

编者按:继优酷土豆合并之后,百度旗下的爱奇艺和 PPS 的合并必将引发国内视频行业新一轮的整合潮。“网络巨头 + 专业性视频网站”,这一合并模式正在成为主流模式。

“网络巨头+专业性视频网站”

百度 3.7 亿美元全现金收购 PPS 视频业务

百度5月7日宣布3.7亿美元收购PPS视频业务,并将PPS视频业务与爱奇艺进行合并。这也宣告继优酷土豆合并后视频行业又一桩大的并购落幕。

爱奇艺 CEO 龚宇出任新爱奇艺公司 CEO,负责新公司统一管理。PPS 创始人张洪禹、徐伟峰任联席总裁,张洪禹负责技术产品,徐伟峰负责前项收入及创新型业务。值得注意的是,PPS 股东及另一创始人雷量退出。

据龚宇透露,在新公司中 PPS 原有股东全部退出,新公司不再局限于长视频业务,而将发力 UGC 内容。

龚宇强调,爱奇艺和 PPS 的整合调整重点在“人”,最多 30 天就能完成整合。合并后,爱奇艺也将涉足视频 UGC 业务,未来移动端爱奇艺和 PPS 的差异化或将根据用户来识别。

收购 PPS,百度只出钱

双方业务合并后,全平台用户规模、时长均达行业第一,爱奇艺将成为中国最大的网络视频平台。

但是,整个收购过程中,百度只是作为“财大气粗的大靠山”,只管出资 3.7 亿美元,并不参与爱奇艺和 PPS 具体的合并过程。

分析人士称,百度收购 PPS 与爱奇艺将独立分拆上市有关。“3.7 亿美元的全现金,也是全股收购,但是很快会有大量的期权分发给团队。即爱奇艺和 PPS 组合后共同的团队,因为我们不希望有任何分别。”爱奇艺创始人、CEO 龚宇在接受《国际金融报》记者采访时表示。

“网络视频是互联网领域最有投资前景的领域。”龚宇分析,“IPO 是爱奇艺一直的目标,与 PPS 合并后仍然是,但目前我们还没有具体的时间表,而且我们不需要与任何金融机构合作,因为百度提供的资金和大平台支持非常有力。”

“双方将调整内容采购、硬件采购,但核心业务几乎无整合。团队整合将只是实现资源的互补,基本不可能出现人员流失,因为爱奇艺和 PPS 的合并是非常 Match 的(匹配)。”龚宇对记者作出保证性的表态。

“早上就是媒体见面会正式宣布合并,昨天晚上我才收到短信,告诉我在合并后的新团队中的具体职位。”PPS 创始人之一徐伟峰当着记者的面,与爱奇艺 CEO 龚宇对视一笑,故意做了个打趣的表情。

“因为我们不在乎 title(职位),那只是印在名片上的几个字而已,我们真正关心的,是能不能为用户提供更好的体验,为客户提供更好的服务,能否推动整个视频行业往更高水平去发展。”PPS 创始人是,CEO 张洪禹对徐伟峰的话补充道。

PPS 股权全部退出

爱奇艺收购 PPS 为现金交易,原 PPS 投资方全部退出。

按照计划,PPS 视频业务与爱奇艺 30 天内打通。

龚宇指出,客户端的特征跟网页不太一样,客户端用户忠诚度相对高,使用爱奇艺 APP 和使用 PPS APP 的用户忠诚度都很高,但重叠很低,现在 PPS 是移动端市场老大,爱奇艺前三。两个客户端以后会共存,最重要的是争取更多市场份额。

“从团队来说,PPS 在客户端方面具有很强专业性,无论是 PC 端还是移动端的事,张洪禹一谈到深处,就让自己佩服得五体投地。爱奇艺团队在媒体方面、在网页技术产品运营方面、品牌广告注入具有优势,PPS 团队也需要强基因注入,共同来获益。”

目前 PPS 股东已全部退出,翻开这一页,新公司已为新团队准备足够多期权池,提供给新公司团队及合并后进入的优秀员工。

针对外界 PPS 高层将退出的传闻,徐伟峰强调,雷量作为创始人是自愿退出,也看到跟自己可能退出的传闻,徐伟峰明确表示,希望跟龚宇一起,只要龚宇不退休,自己也不退休。

