

# 跨年演唱跨時代 《小城故事》新演繹

# AI再現天籟 今日君再來

麗影依舊

「小城故事多，充滿喜和樂……」2021年12月31日的江蘇衛視跨年演唱會上，伴隨着歌聲，身着藍色旗袍的「鄧麗君」身姿曼妙，用獨特的甜美天籟和內地歌手周深「跨時空」聯動，共同訴說《小城故事》。通過動作捕捉、虛擬現實、機器學習人工智慧(AI)等新技術「重現舞台」的鄧麗君真實得有如真人復生，而除了鄧麗君，今年內地跨年活動中，虛擬人嘉賓成為了各大視頻平台「破圈」收穫關注的「秘密武器」，各色虛擬與真人明星的共演，使得舞台上「虛擬」和「現實」的邊界愈發模糊，虛擬人和虛擬平台跨年成為了2022年的最新風潮。

大公報記者 曾萍



內地歌手周深與虛擬人「鄧麗君」同台演唱經典名曲《小城故事》。視頻截圖



當晚，虛擬人「鄧麗君」在江蘇衛視跨年晚會和周深跨時空「同台」合唱《小城故事》、《漫步人生路》、《大魚》三首歌曲。這是致力於布局視覺特效、虛擬人技術等科技產業的數字王國公司繼2013年首次運用虛擬人技術重現鄧麗君後，再次通過自主研發的高階虛擬人機器學習即時渲染系統融合視覺強化特效打造出的「升級版」鄧麗君形象，其外觀更近似真人，膚質、服裝材質等細節精良，並且通過提取鄧麗君聲源，實現全新歌曲《大魚》的演唱。

### 膚質髮質 栩栩如生

今年元旦跨年，各大視頻平台「使盡渾身解數」，虛擬人嘉賓成了受到熱捧的創意演藝形式：內地頂尖虛擬偶像團體VSinger家族與真人女團硬糖少女303同台表演歌舞；B站跨晚現場公布虛擬偶像女團「四禧丸子」首支1分鐘預告片；選秀節目《偶像練習生》出道歌手黃明昊和自己的虛擬人「Justin」共舞。而1月1日湖南衛視首播的全新綜藝《你好星期六》首次加入虛擬主持人「小漾」，她也成為國內首個常駐且人格化培養的虛擬主持人。

「和父母一起看跨年，一抬頭看到媽媽

眼圈紅了，現在的虛擬技術實在太強了！」「00後」松松本來是為了周深看的跨年演唱會，但是當看到膚質、髮質和服裝猶如真人的鄧麗君出現時，她和母親都忍不住落淚。「科技的力量以這樣的方式重現當年父母的偶像，兩個時代優秀的歌手跨時代合唱，也拉近了兩代人的距離。」松松回憶起鄧麗君和周深的表演，難掩激動。

### 元宇宙元年新風潮

2021年最後一周，一場虛擬跨年煙火秀火爆網路。2021年12月28日起，遊戲玩家們紛紛在Minecraft的「淘寶樂園」中參與闖關、解密、觀看國風舞蹈表演，並在跨年當晚欣賞到跨年煙花秀。網路上「虛擬世界跨年會成為趨勢嗎」的話題討論度一時飆升至300多萬，在虛擬世界跨年引發熱議。

新的一年已經到來了，但是全球依然籠罩在新冠肺炎疫情的陰影下，為此，在虛擬世界裏跨年成為了「元宇宙元年」之後的新風潮。



更多內容歡迎掃描二維碼，欣賞跨時空合唱鄧麗君名曲

### 2021年 內地人氣虛擬網紅



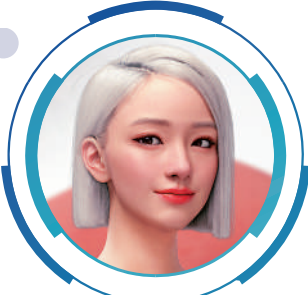
翎 Ling

中國首位超寫實虛擬KOL，微博59.6萬粉絲、小紅書1.3萬粉絲、抖音2.2萬粉絲。



阿喜 Angie

跨次元數字少女，微博2.6萬粉絲、小紅書3.3萬粉絲、抖音27.9萬粉絲。



AYAYI

內地首個MetaHuman（超寫實數字人），微博54.6萬粉絲、小紅書12萬粉絲、抖音8.9萬粉絲。



洛天依

內地第一位「虛擬歌姬」，代表作《普通Disco》，微博粉絲513萬，B站粉絲261.1萬。



柳夜熙

抖音虛擬美妝達人，自稱會捉妖，微博48.1萬粉絲、小紅書56.4萬粉絲、抖音824萬粉絲。

### 超六成「00後」願為虛擬偶像買單

#### 微妙火花

虛擬網紅、虛擬模特、虛擬歌手、虛擬主持越來越多的出現在現實生活中，隨着元宇宙的爆火，原本看似「不可思議」的虛擬人也逐漸走進人類生活，並和Z世代群體的社交和審美需求產生了微妙的火花。據胡斯卡爾文化Juzcar發布的《2021中國虛擬偶像消費市場調研報告》顯示，有62.31%的消費者有可能購買虛擬偶像代言的商品；還有9.78%的消費者肯定會為虛擬偶像代言買單。

