

嗶哩嗶哩：視頻直播市場冉冉升起的新星

嗶哩嗶哩（或簡稱「B 站」）於 2009 年創立，現在已經發展成為覆蓋全線的綜合線上娛樂平台。平台上不僅有各位內容原創者的原創內容，還有自己的二次元遊戲發佈平台「Bilibili 遊戲」，「Bilibili 漫畫」，以及 ACG 專業直播平台「Bilibili 直播」。除此之外，B 站旗下兩支電競隊伍，分別擁有 LPL 和 OWL 世界級電競聯賽席位。背靠騰訊（持股 12%）和阿里（持股 8%），B 站也在 2018 年 3 月成功登陸美國納斯達克。

營收突飛猛進

我們來看一些數字和分析：

B 站 2018 年總營收 41 億，同比增長 67%

大部分營收來自手游。比如「命運/冠位指定」和「碧藍航線」

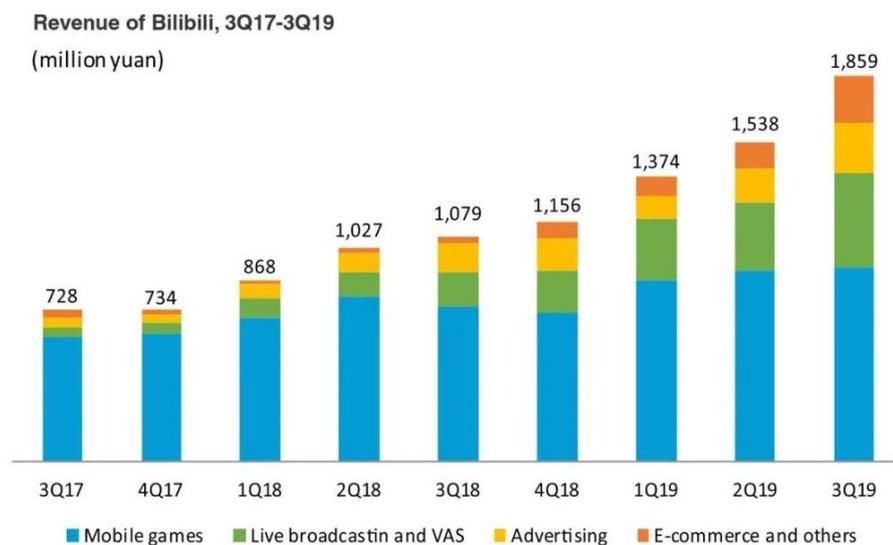
2019 年三季度手游營收 9.3 億元，佔總營收的 50%

2019 年三季度直播和增值服務營收 4.5 億元，佔總營收的 24%

截至 2019 年三季度平均每月的付費使用者達 790 萬人

2019 年三季度電商及其他營收達 2.26 億元，同比增長 703%

B 站 2017 年三季度到 2019 年三季度的營收匯總：



Source: Bilibili Financial Report, 3Q19

FUNG BUSINESS INTELLIGENCE

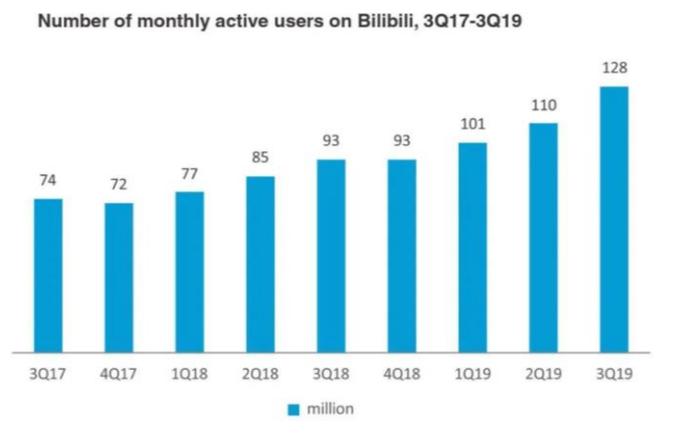
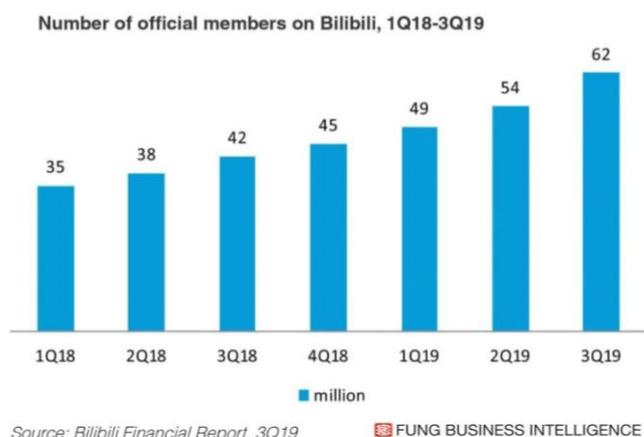
Z 世代的金主

