

# B站网红UP主是如何炼成的?



# 目录

**Contents** 





**Lili** Lili



# 哔哩哔哩



# **Bili** Bili

"bilibili是国内知名的视频弹幕网站,这里有最及时的动漫新番,最棒的ACG氛围,最有创意的Up主。大家可以在这里找到许多欢乐。"

2009

成立

2018

上市

7600

月均活跃用户数(万)

83%

Z世代

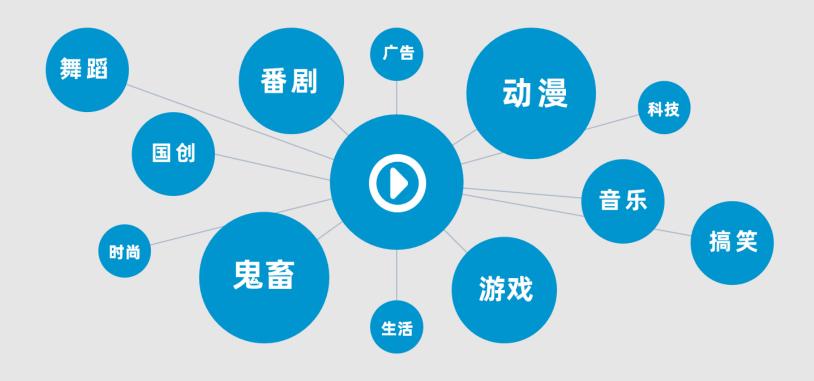
# PUGC 高质量视频内容

(Professional User Generated Content)