為了精準切入年輕人市場，越來越多的虛擬人成為代言人：內地虛擬「歌姬」洛天依曾接到過百雀羚、肯德基、美年達、必勝客等各色品牌廣

告；內地現象級網絡小說《全職高手》中主角葉修，目前也已與包括伊利、QQ閱讀等多個內地大品牌簽約代言合作。

網絡時代改變了中國年輕消費者的生活方式。據調研顯示，有48.98%的消費者表示願意購買虛擬偶像代言的服裝、鞋帽、配飾、通勤包；37.3%的消費者願意購買虛擬偶像代言的快消產品；33.09%的消費者願意購買虛擬偶像相關的手辦、公仔、盲盒。此外，59.91%的年輕消費者表示，為虛擬偶像消費的單價在50元以下；同時，物美價廉的服裝配飾、茶飲速食、手辦盲盒，正是00後消費者日常消費支出佔比最高的商品類型。



▲此次跨年演出中由數字王國一手打造的虛擬人「鄧麗君」形象。圖為「鄧麗君」在演唱周深作品《大魚》。

### 鄧麗君舞台「復活」奧秘

#### 話你知

據了解，此次參與跨年晚會演出的虛擬鄧麗君由數字王國集團有限公司打造。製作方基於鄧麗君文教基金會資料，整合了全球領先的面部捕捉、動作捕捉及頂級特效技術，採用融合機器學習加持下的高階渲染系統「Mystique Live」，

完美復原鄧麗君的形象。服裝方面則參照鄧麗君過往曾經穿過的衣服和髮型，並和鄧麗君的兄長鄧長富先生溝通，結合當下時代潮流而設計。此外，製作方通過提取鄧麗君聲源進行專門的技術合成，使得「虛擬鄧麗君」得以在台上演唱了全新歌曲《大魚》。

### 擺脫小眾標籤 虛擬人市場規模上望2700億

#### 商機無限

2021年萬聖節，一位名叫「柳夜熙」的美妝博主在她的抖音賬號發布第一條視頻，她一頭柔順的黑長直髮，古風妝容格外獨特，形象與真人相差無幾。賦以「虛擬偶像」、「美妝」的話題標籤，柳夜熙上線3天漲粉230萬，首發視頻超過350萬點讚。如今的虛擬人物已不再是不溫不火的小眾圈層，而是逐漸發展成一種新興大眾文化。

越來越多的虛擬人開始「席捲」人類世界：「AI龔俊」、清華大學虛擬學生「華智冰」、湖南衛視數字主持人「小漾」等同樣吸睛無數。近期萬科首位虛擬員工崔筱昉獲「2021年萬科總部最佳新人獎」，有網友戲

稱，未來連在職場上競爭不過的對手都可能不是「人」。根據推算，全球平均每天誕生一個「虛擬人」，到2030年，僅內地「虛擬人」市場規模就將高達2700億元（人民幣，下同）。

近年來不少娛樂公司也開始培育虛擬偶像。2020年12月2日，樂華娛樂旗下虛擬偶像團體A-SOUL正式出道。「與真人偶像、真人KOL相比，虛擬人偶像擁有完美外形和身材，不僅可以隨時順應甚至引領時代審美，而且幾乎不會有什麼負面新聞。」「95後」涵涵是柳夜熙的粉絲，她表示，與其追崇會「人設崩塌」的現實偶像，自己現在更願意接受虛擬偶像。

### 「元宇宙」音樂節 數字「分身」熱舞

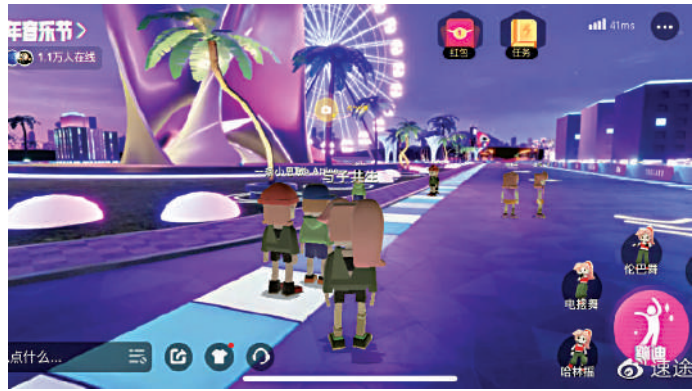
#### 沉浸體驗

創建一個虛擬形象，自己的數字「分身」便可在虛擬數字音樂世界「TMELAND」裏，沉浸式體驗一場跨年音樂節。2021年12月31日晚，騰訊音樂娛樂集團（TME）推出內地首個虛擬音樂嘉年華TMELAND，舉辦首屆「虛擬跨年音樂節」。中國先鋒電子音樂製作人Anti-General等音樂人、視覺藝術家在TMELAND用虛實交錯的演出，為在TMELAND裏的數十萬「數字分身」開啟了一個「超現實」數字時空，也完成了內地「音樂元宇宙IP」的首秀。

「在TMELAND蹦迪比自己在舞池裏跳

舞還激動！」「95後」可哥告訴記者，當天她不僅在虛擬世界裏熱舞，還去了虛擬世界裏的海濱觀光塔打卡拍照、乘坐熱氣球、飛艇環遊，到音樂博物館「溜達」。「TMELAND搭建了一個城市化賽博朋克風的虛擬世界，以電子音樂蹦迪現場為主體，通過虛擬分身的裝扮在場景中的交互沉浸感十足，我可太喜歡了！」

此次在TMELAND上舉辦的虛擬音樂節，設置還原了大型戶外音樂節的場地，並設置真人NPC志願者令參與者有更沉浸的體驗感，同時還兼具了元宇宙的各種玩法，為內地的元宇宙音樂市場帶來更多的可能性。



騰訊主辦的TMELAND虛擬跨年音樂節現場。網絡圖片



▲虛擬主持人「小漾」與內地知名主持人何炅（左）共同主持《你好星期六》。視頻截圖