

青年报首席记者 范彦萍

科技带来便利提高听课体验
互联网真的让人“桃李满天下”



UP主:廖鑫
账号ID: Jason-老湿
粉丝数: 215.6万

如果不当UP主,本科学音乐学的95后师范生廖鑫的出路大概率是在校园里,当一名安安静静

的音乐老师。都说老师是桃李满天下,但课堂是有边界的,普通教师一辈子教过的学生最多也是数以千计。如果时间退回到10多年前,恐怕一个老师想也不敢想,学生数可以是以百万为计数单元的。

廖鑫正是搭上了互联网在线教育快速发展的这趟时代顺风车。

每个学唱歌的人都渴望有一个属于自己的舞台。刚毕业时他理性分析了一下形势,多方权衡后,2018年9月,他入职了一家线上音乐教育公司,DIY制作抖音视频,转化为招生资源。公司给他三个月实习期,如果不达标就只能卷铺盖走人。

视频制作对他来说完全是陌生的,能不能留下廖鑫心里没有底。其间,他找来了已经失业两个月的大学同学,两人搭档当主播。在悄无声息地做到第三个月时,突然有天一个简短的教唱歌、发声的教学视频一下爆火,为账号引来了60多万粉丝。公司老板看到了他的潜力,他如愿转正。

尽管身为UP主,但账号属于公司,拍什么怎么拍有时身不由己。当遇到了职场天花板时,他选择了华丽转身另立山头。

离开时,他原先运营的账号已经有150多万粉丝。另起炉灶,以前的积累一下清零。这次,他将主战场从抖音转战到了B站,后来成为B站声乐类的头部UP主。“观众刷抖音主要是图个新鲜,新鲜劲很快会过,视频流量就会下降。除非有更新鲜的东西给到观众,否则不可能一直爆火。B站虽然粉丝黏度较高,但声乐的技术就那么些,也需要持续提升教学模式。”



UP主:绵羊
账号ID: 绵羊料理
粉丝数: 1128.8万

“太震撼了!我做了一片可以吃的荷塘!”这是“绵羊料理”最近比较出圈的每周必看视频之一。播放量达到了700多万。

“映日荷花别样红,红呢,怎么变成白的了。”在一次次翻车后,UP主绵羊终于制作出了如诗如画的成品。并俏皮地来上一句,“真不枉我这7天不断返工,只请你投2个硬币,中不中?”视频里的绵羊诙谐幽默,斗志满满,越挫越勇。成品出炉的那一刻让人有一种看到电视剧大结局的感觉。

绵羊的专业是美术设计,看似和美食博主毫不相关,但细想却有着千丝万缕的联系。她后来的一系列料理之所以充满美感,和当年当艺术生时打下的审美基础兴许有关。

全B站千万级别的UP主并不多。能成为UP主中的“顶流”,与她入行早不无关系。早到要回溯至2015年12月。

绵羊在B站上注册账号的初衷是分享,换句话说视频版的朋友圈。

爱在B站上潜水的她有一次在一家餐厅吃到了一款小食——芝士炸丸子。“惊为天食”的她兴奋地复刻了这道菜。谁知生平发布的第一个视频就遭受了质疑。弹幕和评论区网友吵翻了。“这么简单的小食有什么好拍的?”人家只是来分享,不可以吗?”口碑不咋地,但流量不错。

网友的评论对她刺激不小。她不甘心,自此开启了厨艺小白“升级打怪”之路。她发布的第二个视频是复刻了自己最钟爱的麦当劳早餐猪柳蛋,播放量还可以。

彼时的她从电视台编导辞职后,处于职场空窗期。一边在家做着喜欢的菜,一边打算职场再出发四处投简历,对成为一名全职UP主没什么想法。

翻开那个时期的“绵羊料理”视频,直白的标题加上板正的介绍,让不少考古的粉丝大呼“那个时候的UP主好一本正经啊”。

厨艺小白成为美食博主
如今自媒体创作环境比当初好多了



UP主:蔡瑞钦
账号ID: 硬件茶谈
B站粉丝数: 271.1万

入主B站成为一名UP主其实并不在蔡瑞钦的职业规划范畴。起初,他因为想要升级电脑硬件到百度贴吧取经,意外发现很多人因为不懂上当受骗。他好心写帖子教大家如何避坑买电脑。

在贴吧里,他也结识了许多志同道合的硬件发烧友,与同好们探讨数码产品参数成为大学生涯最有乐趣的事。

蔡瑞钦就读的专业是电子商务,和传播毫不沾边。因为兴趣,他从大二开始在知乎上以“浮梁买茶人”这一ID开启了自媒体之路。

因为言谈中肯,他收获了不少粉丝。尽管彼时的他从未奢望在自媒体上赚钱,但平台开通的付费咨询还是为他赢得了人生的第一桶金。少则30元/单,多则50元/单。积少成多。大二那年,在大部分同学为零花钱月光犯愁的年代,他已经是月入近万的“万元户”。

