

视频网站该不该收费？

任晓宁

近日,迅雷推出了向用户收费的“红宝石影院”业务,这使得风波不断的视频网站领域又掀起了新一轮纷争。据悉,“红宝石影院”提供收费的高清影视内容,一期推广高清下载,二期将推广高清在线观看。目前迅雷高清下载业务已经开始试运营,一部电影收费大约1元到2元,高清在线观看的收费项目也将成为现实。

迅雷收费之举,一石激起千层浪,有网友在其官方论坛表示绝对不会购买收费电影,而其他视频网站则对收费问题表现出谨慎的态度,但他们同时表示并不排除以后收费的可能。在免费的互联网大环境下,视频网站为何会收费?而收费又能否得到用户的认可?

带宽、版权费成两座大山

“成本压力、竞争压力和赢利的需求,使得视频网站收费成为可能。”易观国际新媒体分析师唐亦之说道。

据了解,带宽是视频网站的首要压力。“如果你在一家网站看视频,视频一直卡着不动,你肯定不会选择它。”据唐亦之介绍,带宽至少占视频网站支出费用的50%,国内几家大型视频网站每月在带宽上的支出都在千万元以上。

为了解决被诟病已久的劣质画面问题,现在的视频网站纷纷追逐高清视频,据央视网工作人员透露,近期央视热播剧《老大的幸福》就因为流量过大给央视网带来带宽压力,网站只好采取限制高清视频的措施,以保障视频的

流畅。当用户习惯高清之后,低清视频网站的结果可想而知,为了确保竞争力,视频网站不得不进一步拓展带宽,成本压力就会随之增加。而带宽之外,增长速度越来越快的版权费也让视频网站大叫头痛。

在版权问题没有被提上案头之前,视频网站以分享为主,网友可以上传自己喜爱的剧集,视频网站只需要关注流量,主要任务是保证视频的流畅。而现在,视频网站显然不再有这样的好日子。国内版权市场逐渐规范,版权已经成为每一家视频网站必须考虑的部分,以前不用花费太多心思的内容资源,现在演变为成本。

有关数据显示,近一两年之内视频版权价格飞速上涨,热门电影首播权一年前报价为10多万元,现在则涨到180万元到200万元。普通非独播剧的价格上涨10倍以上,而独播剧、首播剧的价格更是惊人。据土豆网透露,其购买的电视剧《神话》的网络版权费在百万元以上,而前不久盛世骄阳以每集20万元的高价购买了《红楼梦》。

事实上,视频网站的烧钱已是人人皆知。现在,网络带宽资源没有改变,风投融资难,又增加了大量版权费用的投资,对视频网站来说,可谓难上加难。

“版权监管严格致使视频网站运营成本增加,因此在拓宽收入模式上他们会更紧迫。”艾瑞联合总裁阮京文认为,2010年视频网站将会拓展收入渠道,赢利模式将更加多样化,也会有更多网站尝试向用户收费。

“2010中日版权保护交流活动”举办

本报讯 (记者马霞)为发动各行业打击侵权盗版和非法下载,全面提升消费者知识产权保护意识,动员全民抵制盗版和非法下载,由中国音像协会、中国版权协会和日本内容产品海外流通促进机构(CODA)共同发起的“2010中日版权保护交流活动”日前在京举行。

会上,中国国家版权局版权管理司巡视员许超介绍了我国政府对海外作品的保护政策和措施。他说,在版权保护方面,中国除了司法救济之外,被侵权人还能寻求行政救济,即向主管版权保护的各级行政机构进行投诉。

广纳中文文献 服务汉学研究

——访德国柏林国家图书馆东亚部主任马蒂亚斯·考恩

新华社记者 韩 墨 报道员 周谷风

“德国柏林国家图书馆拥有欧洲最大规模的中国和东亚文献馆藏,我们一直把协助东西方学者便捷获得汉学研究资源视为重要的社会责任。”柏林国家图书馆东亚部主任马蒂亚斯·考恩在接受新华社记者专访时说。

柏林国家图书馆不仅是德国最大的综合性图书馆,也是欧洲馆藏最丰富的东亚文献资料库,每年接待大批来自世界各地的东亚问题研究者、访问学者和教授。

考恩说,中文馆藏、特别是中文数字文献丰富是柏林国家图书馆的重要特色,既有甲骨文的珍贵资料,也有近几个月最新出版的中文图书。“即便与美国哈佛大学、斯坦福大学的东亚图书馆比,(柏林图书馆)东亚部的藏书量和文献多样性也毫不逊色……绝大多数学者都可以在这里找到自己需要的东西。”

