



这家华人文化投资的公司，做的是短视频网红生意

王珊珊
6月15日



从香港向内地发展的 VS MEDIA 签约短视频创作者，再“打包”找到广告客户。

6月14日，VS MEDIA 在北京开了一场发布会，宣布获得了华人文化控股集团的 B 轮融资。创始人黄雅芬表示具体融资数额“还不便透露”。但确定的是，VS MEDIA 已经成为了华人文化旗下的公司。

VS MEDIA 是一家 2013 年 6 月成立于香港的公司，去年开始进入内地发展，在上海设立了办公室。“VS”的解释是“very sexy media”。他们主要的业务，是签约“有内容创作能力的短视频创作者”，也就是俗称的“短视频网红”，一起挖掘商业价值。

VS MEDIA 一共签约了 500 多位创作者，其中有内地的 100 多位。他们加起来订阅用户人数超过 5200 万，每月产生 3000 小时内容，月流量 3 亿。

虽然数量可观，但如果和这个领域最知名的那些红人，例如 papi 酱相比，这些签约者的名气都有限。拥有 120 万粉丝的美拍用户“小山竹”被黄雅芬格外介绍。她是一个东北口音浓重、长相可爱的 3 岁女孩，美拍页面上写着“VS Media 官方独家合作伙伴”。另一位被提到的是网名自称“禹荷先生”的李禹荷。她在美拍上有 66.5 万粉丝，曾经上过今年 1 月份的《天天向上》。

这是一支“小山竹”的视频。



实际上，VS Media 的成功途径，是能够让没有那么红的创作者，通过“组团”的形式找到广告客户。中国区总经理王鸣告诉《好奇心日报》：“（在前几名的爆款之外）有很多创作达人生存状况没那么好。不上不下很可惜。我们帮助他们实现创作才华，对接品牌方变现。香港、台湾、上海的品牌有需求。我们担任创作人和品牌之间的枢纽。”

很多品牌在制定宣传策略中，往往想要寻找一些二、三线城市小有名气的“网红”，制作一些接地气的“病毒视频”。而拥有资源的 VS Media 能够提供让它们感到性价比满意的方案。在为 Lee 牛仔褲推广时，VS Media 的 8 位创作人在美拍上发起一个“DIY 大赛”，吸引更多粉丝来参与。这 8 支视频共获得了 180 万次观看和 2 万多个赞。

在过去连续 5 个季度中，VS MEDIA 的业绩达到超过 230% 的增长。

王鸣说，公司不会考虑去签约“Papi 酱”这样的爆款网红，因为太贵，可能资本一次就用光了。“Papi 酱”今年 3 月初获得了真格基金、罗辑思维等 4 家资本的 1200 万元投资，估值达到 1 亿元。

王鸣的上海办公室有 3 组员工，专门负责在各大平台找合适的人（条件在于能否持续创作、以及独特性），看中之后，就邀请他们到上海面谈。VS MEDIA 提供拍摄仪器、培训和创意支持，从收入中提成 20% 至 50% 不等。

VS MEDIA 没有自己的播放平台。在香港和台湾，这些创作者依靠的主要是 YouTube。而到了内地，他们与优酷、土豆、腾讯视频等各大视频网站、微博、美拍等视频网站合作。黄雅芬告诉《好奇心日报》：“最重要的是内容。我们不会考虑做自己的平台，和各大平台之间保持友好关系，把不同的内容放到合适频道。慢慢做这个事情，对我们比较好。市场越来越大，谁都做不到垄断。”

这样的做法在大量培养网红的时候会有一些好处。前央视主持人张泉灵曾在“Papi 酱”的广告招标会上宣布，将和猎豹移动推出一款名叫“头牌”的 App，将聚拢、扶持优质网红资源，为用户提供网红短视频内容。这样的模式是通过搭建平台，但是如何能够和各大视频网站竞争反倒会带来问题。

图片由 VS MEDIA 提供

VS MEDIA 华人文化 短视频 网红

分享至：