

中国网络视听节目服务协会

会员通讯

(2017 年第 11 期总第 118 期)

中国网络视听节目服务协会编

2017 年 9 月 15 日

要闻

刘奇葆在全国电视剧工作座谈会上强调 推动电视剧事业持续繁荣发展

五部委联合下发关于支持电视剧繁荣发展若干政策通知

罗建辉在第九届中国网络视听产业论坛开幕式上作主旨演讲

协会资讯

协会将举办 2017 年第六期网络视听节目审核员培训班

会员资讯

腾讯视频开展“好时光一起燃”品牌季活动

优酷与公安部金盾影视文化中心将联合开发相关题材影视 IP

爱奇艺《中国有嘻哈》成全球“嘻哈音乐的中国脸谱”

CIBN 互联网电视核心技术在 BIRTV 获奖

淘梦影业联手传统影视 力推业内制作标准升级

汽车之家：打造全球首个“AR 网上车展”

行业资讯

北京：义工组队监督 举报不良互联网视听节目

Facebook 禁止散布假新闻的主页在其网站上投放广告

专题

浅析虚拟偶像

●要闻

刘奇葆在全国电视剧工作座谈会上强调 推动电视剧事业持续繁荣发展

9月7日，中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘奇葆出席全国电视剧工作座谈会并讲话，强调要深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略，坚定文化自信，坚持以人民为中心的创作导向，不断丰富思想内涵、增强艺术品质、提升制作水准，推动电视剧事业持续繁荣发展。

刘奇葆指出，当前我国电视剧事业正处于由大做强的关键时期。要把握正确导向，突出主流价值引领，聚焦现实题材创作，正确把握历史题材创作，不断提高电视剧的思想高度和精神境界。要聚力打造精品佳作，提高原创能力，抓好剧本创作等基础环节，培育更多高水平电视剧创作生产核心团队。要重视艺德培养，倡导“戏比天大”，引导广大电视剧工作者依靠优秀作品扎根立足。

刘奇葆强调，要建立健全科学合理、权威公正的电视剧评价体系，明确社会效益要求，发挥专业评论的引导作用。要规范引导播出平台，切实把好上线关口，实现电视剧和网络剧统一导向要求、统一行业标准，更好地弘扬主旋律、传播正能量。

五部委联合下发

关于支持电视剧繁荣发展若干政策通知

9月4日，国家新闻出版广电总局、发展改革委、财政部、商务部、人力资源和社会保障部等五部委日前联合下发了《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》，指导电视剧繁荣发展。

《通知》分为十四条，包括：加强电视剧创作规划；加强电视剧剧本扶持；建立和完善科学合理的电视剧投入、分配机制；完善电视剧播出结构；规范电视剧收视调查和管理；统筹电视剧、网络剧管理；支持优秀电视剧“走出去”；加强电视剧人才培养；保障电视剧从业人员社会保障权益；明确新的文艺群体职称评审渠道；加强电视剧宣传评介；完善支持电视剧发展的财政投入机制；引导规范社会资本支持电视剧繁荣发展；加强组织领导。

罗建辉在第九届中国网络视听产业论坛开幕式上

作主旨演讲

9月5日，第九届中国网络视听产业论坛开幕，国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司司长罗建辉作主旨演

讲，他表示，网络视听产业正迎来新的高点，大投入、大制作正在成为网络原创视听节目发展的新常态。主要体现在三个方面：一是规模更大；二是受众更多；三是上下游产业链关联度更加密切。

罗建辉认为，新的形势下，网络视听界广大机构和从业人员应当做到“五个更加”：要更加坚定地走中国特色网络视听发展道路；要更加自觉地履行社会责任；要更加严格地遵守相关法律法规；要更加切实地推进行业自律；要更加努力地打造网络视听文艺“高原”。

●协会资讯

协会将举办 2017 年第六期网络视听节目 审核员培训班

为加强网络视听节目审核队伍建设，强化网络视听节目内容审核，进一步完善网络视听节目服务行业自律机制，中国网络视听节目服务协会按照《通知》要求，将对全国各持证机构的网络视听节目审核员继续组织开展统一培训和考核。本期网络视听节目审核员培训班为 2017 年第六期，将于 2017 年 9 月 19 日至 22 日举办。

