

# B站代理开户 | 为什么品牌主不能错过B站？B站用户有哪些价值及特征

产品名称	B站代理开户   为什么品牌主不能错过B站？B站用户有哪些价值及特征
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	B站广告开户:开户   代运营   充值 B站广告代运营:开户   代运营   充值 B站代理商:开户   代运营   充值
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

## 产品详情

根据数据统计，哔哩哔哩是一个以ACG文化为核心的视频内容社区，吸引了每月7640万的活跃用户。这些用户平均每天在哔哩哔哩上停留76.3分钟，而活跃的内容创作者数量达到20.4万。对于品牌来说，如何在这个年轻文化云集的新媒体平台上建立存在感呢？

哔哩哔哩起初是以弹幕和二次元主题而闻名的视频社区，如今已经成为互联网中不可忽视的流量聚集地。有流量的地方必然有营销机会，于是哔哩哔哩广告推广平台逐渐成为品牌主营销的战场。尽管起家于二次元，现如今哔哩哔哩上的三次元内容也日益增多。用户对弹幕表现出浓厚的兴趣——弹幕具有双向信息传递的特点，观看视频时跟着弹幕一起交流的感觉，仿佛与一大群人一起观看一样。这种融入群体的感觉实际上是人类一种基本的心理需求。弹幕本身就是一种看点，它为用户提供了一个可以获得共鸣的平台。

董事长陈睿表示，哔哩哔哩商业化的思路是：根据用户群体的需求，为他们提供所喜欢的娱乐消费内容。

观察哔哩哔哩，我们可以看到它具有三个显著的特征。首先，哔哩哔哩的主要用户是属于“Z世代”的人群，也就是90后和00后的年轻人。根据QuestMobile的数据，截至去年年底，约82%的B站用户属于Z世代，他们多为大学生和中学生，完全成长在网络环境中。其次，B站的用户主要聚集在一二线城市，并且有较强的付费意愿。根据B站的统计数据，北上广的大学生和中学生占总用户数的50%。这代表着年轻且具有消费潜力的Z世代成为了品牌营销人员关注的重点对象。尤其对于传统品牌来说，将品牌年轻化推广到这些高消费潜力和高付费意愿的一二线城市年轻人身上具有重要意义。

## 网生青年文化

尽管哔哩哔哩最初以二次元文化为起点，但随着用户群的扩大和内容的多元化，B站的内容已经趋向于大众化，哔哩哔哩也逐渐摆脱了“亚文化”的标签。根据哔哩哔哩透露的数据，传统的二次元内容目前仅占总访问量的30%，而游戏、音乐等广义的二次元内容，以及生活、娱乐、时尚等多元兴趣领域已经成为了哔哩哔哩内容的主流。在哔哩哔哩上，无论是传统的动漫类内容，还是流行的时尚、美妆、电影评论等互联网主流内容，甚至是小众的乐器教学、ASMR或量子物理等内容，都可以找到丰富的资源和讨论。因此，可以说哔哩哔哩的内容已经非常综合多元，涵盖了Z世代用户兴趣的各个方面，是新生代网生文化的一个重要来源和扩散平台。

## 高活跃高粘性

作为一个内容社区，哔哩哔哩的核心用户群一直保持着高度活跃和粘性。虽然如今几乎所有视频网站都有评论和弹幕功能，但无论是弹幕数量还是视频评论数，都无法超越B站。用户的高活跃不仅仅体现在B站内部社区的活跃上，很多B站用户也在其他互联网平台和论坛上表现出异常的活跃度。正因如此，哔哩哔哩的文化常常能够影响整个互联网线上文化。一个明显的例子就是现在许多网络流行语（如“前方高能”、“福利”、“老司机”等）在传播初期大量依赖B站弹幕。

由于哔哩哔哩用户、内容和活跃度这三个特点，对于品牌营销来说有几个明显的优势：适合针对年轻人进行营销、容易引发品牌话题、对具备优质内容特点的广告接受度更高。

另外，在B站上，一些电商平台如淘宝，以及消费品牌如肯德基、佳洁士、meibaolian等都通过网红或明星进行直播推广。弹幕互动是B站的一大特点，品牌方可以利用弹幕引导用户的评论氛围，与用户形成强互动。

弹幕实际上也可以作为一种品牌曝光的手段来加以利用。通过在弹幕留言中植入有趣的软广内容，通常用户会接受，但如果在弹幕中过于强行进行硬广宣传，则可能会被投诉删除。因此，品牌方可以事先准备好有趣的弹幕留言，在播放时进行隐性投放。

UP主和优质内容是B站的核心。许多品牌会与鬼畜区UP主合作制作鬼畜视频进行投放，因为鬼畜视频具有很强的娱乐性和病毒传播属性。在投放后，品牌方需要联合一批小V根据已投放的视频进行二次加工，引导用户创作相关内容。当投放的视频成为其他人的创作素材后，品牌曝光将指数级增加。例如早年的奇葩肥料广告《金坷垃》，如今仍然是鬼畜UGC的重要素材，在B站上众所周知。

此外，对于技术流、怀旧走心或者偏冷门的军事类视频内容，只要质量足够youxiu，都能够获得不错的影响力。关键是品牌方如何将自身产品特性与这些内容相结合，不必局限于鬼畜恶搞一种风格，过度追求鬼畜可能只会让场面尴尬。

除了上述策略，品牌还可以考虑与B站进行官方广告合作，如举办视频大赛、冠名活动或购买广告资源位等。然而，要取得以小博大的营销效果，最重要的还是与UP主共同出品优质内容。