



在媒体行业提高权责清晰度

区块链技术如何为媒体和娱乐行业贡献力量

IBM 商业价值研究院

执行报告

媒体和娱乐行业



IBM 如何提供帮助

IBM 帮助全球多家媒体和娱乐公司转型为敏捷型企业，面向互连客户提供服务。从制作工作流和受众分析到移动平台和云解决方案，IBM 为客户提供了内容制作、内容分发、销售和服务、营销和业务系统方面的帮助。新解决方案越来越依赖于认知计算，以期获得受众洞察、广告情报、认知型客户关怀和个性化内容推荐能力。IBM 持续出重资用于研究和收购，旨在不断积累专业知识和能力，以便为媒体和娱乐行业的客户提供支持。欲了解有关 IBM 媒体与娱乐行业解决方案的更多信息，敬请参阅 ibm.com/industries/telecom-media-entertainment。

作为全球领先的研究机构之一，以及世界上开源项目最主要的贡献者之一，IBM 致力于协同合作，共同转变个人、政府和企业开展业务和互动的方式。IBM 为客户提供区块链技术架构、咨询和系统整合服务，帮助他们设计和快速采用分布式账本、数字身份、区块链解决方案和联盟。IBM 为客户提供全球规模的业务领域专业知识，以及应用这些技术所需的深度云整合经验。要了解更多信息，请访问：ibm.com/blockchain

本报告亮点

借助区块链技术管理媒体资产，
降低成本

减少版权侵权和纠纷情况

减少广告欺诈和中间媒介

领先一步

区块链技术给媒体和娱乐 (M&E) 行业带来了显著的效益。区块链共享账本方法的核心特征就是在交易过程中，为各参与方构建透明、可信、高效、快捷、安全且可控的媒体供应链。这在媒体内容的交付、使用 and 支付以及广告运营方面尤其重要。区块链技术还有助于减少广告欺诈（比如由机器人而非真人点击广告）以及版权侵权行为。那些开始创建区块链解决方案的媒体和娱乐企业现在已有能力比竞争对手领先一步。

变革时刻已经到来

金融、医疗保健、汽车和零售等众多行业中的企业一直在探索如何通过区块链技术实现更多效益。但是区块链可以为媒体和娱乐行业带来哪些机遇？会对现有的媒体价值链、流程和成本产生什么积极影响？能否帮助增加收入和发展新服务？

区块链技术有潜力帮助转变音乐、视频及其他娱乐类型的媒体内容的交付、使用和支付方式。目前的系统并不适用于管理复杂、个性化的捆绑内容与服务。因此，在当今数字化生态系统中，它们根本无法管理数字权利、版税收取以及大量中介之间的交易。而区块链技术凭借共享账本方法，通过提高透明度、安全性和可控性，帮助改善媒体供应链，减少版权侵权事件。例如，它可减少音乐流媒体中的版权侵权事件，在这一领域，我们经常看到音乐发行方以及歌曲创作者控告 **Spotify**、**Napster** 和 **Pandora** 等音乐流媒体提供商没有支付他们应得的所有流媒体版税，缺额最高达 25%。¹

**30%**

的受访媒体和娱乐高管表示，他们相信区块链技术可以支持自己的企业战略，通过消除中介降低交易成本。

**62%**

的受访媒体和娱乐高管已将“为了将区块链技术发展到商业规模而与媒体供应链伙伴建立合作关系”的重要性从“有些重要”提升到“非常重要”。

**73%**

的受访媒体和娱乐高管已将“为了开发真正相关的行业解决方案而与技术供应商合作”的重要性从“有些重要”提升到“非常重要”。

提高广告运营的交易透明度，有助于在交易流程的每一个步骤中更好地辨别哪些中介机构在消耗广告预算，从而减少不必要的支出。目前，每笔广告支出中，仅有 **38%** 到 **46%** 最终到达预期的媒体渠道。² 区块链技术有助于更为及时有效地向目标人群投放适当的广告，从而减少广告投放量，优化广告收入。此外，区块链技术还有助于对抗广告欺诈技术，如通过机器人网络和域欺诈产生虚假的广告点击量。Juniper Research 的一份报告显示，2018 年广告投放方由于广告欺诈而损失约 190 亿美元，这一数字还在继续增长，预计到 2022 年将高达 440 亿美元。³

