



记者 孙远明

会变身的主播

傍晚7时,夜幕降临,当人们下班回到家后,许安一便开始准备他夜晚的直播。

许安一是吉光喵文化旗下的一名虚拟主播。在他的个人主页简介里,写的是“来自元宇宙中的话痨狐妖”,这是许安一的人物设定。许安一拥有着帅气的人类面貌、开朗阳光的性格、低沉磁性的嗓音、两只毛茸茸的耳朵和灵动的狐尾。

在直播间里,许安一有着许多真人主播无法完成的独特技能。他可以动耳朵摇尾巴,可以随时换古装、现代衣服,甚至画面一转,摇身一变成了奥特曼。一些直播时添加的效果,用在他虚拟的形象上,相比真人主播要更加贴切。靠着虚拟主播的绝活和神秘感,许安一直播仅仅两个月就收获了近30万粉丝。

在元宇宙里,许安一是一个完整的虚拟人,但是在现实中,他却只是一张“皮”。他的所有动作、话语、思想,都是来自“皮”后穿戴着动作捕捉设备的“中之人”。

许安一的“中之人”名叫“小许”。想要成为“中之人”,需要有颜值、声音好听、多才多艺,做过主持人、主播和配音的小许各方面都符合条件。许安一的虚拟形象是后方团队根据小许的个人形象以及直播风格量身定制的,从建模、人物设定到正式直播花了六七个月的时间。其间,小许需要不断地练习和磨合,熟练地操作直播设备,才能更好地呈现直播效果。

许安一每天直播2—3场,直播前小许需要花20分钟的时间做准备工作,包括穿戴动作捕捉设备。这个设备看起来像是一根根带子绑在他的身体各处,上面有光学标记,随着小许的动作表情,通过技术捕捉渲染后,许安一便“活”了。

最害怕被“开盒”

随着直播的火热,越来越多的粉丝开始好奇隐身在许安一“皮”下的真人,不断在直播间刷屏:“你究竟长什么模样?”不透露私人信息,是行业规定。当初面试完后,小许便签了一份保密协议,协议内容包含不能透露姓名、长相等任何个人信息。

对于虚拟主播来说,最害怕的便是“开盒”,也就是个人隐私被泄露。因为一旦信息被泄露,会导致脱粉、角色“塌房”等严重问题,几乎意味着直播生涯的终结。

顶流虚拟偶像团体A-SOUL近期的塌房,便和“开盒”有关。王伟是一个资深动漫迷,从A-SOUL出道后便迷上了虚拟偶像。每隔一段时间,网络上就会爆出有人扒到了A-SOUL“中之人”的信息。虽然明知这是一种行业内禁止的行为,但王伟还是忍不住去看。然而,看完虚拟偶像“中之人”的真容,了解了他们的故事后,王伟再看直播时,脑海里总会不自觉地跳出一张张照片。他尝试说服自己,“我追的是虚拟偶像,不是真人。”可是于事无补,最终,王伟取消了关注。

做虚拟主播的“中之人”,不仅要“隐身”,还得不断学习。随着元宇宙概念的火热,越来越多的虚拟主播涌入赛道,他们标准不一,有的是二维“纸片人”,有的建模粗糙、动作僵化,有的则和A-SOUL一样灵动,小许时常会感受到压力。直播两个月来,他渐渐习惯了没有线下社交的生活,空闲时间就去其他虚拟主播的直播间,学习些

“我不是工具,是灵魂”

虚拟人行业爆发,虚拟主播背后的“中之人”并不好干

“我知道粉丝喜欢的是我这个人,而不是单纯的‘皮’。”说这话的,是虚拟主播妙善公主的“中之人”。

“中之人”是谁?简单来说,是指操纵虚拟主播进行直播的人,也泛指任何提供声音来源的工作者,其最早说法来源于日语的“中の人”。

近日,顶流虚拟偶像团体A-SOUL“塌房”(出负面新闻),成员珈乐的“中之人”因薪资待遇等问题离开,而“珈乐”这一虚拟偶像形象将终止直播和日常活动。粉丝、“中之人”与资本之间的矛盾,将虚拟偶像这个二次元产物推上了热搜,也推进了大众的视野。



虚拟主播妙善公主“中之人”的直播工作台。

□延伸阅读

“中之人”将来会被“抹除”吗?

