

事件
回眸

最近,乐视被剥夺亚冠转播权成为体育圈热点,吐槽者有之,力挺者有之,双方各执一词,尽抒胸臆——“大嘴”韩乔生作为 CCTV 名宿,颇有点幸灾乐祸的意味,而董路、李欣、詹俊、黄健翔等乐视主力军则坚定地站在老东家这边,首当其冲损失利益的乐视超级会员义愤填膺,而更多球迷、网友则将“乐视风波”视为茶余饭后的“谈资乐事”。

本版评论只代表个人观点,不代表本报观点或立场。

补偿走不了钱 起码得走点心

国破山河在,现在怎么办? 哪怕乐视在资金链问题上已经将信誉滑落谷底,但乐视体育提供的服务和用户体验仍然大大高出国内竞争对手。清晰流畅的直播画面,相对中立且重量级的解说阵容,还有自身产出的优质体育内容,已经获得了部分消费者的信任,使之养成了用户习惯。想要重振山河,除了开源节流,从根子上保证资金顺利到位,还得好好安抚那些专门为了收看亚冠买了乐视超级体育会员的球迷们,珍惜这份烧钱烧出来的稳定客户。

可惜,从目前反馈来看,乐视处理问题的方式仍然令人失望。乐视

体育在声明中除了例行惯例的诚恳致歉,对补偿会员们的损失却支支吾吾,只在声明中表示“具体细节请咨询电话”。有消息称,致电之后赔偿内容为“免费延长半年的乐视超级会员资格”。且只有通过乐视官方商城等渠道单独购买乐视超级体育会员的用户才属于赔偿范围内。

类似事情早有先例,去年在鸟巢举行的国际冠军杯,数万球迷赴京,结果糟糕的场地让热炒许久的曼市德比成了镜花水月,官方公告还在北京晴朗无云的时候堂而皇之的称比赛因“天气原因”取消,让人跌破眼镜。更要命的是,接下来的赔偿还对

球迷造成二次伤害,大老远从异地赶来的球迷只能用球票在指定商城中消费,似乎贾跃亭憧憬的八大生态闭环只能在乐视体育会员费中实现。

一旦发生问题,乐视的补偿永远和钱无关,旗下各种卖不出去的产品和卖到10年后的会员统统成了救命稻草,理论上说着确实符合乐视资金链紧张的问题。可问题是上周乐视体育刚放出过风声,独播的亚冠小组赛的首轮比赛就有2000万球迷通过全终端收看了比赛,乐视体育也因此收入了750万会员费,一副付费创新高收支平稳的良辰美景。

几天后却画风突变,有钱收球迷

的会员费,却没钱给亚足联转播费,转播权被收了,交的会员费却退不了,这算个什么道理? 刚吹完的牛皮就不认账,这让人怎么接受? 那些好不容易付费成为会员的用户又如何容忍这样的处理方式?

互联网体育时代,用户首先关注的资本比拼是优质IP的版权,想做独家就必须砸大钱。现在独家做不成只能多平台竞争,如果再失去用户信任,与其他平台竞争时又如何守住那些辛辛苦苦烧钱烧出的稳定客户? 这可不是靠PPT就能营销出的一亩三分地。想挽回用户们受伤的心,乐视还得多走点心。(吴雨辰)

梦想主义者的坚持值得等待

最近,许多人都在问同一个问题:乐视究竟是怎么了? 去年开始,网络里充斥着“乐视不行了”的消极论调,许多人说贾跃亭已经走下神坛,就连乐视体育也在这个人人看衰乐视的节骨眼上添了一把柴。

乐视一直标榜的乐视生态概念成了他目前陷入困境的直接原因——盘子铺的太大,什么都想做,最终十个瓶子九个盖子,还是盖不过来了。

乐视的发展模式——不断融资,除了来自股市,还有会员费用。而许多人充了乐视的会员很大程度是想看乐视转播的体育比赛,现在有着3支中国球队的亚冠转播没了,而钱又

交了,网民当然要破口大骂了,键盘侠抱团可是很可怕的事。毕竟,这个看热闹不嫌事大的时代,不负责任的随口胡诌并不需要付出多少代价。

乐视的发展迅猛,但企业目前资金链断裂也是不争事实,墙倒众人推的场面令人唏嘘。其实,无论是消费者还是媒体都应该正视企业发展。企业发展不可能一帆风顺,有波峰就一定有波谷,这无可厚非,只不过乐视的“情商”有待提高,怎样维护客户也是企业长远发展的一个重要环节。

再来说说乐视生态,这个概念在国内只此一家,不得不说,作为自称

“世界往东他往西,孤独前行的颠覆者”的贾跃亭确实有着自己的商业宏图。什么是乐视生态,简言之就是自己的视频网站放着自己电影公司产的网络剧;自己产的手机预装自己开发的APP,手机能控制自己的品牌的电视机;自己品牌的汽车装载自己的电视且能用自己的手机控制……就像一个自给自足,相互关联的生态农场,这样的模式与美国苹果公司相似,只不过火候还不在于一个层级。

