

B 站客户选择分析

高雪筠 李 婷 侯 玲

四川大学锦城学院计算机与软件学院 四川 成都 611731

【摘要】近年来,随着经济的不断发展,人们的日益增长的美好生活需要在不断的上升。B 站通过他独特的创新性,吸引了一大波青年人的眼球,从小的二次元文化逐步扩散,拥有众多的文化群体,获得国家的认同央视新闻入住 B 站,在轻松的范围科普有关传统文化,起到一个良好的桥梁作用。

【关键词】B 站;客户选择;创新性

1 B 站的简介

B 站的全称是哔哩哔哩,现在是国内最具领先的二次元网络文化分享社区,是非常多年轻人使用的一个网站。B 站在 2009 年 6 月成立,早期的 B 站以二次元内容收入为主,然后吸引一批网络为核心的用户,随着进一步发展,网站的观众群体内容也在进一步拓宽,使用的年龄层也越来越广,涉及的用户也不仅仅只是最初的二次元观众,涉及的业务也越来越多,在不同的分支里面都有很强的想象力。随着时间的发展,B 站目前拥有番剧、国创、纪录片等 34 个分区,并且漫画、游戏和会员购都是从二次元产品所衍生出来的业务。在娱乐方面主要有各种直播和综艺片段的使用,B 站现在也可以说是一个很大的视频传播载体,很多国外视频的爱好者会利用 B 站进行转发搬运,然后分享给同样喜欢这类视频的人。B 站最著名的就是弹幕文化,通过弹幕,可以实时了解到同样在屏幕前观看视频的人的想法,而且有些时候弹幕讲述是非常到位的,在某些时候,弹幕还充当翻译,为一些国外视频进行语言的转换,由于弹幕的新潮性,还会创造出很多的新词汇,B 站现在也是创造众多网络热门词汇的发源地之一。

2 B 站的客户选择分析

2.1 B 站的客户群体分析

早期的 B 站的用户只是二次元群体,二次元是一个极小众的用户群体,是一些喜欢日本番剧文化的人所构成的群体,这个群体的范围是过于狭小,不利于 B 站的长期发展,所以之后 B 站以二次元这个元素拓展出其他的不同的板块来吸引客户。根据百度指数显示 B 站的用户来自广东的最多,其次就是江苏、浙江、上海等地,大部分都是沿海地区,沿海地区的经济发展更加发达,大部分人都接受过高等教育,更加容易接收新鲜的事物,所以使用 B 站的人数更多,年龄分布基本上在 40 岁以下,并且 20-29 岁用户占据近 70%,拥有很庞大的年轻群体,使用的 B 站的男女用户比例约为 6:4,兴趣分布最多的是游戏,符合 B 站男性用户多于女性用户的特点。

2.2 B 站的吸引客户的原因分析

2.2.1 视频原创性强

B 站于其他的视频网站不同的就是,原创性很强,

B 站上很多视频都是自制视频。相较于传统的视频软件,由于 B 站的用户层大部分为年轻一代,与其他的年龄层追求的不一样,新鲜潮流对于他们来说比较重要,与传统的视频软件来说,B 站与其不同的就是支持用户上传自己创造的视频,对于以往的只能接收内容到自己可以输出内容是一大转变,B 站能够提供很多新奇的点子来制作视频,打破传统的制作视频的角度和内容,既具有创新性,所以 B 站在这些年轻层里面是非常受欢迎的,因为独特的企业文化,和视频制作的精良,并且 B 站有很多的自制番剧。现在 B 站有很多不同版块,基本上能满足不同人的需求,它的视野是很广阔的,而且在 B 站上很容易找到情投意合、步调一致的人。

2.2.2 特殊的弹幕文化

对于 B 站来说最为出名的就是独特的弹幕文化,弹幕最早出现是在 B 站。并且在 B 站想发弹幕与现在的其他的可以发弹幕的视频软件不一样,B 站不仅是需要注册登录还需要答题,答题就是为了减少不好的弹幕出现,并且在 B 站推出弹幕的时候,其他的视频软件是没有这个功能的,所以想要看视频的时候发弹幕,说出自己想法的只能在 B 站才能实现,这个也是为什么 B 站会短时间在年轻人里面风靡。B 站在答题前会提供一些你感兴趣的方向,根据你选择的不同的方面来出题,涉及到的问题很广并且题型很多,题量也比较大,所以一般人会觉得很麻烦是不会选择答题,而真正的喜爱 B 站的人会选择答题,进一步的筛选出来自己的客户,而且又保护好弹幕文化。

2.2.3 支持个人空间设计

B 站与其他视频软件一样都有个人主页,但与其他视频软件不同的是,B 站支持自己独立设计自己想要的装扮,可以先使用他原本设计好的风格装扮自己的空间,然后可以在原基础上设计不同的东西,可以 diy 头部挂件,做出一个只属于自己的头部挂件,既有含有原本的装扮风格也可以和其他人区分开来,保持 B 站用户想要的独创性和特殊性。