●会员资讯

腾讯视频开展“好时光一起燃”品牌季活动

为传播“燃”文化，打造腾讯视频积极向上的品牌形象，今年暑期，腾讯视频开展了“好时光一起燃”品牌季活动，活动内容包括推出《明日之子》、《逆袭之星途璀璨》等四大 IP 节目，在地铁 10 号线打造了“好时光列车”专列，在望京地铁站打造了二次元视觉车站，在线上联合年轻品牌发表“燃”宣言以及联合壹基金、“地球站公益创业工程”等共同发起“点亮地球一起燃”活动。该品牌季活动在全社会引起了广泛的关注和讨论，推动了主流文化的传播，对社会风气起到了良好的引导作用。

优酷与公安部金盾影视文化中心将联合开发

相关题材影视 IP

9 月 1 日，优酷与公安部金盾影视文化中心正式签订战略合作协议。根据协议，双方未来将利用互联网技术和网络视频平台，在公安题材影视内容制作发行，以及法治类节目的内容开发上，展开广泛深入合作。通过与金盾的战略合作，未来优酷出品的包括刑侦、经侦、缉毒、缉私、维和、反恐、消防、边防等多种涉案涉警题材的影视剧及相关节目，在策

划、剧本、评估、拍摄协助、审查等环节都能够得到公安权威部门的专业指导。此外，优酷还将与金盾共同开发有潜力的公安题材 IP，包括影视剧和法制栏目。

爱奇艺《中国有嘻哈》成全球“嘻哈音乐的中国脸谱”

《中国有嘻哈》是爱奇艺 2017 年投入巨资推出的青春活力、积极向上的“中国首档 Hip-Hop（嘻哈音乐）网络综艺节目”，它迅速聚合了 80、90、00 后年轻族群，传达中国嘻哈爱好者真挚的情感、鲜明的态度和有价值的思想，重塑和诠释中国本土嘻哈文化代表的拼搏奋斗、张扬个性、积极向上的价值内核。节目上线十一期总播放量突破 23.7 亿次，在流量、榜单成绩、媒体热度等各个维度均表现不错。中国国际电视台（中国环球电视网）CGTN 对《中国有嘻哈》进行了深度报道，充分肯定了该节目在推广嘻哈文化、展示中国嘻哈艺术魅力、打造中国嘻哈音乐盛事等方面做出的贡献。《中国有嘻哈》接到 UMF（全球最大规模的电子音乐节之一）的战略合作邀请，双方将于中国展开一场世界顶尖音乐派对。《中国有嘻哈》已然在全球嘻哈音乐界刮起中国风，成为“嘻哈音乐的中国脸谱”。

CIBN 互联网电视核心技术在 BIRTV 获奖

8月23日~26日，第二十六届北京国际广播电影电视展览会（BIRTV2017）在中国国际展览中心举行。作为中国国际广播电台“多媒体融合，全媒体发展”战略下的重要业务，CIBN互联网电视今年不仅在6号馆中国国际广播电台展位亮相，还获得了“BIRTV2017产品、技术及应用项目评选活动产品奖”。CIBN互联网电视总经理官玉国表示，这套端到端全案技术解决方案对于CIBN互联网电视这家互联网电视牌照运营商而言非常重要。只有拥有了自己的技术研发能力，才能真正做到可管可控，严格履行国家新闻出版广电总局赋予的使命与职责。

淘梦影业联手传统影视 力推业内制作标准升级

8月28日，由淘梦出品，芒果TV、英皇影业、陕西三砥、上海润之联合出品的网络电影《王牌霸王花》顺利杀青。《王牌霸王花》以香港回归20周年，中国建军90周年之际为时代背景，以霸王花与飞虎队首次合作，一起打击恐怖组织犯罪活动为主线，展现了当代警队训练有素，能肩负起国家合作，保护市民，维持治安等重任及巾帼不让须眉的气概。本片更是启用了院线制作班底，开启了大IP+金牌制作团队+传媒巨头的新网大模式。

