

优酷土豆bu化运营带给视频托管商的品牌效益

优酷与土豆合并的第五个100天即将到来，三月一周期，似乎成为了魏明对互联视频界的交答卷时间。一年之前，优酷与土豆合并的消息如深水炸弹，让互联网视频界沸腾起来。当初互相指责版权，针锋相对的两家老大成功联谊，必然会对互联网视频造成冲击；但这样并没有改变互联网视频同质化竞争的行业态势，甚至有人认为，这样只是少了一个竞争对手，因为爱奇艺会买剧，乐视会买剧，腾讯会买剧，迅雷会买剧.....

当越来越多的观点趋向上面的说法时，魏明宣布优酷和土豆集团bu化运营！！并承诺紧接着会有更多的业务单元出现。bu化运营让优酷与土豆合并后的担心的许多问题，例如资源整合，人员冗余，管理高层调配等等迎刃而解。”让优酷与土豆的差异化更加明显，做好两个业务单元各自的品牌精神与内涵”这就是魏明开展bu运营的逻辑和目的，他认为在国内，品牌不再是一件很虚的事，未来的企业会越来越注重品牌的推广。优酷土豆这一举措，为许多互联网企业立了一道很好的标杆。

国内的[视频托管](#)商借着优酷土豆集团立的标杆，做起了卖“护垫”的。瞄准了品牌推广的需求，为企业提供视频技术解决方案以及维护。越来越多的企业，为了让自己的品牌效应能达到一定的高度，选择与视频托管商合作。以保利威视为例，致力于云视频平台，以极速播放，多重安全备份，[高清无广告视频](#)为基调，为企业、教育、电商、建站等企业提供定制式视频托管服务；目前以性价比高、功能强大、播放流畅、高质量的服务；已经赶超行内多家视频托管商。

企业通过保利威视的技术支持，可以实现自定义“播放器LOGO”“视频水印”“播放器皮肤”“片头”甚至广告也可以自由添加等等；对于教育机构，保利威视可以为他们提供严谨的“视频加密”功能，以及“域名播放限制”功能，对保护知识产权有了很好的作用；其中，电商与视频托管商的结合更是出彩，“图形推广链接”商家与用户的视频购物互动得以实现。以上功能，都能为品牌推广带来一定的效益，用户根据一个播放器，一个小片头都可以判断是属于哪一个企业。视频托管商与企业结合，灵活度还是很高的。

当优酷土豆，爱奇艺，乐视等等互联网视频站陷入内容争端站，国内的视频托管商在稳步发展，同是以互联网视频为发展前提，不同的是，一个阵型以内容为主，另一个阵型则以提供视频技术解决方案，让越来越多的网站能轻松应用视频，通过视频，提升自身的品牌知名度。最后，对于优酷土豆bu化运营，以及魏明阐述的品牌推广理念，相信在下一个100天，优酷会更优酷，土豆更土豆。互联网视频未来的格调会有什么变化，让我们拭目以待。