

【新興領域：7月焦點5】拿在手上的電影院，也能讓你沉浸在槍林彈雨之中

關鍵字：媒體平台、串流服務

日期：2019.07



能想像嗎？未來手機上提供影片的平台，也可以讓你瞬間置身在 3D 電影院中，隨著影片的高潮迭起，傳送震動，進而感染你的觀影體驗。究竟媒體平台能玩出什麼樣的新花樣？未來我們的社群分享又會出現什麼樣的新模式？本文將介紹近期獲投及大型媒體平台做出的新嘗試。

一、產業動態

(一) Netflix 致力提升用戶的「沉浸式」體驗

Netflix 近年來作為家庭電影的代表，致力提供給觀看用戶最直接的觀影體驗。5 月才表示要將原本支援杜比 5.1 聲道 (Dolby 5.1) 以及杜比全景聲 (Dolby Atmos) 的電視提供更高音訊位元速率 (bitrate) 的音訊體驗。6 月則在內部舉辦的黑客松活動中提出名為「Project Rumble Pak」的創意想法，希望能增加觀影者的「沉浸感」。

未來 Netflix 可以透過人工智慧讓系統判斷影音內容呈現爆炸、晃動、刀劍對砍的地方，或是角色處於緊張氣氛所呈現的心跳，藉由手機震動增加觀看時的沉浸感，讓手持手機觀看 Netflix 影音內容的使用者可以更融入劇情。

(二) Spotify 不再身兼發行商，專注串流服務

2018 年 7 月 Spotify 創建「Spotify for Artists」的服務，主要提供獨立音樂 (未經過傳統唱片公司) 創作者作品的發行平台，除了能快速發行外，Spotify 也能因此吸引更多使用流量。而根據實際營運的統計，Spotify 確實也因此吸引超過 30 萬名獨立音樂創作者上傳作品，且其中 3 萬 6,000 名獨立音樂創作者作品還被編入音樂歌單內，顯示獨立音樂作品在 Spotify 平台上同樣吸引眾人聆聽。

然而，Spotify 卻在 7 月初宣布關閉「Spotify for Artists」的服務項目，回到提供串流音樂服務的角色，並且要求已將作品上傳到平台的創作者，將作品移轉到其他發行商服務平台，例如 DistroKid、CD Baby，或是 EmuBands。外界推測，會有此一態度轉變的可能原因在於，發行平台的設立打破了傳統音樂產業的營運方式，形塑與傳統唱片公司對立的關係，卻也沒有創造太大的收益或提振股價，因而放棄推行。

(三) Apple Music 追趕音樂串流市場

蘋果於 2015 年 6 月投入線上音樂串流服務，據蘋果網路軟體與服務資深副總裁 Eddy Cue 近日接受法國媒體 numerama 訪問時表示，Apple Music 的全球用戶數已突破 6,000 萬人。雖還不及瑞典 Spotify 今年 4 月在財報中揭露的 1 億高級用戶，但也已呈現市場競爭的態勢。

投資銀行高盛 (Goldman Sachs) 曾發布研究報告指出，全球錄製音樂市場規模將在 2030 年達到 450 億美元，其中音樂串流服務的付費用戶上看 11.5 億人，可見得音樂串流市場的未來商機。