据统计,东亚部印刷书籍馆藏为120万册,数字图书总容量达到40TB,其中学术期刊文章2800万篇,各类电子书近100万部,相当于储满400个容量为100GB的硬盘。

考恩说,与其他国家相比,柏林国家馆是最早系统收集中国文献的图书馆之一。“管理层很早就意识到中国研究的重要性,并且得到德国科研资助机构德国研究协会(DFG)的经费支持,从而使汉学文献的收集及数字化成为可能。”

目前,中国已采取多项措施打击盗版,如连续几年开展“全国打击网络侵权盗版专项治理行动”等。

日本经济产业省商务情报政策局媒体内容课课长信谷和重说,在促进网络商务方面,关键在于中日两国的相互配合,创建没有侵权行为的洁净环境。他透露,针对互联网P2P业务,日本已开发一些新技术预防盗版交易,今后还会普及公开。日本唱片协会会长石坂敬一表示,日本内容产品海外流通促进机构与中国国家版权局保持着密切的信赖关系,对在中国出现的侵权行为,坚持互相协商的配合体制。

小规模收费意在探测市场

事实上,早在2005年兴起之初,视频网站都以收费为主,但很快收费网站在免费网站的冲击下纷纷倒闭。时过境迁,现在的视频网站与几年前的混战大不相同,以优酷、土豆为首的視頻分享网站与央视为首的网络电视台都已做立行业顶端。有关人士指出,也许当实力足够时,视频网站将重提收费话题。

据统计,截至2009年年底,网络视频用户规模达到2.4亿,较2008年年底增长3844万,占所有网民总数的2/3,若是能够收费,对视频网站无疑是一大笔收入,但收费的前提是用户的接受。

对于迅雷的收费业务,有网友大唱悲歌,认为这意味着视频网站免费时代的终结。还有网友认为,在免费的互联网大环境下,谁第一个收费谁就第一个倒下。

唐亦之并不认同这样的看法。“因收费而使自己倒下,我认为不会有任何一家网站会笨到这种程度。”唐亦之分析认为,收费不可能成为主流,但必然会作为

一种补充形式。收费是视频网站在赢利需求下的探索,即使收费,也只是针对一些特定用户的需求,不可能全部内容都收费。

“现在的收费是在培养用户市场,小范围收费会测试出用户网站的接受度,从而为以后的推广提供经验支持。”阮京文认为。

收费，会是一剂灵丹妙药吗

对于视频网站来说,收费是一个慎之又慎的话题,当问到收费的话题时,很多网站的第一反应就是“我们不会收费”。但收费并不意味着“绝杀”,据了解,有数家网站已经实行过收费业务。

据业内人士分析,视频网站的收费有两个方面,其一是独家优质的内容,其二是用户的无障碍体验。视频网站的收费模式一直都在探索中,但因为网络视频的免费资源丰富,竞争激烈,各视频网站的收费探索都很低调。

“网络视频独占性不强,除非内容极其具有竞争力,否则规模化收费很难形成。”阮京文表示,免费已成为大环境,目前视频网络受众的收费接受度普遍不高。



去冬今春以来,云南遭遇百年一遇的严重干旱。目前,云南各地采取多种措施全力抗旱,各级党委政府组织群众抗旱保民生、保生产,努力开辟抗旱水源的挖潜增蓄,切实加强用水管理。目前全省已投入各级抗旱资金23亿多元,组织1100万人投入抗旱救灾,抗旱减灾救灾各项工作正有条不紊地进行。图为云南省宣威市热水镇的村民在排队取水,当地党委政府每天都组织送水车送水。 新华社记者 简以光 摄

“你家有钱吗?”“我家是开厂的,在上海有3套房子……”凭借着潮流服饰和“80后”“90后”热辣、现实的人生观、价值观,《我们约会吧》、《非诚勿扰》两档真人秀节目迅速成为收视热点,尤其是后起之秀《非诚勿扰》,其播出10期后收视率已达2.61%(该数据来源是央视索福瑞34城市快速监测)。此前,打破综艺节目收视率不超过2%魔咒的,只有湖南卫视10年不倒的王牌节目《快乐大本营》。具有丰富体验感的真人秀节目正在内地发挥它继“超级女声”之后的新一轮的收视魔力。

然而,这两档略有雷同的节目有一个共同的“母亲”——英国Fremantle公司的电视交友节目,《Take Me Out(跟我约会吧)》。不同的是,湖南卫视与该公司正式签署了国内版权独家引进协议,而江苏卫视则是一个没有出生证明的“私生子”。电视版权引进—复制—同质化的怪圈仍在上演,国内综艺节目的未来究竟在哪里?

