

网络视频版权屡卖天价 自制内容成2014新看点

视频网站近期接连上演巨资抢购视频版权热潮,争相为2014年储备优质内容。为缓解内容成本压力,各大视频网站还集体发力自制内容,希望通过自制内容增强“造血”能力。自制内容也由此成为2014年网络视频行业的新看点。

视频业再现天价抢剧热

近期一些热门内容被各大视频网站拼抢,价格也持续攀高。如腾讯视频以2.5亿元价格拿下2014年《中国好声音》的网络版权;爱奇艺以2亿元打包价格拿下热播节目《爸爸去哪儿》与湖南卫视另外四档节目;PPTV聚力以约2亿元获得包括《非诚勿扰》等在内的江苏卫视旗下所有节目两年独播权;乐视网以过亿价格买下2014年《我是歌手》第二季独家版权……

当前视频市场一些热门内容受到企业追捧,这些内容的价格势必走高。对同质化严重的视频网站而言,斥巨资抢购独播内容在很大程度上显示出视频网站竞争激烈,如果没有这些独家内容,将很难留住用户。

艾瑞咨询认为,广告目前是在线视频企业最主要的营收来源,在线视频行业想要维持广告营收的持续快速增长,必须以优质且迎合大众口味的内容作为保证。

搜狐集团董事长兼首席搜狐视频CEO张朝阳表示,搜狐视频不久前刚以数千万元的价格签下电视剧。“这是市场告诉我们的价格,没有什么不合理的,也不是恶性竞

争。对现在的视频网络行业来说,最主要的还是要购买优质节目。”

在高价抢剧的同时,和以往版权联合采购模式不同,各大视频网站今年更倾向于独家买断和独播策略,坚持独家播出、不分销、不换剧、不赠送等。

借自制内容突围

为应对视频行业持续攀升的版权价格,一些视频网站开始尝试两条腿走路,一边高价购买版权内容,一边开始投入资金大力拓展自制内容,希望通过成本相对较低的自制内容来吸引用户,增强网站“造血”能力。

搜狐视频近期宣布,2014年针对自制内容的投入预计是2013年的2倍;自制内容将超越综艺,成为搜狐视频布局中仅次于电视剧的品类;自制内容也将成为搜狐视频首个实现盈利的内容产品线。“网络自制2014年将开比肩甚至超越卫视节目的时代。”张朝阳表示,2014年自制内容无论在投资、阵容、品质、播放、营收、影响上,都将在网络平台赶超卫视,自制内容预期将“大规模放量,高品质提升,强收视变现。”

人人公司旗下视频网站56网创始人兼CEO周娟日前在接受记者采访时同样表示,独播、自制将成2014年视频行业竞争的焦点,明年56网自制内容的投入将占整体内容成本的50%以上。“随着SNS社交网络的发展,中国网民特别是年轻用户越来越喜欢在网络上分享内容;另外随着4G牌照的发



放,也将化解移动视频之前面临的带宽瓶颈。因此可以预见,原创自制视频内容将很快迎来爆发期。”周娟称。

市场研究机构易观国际认为,相比综艺等节目,自制剧的相对投入少,但回报比较高,同时能够形成用户黏性,对于品牌推广和

差异化竞争,都比较有利。

专家表示,在国内网络视频领域,从2009年-2013年接连开启了正版元年、大剧元年、美剧元年、综艺元年。而随着当前各大视频网站争相发力自制内容,表明大家都已经看到自制内容爆发,预期2014年将成为引

金隅集团：“城市净化器”的转型轨迹

有“城市净化器”之称的金隅集团发动的一场转型升级战,正在给中国水泥、建材行业带来翻天覆地的变化。

根据集团“走出去”的市场化战略和“好水快流”的经营方针,通过一系列兼并收购,金隅京津冀晋晋豫“大十字”的战略布局效果初显。据董事长蒋卫平透露,从2009年上市截止目前,金隅资产总额翻倍已实现,销售收入也达到500多亿元,利润总额达到40多亿元,增长十多倍。

“过剩”产业重环保

10月初,国务院印发了《关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》,对化解钢铁、水泥等五大行业严重产能过剩制定了新的目标,并提出了一系列政策措施。这是我国第一份以国务院名义发布的化解产能过剩的总体方案。决策层的举措为市场提供了明晰的信号,化解产能过剩,已经到了攻坚的阶段。而今年以来频频袭击各地的雾霾天气带来的环保压力,对产能过剩行业来说,更是雪上加霜。在“两座大山”的重压之下,如何突围,成了水