我为何不自己选品,为大家提供性价比高的硬件呢?一念生起,命运的齿轮就此转动。

1998年出生的他相较同龄人堪称早慧。他和老师达成了某种默契,效仿自己的偶像比尔·盖茨,将重心放在了创业上。又幸运地入驻了学校的创业孵化基地。

找供货商开淘宝店,销售组装台式机。初创之路走得格外顺利,网店生意异常火爆。时隔多年,回过头看自己的创业路,蔡瑞钦感叹的是时代赋予自己的机遇。“我开大那会,一方面恰逢现象级游戏吃鸡火爆之际,这款游戏对硬件配置要求很高;另一方面自媒体行业在兴起,视频剪辑也需要内存大硬件能扛的电脑。双重因素叠加,无形中让硬件销售节节高。”

幸运分享时代红利的他很快就赢得了第二桶金。他兼具自媒体人和淘宝店主双重身份,这两个身份又可以互为引流。如果说2021年前,电商是他所在公司主要营收业务的话。2021年后,视频则后来者居上,成为公司营收的主要来源。

蔡瑞钦的创业路并非像涨粉曲线一样,一直呈现向上趋势。可以说,他的创业路更像是一个抛物线,有高峰有低谷。2021年、2022年连续两年,公司长期处于亏损状态。常常一睁

从未奢望靠自媒体赚钱
不得不感叹时代赋予的机遇



选择B站主要是考虑这个平台年轻人较多,社区氛围较好。

2019年,初在B站开设账号时,该平台还是承袭了二次元为主的风格,幸运的是他经历了后来B站去二次元的改革。时至今日,B站的数码账号占到了半壁江山。

很长一段时间,做视频在旁人眼里属于为爱发电。蔡瑞钦和团队成员采取的策略是“以店养号”。账号只顺便为淘宝店引流。

复盘涨粉技巧,他认为,2019年账号初设时,账号内容以科普为主,不接任何商单,涨粉速度远高于同行。有一期装机教程爆款视频,收获了1000多万播放量。粉丝数从一两万猛增到五六十万。2020年以前,主要是真人出镜配合简单的动画。2020年后,账号启用了全动画视频,大幅提高了观感。

很快粉丝数就攀升到了100多万。蔡瑞钦是幸运的,他赶上了涨粉最好的时间窗口。席卷而来的流量,难以置信的涨粉速度也逐渐为他带来了源源不断的广告收入。直到此时他才相信“原来内容真的是可以变现的”。

节目质量过硬,粉丝技术庞大,有段时间“硬件茶谈”不缺商单。唯一的压力是如何平衡优质内容和广告的数量。尝到了内容生产的甜头,经营自媒体成为他学业之外唯一的兴趣爱好。2020年,他成为全职自媒体人。

如果说2021年前,电商是他所在公司主要营收业务的话。2021年后,视频则后来者居上,成为公司营收的主要来源。蔡瑞钦的创业路并非像涨粉曲线一样,一直呈现向上趋势。可以说,他的创业路更像是一个抛物线,有高峰有低谷。2021年、2022年连续两年,公司长期处于亏损状态。常常一睁

眼,他就被悬在头上的房租和人员成本压得喘不过气来。每个月光开支就高达15万,营收才区区五六万。曾经一度,蔡瑞钦想找份工作,当一回打工人。

时局瞬息万变。那时,淘宝店销量暴跌至原来的两三成。原来,有段时间因为有一群投资人热衷于虚拟货币“挖矿”导致电脑显卡奇货可居,价格飞涨。直到后来相关政策出台,才终结了这段历史。

好在,每次希望按下暂停键时,曾经的信念又回响在耳畔,仿佛在提醒他“自媒体是一座金矿”。2023年,在经历过至暗时刻后,公司迎来了曙光。淘宝店的生意开始回暖,B站账号也开始有盈利。

作为一名专业的UP主,他的角色更像是一名导演,把控视频从产出到投稿的全过程。从选题切入,到形成文案,到变成可视化图片,再将静态图片变成动画,直至成片投稿。事无巨细,他都要关注。

哪些选题比较热门,文案是否能引发共鸣,分镜画面是否能切合文案,后期动画是否衔接丝滑等各种问题,都是UP主绕不开的问题。

创业就像玩超级玛丽游戏,要精准地跃上一块块踏板,借势风口,走向阶段性成功。新的一年,蔡瑞钦打算抓住新一轮风口,转战新能源汽车领域。“2019年到2022年手机是风口,2023年、2024年新能源车是风口。2022年前新能源车不如汽油车。2023年双方势均力敌。2024年,我预判新能源车会超越传统汽油车。厂家的投放需求会急速增长。”

蔡瑞钦认为,B站上新能源车博主十分稀缺。这两年,他一直在观察相关领域。“自媒体博主需要保持敏锐的观察力,时刻捕捉新的风口。吃老本,没有的事。”