



You **Tube** 支招：

视频网站如何通过原创内容赚钱？

 2014年04月22日

腾讯科技 研究出品



《企鹅智酷》
睿见洞察商业科技

议题：原创视频内容如何商业化？

涨姿势
扫我



01 视频网站面临UGC难题

用户生产内容（UGC）是视频网站重要内容源。但由于缺乏商业模式，这类原创内容的发展空间被版权采购模式下的影视剧不断压缩。如何为视频网站原创内容找到一条**成熟的商业链**？

02 为什么是YouTube？

我们需要一个答案，一个可以让原创内容获得合理回报的商业模式。YouTube在美国进行了一系列基于**原创频道**的尝试，取得了较好效果。他山之石，可以攻玉，我们即将探讨的内容或许未必完全适合中国互联网公司——假如你没有收获答案，我们希望至少可以给予一些启示。



YouTube是这样的

涨姿势
扫我



01 定位于UGC，服务于UGC。

• YouTube是全球最大的UGC视频网站。内容主要来自于用户、媒体机构、企业组织主动上传。

• YouTube主要服务三个主体：用户、视频内容生产和发布者（播客）、广告商。

• YouTube收入来源几乎全部来自于广告，除了品牌广告收入，还包括效果广告。

YouTube是这样的

涨姿势
扫我



02 YouTube关键数据：移动广告收入增长迅速。

月访问用户数超
过10亿

每月观看总时长
超60亿小时

每分钟有100小
时视频上传