龚宇和徐伟峰也分别就 PPS 前端业务未纳入新公司做出说明。龚宇说,视频行业核心价值在视频业务本身,所以此次交易主要内容是视频,不含前项收入业务。爱奇艺本身也有计划做前项收入的大规模扩张,也做过尝试,包括向用户收费,占广告收入比例仅 2%。徐伟峰则透露,PPS 前端业务将成立新公司,新公司会与 PPS 合作,但需要通过 PPS 购买流量。



◎5月7日,合并了PPS后的爱奇艺CEO龚宇(右二)及联席总裁徐伟峰(右一)张洪禹(左二)亮相发布会。

团队重合度仅 10%

合并后,新的团队包括原爱奇艺团队、原 PPS 团队,以及合并之后新进入的优秀员工。

对于合并后两个公司面临的整合问题,龚宇信心满满:“两个品牌的整合最多三十天足矣。”

在龚宇看来,双方整合的关键和重点在“人”。“不出现大的人员调整,变成团队稳定、持续发展的状态,就可以认为是整合完成了。”

据龚宇介绍通过与 PPS 一年多的接触,并最终完成收购,很重要的一个原因是爱奇艺和 PPS 双方有着共同的企业文化基因和价值取向,比如同为创业公司的激情和对创新的执着,这为快速整合创造了可行的客观条件。

此外,爱奇艺专注于长视频,而 PPS 专注于客户端视频,双方在业务上重合度低,互补性强,前爱奇艺和 PPS 的员工人数均为千人左右,龚宇称双方业务团队重合度仅为 10%,整合期间大规模裁员基本不可能存在,但人员少量的调整肯定存在。

“互联网公司每年 10% 以下离职率就属于极度优秀的企业,离职率 20% 到 30% 多属正常现象,所以就算整合中 10% 的人全调动了,也是属于互联网企业的正常范围,算不上大的调整。”

优势互补的合并

PPS 视频业务与爱奇艺合并,这是继去年优酷土豆合并、人人收购 56 网后视频行业发生的又一起并购。华兴资本 CEO 包凡对腾讯科技表示,视频行业规模效应相当重要,优酷土豆合并以后其他家老大和剩下几家差距明显拉大,这使得市场老大并购下来有必要。

这也获得龚宇的认同。龚宇指出,爱奇艺和 PPS 团队有两个要素,第一个要素是规模,第二个要素是移动终端,规模对于视频行业来讲非常重要。随着科技发展,这种规模是打通的规模,不局限于某一个平台,某一种终端,某一种形态,而是全部终端。只要开视频,不管是大的电视,小的手机、平板电脑、台式机还是笔记本电脑,都不重要。

从经营角度讲规模也同样重要,投入同样成本,如买一部热播剧两千万,一个网站如果播出两亿 VV,对应的是几百万个 CPM 广

告位,如果同样一部剧两千万,换另一家网站播出的量不是两亿,是六亿,显然一家网站的产品能销售广告库存产量就是前一家网站的三倍。做生意的人都知道,同样的成本产生商品的数量如果是三倍,就可以干很多事,可以打价格战或通过市场高占有率,获得定价权,去抢占市场份额。

龚宇说,过去网络视频集中在 PC 终端,现在移动终端市场占有率正迅速提高爱奇艺和 PPS 团队合并无疑可以同时强化 PC 端和移动端。据龚宇透露,新的爱奇艺未来移动端以 PPS 的形态为主导,爱奇艺和 PPS 在互联网电视方面会有一些布局。

爱奇艺 CTO 汤兴指出,爱奇艺和 PPS 合并能带来最大协同效应,具体体现在几个方面,第一成本快速下降。爱奇艺是全国数一数二的 CDN 提供商,在网页视频整个运营过程,通过各种调度,包括 P2P 技术把成本压得很低。PPS 拥有全国最大的 P2P 网络,合并后使得在低成本基础上给用户提供更清晰的 1080P 视频。

