

# 从演出到直播带货 谁在买单虚拟偶像

以虚拟人物为竞演对象的综艺节目《跨次元新星》刚刚收官,游戏《梦幻西游》电脑版则已开启了召唤兽女团的选拔活动,令虚拟偶像的市场热度骤然攀升。近年来,我国虚拟偶像的浪潮吸引着众多资本相继入局,艺人经纪公司、视频平台、游戏公司、综艺节目制作方,纷纷为虚拟偶像市场的发展添柴加火。然而,在虚拟偶像商业价值逐渐显现的同时,市场反馈也出现了口碑高低不一的分化,警示着火热的市场之下,理性规划仍是入局者不可忽视的领域。



## 各界资本频繁加码

在现实生活中没有实体的虚拟偶像,如今却成为各界资本频繁加码的对象。

一周之前,综艺节目《跨次元新星》将总决赛正式搬到线上,经过激烈的比拼,选手留歌夺得总冠军,另外两位选手PAPA和十火则分别夺得亚军和季军,三人共同签约爱奇艺。然而,与常规选秀节目有所不同的是,《跨次元新星》里的选手并非现实生活中的真实人物,而均为虚拟偶像。

这并不是虚拟偶像首次进入综艺节目,今年夏天开播的综艺《青春有你2》中,虚拟偶像Rainbow便以“训练生学姐”的

身份登上舞台,此外《华彩少年》中的参赛选手也出现了一位虚拟偶像。

正当虚拟偶像在综艺节目市场中广泛涉足之时,更多领域也出现了虚拟偶像的身影,并吸引着资本的关注。公开资料显示,今年4月,网上流传出一份“字节跳动虚拟偶像女团演员招募问卷”的报名页面,并有消息称字节跳动正在计划虚拟偶像项目;而在今年9月,虚拟偶像企业万像科技宣布完成了由毅达资本领投的数千万元Pre-A轮融资,计划将融资主要用于技术研发、No problem厂牌的深耕运作、团队

建设等方面;此外在今年11月,乐华娱乐则高调宣布入局虚拟偶像,并在B站上发布了旗下虚拟偶像女团A-SOUL的宣传PV。在互联网行业分析师钟倩看来,虚拟偶像之所以受到多个领域资本的关注,与该类产品的受众对象主要为年轻用户及二次元用户有关,且现阶段年轻人已经成为互联网的主要受众群体之一,同时也展现出更大的消费力。

据爱奇艺全国创意策划中心发布的《虚拟偶像观察报告》显示,我国95后的群体规模已接近2.5亿人,占整体网民的52%,成为我国互联网的中坚力量;95后“至05后”的二次元用户渗透率则达到了64%,预计到2020年,Z世代年轻人将占有所有消费者的40%。资本为了提前规划业务布局,需要考虑到年轻人的喜好,此时虚拟偶像便进入资本的视野。”钟倩如是说。

据爱奇艺全国创意策划中心发布的《虚拟偶像观察报告》显示,截至2019年,我国已有4.9亿人对ACG(动画、漫画和游戏)感兴趣,且全国有3.9亿人正在关注虚拟偶像,或者正在关注虚拟偶像的路上。同时,我国二次元圈层人数仍在逐年扩大,这也为虚拟偶像扩大受众规模增加了发展潜力。

与此同时,虚拟偶像也在尝试更多商业化模式,以当下如日中天的直播带货为例,便也出现了虚拟偶像的身影。其中,洛天依在淘宝直播室中进行了博士伦、美的、欧舒丹等品牌的跨界带货,据公开数据显示,直播的实时在线观看人数峰值高达270万人,且有近200万人参与了互动打赏。

## 市场反馈分化渐显

不可否认的是,虚拟偶像之所以能够掀起浪潮,离不开技术层面提升所带来的重要推力,尤其是3D建模技术、声库技术、全息成像技术等,是虚拟偶像市场实现进一步发展必不可少的要素。与此同时,虚拟偶像也逐渐展现出更大的商业价值。

在演出行业分析师黎新宇看来,虚拟偶像之所以受欢迎,也与其是依据人们的喜好打造而成有关,无论是外形还是性格、声音等,均能满足部分受众的需求,且虚拟偶像不会出现绯闻、负面新闻等情况,因此也不会因人设崩塌而令商业价值受损。