超100万播客获
得收益

上千频道年收入
超十万美元

2013年广告总收
入56亿美元

2013年净广告收
入19.6亿美元

净广告收入占全
美视频广告份额
20.5%

使用Google平台
投放的广告主超
过100万

移动端流量占总
流量41%

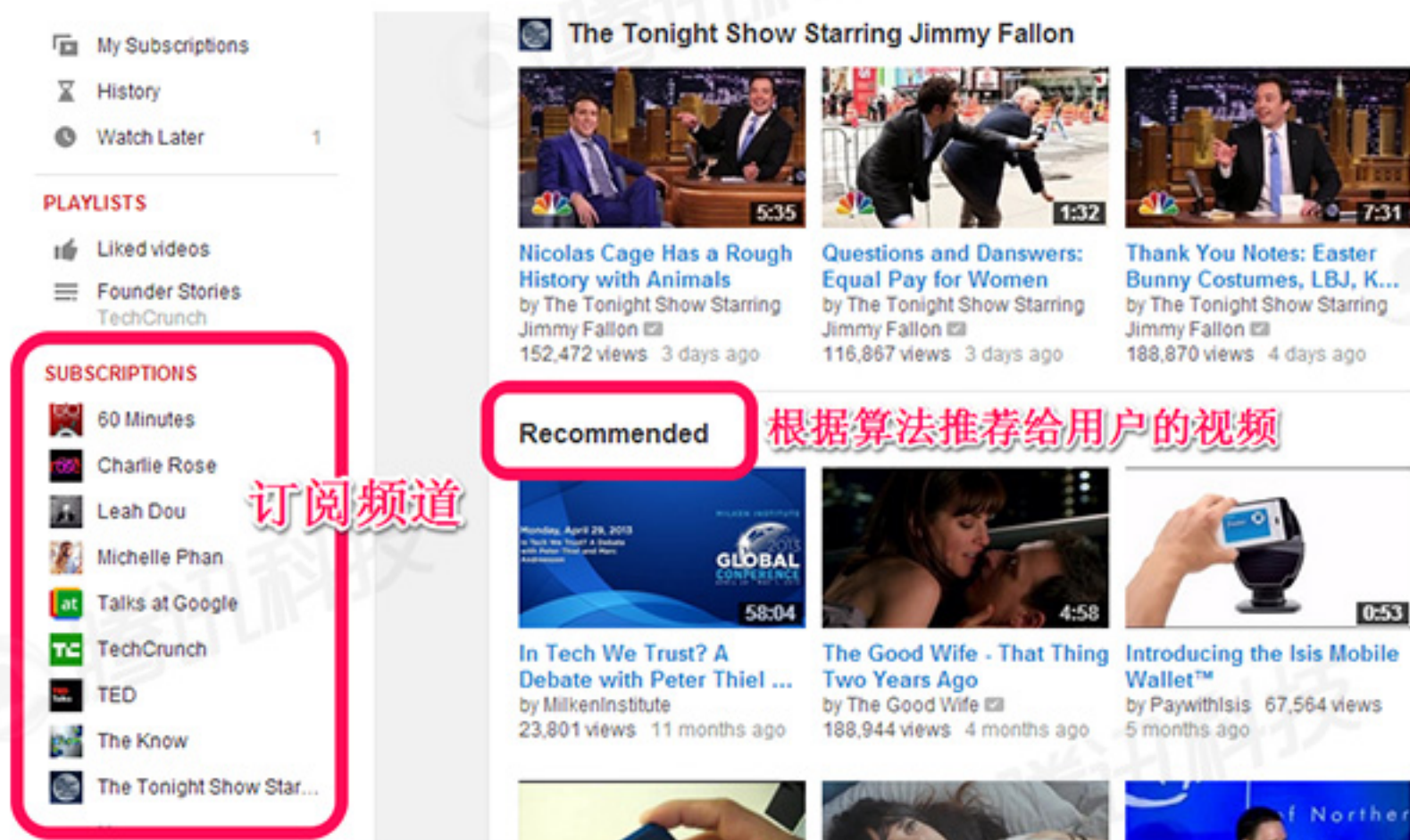
移动端广告收入
呈现3倍增长

YouTube是这样的

涨姿势
扫我



03 YouTube身上的标签：丰富、多元化。



订阅频道

根据算法推荐给用户的视频

Youtube个人定制主页上，充分呈现多元化的内容推送。



YouTube如何服务用户？

涨姿势
扫我



01 YouTube将“**频道**”作为用户主页核心元素。用户通过订阅感兴趣的频道来决定自己主页呈现的内容。

播客频道

- TED频道、Google频道、贾斯汀·比伯频道等

用户频道

- 展示用户在YouTube上的动态

主题频道

- 基于算法生成的主题频道，比如YouTube音乐频道等

主页呈现

- 用户会看到自己订阅的频道
+ YouTube根据兴趣推荐的频道

YouTube如何服务用户？

涨姿势
扫我



02 用户对于“频道”模式很认可。在问答网站上，用户最爱问：“有哪些频道**值得订阅**？”

类似社交网络的信息流，
降低用户选择成本

降低人工推荐的主观性，
给用户更多推荐

用户为何爱
“频道”

