

Companies

融资可能性几乎为零 过半视频网站计划裁员

近一个月来,从风险投资到新媒体行业研究员,对中国视频网站的质疑声纷起。

2008年初至今,该行业投资事件仅有6起,投资金额也大不如前,与去年投资火热时期的差异可谓霄壤之别。

相比往日的热闹气象,对还处于“烧钱”阶段尚未自主“造血”的视频网站而言,经济大幅降温致收入不敷出的现实显然是悲哀和残酷的。

“单就视频网站领域来说,我认为未来三年内想要实现融资的可能性几乎为零。”土豆网 CEO 王微也承认,“现在想融资,基本上比以前要多出10倍甚至20倍的难度,而对于一些商业模式不清晰的企业,则根本是不可能融到资的。”

冬天已经到了,视频网站的春天究竟还有多远?

◎本报记者 张韬 实习记者 王昀

视频网站掀起裁员大潮

近年来,过热的风险投资几乎是推动中国视频网站如雨后春笋般崛起的唯一力量。艾瑞咨询此前的报告称,整个网络视频盈亏平衡只有1%,99%的视频网站都处于亏损状态。但在几乎无一不是借钱开办的状况下,2003年至今国内视频网站已吸引风险投资总金额超过20亿人民币。这固然是对视频网站发展前景的肯定,但过度的繁荣亦是后来危机的伏笔。

曾几何时,强势的资金推力,再加上奥运契机,大小视频网站纷纷发出豪言壮语,现在看来,是那么的切不实际。六间房网曾声称要比 YouTube 更伟大,如今却突然传出裁员六成的消息。今年9月的

第七届互联网大会上,爆米花 CEO 赵品红表示:爆米花要做成赚钱最多的视频网站,目前盈利状况很好。”可仅仅过了四十余天,媒体便纷纷爆出爆米花为“过冬”而裁员过半。

据一位业内人士透露,全国200余家视频网站中,有裁员计划的公司超过半数。而裁员的主要原因在于视频行业的“烧钱”属性在互联网行业首屈一指。

但是,裁员对于“烧钱”的视频行业而言,似乎并不能解决多大问题。优酷 CEO 古永鏗介绍说,对视频网站而言,最大支出项并不是人力成本,而是服务器与带宽等硬件投入。视频网站运营成本中,服务

器与带宽投入占70%,另外30%才是人力资源及其他成本支出。

此外,视频内容的购买成本也不可小视。虽然各公司在此项业务上的开支差异很大,但重视版权保护的公司绝对会支付更多。特别是奥运会、世界杯、NBA 等大赛事的版权,有些公司不惜血本争取,在难以获得持续融资的情况下,它们的现金流很紧张,于是,节流裁员在所难免。坊间甚至传闻,有一些视频网站甚至暗地里退掉所买的带宽,以削减居高不下成本。

不过,也有分析人士指出,现在进行裁员是正常的,有利于规避更大的风险,只有熬过冬天的视频网站才有可能发展壮大。

融资比以往难 10-20 倍

自从视频网站一夜间集体出现后,它就被认为是眼下最容易倒闭的四类网站之一,其余三类网站分别是 SNS 社交网站、生活搜索和网页游戏。人们普遍认为,受金融危机影响最大的是资金不充裕的互联网公司,这四类网站往往烧钱太快却又缺乏成功的盈利模式。

据调查显示,今年第三季度,中国创投市场投资案例数量已大幅下滑,回落至 2006 年的水平。

在资金匮乏的情况下,视频网站能否继续生存变得扑朔迷离。视频行业的裁员大潮已经在节约成本上跨出了一步,而为了谋求生存,纵横合并也成为出路之一。

日前,业内先是传出了优酷网要与土豆网合并的消息,继而又传出了优酷网和酷 6 网合并的消息,尽管相关网站的负责人对这些消息不置可否,但是,无风不起浪,消息产生并广为传播的本身已经透露出来,视频网站“缺血”严重,快坚持不下去了。

