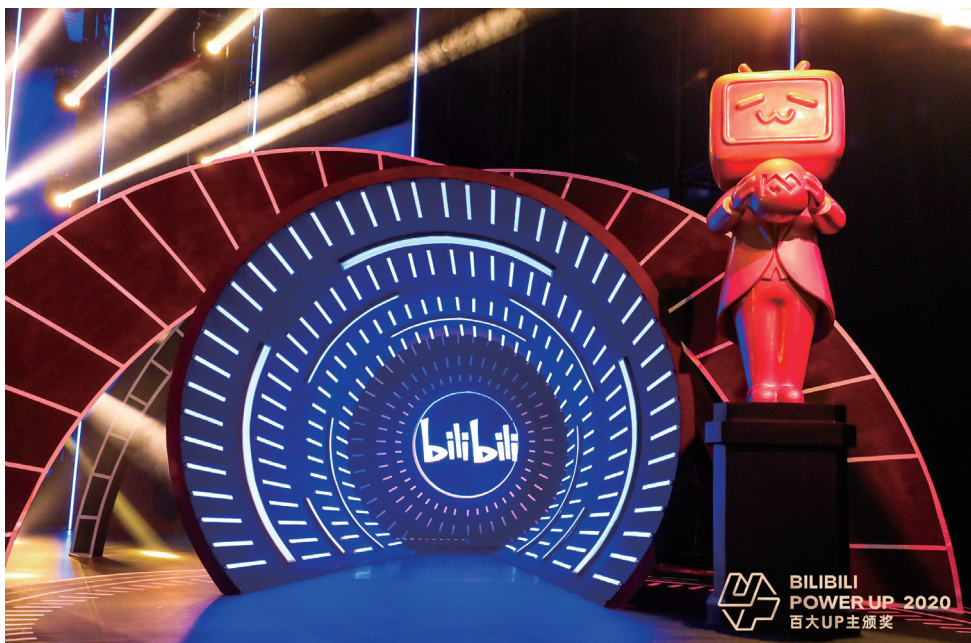




破圈与扶持 更懂 UP 主的平台

B 站持续破圈，内容边界不断拓宽，做 UP 主们这件事似乎变得容易了，但想成为优质 UP 主并不只是注册一个账号那么简单。在 B 站，每一位备受喜爱的 UP 主，都摸索出了一套属于自己的方法论，这些方法论各不相同。但共同的特点是原创和用心。

奶糕成精档案社用一年时间发布了 15 条视频，就斩获了百万粉丝和百大 UP 主的称号。快速涨粉的原因一方面和 B 站破圈带来的流量红利有关；另一方面，得益于它在萌宠视频这个经典题材里，凭借精良的制作和脑洞大开的创意，开辟了一条属于自己的新路径。

以其上传的第一条视频《猫之计谋》为例，短短 37 秒内，一只名叫奶糕的猫通过房间内一系列精巧

的机关设计，成功拿到了衣柜顶上的宠物零食。截至目前，这条视频获得了 450 多万的播放量。

B 站的社区氛围，也在不断吸引着 UP 主的涌入与热爱。

2018 年，“极速拍档”UP 主 Jacky，和大宇宙、小乔在 B 站开启了全职 UP 主的日子，Jacky 本以为 B 站汽车区的粉丝少、流量也不算高，并没有抱有很高的期待，但 2019 年一条记录日本地下飙车的视频突然冲到 200 万播放量，让他们发现，B 站内在的包容性不可小觑。

“我们在 B 站不是遥不可及的 KOL，更像是粉丝的朋友。在 B 站，你只要把内容做好，粉丝自然就来追随你了。”UP 主“极速拍档”接受采访时表示，这样社区氛围的包容性，可以让他们完全放松下来，不急功近利，一门心思地做内容。

而回报是迟早的事情，2020 上半年，“极速拍档”在没有商单的情况下仍然坚持输出优质内容，努力背后，最终收获了两个闪耀的头

衔：汽车内容里的百万粉丝头部 UP 主和 2020 年 B 站百大 UP 主。

B 站破圈带来的流量红利，也为 UP 主带来了商业变现的机会。去年 7 月，B 站花火商业合作平台正式上线，在 UP 主和广告主之间，实现了优质内容与营销的完美对接。2020 年下半年，“极速拍档”在做好内容的同时，开始利用 B 站官方的花火平台接到了商单。在他们看来，花火是更懂 UP 主的平台，可以帮他们过滤掉一些不合适的广告主，把心思集中到内容上。

在新人 UP 主的培养上，B 站持续推出的时尚星计划、音乐星计划、泛生活类 UP 主星计划等众多扶持计划，为 UP 主提供了流量扶持、运营指导、现金奖励、首页推荐、联合出品等众多资源与权益。

B 站 2020 年第三季度财报显示，B 站月均活跃 UP 主数量同比增长 51%，达 170 万，月均视频投稿量同比增长 79%，达 560 万。与此同时，用户日均视频播放量达 13 亿次，同比增长 77%，社区月均互动数达 55 亿次，同比增长 117%，B 站用户日均使用时长则高达 81 分钟。

去年的哔哩哔哩百大 UP 主颁奖典礼上，UP 主“老师好我叫何同学”说：“1000 年后，视频（或许）会像唐诗和宋词一样，成为一个时代的文化标志。而各位 UP 主，将不只是作为网红，更是作为内容创作者，被时代记住。”

在 B 站一边向外加速破圈，一边向内扎根稳固好内容的过程中，正是 UP 主的优质创作，UP 主和用户的高质量互动，才让 B 站成为了国内用户粘性最高、承载这个时代“唐诗宋词”的文化社区。