随着行业火热暴露出来的,还有关于虚拟偶像的法律问题。

“目前,我国陆续出台了虚拟主播监管方面的相关规定,而在虚拟主播权益方面尚未制定专门的法律法规。”山东隆涛建律律师事务所主任李富民律师接受记者采访时说,“但可以运用现有的法律解决虚拟主播产生的纠纷,其中涉及著作权法、劳动合同法、广告法等。比如,虚拟偶像背后的‘中之人’与运营公司建立了劳动合同关系,系运营公司的员工,双方如有劳动纠纷,协商不成的,该员工可申请劳动仲裁,对仲裁不服的,还可向法院起诉。”

虚拟偶像如果违反了法律,该如何裁定?对于这种情况,李富民告诉记者,没有真人参与的配

音、形象,而是通过技术处理的,其真人并未从事违法活动,而系运营公司具体实施的,应由运营公司承担法律责任;若是真人明知对方实施违法行为而默许、放任的,则承担相应法律责任。

相比真人偶像,技术至上的虚拟偶像确实更加可控,可以规避很多风险,但是,A-SOUL塌房事件的发生,让喊出“虚拟偶像永不塌房”的资本冷静下来,也更加明白了“中之人”的重要性。

不过,并非所有虚拟偶像都需要“中之人”。据吉光喵文化的负责人范世育介绍,目前,对于一些标准化输出的工作,就可以实现无“中之人”运行,比如新闻播报、手语播报、直播

带货等。以直播带货为例,虚拟主播会根据网友的问题回答出产品的性能、发货日期等等,达到24小时不停歇直播的状态,从而实现降本增效。“但这更像是虚拟偶像版的客服,不是真人,难以建立情感链接。”

技术最终会将“中之人”“抹除”吗?

“目前的技术还达不到完全脱离‘中之人’。”多位业内人士告诉记者。不过,随着虚拟偶像动作捕捉、语言处理等智能技术发展,不需要“中之人”的虚拟偶像也可能出现,但可能需要多年的时间。而且,虚拟偶像毕竟成不了真人,没有人类的情感,只靠技术驱动的虚拟偶像没有灵魂,用户也不会喜欢。

经验。在他直播工作台的电脑桌面上,已经积累了四五十份材料,里面包含音乐、粉丝提的问题等直播内容。

有时会问“我是谁?”

之前做露脸主播的“中之人”小飞,刚刚入行虚拟主播半年。在他看来,目前在大众平台上,虚拟主播还相对少见,网友对其还抱有新鲜感和神秘感,相比较真人直播,虚拟主播更容易出圈。“先吃螃蟹的不一定大火,但容易有惊喜抽到限量款盲盒。”小飞对自己的未来发展很乐观。

和小许、小飞等不同,“中之人”“油腻哥”是露脸的。

“油腻哥”是VR设备供应商STEPVR的一名员工,自从被虚拟

技术吸引后,便由真人主播转行到虚拟主播。“油腻哥”所在的公司经营全身动作捕捉设备,这也决定了他每天的直播内容:穿戴好动捕设备,在直播间里演示设备性能,并进行技术推广。

游走在虚拟和现实之间,扮演着虚拟角色,作为“中之人”的小许、妙善和“油腻哥”都与角色、粉丝产生着真实的情感连接。

小许将“中之人”当作一份类似演员的工作来对待,认真去演绎“许安一”这个虚拟角色。“油腻哥”则更是把虚拟形象当作工具:“我是它的灵魂,在工作中,它是一个展示我才华的方式。”而小飞看中的是虚拟主播在未来的红利。

“我觉得‘中之人’就是一个可以让虚拟形象活起来的中间人。”妙善说。她常常感觉自己是用了一

个很好看的虚拟形象在跟大家聊天,“要真正留住粉丝,靠的是真人,正应了那句:好看的皮囊千篇一律,有趣的灵魂万里挑一。”

