

资本频繁入局 虚拟偶像能否回温

曾经一度火爆的虚拟偶像,在经过一段沉寂期后,又重新获得热度,不仅虚拟偶像厂牌RICH BOOM的成员Rainbow亮相选秀综艺《青春有你2》,同时Rainbow背后的全栈式服务商万像科技也在日前获得数百万美元天使轮融资,这让不少目光再度放在了虚拟偶像上。近年来,虚拟偶像这一舶来品已逐渐在国内落地开花,B站、快手、A站、虎牙等互联网公司也陆续入局,纷纷推出虚拟偶像,据北京商报记者不完全统计,如今已“出道”的虚拟偶像已超30个。随着数量逐渐增加,虚拟偶像如何拓展用户群,并更好地瞄准消费力也成为入局者需要重视的问题。



视频作品发表,到举办线下的演唱会等,也会衍生各式各样的周边以给粉丝应援,而自己近年来也一直都在争取参与洛天依的每一部新作以及每一场演出,大部分的消费会落在海报、手办等衍生品周边上,月均支出超过700元。

罗浩只是虚拟偶像众多粉丝中的一员,在以上粉丝眼中,虚拟偶像已经成为了其生活的一个重要部分,这也令业内人士认为,目前国内虚拟偶像领域仍在进一步拓展的进程中,尚有较大的商业发展空间。

技术压力仍存

经过了几年的发展与市场沉淀,如今虚拟偶像仍在不断尝试更多创新与跨界,甚至还加入到直播带货、担任解说员等领域。如4月18日虎牙直播平台打造的《虚拟云游记》节目,虚拟偶像国乐团主唱楚瓷便与真人互动讲解博物院;而在4月24日,A站虚拟偶像则连麦快手主播共同带货。

在钟倩看来,虚拟偶像的出现能够给予各行业新的活力,由于技术的进一步提高,演出观感能给予观众新的视听体验。此外,由于虚拟偶像不受年龄限制,不受外貌等外在因素影响的特殊性,让它成为了许多平台跨界合作的新选择,如时尚杂志《时尚芭莎》旗下电子刊《mini Bazaar》3月刊邀请了虚拟偶像歌手洛天依拍摄封面,此前化妆品SK-II启用亚洲首位虚拟模特IMMA拍摄广告大片等。

尽管虚拟偶像由于人设稳定,能够降低偶像人设崩塌的风险,但技术上的压力仍不可小觑。在4月21日晚,洛天依做客网红李佳琦直播间时,便出现唱歌展示环节中完全没有声音的技术事故而引起观众哗然。

“这类型的跨次元合作是为了实现更好的双赢,对于虚拟偶像来说,出圈是为了更好地拓展受众,进行商业化合作能够有利于变现,而对于合作方来说则是以此为噱头吸引年轻用户,从而刺激消费。”孟士衡表示,虚拟偶像的表现力受到技术因素限制,尽管看似运营压力小,但依旧需要背后的团队聚焦于偶像的打造,需要有人通过社交平台发表动态等其他方面将其人设进行维护才能在粉丝心中站稳脚跟。

北京商报记者 郑蕊 伍碧怡

超30个已出道

在近期播出的热门综艺《青春有你2》中,虚拟偶像Rainbow以“训练生学姐”的身份登上舞台,与真人选手共同进行表演。据了解,这是国内首档邀请虚拟偶像艺人参与录制的综艺节目。

据北京商报记者不完全统计,国内已经“出道”的虚拟偶像已超30个,而背后的操盘手不少均与二次元相关。以B站为例,该公司不仅本身便有“2233娘”,同时还投资了洛天依、彩虹社等虚拟偶像以及相关工作室,同时在B站的直播分区还增设了虚拟主播区,累计虚拟主播已超6000个。与此同时,A站被快手收购后,也将虚拟偶像作为布局新重点,在旗下的AC娘以虚拟