有些大型媒体企业已经开启区块链之旅。例如，2018 年，Comcast 与 NBC Universal、Disney 和 Channel 4 以及其他一些企业共同发布了 Blockchain Insights Platform，该平台能够匹配受众数据集，而无需共享数据，从而可以更好地规划、执行和衡量广告投放的效果，有的放矢地投放广告。⁴ 在音乐领域，Spotify 并购了区块链初创企业 Mediachain Labs，致力于开发更出色的技术，以便对接艺术家和其他权利拥有者，合法地通过 Spotify 的服务传播他们的音乐。⁵

在媒体和娱乐行业应用区块链技术之思考

媒体和娱乐行业的不同领域，如出版、广告、音乐和影视等，是动态变化、不断发展的生态系统，变得越来越复杂。该行业的数字化转型为新参与者引进全新业务模式开辟了道路。例如，Google 和 Facebook 展示了如何利用数字化广告活动取得成功。Spotify 和 Pandora 等内容应用提供商提供音乐流媒体服务，而其他一些企业则关注流媒体视频服务，如 Netflix 和 Hulu。许多小型企业通过为客户提供独具特色的产品和服务，在新价值链中占据一席之地。然而，这些价值链环境一直处于不断变化之中，它们的最终形态将由那些更具创新力和竞争力的参与者决定。

覆盖不同地域和司法辖区的媒体和娱乐业务网络中的参与者之间的关系，变得愈加复杂，这涉及广告投放方、发行商和代理机构等。在这些网络中，产品和服务的交易与合同呈指数式增长，从而产生不可计数的价值。鉴于这些活动的体量，从业者迫切要求提高透明度和信任度，因此需要制定新的标准，规定如何披露和共享数据，以及如何衡量成本和收益。

业务网络通过在各方之间转移资产来实现运营。资产是指通过被拥有或被控制而产生价值的任何事物。两大基本资产类型包括：有形资产（如手机）和无形资产（如广告内容和版权）。共享账本是成功管理整个网络中所有资产的关键（见侧边栏：“区块链的关键组成部分”）。企业拥有多个账本，分别对应于所参与的多个业务网络。账本包含交易（资产转入或转出账本）以及合同（交易发生的条件）。

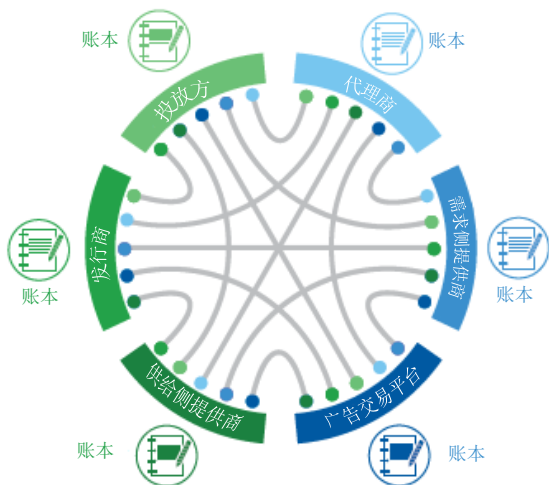
区块链的关键组成部分

区块链技术包括以下组成部分：

- *共享账本* — 一种分布式记录系统，只能向其中追加记录，而不可篡改；在业务网络中共享记录，使交易对所有参与者均透明可见。
- *智能合同* — 业务条款嵌入交易数据库中，并在适用的交易中执行。
- *隐私* — 交易可靠、经过认证而且可验证。
- *信任* — 交易获得各方参与者的认可。
- *透明* — 整个网络中的所有参与者均了解会对自己产生影响的全部交易。

图 1

如果没有区块链，管理整个业务网络中的资产则非常具有挑战性



资料来源：IBM 商业价值研究院分析。

透过广告消息如何传递给消费者这样的简单示例，便可以了解区块链如何让各方受益。可以考虑一个简化的数字化广告投放价值链，由广告投放方、广告代理商、需求侧提供商、广告交易平台、供给侧提供商和发行商共同构成（见图 1）。

