

# “硬核内容”突破垂直圈层,仍难挡亏损 “烧钱圈地”的B站 未来在哪

三年前的3月,弹幕视频网站哔哩哔哩(bilibili,又称B站,NASDAQ:BILI)代表中国二次元文化的视频网站登陆纳斯达克。刚刚过去的3月,B站亮出了“净亏损13亿”的成绩单。在高支出、高投入之下,B站“烧钱圈地”,以期走出多元化的路子,但同时也扩大了亏损,



罗翔教授幽默智慧的讲课视频被多个账号搬运至B站,目前视频播放量累计已经过亿。视频截图

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 王赞

## 从二次元到文化社区 B站寻求“破圈”

“B站3月谁最狂?出门右转找罗翔。”这是一篇谈B站知识类UP主(视频上传者,uploader)迭代的文章的开头句。罗翔不仅是中国政法大学教授、中国政法大学刑事司法学院刑法学研究所所长,还曾深度参与《刑法》立法修正工作,是业内专家。今年年初,罗翔教授幽默智慧的讲课视频被多个账号搬运至B站,目前累计视频播放量已经过亿,之后,B站官方邀请罗翔入驻。

“硬核内容”突破垂直圈层,形成热议话题,是B站过去一年的大变化之一。

今年1月,B站第二年举办面向站内优秀UP主的线下颁奖,相比第一年“敖厂长”、《达拉崩吧》、“跨界鬼畜”等二次元标签占据绝对C位,今年的百大UP主既有来自游戏区的“老番茄”,也有靠5G测评视频走红的科技区UP主,还有短短一年时间就积累超300万粉丝的美食UP主。

比数据更为难得的是现象级,2020年B站跨年晚会就是。直播当天,直播人气峰值8203万人次,130万条弹幕,直播后的两个交易日里,B站在纳斯达克的股价大涨近18%,合作方新华网A股股价大涨13%。

而在此之前,B站一直被外界称为“披着游戏外衣的视频网站”,十年前,B站成立之初只是一个二次元社区,内容围绕ACG(动画、漫画、游戏)展开,主页只有动画、音乐、游戏、娱乐、合集、新番连载6个板块。随着业务进一步多元化,现在已扩展到20个板块,7000个细分圈层,800万个内容标签,几乎囊括了你能想到的所有领域,“破圈”初见成效。

据统计,B站每年的视频投稿总数超过1500万,全站接近九成的播放量来自原创UP主。经过十年发展,B站已经从最初的二次元、宅文化变成了一个中国年轻人聚集的文化社区。

## 用户质量占据优势 用户增长是全年重点

如今,在B站上除了可以看到越来越多不同类型的内容,许多计划在年初发布新品的科技公司,受疫情影响也纷纷转战线上开发布会。

3月31日上午,一加手机宣布,将于4月16日在一加官网、B站和优酷等举行线上发布会。此前,2月14日,小米联合包括B站在内的71家平台举行了小米10的线上发布会,同时和B站联合推出“72小时超应援直播”。之后,OPPO、红魔手机等品牌都在B站进行新品的线上发布。

选择B站作为发布会平台,首要关键词是用户。B站聚集了大量的、同时也是最为活跃的年轻人。据官方数据显示,B站18至35岁用户占比达78%。2019年第四季度,B站月均活跃用户达1.3亿,同比增长40%。

线上发布让消费者直接参与到新品的发布中,加上B站的弹幕形式,品牌和用户之间的沟通更为直接和高效。

另外,对于科技公司来说,B站聚集的不仅是作为“观众”的年轻用户,还有大量创造原创内容的垂直领域UP主,是品牌商现成的KOL(Key Opinion Leader,关键意见领袖)资源。据B站透露的数据,过去两个月内,B站科技区和数码区的总播放量同比增长184%;总投稿量同比增长202%;观看时长同比增长186%。

这也让B站认识到,用户增长将是2020年全年的工作重点,B站董事长陈睿近期在接受媒体采访时称,“我们设定的2020年和2021年的用户增长目标,分别是月活跃达到1.8亿和2.2亿。”

## 摊大饼扩大亏损 何时能“充饥”仍未知

过去的一年,B站在游戏、直播、电商、广告等各个维度大步快走,以期探索出一条多元化业务均衡发展的路子。然而在上个月,却拿出了一张“净亏损13亿元”的成绩单。

从财报数据看,B站净亏损规模扩

大的原因是经营成本的持续走高,更多在于营销、电商履约等开支。

B站2019年运营总支出为26.85亿元,同比增长69%;销售和营销支出为11.985亿元,同比上涨105%,主要是移动游戏促销支出的增长、销售和营销人员增加及与电商业务有关履约成本的增长。也正是这些运营支出的增长,逐渐扩大了的亏损规模。