但是,做“中之人”久了也会“入戏太深”,有时早上醒来会反应一下:“我是谁?”他们似乎被一分为二,一个在真实生活中,一个在虚拟空间里。

行业进入爆发期

至今,大众圈层对于虚拟偶像仍有些陌生,但它发展的时间却并不短。

2007年,虚拟歌手“初音未来”横空出世,之后,坐拥全球6亿粉丝和百亿日元身价。2020年,国内“虚拟偶像”也迅速崛起,虚拟人更新迭代。2021年,虚拟歌手“洛天依”

登上春节联欢晚会。

随着VR、AR等科技的不断发展,动作捕捉设备成本的降低,虚拟偶像已经成为元宇宙热潮里最热的一个方向,字节跳动、网易等公司都在发力布局虚拟人产业。数据显示,2020年6月至2021年6月,B站共有32412位新的虚拟主播开播。据天眼查数据显示,我国现有虚拟人相关企业28.8万余家,有近七成的虚拟人企业成立于1年之内,行业进入爆发期。从企业地区分布来看,广东、山东、江苏三省排名前三。

对于公司来说,投资虚拟偶像和真人网红有什么区别呢?

鲸禹文创的创始人廖启铭在接受记者采访时分析:“培养真人网红和虚拟偶像都会有投入,但真人网红具有偶然性,会有泡沫;虚拟偶像的本质是IP,有作品的虚拟偶像具备持续的IP价值,其中也内含各种科技,同时具备可以延展的权益。在许可状况下,我们当然会选择投入后者。”廖启铭还表示,虚拟偶像也能进入当下正热的网红经济领域,而且相较于真人网红会存在道德品格、年龄增长等潜在风险,虚拟偶像相对可控。

艾媒咨询分析师表示,随着二次元领域的主要受众群体“90后”“00后”逐渐拥有了自主消费能力,虚拟偶像在流量变现、内容变现等方面将会获得更好的支撑,具有非常强的忠诚度、号召力以及商业变现前景。

“中之人”选拔很严格

现在,虚拟偶像不仅以二次元世界的纸片人形象存在,还以三维立体姿态参与到演唱会、综艺节目、品牌代言、广告片拍摄、直播带货等现实世界中,展现出强大的吸金能力。艾媒咨询发布的《2022年中国虚拟人行业发展研究报告》显示,2021年,虚拟偶像带动的整体市场规模和核心市场规模分别为1074.9亿元和62.2亿元,预计2022年将分别达到1866.1亿元和120.8亿元。

这个行业仍在继续增长,但对于“中之人”来说,却并不好干。

据媒体报道,2021年,珈乐被称为收入排名第一的虚拟主播,仅2021年11月的进账就有214万元。但是,粉丝花138元充一个连续包月的“舰长”,在与B站五五分身后,珈乐的“中之人”只能分到6毛钱。有业内人士称,“中之人”只是虚拟偶像链条中的一环,从公司角度来看,他们的定位就是员工,几千元的月收入属于正常水平,相比真人网红主播,当然要低得多。

另一组公开数据显示,截至2021年8月18日,B站相对具有关注度的3472个虚拟主播中,1827人当月营收0元,无收入者超过半数。

STEPVR创始人、总裁郭成在接受采访时曾表示,每一个虚拟人背后都有一个“中之人”坐镇,也有类似经纪公司或MCN机构负责后台的内容、流量运营及IP打造,两者间需要就虚拟人变现收入(打赏、代言等)约定好收入分配规则。通常来说,前期“中之人”拿到的收入比较少,但一旦虚拟形象爆红后,“中之人”的分成比例会进一步提高,因为MCN也不愿意看到“中之人”走出而“塌房”的局面。

此外,“中之人”的选拔也十分严格。以日本知名虚拟主播事务所彩虹社为例,截至今年4月,“中之人”试镜申请者累计超过45000人,平均通过率为1%。

(应受访者要求,小许、妙善、小飞、王伟为化名)