



“做足球博主不太赚钱”

出国看球一年涨粉80万,山羊君告诉你他怎么养活自己



新内容 现场感带来流量密码

在到达英国制作短视频的初期,山羊君没有抱着死做足球博主的想法,而是准备先看四到五场比赛,并以粉丝视角制作足球视频内容。“我的想法并不坚定,想着看完这几场比赛之后,看一下后台的数据和球迷兄弟们的反响,再决定下一步的计划。”

然而,令山羊君没想到的是,他制作第一条现场观赛内容就成为了爆款。他以自己的主观视角,记录了2021-2022赛季欧冠半决赛曼城主场对阵皇家马德里的全过程,这条视频在抖音平台累计点赞数超4万,5000余人分享了这条视频。这些用户中,并不是所有人都是两队的球迷。但是因为山羊君的感染力,他们的情绪也被带动起来。这条视频的内容不止是场上精彩镜头的集锦,大多数都是山羊君自己对比赛的评价和真实现场感受。

在职业球队的官方社交媒体账号上,多数都是对比赛的程序化报道,而满足球迷情绪体验的内容相对较少,

山羊君看准时机,填补了这方面的空白。在山羊君的账号里,每一位球员并不被赋予高高在上的形象,而是如普通人那样,出现在人们的视野中。

在世界杯前这大半年的时间里,山羊君几乎跑遍了英伦三岛。不止于英超、欧冠、英格兰足总杯、英甲和英乙甚至是英国的地区联赛都留下了他的足迹。在山羊君眼里,英国的低级别足球联赛不是没有价值,反而对中国足球来说,可能更有借鉴意义。“我不仅想传播足球内容,还想试着传播英国足球文化中优秀的部分,从那里的足球发展看我们的足球发展,让我们的球迷和足球从业者产生共鸣并给予思考的空间。”山羊君说。

对于球迷来说,之所以热爱体育运动,很大一方面是为了获取情绪情感的体验,让球迷从不同视角了解足球。能持续输出情绪体验并引发球迷们主动思考的山羊君,自然而然找到了自己的流量密码。

“做足球博主真的不太挣钱!”足球视频博主“山羊君”不止一次向记者感叹,他在亚欧大陆的足球场奔波过将近一年。

习惯于用短视频平台收看足球内容的用户应该了解,2022年卡塔尔多哈世界杯期间,有很多在现场观赛的中国球迷自发拍摄看球经历,以球迷视角讲述比赛期间的故事,表达自己的感受和想法。

摘自《懒熊体育》
记者 叶京川

新探索 找到球迷IP的可行性

山羊君是我们熟悉的短视频创作者之一,他激情的风格加上真挚的感情,让刷到他的球迷都对这个戴着眼镜的山东男人印象深刻。依靠着世界杯带来的丰厚流量以及给短视频平台做出镜的前线记者,他获得了不少商业合作。

山羊君渐渐地在足球短视频内容创作领域获得了声量,其目前的抖音平台粉丝数为86.3万,单条视频最高点赞数40万+,在足球博主的行列中名列前茅。他的知名度也在不断攀升,在小红书上搜索“山羊君”,检索后的头部内容多是当地中国球迷晒出与他的合影。

不过,表面光鲜的背后并不容易,正如他说的那样,足球博主不仅不太挣钱,也是一场“充满艰辛的旅途”。在制作高水平赛事周边内容,享受流量的红利下,山羊君告诉记者,在做账号的初期,就是一场与孤独和未来的拉锯战。

2022年4月,由北京飞往比利时首都布鲁塞尔的海南航空航班,载着山羊君和他的梦想前往欧罗巴。抵达布鲁

塞尔后,山羊君又马不停蹄地换乘另一航班飞往曼彻斯特。

山羊君告诉记者他一开始的想法是出国看看,在国外尝试着自己生活一年,用之前工作积攒的资源做一些外贸小生意来满足自己平日的开销,将绝大部分精力投入到短视频的制作当中。此前,山羊君的工作是在研发中心做技术支持,一个月管吃管住,但只有大约3000人民币的工资。

去到英国前,山羊君就已经开始尝试制作短视频内容,除了球赛评论,他更多的是分享自己在旅途中的见闻,也是为了摸清短视频领域的一些门道。山羊君说:“去英国之前我耗费了很多的精力和时间去探索短视频应该怎么拍,什么样的内容能够吸引受众,尽管现在还处于很初级的阶段。”

一年来,山羊君用“新”打动了球迷,他找到了以球迷视角做IP的可行性,并使之成功落地。他的“新”主要体现在两个方面——新内容和新形式。

新形式 丰富非专业视角创作

山羊君在世界杯期间的工作任务是繁重的,不仅要制作自己账号的内容,还作为“前线记者”奔波在多哈的各个球场之间。“与职业的记者相比,以球迷视角做博主的工作是完全不一样的。”经历了世界杯报道工作的山羊君坦陈,“我没有办法加入过多的感情,并且不是科班出身,我认为这个工作不是我的优势。”