容易适配终端，包括PC、
手机、电视

通过对用户喜好的适配，
提升观看时长

YouTube如何服务播客？

涨姿势
扫我



01 推出Partner项目，播客（原创内容生产者）加入后，可以获得**55%**的广告分成。

YouTube将广告收入分成，激励高质量内容创造者加盟。视频内部、视频周围呈现的广告收入都纳入分成范围。

广告CPM（每千人成本）平均0.3-2.5美元。对一些用户群规模较大、受广告主喜爱的视频，CPM可以达到10美元。

排名前1000的频道，每月平均广告收入可达2.3万美元，每月视频观看数平均为90万。

YouTube如何服务播客？

涨姿势
扫我



02 为播客提供功能丰富的视频制作、数据查看和个性化工具。

视频制作

- 视频优化、滤镜、特效、注释、音频修改等功能

数据查看

- 观看次数、观众特征、流量来源、设备、留存率、订阅、喜爱、评论、分享、收入

个性化

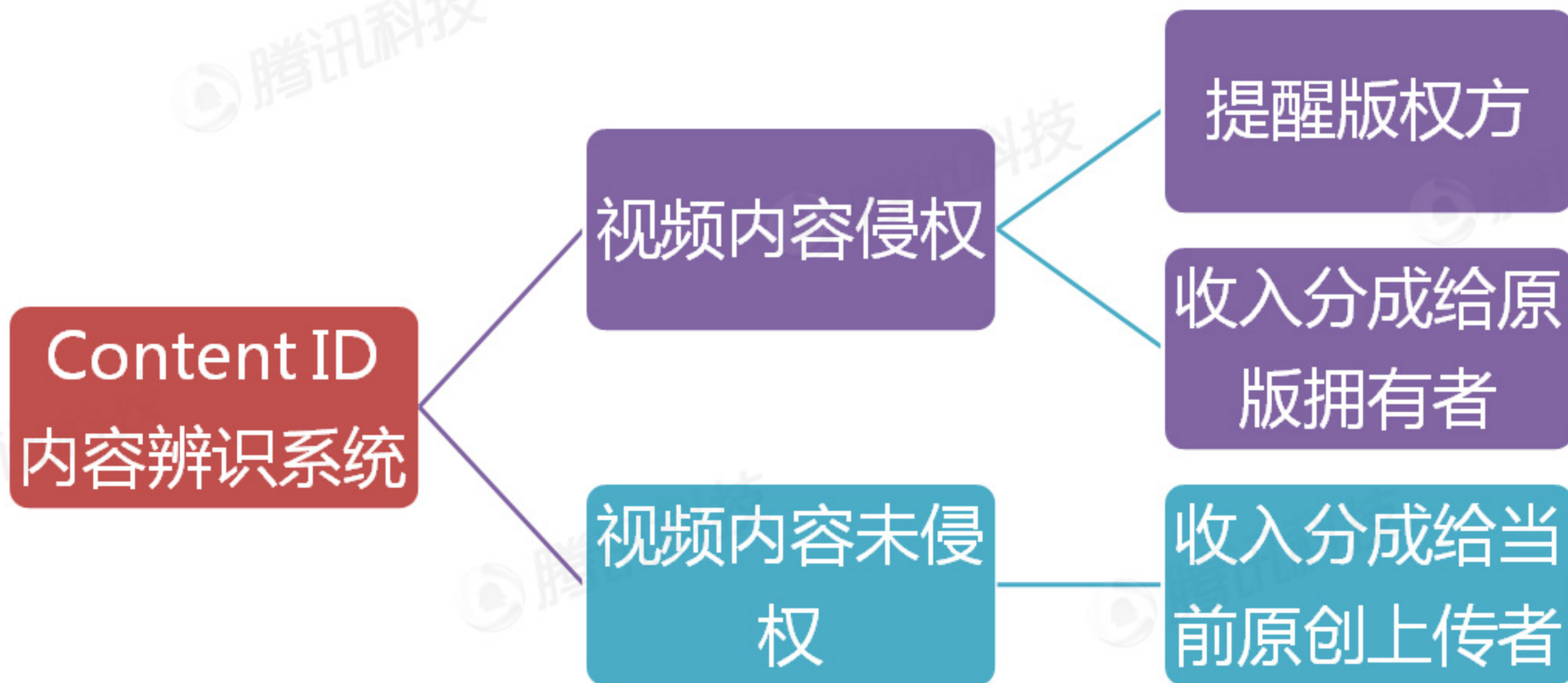
- 升级成付费订阅频道、视频直播、加入视频推广项目等

YouTube如何服务播客？

涨姿势
扫我



03 利用Content ID技术保护原创版权。



YouTube如何服务播客？

涨姿势
扫我



04 中介组织MCNs为创作者提供更专业的视频推广服务。

MCNs视频中介独立于YouTube之外

提供制作、融资、推广、版权管理、商业化等服务

加入后，播客可获得更高浏览量和收入

但要从收入中分成一部分给MCNs

吸引用户最多十大合作频道，五个来自MCNs

YouTube如何服务广告主?