“电视红娘”再上马:火了

十多年前,以《玫瑰之约》、《非常男女》等为代表的一批节目掀起了一阵“电视相亲”热,不过很快就因缺乏新鲜感而惨淡收场。2010年,湖南卫视《我们约会吧》、江苏卫视《非诚勿扰》陆续开播,一个由湖南卫视综艺一哥何炅主持,另一个由江苏人气火爆的新闻主持人孟非当家。“多女选一男”的猎奇心理和大胆敢秀的猛言疯话,让两档节目的收视率扶摇直上。

卷土重来的相亲节目究竟火爆到什么程度?据《非诚勿扰》的“月老”孟非透露,该节目的报名人数多到难以计算,“如果按照现在的播出密度,能排到2012年。”

在节目中,形形色色的男选手落入了一帮挑剔女的手中,如同上演猫和老鼠的游戏。此外,由于参加节目的女嘉宾大多为“80后”“90

后”,她们在节目中表现出来的行为方式也更张扬、自我。节目中,一位男生身材偏胖,相貌也很一般,好不容易过了一关,一位女嘉宾说:“看他那样子,我怎么就那么想扁他。”男生面露尴尬,另外一名女嘉宾则继续讽刺说:“看见你吧,我就觉得我来节目只是一场游戏一场梦,现在梦该醒了。”因为语出惊人,许多参加节目的男、女选手成为继“选秀明星”后出现的草根“相亲明星”。

但是,因为选手个人特色太过鲜明,越来越多的观众开始质疑相亲节目实为“秀场”——作秀的成分多过相亲。譬如被网友称为“史上最刻薄拜金女”的20岁女生马诺,她原本是北京的一名平面模特,却因为在节目中对男嘉宾的“毒舌”点评给观众留下了深刻的印象。因为没有速配成功,她接连数期出现在节目中,并接连爆出雷人语录,比如“听你说话,我就觉得你欠抽”“喜欢奔驰和宝马”“交过的七八个男友仅是零头”等言论。

这些负面影响却让马诺成为时下最火的“相亲明星”,她的博客日点击率超过万次,工作邀约也在短期内猛增。日前,她还大方表示了自己上节目的态度:她就是想借参加这样的节目争得进入娱乐圈的机会。

引进—复制—同质化,回想起当初“超级女声”和“我爱记歌词”的火爆,越来越多的观众开始质疑相亲节目实为“秀场”——作秀的成分多过相亲。譬如被网友称为“史上最刻薄拜金女”的20岁女生马诺,她原本是北京的一名平面模特,却因为在节目中对男嘉宾的“毒舌”点评给观众留下了深刻的印象。因为没有速配成功,她接连数期出现在节目中,并接连爆出雷人语录,比如“听你说话,我就觉得你欠抽”“喜欢奔驰和宝马”“交过的七八个男友仅是零头”等言论。

对于电视相亲真人秀节目,长期分析研究国内外真人秀节目

乱弹

盛大文学日前在京宣布,正式推出“一人一书”计划(One Person, One Book),并通过开放“云中图书馆”、图书分销资源、电子书软硬件解决

从技术到内容的复兴。当然,最重要的是填平了商业利益和文化普及上存在的鸿沟。但从盛大之前收购榕树下,在起点中文网上打造知名作家和网络写手pk赛等动作来看,盛大对开发网络文学资源可谓不遗余力、费尽心思。这次推出的“一人一书”计划也可以说是前面动作整合效应的产物,从网络游戏运营商转身为最大的电子阅读平台,盛大的角色转变可能也是互联网内容成长的一个缩影。

但在我们欢欣鼓舞地等待可以“一书阅尽天下事”的时代到来的时候,这会不会是又一个商业的陷阱呢?那些号称终身免费的游戏不是往往花费人们更多的钱?而这个“方便快捷、收费合理”的新兴电子书是不是真的可以提供更成熟的“文化产

品”?而这些电子书的内容到底有多大?这个“最大电子书基地”能否满足网民的阅读需求,而且——谁能保证不出几个强大的“搅局者”?