二、鉅額獲投事件掃描

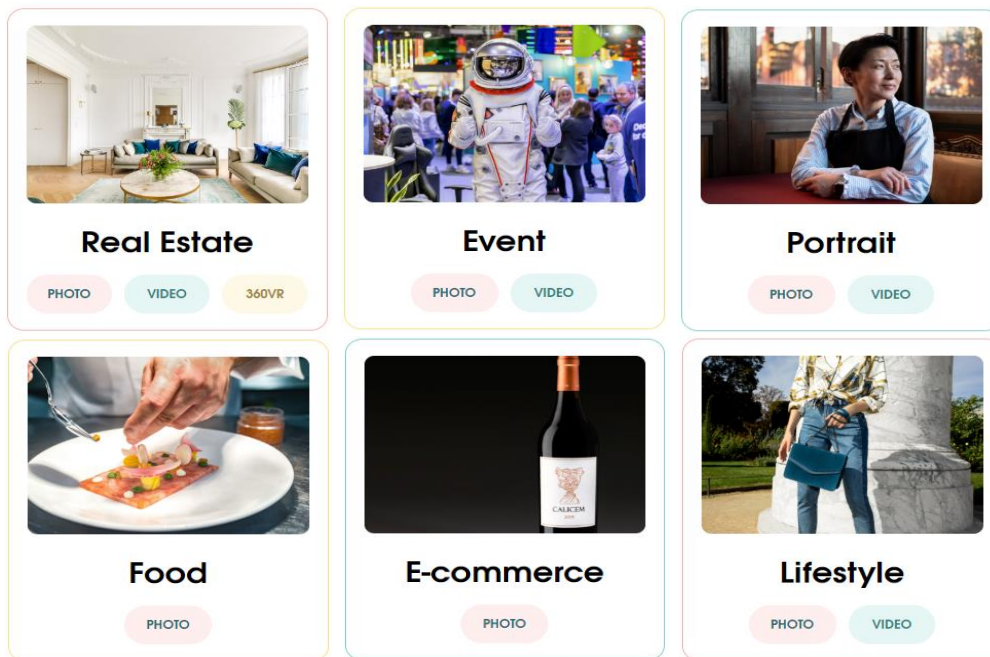
Meero (2.3 億美元，C 輪)

Meero 成立於 2016 年，總部位於法國巴黎，創辦人為 Thomas Rebaud，是一個連接專業攝影師與客戶的平台。目前該公司在全球約 100 個國家擁有 3.1 萬名客戶，包括知名的 Just Eat、Expedia、Trivago 和 Uber 都在其中；今年初還在日本東京、澳洲雪梨與印度班加羅爾等地設立辦事處；員工也在半年內，由 600 名增加至 1,200 名。

該公司之所以備受矚目，主要是因為在這個資訊爆炸且能即時分享的時代，「圖片」在廣告行銷中的角色越來越重要，而 Meero 即是在這樣的情境中發展出自己獨有的商業模式。其透過人工智慧大幅縮短了專業攝影師後期編輯處理的時間，不僅能用於一般照片外，AI 還能處理 360 度全景照片和影片。同時，平台上還會提供給專業攝影師商業市場的研究報告，並通過舉行工作坊來幫助攝影師學習專業技能、建立人際網絡。

在客戶端方面，平台協助客戶處理相似風格和主題的大批圖像，還為品牌客戶提供聘請專業攝影師的便捷管道，目前主要經營五種行業別，包含房產旅遊、食品、生活，以及電子商務和零售產業等。

Meero 在 2019 年 6 月 18 日再度獲得 2.3 億美元投資，主要由 Prime Ventures、Avenir Growth Capital 及 Eurazeo 領投，其餘投資人包含 Idinvest Partners、GR Capital、Alven Capital、Aglacé Ventures、White Star Capital 及 Global Founders Capital，此輪募資規模不容小覷，已是今年歐洲最大的募資項目之一。該公司迄今已獲得 5 輪的股權投資，共獲投 2.9 億美元，躋身為法國獨角獸的行列，估值超過了 10 億美元。<https://ppt.cc/fc9Aix>



(圖片來源：Meero 官網)

三、五千萬以上獲投事件掃描

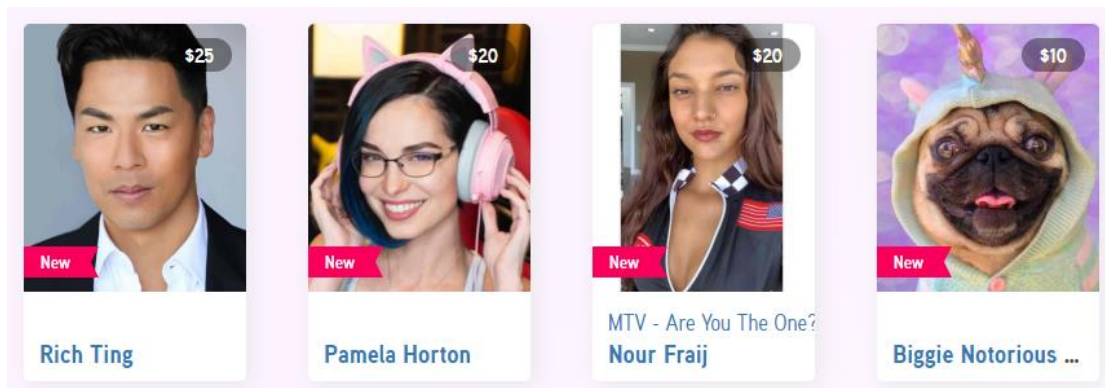
Cameo (5,000 萬美元 · B 輪)

