



摩登天空的 虚拟偶像 棋局”

恰逢摩登天空成立20周年之际，归属旗下的创意视觉厂牌Modern sky Vision Maker(以下简称“MVM”)日前首次发布了自有的两大IP“无限宇宙”和“I.M.O.”。自今年5月，以两个太空人为主体的形象在全年的草莓音乐节上频频露脸，那么此次进军二次元行业的“算盘”能否打准，这一步棋又将会为摩登天空带来何种益处？

成本倒逼 虚拟偶像“流产”

据悉，此次发布的 I.M.O.”是宇宙特别计划“星际别动队”的代号，共包括四个形象，其中两个以宇航员为蓝本设计的卡通形象已经多次出现在摩登天空的各个活动之上，而另两个形象“河豚”、“双头鹅”为首次亮相并发布了周边产品。

目前，4个形象周边定价在340-388元之间，MVM厂牌主理人李帅向北京商报记者透露：“其实从两年前我们就已经开始策划类似的项目了，但当时想做的是真正的虚拟偶像，当有了这个想法后，团队开始着手与日本的二次元资源进行连接，经过调研后发现，虚拟偶像的开发是一个成本极高的过程，从基础阶段的人设、原画、音乐制作、到最关键的核心技术层面，线下现场的完整呈现，都需要极大的资金和足够优秀的专业人才支撑”。

演出行业分析人士黎新宇表示，实际现阶段国内真正能被称为虚拟偶像的“人物”少之又少，与现象级虚拟偶像“初音未来”等差距甚远，一方面是因为技术壁垒还未打破，另一方面就是资金

成本过高；虚拟偶像是一个需要前期不断往里投入，但短期内看不到回报的事情，而虚拟偶像一直以来都未曾从风口走下，所以有些企业甚至会使用“唱双簧”的手段将其呈现在观众面前，但从根本意义上讲，不能将其称之为虚拟偶像”。

调转船头 以“草莓”为起点

“虚拟偶像是一个更立体、门槛更高的产物，所以当发现距离梦想还有一段距离的时候，我们决定一步一步来，先从虚拟形象做起”，李帅表示，未来 I.M.O.”将会以漫画、动画等形式作为载体，并且辅以实体周边呈现在消费者面前。

回顾此次作为“老朋友”进行发布两个太空人形象，首次露出实际是在2018年草莓音乐节北京站举办前夕。今年3月8日，随承载着草莓音乐节全年主题“ME”的H5宣传页面被MVM发布，一个以换装游戏作为核心的小程序，伴随着两个“太空人”首次出现在大众面前。数据显示，发布首月H5浏览量突破百万，在无投放活跃的10个月内该H5使用人次达410万人。

自草莓音乐节北京站开始，两个太空人的形象深入到了全年音乐节现场当中；很多人不明白草莓音乐节的场地里为什么要放一个太空人，但我们也一直藏着这个秘密，算是一个隐藏模式的预热吧，直到“12·14”的正式发布”。李帅如是说。

而谈及另一个IP“无限宇宙”第二季的发布，李帅也表达了落地前的一些难点：“创作无限宇宙第一季的时候我们更多是临时开脑洞，但今年提前做好了脚本，并且写了一个相对完整的故事篇章，事实上团队光脚本就写了30遍，并且海报和视觉上的精细度提高了10倍，所以第二季在创作的过程中实际工作量大了很多”。

盈利考问 二次元如何变现

随着二次元产业的发展和市场规模扩大，数据显示，目前二次元产业的核心用户已达8000万，泛二次元用户已经超过2亿。在业内人士看来，国内二次元行业居高不下的风口位置，导致了资本的集中涌入，但对比目前二次元市场在内容方面的制作却仍有欠缺。

“MVM今年依靠售卖周边产品、品

牌合作、IP授权的形式大概创造了比去年高数倍的收入，但我们想做的事情更多还是在于推动国内青年文化”，李帅强调，实际长达10个月的太空人虚拟形象预热露出的过程中，也是在调研目前的市场状态。

黎新宇表示，新兴事物崛起速度加快的同时，也意味着年轻市场将更加细分，以往可能将“80后”、“90后”作为划分的节点，但目前已经不得不将年轻人分为“90后”、“95后”等。随着未来青年文化的发展，市场将会愈发垂直，那么变现二字更多是靠内容支撑。但内容却要对应不同需求的年轻人，如果无法直击用户内心，那么将无从谈起变现。”

据了解，目前摩登天空MVM design label团队已经从最初的8人扩充至20人，此外团队外部资源协作库也具有几十人的规模。摩登天空CEO沈黎晖在此前接受媒体采访时表示：“二次元这一部分，我们2019年会给予很大的资源倾斜，建立在摩登的基础上去连接，让它跟草莓音乐节、线下店和未来的文旅项目结合。是一个跨领域的起点，不是周边，而是一个新的高度”。

北京商报记者 卢扬 穆慕

《弗拉明戈无疆界》碰撞力量与激情

北京商报讯（记者 卢扬 穆慕）2018年12月31日-2019年1月2日，享誉世界的弗拉明戈舞蹈团——帕科·佩纳弗拉明戈舞蹈团将携扛鼎力作《弗拉明戈无疆界》在京城内诠释力量与激情的碰撞。

据了解，弗拉明戈发源于吉卜赛文明，具有激情与力量并存，欢快与忧伤同在的特质，除了繁复的舞步、飞扬的裙角，舞蹈中的歌唱与乐器伴奏同样也是弗拉明戈的精髓，故而形成了舞蹈、歌唱、吉他演奏“三位一体”的艺术表现形式。

而帕科·佩纳正是将这一艺术形式发挥到极致，1981年帕科·佩纳建立了与自己同名的弗拉明戈舞蹈团，秉承着古典派的衣钵，帕科·佩纳将吉他沉吟式的演奏、歌者动人



的吟唱、舞者激情的舞步有机地融合在一起，将弗拉明戈推向艺术高点，成为全世界观众都喜爱尊崇的多元化舞台艺术。此次，将在元旦期间上演的《弗拉明戈无疆界》是舞团的经典代表作。

所谓“无疆界”，正是代表了帕科·佩纳大师对弗拉明戈艺术的态

度，如此前媒体评论报道所说：“帕科·佩纳的表演是把一些志同道合的艺术家聚集在一起，让他们的艺术火焰碰撞燃烧。而这给观众所创造的体验无疑每一次都是新鲜的，唯一没有动摇的是对弗拉明戈生命力的提升，以及对艺术价值的坚定信念。”

新编《恋爱的犀牛》 分享“爱情圣经”

北京商报讯（记者 卢扬 穆慕）由廖一梅编剧、孟京辉导演的经典作品《恋爱的犀牛》自1999年首演至今，将近20年时间已拥有9个版本，演出超2500场次，出访十几个国家，成为改写中国小剧场历史的“剧坛神话”。

而据了解，2019年版的《恋爱的犀牛》在孟京辉旗下最年轻生猛的黑猫剧团进行“基因”重组后，将以“黑猫”独一无二的风格，在元旦呈现给观众一个“DNA”不一样的《恋爱的犀牛》，为观众献上一份历久弥新的“爱情圣经”。

《恋爱的犀牛》1999年由先锋戏剧导演孟京辉执导搬上舞台，剧情主要是一个关于爱情的故事，编剧廖一梅曾在表达对该剧的几点想法中表示，剧中的主角马路是别人眼中的偏执狂，如他朋友所说过分夸大一个女人和另一个女人之间的差别，在人人都懂得明智选择的今天，算是人群中的犀牛实属异类。