每个参与者持有一个或多个账本，不断进行更新以记录发生的业务交易。由于存在大量重复工作和合同，以及赚取服务费用的中介机构，因此这种传统方法成本较高，且效率低下。此外，这种系统还十分脆弱。如果某个事件（例如，欺诈或者是会造成不一致问题的错误）导致中央系统瘫痪，则整个业务网络都会受到影响。

我们再看看图 2 中描述的基于区块链的业务网络。

区块链架构支持参与者共享一个账本，每当交易发生时，通过点对点的复制，共享账本都会得到即时更新。加密算法用于确保网络参与者只能查看账本中与其相关的部分，并且确保交易是可信、经过认证且可验证的。区块链还支持将有关资产转移的合约嵌入交易数据库中，从而决定交易发生的条件。网络参与者通过达成共识或类似机制来商定验证交易的方式。同时，在这个网络中还可以实现监管、合规和审计。完整地部署区块链技术可清除不必要的参与者和交易。

区块链的主要特征

区块链具有下列特征：

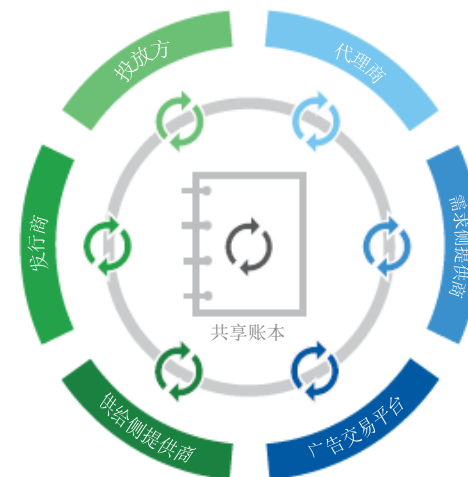
- 多方共识 — 所有参与者均同意交易是有效的。
- 交易溯源 — 参与者了解资产的来源，以及资产所有权的变更过程。
- 不可篡改 — 在交易完成之后，任何参与者均无法篡改交易。如果交易出现错误，就会追溯至错误出现的区块，在这里使用新的交易，建立新的区块。
- 最终确定 — 只有一个地方可以确定资产所有权或者交易完成状态。这就是共享账本的强大作用。

通过标准化的“智能合同”跟踪交易事实的能力，已对业务模式产生重大影响。例如，如果广告印象和可见性指标的达成值得信赖而且可以跟踪，那么就可能根据明确的条款进行自动化对账和支付。与此类似，如果可通过可信的记录系统跟踪表现和发行权利，那么就能根据智能合同进行自动化对账和支付。

由于区块链具有多方共识、交易溯源、不可篡改、最终确定的特征，因此有助于媒体和娱乐企业在其业务网络中实现更高效的运营（参见：“*区块链的主要特征*”）。对媒体和娱乐企业而言，可实现的效益包括节省时间（缩短交易时间）、降低成本（减少行政支出和中介费用）以及减少篡改和欺诈行为。此外，还可提高数据质量，增强信任和减少纠纷。

图 2

区块链有助于管理整个业务网络中的资产



来源：IBM 商业价值研究院分析。

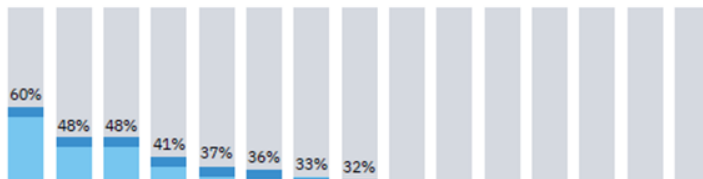
媒体和娱乐业的高管对区块链的看法

为深入探究媒体和娱乐业的高管对于区块链的看法，我们参考了 2017 年 IBM 商业价值研究院 (IBV) 对来自全球 20 个行业约 3000 名全球最高管理层主管进行调研的数据，这些受访者中有 147 名来自媒体和娱乐企业。⁶

显然，如果在某个行业中，生态系统合作伙伴的数量迅速攀升，而广告欺诈、盗版和内容的非法使用却成为首要难题，则可以借助区块链技术改变游戏规则。然而，仅有 21% 的媒体和娱乐业受访者表示他们已在考虑区块链技术。与其他行业相比，媒体和娱乐业的确步伐缓慢（见图 3）。

图 3

已在考虑或积极参与区块链的行业



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38378