涨姿势
扫我



01 前500名YouTube广告品牌月平均浏览量**88.4万**，单个广告视频月平均浏览量**9.8万**，品牌平均订阅用户**3.5万**。

搜索广告

企业通过购买关键词，让广告出现在用户的搜索结果中。

展示广告

以Banner形式呈现于页面；以信息流形式呈现于视频列表。

视频内插播广告

PC端按“是否可跳过”分类

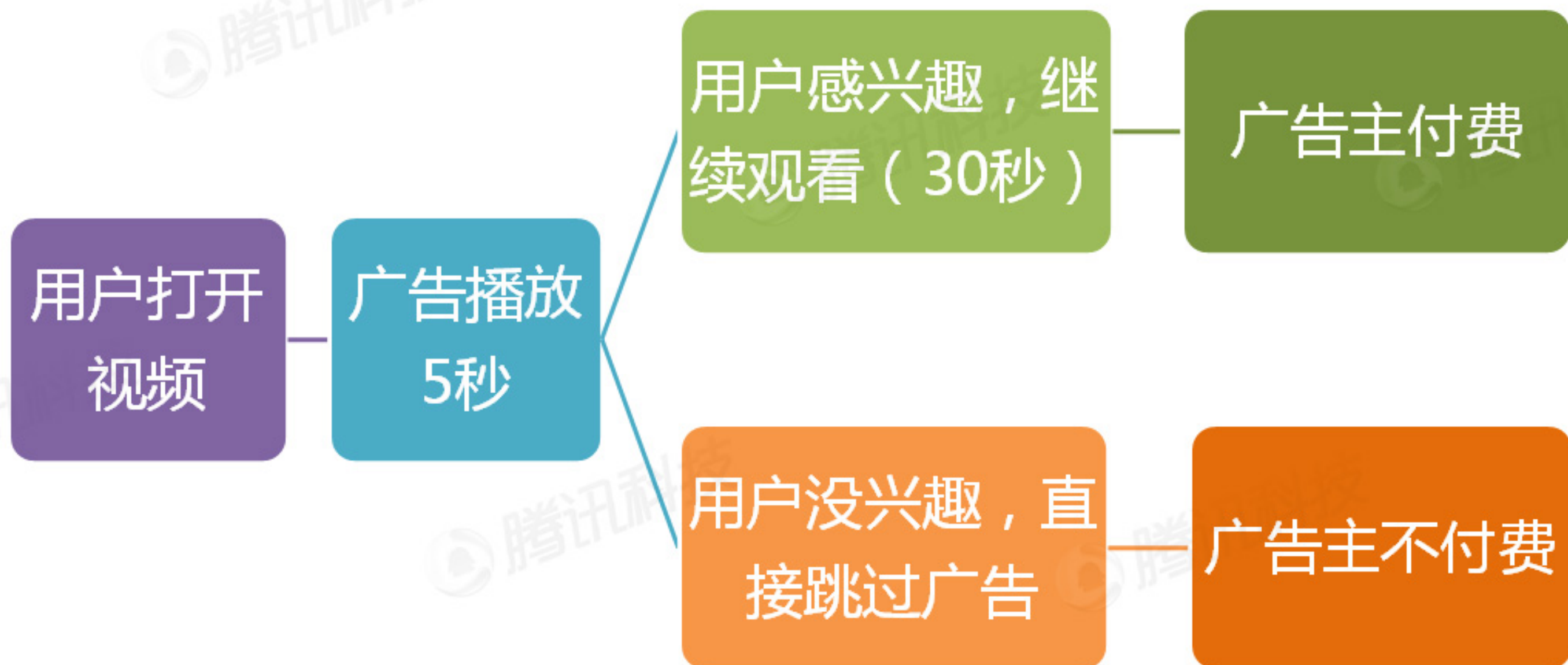
移动端主推可跳过广告

YouTube如何服务广告主?

