

# 3年圈粉逾37萬 屢接Lancome、Apple廣告

## 港人玩B站也可風生水起

內地最大視頻網站嗶哩嗶哩(B站, bilibili)(9626)今日掛牌上市,雖然上周五的暗盤表現不盡人意,但不少機構和散戶仍看好這種「Z世代」的業態。B站經過多年發展,已形成獨特的彈幕文化和鬼畜文化,擁有數以億計的鐵粉,且以年輕人為主。有本地港人嘗試入駐B站做Up主,3年多已吸引到逾37萬粉絲,共賺到近2萬元人民幣的收入。

●香港文匯報記者 周曉菁

2017年12月一個稀鬆平常的早晨,陽光帶着清醒的空氣飄入窗戶,才睡醒的本地港人陳美瑩心情大好,就着冬日的溫暖和明媚,在自家客廳梳化上,用7分半鐘的視頻時間,向B站用戶們分享了自己的成長經歷和生活點滴,製作出第一支B站「報道」視頻,成為了最早成功入駐B站的香港Up主之一。

### 面向內地 覆蓋更多觀眾

在「全職博主」、「KOL」才剛剛興起時,陳美瑩直接略過了YouTube、Instagram等港人熟知的社交平台,進駐當時在香港還鮮有人知的B站,也是頗有自己的見解:香港人加上海外華僑,廣東話市場始終只有700多萬人,但若能夠射更大的市場,「全職博主」的道路才能走得更長遠。在內地讀書的堂弟向她推薦了大學生間流行的彈幕視頻網站,她略作研究後二话不說就註冊了B站賬號,促成了「Withmeiying」的開始。

經過3年多的細心經營,以粵語為主的「Withmeiying」已經擁有37.5萬粉絲、54.9萬的點讚數,累計上傳的194個視頻獲得了1,522.2萬的播放量,算是個不折不扣的高產量「大Up主」。從默默無聞分享自己的日常穿搭、旅行日記、生活等,逐漸接到了例如Lancome、Apple、Farfetch等大品牌的商務廣告,這些成長令她感到興奮與感激。

### 單靠分成難以「開飯」過活

不過陳美瑩直言,B站與Up主的分成模式,對全職博主而言並不友好,它是根據用戶的喜愛度、內容流行度等進行分成。「據不完全統計,3年多B站Up主的收入,應該不超過2萬元人民幣,若非有自己另外經營的淘寶店舖,陳美瑩絕無可能靠此生活,其淘寶店和接廣告收入差不多對半開。而YouTube只要有足夠的人觀看且停留一定時間,依靠播放量就能「食飯」,博主壓力瞬間減少許多,可以專心想創意做內容。

此外B站用戶對廣告相當排斥。陳美瑩介紹,大部分粉絲對Up主分享日常生活喜聞樂見,也期待各類Up主能不斷輸出高娛樂性的優質作品,但若哪個Up主在視頻裏接廣告或推銷商品,可能就變成了一件不可原諒的事情,留言和彈幕會出現一些謾罵和聲討。她笑稱「網上罵人不需要成本」,只要擺正心態,分清網絡和現實即可。

其實,B站大部分Up主起初只是出自於興趣愛好或自我價值實現等精神層面的追求,拍攝視頻上傳到平台,是為了尋求志同道合者的互動和共鳴,隨後在不斷積累中形成自己的忠誠粉絲群,不少Up主在粉絲量積累到一定量級,且知名度大大提升後,就會向專業Up主轉型。經過多年發展,B站形成了理解年輕人、引導年輕人的氛圍,猶如磁石般吸引了愈來愈多95後、00後,或許這就是資本市場尤其看好B站的原因之一。



●陳美瑩直言,B站與Up主的分成模式不夠友好。

香港文匯報記者攝

## “看不懂看不慣?證明你老了” Z世代接棒 成消費主力

香港文匯報訊(記者 周曉菁)嫌B站的彈幕令你眼花繚亂?看不慣抖音视频的「尬舞」?只能說你老了。正如毛主席說,「世界是你們的,也是我們的,但是歸根結底是你們的。你們青年人朝氣蓬勃,正在興旺時期,好像早晨八九點鐘的太陽。希望寄託在你們身上。」「Z世代」(泛指1990年代末期到2010年代初的出生的人們)已開始進入社會,並成為一個消費力越來越強的群體,想想再過十年、二十年,Z世代將會成為政府高層、企業主管,目前他們所喜歡的一切,也將成為世界的主流。

化圈「Z世代」和「非Z世代」的分隔線,光是觀看視頻的同時還要看「彈幕」、發「彈幕」交流,對許多「非Z世代」而言,就已經是一個適應的全新過程。B站董事長兼首席執行官陳睿表示,B站用戶平均年齡在21歲左右,新增用戶的平均年齡在20歲左右,意味着大批00後新用戶源源不斷地湧入B站。B站副董事長兼首席運營官李旎曾透露,(內地)每兩個年輕人中就有一個B站用戶。

### 佔據整體消費力40%

有數據顯示,「Z世代」佔據整體消

費力的40%,甚至掌握了一半以上的話語權。艾瑞諮詢統計,2019年「Z世代」為線上娛樂貢獻收入佔比59%,預計到2023年貢獻收入佔比增至66%,達1.3萬億元人民幣。而根據QM報告,2020年內地「Z世代」網民規模達3.24億人,顯然不可小覷。