Cameo 成立於 2017 年，是總部在美國芝加哥五大湖附近的新創公司，創辦人有 Devon Townsend、Martin Blencowe 及 Steven Galanis，主要經營一個客製化的影片社群平台。

「未來使用 Cameo，就像去買張卡片一樣。」Cameo 的創辦人之一 Steven Galanis 在接受《TechCrunch》訪談的時候如是說。不論是生日祝福、求婚、舞會邀約、出櫃，還是一個愚人節的怪點子，用戶都可以在平台上點選某個想要的名人、明星、網紅或運動員，由他們來幫你完成影片內容，這些影片費用從 5 美元到 3,000 美元都有。目前合作的名人大多是美國偶像，如饒舌歌手史努比狗狗 (Snoop Dogg)，或是籃球巨星賈霸 (Abdul-Jabbar Kareem)，約有 15,000 名，而每天完成的影片內容平均約達 2,000 個。

Cameo 在 2019 年 6 月 25 日獲得 5,000 萬美元的投資，由 Bain Capital、Spark Capital、The Chernin Group、Lightspeed Venture Partners 與 Kleiner Perkins 等投資。該公司迄今已獲得 6 輪的股權投資，共獲投 6,500 萬美元，且根據《AXIOS》的報導，目前 Cameo 的估值約 3 億美元。

(<https://ppt.cc/fYvwpX>)



(圖片來源：Cameo 官網)

四、千萬以上獲投事件掃描

(一) Minute Media (4,000 萬美元，G 輪)

Minute Media 成立於 2012 年，總部位於美國紐約，創辦人有 Asaf Peled、Gilad Beiman 及 Yuval Larom，該公司提供傳統體育和電子競技相關的內容，並主要經營三個網站，包含足球相關的 90min、電競相關的 DBLTAP、專注美國市場的 12up 以及近期收購的 Mental Floss 和 The Big Lead。目前這五個平台每月總瀏覽人數超過 8,000 萬，提供 12 種語言的原創內容，有 5,000 名來自世界各地的供稿人。

Minute Media 平台與傳統媒體有所不同，讀者可以在其中撰稿發文，文章除了在 Minute Media 自己的網站上發布，也會在數十個第三方媒體上露出，包括體育畫報、美國的 MSN、德國的 ProSieben 和歐洲的雅虎體育等。這些撰稿人大多是新聞記者與喜歡寫作的粉絲，他們能透過發文獲取收入，Minute Media 則握有編輯、審核的權利。

Minute Media 在 2019 年 6 月 12 日獲得 4,000 萬美元的投資，由 Vintage Investment Partners、Gemini Israel Ventures、Goldman Sachs、Dawn Capital、Battery Ventures、Qumra Capital、ProSieben、Hamilton Lane 及 Maor Investments 等投資。該公司迄今已獲得 7 輪的股權投資，共獲投 1.1 億美元，在美國紐約之外，倫敦、特拉維夫、聖保羅、新加坡、東京和馬尼拉都有設置其辦事處。
(<https://ppt.cc/fs5YFx>)

(二) Epidemic Sound (2,000 萬美元)

Epidemic Sound 成立於 2009 年，是北歐瑞典的公司，創辦人有 David Stenmarck、Hjalmar Winbladh、Jan Zachrisson、Oscar Höglund、Peer Åström，為了解決音樂產業常因版權問題而導致的糾紛，該公司與作曲家直接合作，100%買斷曲目版權，並按照客戶下載的次數與作曲家分潤；另一方面，Epidemic Sound 以 SaaS 的方式按月向藝術家、唱片公司或相關影視製作公司收取訂閱費用。如此，不僅能鼓勵更多優質曲目上傳，訂閱者更可在毫無限制下載完整的全軌音頻。

目前，平台上已有 30,000 個曲目，涵蓋了 180 多種風格，以非主流的獨立音樂為主，在斯德哥爾摩、阿姆斯特丹、馬德里、漢堡和紐約都設有辦事處，客戶還包含好萊塢等大型影城與

