爱奇艺正式上线。2011年2

月上线10个月,独立用户数达到了1.48亿,覆盖了超过50%的中国网络视频用户。2012年4月,独立用户数达2.3亿,手机客户端装机量近4000万,多项核心数据均居全行业第一。至2015年3月,爱奇艺PPS三大核心数据全面领跑行业。2015年10月,爱奇艺VIP会员品牌全面升级,黄渤、Angelababy、杨洋成为爱奇艺VIP会员品牌代言人。

短短六年的发展时间,爱奇艺不仅在激烈的竞争中站稳脚步,更是紧抓版权保护的时机,全面领跑行业发展。2014年,爱奇艺在国际版权论坛中独获“全国版权示范单位”。2015年,爱奇艺获世界知识产权组织版权金奖,是国内唯一获奖互联网站。几年来爱奇艺主要从版权独享、自制内容、盈利多元、技术升级等四个方面做了战略部署和战略调整。

(一)优势内容版权独享

优质视频资源的版权费非常可观的,按照以往的做法,拿下独家首播权的视频网站也不得靠分销降低购买成本,这就给视频网站的发展带来同质化的危机。从2014起,爱奇艺加大对购买优质内容独播版权的资金投入,并且不再分销。《爱情公寓4》《舌尖上的中国第二季》《爸爸去哪儿第二季》等节目都取得了不错的播放成绩。每季独播美剧、韩剧、日剧海外版权剧目及年度重点体育赛事项目等也都成为爱奇艺争取独家版权的内容资源。2014年韩剧《来自星星的你》创下累计8亿多的播放量。早在2013年11月,在其他视频网站还未反应过来的时候,爱奇艺就已经就购买了这部剧的版权,获利颇丰。2015年爱奇艺独家直播央视羊年春晚,以1.1亿点播量创下全球在线直播记录,并与微博合作打造“跨网互动”。

爱奇艺对优势内容的版权的重视不仅仅是播放量的增长,更在于IP产业链条的开发。2015年,《花千骨》的播出成为IP改编的现象级作品。爱奇艺率先斩获电视剧的独家网络版权,播放量突破60亿次,占据超过爱奇艺全网1/3的流量。爱奇艺还携手慈文传媒制作该剧的番外篇《花千骨2015》,提升IP内容价值。在网剧中加入奇幻和悬疑因素,在电视剧版《花千骨》播完后正式在爱奇艺平台上播出,实现与剧版的无缝隙连接播出。同时爱奇艺与天象互动共同发行的《花千骨》官方手游也同步上线,创下了每个月流水两亿以上的好成绩。除此之外,爱奇艺还着力下游产业链开发,爱奇艺商城中开始出售与剧集相关的服装配饰、游戏道具等。对IP深度挖掘所产生的效应是单纯影视内容播出的4

倍。同样的例子还有2016年《太阳的后裔》的播出。爱奇艺在IP投资、宣传、发行等领域,打造出了具有行业 and 用户影响力的IP产业链。

版权的独享带来的不仅仅是内容资源上的优势,更体现出IP的巨大价值和能量。近年来,以IP为核心延伸出对纵向或横向产业链的开发,已经成为增值影视作品内容的重要途径。因此,只有掌握IP资源,才有可能打造更加多元的盈利平台。这也是爱奇艺重视内容资源独享,借助自身平台资源,打通产品开发、电商资源、品牌建设等链条的重要原因。

(二)自制节目风格多元

IP资源毕竟是有限的,因此在市场竞价带来的是版权价格不断飞涨。直到2013年,版权购买价格才恢复到正常的范围内,但对视频网站而言,仍是一笔巨大的开支。仅靠优质内容的版权独享已无法满足视频网站的差异化优势。从2014年开始,爱奇艺从“买买买”模式过渡到“买买买+自制”的模式。无论是自制剧还是自制综艺节目爱奇艺都打出了“爱奇艺出品”的品牌。

2011年,爱奇艺自制剧《在线爱》开播,创下广告过千万的不俗成绩。2014年《废柴兄弟》引发爆笑能量。《灵魂摆渡》上线一周播放达1.2亿以上。2015年《心理罪》上线,开创“纯网内容”新风尚。《画江湖之不良人》由爱奇艺投资制作成真人版网剧,首播播放量突破三千万。作为第一部在市场上颇有亮点的动漫真人版网剧,爱奇艺又率先拿到了进入二次元自制剧这一新世界的“门票”。

