

杨浦企业去年首次完成全面盈利,成长为国内优质内容密度最高的平台之一

在1.15亿日活追更中B站“成年”



在即将迈入“成年”之际,上海哔哩哔哩科技有限公司(简称B站)终于不必再回答一个老问题:什么时候盈利?

B站董事长兼CEO陈睿近日在公司17周年庆现场表示,B站不仅实现了连续17年的用户增长,更在去年完成了全面盈利,全年收入303亿元,利润25.9亿元。

“好内容,不仅能带来增长,也能赚钱。”在陈睿看来,B站的盈利,印证了时间的复利与优质内容的复利。如今的B站,已成长为国内优质内容密度最高的互联网平台之一。

反其道而行之,用户数连续17年增长,走出一条“长视频盈利”的道路

在现场,陈睿提到了两个高频热词:催更与追更。

所谓催更,就是用户日复一日地催着自己关注的UP主更新作品。仅去年一年,“催更”二字就在B站的弹幕和评论里出现了超过100万次。追更指的是只要关注的UP主发布新视频,粉丝便会第一时间观看。新作刷完意犹未尽,连之前的老视频也要被翻出来反复回味。

“公司内部有一项统计显示,连续观看某位UP主最近10期内容、一期不落的用户,超过了2000万人。”陈睿表示,在B站上,关注了一名UP主超过10年且持续有互动的粉丝用户有813万人。

事实上,B站一直是国内视频行业里的“异类”。《中国网络视听发展研究报告(2026)》显示,我国短视频用户规模逼近11亿,行业市场规模突破1.29万亿元。出乎意料的是,B站反其道而行之,最终走出了一条“长视频盈利”的道路。

“一方面,视频无处不在,每天发布的短视频超过1亿条,供给早已过剩。另一方面,用户却觉得好内容不够看,对优质内容的渴望依然强烈,供不应求。”陈睿表示,优质内容的稀缺,

恰恰成就了B站独特的竞争优势。一旦发现优秀的UP主,用户就会主动关注,期待下一期。

B站的用户数已连续17年保持增长。去年全年,B站日均活跃用户的增速四个季度持续加快,四季度同比提升至10%。今年一季度,日活用户增至1.15亿,月活用户达到3.76亿。从供给端看,万粉UP主5分钟以上视频的投稿量同比增长54%。从消费端看,5分钟以上视频的观看时长占总时长的比重达到65%。

通过优质内容帮助客户建立品牌影响力

商业化不止贴片广告这一种形态,B站选了一条更适合自己的道路:通过优质内容去帮助客户建立品牌影响力。一位UP主告诉记者,建立在信任之上的品牌认知,才是B站商业化的王牌。

“B站的投放价值并非一次性的,它能深度影响用户的消费心智。从单

次认知到多次触达,从单一转化到长期的品牌沉淀。”B站副董事长兼首席运营官李旻表示,今年一季度,B站的品牌广告、效果广告、创作者广告均实现双位数增长,部分品类涨幅达到高双位数。游戏、网游、数码家电、电商和汽车是B站前五大广告主,均与用户画像高度契合。B站用户的平均年龄为26.5岁,个人与家庭消费力正快速上升,是广告主最为渴求的核心增量人群。

增速数据是最好的证明:2017年,B站营收增至24.7亿元,2020年越过100亿元,2022年再跨过200亿元关口,2025年突破300亿元,达到303.5亿元。十年间,营收增长超200倍。李旻透露,一季度B站广告收入达26亿元,同比增长30%,已连续13个季度保持双位数增长。

在国创动漫与游戏品类上,B站更展现出一种近乎“统治力”的优势。游戏内容整体播放量同比增长24%,全年总播放量超过1200亿次。

“长线运营、垂类头部、品类年轻化,是B站游戏的三大战略。”今年5月,陈睿在财报电话会中表示,B站高度重视产品生命周期,游戏《FGO》《碧蓝航线》即将迎来十周年和九周年,所有产品均围绕长线打磨。

视频播客巩固了“护城河”,AI的加入则是“放大器”

记者了解到,B站在去年推出“视频播客”这一新品类,观看用户数已达2.36亿,单日观看时长突破1亿分钟。

推出仅一年,观看用户就突破2亿人次,并孵化出于谦的《多新鲜呐》、罗永浩的《罗永浩的十字路口》、陈鲁

豫的《陈鲁豫·慢谈》等爆款节目。这在当下的内容互联网实属罕见。

另一个数据同样令人惊叹:B站日均活跃用户1.15亿,日均使用时长119分钟,创下历史新高。

除了传统内容品类持续增长外,B站的优势品类也在不断扩张:国漫、知识、音乐内容的观看时长同比增长均超过20%,游戏内容观看时长同比增长27%。高中生、外卖骑手等新人UP主从Vlog起步进入B站,也带动相关内容观看时长同比增长30%。

不久前,B站发布的《播客创作手册》显示,视频播客单日播放时长首次突破1亿分钟。预计到明年,日均播放时长有望达到3亿分钟,同比增长300%。

如果说视频播客巩固了B站的“护城河”,那么AI的加入,则是B站的“放大器”。

陈睿表示,AI降低了创作的门槛,过去影视内容创作离不开拍摄团队加后期团队,如今1到2位核心创作者就能做出惊艳的作品。

借助AI的“巧劲”,B站还能在早期就发现优质内容和优质UP主,给予他们支持和鼓励,并陪伴他们成长。数据显示,今年一季度千粉UP主同比增长超过30%,万粉、十万粉、百万粉UP主同比增长均超过20%。粉丝增长进一步带动收入增长,一季度UP主人均收入同比增长24%。