80% 的 B 站使用者都是 Z 世代

2019 年三季度 B 站月活使用者達 1.28 億

2019 年三季度 B 站會員數量 6,200 萬

B 站 2018 年一季度到 2019 年三季度的會員總數以及月活變化（單位：百萬人）：



內容百花齊放

B 站的內容原創者被稱為 UP 主，2019 年三季度，90% 的視頻播放量來自於 UP 主們的貢獻。

2019 年三季度 B 站月活 UP 主 110 萬，每個月平均貢獻 310 萬段影片

彈幕是 B 站的靈魂，沒有彈幕的 B 站是不完整的。這個標誌性的評論方式為 B 站帶來了年輕的活力。

2019 年三季度平均每個月互動量超過 25 億次，同比增長 122%

電商這個黃金坑

近年 B 站也開始試水電商市場，B 站的 UP 主們可以在平台銷售產品。這些產品大部分都是化妝品和護膚品。B 站並不負責後台諸如庫存管理，快遞派送，以及售後這些服務，這些都需要 UP 主們自己來負責。

當然，品牌和 KOL 以及 KOC 合作賣產品也是一種方式。

2018 年 12 月，阿里巴巴和 B 站合作開展了諸多活動，其中包括允許 B 站 KOL 們在淘寶開店，淘寶與 B 站也支援 B 站的簽約 UP 主建立認證的淘寶達人帳戶。

下面我們舉例說明一下 UP 主是如何利用 B 站和天貓來賺取收入。

董子初是 B 站最受歡迎的 UP 主之一，ID 叫「千戶長生」。目前粉絲數近 150 萬（女性粉絲居多），累計播放量達到 1.1 億。

隨著粉絲數量的不斷增加，2017 年，董子初推出了自己的美妝品牌 Croxx。同時董子初還和國內知名 MCN 機構及紅人孵化運營商達人合作，將品牌創意與產品供應商對接，之後通過 B 站發佈推廣影片來引流。

2018 年 1 月，Croxx 推出了自己的第一款美妝產品：美妝蛋。14,000 套美妝蛋數小時售罄。2018 年雙十一，Croxx 銷售額達到 5,000 萬，截至今年 2 月，Croxx 天貓店的粉絲數量達到 84.4 萬。

上線小程序是 B 站為 UP 主所提供的又一變現工具。

「勢能榜種草機」是 B 站試水的首個小程序。2019 年 4 月推出內測，用戶點擊進入後可以看到在售商品，並直接下單，整個購物過程在 B 站小程序中完成，並不進行外部跳轉。當時商品的一大分類是美妝品、護膚品和洗護用品，且多為曼丹、資生堂、樂敦、小林製藥等日系品牌。此外，還有膠帶、紙巾盒為代表的文創產品。在已經上線的第一期榜單中，還包括了 B 站美妝區頭部 UP 主千戶長生的彩妝品牌「Croxx」。

十年 B 站，不是終點，更像是起點，世界很大，B 站的野心更大。

馮氏集團利豐研究中心

馮氏集團利豐研究中心收集和分析有關全球採購、供應鏈、分銷、零售及科技的市場資訊。

馮氏集團利豐研究中心總部設於香港。研究中心藉助其獨特的關係網路和資訊網路跟蹤上述資訊，進行研究並重點分析中國及其他亞洲國家的發展概況和未來趨勢，以及撰寫相關報告。研究中心透過定期出版研究報告及其他刊物與世界各地的企業、學者和政府分享市場資訊和獨到見解。

馮氏集團是一間以香港為基地的跨國公司，研究中心作為集團的智庫，亦為集團及其合作夥伴就進入中國市場、企業架構、稅務、牌照及其他政策法規方面的事宜提供專業意見及顧問服務。

馮氏集團利豐研究中心於 2000 年成立。



關於馮氏集團

馮氏控股（1937）有限公司總部設於香港，是一家私人全資擁有的跨國集團。馮氏控股是馮氏集團的主要股東，集團的核心業務涵蓋消費品市場的整個全球供應鏈管理，包括貿易、物流、分銷及零售。馮氏集團在全球逾 40 個經濟體系聘用超過 27,000 名員工。馮氏集團的發展歷程源遠流長。集團始創於 1906 年，由經營出口貿易業務發展成全球供應鏈管理業務，集團見證了香港與珠三角地區蛻變為當今世界生產及貿易重地之一的光輝歷史。今天，集團聚焦於創造未來的供應鏈，協助品牌和零售商在數碼經濟中馳騁，並在全球各地為品牌創造新機遇、開拓新產品類別和拓展新市場。

集團旗下的上市公司包括利標品牌有限公司（香港聯交所股份代號..00787）和利亞零售有限公司（香港聯交所股份代號..00831）。集團的私營業務包括利豐有限公司、利弘投資有限公司、利時控股有限公司、利童服飾（控股）有限公司、玩具"反"鬥城（亞洲）業務及蘇陽網路。

版權所有 © 2021 馮氏集團利豐研究中心

馮氏集團利豐研究中心致力於提供準確而可靠的資料，但並不保證本出版物的內容絕對無誤。倘其中有任何錯誤之處，本中心恕不負責。本出版物也並非旨在涵蓋所有內容。對文中的資訊是否準確或完整本中心不作任何明示或暗示的承諾或保證。馮氏集團利豐研究中心不會對任何個人或單位因閱讀了本出版物採取某項行動或未採取某項行動的後果承擔任何責任。