美國銀行的一份報告則將「Z世代」稱作「有史以來最具顛覆性的一代」,相信隨着時間的推移,到2031年「Z世代」收入將超過千禧一代,消費能力將大幅提升,隨之而來的投資機遇,或許也會迎來最具顛覆性的一次變革。

## “我們這一代人共鳴的平台” 「年更」Up主:不為賺錢「為愛發電」

香港文匯報訊(記者 倪夢環)短視頻平台不僅是年輕人創作的「天堂」,更成為學習與社交的社區。在內地,如B站、抖音等短視頻平台已經成為了流行聚集地,無論行業年齡,成為Up主似乎沒有限制,有Up主吸引百萬粉絲成為專職,也有Up主不為賺錢願意「為愛發電」。

### 一年只發1、2條視頻

平台單個視頻最高播放量超過65萬的Up主夕夕宸,自稱為「年更Up」,即一年才發1至2個視頻。儘管發布作品數量不多,但由於質量不錯,夕夕宸依然吸引了超過1,300個粉絲,「B站這樣的地方非常適合年輕人交流,交朋友,在這裏做視頻我並不為賺錢,只是興趣使然,B站對於我們來說,已經成為一個多元社區和最常使用的平台。」

夕夕宸早在2014年就開始接觸B站視頻,「那個時候開始知道並逛B站,但只是看內容,直到2017因為工作關係,學習剪輯軟件後,開始自己剪輯,所以就當了Up主。」在夕夕宸的主頁,其實一共只有6個視頻,但最高的明星剪



●夕夕宸說玩B站更看重的是其所帶來的快樂。

輯視頻已經錄得超過65萬次播放。「我不是專職Up,我只是因為興趣,因為沒有定時更新,所以播放量也不是很穩定,但我依然覺得非常有收穫,我有了共同愛好的粉絲,還有很多有趣的互動和新的朋友,所以即使製作視頻很花時間,我未來也還會繼續。」

### 通過作品和同好交流

夕夕宸告訴記者,自己的視頻主要來

源是影視素材,每個視頻(成片10分鐘以內)剪輯一般要2個工作日,剪輯的影視素材更有上百個Gb,還涉及調色、濾鏡、字幕和轉場等眾多步驟,「所以真的得心不靜有熱情的時候做。」

談及視頻帶來的收入,「因為我不是專職做這個,所以6個視頻其實也只有百來元收入,但是成品給我帶來的快樂是我更加看重的,還可以通過作品和同好交流,所以興趣能夠支撐我走下去,我也有自己的工作,工作和興趣並不衝突。」

其實在內地,短視頻平台早已是社交工具之一,B站、抖音、快手等平台都吸引了自己的特定群體,例如B站或許會聚集更多二次用戶,抖音成為網紅直播以及帶貨的重要渠道,快手的自製小短劇風靡一時……對於年輕人來說,以B站為例的短視頻平台早已不是簡單「打發時光」的工具,除了可以實現自我創作,還是學習直播、知識科普甚至觀看電影和電視劇的多元化平台。

### B站潮語

#### 前方高能

在驚悚、恐怖畫面,或視頻內容轉折點出現前,用彈幕提醒大家即將有重大事情發生。

#### 爺青回

「爺的青春回來了」的縮寫,指看到童年舊事舊物重現,表達出對過往歲月的追憶,以及與自己青春重逢的喜悅。另還有一句反義為「爺青結」,即「爺的青春結束了」。

#### 禁止套娃

套娃出自於玩具俄羅斯套娃,即是制止別人不斷重複一個話題、一個句子或某一個行為。

#### AWSL

是普通話「啊我死了」的拼音首字母縮寫,當看到可愛、喜歡、美好的事物,想表達欣喜、激動時,可用「AWSL」來形容。

#### 雙廚狂喜

「廚」源自日語,意為癡狂迷戀。當看到自己喜歡的兩部作品(沒有關聯)中的事物,同時出現在一個場合,即成為「雙廚」,可用「雙廚狂喜」來形容自己此刻的心情。

#### WWW

源於日語「笑(Warau)」的縮寫,三個或以上的W連在一起可表示大笑的程度。

整理:香港文匯報記者 周曉菁

## 高質原創Up主俘虜年輕人

香港文匯報訊(記者 周曉菁)「Up主」、「彈幕護體」、「爺青回」、「AWSL」,這些經常出現在B站彈幕上的流行語,成年人或許莫名其妙,但對於「Z世代」而言,卻是他們在B站的日常用語。經歷了逾10年的成長,B站已經從一個以動漫、遊戲為主的小眾視頻網站,逐漸演變成了「Z世代」的庇護圈——ACG、娛樂、學習、國風、惡搞、鬼畜等等,一切你感興趣、甚至意想不到的內容,都可以在B站找尋到,還能通過「彈幕」的形式,與志同道合的網友一起交流。

### 教學類視頻五花八門

對一般用戶而言,B站最寶貴且最

吸引用戶的,便是那些能創造出高質量、豐富內容的原創視頻「Up主(Uploder)」。在知乎平台上,「B站有哪些『驚為天人』的Up主」、「B站有哪些很好的學習資源」、「B站有哪些值得反覆觀看的視頻」等問題下,有細心的用戶分享了上萬字總結,最優質回答能獲得近10萬的「讚好」。

學習視頻可按語種、Office軟件、中學課程、TED演講等分類。無論是英語、韓語、日語,甚至是偏冷門的歐洲小語種、阿拉伯語,都可以按照入門、進階、考試等需求,在B站搜到教學視頻;科普視頻也是五花八門,且許多Up主都是各自領域的精英。