泥、建材等行业面临的共同难题。

在蒋卫平看来,国企的责任高于一切。根据北京市《2013-2017年清洁空气行动计划》中提出的目标,到2016年,北京市累计调整退出1200家污染企业。按照该计划,金隅顺发水泥有限公司和金隅平谷水泥有限公司计划在2015年停产,但目前这两家工厂主要生产工序已实现了停产,今年年底将实现全部关停。水泥压产任务从2015年提前到2013年年底实现,减产水泥150万吨,每年可减少烟粉尘排放390吨。

蒋卫平还表示,为了使金隅更好地履行“城市净化器”的功能,水泥产业链还将实现“绿色延伸”,更进一步从源头上发力,打造“绿色矿山”。近年来,金隅集团不断加大对矿山的治理力度,经过几年来的治理,在河北鹿泉金隅鼎鑫水泥有限公司的矿山,就呈现出一幅开采规范、技术进步、绿意盎然、生态和谐的新面貌。该公司还制定并实施了建设“和谐矿山、绿色矿山、示范矿山、生态矿山”的宏伟目标,向“绿水青山”的目标迈进。

此外,在水泥窑无害化协同处理技术取得重大进展的推动下,一批利用该技术处置城市生活垃圾、城市污泥、各类非固体废物

的示范工程也实现了绿色崛起,清洁化的生产方式,一改水泥产业耗能高、污染重的传统形象。

北京市经济和信息化委主任靳伟日前在接受媒体采访时就表示,2017年全市水泥产能将削减到400万吨左右。他指出,保留的400万吨产能的水泥企业,主要用于城市的危险废弃物的处理,包括处理医院医药行业的一些医药垃圾,这是目前国家正大力推广的一项技术。

在节能环保问题已然上升为公共挑战的今天,金隅集团通过自身的转型升级,交出了一份令公众满意的答卷。

延伸产业重效益

延伸产业链是提高企业市场竞争能力的重要环节。作为典型的“两高一资”行业,水泥产业近年来一直备受“产能过剩”的困扰。毫无疑问,转变发展方式,加快转型升级是水泥行业减负解困的唯一出路。

通过业务板块的结构调整,金隅目前完善了水泥、新型建筑材料、房地产开发、物

业管理四大板块。多条腿走路的方式令金隅的效益不断攀升新的台阶。

在做好水泥、新型建材原有产业的同时,金隅依托建材制造业积累的优势,也在市场化的选择一些更好的退出与转型的机会。从北京转向全国,从建材转向下游乃至其他相关联的当行。

在房地产开发领域延伸方面,金隅的房地产开发业已发展为年开工面积500万平方米以上、北京地区综合实力最强开发企业之一和开发最早、项目最多、体系最全的保障

性住房开发企业。通过“走出去”寻找资源配置更合理与性价比更好的“价值洼地”,而“好水快流”则回避了大多数房企逆周期“囤地捂盘”的风险。金隅的低中高档楼盘,以可心的市场化定位、放心的优良品质、贴心的售前售后服务,满足了当今社会不同收入群体的保障型、改善型、自住型等不同的市场需求,也激活了集团科研、生产、商贸等整条产业链。

金隅还是北京规模最大的高档物业的投资者和管理者之一,共持有超过100万平方米的高档物业,管理着超过600万平方米的多种类型的物业资源。投资和持有的物业均

发自制内容质变的关键点。

打击盗版为盈利创造条件

目前市场上有200家获得视听牌照的网站,近1万多家个人小网站,数百个APP,以及各种各样的电视机盒子。而在网络视听产业高速发展过程中,同时也存在着低俗节目仍然存在、运营和内容成本过高,版权还不规范等问题。

其中,网络盗版被看做是制约视频行业健康发展的一大毒瘤。上海冠勇科技创始人兼CEO吴冠勇表示,一些盗版行为已从PC端转移到移动端,以及基于安卓系统、广电播控平台的智能电视、IPTV上来。对版权方而言,要做到面面俱到十分困难,维权难度增大。