汽车之家：打造全球首个“AR 网上车展”

2017年6月28日至7月3日期间，汽车之家举办了全球首个“AR 网上车展”，活动一经推出便受到了来自汽车界、科技圈乃至全社会的广泛关注。据统计，本次网上车展共有30个品牌近百款车型参展，线上直播累计观看1334.6万人次，线上AR展厅累计参观1080万人次，人均停滞时长4.81分钟。这是一场集合了“科技动感元素”与“互动沉浸体验”的“AR 网上车展”，无论从内容还是形式都实现了颠覆式创新。通过使用AR技术，用户可实现随时随地掌上观展。

●行业资讯

北京：义工组队监督 举报不良互联网视听节目

北京市新闻出版广电局与北京市慈善义工联合会启动互联网视听节目监督志愿服务行动，今后网络视听节目慈善义工社会监督员将对视频网站、直播平台 and 社交平台传播的视听节目进行监督，对不良视听节目进行举报。通过发挥北京市慈善义工积极参与网络社会治理的作用，形成有效的社会监督氛围，在推动网络社会治理、走好网上群众路线、消除网络安全隐患、保护未成年人合法权益，净化网络环境、

规范行业秩序等方面进行有益的探索和尝试。

据不完全统计，截至7月底，市新闻出版广电局和市属持证视听网站通过监看和自查，共清理下线政治有害视听节目15000余条，清理色情淫秽、血腥暴力和低俗视频123000余条，下线网络剧、网络电影103部，提交市文化执法总队查处违规视频网站20多家，关闭无证视频网站30多家，确保了网络视听行业有序发展。

Facebook 禁止散布假新闻的主页在其网站上投放广告

为解决假新闻问题，Facebook 又采取了一项新措施：该公司将禁止散布假新闻的主页在其网站上投放广告。今年早些时候，Facebook 开始标记假新闻，并加强对正统文章的推广力度。为了直接应对假新闻的挑战，Facebook 最近还开始在那些被标记为疑似假新闻的相关文章列表中发布“事实核查员”的内容，方便用户寻找与任何主题相关的不同文章。Facebook 已经禁止假新闻网站通过 Facebook 获取广告收入，并且屏蔽了指向假新闻的广告链接。

浅析虚拟偶像

2017年，腾讯视频推出了一档音乐偶像养成节目《明日之子》。与以往的选秀节目相比，《明日之子》最大的不同在于推出了一位名为荷兹的虚拟选手，这位虚拟选手以17岁男性的姿态出现，官方对其的设定是“爱好看番，吃各种美味的食物，唱着自己的音乐，一枚宅男喵……每天都要充电，没有电就不能开机了，想要成为一个爱着音乐的吃货”。在节目中，这位虚拟偶像与其他真人选手们进行同台竞技，从目前的结果来看，这位只存在于屏幕上的偶像已经打败了很多真人对手，在第11期节目中再次成功晋级。尽管让虚拟偶像与真人选手进行竞争的做法在观众中带来了一些争议，但荷兹的出现却将虚拟偶像带入公众的视野中。

从广义来看，虚拟偶像可泛指一切非真人的偶像，包括小说、动画片、游戏、图片中的人气角色等。随着电脑特效的发展，虚拟偶像外貌的仿真度不断提高。2015年，日本的一位3DCG（三维计算机图形）画师推出了一款名为Saya的虚拟少女形象。



日本 3DCG 虚拟少女 Saya

从静态图片来看，Saya 几乎达到了“以假乱真”的程度。Saya 这一形象一经推出就在日本某论坛上引起热议。一年后，Saya 的动态形象以视频为媒介推出，视频中的 Saya 做出噘嘴、皱眉等面部运动，其面部肌肉与皮肤呈现出与真人十分相似的效果，例如在 Saya 皱眉的时候可以看到明显的抬头纹，而近距离看 Saya 的脸也可以清楚地看到皮肤毛孔。Saya 的出现大大缩短了虚拟偶像与真人在形象上的差异，而 Saya 所引起的热议也让我们看到未来市场上对于高仿真虚拟偶像的潜在需求。