看到了贾跃亭,不禁联想到了同是梦想主义者的罗永浩。从新东方教师到创办老罗英语培训机构,再

到锤子科技CEO,罗永浩“生命不息、折腾不止”的自黑成为了这个追本逐利行业里的一股清流。锤子科技发展势头远不及乐视,冷嘲热讽也没有在这位有着众多“教徒”的人格巨人前网开一面,就像如今的贾跃亭一样。

贾跃亭也好,乐视也罢,走在低谷并不代表他们将一蹶不振。他们当然有自己的缺点与不足,但在这个努力创新求变的企业身上,还是让人看到了一种在行业内稀缺的光芒,在这个略显单一、墨守成规的社会里,这份光芒格外值得去珍惜。

(马超)

别老想着让球迷掏钱,先问问自己能掌握版权吗?

对球迷来说,最痛苦的莫过于比赛激战正酣自己却没办法收看;如今,这份痛苦又有了升级版——那就是原本需要你花了钱才能看的比赛,等你花钱三天后却发现变成了人人都能免费看,简直是欲哭无泪。这正是那些为了看本赛季亚冠联赛而购买了乐视体育会员球迷心中的真实写照。乐视被剥夺亚冠转播权,让无数已经充值了乐视体育会员的球迷

失望及愤怒。

同时,乐视竞争对手PPTV也对亚冠作出预告。在上港5球大胜西悉尼流浪者后,另两场中超球队亚冠比赛直播信号源也更新了多路直播平台,连央视也更新了直播信号。看来比赛没得看的问题是不用担心了,但另一个问题也来了,已经花钱买会员的球迷能退钱吗? 根据笔者了解,乐视官方虽承诺将对会员用户补偿,但

何时实施等细节问题都无下文。据部分媒体联系乐视官方客服的结果,也得知了若会员不主动联系,乐视便不予赔付的信息。如此的“售后服务”,估计以后也不会有人愿意交钱入坑了吧。

其实乐视的乌龙事件早有前兆,就好像天盛当年一般,自以为垄断比赛就可以妥妥鼓动会员买单,可到头来却发现真正花钱收看比赛的人比

想象中少太多了。而最关键也是最致命的,就是因为自身资金问题而拖欠了版权方的钱。要知道你可是靠版权来吸引消费的,没有版权等于自废武功,即便是在这样的情况下,乐视仍然一再出现拖欠版权费的情况,久而久之不仅影响到其他与之合作的版权方,也让那些好不容易积攒起来的用户也会随之流失。

(奚源)

何必寅吃卯粮 注定东窗事发

随着体育产业的蛋糕越做越大,各路商海大咖都想分一杯羹,有的在力所能及的范围内步步为营,有的却眼高手低,妄想一步登天。这不,近期的亚冠转播权易主风波,将乐视体育推向风口浪尖。

乐视在抢版权方面,一贯风格就是不管三七二十一,先占山为王再说。殊不知,无论你再怎么打肿脸充胖子,终究是虚胖,熬得过一时,熬不了一世。传闻中的乐视财政危机绝不是空穴来风,这次亚冠版权风波更

加成为其铁证。乐视拆东墙补西墙,捉襟见肘的图样一览无余,其信用危机拉响红色警报。据悉,除了亚冠转播“烂尾”,乐视很有可能面临亚足联的全面封杀,世界杯亚洲区十二强赛,甚至中超联赛都将弃之如敝屣。

回顾乐视体育近一两年内的“野蛮式生长”,其围绕“IP运营+内容平台+智能化+互联网服务”四大业务板块,拿下310多项、每年1.6万场赛事版权,项目横跨足球、篮球、网球、赛

车、高尔夫等22个大项,其中72%是独家资源,被业界称为“版权帝国”。

不料,金玉其外的乐视体育却上演了一出现代版“现形记”。与北京国安的不欢而散,去年曼市德比鸟巢战的胎死腹中,直到现在拖欠亚足联巨款被剥夺转播权东窗事发,一切都是迹可循。

其实,乐视浮夸冒进、寅吃卯粮的机会主义战略,在其内部也饱受争议。“若不能脚踏实地,则会重蹈当年天盛的覆辙”,这样的声音不绝于

耳,去年下半年多位中层由于与高层意见不合扬长而去,由此便可见一斑。

将揠苗助长、好高骛远粉饰为“超前意识”,将空手套白狼,美其名曰“放长线钓大鱼”。乐视欲盖弥彰的说辞赔笑大方,只不过苦了众多购买乐视会员的球迷,浪费钱不说,还浪费感情,沦为乐视的炮灰,更成为乐视的另类“债主”。不过这年头,好像欠债的才是大爷吧?

(薛原)