涨姿势
扫我



02 True View的推出让广告投放性价比更高。用户在广告播放5秒后可选择跳过——这种情况下YouTube不会向广告主收费。

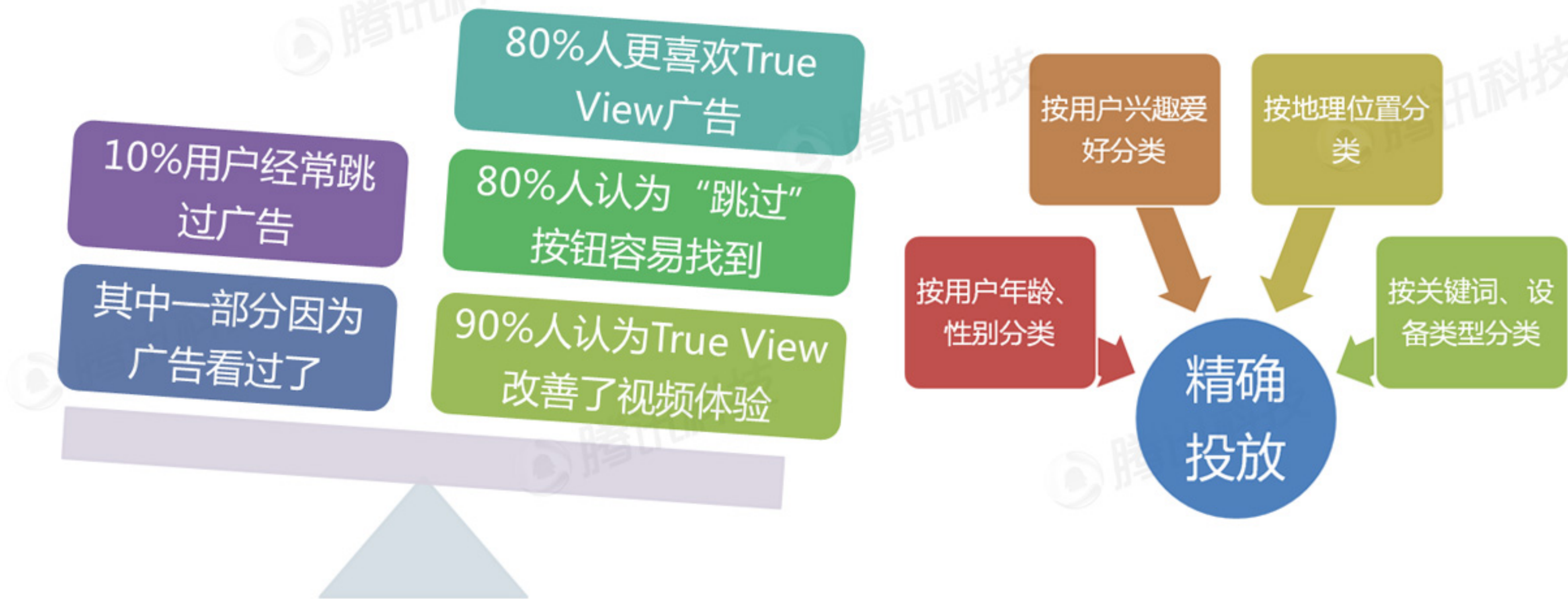


YouTube如何服务广告主?