据悉,B站继续将AI投入聚焦到视频理解、视频分发和视频创作三大方向,以此提升内容生态和社区价值。

■查睿 (来源:解放日报,配图为资料图)



在杨浦,走进陀思妥耶夫斯基的世界 首度海外公展——陀思妥耶夫斯基大展正在中国近现代新闻出版博物馆进行

“来上海的前一天,我在地铁上遇到一个年轻人,打扮得很新潮。他在我身边坐下,拿出一本书开始读。我好奇地看了封面——《白夜》。那一刻,我很想跟他聊聊。”82岁的陀思妥耶夫斯基文学纪念馆馆长娜塔莉亚·图伊梅巴耶夫娜·阿希姆巴耶娃说。

近日,阿希姆巴耶娃在中国近现代新闻出版博物馆见到了更多热爱陀思妥耶夫斯基作品的年轻人。

今年是文坛巨匠陀思妥耶夫斯基诞辰205周年、逝世145周年,也是其代表作《罪与罚》出版160周年。一批源自俄罗斯圣彼得堡的文物首次走出国门,呈现在中国观众面前。

“陀思妥耶夫斯基的世界——停止阅读意味着停止思考”大展开展首日,不少年轻读者早早到现场等候展览开放。下午,阿希姆巴耶娃的“陀思妥耶夫斯基:其人、其事、其文”讲座开放预约不久,名额就被一抢而空,馆方

特意加开线上直播。

陀思妥耶夫斯基1821年生于莫斯科,16岁进入圣彼得堡军事工程学校求学,毕业后放弃公职,走上作家之路。24岁时凭《穷人》崭露头角,后又写下《双重人格》《白夜》等,探索人性之谜。展览分“童年与青年时期”“命运转折”“重返文坛”“巨作”“心灵的不朽”五部分。步入大厅,常设特色展项《卡拉马佐夫兄弟》三联画和博物馆影集等,让观众在上海沉浸式体验俄罗斯文学氛围。现场陈列以圣彼得堡为题材的作品手稿及风光画作、作家生前使用的烟盒、礼帽、药瓶、墨水套装,以及撰写《卡拉马佐夫兄弟》所用钢笔尖等私人物品。

“是什么让世界各地、各个角落的读者如此喜欢陀思妥耶夫斯基?因为在他的作品中,汇集了全人类的共同性,我们对生与死等人类最基本问题的思考。”阿希姆巴耶娃说,“陀思妥

耶夫斯基以非凡的能力展现出当代性与人心的结合。年轻人面临很多选择,选择什么样的道路,作出什么样的决定,都能与陀思妥耶夫斯基笔下的人物碰撞出共鸣。比如《罪与罚》里的拉斯柯尔尼科夫,《少年》里的阿尔卡季·多尔戈鲁基,都是需要作出自己选择的年轻人。从这个角度而言,如今,我们依然生活在‘陀思妥耶夫斯基的世界’里。”

陀思妥耶夫斯基作为19世纪俄国文学巅峰人物,百年来其作品译本涌现。对陀氏的研究与解读,成为中俄文学交流史上浓墨重彩的一笔。

翻译家、华东师范大学俄语系教授徐振亚对年轻读者热衷于陀思妥耶夫斯基印象深刻。去年5月,他与另一位翻译家曹国维就《罪与罚》的新译本在豆瓣读书做了一场直播对谈,“两个多小时里,年轻读者提出了各式各样的问题,而且问题相当有深度”。

徐振亚今年83岁。1997年,在与自己的老师、翻译家冯增义合作翻译出版《卡拉马佐夫兄弟》后不久,他前往圣彼得堡参加学术会议,随身携带了这部《卡拉马佐夫兄弟》中译本,原计划将其赠予陀思妥耶夫斯基文学纪念馆,却被中途“截和”,留在了俄罗斯科学院俄罗斯文学研究院(普希金之家)。

记挂此事近30年,徐振亚与当时曾在圣彼得堡接待他的阿希姆巴耶娃馆长在上海重逢后,他特意带上这部“迟到”的《卡拉马佐夫兄弟》中译本,连同多本关于陀思妥耶夫斯基的译著、学术著作赠予俄方,其中最特别的一件礼物是由冯增义雕刻的陀思妥耶夫斯基的雕像。

展览主题“停止阅读意味着停止思考”,是阿希姆巴耶娃定下的。“阅读这件事对陀思妥耶夫斯基非常重要。童年、少年时,他就喜欢阅读,家里有

浓郁的读书氛围。可以说,早在作家把探索人的奥秘作为人生志业、早在他自己遇到人生中的诸多波折与苦难之前,他就已经通过阅读了解人,了解人的内心世界。同样地,我们也可以从他的作品中看到阅读对他的影响,看到他如何内化自己的阅读体验,又如何将其转化为自己的文字。”阿希姆巴耶娃说,“有一位学者曾说,陀思妥耶夫斯基是一位伟大的读者。我们可以从他身上学到阅读的重要性,同时也可以从他的作品中看到如此丰富的理解人、理解生活、理解世界的路径。”

“陀思妥耶夫斯基是一位伟大的作家,也是一个伟大的哲学家、思想家。终其一生,他一直在用自己的写作回答时代之问,揭示心灵奥秘。”徐振亚说,“陀思妥耶夫斯基的世界”展览的意义,就是促使更多人去阅读、去思考。

■施晨露 许旻 李缘圆 (综合自《解放日报》《文汇报》)