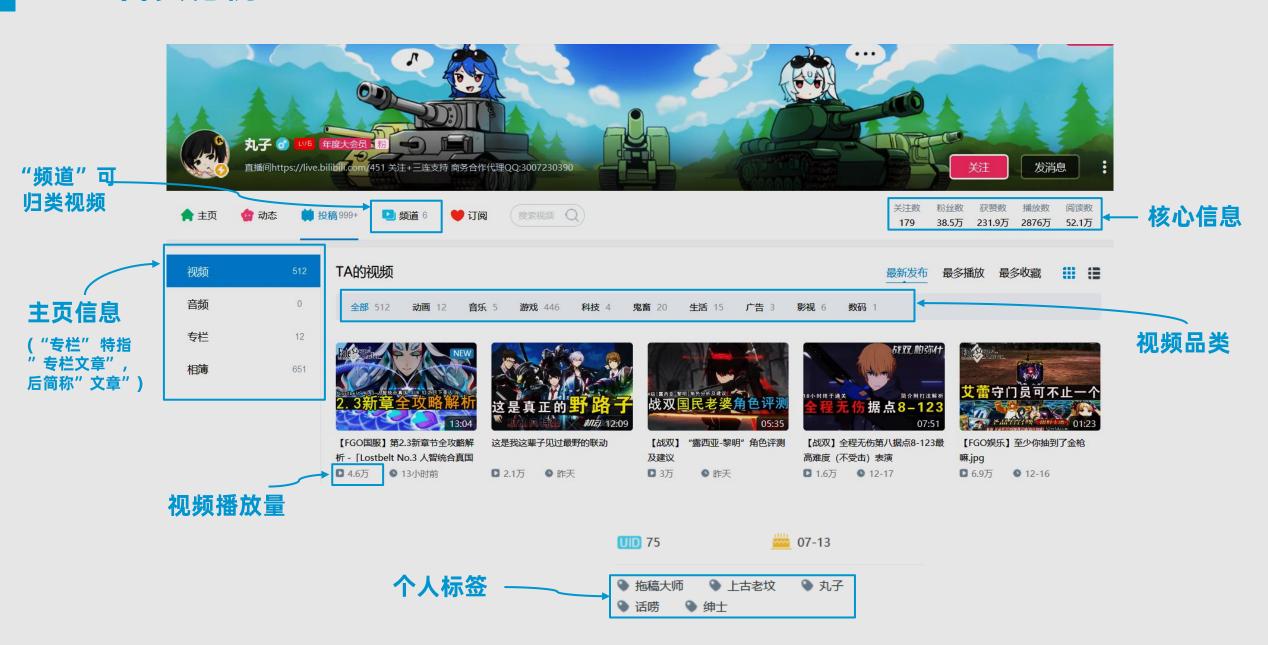








# UP主首页范例



# TOP10榜单

# Up主粉丝总量

1	<b>6</b>	<b>老番茄 ⊙</b> 新浪微博: _老番茄_	-	<b>738.69万</b> 粉丝数	<b>68727.22万</b> 播放数
2		<b>敬汉卿 ③</b> YouTube: 敬汉卿 [官方频道] 商务合作联系1905387728@qq.com		<b>695.35万</b> 粉丝数	<b>82344.60万</b> 播放数
3		LexBurner		<b>655.67万</b> 粉丝数	<b>64803.04万</b> 播放数
4	大	<b>哔哩哔哩大会员 ②</b> 朋友,大会员了解一下~		<b>630.63万</b> 粉丝数	<b>93.10万</b> 播放数
5	A STATE OF THE STA	<b>敖厂长 ②</b> up主并未有签名		<b>613.27万</b> 粉丝数	<b>73299.98万</b> 播放数
6		<b>papi酱 ②</b> —个集美貌与才华于一身的女子。商业邮箱:syhz@papitube.com。邮件请标明【papi合作】	-	<b>576.10万</b> 粉丝数	<b>41499.41万</b> 播放数
7		共 <b>青团中央 ②</b> 大家好,我是皮皮团,右上角关注,点一下,玩好几年,看小片不花一分钱(e˙▽˙o)投稿发邮箱tzybilibili@163.com		<b>569.65万</b> 粉丝数	81028.29万 播放数
8	<b>E</b>	暴走漫画 ② 搞笑是我们的基因,快乐从不掉队,快来和我们一起传播正能量!	-	<b>526.43万</b> 粉丝数	<b>101431.22万</b> 播放数
9		<b>翔翔大作战</b> ② 一个逗比搞笑的开箱up主。	-	<b>479.98万</b> 粉丝数	<b>62956.44万</b> 播放数
10	The Star Story Co	<b>华农兄弟 ②</b> 实拍农村美食美景,有趣好玩新鲜事!商业合作: xy860086 竹鼠相关: 15770796851	Up 1	<b>464.81万</b> 粉丝数	<b>56100.95万</b> 播放数

# 视频播放量



#### 【SBS综艺】Running Man 2018合集完结 (E384.180107~E432.18123...

一只南音呀 | 2018-01-08 11:29:11

(≝8)	21/5	E 615	37	<b>₽</b> −2
总计	6850.975		19.5万	# 1.17



#### 【合集】我的英雄学院 第二季

哔哩哔哩番剧 | 2018-05-11 12:24:29

	(当日)	5.375	<b>= 1360</b>	□ -3	<b>25</b>
٧	/Ait	6384.1万	287.975	DI 1.175	<b>7.67</b>



#### 【合集】我的英雄学院第一季

**哔哩哔哩番剧** | 2017-10-12 18:15:00

9	(当日)	5.075	£ 689	<b>□</b> -2	<b>23</b>
	(Bit)	☑ 5960.1万	₩ 164.5万	1.675	■ 8.1万



#### 【官方中文】Fate/Zero

**哔哩哔哩番剧** | 2014-10-10 12:36:20

当日	3.4万	<b>596</b>	₽ -13	<b>2</b> 4
总计	😈 5627.8万	🖺 297.1万	14.4万	<b>= 11.5</b> )