偶像身份“出道”的同时,还在去年12月上线虚拟偶像直播。

除了本身就立足于二次元社群的A站、B站外,其他拥有二次元用户较多的社区平台也开始关注虚拟偶像领域。今年3月,酷狗便推出“3D虚拟直播形象”这一玩法,而此前酷狗还曾推出以“唱见”为标签的虚拟偶像叶洛洛。而更早的时候,虎牙则推出梦能少女等虚拟偶像女团,能跟真人主播一样实时互动,并根据粉丝的要求唱歌、跳舞,即时回应粉丝的支持。

曾参与过虚拟偶像形象设计的程序员孟士衡表示,早在2001年,国内就有过虚拟偶像的尝试,随着日本虚拟偶像初音未来创造出巨大市场,国内也陆续诞生洛天依等受到大众热捧的虚拟偶像,多个成功案例的出现,再加上打造虚拟偶像的技术门

槛如AI、VR、全息等进一步降低,更多公司、大量资本对虚拟偶像的关注度也日益提升,并希望能打造出如初音未来一样的虚拟偶像品牌,以期拉近与用户的距离。

瞄准Z世代市场

资本对虚拟偶像领域的追逐,代表着背后的市场潜力,尤其是初音未来早已在日本创造超过100亿日元的经济价值,这一直观的数字更是佐证。

互联网行业分析师钟倩表示,年轻的新生代、二次元用户是虚拟偶像的主要受众群体,通过近年来的培养越发成熟,且Z世代已经成为消费市场中的重要力量,诸多资本在虚拟偶像上的布局正是瞄准Z世代市场。

究竟何为Z世代呢?公开资料显示,Z世代意指在1995-2009年间出生的人,又称网络世代、互联网世代,统指受到互联网、即时通讯、智能手机、平板电脑等科技产物影响很大的一代人。而据相关数据统计,Z世代总人数约为2.6亿,而二次元是Z世代中的圈层代表之一。2019年,我国二次元产业总产值估计约为2000亿元,到2020年将突破2200亿元。

随着受众基础的建立与培育,虚拟偶像在运营过程中也在不断延伸并扩展可涉及消费场景,除了周边还包括相关游戏、商业代言、直播等衍生产业,并激发粉丝较大的消费欲望。

作为虚拟偶像洛天依的四年粉丝,罗浩对北京商报记者表示,针对虚拟偶像的消费场景与真实偶像类似,从一开始的音

提升表演者权利保护 《视听表演北京条约》正式生效

北京商报讯(记者 卢扬 伍碧怡)4月28日,据国家版权局官方消息,新中国成立以来第一个在我国缔结、以我国城市命名的国际知识产权条约——《视听表演北京条约》(以下简称《北京条约》)于今日生效。公开资料显示,《北京条约》于2012年6月26日在北京缔结,是世界知识产权组织管理的一项旨在保护表演者权利的国际版权条约。根据条约生效条款,将在30个成员国批准、加入3个月后生效。今年1月28日,印度尼西亚成为该条约关键的第30名成员,这一备受瞩目的国际版权条约得以在4月28日生效。

据了解,《北京条约》的缔结和生效,将全面提升国际社会对表演者权利保护的水平和,从而充分保障视听表演者的权利,进一步激发其创造热情,丰富精神文化产品,推动视听产业健康发展、保护传统文化和民间文艺、促进文化多样性发展。世界知识产权组织总干事高锐先生高度赞扬《北京条约》,称其为国际知识产权保护的一个重要里程碑。