当然,这其中有B站对直播业务的侧重所导致的支出,比如斥资8亿元获得2020年至2022年期间《英雄联盟》全球总决赛中国地区独家转播权、花近5000万签约原“斗鱼一姐”冯提莫。但B站直播的变现能力目前并不强势,据财报显示,四季度B站平台MAU(Monthly Active User,月活跃用户数)为1.303亿,非游戏用户ARPU(Average Revenue Per User,每用户平均收入)约为8.7元,而斗鱼的MAU为1.658亿,虎牙ARPU为16.42元。B站想要赶超两者需要大量的资金和时间。

此外,为了不断留住用户,在鼓励UP主生产内容的同时,B站针对用户需求,在自制内容,比如动画、纪录片、综艺等方面也不断投入,财报数据显示,2019年全年B站一共推出了40部动画,还推出了纪录片《人生一串2》,并且尝试综艺,推出首个自制宠物真人秀《宠物医院》,但在内容资源的体量仍无法与优爱腾相提并论。

支出增加的同时,广告收入也未见明显起色。据老虎证券数据显示,B站的广告单价相比其他平台低,广告eCPM(每千次展示可以获得的广告收入)只有10元,抖音的eCPM是140元。更重要的是,B站用户更注重内容观感,此前B站贴片广告的效果不佳,也一定程度上说明了B站用户对广告的厌烦,进而影响B站的广告变现效果。

当下,B站也在探索电商业务,售卖的是围绕ACG的周边、手办等产品,但体量受二次元文化圈限制,创收能力有限,无法成为B站的盈利支柱。

可见,B站在尝试摆脱单一依靠游戏收入的业务布局后,形成了一个集合直播、广告、电商的多元化业务“大饼”,但这张饼什么时候可以“充饥”尚不确定。



齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张頔

4月1日,中国金融行业的对外开放迎来一个里程碑的事件:证监会官网当日公示,贝莱德与路博迈提交公募基金管理公司设立资格审批申请,目前审批进程为接受材料。这意味着,外资巨头期盼已久的公募基金牌照申请进程启动。

2019年10月11日,证监会明确表示,自2020年4月1日起,在全国范围内取消基金管理公司外资股比限制。当天公布的这两份申请,也宣告中国公募基金行业将迎来全球机构同台竞技时代。

面对外资券商的进入,本土券商无疑将直面挑战,增强自身实力迫在眉睫。这也倒逼本土券商转变思路,补足品牌建设、产品创新、服务优化等方面的短板,寻找新的核心竞争力成为共识,推动行业高质量转型发展。

与证券行业类似,保险业与银行业都在推进着对外开放的程度。金融行业的开放对个人投资者来说意味着什么呢?一方面,如同央行易纲行长所说,“随着中国开放度进一步扩大,中国百姓和机构可以更大程度地在全球配置资产”,这对于大家的资产保值增值而言是大大的利好;另一方面,我们也可以期待更多样化、国际化的金融服务。

具体来说,证券、保险、信托、期货等行业放宽外资机构的进入壁垒,将为国内资本市场引入专业素质强的境外投资者和中介服务机构,有助于资本市场甄别出优质企业,提高居民投资资本市场的收益。在市场竞争压力下,国有金融机构为招揽客户,将被迫降低提供金融产品和服务的价格。

外资金融机构所带来的管理理念和新产品,也能让居民选择金融产品和服务的余地更大。例如,居民未来在内地就能购买到满意的保险产品,而不用专门去海外购买同类的保险。

金融行业的开放,会不会对汇率和股市造成什么冲击呢?这个倒不用太担心,我们这次放开的是金融市场,而不是资本市场上的人民币自由兑换。因为资本账户并没放开,所以汇率不会有什么大变化。如果外资金融机构逐步进入中国,他们需要兑换人民币在境内设立公司开展业务,也需要把一部分资金放到国内来运作,人民币只是会有一定升值的趋向。

对股市也不会有什么短期的影响,因为外资进入A股的额度早就已经不设上限了。现在外资金融公司想要买A股,可以直接通过陆股通买,也可以通过QFII通道的额度买。但是,我国对外资实行分类管理,外资可以进入中国的金融市场(股票、债券、期货等),但这些钱只能进出金融市场,不可能进来了之后再跑去买楼买地收购公司,所以这部分资金不会对其他产业造成影响。

总之,目前我国的金融开放,是在系统风险可控的前提下进行的,至于外资机构是否能提供更优质的金融服务,让我们拭目以待。

金融开放再进一步,我们可以期待什么