而最新消息显示,在资本方的撮合下,琥珀网近期将整合 Mofile 视频网站,这是视频领域的第一个

整合案例。在琥珀网和 Mofile 的风投名单中,有一个共同的名字——MySpace 创始人布拉德·格林斯潘旗下投资机构 BroadWebAsia (BWA)。此次两家网站合并,BWA 的意见起到了决定作用。

琥珀网 CEO 厉希皓也表示,两家网站确实可以互补。两家企业合并后形成的价值组合将为视频网络带来更大的发展空间和机会,我们将通过技术手段有效节约带宽成本,同时全线进军娱乐行业。”

分析人士指出,随着投资机构成本缩减欲望越来越强,不少机构都在考虑对旗下投资的同行业公司进行合理整合。琥珀网和 Mofile 的合并只是一个开头。除了视频网站可能在 VC 的撮合下抱团取暖外,也不排除被搜狐和新浪等几大门户网站收购。毕竟,很多视频网站的创始人和这些门户网站渊源很深。

根据风险投资的惯例,一个项目一般至多进行4轮融资,超过3轮还看不到盈利希望,VC 往往转手卖掉,或者弃之不理。而目前的优酷网、土豆网已经完成了第4轮融资。换言之,即便没有金融危

机,VC 们依惯例也很难再出手了。何况在金融危机面前,VC 们早已自身难保。

不久前,全球最大的 VC 红杉资本公开宣称,金融危机使得红杉资本的合伙人损失了几十亿美元。面对巨额的损失和不确定的未来,红杉资本对其所投资的所有公司的 CEO 发出了近乎不近人情的公开信,信中警告说:现金比任何事情都重要!甚至包括你的母亲!切记!来自土豆网的数据显示,今年1月份以来,50%投向中小视频网站的风投已开始“断供”。如果说,“缺氧”的企业还可以通过减缓新陈代谢来过冬的话,那么,“缺血”的企业如果没有后续血液补充的话,可能就再也看不到春天了。或许是生不逢时吧,市场只给了视频类网站两年的“摸石头”的机会。

一位不愿意透露姓名的业内人士向记者表示,两年多来,视频类网站探索了无数种盈利模式,并且为了叫出视频网站的春天,各自采取了最有利的统计口径算出自己已经“率先”实现了盈利。不过,对于圈内人而言,大家其实都心知肚明,这些宣称一是为了震慑“敌人”,二是为了鼓舞 VC。”

而王微更是一语指出,单就视频网站领域来说,我认为未来三年内想要实现融资的可能性几乎为零。现在想融资,基本上比以前要多出10倍甚至20倍的难度,而对于一些商业模式不清晰的企业,则根本是不可能融到资的。”

至于资本寒冬对于视频网站的影响,一家美国风险投资合伙人向记者表示,资本市场的萎靡,对我们的最主要影响就是上市的时间,比如原来定今年年底前有5家公司要上市,现在要推迟到明年。”

美国风险投资协会表示,VC 投资科技公司的唯一目标在于,推动小型科技公司上市或者被收购,目前金融市场的动荡导致上市难度加大,至少将在未来6个月内对小型科技企业产生影响。

不过,古永鏗延续了以往的乐观:在资本方面,最近仍有实力雄厚的财团明确向我们“示好”。我觉得国内视频网站的市场在集中,整个环境更干净了,生存下来的就将是胜者。所以,环境越严酷,“巴菲特”们看得越清楚。但对于优酷的上市计划,古永鏗并未给出明确回复:先做好手头的事情,解决盈利问题才能再谈上市计划。



明年视频行业洗牌加速

业内人士透露:视频行业内的恶性竞争只是一方面,而门户网站从奥运会开始就加大了视频领域的投入,并获得了不错的流量成绩,这是视频行业受冲击较大的一方面。2009年,视频网站平台将会大规模重整,而琥珀网并购 Mofile 仅仅是行业洗牌的开始。”

不过,从目前的网络视频发展来看,不论是 P2P (点对点传播)网站,还是 UGC (用户上传视频内容)网站,它们的竞争愈发激烈,已产生了明显的寡头格局。古永鏗认为,在资本寒冬到来之际,行业的自我更新速度会加快。