Netflix。未來，將致力拓展亞洲新市場，並以韓國為首，預計於 2019 年秋季與 DS Asset Management 合作在韓國首爾推出。

Epidemic Sound 在 2019 年 7 月 1 日獲得 2,000 萬美元的投資，由 SEB (Skandinaviska Enskilda Banken)、Creandum、EQT、DS Asset Management、Atwater Capital 等投資。該公司迄今已獲得 4 輪的股權投資，共獲投 5,800 萬美元，估值約有 3.7 億美元。(https://ppt.cc/f0rf8x)

(三) Imgur (2,000 萬美元，B 輪)

Imgur 成立於 2009 年，總部位於美國舊金山，創辦人為 Alan Schaaf，是目前線上最大的圖片分享社群。該公司在 2019 年 6 月 26 日接受舊金山初創公司 Coil 的 2,000 萬美元策略投資，同時宣布將 Coil 的服務導入 Imgur 中，實現創作兌現的服務。

為了能讓線上圖片創作者更容易將其內容貨幣化，Coil 使用 Web Monetization 的 API 進行微額的匯款，消費者(用戶)只要每月花費 5 美元訂閱，就能觀看所有平台上創作者的內容，Coil 則以「看多少、付多少」的方式即時向創作者付費。同時，Imgur 與 Coil 平台本身也會拿到分潤過程中的一小部分，考量 Imgur 已擁有每月 3 億的全球用戶，累積下來的金額必然相當可觀。

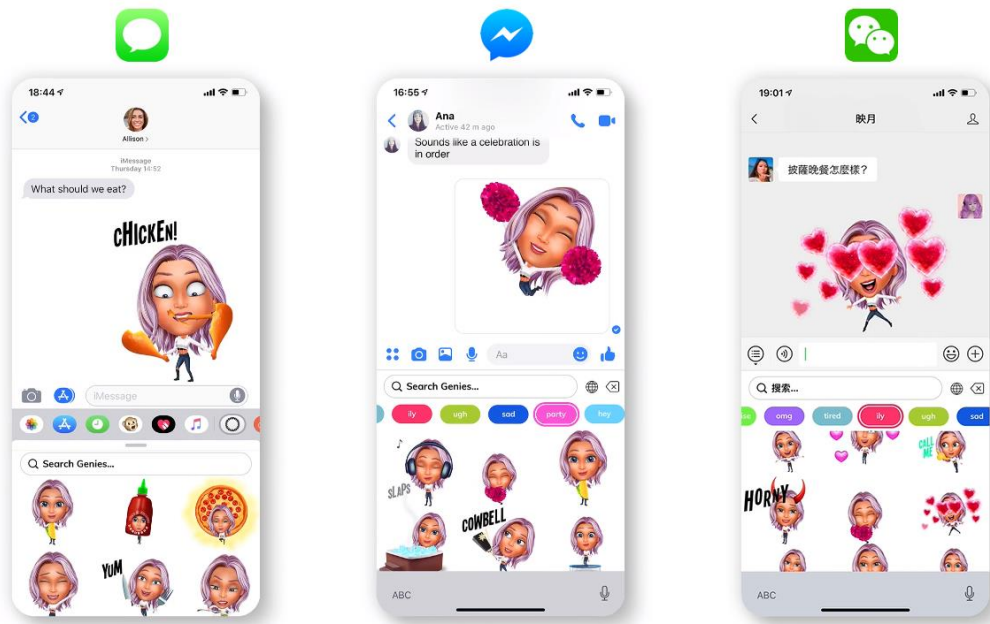
而此種新型態商業模式，與過往通過廣告來經營網站的形式有很大的不同，具有革命性的意義。因此，Imgur 不僅獲得 2 輪的股權投資，共 6,000 萬美元，也在 Alexa 排名美國第 16 位、全球第 56 位，有相當優異的成績。(https://ppt.cc/f4ctAx)

(四) Genies (1,500 萬美元)

Genies 成立於 2013 年，總部位於美國加州，創辦人有 Akash Nigam、Evan Rosenbaum 及 Matt Geiger，該公司運用先進的 3D 人工智慧技術繪製一個屬於用戶自己的虛擬人偶 - 稱作「精靈」，用戶可以替這些人偶套上專屬的衣飾和其他身體特徵，並像貼圖一樣在所有社群平台上使用，包含 Instagram、Snapchat、iMessage、WhatsApp、微信、Giphy、Messenger 等。有趣的地方在於，當對話被輸入時，精靈會檢測對話內容，展現出符合情境的動作、地點和情緒，就好像有一個自己的化身住在手機裡，隨時陪伴在對談者身旁。