山羊君制作的内容没有过多的脚本,大多数情况下都是在现场想到什么说什么。对于这种新的形式,球迷们并没有过多地质疑他的专业性,相反,大伙儿对性格直率的山羊君和他分享的内容有了更多亲近感。

在卡塔尔,山羊君经常试图找到

世界杯现场与中国球迷之间的联结。“我的目的就是和球迷共情,和线上以及线下的球迷打成一片,甚至是和现场的外国人闲聊。”山羊君补充,“特别是在赛前的准备,出镜记者要做的工作远比我多,收集信息和准备采访对我来说都是挑战性的工作。”

尽管都是走在赛事的第一线,但是这两项工作对山羊君来说是截然不同的。场内,精彩的内容需要被记录;场外,不止于专业的体育报道和节目制作,更多以球迷视角包装下的内容,丰富了比赛日内容创作的多样性。山羊君承认,这两者并不矛盾,也并不存在传统的体育内容会被新内容取代的情况,共同发展才是最正确的路。

新业态 国内足球环境不改善,只能为爱发电

卡塔尔世界杯期间,山羊君接了几个商业合作,其中热度最高的便是成为了海信世界杯逐梦大使。在山羊君的短视频中,广告露出的方式颇为直接,一般是与比赛结合,有的也会以探店视频的方式展现。

靠着赞助商的支持,山羊君的账号获得了不错的收入。粉丝数借世界杯增长了33%,来到80万+。在此之前,拿山羊君自己的话讲,只是“小打小闹”。“我在最初做视频的阶段只能靠流量变现,后来能接到一些广告,但其实都是小打小闹,前期都是靠之前攒下来的钱在撑着。”山羊君说,“到现在也没估算过前期培育账号累计投入多少,但在英国生活一个月,平均就要支出人民币三四万。”

英超和欧冠的焦点战门票往往一票难求,如果不能在球队官方售票渠道抢到原价票,在二级市场买票最少要三四千人民币。山羊君承认,把一条视频做到爆款都很难回本,最多也就是刚上百万的浏览量,况且这个数字在足球内容领域并不多见,有时候球票和收入就抵消了,所以经常入不敷出。

记者了解到,按照现在抖音平台流

量变现的规则,1000次浏览有8元的收入,加上英国高额的生活成本,做短视频只靠流量想维持生活是不现实的。“基本不想靠着靠这个变现,主要是接一些推广,而在英国做足球博主的华人大概15个左右。”

据记者了解,短视频平台上的足球创作者大概有数千人,头部足球博主数量在头部体育博主中的占比不算少,但变现方式依然单一,主要还是接商业推广,电商只有部分有渠道的博主和商家机构号。

与之相比的篮球类博主,不管是创作者数量还是商业化机会,整体要强很多,但他们有新的困难。“平台上现在草根号已经占据得很厉害,在市场预算普遍吃紧的情况下,商单价格被他们压得很低。”一位粉丝数过百万的短视频篮球大号运营者告诉懒熊体育,体育类账号目前变现几乎都要靠商单,但“做短视频要赚钱还是得卖货”,放眼望去,体育领域几乎没有顶级带货能力的博主,更别提体育迷本身的消费力就有限。头部IP尚且如此,其他人做这类内容估计就是纯粹“为爱发电”了。

如今,山羊君还是认为做足球博主是一个不挣钱的行当,他说:“我已经看到这

个行业的顶端了,在现在的环境下它的变现能力和影响力就是这么大。如果不改善我们国家对于足球的认知和环境,想达到更高级别的盈利和影响力,是很困难的。”

一年过后,山羊君回到广州,他在朋友圈写道:“是时候忘记过去的一切,重新出发!”他不仅带回来对自媒体行业独到的运营模式,也积攒了足够的家底和面对未来的勇气。2022年4月,山羊君在广州注册够特(广州)文化传播有限公司。2023年3月,他开始专注于自己的工作室,想做直播开始,以足球文化传播为主要内容,把“山羊君”这个IP做大。山羊君说:“我也愿意去寻找更多关于足球的内容,我不可能一直在现场奔波,我希望做一个属于自己的球迷频道,做一些足球的产品。这对我来说是全新的领域,我要继续摸索然后走上正轨,目前想先把这个直播间做好。”

山羊君与其他短视频平台的头部足球博主,找到更多适合自己的变现方式是当务之急,也能够给更多愿意从事足球自媒体的人一些经验和指导。道路荆棘密布,好在还有前进的方向。