收入方面,爱奇艺有精准广告投放系统,故障率非常低。现在最大困扰是广告库存,广告量非常非常多,但缺乏更大流量去变现。PPS 有巨大的流量,有巨大用户群,和爱奇艺

合并会给新公司带来更大广告流量,让爱奇艺更精准的广告系统利用流量变现。

30 天之后将上马 UGC

UGC 是 User Generated Content 的缩写,意思是用户生成内容。指的是用户将自己原创的内容通过互联网平台进行展示或者提供给其他用户。

无论是 PPS 还是爱奇艺均是以长视频为主,合并后,新的爱奇艺公司(PPS 为爱奇艺子品牌)在坚持长视频的同时,还将发力 UGC 内容。据爱奇艺 CTO 汤兴透露,新公司的 UGC 内容将与百度贴吧深入合作,并将于一个月内公布合作详情。

龚宇表示,PPS 和爱奇艺均会涉足这一领域,未来是开设一个频道还是多个频道还在考虑中。当前的 UGC 内容并非真正意义上的 UGC 内容,大部分并非用户上传。UGC 未来成功的最大空间在于移动终端,这跟用户行为习惯相关,所以爱奇艺将做一些布局。预计整个市场需要一年两年甚至三年的时间,才会爆发性增长。

张洪禹指出,由于 PPS 的 CDN(内容分发网络)非常有限,审核非常有限,PPS 限制用户上传,每个用户只能上传一个视频,只有经过认证的合作伙伴每天可上传 15 个视频。即便如此,目前每天用户上传 PPS 软件上传视频大概有一万个视频,跟行业前两名相差并不大。

张洪禹透露,这些短视频很多跟生活相关,不一定是完全娱乐,广告价值不完全是贴片。未来百度中小企业这种广告和 PPS 现有垂直广告和垂直视频必然产生关联,会使得广告主和内容原创团队发生真正关系,这时候生态链就产生。

“UGC 未来想象非常大,现在 PPS 合作团队有接近一千个,这一千个团队专门在 PPS 上去生产一些半专业视频,有动漫、化妆、美食、旅游、科技,中关村在线就在 PPS 上开了一个专门介绍科技的视频频道,从现在的数量看,UGC 内容未来非常重要。”

1+1 能否大于 2?

一个值得注意的细节是,《国际金融报》记者发现不论是爱奇艺 CEO 还是 PPS 公司 CEO 或是任何其他现场的高管,几乎都不用“收购”这个字眼,而都以“合并”一词强调彼此的优势互补和团队的稳定。而“1+1>2”也是几位高管时不时挂在嘴边的字眼。

而就是这个被爱奇艺和 PPS 都反复强调的“互补”恰好成为行业对手和中立分析师最担心的地方。IT 行业资深分析师唐欣在接受《国际金融报》记者采访时表示,“合并最大的问题在于看不到方向,目前双方的运营模式,用户群完全是分开的,将来很可能也是各自作为独立品牌,独立运营。”

对此,爱奇艺营销副总裁王湘君向《国际金融报》记者介绍,“对于销售模式和营销产品,我觉得针对客户的不同需求,我们都可以有不同的产品,对于品牌客户更重要的是品牌的影响力和内容,可能这两方面我们都会去运营(指:两个平台既打通也分品牌针对性不同)。”

1+1 能否大于 2? 作为 PPS 老对手,视频企业 PPTV 的 CEO 陶闯表示,“两家移动端用户一定不可能是 1+1=2。优酷和土豆希望做到双品牌的定位来增加用户,目前效果不明显。”

陶闯分析,互补的具体方式是什么,同时怎样防止“互掐”将是很大的问题。“收购后如何建立内容差异化将是新奇艺的最大挑战,因为爱奇艺和 PPS 都是基于影视剧的长视频公司。移动端用户一般会安装几家视频 APP,如果内容同质化,用户也就不必要同时安装两个 APP 了。”

“网络巨头 + 专业性视频网站”是合并趋势

PPS 创始人之一的徐伟峰对合并表现出巨大信心,“我觉得几乎没有大对手。”徐伟峰分析,视频行业的后起之秀已经没有时间来抓住发展的黄金时间,而决定几家大视频企业之间生死的关键,是“谁能给用户最好的体验,而这正是 PPS 和爱奇艺历来擅长的地方。”

