

“从今天开始，我们要停更了。”

近日，在B站拥有接近400万粉丝的UP主“靠脸吃饭的徐大王”发布视频称，未来要停更一段时间。而另一位拥有300余万粉丝的UP主“-LKs-”也公开宣布，要暂时停更。

两位百万粉丝UP主接连宣布停更，受到外界关注。4月2日，有消息称，多位UP主密集公开宣布暂停更新，“B站UP主发起停更潮”也随之冲上微博热搜。

不过，一位B站内部人士向澎湃新闻记者解释称，“停更潮”的说法并不准确，仅仅是部分UP因为个人原因停更，并非是集体行为。2日下午，“靠脸吃饭的徐大王”也在微博回应：“今天这两个热搜有点莫名其妙，也不知道被谁安排了，我停更的原因在自己视频里说的很清楚，都是我个人的原因。”

“我做视频都十几年了，B站也只是我的一个发布平台而已，所以我停不停更跟B站没啥关系，纯粹是我个人的事。而且搞内容创作其实跟普通工作也没啥区别，有人赚钱也有人亏钱，很正常的事，各行各业哪个不是人来人往，没必要大惊小怪。”“靠脸吃饭的徐大王”在微博写道。

而“-LKs-”在微博表示，个人宣布停更和经济情况无关，今年在B站收入也不比以前少。

集体停更？

收益降低使UP主“赚不到钱”

“很难说有UP主集体性停更的情况，但中档次的UP主的衰退是明确的，而且不是最近才开始的。”在接受澎湃新闻记者采访时，B站UP主“不吃草椒的猫酱”表示。

在“不吃草椒的猫酱”看来，从B站去年调整内部激励机制以来，UP主所得到的平台收益越来越少，一般UP主也不指望通过B站赚钱，“差的作品没收入，好的作品收入对不起付出，激励调整后的总收入相比之前下降了超过30%。”

“停更的主要原因的确是赚不到钱，而且比前几年更赚不到钱。”他坦言。

澎湃新闻记者了解到，UP主能从B站获得的收益来源分为两部分，一部分与视频投稿相关，包括打卡挑战、视频创作激励等项目，另一部分与广告和带货推广相关，包括广告分成、悬赏带货、花火商单等项目，除此之外还有类似打赏形式的粉丝“

充电”。

去年以来，B站多次变更UP主创作激励规则，大量UP主在社交平台反馈称收入减少，甚至有UP主称收入最高减少了90%。UP主“树大师”举例称，此前他在B站十万播放的视频最多拿过1600元，但在改版后，新视频对比同数据的收入降低了40%以上。

“其实此前B站的视频播放收益是全网最高的，几乎达到300（次）播放量就有1元收入，如今出于财务压力削减创作者投入也是意料之中。”一位内容行业从业者向记者透露，“从结果上看，B站减少了对UP主的普遍投入，尤其是占比最高的腰部UP主，并逐渐加强对头部和中部UP主的话语权。”

记者查询发现，视频创作激励是UP主通过B站获得收益的重要部分，但B站并未公布明确的计算公式。

数据显示，拥有接近150万粉丝的UP主“峰哥亡命天涯”，平均视频点击量在100万左右，更新频率在3-4天，但去年总收入仅7万余元。而据另一位腰部UP主向记者透露，自己创作的22个视频，总计播放量近70万，但收益仅1000余元。“不吃草椒的猫酱”以自己的作品举例，从去年3月至今，团队创作的百余个视频，总收入不到3000元。

去年分给UP主91亿元，够吗？

除了来自官方的激励，另一重收入来源于UP主获得的广告收入。据多位UP主告诉记者，B站的平台定位和抖音等有所不同，平台允许创作者在视频中植入广告，可以在低分成的同时额外获得广告收入。“不过，不是每个人的视频都适合接广告，B站的分成占我整体收入的比重非常低，几乎只占你总收入的比重连1%都不到。”“不吃草椒的猫酱”透露。

但受到外部环境等多重因素影响，近年来UP主接到的广告数量也减少，“这两年的行业竞争不断加大，入局者越来越多，如果不努力求新求变，很容易被淘汰。”一位腰部UP主向记者透露，“另一方面，短视频平台的崛起也分走了用户的B站的使用时间，以至于原本接商单的机会都下降了。”在他看来，人工智能等新技术的崛起，也加速了行业本身的“优胜劣汰”。

B站不断调整激励机制，或许和其营收上连年亏损有关。3月2日，哔哩哔哩（Nasdaq: BILI，09626.HK）公布截至2022年12月31日的第四季度和全年未经审计的财务报告。财报显示，2022财年B站总营收同比增长13%，达219亿元，全年净亏损7.5亿元，同比扩大10%。去年第四季度营收达61.4亿元，同比增长6%，净亏损15亿

元，同比缩窄29%。

“预计2023年，我们的整体亏损能够更明显地收窄，2024年达到盈亏平衡的目标。”财报结束后的电话会议中，B站CEO陈睿表示。

值得注意的是，财报显示，2022年全年，B站营业成本高达180亿元，同比增长18%（第四季度营业成本为49亿元，较2021年同期增加4%），B站表示，增加主要是收入分成成本及内容成本增加所致。其中，收入分成主要是在直播和广告业务中给UP主的激励或分成，达到91亿元，增长18%。

据中泰证券研报表示，目前B站业务分为4部分，分别为移动游戏、增值服务、广告和电商及其他，其中增值服务和广告或将成为B站未来的营收增长重点。增值服务分为付费订阅与直播打赏部分，付费会员受制于OGV内容（独家购买播放的专业版权类作品）供给，降本增效背景下，预计增速会逐步放缓，直播将成为核心增长点，测算该业务未来3年收入复合年均增长率为20.1%。效果广告是增长重点，测算3年收入复合年均增长率为20.5%。

栏目主编：秦红 文字编辑：董思韵 题图来源：视觉中国 图片编辑：雍凯

来源：作者：澎湃新闻