

当前位置: 投资中国 > 资本 > 正文

网红孵化平台VS MEDIA获华人文化战略投资：黎瑞刚布局视频网

时间：2016年06月14日 13:14:27

来源：投资中国网

评论 喜欢+ 打印 收藏 分享

一、黎瑞刚为何垂青VS MEDIA？

网络视频内容及IP联合与孵化公司VS MEDIA今日宣布B轮融资获重要进展，来自于黎瑞刚执掌的华人文化控股集团(以下简称“华人文化”或“CMC”)对其进行战略投资，投资将帮助VS MEDIA开拓业务、运营公司和市场推广。据悉，本轮融资后，VS MEDIA将成为华人文化旗下公司。

VS MEDIA目前在大陆并不为众人知晓，它2013年创立于香港，致力于成为全球第一个以华人创作者为主的MCN(multi-channel network)，发掘中国“有内容创作能力的视频网红”，帮助他们实现UGC-PGC-IP的转变，实现更大商业价值。

VS并不打算自建平台，而是选择和腾讯、美拍、youtube、优酷土豆、斗鱼、熊猫TV等平台合作。它的战略资源是人才。

二、5200万用户背后的价值洼地

目前，VS MEDIA在大中华区签约了500多名创作伙伴，且每一个人都与VS团队有过面对面交流，其中大陆已有近100名创作者，人才挖掘已深入到中国二、三线城市，如美拍上的super丹小妮，昆明导演陈跃辉。此外，其订阅用户超5200万，每月生产3000小时内容，月流量3亿，在过去连续5个季度中，公司业绩达到超过230%的增长。未来，VS MEDIA将打造包括街头篮球、街舞、独立音乐、宠物狗训练、游戏玩家记录、本土时尚设计、现代艺术等领域的长尾内容。

签约的创作者被VS分类，如美妆、美食，以更好地适配广告主的需求。昆明导演陈跃辉曾通过VS与牛仔裤品牌Lee合作过一支短视频——一个落魄中年男子，神笔马良般创作了一套Lee的牛仔服套装。

VS与创作者的合作方式是：签约的创作者可以使用VS STUDIO的拍摄资源;若发现其有更大潜质，VS将会投资它，并与其分成;最高级的合作则是，投资创作者成立的公司——令其成为媒体企业家。

VS MEDIA也注意到了VR视频制作的重要性，它将联动微鲸科技(华人文化旗下VR公司)，帮助创作人开展全景视频制作。CMC为VS带来的不仅仅是钱，除去微鲸科技，目前还为VS引入某当红女歌手，将为她打造一支VR MV

三、如何定义未来

2014年，Disney 9.5亿美元收购志在帮助创作人成长的Maker Studio，让MCN第一次引来关注。

同样是2014年，美国Variety Magazine《名利场》颁布的2014年度名人榜排名，前20名中出现了10名Youtuber——你可以理解为Youtube上的网红，前5名的位置更是被Youtuber占尽。这一年，23岁的瑞典网红PewDiePie在一年内通过Youtube短视频贴片广告，获得分成收入1200万美元，而2015年这一数字变为1800万美元。

中国的网红也在不断蝶变，从最初拼颜值，到个性化——颜值和才能匹配大行其道，再到专业团队打团体战，不久前，papi酱的成功已经再一次刷新人们对网红和网红价值的认识。

或许VS MEDIA的最大价值之一在于，它将打造网红标准：

- 1.通过市场营销等手段帮助创作人建立个人品牌影响力;
- 2.通过与广告主对接，实现创作人的商业价值;
- 3.定义市场合作标准，如价格、合作模式、内容质素、成效、分析报告等。



(图为VS MEDIA创始人黄雅芬)

在被问及，如果美拍等平台也意识到签约网红的价值并付诸行动，VS将如何应对时。创始人黄雅芬说，Youtube早已开始签约Youtuber，这一方式被证明成效不错，如果平台能意识到这一点，这反而是个好现象。中国区负责人Lance补充道：“良性竞争是有助于增加市场活力的。”

中国的网络视频经济跟外国很不一样，随着4G网络的普及，14个视频平台加2000个移动端短视频、直播平台兴起，视频内容的旺盛需求张力已经形成。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%。2016年会是UGC短视频爆发之年吗?UGC-PGC-IP之路已经铺就，视频内容创作者或许可以从中受益。

此外据悉，VS MEDIA创始人黄雅芬也是一名连续创业者，她曾是雅虎亚洲环球销售高级总监、壹传动公司的行政总裁以及TVB.com的运营总监，在创立VS MEDIA之前，她曾创立社交电商平台Viss，最终获HMV收购。