然而,在洛天依、叶修等虚拟偶像展现出较强的市场影响力和吸金力的同时,也有部分虚拟偶像过得并非一帆风顺。曾有投资领域从业者在接受媒体采访时表示,“虚拟偶像相对还是偏小众,市场并不成熟,并且二八分化严重,只有头部的角色能够盈利”。除此以外,虚拟偶像女团A-SOUL在正式出道后,也在网络用户

间引起争议,并未能完全让受众买单。

对此,黎新宇认为,正如现实生活中的艺人不会各个均能达成走红的梦想,虚拟偶像也会面临同样的市场环境,毕竟人们的喜好存在不同之处,虚拟偶像的设置能否与人们的喜好相匹配需要经历市场的检验。

## 理性筹划规避盲从

《虚拟偶像观察报告》显示,截至2019年,我国已有4.9亿人对ACG(动画、漫画和游戏)感兴趣,且全国有3.9亿人正在关注虚拟偶像,或者正在关注虚拟偶像的路上。同时,我国二次元圈层人数仍在逐年扩大,这也为虚拟偶像扩大受众规模增加了发展潜力。

与此同时,虚拟偶像也在尝试更多商业化模式,以当下如日中天的直播带货为例,便也出现了虚拟偶像的身影。其中,洛天依在淘宝直播室中进行了博士伦、美的、欧舒丹等品牌的跨界带货,据公开数据显示,直播的实时在线观看人数峰值高达270万人,且有近200万人参与了互动打赏。

数字文创产业智库研究员李杰表示,虚拟偶像最开始只是停留在舞台上,进行演唱、舞蹈等表演,但现阶段,虚拟偶像已经走出舞台,出现在更多场景中,这种出圈也是为了更好地实现商业变现,同时合作方也需要借助虚拟偶像的流量来吸引用户,获得更高销量。

但虚拟偶像的市场反馈已经出现分化的情况,也在警示着各方能够理性布局,避免为了追逐热度而盲目加码:虚拟偶像的打造对于技术有较高的要求,若不具备专业的技术能力,就会如“五毛特效”一样被市场所抛弃,且保证技术的背后也意味着需要资金的支持。此外,虚拟偶像既然也需要吸引更多粉丝,掌握运营手段也是关键,需要入局者衡量自身的实际情况再进行谋划。”李杰如是说。

北京商报记者 郑蕊

## 名家名段轮番上演 第三届中国京剧之星展演传承经典

北京商报讯(记者 郑蕊)12月23日晚间,由中国京剧艺术基金会主办的“第三届中国京剧之星展演”正式开幕,包括北京京剧团国家一级演员常秋月、谭正岩、詹磊、张建峰在内的多位著名京剧艺术家,为京城戏迷接连奉上多场精彩演出,此次展演将持续到12月27日。

据悉,今年是徽班进京230周年、京剧成功入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录10周年,为推动京剧艺术传承发展,坚定文化自信,助力京剧院团对优秀京剧人才的培养提高,提升优秀京剧人才的社会影响力,本届中国京剧之星展演特别邀请到现阶段国内多位著名的京剧

表演艺术家,携经典唱段登台。

其中,12月24日由北京京剧团国家一级演员常秋月演出《杜十娘》《杜十娘》讲述了临安书生李干先入都春试,结识金陵名妓杜十娘。十娘久厌风尘,正拟寻觅佳偶从良,误以李可托终身,乃设法逃出妓院,与李干先相偕返里。途中,夜泊瓜州渡口,为富商孙富所见。孙久慕十娘姿色,又因与李干先旧识,乃密与商议,欲以银千两质换十娘。李利令智昏,欣然允之。翌晨迎娶,杜十娘出示所携之百宝箱。李干先悔之不及,孙富则手舞足蹈。十娘先投箱于水,立船上痛斥孙、李二人,继而投江自尽。

12月26日将由北京京剧团国家一级

级演员、谭门第七代传人谭正岩演出《定军山》《定军山》则讲述了张■兵败惧罪,又攻打葭萌关。老将黄忠、严颜向诸葛亮讨令拒敌,合力杀退张■;又乘胜攻占曹军屯粮之天荡山,杀死夏侯德。黄忠另引一军攻打曹军重镇定军山,定军山守将夏侯渊出战,各不相下;夏侯擒去牙将陈式,黄忠又擒住夏侯之侄夏侯尚,黄故意于走马换将之时,箭射渊脛,激怒夏侯渊来追,引至荒郊,用拖刀计斩渊。大获全胜,一战成功。