尽管虚拟偶像类别较多，但由于篇幅的原因，无法深入分析每一类别的虚拟偶像的情况，因此本文以歌舞类虚拟偶像为例，重点介绍此类虚拟偶像的发展概况、潜在问题以及未来发展方向。

一、虚拟偶像的发展模式：初音未来与荷兹

谈到歌舞类的虚拟偶像，就不得不提到日本的 CRYPTON FUTURE MEDIA 公司在 2007 年推出的虚拟女歌手初音未来。



虚拟歌手初音未来

初音未来是以 Vocaloid 为声音基础的虚拟偶像。Vocaloid 是由日本 Yamaha 集团发行的基于歌声合成器技术的应用程序，该技术由剑持秀纪率领的研究小组开发，用户可以通过输入歌词和音符的方式让软件唱歌，并通过配合加载伴奏数据来完成整首音乐制作，在整个制作过程中无需任何新的歌手提供声音资料。该技术最初并未有商业目的，而 Yamaha 集团帮助其商业化并最终变为了产品“Vocaloid”。自 Vocaloid 第二代起，Yamaha 开始使用虚拟动漫形象的方式对其进行营销，于是就出现了初音未来等虚拟歌手形象。

可以说，初音未来的出现是基于 Vocaloid 产品的营销需求，事实表明这一营销策略十分成功。初音未来凭借其甜美的外形和完美的歌声打开市场，并以一首“甩葱歌”广为人知。不久，网上就出现了以初音未来为对象的大量同人音乐作品（UGC 音乐作品），随着 UGC 作品数量的增加和质量的提高，初音未来不断积累着人气。2010 年 3 月 9 日，世嘉公司举办了一场名为“初音未来日的感谢祭”的演唱会。在

这场演唱会上，初音未来通过全息投影技术，像真人歌手一样站在舞台上进行表演。从结果来看，这场演唱会产生了令人震撼的效果，2500张演唱会门票在瞬间被抢购一空，演唱日当晚更有超过3万名忠实拥簇者通过付费网络直播观看了整场演唱会。这场演唱会让初音未来成为了第一个使用全息投影技术举办演唱会的虚拟偶像，对于虚拟偶像的舞台表演具有开创性意义。如今，初音未来作为虚拟偶像在全球都有着巨大的影响力，并已经形成了一种亚文化现象。2009年9月，在纽约的内华达州黑石沙漠，一个装着三个初音未来模型的火箭发射升空。2009年11月，一个请愿于网络发起，请愿的内容是希望日本宇宙航空研究开发机构（JAXA）正在开发的金星探测器“破晓号”上搭载的配重铝盘上印上初音未来的形象，这个请愿最终被JAXA主工程师接纳，但条件是要收集一万枚签名。于是请愿发起者开放了一个网站，并将网站翻译成英文，俄文，中文和韩文以收集签名。2010年5月21日6点58分22秒，搭载了三个绘有初音未来图案配重盘的破晓号无人机于种子岛宇宙中心发射成功。

可以说，初音未来的诞生与成功源于开放性的先进成熟技术，偶像的外形只是为技术披上了一层迷人的“外套”，便于市场更好地接受。如果说初音未来走的是技术驱动的路线，那么《明日之子》中的荷兹走的则是形象先行的路线。首先，荷兹的首秀是《明日之子》这样一档偶像养成节目，

在节目中，荷兹通过歌舞表演不断积累人气、获得评委青睐从而得到晋级，在晋级的过程中又被更多人知晓。从这一点来看，荷兹的成长之路与选秀节目中其他真人类偶像基本相似。其次，到目前为止荷兹的声音来源技术并未被公开推广，尽管不能排除荷兹制作团队在日后会逐渐向市场开放其声音、形象技术的可能，但这与技术先行的初音未来的发展模式已经产生了根本性不同。最后一点不同在于，荷兹在推出之时官方就对其进行了性格设定，将其设定为 17 岁的爱猫、爱零食的阳光男生。而初音未来在推出的时候则缺少这种官方的性格设定，官方对其唯一的设定就是声音和外貌，初音未来的性格完全取决于每一个由她演唱、表演的音乐作品和视频作品。

