

# 東風西風交匯

# 香港網紅新潮流

近年看電視的香港市民愈來愈少，一方面是電視行業缺乏競爭，質素每況愈下，更重要的是，當下市民尋求資訊娛樂，首選都是各網絡平台。事實上，資訊爆炸的時代，近年各類題材內容湧現眾多網紅，不少頂級網紅粉絲隨時上百萬人，比眾多電視明星更有號召力，自然成為廣告界新寵兒。

香港商報記者 姚一鶴



網名 PewDiePie 的 YouTuber 粉絲多達 1.11 億人。



網紅 Sam Chui 是航空旅遊界首屈一指的 YouTuber。



麻省女工 | 职场必备! 英语沟通工具书推荐  
高效沟通好书 MIT学姐 虽然美国留学4年,但职场商务英语还是会有遇上困难的时候 想跟各位强烈推荐这本宝藏书,无论求职者、职场新人 或老打工人 都适用哦!  
书名: Simply Said《简单说》  
點點什... 1209 1943 229

小紅書博主麻省女工專門分享學習心得。



內地時尚網紅易夢玲,在抖音有多達900多萬粉絲。



Emi Wong 是本港最多粉絲的 YouTuber。



港星 Coffee 靠做自媒體成為網紅,比在電視台工作更紅。

今天做明星,未必要靠演電視劇或拍電影,自力更生做網紅也可以。網紅是網絡紅人的簡稱,又可稱為網絡名人、網絡明星,通常指在網絡出名的自媒體人物。事實上,現時做自媒體也簡單,基本上在各大網絡平台開設帳戶即可,由於智能手機普及,一部手機已可以拍攝、剪接及處理視頻,故近年全球自媒體人數目爆增。

不同語言、不同國家、不同城市地方、不同題材內容都有各自的網紅,通常每個網紅都有自己的地盤,例如專攻某個平台,另有一些網紅則在多個平台都有帳戶,累積的粉絲眾多,另一方面,中國內地的網絡平台與海外的網絡平台,基本上是兩個世界,故統計上網紅受歡迎程度頗為複雜。

## 香港市民習慣看 YouTube

以全球最多人看的視頻平台 YouTube 為例,居住英國的瑞典人 Felix Kjellberg,網名叫 PewDiePie 是 YouTube 平台首席 YouTuber,他通常製作些遊戲及搞笑內容,在 2019 年他的粉絲已達 1 億人,到 2021 年累積的訂閱者多達 1.11 億人。

YouTube 平台都有眾多香港網紅,例如明星林芊妤 (Coffe),以往她在電視台工作紅不起來,但轉戰 YouTube 平台教瑜伽就愈來愈紅,奇就奇在她結了婚生了孩子依然人氣不減,2020 年林芊妤更成為香港最前列 YouTuber 累計有 160 萬訂戶。

香港亦有網紅衝出國際,例如網紅 Sam Chui 崔佳星,他在內地出生,在香港讀書,做過投行分析員,現時是全職做航空業自媒體網紅,以英語介紹各類航空業新見聞,在全球周遊,累計有 293 萬位訂閱者,在航空業界知名度名列前茅。

## 小紅書慢慢種草

大部分港人都喜歡瀏覽 YouTube,看臉書和 Instagram 等美國網絡平台為主,不過近年內地不少熱門視頻 APP 也開始慢慢走入港人生活,小紅書就是其中之一。

「麻省女工」是一位 80 後小紅書教育博主,主要分享一些學習心得。來自上海的她,形容自己是戴眼鏡的香港打工人,她曾在投行實習,現時仍在麻省理工進修,已累積了 2.8 萬粉絲,她在接受本報記者採訪時表示:「一年前參加一次市場調查 focus group,聽到另一個 local 參加者分享,說她經營個人小紅書好辛苦。當時我還沒聽過小紅書,好奇下載看看。」

## 疫下網紅 數目增長勁

2022 年 2 月在美國納斯達克上市品牌營銷數據服務公司 IZEA,該公司運用人工智能技術,搜索到超過 1500 萬份社交媒體網紅的資料,比 2021 年 2 月的 1000 萬份資料增加 50%。IZEA 主要搜索來自海外網絡平台如博客、推特(Twitter)、Pinterest、Instagram (IG)、抖音 TikTok 和 YouTube 的資料和內容,雖然沒有包括中國內地網絡平台,但可見全球自媒體創作者的數目不斷在擴大。

據網紅營銷網站 Influencer Marketing Hub 統計,僅在 2021 年,全球網紅營銷相關服務產品的數量就增長了 26%,達到 18900 宗。時裝品牌 Zara 是 Instagram 上被提及最多的品牌,其覆蓋面估計為 20.74 億次,而網上電影平台 Netflix 是抖音 TikTok 上最受用戶關注的品牌。

## 今年網紅營銷市場規模 164 億美元

據統計,有超過 75% 的品牌營銷企業打算在 2022 年將預算用於網紅營銷,而 68% 的營銷人員計劃在 2022 年增加在網紅營銷上的支出。全球已有超過 5000 萬人認為自己是內容創造者,預估全球網紅行銷市場規模將在 2022 年成長到 164 億美元。

美國財經媒體《福布斯》指出,這幾年全球各地民眾更多時間留在家抗疫,上網時間更多,自然更加留意在各大網絡平台的資訊,福布斯引述調查指 Instagram 網紅在疫下多獲 67.7% 讚好及多五成留言。最多人觀看的内容與疫下減壓有關,例如冥想、煮食、健身,觀眾以 35 歲以下人士為主。