“一人一书”,电子书阅读的普及势不可挡,我们希望这次是阅读的复兴之潮而不是改头换面的商业掘金。游戏随着科技的发展在不断地成熟壮大,而内容的不断丰富也让游戏有着越来越迷人的魅力;反观阅读,那一本轻薄便捷的电子书不是太过昂贵的售价就是不那么人性化的设计,但更致命的是:那些让我们精神愉悦的内容

总是太少、太难找。

如果说游戏是孩童对世界最初的兴趣,这么多年了,也该轮到更为成熟的阅读来展现这个世界的多彩了吧。盛大这番转型,是看到了阅读所蕴含的巨大能量,而对文化来的一场

从技术到内容的复兴。当然,最重要的是填平了商业利益和文化普及上存在的鸿沟。但从盛大之前收购榕树下,在起点中文网上打造知名作家和网络写手pk赛等动作来看,盛大对开发网络文学资源可谓不遗余力、费尽心思。这次推出的“一人一书”计划也可以说是前面动作整合效应的产物,从网络游戏运营商转身为最大的电子阅读平台,盛大的角色转变可能也是互联网内容成长的一个缩影。

但在我们欢欣鼓舞地等待可以“一书阅尽天下事”的时代到来的时候,这会不会是又一个商业的陷阱呢?那些号称终身免费的游戏不是往往花费人们更多的钱?而这个“方便快捷、收费合理”的新兴电子书是不是真的可以提供更成熟的“文化产

品”?而这些电子书的内容到底有多大?这个“最大电子书基地”能否满足网民的阅读需求,而且——谁能保证不出几个强大的“搅局者”?

“一人一书”,电子书阅读的普及势不可挡,我们希望这次是阅读的复兴之潮而不是改头换面的商业掘金。

“电视红娘”节目能火多久

本报记者 鲁 娜

在电影《爱情呼叫转移》中,由徐峥扮演的男主角与7个女人陆续邂逅,上演了别样的恋爱喜剧。而今,在湖南卫视节目《我们约会吧》和江苏卫视节目《非诚勿扰》的真人秀舞台上,这一模式升级了:一个男人“对阵”18个或24个“女孩”,在电视荧屏上演绎速食时代的约会。

“电视红娘”节目能火多久

本报记者 鲁 娜

的中国传媒大学在读博士李翔表示:“真人秀节目最核心的就是体验性。它不光邀请你参与,还给你足够的时间和空间去秀出你自己。因此,不能把这些相亲节目单纯地理解为以相亲为目的,而是一个真人秀节目,让观众去表现自我的。也就是说,和以前那些婚恋类节目相比,现在的相亲节目,大家不太关注谁和谁最后能成,而是关心在这个过程中嘉宾们个性的展示。”

李翔告诉记者,他的毕业论文就是关于真人秀的受众群研究。他认为,真人秀就是在给大家创造各种不同的体验。这种体验不仅仅是心理上的含义,也表现在行动上。过去的相亲节目可能更注重结果,而现在的相亲节目恰恰是一种体验式传播,更注重过程、过程中的人以及人的各种戏剧性表现。

山东大学文学与新闻传播学院副教授朱秀清则表示,相亲真人秀节目是在“剩男”“剩女”“宅男”“宅女”的背景下,将过去相亲节目的形式稍微一变卷土重来,符合了年轻人“爱现”的口味与特点。无论是节目嘉宾是否是“托儿”,抑或是否真为相亲而来,这样的相亲是否单纯,都要打一个问号。

此外,记者还了解到,当初《Take Me Out》

版权所属的英国公司与湖南卫视和江苏卫视都谈了合作,只不过最终湖南卫视谈成了。湖南卫视新闻发言人李浩曾表示,湖南卫视独家买断了《Take Me Out》的版权,其他制作机构播出类似模式节目都属侵权行为。而《非诚勿扰》制片人王刚则否认节目侵权,“我们这个节目是原创的”。而颇有戏剧性的是,之前江苏卫视买断了英国ITV的《Who Dares Sings》(谁敢来唱歌),而湖南卫视不久就上马了一个类似的K歌节目《挑战麦克风》,并在收视上很快超过了《谁敢来唱歌》。

引进—复制—同质化,回想起当初“超级女声”和“我爱记歌词”

等综艺节目发展路径就不难猜想,电视相亲真人秀节目将很快在国内遍地开花。对此,朱秀清更倾向于把这一版权问题理解为一个“山寨”的概念,而非复制。

清华大学新闻与传播学院副院长尹鸿也表示,中国电视节目的寿命长短,不是由节目是否过于娱乐化决定的,节目寿命过短,是由于同质化带来的。一旦一个节目收视还可以,又有一些创新,全国立马会出现一堆类似的节目,因此节目寿命不长,就是因为过量供给而带来的短利。但是中国的电视台太多、频道太多,模仿跟风的现象很难避免。在中国,这是受整个电视市场环境所影响所带来的问题。



《非诚勿扰》节目现场