

哔哩哔哩：视频直播市场冉冉升起的新星

哔哩哔哩（也就是我们熟知的“B 站”）于 2009 年创建，现在已经发展成为覆盖全线的综合性线上娱乐平台。不仅有各位 UP 主们的原创内容，B 站还有自己的二次元游戏发布平台“Bilibili 游戏”，“Bilibili 漫画”，以及 ACG 专业直播平台“Bilibili 直播”。除此之外，B 站旗下两支电竞队伍，分别拥有 LPL 和 OWL 世界级电竞联赛席位。背靠腾讯（持股 12%）和阿里（持股 8%），B 站也在 2018 年 3 月成功登陆纳斯达克。

营收突飞猛进

我们来看一些数字和分析：

B 站 2018 年总营收 41 亿，同比增长 67%

大部分营收来自手游。比如，命运/冠位指定，碧蓝航线

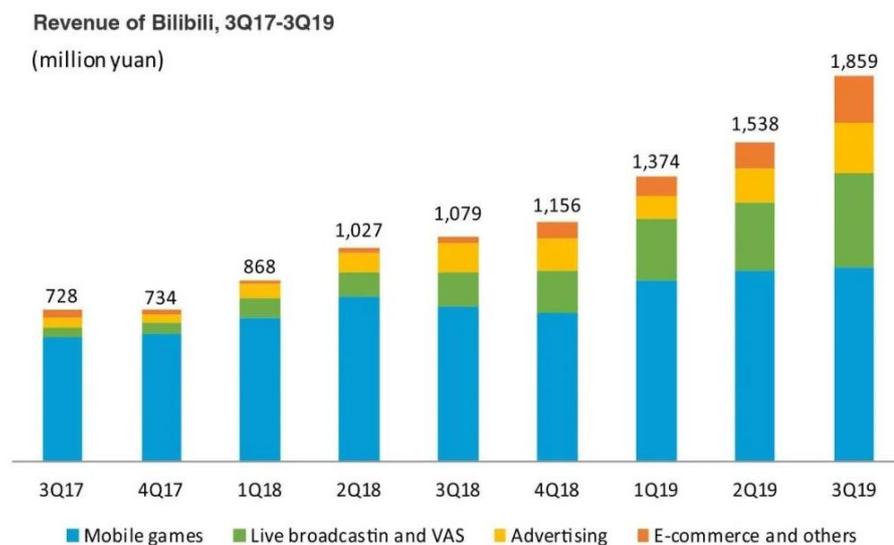
2019 年三季度手游营收 9.3 亿元，占总营收的 50%

2019 年三季度直播和增值服务营收 4.5 亿元，占总营收的 24%

截至 2019 年三季度平均每月的付费用户达 790 万人

2019 年三季度电商及其他营收达 2.26 亿元，同比增长 703%

B 站 2017 年三季度到 2019 年三季度的营收汇总：



Source: Bilibili Financial Report, 3Q19

FUNG BUSINESS INTELLIGENCE

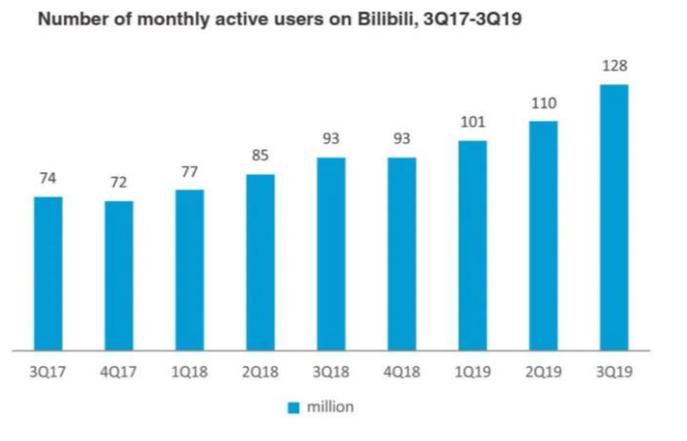
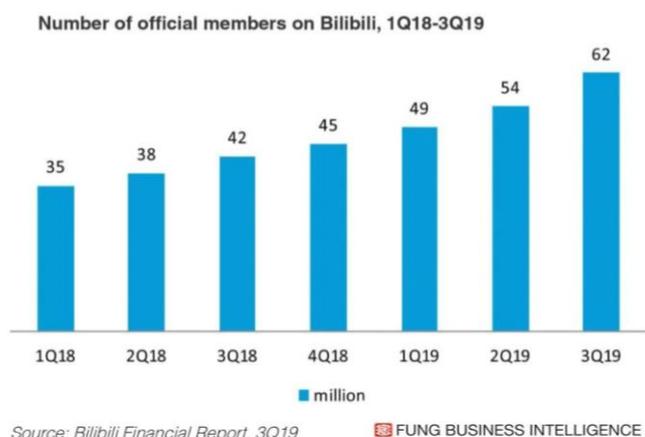
Z 世代的金主