#### 【合集】某科学的超电磁炮第一季

哔哩哔哩番剧 | 2016-02-24 11:35:00

当日	4.675	<b>= 1081</b>	□ -4	<b>3</b> 41
总计	🛮 5298.5万	425.3万	10.1万	<b>= 18.97</b> 5



#### 【春晚鬼畜】赵本山:我就是念诗之王!【改革春风吹满地】

小可儿 | 2018-02-11 17:00:44

Г	_	3.875	<b>= 151</b>	739	23
	(Bit)	🛮 4841.0万	≧ 35.8万	173.675	<b>9.6</b> 75



#### 【合集】冰菓 Hyouka【独家正版】

当日	4.775	E 1240	□ -8	<b>2</b> 0
(Ait)	2 4506.6万	區 201.3万	14.3万	■ 8.4万



#### 【猛男版】新宝岛

果厨果厨果 | 2019-05-28 13:19:24

	13.875	469	2639	<b>44</b>
总计	2 4380.0万	22.975	132.475	■ 3.7万



#### 【7月】工作细胞 01【独家正版】

	当日	1.075	33	O -1	<b>P</b> 0
k.	总计	🛮 4347.1万	45.7万	3218	<b>= 7.27</b>



#### 【合集】JOJO的奇妙冒险 不灭钻石【独家正版】

(当日)	11.975	<b>3705</b>	<b>0</b> 1	<b>109</b>
总计	🛮 4236.1万	139.4万	1506	■ 8.5万

# 影响因素





# 数据来源

# 程序员日 代码不会有BUG



## 数据获取

选择随机抽取20个B站UP主ID作为初始节点,爬取其关注列表的UP主ID作为第二层节点,并继续搜索第二层节点各自关注列表中的UP主ID作为第三层节点,共获得21822个UP主ID。

# 样本容量

为研究影响B站UP主粉丝数的因素,我们选取了所有UP主中发布视频数超过50的UP主,共计8360个,作为本次研究的样本集。

# 数据说明

变量类别		变量名	变量说明	取值范围
因变量		粉丝数	连续变量	13 ~ 6939197
		代表作个数	单位: 个	0 ~ 4
		个人标签	文字	/
		是否关联新浪微博	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
		是否关联微信	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
	个人信息	是否关联QQ	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
		是否关联淘宝	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
		是否关联邮箱	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
		是否关联小红书	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
自变量		是否关联抖音	定性变量(2水平)	是: 1, 否: 0
		发布文章数	单位: 个	0 ~ 2196
		发布相册数	单位: 个	0 ~ 4128
	1 T / D	发布视频数	单位: 个	51 ~ 24294
	主页信息	发布频道数	单位: 个	0 ~ 11
		主要发布的视频品类	定性变量(11水平)	动画、娱乐、影视、时尚、游戏、生活、科技、 舞蹈、音乐、鬼畜、其他
		主品类视频占所有视频比例	连续变量	0 ~ 1
	近期视频信息	近期视频平均播放量	单位:次	3 ~ 6711586
	<b>人工分</b> 门700人口70	近期视频平均时长	单位: 秒	12 ~ 146084.2



