

垂直细分视频网站可考虑结合电子商务电子商务师考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9E\\_82\\_E7\\_9B\\_B4\\_E7\\_BB\\_86\\_E5\\_c40\\_645162.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_9E_82_E7_9B_B4_E7_BB_86_E5_c40_645162.htm)

背景事件 由库拉诺投资集团投资的视频网站"时髦.TV(Shimao.TV)"正式上线。和其他的视频网站不同,Shimao.TV主打时尚人群,其投资方库拉诺集团甚至买下了法国时尚电视台(FTV)在中国网络及无线平台内容发布权。 易观分析采集者退散 易观国际(Analysys International)分析认为,垂直细分视频网站可考虑以结合电子商务的方式,为广告主提供从营销到交易的一站式服务。从当前中国网络视频市场厂商发展情况来看,大致的发展思路都是通过为用户提供大量免费的主流娱乐内容换取流量,从而以流量换取广告收入盈利。这种盈利发展思路在传统媒体也已经得到了充分的验证,在移植至网络视频时却存在两个方面的问题:内容版权迟迟未能得到解决引起广告主顾虑,海量视频内容造成沉重的带宽和服务器压力。垂直细分视频网站在这两方面的顾虑则少了许多:从内容方面来说,细分内容的版权方比主流娱乐内容更为集中,内容的专业性和细分化使得存在盗版的比例更小.从运营成本方面来说,垂直细分则决定了视频的数量级别较低,在带宽和服务器上的投入相对较少。然而细分视频网站同样面临着盈利问题:细分视频内容意味着受众细分的同时,在流量换广告时不具备优势。因此易观国际(Analysys International)分析认为,通过结合电子商务的方式推动产品营销到交易,将会是细分视频网站的长远发展之计。从产品营销环节而言,一方面专业视频内容本身就是产品潜在广告,特别对时髦TV这类以产品展示视频为主的网站而言.且另一方面专业化

的视频内容带来的是细分的产品潜在用户群体,具备开展精准营销的基础。用户观看视频后产生的消费需求,则可前往与视频网站相结合的电子商务网站进行消化,从而促进产品从营到销的达成。然而细分视频网站和电子商务相结合的方式,存在细分行业上的一些局限:在内容方面,需要大量商品化的行业相关视频内容,内容质量足够优秀到吸引到特定细分人群.在用户方面,行业产品需要足够贴近用户,用户对行业产品需要拥有以往的网购习惯。因此可以采用细分视频网站与电子商务相结合的行业局限于第三服务产业,如旅游、服装和餐饮等行业。

易观建议 对视频网站: 1.在广告形态方面,注重视频内容与广告商品的精准结合。例如时髦TV中的视频观看的页面广告和贴片广告是视频内容中的商品广告链接,用户点击链接之后可直接购买视频中展示的服装。 2.在电子商务网站方面可考虑与广告主合建或者与现有电子商务平台合作,例如淘宝商城的品牌网店、携程网等。在于现有电子商务平台合作时,视频网站应加强自身的内容建设和用户体验,以提升与电子商务平台合作时的议价能力。 100Test 下载频道开通, 各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)