和自制剧相比,自制综艺节目更能彰显视频网站的特色。爱奇艺已有16档全自制综艺节目。不仅在数量上有了明显的提升,在节目题材上也更加多元化。2014年4月,爱奇艺工作室战略启动,马东、刘春、高晓松三大工作室亮相,以工作室为中心制作的综艺节目最大的体现了主持人的风格特征。在这种工作室模式下,高晓松脱口秀《晓松奇谈》上线。这是一档文化类脱口秀节目,以高晓松为节目制作核心,通过高晓松个人的人格魅力与丰富的阅历,作为节目收视率的保证。由马东工作室出品的《奇葩说》,更直接体现了自制综艺节目的活力与特色。《奇葩说》以新颖的节目方式、逗趣的语言风格、独特的广告方式成为众多网综的“代表”,后期许多网综的制作都参考了《奇葩说》的制作模式。《娱乐大事件》为代表的新闻资讯类节目、《娱乐猛回头》为代表的娱乐评论类节目、《综艺大嘴巴》等影视剧衍生类节目等涵盖综艺、音乐、娱乐

等多个领域,构成了爱奇艺风格多元的多档综艺自制节目体系,迎来网络综艺节目全类别、大日播时代。

自制节目的涌现不仅使视频网站降低购买成本,更是对品牌形象的树立具有积极的意义。尽管优质内容会为视频网站带来良好的观众基础,但长期发展必将使其陷入同质化竞争。要想在众多对手中脱颖而出,树立自身的品牌风格就显得尤为重要。无论是自制剧还是自制综艺节目爱奇艺都表现出了网络时代求新求变的精神特质,《奇葩说》等现象级网综节目更是体现出爱奇艺追求个性、突破自我、勇于表达的“年轻”风貌,这对众多网友而言无疑具有吸引力。

(三)盈利模式多样化

在对盗版进行专项打击之前,提供免费的视频资源提高播放量从而吸引广告投放,是视频网站盈利的主要模式。爱奇艺CEO龚宇指出,在视频行业过去发展的十年间,盗版和线上支付阻止了向用户收费。在免费的大环境下视频网站想要构建付费模式并不容易,这意味着要向付费的会员提供与其他用户更加有价值的使用体验,包括更加丰富的内容资源和更优质的服务体验。对版权的买断,实现了视频内容的独享,为实现视频网站“会员制”的推行。2011年爱奇艺推出了付费会员专区,开始视频内容付费观看的尝试。2015年7月,《盗墓笔记》在爱奇艺开播后,爱奇艺付费时代来临。在《盗墓笔记》全集上线后的几分钟内,VIP开通请求就达到260万次,甚至一度造成了播放器的瘫痪。此后,爱奇艺借势热门IP,推动付费业务快速增长。在引进《太阳的后裔》的独播播放模式后,爱奇艺同时引入会员付费同步更新的模式,通过“差异化的排播模式”来吸引用户从非会员到会员的转变,对于新增付费会员模式的拉动作用显著。2016年6月,爱奇艺付费用户突破2000万,半年时间增长率达100%。除了最新的视频资源,爱奇艺开始对很多老电影进行收费播出。2015年4月爱奇艺携手北京电影节开展“在线影展”,103部有线电影线上展播。付费用户的快速增长,说明版权保护为视频网站的付费用户带了爆发式增长。

除了用户付费外,爱奇艺尝试用多种收入模式构建完整收入体系。通过对IP产业链的开发衍生出更多的商品或服务,从而实现盈利。自制节目《爱上超模》实现了视频+电商的模式,使用户“看得见”“购得着”。2015年,爱奇艺与京东6.18独家合作,开放云平台深化视频电商布局。

(四)技术开发不断升级

版权的保护需要依靠视频网站技术的不断提升。为了更加全面地保护影视版权,爱奇艺开发了四大版权分析系统:一是版权到期的视频自动下线;二是对离线内容的保护,版权到期后视频内容自动下线;三是审核用户上传内容,自动屏蔽盗版内容;四是加密片源,为版权方提供的数字视频版权进行技术加密,保障版权方的版权利益。

爱奇艺不仅依靠优质的内容来提升用户体验,更是在技术不断研发和创新来支持用户的视觉体验。一是平台的全面打通。2013年实现爱奇艺、PPS账号系统全面打通,会员可享受双平台会员服务。随之广告系统打通,成为中国最大视频广告投放平台。二是提高用户体验。2013年8月,爱奇艺PPS完成移动端CDN、P2P技术整合,引领视频网站进入1080P时代。实现“快传”功能,聚焦实景视频分享服务。2014年,携手杜比发新版移动端,成视频高保真播放标杆。随后爱奇艺又正式推出了4K超高清视频服务,大大提高了视频的清晰度,已生成有400多部4K清晰度的片库。

三、版权保护下视频网站的发展途径

(一)拓展多领域合作

版权保护既是视频网站发展的契机,但也为其带来了更加激烈的竞争环境。视频传播行业是高成本行业,无论内容的制作还是技术的开发,都需要巨额的资金支持。视频网站想要在竞争环境中立足,就要强强联合,拓展合作领域。合作既是资本的融入,更要有技术上、商业模式上互相互力。爱奇艺从创立之初起,就重视协作共赢的发展模式。2013年爱奇艺与TCL跨界合作,实现TV+。2014年携手“国微”,推出58元“直播+点播+互动”的融合电视盒子。与华为荣耀达成战略合作,推出荣耀爱奇艺X1。2015年与英特尔战略联盟,研发高效视频服务系统。正是全方位、各领域的合作才开启了爱奇艺“技术+内容”双驱营销时代。