如何保护自身版权成为每家视频网站重视的话题。今年11月中旬,优酷土豆集团、搜狐视频等联合中国电影著作权协会等版权机构启动针对中国和快播的反盗版联合行动,索赔由此带来的损失3亿元。

“视频网站现在大多都还不盈利,我们现在要联合起来把盗版打掉,否则有1/3的流量都去了盗版网站。”张朝阳向记者表示,因为大家花费内容成本是一样的,盗版会影响视频网站的盈利,打掉盗版以后可以让更多的网站更早进入盈利期。

专家表示,目前网络视频的竞争焦点已经移至版权上,此次多家网站和机构的联合维权,对我国版权保护意义重大,今后盗版视频网站将更加难以生存。

(来源:新华网)

从1988年至今,“菜篮子”工程已经走过了25个年头。有关测算显示,我国“菜篮子”产品产量已连续多年居世界首位,有效保证了城市居民的消费需求;基本形成了新型农产品市场体系,产销完全实现市场化;逐步引入金融、保险等风控手段,积极探索“卖难买贵”的解决路径。

年底临近,菜价最是关情。日前,国家发展改革委、商务部再次发出通知要求各地重视蔬菜保供稳价工作,建立“菜篮子”市长负责制考核机制,对蔬菜价格上涨幅度过大的城市要启动问责机制。

今年是“菜篮子”工程实施25周年。1988年,国务院批准在全国实施“菜篮子”工程,我国农副产品市场供应短缺局面开始改变。2010年,中央又作出了实施新一轮“菜篮子”工程的部署,要求统筹抓好生产能力、市场体系、质量安全、调控保障等多方面建设。据测算,我国“菜篮子”产品产量已连续多年居世界首位,目前约1.5亿人直接从事“菜篮子”产品生产,“菜篮子”产业总产值约4万亿元。

保生产:建好“菜园子”

随着城镇化的不断推进,部分城市城郊菜地建设弱化。未来,要充分利用城市近郊尤其是大中城市近郊资金、技术和信息优势,保证城市“菜篮子”产品供应

农业生产面积是基础。但随着城郊菜地不断减少,部分大中城市“菜园子”建设逐渐弱化,一些城市“菜篮子”产品自给能力有所下降。城郊蔬菜生产基地不断向远离城市的农区转移。据统计,2009年至2011年,35个省会城市、直辖市及计划单列市中有11个城

市连续两年蔬菜自给能力下降。随着城镇化率不断提高,城市消费需求明显增长,而城郊生产供应逐步下降,使得这些城市“菜篮子”产品供应的压力加大。

基于这一现状,各地纷纷通过建设“菜园子”保障“菜篮子”。以北京为例。为保障冬淡季蔬菜供给,北京大力发展设施农业,重点建设日光温室。2008年以来,北京对新建的符合标准的日光温室每亩补贴1万元至3万元。6年来,市财政共投入约30亿元,发展设施农业20余万亩。目前,北京市蔬菜、肉类自给率保持在30%左右,禽肉、鸡蛋、鲜牛奶自给率保持在60%左右。北京市农业局畜牧处处长梅克义告诉记者,30%的猪肉自给率意味着一旦遭遇交通中断等特殊情况,至少有半个月的应急保障能力。按照规划,到“十二五”末,北京蔬菜用地保有量要提高到70万亩,在京郊建设一批“菜篮子”产品的应急保障基地,实现“囤菜于田”、“存肉于栏”、“存鱼于塘”。

“从经济布局看,虽然在城市近郊淘汰一些高污染、低附加值的种植养殖生产是必然趋势,但产销分离会增加鲜活农产品的流通损耗,弱化保障和应急调控能力。因此,充分利用大中城市近郊资金、技术和信息优势,稳定其鲜活农产品自给率,尤为迫切。”农业部市场司司长张合成说,对于主产区要进一步加强规模化种养基地建设;对于大中城市重点是确定“菜篮子”产品生产用地最低保有量,确保一定的生鲜食品自给能力。

沉甸甸的“菜篮子”

促流通:管好“菜摊子”