古永鏗称,未来视频行业内能够真正存活并最终上市的企业只有一至两家。王微也预测,2009年的视频网站将迎来一轮洗牌,在这个行业里,一是受金融

风暴的影响,规模过小的企业将遇到速效困难的瓶颈,二是相对较高的成本也会让一些面临着倒闭的危险。其实视频网站现在的竞争格局已经初现明朗,我觉得最大的竞争对手可能会是门户网站。”

现在的视频互联网很像 2000 年纳斯达克泡沫时期的图文互联网。古永鏗说,只有那些心态好、有眼光的投资者,才能与企业共同渡过难关。

走过冬天,将风景无限,因为互联网正走在 8 年一轮回的节点上。古永鏗说,每过 8 年,互联网行业就会发生革命性的变化。中国互联网商业化起始于 1998 年,从 1998 年至 2006 年是图文互联网的时代;至 2008 年发展到顶峰,媒体娱乐、通讯 (主要指即时通讯)、电子商务、搜索等应用服务,商业模式从无到有,直至峰值;

在 2006 年,视频互联网出现,经过两年的发展,从 2008 年开始,将是视频互联网的时代。”

古认为,客观来看当年,如果当时第一代互联网没有遭遇“资本冬天”的话,竞争环境可能更复杂。资本市场一关掉,很多公司活不下去了,反而让整个营销市场特别干净,优胜劣汰,大浪淘沙。”

古永鏗称,因为经营状况的问题,目前不少视频网站都在退带宽,使得电信环境的供需发生巨大变化,更有利于“幸存者”。另外,关于成本这一块,2009 年我们的流量就不可能像 2007 年涨 20 多倍,肯定要放缓。所以服务器也不用加了,带宽的速度要放缓,成本是在减少。我们已经有 55% 的市场份额了,以后能够发展的空间其实就是跟着互联网发展了。”

新闻视频将成发展主流?

在融资难以为继的情况下,2009 年视频分享网站如不能实现盈利,将可能面临出局的危险。时至年末,各大视频网站已迫不及待地提前打响了营销大战。

新浪执行副总裁陈彤预言:虽然国内视频网站面临非常严峻的形势,但是严冬仍然带来了极大的发展机会。2009 年,视频行业仍然是群雄争霸、逐鹿中原的格局。”

12 月 2 日,优酷网正式推出视频新闻频道。此前,优酷网刚刚升级了重金打造的“合计划”,而优酷新闻”的上线是“合计划 2.0” 改写中国电视剧产业后再次战略出击的“第二波”。更早前,酷 6 网高调宣布要成为一个彰显自己价值观的主流媒体,相当于视频门户的新浪、搜狐。

事实上,国内视频网站在营销压力之下,已经开始纷纷朝媒体化发展。

对于网络视频未来的模式,陈彤对比国外视频网站 HuLu.com 的模式称,国内视频网站走类似正版、原创的路线不好走。因为国内比较高质量的内容来源很少,成本也很高。由于新闻类视频质量较高,数量

较多,成本也比较低,未来将是视频网站主要发展方向之一。”

面对外界“是否与门户网站形成正面竞争”的疑问,出身于门户网站的古永鏗表示,视频网站在产品、视角以及营销模式上不同于门户网站,优酷新闻”不会按照门户网站的模式来运作,所以也就不会与门户网站形成竞争。在内容方面,优酷新闻”将主要依靠全国几十家主流媒体,这部分内容将占据总内容容量的 70% 左右。此外,优酷新闻”还会吸收一些用户自行制作的内容,以社会新闻为主。

王微则坦承,门户做视频有自己的先天优势。一是没有太多的资金压力,毕竟资金来源可以依靠别的途径;二是固定的客户群体也可以带来一定的人脉。

陈彤认为,未来视频行业参与者,主要是垂直类视频网站以及门户网站。由于垂直视频网站不是上市公司,没有财务压力,整个公司可以很专注地发展视频业务。这样的专注对于门户来说,虽然很奢侈,但是门户网站具有成熟的媒体体系,具有强

