音AI而声

科大讯飞AI虚拟歌手LUYA

品牌名称：科大讯飞

所属行业：IT及信息服务类

执行时间：2022年8月-2023年1月

参选类别：元宇宙营销类—虚拟形象

品牌传播及营销背景介绍

元宇宙概念兴起 虚拟偶像时代到来

伴随元宇宙概念的兴起，虚拟偶像迎来了全面的爆发，虚拟人在不同场景中可扮演多重身份、角色以及跨越传统媒介束缚，在元宇宙平台中崭露头角。

讯飞音乐亟待推出首位AI虚拟歌手

通过AI+音乐的具象化呈现占领用户心智

AI+音乐成为AI技术应用落地的重要领域

作为亚太区领先的人工智能公司，科大讯飞拥有多领域的AI能力，2019年官宣进入音乐赛道。依托于深厚的技术积累， AI+音乐已经成为AI技术应用落地的重要领域。

行业发展背景

虚拟数字人产业的发展涉及众多技术领域，涵盖AI技术、实时渲染技术、3D建模技术以及动作捕捉技术等。目前AI技术正处于2和向3阶段，通过降低服务成本产生价值，虚拟人还局限在日常的应用维度。

第一阶段	第二阶段（现阶段）	第三阶段
平面化	拟人化	实体化
封闭性	开放性	开放性
无互动	低互动	高互动
无情感连接	低情感连接	高情感连接
游戏中低配NPC 无想法与情感	智能客服、主播 可持续思考与学习	《失控玩家》NP 有自我意识及情感

