

# 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 音色则影响着他的人气

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的直播。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V1CUBE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’。”V1CUBE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，签合同时也会说得很清楚。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。”V1CUBE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……这些都很烧钱。”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》)