除此之外,12月27日,北京京剧团国家一级演员詹磊、张建峰还将先后献上《战马超》《碰碑》等经典剧目

图片来源:现场拍摄



## 《奋不顾身的爱情》再现话剧舞台上的爱情经典

北京商报讯(记者 郑蕊)12月23日晚间,经典舞台剧《奋不顾身的爱情》再次登上繁星戏剧村1039剧场的舞台。《奋不顾身的爱情》是繁星戏剧村导演黄彦卓广受好评的“人生冲动三部曲”之一,被很多观众用“一出喜泪如雨”来形容,剧中丰沛的情绪共鸣,被封为能召唤爱情信仰的经典之作。

《奋不顾身的爱情》讲述了一个发生在民国时期的关于理想和爱情的故事,男主角周爱国意外回到了奶奶徐淑珍的青年时代,一群向上的年轻人为了各自的梦想和爱情努力拼搏着。然而在那个动荡的年代,他们的爱情始终与国家的命运息息相关。当他们互诉心意定终身时,一场突如其来变故改变了众人的命运轨迹,四个人各自做出了怎样的抉择?他们的选择又会引出什么样令人唏嘘感叹的故事?

公开资料显示,该剧自首次登上话剧舞台以来,演出超2500场,80万观众观看,百度收录“奋不顾身的爱情”1330万条,微博话题阅读量1266万,网络剧评22834条,豆瓣评分7.6,3100人评论。2014年获得最具口碑影响力和票房号召力的剧目,连续四年霸踞大麦网小剧场话剧排行榜榜首,同时创下国内小剧场单轮演出192场最多场次纪录和连演7个月的最长驻演纪录,巡演逾百场,足迹遍布天津、重庆、广州、成都、西安、长春、青岛、宁波、温州、无锡、武汉、昆明等城市。

在观众看来,这不是一部单纯的爱情话剧,这是那个时代青年人的缩影,这里有奋不顾身的爱情,也有奋不顾身的理想。故事中涵盖的男女间纯粹的爱情、同学间真挚的友情、祖孙间感人的亲情以及战争背景下的家国情怀,都让人为之动容。尽管故事发生在民国时期,但这部剧中有青年人该有的模样,敢爱敢想敢行动,有情有爱有理想。

## 2021“我们的中国梦”文化进万家东方演艺集团走进通州区

北京商报讯(记者 胡晓钰)12月23日,2021“我们的中国梦”——文化进万家活动,东方演艺集团文化小分队走进通州区西集镇开展慰问演出。

据悉:“我们的中国梦”——文化进万家活动是从2014年起在全国范围内广泛开展的一项重点文化惠民活动,作为全市两个分会场之一,在做好疫情防控的前提下,东方演艺集团文艺小分队的文艺工作者在寒冬中用心演出,在通州区西集镇尹家河村为基层群众奉献了一场精彩的文化盛宴,将欢乐和文明送到群众家门口。

“没想到在家门口就能欣赏到如此好看的文艺节目,不仅让我重温了



经典曲目,还丰富了我的精神文化世界。”一名现场观众说道。演出过程中,维吾尔族舞蹈《盘子舞》、口笛独奏《苗岭的早晨》展现了各族群众良好的精

神风貌;器乐合奏《我的祖国》、女生独唱《我爱你中国》、男女生二重唱《幸福中国一起走》等爱国歌曲凝聚起基层群众团结进取、奋发图强的强大精

神力量。

在疫情防控常态化的情况下,为进一步适应新时代群众多样化、个性化的精神文化需求,呼应百姓期盼,城市副中心2021年“我们的中国梦”——文化进万家活动将由元旦春节期间集中开展扩展为全年常态化开展,依托新时代文明实践中心、所、站三级阵地开展线上+线下的惠民文化服务项目,围绕春节、元宵节、清明节等传统节日,组织开展富有时代气息、体现节日文化内涵、具有鲜明价值导向的品牌活动。活动现场还展示了多项通州区的特色非遗内容,包括风筝、剪纸、北京绢人等。

图片来源:官方微信公众号截图