虚拟形象

技术要求低，只需要手机摄像头导入模型即可，社交性一般，通过物品获得营收。
例如：早期的QQ秀。

虚拟人

技术要求中等，要求RGB摄像头动作捕捉3D或者LIVE2D模型，通过娱乐直播和电商带货实现互动与营收。
例如：主播、直播、客服。

虚拟偶像

当前所处阶段

3D高精度建模与动作捕捉实时人物建模，从事音乐、直播、虚拟剧等专业生产内容，催生粉丝经济。
例如：专业完善的偶像运营。

面临的营销困境及挑战

涉及虚拟人的四类公司，和讯飞形成直接竞争关系的主要是传统转型影视公司和AI公司，传统影视公司和平台型公司主要还是在自有领域以及自身服务上做虚拟人的建设。

营销挑战

1 传统影视公司

主做影视动漫，制作精良

- 原力
- 追光动画
- 杭州玄机科技

2 传统转型影视公司

实力型公司，寻求业务突破点

- 魔珐
- 相芯
- 创幻

3 AI公司

业务发展，打包更多服务

- 百度
- 阿里
- 腾讯（搜狗）

4 平台型公司

主要做平台，虚拟人服务于自有平台

- Bilibili
- acfun
- 字节跳动

面临的营销困境及挑战

洛天依

初音未来

星瞳

A-soul

…

越来越多的虚拟偶像已经“出道” 大众对虚拟偶像业务能力的要求也水涨船高

讯飞AI虚拟歌手该如何寻求差异化？获取更广泛的受众群体？

营销传播所要实现的预期整体和阶段目标

打造自有虚拟偶像IP 构建行业品牌标杆案例
夯实在元宇宙领域虚拟人方向的市场地位

打造并发布虚拟偶像IP，结合大事件营销吸引广泛关注、形成传播破圈、建立行业标杆，占据元宇宙虚拟人领域虚拟偶像垂类心智

发布期

完成IP账号矩阵搭建，产出代表性作品、获得音乐重点音乐平台关注及推荐

破圈期

通过整合营销手段构建破圈传播事件，形成全网热搜、吸引广泛关注

成熟期

持续沉淀粉丝、产出高质量原创内容，占据虚拟偶像行业及用户心智

AI虚拟歌手Luya IP营销策略

独特音色+成长型 打造强标识

实力歌姬

- 3D形象构建
- AI音库定制
- X-vocal音色优化

创意亮点
虚拟人+藏品营销

破圈营销

- 藏品营销
- 跨界合作
- 直播营销
- 卫视合作

偶像养成

- 独立人设
- 校园入驻
- 发布单曲

3D形象构建,塑造出众外形

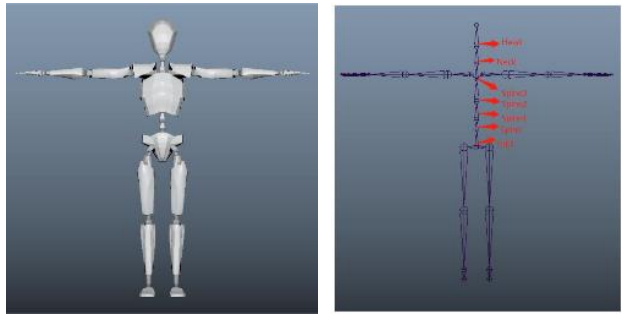
3D虚拟人生成流程，构建完整可用的虚拟人形象

模型建模

人物模型

原画设计

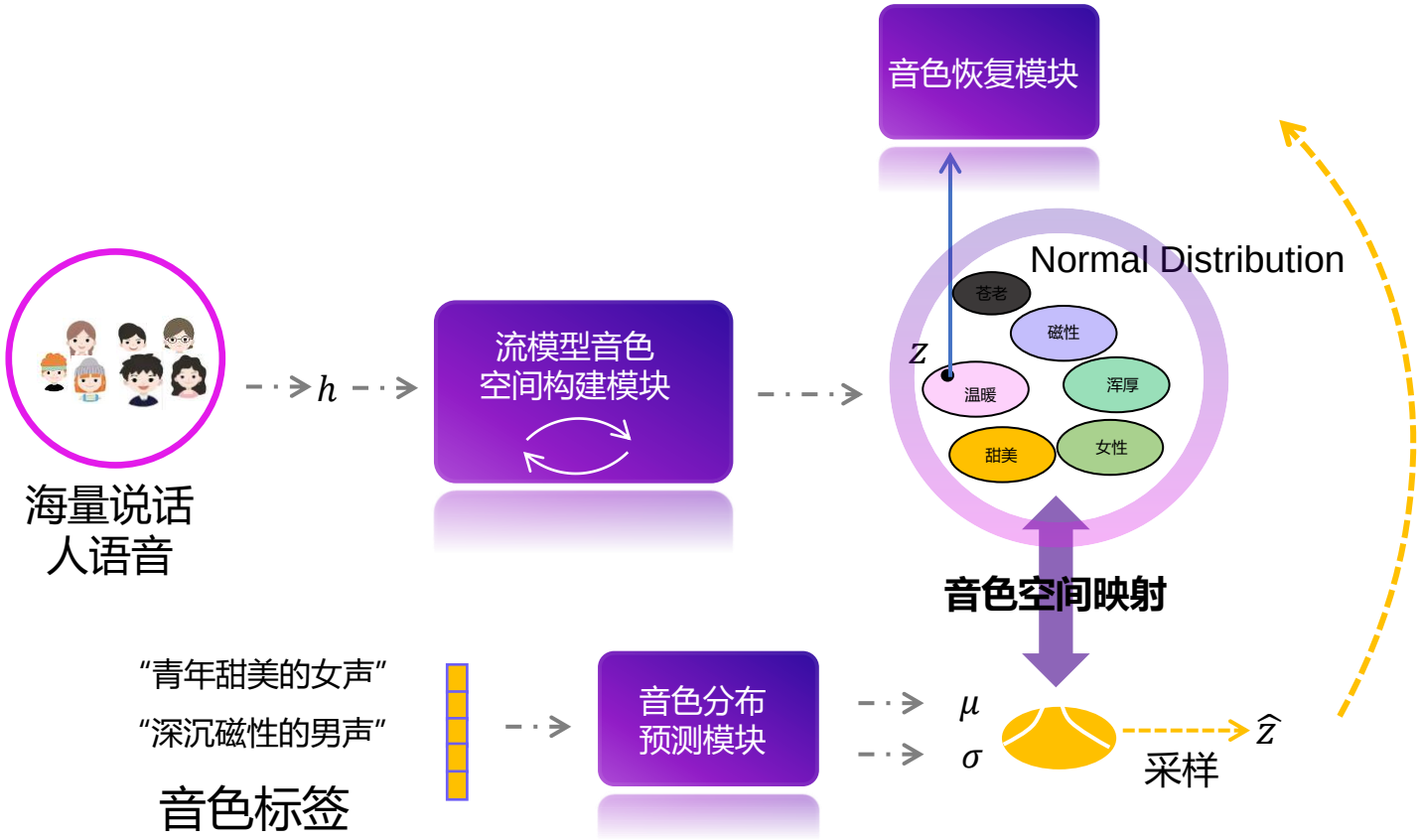
骨骼表情绑定



场景模型

AI赋能音乐，打造Luya独一无二音色

讯飞音乐通过海量发音人音色解耦模型构建人类音色高维空间，并在各维度上进行声音的特点解析和调节，结合形象人设的不同侧面、不同特点进行精细勾勒，打造出最终符合Luya声音定位的、定制化的、独一无二的“x-vocal”音色，这个声音听感上甜美元气又有力量，非常有辨识度，体现Luya和诸多人声乃至合成声音的虚拟人之间的差异。



Luya虚拟音色打造

悬念造势，加深大众印象

通过Luya横空出道的悬念海报，引起大众好奇，再以官宣海报及输入法联名皮肤的发布，增加用户触点、激发大众关注，初步建立用户对Luya的认知。

悬念海报

正式官宣

讯飞输入法

联名超级皮肤

独立人设打造，让Luya形象更鲜活

通过背景故事塑造赋予人物深度与广度，让听众对Luya的背景有更多的了解，使虚拟偶像拥有更多真实感与生命力。

一位热爱音乐、热爱科技，喜欢创造发明的‘天才少女’，梦想是造出‘让大家都变得幸福、快乐的黑科技’。她和自己的伙伴躺倒鸭，一直做着各种尝试。在Luya的故事中他们研制出了一个可以开启音乐能量空间的手环装置，并且在这个叫做Lutopia的空间中，Luya通过唱歌和跳舞可以将音乐能量转化成元气，获得幸福和快乐并带给其他人….