80% 的 B 站用户都是 Z 世代

2019 年三季度 B 站月活用户达 1.28 亿

2019 年三季度 B 站会员数量 6200 万

B 站 2018 年一季度到 2019 年三季度的会员总数以及月活变化 (单位: 百万人) :



内容百花齐放

B 站的内容原创者被称为 UP 主, 2019 年三季度, 90% 的视频播放量来自于 UP 主们的贡献。

2019 年三季度 B 站月活 UP 主 110 万, 每个月平均贡献 310 万段视频

弹幕是 B 站的灵魂。没有弹幕的 B 站是不完整的。这个标志性的评论方式为 B 站带来了年轻的活力。

2019 年三季度平均每个月互动量超过 25 亿次, 同比增长 122%

电商这个黄金坑

近年 B 站也开始试水电商市场，B 站的 UP 主们可以在平台销售产品。大部分这些产品都是化妆品和护肤品。B 站并不负责后台诸如库存管理，快递派送，以及售后这些服务，这些都需要 UP 主们自己来负责。

当然，品牌和 KOL 以及 KOC 合作卖产品也是一种方式。

2018 年 12 月，阿里巴巴和 B 站合作开展了诸多活动，其中包括允许 B 站 KOL 们在淘宝开店，淘宝与 B 站也支持 B 站的签约 UP 主建立认证的淘宝达人账户。

下面我们举例说明一下 UP 主是如何利用 B 站和天猫来赚钱的。

董子初是 B 站最受欢迎的 UP 主之一，ID 叫“千户长生”。目前粉丝数近 150 万（女性粉丝居多），累计播放量达到 1.1 个亿。

随着粉丝数量的不断增加，2017 年，董子初推出了自己的美妆品牌 Croxx。同时董子初还和国内知名 MCN 机构及红人孵化运营达人说合作，将品牌创意与产品供应商对接，之后通过 B 站发布推广视频来引流。

2018 年 1 月，Croxx 推出了自己的第一款美妆产品：美妆蛋。14000 套美妆蛋数小时售罄。2018 年双十一，Croxx 销售额达到 5000 万，截至今年 2 月，Croxx 天猫店的粉丝数量达到 84.4 万。

上线小程序是 B 站为 UP 主所提供的又一变现工具。

“势能榜种草机”是 B 站试水的首个小程序。2019 年 4 月推出内测，用户点击进入后可以看到在售商品，并直接下单，整个购物过程在 B 站小程序中完成，并不进行外部跳转。当时商品的一大分类是美妆品、护肤品和洗护用品，且多为曼丹、资生堂、乐敦、小林制药等日系品牌。此外，还有胶带、纸巾盒为代表的文创产品。在已经上线的第一期榜单中，还包括了 B 站美妆区头部 UP 主干户长生的彩妆品牌“Croxx”。

十年 B 站，不是终点，更像是起点，世界很大，B 站的野心更大。

冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场信息。

冯氏集团利丰研究中心总部设于香港。研究中心借助其独特的关系网络和信息网络跟踪上述信息，进行研究并重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场信息和独到见解。

冯氏集团是一间以香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。



关于冯氏集团

冯氏控股（1937）有限公司总部设于香港，是一家私人全资拥有的跨国集团。冯氏控股是冯氏集团的主要股东，集团的核心业务涵盖消费品市场的整个全球供应链管理，包括贸易、物流、分销及零售。冯氏集团在全球逾 40 个经济体系聘用超过 27,000 名员工。冯氏集团的发展历程源远流长。集团始创于 1906 年，由经营出口贸易业务发展成全球供应链管理业务，集团见证了香港与珠三角地区蜕变为当今世界生产及贸易重地之一的光辉历史。今天，集团聚焦于创造未来的供应链，协助品牌和零售商在数字经济中驰骋，并在全球各地为品牌创造新机遇、开拓新产品类别和拓展新市场。

集团旗下的上市公司包括利标品牌有限公司（香港联交所股份代号：00787）和利亚零售有限公司（香港联交所股份代号：00831）。集团的私营业务包括利丰有限公司、利弘投资有限公司、利时控股有限公司、利童服饰（控股）有限公司、玩具“反”斗城（亚洲）业务及 Suhyang Networks。

版权所有 © 2021 冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。