

盈利模式单一 高造价难博高回报

虚拟偶像掘金路在何方

造价千万元难回本

虚拟偶像伴随着二次元文化的流行开始走进大众视野,日本虚拟偶像初音未来的成功也让国内上海禾念、咪咕、上海望乘等公司开始探索虚拟偶像领域。但据业内人士透露,虚拟偶像的前期投入达百万元甚至数千万元,不仅涉及硬成本,还有后期维护、推广等软成本。以国内虚拟歌手洛天依为例,2012年,国内上海禾念公司获Yamaha的Vocaloid技术授权,基于Vocaloid语音合成程序,采样真人声源,推出洛天依的声库,尽管受众可以依据洛天依的声库自行创作词曲,但官方创作的曲目必不可少,在歌曲制作上,一首歌的创作词曲、调校(利用软件合成电子音)、绘图、建模等需要花费大量时间和技术设备,投入资金达几十万元甚至上百万元。

之后随着公司推出更多的虚拟偶像,也需要更多的声库和曲目,这让虚拟偶像的前期投入逐步升高。而与传统经纪公司包装艺人一样,虚拟偶像也要经过形象的设计,如人物性格、爱好等。后续人设固然由粉丝参与建设,但虚拟偶像的初始形象、基本人设则是官方提供。随着虚拟偶像赢得市场关注度,后期推广颇为重要,由于国内虚拟偶像市场环境尚未成熟、受众规模较小,洛天依等虚拟偶像的商业价值影响力有限,如何回本并实现盈利成为虚拟偶像产业面临的难题。

目前,洛天依的商业价值已经初步体现,并与湖南卫视、时尚杂志、好莱坞、游戏公司达成合作。今年6月的Vsinger万人演唱会则是洛天依规模最大的商业演出。不过,对于正处在发展前期的企业而言,一场虚拟偶像演唱会的举办也是喜忧参半,演唱会作为平台对虚拟偶像品牌Vsinger影响力和知名度的推动有着重要意义,但演唱会造价也是一笔巨额开支,演唱会全凭3D全息投影技术,而洛天依、言和、乐正绫、乐正龙牙、墨清弦等Vsinger成员中,还有不少成员没有成熟的声库和曲目,这些也需要技术人员赶制,使得前期的设备、技术投入增加。据公开信息显示,目前Vsinger的投入已经超数千万元。

商业模式待开发

除了日本的虚拟歌手初音未来,目前国内较为知名的虚拟歌手还有洛天依和楚楚。基于二次元形象,洛天依和楚楚商业化开发也刚刚起步。2016年湖南卫视小年夜春晚舞台上,洛天依与歌星杨钰莹合唱歌曲《花儿纳吉》将二次元推向主流市场,不仅洛天依的知名度被提升,湖南卫视春晚的收视率也因此上涨。之后洛天依还开始为食品品牌三只松鼠演唱《好吃歌》、参与游戏代言等一系列商业活动。太合音乐集团也与洛天依版权方达成合作为洛天依量身打造歌曲,将其推向大众市场,今年6月的万人演唱会也在筹备中。

但受制于受众规模、经验不足等问题,目前洛天依等



二次元文化流行的当下,言和、乐正绫、洛天依等国内虚拟偶像走进大众视野的同时,也让虚拟偶像逐渐成为市场新热点,并收获了不少年轻群体的拥趸。今年6月虚拟歌手洛天依举办演唱会的消息一出,500张限量SVIP门票仅三分钟就售罄;日本CRYPTON FUTURE MEDIA也计划在2017年春天发售初音未来V4中文版声库,这使得2017年的二次元市场看点十足。不过,相比于国外虚拟偶像产业的成熟,国内虚拟偶像市场仍处于初期发展阶段,不仅受众规模相对较小,单一的盈利模式也难以填补数千万元的造价成本。在虚拟偶像市场环境尚未成熟的情况下,如何以多元化开发方式实现价值最大化是虚拟偶像掘金之路面临的难题。

虚拟偶像的商业变现模式仍然较为单一,除了少量商业代言和现场演唱会,并没有稳定的盈利模式。此外,相关演唱会的举办次数屈指可数,以虚拟偶像为核心的产业链开发也还在初期阶段。加上版权保护的缺失,洛天依等虚拟偶像的非正版周边、软件在国内购物网站横行,这也让虚拟偶像今后的推广和商业开发增加了难度。

北京大学文化产业研究院动漫游戏研究中心主任邓丽丽对此表示,互联网付费模式逐渐确立的当下,国内“85后”、“90后”、“00后”成为新一代消费群体,他们不仅具备一定的消费能力,消费意识也在不断增强,这让虚拟偶像有较大的发展空间。但由于目前国内虚拟偶像市场尚未成熟,商业开发模式也有待探索,这使得虚拟偶像未来的发展具有很大的不确定性。

获利需借道多元渠道

二次元市场在国内已颇具规模,不少资本也开始涌入。虚拟偶像作为时下热点,尽管产业规模不大,但也吸引了宋城演艺、奥飞娱乐等大资本的关注。之前宋城演艺就投资了虚拟偶像公司上海望乘,旗下六间房从2015年