(二)实现内容增值

单一的盈利模式已无法适应视频网站发展的趋势。对于IP产业链的开发成为各大网站探索的新领域。从各大视频网站公布的2017年资源单中可以看出,网络小说IP占据了很大的比例,天价购剧的现象仍然存在。虽然在短期内IP改编依然是市场所需,但是天价购剧的背后是否存在“产品泡沫”还未可知。在良莠不齐的市场中,如何像爱奇艺一样购买到具有开发价值的IP需要理性的判断,

一方面需要视频网站进行数据分析,另一方面需要对IP的开发进行完整全面的规划,不能盲目购买。IP的过度放大已成为既定事实,IP涨价、演员涨价、制作费涨价,IP改编的整条产业链都在涨价。因此要实现内容增值,完成从内容生产到输出的全产业链闭环。

(三)增强用户体验

视频网站要想提升用户对品牌的信任度和对产品的使用黏度,就要考虑用户的消费特征和需求,提供个性化的服务。2013大数据落地,为爱奇艺视频推出个性化服务提供了数据支撑。抓住用户观剧心理进行剧情介绍,在节假日推出主题视频内容,这些都是出爱奇艺对用户个性化需求的满足。2015年1月4日,爱奇艺为用户“私人订制”看片平台,上线个性化的电影频道。网络技术的发展和移动终端的普及必然推动视频网站向多屏合一转型,提升移动端的产品体验。

(四)转型发展战略

视频网站高价购买独播版权以及自制剧的出现一度让电视台与视频网站的关系陷入“冷战”状态,这种发展模式并不是良性的。如果内容制作方

和播出平台,卫视和视频网站能够联合起来面对观众和用户,也许会打开一个新的局面,“先网后台”的成功就是一条健康的发展道路,例如2016年开始在爱奇艺和东方卫视播出的《老九门》。爱奇艺工作室的创立更是为不同的内容开发展开了一条完整的产业链,每个工作室负责的项目各有特色且其节目定位涉及了各个年龄段的观众群体,对内容进行了系统化的分割。价格战仍是一场“混战”,视频网站之间的竞争更应该专注于对内容进行差异化的定位上而不是仅仅体现在价格的竞争上。当视频网站开始进行对内容的全新定位时,或许就可以进入一个新的阶段。

视频网站只有拥有百分之分的自主知识产权,才能永久发展下去并获得长久的胜利。在美国,影视行业已经发展出了一条由传媒集团控制的成熟的内容产业链,在整个庞大的内容产业链上,视频行业依旧只是其中的一部分。开发IP进行品牌革命,创作出属于视频网站本身的原创作品,重视网站技术和用户体验才是版权保护时代下视频网站未来的发展之道。

参考文献:

- [1] 百度百科,版权(百度词条). [http://baike.baidu.com/link?url=ejf-c8VI9ka2834xkOKD\]drNmFq1z7BeLHuv\]DcTv\]bWVIVeQC\]Hy6s8H9LA8Qaqq3MZ5m7bNRoT6ls-YVojzx9jxQVw6fP4wPXFR_4VYd8q](http://baike.baidu.com/link?url=ejf-c8VI9ka2834xkOKD]drNmFq1z7BeLHuv]DcTv]bWVIVeQC]Hy6s8H9LA8Qaqq3MZ5m7bNRoT6ls-YVojzx9jxQVw6fP4wPXFR_4VYd8q).
- [2] 田维钢,顾洁,杨蒙.中国网络视频行业竞争现状与战略分析[J].当代传播,2015(1):77-79.
- [3] 包丹沁.版权保护基准下视频网站生存困局及破局对策研究[J].艺术科技,2014(2):97-99.
- [4] 龚宇.版权对网络视频行业的意义和价值[J].传媒,2014(23):25-26.
- [5] 蓝齐.剧集分销模式不再吃香视频行业再现版权争抢[J].IT时代周刊,2013(3):48-49.
- [6] 谭梅.视频网站爱奇艺自制节目研究[D].乌鲁木齐:新疆大学,2015:1-62.
- [7] 苏江丽.我国版权产业发展的路径探析[J].宜春学院学报,2010(5):184-187.
- [8] 芦珊珊.视频网站自制栏目特点分析——以爱奇艺为例[J].出版广角,2014(24):100-103.
- [9] 丛立先.网络版权问题研究[M].武汉:武汉大学出版社,2007.
- [10] 杜向菊.从爱奇艺看版权博弈下视频网站的发展路径[J].视听,2015(9):121-122.