“未来视频行业的合并之风仍将继续,新浪视频、腾讯视频都将不断寻找合并伙伴。”IT 行业资深分析师唐欣对《国际金融报》记者分析,未来合并的模式将以“网络巨头+专业性视频网站”为主,因为网络巨头之间的合并占据了市场份额。

而影响了市场份额变化的根本原因无外乎盈利模式。对此,龚宇对《国际金融报》记者分析,行业的主要盈利模式仍将以广告为主要来源,但是前项收费比例将上升。既然广告作为收入的主要来源,作为广告收入决定因素的规模大小将具有重要意义。对此,龚宇坦言,“合并的第一追求就是规模效应,尽管规模大并不一定代表利润率提升。”

若爱奇艺 IPO 大获成功,将对百度有重大战略意义。目前百度缺乏移动互联网布局,传统的搜索业务由遭到奇虎 360 大举侵袭,这使得爱奇艺引导的视频业务成为百度在资本市场上“东山再起”唯一的出路。百度在 UCweb、新浪微博的入股上屡屡受挫,现在急需一个能够独立分拆上市的业务来重树资本市场的信心。在过去的 90 天内百度股价大幅受挫,股价已下跌 1/3,最低时已跌破 83 美元。(本报综合报道)

媒体评论:百度并购 PPS 的标杆意义

7 日,百度宣布以 3.7 亿美元收购 PPS 视频业务,并将 PPS 视频业务与爱奇艺进行合并。这意味着视频行业,或将迎来两大具有领先优势的网站:优酷土豆和爱奇艺 PPS。

之前,爱奇艺的总收入虽然已经不错,超过了搜狐视频、腾讯视频等竞争对手,但是在用户数等指标上远不及竞争对手。现在收购 PPS 后,融为一体的爱奇艺 PPS 将在用户基数、PC 及客户端时长等指标上,全面处于行业领先地位。双双都依赖并购整合的“视频双雄”由此确立。

虽然对于其他中小规模的视频网站而言,这次并购显然是一个不小的利空。但是,就视频行业整体来说,则能促进各家网站改进内容品质,利于行业竞争。而对于今后的视频业整合并购而言,百度并购 PPS 也具备一定的标杆意义。

最近三年来,移动互联和视频网站是

发展最迅猛的行业,而且视频已经成为移动端第一大应用产品。而百度虽然一直是搜索引擎的第一名,但是在这两领域显然“慢了一拍”,甚至渐成其发展的“短板”。像并购补齐“短板”比较迫切。应该说,像百度这样的技术性企业,涉足视频行业,并占据龙头地位,会带来不错的整合效果。

目前,“大互联网”业技术进步突飞猛进,与此同时,用户的新习惯和新需求也不断出现。对于移动互联终端最重要的视频网站,必须尽快走出目前的“粗放”阶段,进入以“技术主导”和“高品质内容”的新时期。仅从这点看,百度 PPS 的合作,业界应予以充分肯定。至于今后二者能否“结出”好果子,这是后话。

而对于收购者百度来说,是围绕搜索这一核心战略而进行的又一重拳。拿下 PPS,对于进一步巩固搜索领域的江湖地位,意义重大。实际上,百度最看重的应该

是 PPS 所拥有的高达 1000 万用户的移动端实力,抢占 PPS 的移动互联入口,最终目的还是为了捍卫搜索流量的地位。也就是说,只要是流量入口的平台,都是其投资的对象。

不久前阿里并购新浪微博,百度淡出竞购被业界视为“迟缓”、“纠结”,此次收购的尘埃落定,应该能给公众展示不少并购背后的深意:并购必须围绕核心战略新浪微博固然十分重要,但是对百度来说,还没有重要到必须拿下的地步,“只买对的,不买贵的”。

实际上,百度、阿里巴巴的这两次并购,很好地阐释了决定一家公司是否值得被收购的至关重要的因素,是这家公司被收购后是否有战略协同效应、是否具有巨大互补性,这也直接决定了出价的高低。(新京报评论员 倪金节)