目前，Genies 也以不同的形式與品牌商合作，如著名的滑板車公司 Bird 在新的踏板車發布當天撥放名人精靈騎乘 Bird 的行銷影片；還有名牌 Gucci 也與 Genies 合作，讓人們在 Genies 的 App 中為 Gucci 產品設計不同形式的風格，並可將逼真的配件導出用於 iMessage 與 Instagram 的所有內容中。

Genies 在 2019 年 6 月 11 日獲得 1,500 萬美元的投資，由 New Enterprise Associates、Victor Oladipo、L Catterton, Yoshiki Hayashi 及 Tull Investment Group 等投資。該公司迄今已獲得 9 輪的股權投資，共獲投 3,800 萬美元。(https://ppt.cc/fJ4xQx)



(圖片來源：Genies 官網)

(五) Pratilipi (1,500 萬美元 · B 輪)

Pratilipi 成立於 2015 年，總部位於印度班加羅爾，創辦人有 Prashant Gupta、Rahul Ranjan、Ranjeet Pratap Singh、Sahradayi Modi 及 Sankaranarayanan Devarajan，首席執行官 Ranjeet Pratap Singh 將該平台稱為「作家的 YouTube」，用戶可以在平台上發表自己的詩歌、故事以及其他的文學作品，而其他用戶也可通過平台免費閱讀。目前有超過 10 萬名作家積極參與該平台，並累積超過 520 萬活躍讀者。

Pratilipi 在 2019 年 6 月 6 日獲得 1,500 萬美元的投資，由 Nexus Venture Partners、Shunwei Capital、WEH Ventures、contrarian vridhhi fund、Omidyar Network 及 Qiming Venture Partners 等投資。由於平台目前並無向用戶提供任何廣告，創作者也無法直接通過作品獲利，因此此次募資金額將用於這部分的改變。截至目前，該公司已獲得 4 輪的股權投資，共獲投 2,000 萬美元。
(<https://ppt.cc/f2nvBx>)

五、總結

媒體平台不再只是串流提供音樂或影片，許多有潛力的新創也正在尋求各種獨特的可能，包含與 AI 科技結合，打造前所未有的觀影饗宴，或者，創造屬於自己的專屬貼圖；打破以往公眾人物與社會大眾的界線，讓社群影片成為一種祝賀的方式等。這些種種的嘗試，目的沒有其他，不外乎就是希望參與平台的用戶，能在使用時有全新且獨一無二的感受，甚至長驅直入每個用戶的生活，使日常再也不能沒有平台的幫助，創造平台的黏著度。因此，我們在可預見的未來，可以想像即便是相似類型的平台內容，也都將有自己屹立市場的關鍵特色，讓不同使用需求的用戶都有更多選擇的權利。

施雅庭 (台灣經濟研究院研六所 助理研究員)

參考資料

1. Forbes · 2019/6/11 · "Billionaires Jim Breyer and Thomas Tull Lead \$15 Million Bet That Genies' Avatars Will Be Next Big Thing In Social"
2. siliconrepublic · 2019/6/27 · "How is Imgur's new \$20m deal with Coil going to work?"
3. 數位時代 · 2019/6/27 · 「鄉民最愛的圖床 Imgur 獲 6 億元 B 輪投資，要讓瘋傳的圖片都能賺到錢！」
4. techcrunch · 2019/6/25 · "Cameo raises \$50M to deliver personalized messages from celebrities & influencers"
5. 數位時代 · 2019/7/11 · 「委託明星網紅祝你生日快樂！新創 Cameo 抓緊名人商機，獲矽谷投資 1.5 億元」
6. 科技新報 · 2019/6/28 · 「追趕 Spotify！蘋果宣布 Apple Music 用戶數破 6 千萬人」
7. 科技新報 · 2019/7/4 · 「Spotify 放棄音樂發行業務，投資 Podcast 內容」
8. 癮科技 · 2019/7/3 · 「Spotify for Artists 獨立音樂上傳服務將關閉 未來 Spotify 專注擔任串流服務平台角色」
9. 癮科技 · 2019/6/21 · 「Netflix 影音瀏覽功能新創意：以人工智慧判斷內容 觀看影片時提供震動效果」