从目前来看，两种不同的发展模式无高下之别，荷兹作为一个“新生儿”，未来是否能赶超已经具有十年发展历史的初音未来还是个未知数，但荷兹的出现为我们探索虚拟偶像领域提供了一个新方向。

二、虚拟偶像的完美之路

相比于真人偶像，虚拟偶像有着诸多优点，且这些优点是真人偶像难以超越的。

首先，虚拟偶像不会出现丑闻，也不会有任何缺陷，甚至不会变老。只要技术水平保持一致，出现在粉丝面前的虚拟偶像永远都是光鲜亮丽的，这是真人偶像所无法达到的。

其次，在表演方面，虚拟偶像的声音来自电子合成等技术，可以达到完美的音准、节奏，且中途不用换气。人类嗓音所无法达到的音域或高强度的节奏，虚拟偶像也可以“轻松”地唱出来。例如初音未来的成名曲“甩葱歌”的节奏很快，而初音未来从头至尾在不换气的情况下唱出来，这是真人无法做到的，这种超越真人的演唱技术通常令人印象深刻。

另外，在演唱会中，虚拟偶像可任意更换服装造型，甚至达到一秒变装的效果，一场演唱会中虚拟偶像可更换几十套不同服装，这也是真人偶像难以做到的。

第三点，在日常性维护方面，虚拟偶像不需要食宿、助理等额外开销。且虚拟偶像绝对“听从”管理，不会与创作团队产生矛盾，更不会出现“离家出走”，投奔别的团队的情况。

最后，也是令虚拟偶像获得巨大成功的一点是，虚拟偶像与粉丝的互动性更强。以初音未来为例，初音未来有相当一部分的作品都是其粉丝创作的UGC作品。粉丝在为初音未来创作作品的同时，也参与到了对偶像的塑造过程，每一首歌曲都让初音未来的形象更为丰满，更为接近他们理想中“初音未来”的状态，粉丝在这一过程中会体会到巨大的成就感。此外，虚拟偶像的粉丝还可以通过绘制偶像、制作购买偶像周边等形式参与到偶像的培育中，这种深度参与可以

形成粉丝对虚拟偶像的高黏性，这种高黏性是建立粉丝经济的重要基础，会给虚拟偶像带来商业变现的可能。

三、完美背后的隐忧

尽管虚拟偶像有着诸多胜于真人偶像的优势，但虚拟偶像也并不是一贯完美的，在其背后也有一些问题存在。

从根本来说，虚拟偶像的存在完全仰赖于声音、形象等技术，可以说如果没有 Vocaloid 技术，就不会有初音未来的存在。因此虚拟偶像在技术上的些微瑕疵和落后就像真人偶像的“衰老”一样，会对其产生不良影响。

由于虚拟偶像只能存在于作品中，因此对于作品的数量和质量提出很高要求。尽管荷兹在性格上有明确的官方设定，但相比于初音未来，荷兹出场时间尚短，作品只有几首风格各异的歌曲，如果荷兹要对初音未来进行人气上的赶超，日后就需要通过大量优质的音乐作品来让其性格得到固化、沉淀，从而让受众对其形成鲜明的印象。

还有一点，就是虚拟偶像相比于真人偶像更容易出现同质化倾向。当声音、影像技术达到一定水平后，打造一个虚拟偶像所花费的成本会低于训练真人偶像，因此也更容易出现为了迎合市场在短时间内批量生产虚拟偶像的情况。这些批量生产的虚拟偶像会因为缺少作品积淀而无法形成高辨识度 and 人气，有的在昙花一现后迅速被大众遗忘，有的则在诞生之时就淹没在虚拟偶像的“海洋”中。CRYPTON FUTURE