开始打造的虚拟偶像女团And. II 也将于今年7月正式上线。不同于洛天依等虚拟偶像,And. II 是利用Live AR等技术将真人女团以二次元的形象呈现在屏幕和舞台。宋城演艺也会在漫画、歌曲、游戏、周边、商业代言、直播等方面对And. II 进行一系列产业链开发。

恒大音乐市场部总监王毅对此认为,现阶段而言,虚拟偶像的用户群体仍然较小,但这一群体在未来几年会成为虚拟偶像的主力消费群。而与真人偶像不同的是,虚拟偶像早期发展有固定渠道,目前也有很多养成模式的虚拟偶像组合出现,这为虚拟偶像的商业模式提供了很大的开发余地。

“虚拟偶像成为流行趋势有其必然性。作为一种创新产品,虚拟偶像的成功取决于自身优质的人设和歌曲创作。而在营销和推广过程中,准确定位受众群体,形成有效传播,以此扩大受众市场则是至关重要的。此外,就技术而言,虚拟偶像也可以与AR、VR技术相结合,发展线上线下演唱会,在游戏、漫画、周边等方面实现虚拟偶像的多元开发。”邓丽丽强调。

北京商报记者 卢扬 邓杏子

话剧《赵一曼》还原抗战英雄

3月13日、14日,由四川人艺与宜宾市委宣传部、宜宾县委宣传部共同打造,具有“巴蜀人文特质”系列剧目——话剧《赵一曼》将在北京首都剧场演出,之后,将进入北京大学和中国传媒大学等高校进行演出,传播赵一曼为了理想敢于牺牲、绝不向恶势力低头的大无畏革命精神。

赵一曼原名李坤泰,四川省宜宾县白花镇人。中国共产党党员,抗日民族英雄。赵一曼1935年担任东北抗日联军第三军二团政委,在与日寇的斗争中于1936年8月被捕就义。宜宾有“赵一曼纪念馆”,相关电影有《赵一曼》、《我的母亲赵一曼》等。2010年赵一曼被评为“100位为新中国成立做出突出贡献的英雄模范人物”之一。赵一曼的经历是中国人民在中国共产党领导下反抗侵略斗争的一个缩影。赵一曼精神是民族之魂,是对人民群众特别是对青少年进行爱国主义教育

的极好题材,具有强烈的时代性和现实意义。

话剧《赵一曼》截取了她从10岁至31岁牺牲前的若干生活与战斗的场景。话剧生动的故事情节以及演员精彩的表演再现了“铿锵玫瑰”赵一曼作为革命人、作为抗战女英雄、作为妻子、作为母亲等各种身份所经历的惊心动魄的事迹、生活、战斗的场景和心理活动,真实地还原了赵一曼从一个10岁大的活泼小女孩,成长为一名上进青年、成长为一名知识分子、成长为一名党员、成长为优秀的无产阶级革命战士、成长为抗日民族英雄的过程。

导演姬沛曾在公开采访时表示,主创通过对剧本多次的打磨和修改,在尊重史料的前提下,希望能多挖掘赵一曼灵魂深处的思想根源,尽最大的可能展现一个有血有肉的革命英雄形象。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏

评剧《母亲》开启优秀剧目展演大幕

2月27日,全国舞台艺术优秀剧目展演在中国评剧大剧院开幕,开幕演出剧目为中国评剧院有限责任公司创作的评剧《母亲》。本次展演汇聚了18台第十五届文华大奖获奖剧目和国家舞台艺术精品创作扶持工程重点扶持剧目,2月27日-3月31日,将在梅兰芳大剧院等北京九大剧场集中亮相,总计演出37场。这18台剧目题材广泛、主题意蕴丰厚、舞台呈现精彩、艺术表演精湛,体现了“中国梦”的时代主题,弘扬了社会主义核心价值观,是文艺工作者潜心创作取得的阶段性成果。

评剧《母亲》2016年4月入选2016年度国家舞台艺术精品创作扶持工程重点扶持剧目,也是2017年北京市剧院运营服务平台的开幕大戏,还荣获了第十五届文华大奖。该剧讲述了大脚母亲邓玉芬为抗击日本侵略者,牺牲丈夫、儿子6位亲人的故事。浓墨重彩地书写出万众

一心、保卫国家独立的英雄画卷,传递着百折不挠争取民族解放和实现民族伟大复兴的中国精神,以灵动多姿、虚实相间的精彩演出,彰显了中国戏曲的独立品格和艺术魅力。

据悉,本次展演实行低票价政策,100元以下的低票价占到总票数的50%,最高票价不超过380元,让更多老百姓走进剧场,充分发挥优秀作品的社会效益。展演还举行了“文化惠民10元观票”的抢票活动,每场演出拿出100张演出票参加惠民抢票活动,让观众以非常低廉优惠的价格欣赏优秀的艺术作品。第一轮抢票活动5台剧目11场演出共计1100张演出票,自2月23日中午上线以来,一天内已成功售出858张,占第一轮可抢票总数的70%。展演还将组织话剧《麻醉师》、芭蕾舞剧《八女投江》等剧目和知名艺术家,开展下基层、进校园等活动。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