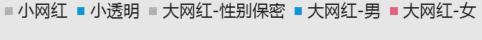
**Lili** Lili

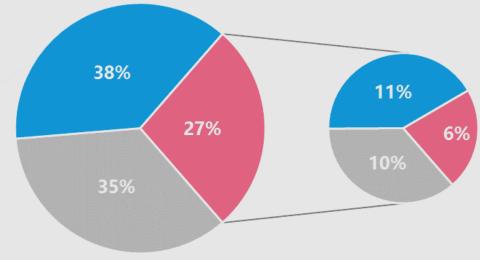


# 网红现状

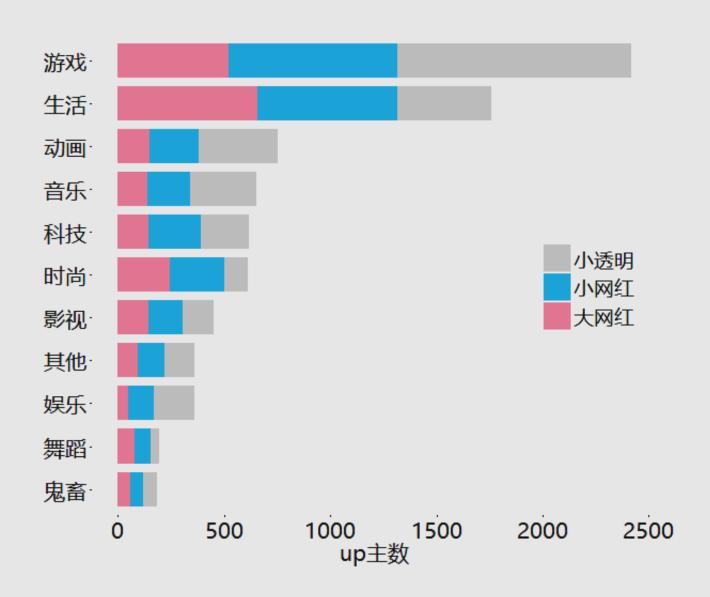
- 用粉丝数定义网红程度为:小透明、小网红、大网红
- 超过**1/4**的UP主成为大网红,其中标明**男性**的居多

类型	UP主 人数	粉丝数	粉丝数 均值	近期视频 播放量均值
大网红	2271	>10万	40万	16.8万
小网红	2933	2~10万	5万	3万
小透明	3156	<2万	7.7千	9.7千
整体	8360	13~694万	12.8万	6.0万





# 网红现状



#### 整体来看:

游戏类UP主数量最多,生活类次之 女性向UP主数量整体多于男性向UP主

#### 对比不同品类来看:

生活、游戏类UP主的大网红最多

娱乐类UP主的大网红最少

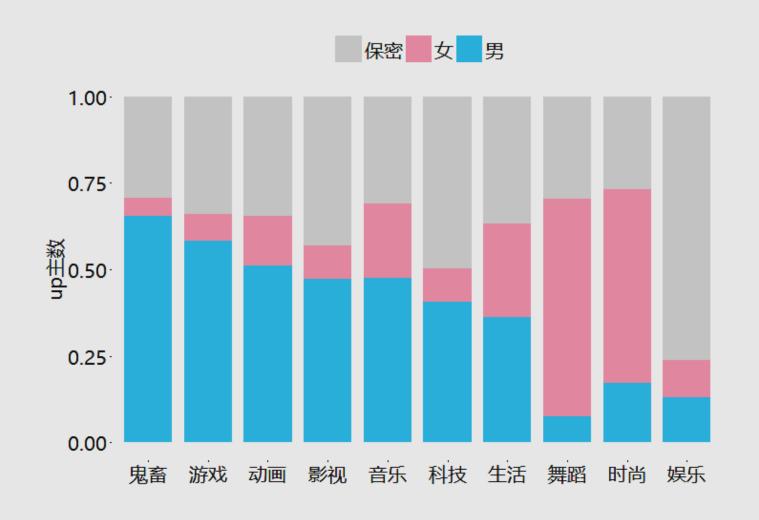
分品类内部结构来看:

游戏类UP主小透明占比最大

时尚类UP主小网红占比最大

生活、舞蹈类UP主大小网红占比基本持平

# 网红现状



生活类男女网红占比较为靠近

男UP主有优势的品类:



思奮



游戏

女UP主有优势的品类:



舞蹈



# 视频属性:视频时长及主品类占比



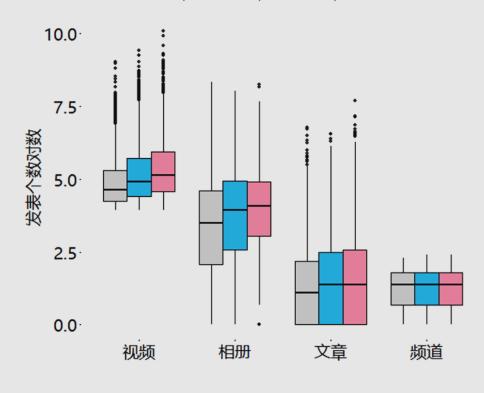
- 超过50%的大网红近期视频平均时长在5~15分钟内,视频时长不宜太短也不宜太长
- □ 大小网红更倾向于保持**主品类**视频数占比在85%以上,即视频品类不会太杂乱
- 但同时,有更多大网红会适当在非主品类发布视频,增加视频的多样性和在有关品类曝光自己

# 个人属性: 行为特征

类型	视频数均值	是否发表相册	是否发表文章	是否设置频道
大网红	439	92.8%	36.4%	69.7%
小网红	325	87.1%	38.8%	65.5%
小透明	210	77.1%	36.8%	57.8%
整体	313	84.9%	37.4%	63.7%

- **大网红发布视频、相册**数目均多于小网红和小透明
- 有更多大网红设置**频道**来管理视频
- 三者发布**文章**均不多,数目也相差不远

#### 申小透明申小网红申大网红

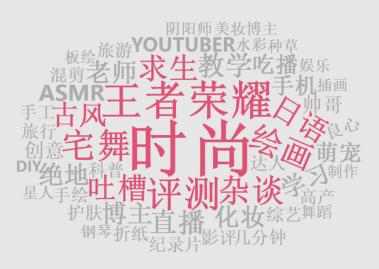


箱线图未包含发表个数为0的样本

# 个人属性: 个人标签











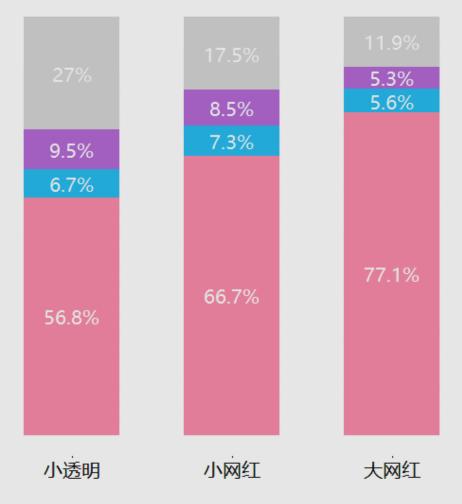


- **大** 共有的是较为常见的一些标签
- 大网红的词云有**热门游戏、生活**及**女性向**的关键词,以及"**评测、杂谈、教学**"这种带有个人想法或对技术有一定要求的词
- ✓ 小透明的词云则更多偏向一些**小游戏,男性向**词语,以及"搬运,手残"这种较为简单的操作。