MEDIA 公司在 2007 年推出初音未来后，在 2007 年、2008 年和 2009 年又基于同样的声音技术分别推出了镜音双子（镜音铃、镜音连）和巡音流歌三位虚拟偶像，尽管这三位虚拟偶像具有独特的声音质感，但他们在大众中的人气还是比不上初音未来。

四、虚拟偶像的未来

从人们对荷兹的争议来看，当下市场还不能完全接受虚拟偶像与真人同台竞技的情况，但初音未来曾经的辉煌又让人对虚拟偶像的发展前景充满期待。

随着虚拟偶像的市场被打开，虚拟偶像数量的不断增加，行业会逐渐形成虚拟偶像的培养机制，并出现专门打造虚拟偶像的团队、公司，这些公司将以知名的虚拟偶像为 IP，在泛娱乐层面上对其进行延展，衍生出动画、漫画、游戏、真人表演、演唱会、综艺等各种形式，这些形式在不断丰富虚拟偶像性格的同时还会为其打开更多市场空间。

伴随着培养机制的形成，虚拟偶像在外形、性格等属性的设定上会更加趋于细分，以迎合不同观众群的审美口味。某些虚拟偶像甚至会以类似真人偶像组合的形式出现，组合中的每个虚拟偶像在性格、外貌上的差异或可互补、或可产生碰撞，这种互补和碰撞都为其在不同作品中的发展提供更多空间。每个虚拟偶像都会吸引特定的一部分粉丝，当这些偶像形成组合的时候，彼此就可以做到粉丝流量的互补。其

实，日本已经推出了如 LoveLive 这样的成熟的虚拟偶像组合。



LoveLive 虚拟偶像组合

《LoveLive! Schoolidolproject》是由日本动画公司 SUNRISE、唱片公司 Lantis、以及月刊杂志《电击 G's magazine》在 2010 年共同合作推出的读者参与型混合媒体校园偶像企划，企划包括音乐作品、电视和广播节目、书籍、漫画、动画、游戏、周边等。LoveLive 是由 9 名虚拟女子偶像组成的歌舞团体，9 人在外貌、性格上各有特色，每个人都有自己的粉丝群体。该虚拟偶像团体在日本获得了巨大的商业成功，从 2010 年到 2016 年共发行歌曲专辑 40 多部，还参加了多场活动，其中包括代表日本最高水准的歌唱晚会 NHK 红白歌会。而目前，中国市场上还尚未出现具有如此影响力的虚拟偶像组合，国内的虚拟偶像组合市场尚待发掘。

最后，由于虚拟偶像是高科技的产物，其未来的发展也离不开技术的进步。如今的虚拟偶像仍旧只是对真人进行外貌、声音的模仿，就算是高度模拟真人的虚拟偶像 Saya 也只是做到在外貌上与真人无二，但其行为、语言能力、思考方式却不具有人工智能的特性。目前的人工智能技术虽然在

诸多领域已经取得了巨大进展，但在进行语言、情感交流方面，还尚且停留在起步阶段。相信在未来，人工智能的发展会让人与机器，甚至人与程序间的沟通交流变得更加自然。当具有人类思维方式的人工智能与虚拟偶像结合后，虚拟偶像将令娱乐行业产生巨大改变。传统偶像的概念将被颠覆，偶像与粉丝间的距离将会被极大地缩短，偶像甚至会参与到每个粉丝的日常生活中，在与粉丝的互动过程中通过不断收集粉丝的信息数据，为粉丝提供更个性化的娱乐方式，最后成为个人专属偶像。

但我们也要看到，虚拟偶像的发展道路依旧很漫长，荷兹在《明日之子》中虽然表现不凡，但这仅仅是个开始。如何让虚拟偶像通过音乐作品、动漫作品变得更加鲜活，如何让更多粉丝深度参与到虚拟偶像的培养过程中，并在培养中收获爱与正能量，让粉丝与虚拟偶像一同成长，这不只是荷兹背后的团队需要考虑的问题，同时也是国内虚拟偶像行业需要面对的问题。

(责任编辑：余力、何紫薇)

报：总局领导

送：总局相关司局

发：各会员单位