大的整合能力。其实,奥运期间新浪网已经凭借奥运视频获得超过 1 亿元广告营收。明年年底将会有一两家网站优势逐渐明显。由于门户网站的诸多特别是资金和品牌的优势,类似博客那样的视频寡头现象很可能再次出现。”

不过,对于视频网站进军新闻视频领域,风行在线 CEO 罗春江表达了不同的观点:对于视频行业来说,专注是一个非常重要的法则。每个企业都有一口属于自己的井,关键看自己是不是把自己的那口井挖得足够深。有的视频网站大搞多元化,UGC、资讯、点播无不涉及,但我认为与其到处掘井,不如把一项业务做到极致,总有一天会出水的。”

对于搜狐、新浪等门户网站加大对视频领域的投资,罗春江认为,门户网站和电视媒体来做视频是件好事。更多的人参与进来,将营销推到了一个新的高度,令整个视频行业得到长期发展。而且,这令更多广告主接受视频推广,有利于完善整个行业的产业链。”

明年或成行业营销的春天

尽管冬天已至,大环境不容乐观,但业内人士认为实际情况并非外界想象得那么糟。中国互联网络信息中心 CNNIC 最新统计报告显示,中国网民规模已居世界第一,达到 2.53 亿人,而视频用户的规模更高达 1.6 亿。可以说,国内众多白领已经逐渐习惯借助网络视频来替代传统电视,这将是巨大的消费变化趋势。同时,越来越多的广告主开始对网络视频广告产生兴趣,并将这部分预算正式纳入企业营销计划。

罗江春分析道,视频行业在前几年不是很务实,可以说是准备期。现在是真正看口袋里花销的时候。2009 年是真正开始比拼收入、考验运营能力的时候。竞争才刚开始,而且,越早盈利越安全。用活钱去买大量花钱的东西,用死钱投入市场研发和培养人才当中。”

古永鏗对于视频行业冬天则有另外一番解读,没有冬天就不会有春天,如果没有这次的冬天,视频行业的营销春天或许

会更晚到来。资本的冬天让市场更集中,对于广告客户、合作伙伴甚至于用户来讲,视频的选择也就更集中,代表了整个行业的营销价值会更快地体现。本来我是这么预言的,2009 年是视频营销业务方面发展势头非常好的一年,而因为这次金融危机的到来,会把这个机会更集中化。正如投资界的一句名言:Flight to Quality,意思是说,股市动荡的情况下,人们会更追逐和趋近高质量。”

相关统计显示,中国目前有 2000 亿电视广告市场,但互联网广告只有 100 亿。其中视频网站广告发展潜力更为庞大和诱人。艾瑞数据显示,2006 年网络视频广告规模为 1.7 亿,2007 年达到 4.1 亿。分析师预计 2008 年增速将超过以往。

古永鏗向记者分析了为何 2009 年是视频营销春天,“因为很多‘噪音’,中小公司都倒闭了,所以领先者反而从营销角度有了一个更干净的环境。而寒冬将使得广告主选择视频与电视互补的推

广方式。”

古认为,如果从传统营销,比如从电视营销中缩减一部分预算投入到视频营销,因为网络视频是与电视最相似的媒体,所以互补局面就出现了。而说到投放效果,曾经有人比较过,在电视台是千万级甚至高达亿级的广告投放,在视频网站则是百万级的广告投放,用十分之一的钱投放视频平台,大约能得到电视投放接近三分之一甚至一半的效果,这很划算。

不过,预测中的营销春天是否能给视频行业带来盈利的喜讯呢?王微保持了一贯的审慎小心:今后两年视频网站必须证明能够盈利。即使做不到收支平衡,也要让大家看到收支平衡是可见的。虽然视频网站还没有盈利,但土豆网的数据显示,来自视频广告的收入正在迅速上升。业界外传的营销 1 个亿,只能说是很小的数字。非常保守的估计,2009 年土豆网取得至少两倍于今年的营收完全没有问题,在两年内即可实现盈利的目标。

