

收益落差巨大,行业纠纷不断 谁在制造虚拟主播泡沫?



网络图片

最近,关于虚拟主播的新闻备受关注:海外虚拟主播VOX在中国的直播首秀,营收111万人民币。这让大家把目光聚焦到了虚拟主播产业上。这一产业究竟发展如何,当真是蓝海一片?在直播行业中屡见不鲜的内容创作者和公会、MCN之间的纠纷,是否会在虚拟主播行业发生?对此,记者联系上相关从业人员,与他们聊了聊虚拟主播那些事。

虚拟主播的人设很重要 音色则影响着他的名气

所谓虚拟主播,是指以虚拟形象在视频网站发布视频或直播的人,也因发源于日本,当前活跃的受众区域较为集中在亚洲地区。

5月的某个周末,府城大道西段某写字楼的办公室内,小新(化名)坐在两台电脑前,对着麦克风,用低沉且充满磁性的嗓音开始了他直播。面前的屏幕上是一个长发飘飘的年轻男子形象,名叫“乾乾仙君”。小新是一名大三学生,也是重度二次元爱好者。刚好他学的是播音主持,在朋友的推荐下,经过几轮面试,他最终成为了一名虚拟主播——严格意义上来讲,小新是一位“中之人”,而“乾乾仙君”则是他的“皮套”。

中之人和皮套,都是虚拟主播圈的术语。跟真人主播相比,虚拟主播从不以真人面目出现,而是精心为自己准备一个会动的形象,这个形象就是所谓的皮套。皮套大体上分为全三维拟真人、三维拟卡通形象、平面卡通形象。而负责给皮套提供声音、动作、表情的主播本人,则被称为中之人。

“乾乾仙君”的首次直播是在5月27日。“一定要有自己的人设。像VOX就是人设特别打动人,才会有那么多粉丝。”选中小新的虚拟厂牌VICUBE创始人之一非非这里提到的VOX,是前些日子刚在B站首播的一名虚拟主播。这位来自日本的英国人,是日本著名虚拟主播事务所彩虹社的一员。英国人就是他的人设:在直播中会用一口英式英语跟观众交流互动。尽管全程说着英文,他在国内首播当晚的付费率却达到了惊人的73.3%。也就是说,每10个进入直播间互动的用户,有超过7个为他花了钱。

“就像我们一直强调的,虚拟主播的人设很重要。VOX非常健谈,同时谈话内容和风格比较温和,不少网友评价他‘绅士’‘情商高’。”VICUBE另一创始人杨诗琦告诉记者,“其次是声音,音色是否动人,对虚拟主播人气的影响很大。在首次接触一位虚拟主播时,音色是否动听,是否有足够的辨识度极其关键。”她们选中小新,正因为他的嗓音足够动人。

敛财能力超乎寻常 收益贫富差距巨大

虚拟主播超乎寻常的敛财能力,的确让人有些意外。在国内,涉及虚拟主播的变现,B站2021年年报指出,用户可以购买应用内的虚拟礼物,并赠送给自己喜爱的主播来表达赞许和奖励。B站会就直播产生的虚拟物品销售收入和主播及公会进行分成,除此之外还有具备吸引力的奖励。

成都极光社科技联合创始人吕落伊告诉记者,“目前与公司合作的有160多位虚拟主播,在B站发布的百强榜单上,TOP100的主播有3位,Top30的有1位,每月收入区间在30—100万不等。”

在吕落伊看来,在这个行业二八效应比较明显。记者了解到,2022年2至4月这三个月,取B站每月Top30的90个样本,月营收分布在20—50万的人数最多,为64,占比71%;月营收达到100万以上的为3人,占比3.3%。据不完全统计,B站排名前120位的虚拟主播严重挤压其他主播的收入,其余主播的平均月营收仅占到月营收前120的虚拟主播的1%—5%。

“虚拟主播的灵魂” 却不能得到同等待遇

虚拟主播凭借巨大的吸金能力博得了越来越多的关注,另一方面,一些矛盾也逐渐凸显。争议的焦点,是中之人的低收入与皮套的高收益之间的巨大落差。

“我们与其他公司有些不同,没有给中之人开底薪,而是直接流水收入分成,签合同也会说得很清楚。业内普遍的中之人收入提成是一场直播的4.5%,我们是5%。在角色前期我们要投入很多资源,还有与工会签署协议时也会给我们一些帮助和扶持,让虚拟主播能很快变现得到收益。还有一点,我们不想给中之人一种‘打

两极分化现象颇为严重。

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。

据数据分析,今年4月在B站直播时长排名前5的主播中,有2人直播时长超过700小时,2人在600小时左右,1人在500小时左右,接近600小时。记者看到,排第一的“乌笔新月”,直播时长高达711.9小时,但他的收入只有6元,打赏只有3人;而直播时长581.2小时的“鹭仔想喝冰阔落”,收入为6.16万元,每小时营收约0.01元。出现这样的例外,大概率是中之人不在线,只是把皮套挂在直播间,没有表演和互动,自然就没有人关注、打赏。

记者了解到,中之人与真人主播薪资构成类似,都由底薪与打赏分成两部分构成。由于这个行业尚未形成统一规范,因此由企业自由决定采取计件制、时薪制或月薪制,因此不同企业间的底薪差距较大。

工’的感觉,而是我们一起来做这个事情。”VICUBE创始人坦言。

有业内人士告诉记者,尽管企业为虚拟主播提供了全方位的支持,但这并不意味着中之人能够享受到与虚拟主播同等的待遇。“即便粉丝认为中之人是‘虚拟主播的灵魂’,但中之人在企业内部并无特殊地位,甚至受到更加严格的劳动控制。”

据了解,很多公司的中之人在工作中产生的费用都得由自己承担,“房租、交通费占大头。其次,找声乐老师培训、买电脑设备和游戏卡……这些都烧钱。”中之人春野(化名)透露。

行业痛点需要解决 否则将是又一泡沫

无论如何,VOX就印证了虚拟主播行业是一片蓝海。此前,彩虹社的母公司ANYCOLOR表示,其向东京证券交易所提交的上市申请已被批准,预定于6月8日正式上市。

彩虹社的IPO,是否会成为虚拟偶像公司们的风向标?记者了解到,从2019年开始,同类型公司如雨后春笋般冒出,各个细分领域均有涉猎。像B站,就在虚拟主播这个板块发力。在娱乐领域,虚拟主播已成为B站直播增长最快的品类。

如今,更多的关注放在头部大厂资源上。但在虚拟主播行业中,占大多数的还是小公司。杨诗琦坦言,“虽然增长速度很快,但是虚拟

直播收入基数很小,放在直播业务总收益当中并不突出,所以行业规模挺小的。”而在吕落伊看来,从类别上泛泛而论,高强度输出和重复性内容较多的直播,主体可能会从真人转向虚拟。

但首先要解决短视频和直播行业中的问题,比如内容创作者和公会、MCN之间的纠纷,重复发生在了虚拟主播行业;其次,虚拟主播和虚拟偶像都产生于二次元浓度极高的文化圈层,如何破圈也是一大问题。在记者看来,解决了这两大痛点,虚拟主播行业才可能乘风破浪。否则或许又是一个虚拟经济泡沫。

(据《成都商报》)