涨姿势
扫我



03 True View降低了用户对视频广告的反感。用户选择只看感兴趣的广告，厂商获得真正有效的消费群体。

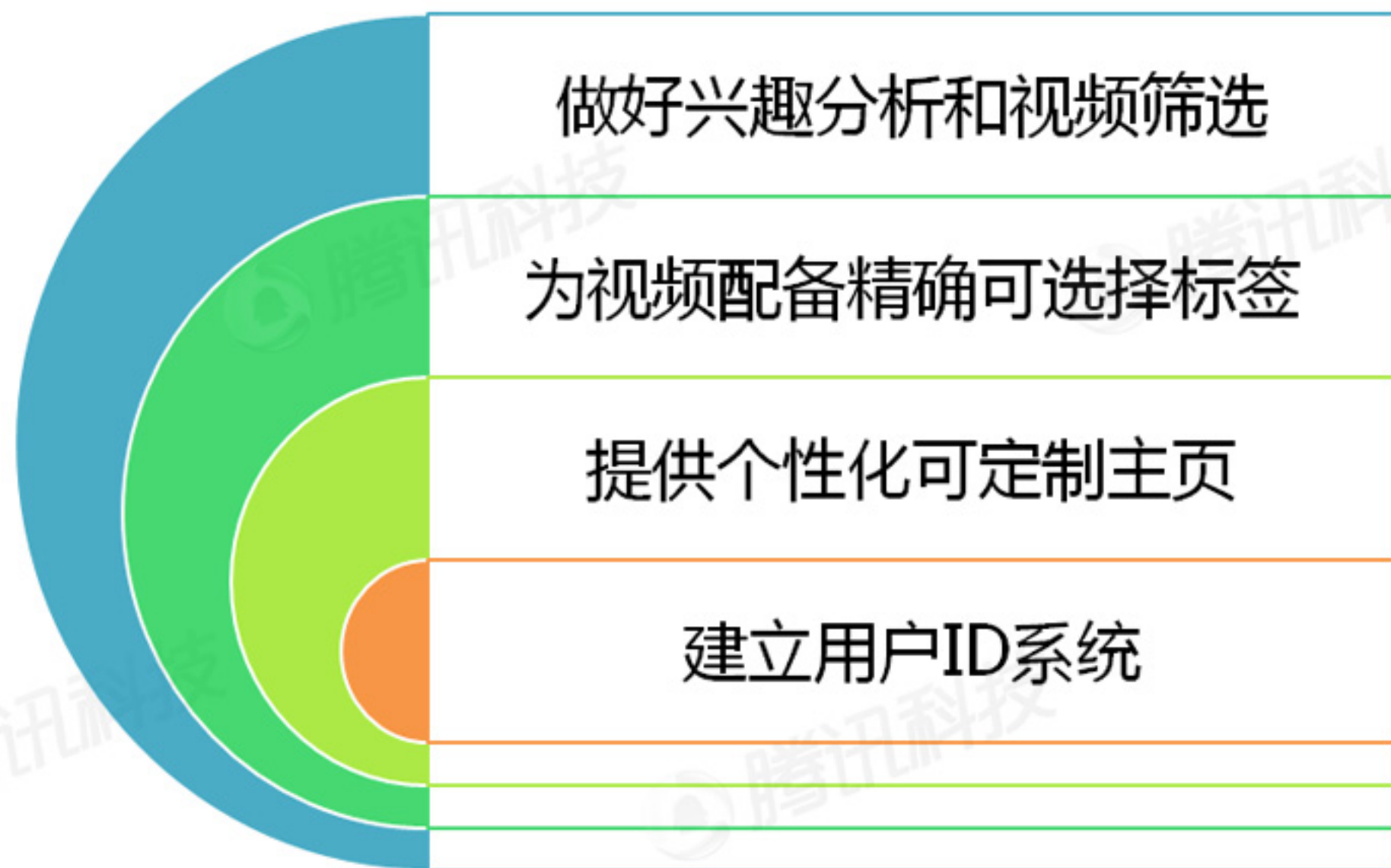




干掉 编辑推荐

对于原创内容频道而言，如何激发更多的创作热情，关键在于“公平”。

编辑推荐机制破坏了**草根用户**和**长尾视频**的呈现机会，播客们无法实现更公平广告分成。



YouTube启示：如何让原创内容赚钱

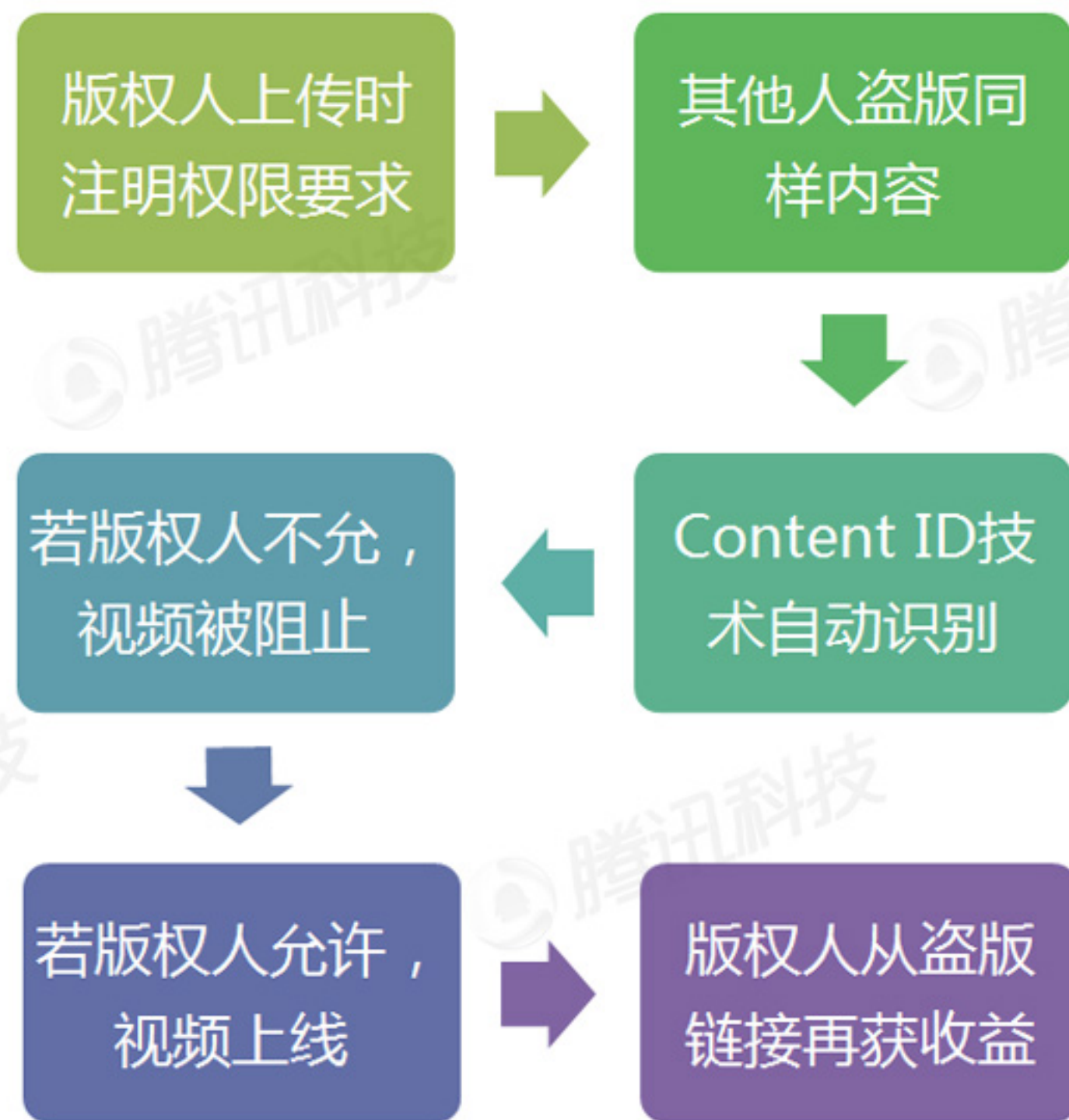
涨姿势
扫我



盗版 白忙一场

版权问题是困扰原创视频**商业化**的难点。通常做法是接到举报后将盗版删除。

