



網羅萬象

大公報記者 倪夢環

# 月發「彈幕」14億 每四青年就有一用戶

## B站十年蛻變「小眾」成「眾樂」

日前在上海舉行的B站十周年大會上，B站董事長兼CEO陳睿回憶了B站十年的歷程和變化。從最早只有動漫類視頻，到如今動漫、音樂、科技、遊戲、時尚等包羅萬象，B站已成長為涵蓋7000多個興趣圈層的多元文化社區。

### 逾七千興趣圈隨時「挖寶」

「如果我想搜吃的，比如可以搜『大碗寬麵』，不僅可以搜到吃的東西，也可以搜到Rap、歌曲，於是我點開了UP主製作大碗寬麵的視頻，不僅有唱，而且他們還對這段歌曲做了編舞。現在的B站任意搜一個與你興趣愛好相關的詞，都可以發掘出一些『寶藏』，找到你為之驚嘆的、非常有創意的視頻。」陳睿如此說道。

彈幕的出現，真正讓單向視頻播放平台，變成了雙向連接平台。B站UP主Rebecca對記者表示，「彈幕比評論更容易共情，且更容易讓我明確知道大家比較喜歡哪些內容點」。作為業餘UP主，雖然生產內容並不算多，但Rebecca在平台上的最鍾意的兩個視頻，播放量已達37萬，獲得了超萬點讚及7000多個彈幕，正如陳睿所說，「這些彈幕互動帶來的其實是心靈和情感的碰撞。」

### 寓教於樂 網站變「課堂」

其實，隨著彈幕、直播這些新事物的出現與普及，質的改變發生在更多的領域。「古板嚴肅」的紀錄片有了更多受眾，新手創作者有了傳達平台，如騰訊、愛奇藝等視頻網站也增設了「發送彈幕」功能，甚至時間、語言與地理的界限都消失了：不少外國友人通過影片分享各國趣事，彈幕讓他們與觀眾實時互動交流。

每月14億次的彈幕和評論互動，月活躍用戶1.01億，每四位年輕人中就有一個用戶，活躍UP主（視頻創作者）每月投稿208萬個原創視頻，視頻日均播放量達5.1億次……這是B站（嗶哩嗶哩，Bilibili）十周年大會上披露的數據，這個曾以「二次元」為標籤的「小破站」，經歷十年蛻變，內容愈加多元，所帶的標籤也早已不止於此。如今，類似B站這樣的平台成為了不少網民的心頭好，彈幕成為他們交流溝通的情感鏈接，多元社區溫度不斷延伸，「小眾」變成了「眾樂」。

### 俏皮彈幕歡樂多



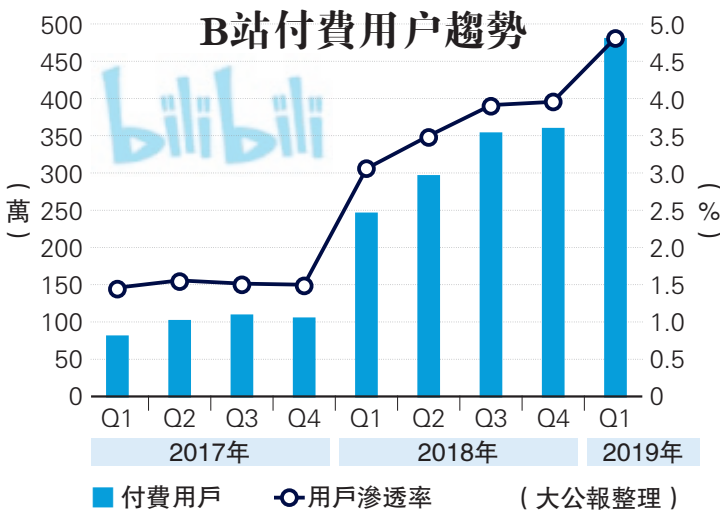
B站甚至還成為了學習的「課堂」。「我帶家裏的孩子追一些歷史動畫片學習歷史，我自己也會在平台學習外語。」資深B站用戶阿梅表示，通過視頻寓教於樂，不僅加深了學習印象，還可以通過彈幕與網友交流，「每當我堅持不下去的時候，看到視頻網友的鼓勵，還有每天刷視頻的習慣，對於我的學習很有幫助。」

據了解，B站已經成為中國最大的在線自學平台之一。陳睿表示，B站上已有420萬學習類視頻，「今年年初到現在有超過1827萬人在B站觀看學習視頻，種類繁多。」另外，現實中的B站「突破」二次元，去年成功在美上市，屬於「多元化社區」的大航海時代已經到來。

### 月活用戶破億

月活躍用戶1.01億	同比增31%
移動端月活8860萬	同比增39%
「每四個年輕人就有一位是B站用戶」	通過會員考試4930萬 同比增39%
	第十二個月留存率80%
日均使用時長	81分
日均視頻播放量	5.1億
月均用戶互動量	14億

（大公報整理）



▲2018年3月，B站在美國納斯達克上市

## 撐優質原創作品 製作《三體》動畫

日前，B站宣布長篇科幻小說《三體》動畫項目啟動、紀錄片《人生一串》第二季上線及與美羅中國達成深度合作等內容，將更多優秀原創內容通過平台傳送，讓年輕群體有了接觸、創作優質內容的機會。