# 宣传渠道:代表作个数

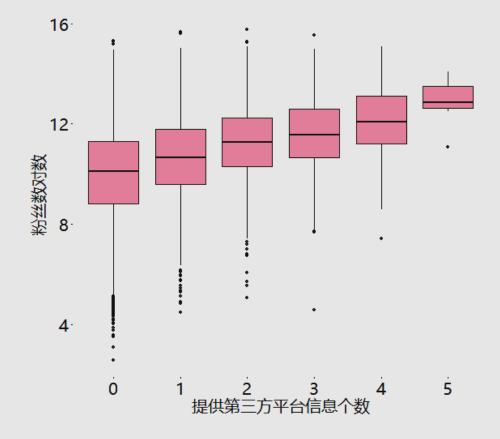


■代表作=0■代表作=1■代表作=2■代表作>=3



# 宣传渠道:第三方平台

- ▽ 与第三方平台关联越多越有可能从各方吸粉
- ☑ 首选关联微博,此平台传播速度最快



#### 大网红提供第三方平台信息的分布

	微博	QQ	微信	邮箱	淘宝	小红书	抖音
动画	31%	39%	7%	9%	3%	0%	2%
舞蹈	45%	41%	8%	1%	1%	0%	1%
鬼畜	50%	45%	7%	10%	0%	0%	0%
游戏	41%	37%	8%	12%	2%	0%	1%
音乐	37%	34%	12%	7%	3%	0%	2%
娱乐	28%	20%	11%	2%	0%	0%	0%
生活	32%	20%	19%	10%	4%	0%	1%
影视	39%	29%	40%	11%	0%	0%	1%
科技	27%	22%	34%	8%	6%	0%	1%
时尚	37%	5%	17%	12%	5%	4%	1%

- ☑ **动画、舞蹈、鬼畜和游戏**等娱乐类的可以考虑QQ
- 「**生活、影视、科技和时尚**这种偏日常生活类的可以考虑**微信**
- ☑ 时尚、科技类有带货需求的可以考虑小红书和淘宝



# 建模变量处理



# 因变量: 网红程度

- ✓ 建立定序回归模型
- ✓ 顺序为**大网红>小网红>小透明**

# 自变量:分四个大类(共10个自变量)

- □ 品类信息
- □ 视频信息
- □ 个人信息
- □ 宣传信息



# 定序回归模型结果

类别	自变量	参数估计
截距项	小透明 小网红	0.79***
似此坝	小网红 大网红	2.518***
	时尚	1.039***
	舞蹈	1.035***
	生活	0.966***
	鬼畜	0.834***
主要发布 视频品类	影视	0.635***
(游戏为基准)	其他	0.418***
	科技	0.364***
	动画	0.095
	音乐	-0.0002
	娱乐	-0.133

类别	自变量	参数估计
主品类视频数占比	85%~99.9%	0.354***
(小于85%为基准)	等于100%	0.23**
	0-5分钟	-0.377***
视频平均时长	15-30分钟	-0.312***
(5-15分钟为基准)	30-60分钟	-0.664***
	60分钟以上	-0.541***
性别	性别男	0.129**
(保密为基准)	性别女	0.241***
	发表视频数	0.0005***
个人特征	发表相册数	0.0003***
1 八寸址	设置频道数	0.005
	发表文章数	0.001*
宣传信息	发表代表作数	0.196***
世 17 旧 心	关联第三方平台数	0.47***

**■** 显著性: \*\*\*: p<0.001, \*\*: p<0.01, \*: p<0.05

# 模型结果——系数解读

# ② 视频品类

- **女性向**的品类大网红最多,女生在舞蹈、时尚品类有优势
- ☑ 视频品类**不宜太杂**,保持主品类的视频数维持在总量的85%以上,可以适当在其他品类发布视频



#### Q 个人特征

- **多方面**维护自己的个人主页
- **多发表视频、相册**有利于成为网红
- ☑ 可以用频道来管理自己的视频

# 视频属性

- ☑ 视频时长不宜过长或过短
- 5-15分钟为最佳时长



- 在主页挂出代表作越多,成为网红的可能性越大
- **一** 关联外部的第三方平台个数**越多**越容易从各方吸引粉丝,可首先考虑微博

# "网红"之路



## 用频道管理视频

针对一个领域,细分领域内的内容,多增加频道数,给粉丝一种在追连载的感觉,巩固粉丝忠诚度



### 内容至上

视频内容要有一定的**技术性**和思想内涵, 照搬照抄、内容空洞很难吸引粉丝



## 选对行很重要

安利生活、时尚等品类,做女性向领域更容易红



# **。** 品类经营有道

深耕一个领域,保持主品类的**主导性**,同时可适当在生活等其他品类发布视频



# 多平台联合

多平台进行粉丝互相**导流**,增加**曝光量**, 拓宽**商业推广渠道**,增加收入机会

扫描二维码 关注狗熊会 获取更多案例资源