2021 年 5 月,由中娛智庫、抖音、浙報集團重點實驗室及今日網紅聯合撰寫的《2020 年中國網絡表演(直播)行業發展報告》,該報告統計,根據 23 家平台匯總數據,截至 2020 年末,中國網絡表演(直播)行業主播帳號累計超 1.3 億,市場規模達 1930.3 億元人民幣,較 2019 年有顯著提升。

從營收模式來看,打賞仍是直播平台和主播的主要收入來源,直播平台打賞收入佔行業收入的 75% 左右,佔主播收入的 35% 至 45%,而泛娛樂直播平台的打賞收入佔總收入的比重超過 90%。

## 直播帶貨在港漸流行

網紅直播帶貨對港人相對是新鮮事物,在疫情之下才

「麻省女工」表示,「小紅書氛圍鼓勵博主去分享高質素、乾貨類型的用戶自製內容,所以我最後選擇在小紅書開啓博主之路。」她覺得做博主最大的學習心得是輸出強迫輸入。自己雖然在其他他人眼中是學霸,但還需不停更新知識;同時也認識到很多志同道合的朋友,包括其他知識博主、讀書會的朋友、粉絲群的小夥伴,來自世界各地;更可一嘗「創業」和「經營個人品牌」機會,這是一般職場打工人比較難有的體驗。

據了解,小紅書博主相當部分收入來源,來自小紅書的分成,多寡取決於多少用戶點心心來點讚?有多少訂閱戶?市傳小紅書的內部資料,小至 5000 以下粉絲的,稱為腳部博主;1 萬上下的,稱為腰部博主。5 萬上下粉絲的博主算是腰部,往上推還有胸部和頭部網紅博主。

## 網紅有抱團勢頭

不少熱門的網紅相當吸引廣告商注意,據聞,頭部網紅如易夢玲一篇小紅書或者抖音的博文價格達 50 萬元人民幣,易夢玲是時尚博主,平日分享她美貌如何打扮,她有多達 293.4 萬粉絲,在抖音更有多達 937.7 萬粉絲,在各大平台更有不少專門分析易夢玲怎樣化妝,在網絡熱搜程度媲美不少當紅女星。

記者發現在這兩年網紅數目暴漲,從幾千到上萬再到幾十萬的都有,而且還呈現出抱團形式,從最早的單槍匹馬到如今,有專門的帶貨群,香港本地的網紅帶貨也日趨成熟。雖然各大熱門平台的本港博主如雨後春筍,但有心不怕遲。在小紅書有 5.4 萬粉絲博主「tina 姐姐」表示,疫情之下,更多人居家辦

公,又或者不能出去旅行,從而更喜歡刷手機看線上內容。她認為香港現時市場空間還有很大,因為相對起步晚,市場尚未飽和。

綜合各網紅成功法則,離不開幾個層面:第一是垂直內容,即將某一個題材做深、做多、做好;其次,更新頻率要夠高,有足夠的黏貼性;最後是要有實質,甚至是攻略建議。



## 香港 5 大 YouTuber 網紅

排名	網紅	訂閱戶數目	性質
1	王樂婷 Emiwong	485 萬	健美
2	林芊妤 Coffe	156 萬	健美
3	點 CookGuide	103 萬	煮食
4	Jason	100 萬	旅遊
5	笑波子	91 萬	遊戲搞笑

截止 2021 年底數據

## 短視頻平台 從中國到熱爆全球

近年中國互聯網企業充滿活力,增長速度緊貼美國網企,雖然不少人批評中國網企多抄襲外國網企,但中國互聯網界亦有不少創新。近年短視頻熱潮在全球崛起,正是中國網企抖音原創,並大力推動的成果。從智能手機平台熱門下載的 APPS 統計可知,短視頻平台 APPS 甚受用戶歡迎。

專欄作家必勝坦言,受疫情影響他近期迷上看短視頻,他說:「宅在家避疫,好多時間花在看短視頻打發時間,世界上資訊太多了,根本看不完,短視頻勝在夠濃縮,無須花太多時間,即可以消化好多內容」,事實上,短視頻平台根據用戶看內容時間長短、有沒有點讚、有沒有訂閱來推算用戶的喜好,如某位用戶經常看阿拉斯加狗的內容,平台人工智能系統便提供多些阿拉斯加狗的內容給該用戶選擇,令用戶流連忘返沉迷也不自知。

由於抖音的威脅步步進迫,全球第一大視頻平台 YouTube 正籌備推出自家的短視頻 APPS YouTube Shorts,現在已在安卓系統推出,但其正式網站尚未上線,而 iOS 版的 YouTube Shorts 亦正趕製之中。

## 抖音最大對手是小紅書

抖音近年一度被美國政府追殺,更被迫出售部分美國業務股權,不過,抖音最大威脅卻來自內地,由於抖音尚未上市,而其對手快手(1024)去年已來港上市,雖然其股價已下跌了近一半,其市值仍達 2564 億元,另一對手小紅書估計亦快將上市。作家必勝三家內地短視頻平台都有觀看,他個人則較喜歡小紅書,因為其短片分類條理較分明,好過抖音,甚有潛力向海外市場發展,如果小紅書上市,必勝表示值得關注認購。

## 各大社交視頻平台比較

平台名稱	特色
YouTube	全球最大視頻網站
Facebook 臉書	綜合社交平台
Twitter 推特	以短文為主的社交平台
Instagram	以相片為主社交平台
嗶哩嗶哩	內地熱門視頻網站
抖音	全球熱門短視頻平台
快手	內地熱門短視頻平台
小紅書	內地熱門短視頻平台