YouTube有更聪明的办法。将盗版获得的广告收入**转给**版权人。盗版的“雷锋们”分走了流量，留下了收入。



YouTube启示：如何让原创内容赚钱

涨姿势
扫我



让 别人买单

传统的版权购买方式，在商业运营上存在风险。一旦视频效果不好，很难**收回投资**。

广告分成是更好的选择。让广告主为内容买单——流量越高的节目，广告效果越好，原创者**收入越高**。

恶性循环

押宝式买版权

播出效果不佳

广告无法填补投资

良性循环

制定好分成比例

根据效果赚取广告

网站和播客双双获益

YouTube启示：如何让原创内容赚钱

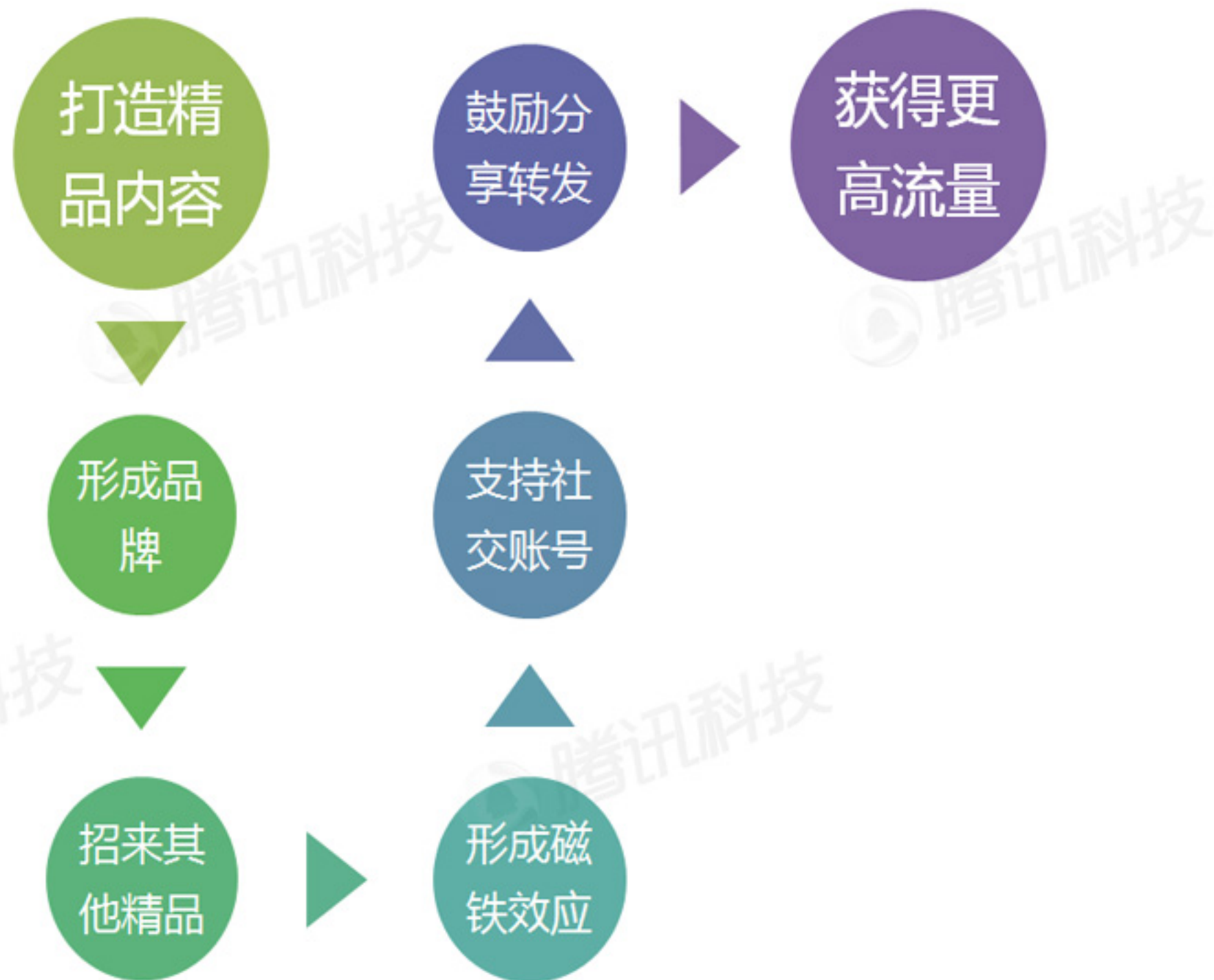
涨姿势
扫我



酒香 +巷子浅

精品内容是视频网站做好原创的核心点。但酒香也怕巷子深，互联网的选择太多了。

把网站连接向各种社交平台，让好的内容被**快速分享**，引发网络传播，获得更高流量增长。





移动 重于PC

用户正在向移动端迁移，原创视频相对**更短的时长**，利于在移动端播放和传播。

人们在PC上更喜欢看长视频。原创视频栏目需要扬长避短，发掘移动端潜力。

用户在移动端喜欢看：

喜剧
短片

音乐
视频

比赛
片段

精彩
自拍



《企鹅智酷》官方微信，扫描左侧
二维码或搜索微信公众号“**biznext**”
从这里解悟科技背后的商业逻辑。

监制：龙兵华 靳志辉
策划：王 鑫 王 冠
设计：于春慧

《企鹅智酷》顾问群和粉丝团长期开放，
有兴趣的同学请在关注微信公众号后，
回复“**rh**”获取详细“入伙”攻略！

【内部档案 请勿**收藏**  和**分享** 】