我国已基本形成以批发市场和集贸市场、传统业态和新型业态、有形市场和无形市场相互补充的新型农产品市场体系,买全国、卖全国成为一种常态。

“菜篮子”产品是我国市场放开最早的农产品。目前,全国“菜篮子”产品的产销已完全市场化。据统计,目前全国共有农产品批发市场4300多家,其中亿元以上农产品批发市场超过1600家,通过批发市场交易的鲜活农产品占总量的70%左右,批发市场已成为我国城乡农产品流通的大平台。

但“菜篮子”产品数量大、易腐烂、附加值低,流通有特殊性,对冷链物流要求较高。在推进“菜篮子”市场化进程中,农业部积极支持各地农产品产地批发市场建设和升级改造,并在2012年启动国家级农产品专业批发市场建设,使其成为价格发现和集散中心,增强产地集散能力。

同时,各地也积极探索直营直供、车载车售等蔬菜零售新模式,解决蔬菜供应“最后一公里”问题。武汉市“蔬菜直通车”、“电子菜箱”、社区蔬菜便民店等三种流通新业态覆盖全市580个社区,销售价格比周边市场低10%至20%。如今,全市所有批发市场都配备了比较完备的分拣、加工、检测、信息发布、电子结算、计量等设施,现代化程度得到大幅提升。

为促进流通,国家出台了鲜活农产品运

输“绿色通道”政策。目前,享受“绿色通道”优惠政策的《鲜活农产品品种目录》共包括新鲜蔬菜等5个大类、24个分类、146个具体品种。交通运输部近三年累计免收鲜活农产品运输车辆通行费近500亿元。许多大中城市对生鲜农产品配送货车发放特别通行证,确保24小时进城畅通。

总体看,我国已基本形成了以批发市场和集贸市场、传统业态和新型业态、有形市场和无形市场相互补充的新型农产品市场体系。依托这些流通渠道,“菜篮子”产品买全国、卖全国成为一种常态。

稳价格:服务“菜篮子”

专家建议,继续健全调控机制,改进城市价格调节基金的使用办法,加大对生产者的直接补助力度,积极引入金融工具。

我国“菜篮子”工程取得了举世瞩目的成就,但同样也面临着不少新挑战。除了部分大中城市“菜篮子”产品自给能力不足、生产组织化程度偏低之外,部分“菜篮子”产品价格波动频繁也不可回避。

近年来,部分地区的个别“菜篮子”产品价格大起大落,农民“卖菜难”和市民“买菜贵”现象并存,区域性、结构性、季节性农产品滞销时有发生。据农业部监测,截至目前,全国“菜篮子”产品批发价格指数达到198.04,比2000年翻了近一番,其中蔬菜、牛肉、羊肉的批发价格指数比2000年翻了约两番,猪肉

批发价格指数涨跌幅度达到2倍至3倍,价格波动较大。

为稳定蔬菜价格,各地纷纷探索平抑风险的路径。以上海为例,从2010年开始,上海把蔬菜生产供应工作列入区县考核内容,市财政每年安排专项资金用于绿叶菜上市量的挂钩奖励。“尽管上海是全国消费水平最高地区之一,但蔬菜价格指数在36个大城市从高到低排列居20位之后。这与绿叶菜保险的探索密切相关。”上海市农委总经济师王国忠介绍,今年“夏淡”青菜成本价格保险承保127万亩,赔付金额780万元。上海根据历年夏季绿叶菜产量确定蔬菜亩均产量。保险产量按亩均产量的70%计算,保险费率为10%。“以青菜为例,亩均产量2000斤,保险产量为1400斤,单位成本为每斤0.72元,保险金额为1008元,每亩交保费1008元。”

事实上,近年来,有关部门不断创新价格生成和保障机制。税务总局在免征蔬菜流通环节增值税的基础上,又将免征范围扩大到部分鲜活肉蛋产品。证监会积极推动鸡蛋等“菜篮子”相关期货品种上市。保监会完善蔬菜保险产品,开展了价格保险和收入保险等试点。

“做好‘菜篮子’工作,既要考虑城市居民的消费需求,又要关注农民持续增收,二者不可偏废。”农业部市场司司长张合成说,要健全调控机制,尽快建立鲜活农产品市场调控目录制度,改进城市价格调节基金的使用办法,加大对生产者的直接补助力度。同时,也要积极创新“菜篮子”产品保险、信贷、期货等金融工具,探索以较少的财政资金撬动更多的社会资本投入“菜篮子”工程建设。

(来源:新华网)