



■黃雅芬說，香港年輕人不是無創意，只是欠缺一個舞台。
(黃俊耀攝)

網上創作人 年薪將百萬

網上平台資訊應有盡有，而開放平台同時孕育了大批網上創作人，他們以極低成本、自家創作起步，所建立的影響力和知名度並不較傳統名人遜色。瑞典有YouTuber「PewDiePie」靠拍攝遊戲機評論短片，年薪750萬美元（約5850萬港元），本地市場又能否締造同樣傳奇？中港台第一間視頻製作網絡公司VS Media的創辦人黃雅芬，則極有信心能在明年打造年薪百萬的本地網上創作人。

VS Media 打造傳奇

黃雅芬曾協助雅虎成為第一間轉型做媒體的互聯網公司，又為無綫電視開發網上平台myTV，她憶述兩年前出席媒體論壇「Social Media Matters」時，目睹一位年僅17歲的美國少女，網上教人化妝打扮，當日引來數百名粉絲蜂擁而至，失聲尖叫，啟發她創業良機。她遂投資逾千萬創業，旨在集合網上創作人力量，為他們提供創作資金及設備，確立市場定位，進而拓展廣告商的商機。

被問及網上平台依舊，創作空間沒變更，她如何說服創作人加入公司？她表示，網上創作人有時缺乏設備資源，公司正好能確保設備和創作空間；再者，網上創作人雖懂得跟粉絲互動，卻不諳市場推廣，公司會分析他們的訂閱數據，有助推廣至合適的廣告商，廣告收益可確保創作人全職發展。

談及媒體生態，黃雅芬認為傳統媒體已接觸不到年青一代，網上創作見證年輕人的創作潛力，「香港（年輕人）唔係無創意，只係無一個舞台。」

經過一年多發展，公司中港台三地總員工約有50人，擁有逾400條頻道，累積1200萬人次訂閱，成績合乎期望。她對創作人的要求甚嚴謹，除了具創意和熱誠，也須有實際成績，例如要有5萬以上人流訂閱。她旗下有知名的「雞排妹」鄭家純、林芊妤(Coffee)，但她估計下年年薪百萬的創作人將另有其人，她未有透露其名，只說其創作內容為電子遊戲機、搞笑，「好勤力，受廣告商歡迎」。

她承認，類同的商業模式對本地廣告商仍算陌生，廣告商也未必認識網上創作人，故公司尚未賺錢，「條路比較長」，但她不覺得缺乏市場，始終相信新媒體力量，認為一旦改變大眾對網上創作人的觀感，市場的可能性會變得不一樣。

採訪、撰文：鄧子盈 攝影：黃俊耀



■VS Media旗下有知名的「雞排妹」鄭家純(左)及林芊妤(Coffee)。(網上圖片)

自媒體影響巨 迪士尼天價購

根據美國著名互聯網分析公司comScore Video Metrix今年7月發表的報告，本港每5名網民，就有4人習慣看網上影片，每月觀賞網上影片的時數高達9300萬小時。新媒體影響力毋庸置疑，然而市場真正潛力有多大？

迪士尼去年就斥資9.5億美元(約74.1億港元)收購YouTube播放的視頻製作網絡Maker Studios。能吸引迪士尼願意開出天價的Maker，只是一家創業4年的自媒體公司，模式跟VS Media類似，同樣製作節目放在網上頻道以供訂閱，卻為YouTube上最受青少年喜愛的內容提供者。其5.5萬個頻道供3.8億用戶瀏覽，每月計有55億瀏覽人次。

就迪士尼收購一事，不少評論認為Maker形式受限於YouTube平台，出價太高。但迪士尼行政總監堅持，Maker透過網上平台接觸觀眾的能力，是迪士尼沒法做到的，並希望透過Maker節目進一步推廣迪士尼產品。Maker繼而也成功為《星球大戰》(Star War)新系列、Marvel電影造勢，印證迪士尼的說法。