3 B 站客户选择的优化建议

3.1 针对 B 站弹幕的发布建议

对于 B 站来说,现在是国内最大的弹幕视频网站,而且随着时代的发展,版块越来越多,所受众的客户也

越来越多,而且现在来说,B站的自制者不仅是一些大触,还有一些品牌官方,现在就连央视都已经入驻了B站,说明B站的用户的范围已经在进一步扩大,而且当央视入驻B站的时候,说明B站已经获得了国家的认可和支持,在B站里面,排名靠前的自制番剧很多都是爱国题材的,对于青少年的爱国意识有一个很好的传输渠道。如今B站的活跃用户数量已经破亿,如何优化客户是一个难题,因为现在用户数量过于庞大。现在首先对于B站来说最为困难就是弹幕文化,虽然B站的如果要发布弹幕是需要答题,到一定的等级才能发表弹幕,并且题目里面有涉及到发弹幕的规范,但是对于现在来说,因为可以在网络上购买邀请码,就直接可以拥有这个权限,所以导致现在出现的某些弹幕的言论不太好,没有良好的发弹幕的秩序,建议取消网络购买邀请码这个权限,对于某些字词关联进行一些锁定。将自己现有的制度发挥出更大作用,也就是等级制度。具体在,新注册一级号只能看视频,想要成为二级号只能进行答题来获取并且不是现在的获取发弹幕的资格而且评论区的权力,设计的问题与发表言论的规范有关,二级到三级需要答题,题的内容是以前成为会员的一百道题。成为三级会员后才可以自主发布视频,不能使用邀请码。这样的目的是减少营销号和披着小号来干坏事的人。

3.2 对于视频内容的质量问题建议

B站资源分配不合理,发布的视频应该靠优秀的视频内容赚钱,但是B站up主以现在来说大部分都是靠着粉丝经济,前期靠着优秀的内容来吸引了粉丝,但是后期却做不出与粉丝数量相匹配的内容,视频质量不是很好但是却通过粉丝基数来获取高昂的收入和视频的点击率,而用心做视频的却因为收益极低最后被迫放弃,导致整体视频质量下降,用户体验变差。还有就是视频的内容,某些up主以最近的热度的话题来进行创作,于其说是跟风不如说成“合理的抄袭”,用差不多的内容,在某些细节上面去进行修改,美名其曰是最近的流行,其实就是打着跟风的名字在进行抄袭,将别人的点子修改进行模仿成自己的,只是一些内容有所改变,有没有获得原博主的同意也没有人关注。还有就是粉丝多的博主会有一些团队会设计视频的内容,有些粉丝数多的博主可能会抄袭粉丝数少的,因为粉丝数少的博主可能视频关注度没有那么多,就不知道他是原创,就算有原创博主的质疑,但是抄袭的博主没有正面的回应,随着时间的流逝,这些质疑也会消失,所有现在B站还没有有一

个良好的保护原创者的机制。根本性的解决这个问题,就要好好利用分区功能,把使用人群打碎,把人群彻底分开,并且各个分区推荐不同,将视频质量好的视频多放在前面的推荐区,可以有效提升优秀视频的观看量。然后把热门热点单独分一个区,并且鼓励大家在热门热点的话题底下讨论,而不是在任意视频底下评论,给热门热点分区单独激励。当用户之间的有了良性的交流,不仅大大增加了观感,还增加了趣味性,对于视频的流传也是一个良性发展,而且相同想法之间的人进行交流和认同,增加了用户之间的弱社交。还有就是创建一个原创的视频区,当原创视频区里面的视频有被抄袭的嫌疑,在核对后确定是抄袭就下架抄袭博主视频,并且进行的惩罚机制,抄袭视频的人的账号有一段时间的封号处理,在那个时间段里面是不允许上传视频的。当原创有了保障,会更加激励原创博主的创作灵感,并且竞争是良性的,没有了抄袭原创优质的内容会越来越多。

总结:B站相较于其他视频网站来说,更加注重原创感,并且原创视频也比其他视频网站更多,所以更加需要保护好原创的环境。现在的网络越发的发达,相信在未来使用B站的人只会越来越多,所以更加需要改正自己的不足,维护好应该有的秩序,而且青少年用户越来越多,所以更加需要约束用户的使用行为,更需要传播正确的价值观。

【参考文献】

- [1] 马腾瑞. 全媒体时代下主流媒体在青年文化社区的传播研究——以《央视新闻》入驻B站为例[J]. 传媒论坛, 2020, 3(04): 64-65.
- [2] 程红. 自由与狂欢: 弹幕视频的文化传播策略——以Bilibili网站为例[J]. 今传媒, 2019, 27(02): 136-138.
- [3] 韩文秀. 哔哩哔哩弹幕网的发展模式研究[J]. 现代营销(经营版), 2019(03): 99.
- [4] 谭莉华. 二次元文化产业的客户关系管理——以BILIBILI为例[J]. 中外企业家, 2019(07): 162-163.
- [5] 盛芳, 蔡越芳. 青年娱乐叙事与国家认同建构: B站主流意识形态传播研究[J]. 衡阳师范学院学报, 2019, 40(02): 112-115.