



搜狐公众平台 >财经

废弃楼房成吸毒会所

侦查员潜伏进去发现惊人一幕：全是吸毒，K粉。

生父杀害3岁病重男孩

并底有一名3岁男孩死亡，双手双脚还被铁丝捆绑。

李宇春找它合作MV，华人文化投资它，VS MEDIA在3年前就已布局，现已签约百名网红

创业邦杂志 2016-06-25 15:30:31 阅读(63) 评论(0)

声明：本文由入驻搜狐公众平台的作者撰写，除搜狐官方账号外，观点仅代表作者本人，不代表搜狐立场。

举报



随着智能终端、WIFI和4G网络的普及，UGC短视频迎来前所未有的快速增长，人们碎片化的时间迅速被其占据。TalkingData《2015移动视频应用行业报告》显示，在所有移动视频应用中，短视频应用款数最少，仅占6.1%，但用户数增长幅度却是最大的，同比增长401.3%。另外，从资本市场对秒拍、美拍这种短视频产品的青睐，也可反映出短视频在整个移动互联网的受欢迎程度。

因此，有人说，这是内容创业最好的时代。

但是，也有人说这是内容创业最坏的时代。VS MEDIA创始人兼CEO黄雅芬告诉创业邦：“我们看到很多创作者有想法，有创意，但没有足够的资源，无法将创意变成内容，或是内容欠缺良好的制作品质，或是无法将内容有效传播，VS MEDIA就想在这些方面帮助创作者，将内容有效变现。”

VS MEDIA是做什么的？

VS MEDIA 是一个以华人创作者为主的MCN (multi-channel network)。2013年成立于香港，在香港、台湾、上海都设有办公室。目前已获得华人文化投资的B轮融资。起源于香港的他们，在历经香港、台湾市场之后，经过近一年对内地市场的运营经验，生发出了适合内地市场环境下的MCN2.0模式。他们针对内地网络视频经济的特殊性，旨在发掘“有内容创作能力的视频网红”，并通过自身的运作，帮助创作者实现从UGC-PGC-IP的转变，从而实现商业价值。

前面提到了MCN，那什么是MCN？邦哥要在这里给大家解释下。

美国的MCN (multi-channel networks)，即所谓的YouTube频道集成商。一般专注于一个特定的垂直领域，比如儿童相关内容集中的AwesomenessTV，游戏玩家集中的Machinima，时尚美容相关的StyleHaul，食品和旅游相关的Tastemade等。YouTube上有各种频道，通过订阅频道，用户就可以收看这一频道下面的视频内容。这些频道有的是大CP建的官方频道，也有用户上传的原创频道。在这些用户制作的视频内容中如果有广告，有了广告收入，用户就可以与Youtube分成。而MCN就是一种帮助视频内容生产者变现的组织，一定程度上可以理解为网红经纪公司，通过为内容生产者提供培育受众、营销推广、品牌赞助等方面的服务，收取服务费。

这一定义也吻合了VS MEDIA中国区总经理王鸣对创业邦的表述，他说“VS MEDIA帮助创作者实现从UGC到PGC到IP转变的过程，我们相信网红能够变成媒体的企业家。”



VS MEDIA创始人兼CEO黄雅芬

专业化、标准化、国际化的制作标准

目前，VS MEDIA平台上共有500多位创作者，在内地已和近100位网红合作，订阅用户人数超过5200万，每月产生3000小时内容，月流量3亿。小至几岁的萌娃，比如美拍上深受众多粉丝喜爱的“super丹小妮”、“小山竹”，大至步入中年、希望有朝一日能够在大街小巷看到自己拍摄的电影盗版碟的昆明导演陈跃辉。黄雅芬对创业邦表示：“未来，VS MEDIA IP将会重点关注娱乐和生活方式领域的长尾内容，包括街头篮球、街舞、独立音乐、宠物狗训练、游戏玩家记录、本土时尚设计、现代艺术等领域。”据VS MEDIA提供的数据来看，在过去连续5个季度中，他们公司的业绩达到了超过230%的增长。

谈到取得这些成绩的原因，黄雅芬说主要还是得益于他们3年前就开始的行业布局，这在时间上有优势，另外就是他们自身的制作标准，这包括：

第一、专业化。VS MEDIA通过提供设备、资金、训练，帮助创作者制作高品质的影片，实现UGC到PGC，再到IP的转变。其中，包括VS MEDIA率先使用VR技术，帮助创作者开展全景视频制作。同时，VS MEDIA让内容能有效地发布到各大平台，吸引更多观众。这也就是我们常说的渠道，他们会根据平台所掌握的数据，将旗下网红的的内容精准投放到相对应的平台。

美拍达人李禹荷是向专业化转变的典型代表。网名自称“禹荷先生”的她是个高颜值美女，目前在美拍上已有66.5万粉丝。她起初只是记录自己的日常时刻，并得到了许多关注，而她之后发布的多个搞笑型的总结性话题视频使她成为了真正的网红。以语言多样性和喜剧表演见长的她，创作的“多国女生对同一事物的表现”在美拍上获得了很高的点击率，并在微信朋友圈中被大量转发。让她惊喜的是，她还得到了湖南卫视《天天向上》今年1月底播出的节目的演出机会。

“突然火了，心里窃喜的同时也有点慌。”还是在校学生的李禹荷告诉创业邦，“现在粉丝多了，要求也高了，更新速度慢会被催到不行。而且粉丝对视频水准的要求也越来越高，以前随便跳个舞做个妆就拍完了，现在要考虑怎么分镜，怎么剪辑，怎么配乐。各种商业合作也开始找上门来，在学业压力下，有时候真的会觉得有点应付不来。”

VS MEDIA帮助李禹荷向专业化过渡，为她提供了先进的拍摄及剪辑设备，提升了制作品质，并在内容策划上与她共同支招。目前，为她打造的VR 360香港游记系列也在制作之中。

第二、标准化。VS MEDIA通过市场营销等手段帮助创作者建立个人品牌影响力；通过与广告主对接，实现创作者的商业价值；定立市场合作标准，如价格、合作模式、内容质量、成效、分析报告等，进一步推动行业的标准化运作。

第三、国际化。VS MEDIA同时与迪斯尼旗下坐拥超过55,000条频道的视频制作公司Maker Studios合作，让旗下创作者有机会接触更大的国际市场。同时，与YouTube、Daily Motion也开展了合作关系。而且，创始人黄雅芬创业之前是TVB的高层，对港台、海外视频市场颇为熟悉。

盈利模式

关于盈利模式，黄雅芬介绍，目前他们的盈利主要来自于和旗下创作者的分成。比如，优酷土豆、爱奇艺这样的平台会给VS MEDIA一笔钱，然后他们从中抽取20%或者50%，其他的就分给旗下的创作者。

这也是为什么网红不直接找优酷土豆，而签给他们的原因。因为一个普通的网红要跟平台签约分成计划是有难度的，平台通常会和PDC (Professional Darts Corporation 专业的飞镖公司)合作，就算签个人，也只是流量非常大的个体。所以，就如同工会一般，有了经纪公司，分成的机会就大很多。

近期，李宇春刚刚公布的首支VR MV《开放》就是VS MEDIA制作策划的。黄雅芬说李宇春团队主要看重了他们国际化的资源优势以及在内容上的把控。未来，他们还会和自己的投资方华人文化旗下的其他公司进行内容合作。关于近期大热的视频直播，黄雅芬说他们也会让旗下擅长的艺人进行直播尝试，但是未来的方向主要还是在短视频上。