

亏损寒冬来袭 视频平台不能靠烧钱取暖

中国社会科学院数量经济与技术经济研究所助理研究员 左鹏飞

最近天气转凉，感觉到寒意的，不只有我们，还有国内多家视频平台。

今年以来，爱奇艺、搜狐视频等知名视频平台，其季度营收均出现不同程度的亏损。有人不禁感叹，视频市场就像一个无底洞，今年越来越多的玩家选择退赛，留下来继续玩的，也就只有巨头了。

那么，视频平台为什么会是一个无底洞？它又为何会感到阵阵寒意？视频平台又该如何渡过难关？针对上述问题，笔者认为，视频平台度过“寒冬”的关键，在于做好精细化服务，增强用户的使用黏性。

运营成本长期居高不下

伴随智能手机的普及，网络视频日益成为人们休闲娱乐的主要方式。凭借雄厚的市场资本，各大视频巨头，不断扩张平台规模、增强平台影响力。

然而，长期的巨额投入，加之盈利困难，导致很多视频平台陷入亏损泥潭。相关报告显示，从 2013 年到 2017 年，我国网络视频行业呈爆发式增长态势，年均增幅在 50% 左右，2018 年产业规模达 1200 亿元。但这样的“高歌猛进”，却未能改变视频平台处于长期亏损的现状。

今年以来，国内外各视频巨头均面临着较大的营收增长压力。美国视频平台奈飞今年二季报显示，其订阅用户数比在今年一季度末减少约 13 万，二季度全球新增用户数为 270 万，远低于此前预测的 500 万；爱奇艺今年二季度财报显示，该平台亏损约 23.3 亿元；腾讯视频近期也表示，自 2019 年以来，其付费用户规模增长速度放缓。

而形成这样困境的原因，在笔者看来，主要有三方面：一是受到影视行业整体趋冷、政策趋严的影响，网络视频节目的产量出现走低趋势，视频平台的发展也随之受到波及。二是巨头间针对内容版权的激烈竞争，导致视频网站一直承担着较高的运营成本。三是近年来，各大视频巨头纷纷投入大量资源、做自制内容，但由于部分视频节目质量较低，用户付费意愿弱，进而形成了一定程度的亏损，例如优酷于 2018 年推出的《天意》和《寻秦记》两部剧，其播出后口碑并不理想。

会员制发展进入瓶颈期

诚然视频很“烧钱”，但倘若其盈利能力强，平台也不至于长期陷于亏损状态。作为互联网赛场的“老资格”，为何各大视频平台，到现在都未能探索出赚钱之道呢？

广告、点击量变现和会员付费，是现阶段视频平台的三大主要收入来源。从国内近几年的发展态势来看，奈飞的会员付费模式备受国内同行的青睐和追捧。从 2009 年到 2018 年，奈飞的市值增长了约 60 倍，目前其市值高达 1293 亿美元，在众多科技股中表现抢眼。但即使这样的“巨无霸”，目前也面临会员增长压力，这部分收入未来恐难以弥补其在原创内容领域的巨大投入。

相关数据显示，从 2010 年开始尝试付费服务模式以来，截至 2018 年年底，我国视频网站付费会员总数已超过 3 亿，内容付费收入目前约占视频网站总收入的 34%。但自 2017 年开始，各大视频巨头纷纷表示，付费会员数量增长低于预期，会员制发展步入瓶颈期。而导致这一情况出现的原因主要有两点。

一是当前视频网站的 VIP 服务区分度不高。不少视频网站付费用户表示，除少数独家播放权、免广告权、高清播放权外，会员并未享受到明显具有区别度的 VIP 服务，即视频网站付费会员权益与普通用户权益的差异并不十分突出，这让部分消费者感觉钱花得不值。

二是各大视频网站对用户的黏性不足。一方面,当前各大视频网站提供的影片资源差异不大、重合度较高,一些重磅大制作基本上在各大平台上都能看到,并且各种爆款影视剧的类型、风格、内容也十分趋同,除个别爆款影视剧外,大部分内容难以激发用户的观看欲望。另一方面,各大视频网站提供的VIP服务,如免广告、高清加速等高度相似,缺乏增强用户黏性的差异化服务。

需在精细化服务上发力

相关行业报告显示,我国网络视频用户数目前已达6.12亿,占网民总数的73.9%。网络视频APP使用率也高达73.9%,稳居娱乐休闲类APP下载榜榜首。但在内容成本不断增加、会员制发展乏力、流量危机隐现的当下,视频平台若想进一步做大做强,那就要转变运营思维,在增强视频平台内容的基础上,充分做好精细化服务,具体来说:

一是要积极拓展新技术。传统商业模式瓶颈已经显现,因此视频平台要充分利用好5G技术,加强虚拟现实、增强现实等技术应用,衍生更加丰富的内容形式,以新技术、新服务、新体验进一步增强用户黏性,在提升观众体验上发力,将技术溢出效应转变为市场红利。

二是要积极拓展新领域。现有商业模式决定了,平台很难依靠单一业务实现规模性盈利,跨界联动或是视频巨头未来发展的趋势之一。如今,爱奇艺、腾讯视频、优酷等平台拥有大量的订阅用户,视频巨头要充分利用手中的这部分资源,积极与大数据分析公司、文化创意公司、销售服务公司等展开合作,盘活海量用户数据,通过跨领域的生态联动,实现平台新价值的释放。