据悉,作为条约缔结地,中国政府在推动《北京条约》缔结和生效方面开展了富有成效的工作。2012年,由国家版权局和北

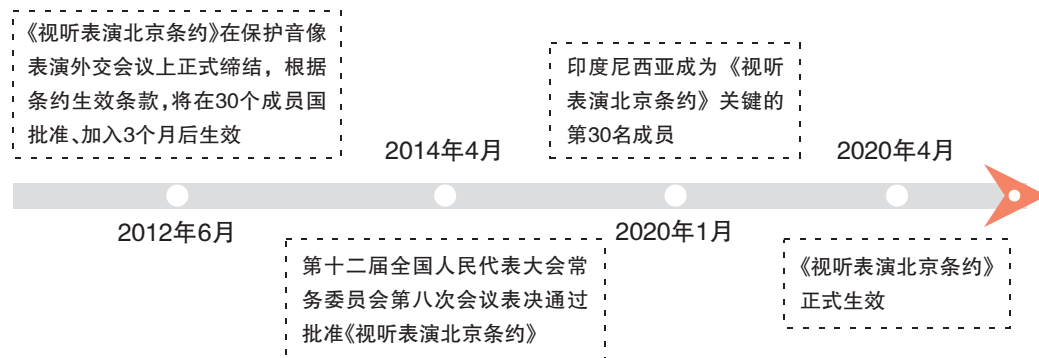
京市人民政府联合承办的世界知识产权组织保护音像表演外交会议在北京召开,中国政府积极协调,推动《北京条约》顺利缔结,得到世界知识产权组织及参会的156个成员国、6个政府间组织、45个非政府组织的高度赞赏,认为会议体现出的“理解、支持、包容、合作”的“北京精神”将持续推进国际知识产权合作与发展。

而在2014年4月24日,十二届全国人大常委会第八次会议批准了《北京条约》。多年来,中国与世界知识产权组织一直密切合作,通过多种方式和渠道宣传、推广

《北京条约》的重要意义,就国际层面加大表演者权利保护,促进电影、音乐等文化产业发展达成更多共识,越来越多的国家相继批准、加入了《北京条约》。

国家版权局方面认为,《北京条约》的生效,是惠及全球表演者的新起点,将进一步完善国际知识产权体系。国家版权局将继续与世界知识产权组织合作,积极推动更多的国家批准、加入《北京条约》,也将以《北京条约》的生效为契机,不断完善版权保护体系,推动包括视听表演在内的版权产业的高质量发展。

《视听表演北京条约》诞生历程



签订合作协议 国家京剧院推进中国戏剧小镇建设

北京商报讯(记者 卢扬 伍碧怡)据国家京剧院官方消息,国家京剧院日前已与大厂回族自治县人民政府、京投发展股份有限公司、北京弘毅盛开文化旅游开发有限公司通过线上会议签订四方合作协议,共同在大厂回族自治县筹建中国戏剧小镇。

公开资料显示,在2019年初,京投发展股份有限公司就在其官方网站上公示了《中国(大厂)戏剧小镇项目规划》。根据规划显示,戏剧小镇项目位于大厂县城南部、首都环线高速的北部,是大厂潮白河、大厂县城、香河北部新城的中间地带。

据了解,戏剧小镇项目将以戏曲艺术为核心概念,以推动戏曲艺术传承发展为目标,遵循文旅融合、易融则融、能融尽融的要求,以“产”兴“文”、多元发展路径,建成创新、演艺演出、博览创意、会展交流四大平台,预计2025年建成并投入运营。

戏剧小镇项目,是大厂充分发挥文化旅游对现代经济发展的融合拉动作用,精心谋划打造的多重功能融合、体制机制灵活、人文气息浓厚

的文旅项目,大厂将充分发挥区位优势,借力特色小镇建设,瞄准北京优秀戏剧人才和专业戏剧院校资源,依托县域丰厚的文化底蕴、广阔的群众基础等优势,利用大厂评剧歌舞团名片,建设京津冀地区首个中国戏剧小镇,项目建成后将进一步助力中国戏剧艺术的传承与创新。

该项目规划面积3平方公里,设戏剧文旅、生态颐养、亲子农旅三个功能片区。核心区1.24平方公里,规划建设国家京剧院国际交流中心、戏剧博物馆、大师工坊、新媒体中心、中国戏剧双创中心全国青年戏剧孵化中心和中国戏剧产学研示范基地等。目前,该项目已启动征迁安置工作。随着征迁工作的高效推进,戏剧小镇建设已按下“加速键”。

据国家京剧院院长、党委书记宋晨介绍,戏剧小镇是一个极具文化内涵和旅游特色的重大项目,将进一步助力中国戏剧艺术的传承与创新,期待项目早日建成,成为京津冀文旅融合的新名片。