談及原創發展，B站董事長兼CEO陳睿表示，B站如今可謂中國互聯網最大的創作平台之一。以音樂視頻為例，每月B站產出的原創歌曲超過一千首，還有UP主創作的歌曲獲得國家級音樂大獎。

陳睿表示，過去三年，B站共投資和參與出品71部國產原創動畫，佔總量約一半。

此次《三體》動畫化，更得到了小說作者劉慈欣的期待。「動漫作為一種影像藝術的表現形式，特別適合表現科幻的內容。」劉慈欣說，「我希望它能夠超出原作者所想像的東西。」

此前，B站通過「紀錄片尋找計劃」持續扶持優秀紀錄片作品和創作者，前有《我在故宮修文物》爆火，後又有《極地》、《歷史那

些事》、《川味第三季》等優質紀錄片誕生。過去一年，B站活躍的紀錄片觀眾已經超過2200萬人。

「與一般視頻網站僅把紀錄片作為一個無足輕重的板塊不同，B站充分重視紀錄片，在影視板塊給予了重點推薦。對於紀錄片，B站最大的意義是，通過彈幕等年輕人喜聞樂見的方式增加觀看紀錄片的樂趣，打破了年輕人對紀錄片沉悶無趣的成見，傳播了紀錄片的文化和價值。」資深紀錄片業內人士如此說道。（記者 倪夢環）

### 內容為王優質創作

#### 發力國創

- 投資出品國產原創動畫 **71部**
- 投資國產原創動畫團隊 **16個**
- 參加製作日本動畫 **45部** 佔總出品量15%
- 簽約漫畫作者及工作室 **>600**
- 計劃出品打造漫畫 **>100部**

#### 鼓勵原創

- 資源支持 全年500億次站內流量曝光、每月100萬專項獎金、每月1億專項活動站內曝光量
- VLOG Vlog社區UP主 **46萬**
- 投稿量 **145萬**
- 累計播放量 **33億**

#### 音樂視頻

- 月產原創歌曲 **>1000首**

#### 遊戲視頻

- 遊戲類視頻UP主 **180萬**
- 作品 **>2100萬**
- 累計播放量 **>600億**

### 新詞潮語話你知

#### 彈幕

指在網絡上觀看視頻時屏幕上飄過的評論性字幕，類似小說行間的夾批。最早出現在軍事領域，指用密集火力對某一區域進行轟擊，後沿用到某些射擊遊戲中。評論從屏幕飄過時效果看上去像飛行的子彈，因此得名。

#### UP主

源自日本的網絡用語，指在視頻網站、資源網站等地上傳視頻、音頻或其他資源的人（即投稿人），up為「upload」縮寫，由諧音而稱「阿婆主」者更眾。

（大公報整理）

## 生活需求推動科技進步



### 微言Net語

倪夢環

科技不斷進步更新，讓人類的的生活有了更多變化，也讓「科技改變人類」論一直處在風口浪尖。但在筆者看來，與其說科技「改變」人類，不如說是科技朝着人類發展的方向前進，「主動」適應人類，這一點，或許在B站的崛起中可見一斑。曾有網友表示，「看到激動的地方，特別想要表達當時情感，彈幕就給了我們這個機會」。從最初日本的Niconico網站，到中國的A站、B站，再到如今幾乎所有網站融入彈幕功能，彈幕的多少可以說決定了視頻的火爆程度。回到數年前，虎撲、

天涯等論壇成了無數陌生人交流之地，到後來的微博、朋友圈，都是現代人發表觀點、分享生活的好去處。究其原因，是人們對交流的需求與渴望，讓科技不斷進步。業餘活動壓縮了時間，網絡成為表達的最好途徑，彈幕就成為最直接的方式。這使得近年無數網紅在B站或類似平台闖出自己的天地。此前，網紅敬漢卿曾表示希望嘗試一些「新奇」的點子分享給觀眾，比如試吃世界第一辣椒到底是什麼……其中不少想法引起觀眾的共鳴，可見他們真正抓住了觀眾的心理，做出他們一直想做又不敢做的事情。無論對平台還是作品，有需求才會有供應。也許隨着科技不斷更進，更多有趣的渠道會出現。但說到底，科技是因人而發展，網絡也是因人使用才能包羅萬象。

### 網友熱評

- 一目木** 有彈幕飄過時會有一種愉悅感，就是你喜歡的東西分享給其他人，剛剛好那個人也喜歡的愉悅
- 小央·蜜思毛** 80尾巴的我現在依舊是B站的忠實用戶，這裏總能找到主流視頻網站不會有，但是很精彩的東西
- 檸檬糖果** 考研時在B站學完了數據結構和C語言，偶爾還會看會高數
- 李李李李李** 當年的b站成為會員還要瘋狂答題，小破站帶給我們很多驚喜，我甚至還在上面認識了很多很好的朋友。我的青春都在那些年的彈幕啦，我愛小破站！
- 猴撲** 哇！竟然十年了！上初中到現在工作了，原來時間真的可以過得這麼快，這麼悄無聲息

（大公報整理）