成长型虚拟偶像，携手上音“搞事业”

不同于其它成熟的虚拟偶像，Luya的定位更像一个不断成长的大学生，同时也是在音乐世界徜徉探索的“精灵”，随着技术和能力的进步而不断成长，凸显强标识性特征。

2022年8月底，携手上海音乐学院，进入“音乐工程系·讯飞音乐 联合研发中心”，获得粉丝、媒体关注

Luya以学生身份加入上海音乐学院，夯实AI虚拟人立体化的场景形象，建立年轻化IP调性

唱跳俱佳，首发作品登上多个音乐平台榜单

2022年8月Luya首发单曲登上热歌榜

- 2022年8月出道并发表单曲《北极星与流星雨》
- 2022年8月底发表单曲《迷雾之中的微光》

(点击播放)

2022年11月，Luya首支唱跳舞台《铠甲》MV发布，荣登QQ音乐新歌榜TOP1

先导预告

(点击播放)

正式Video

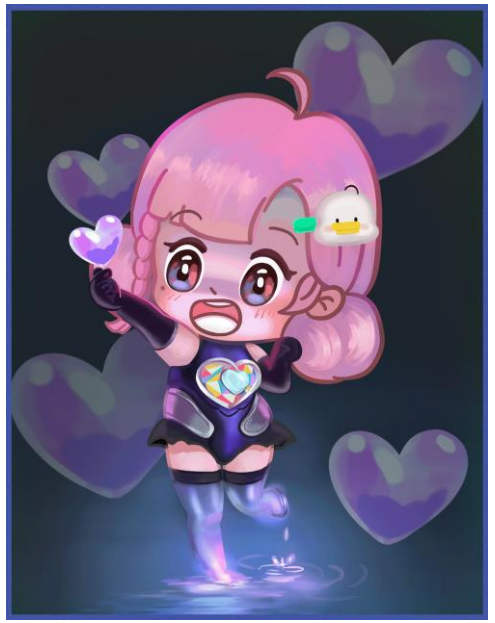
(点击播放)

破圈营销：定制系列数字藏品周边+盲盒玩法，全部秒级售罄

- 9月23日0点起，《Luya：音乐无界》盲盒藏品通过游戏活动发行27000份
- 9月27日12:00《Luya：音乐无界》盲盒藏品在星昼APP上公开限时发行3000份
- 《Luya•铠甲》三款数字藏品分别于2022年11月2日、3日、4日中午12：00发行，每款各发行1500份

首款音乐无界NFT盲盒藏品

精美卡牌+稀有度音符标识展现Luya的不同状态，盲盒藏品内可随机拆出任意一款稀有度分别为UR，SSR，SR，R，N，N的卡牌数字藏品，共计6款



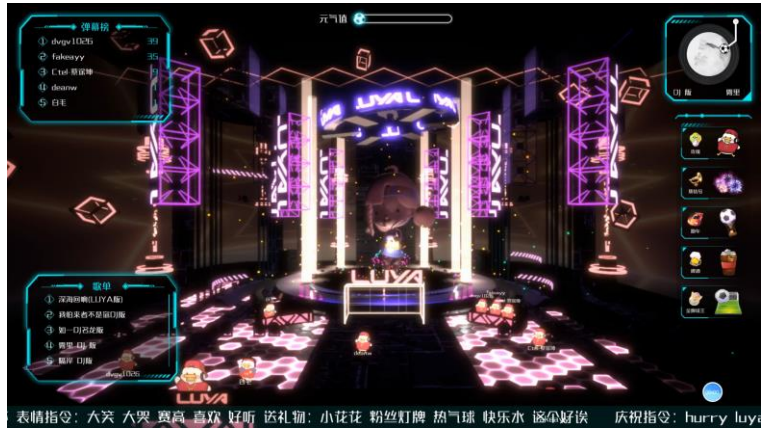
铠甲NFT音乐卡牌
首个音乐+虚拟人数字藏品

结合三个不同主题定制3个形象+音乐片段的数字藏品：暗夜蔷薇、猎人之枪、元气之门；并同步发行隐藏款藏品【爱的铠甲】

讯飞星昼平台，科大讯飞首个元宇宙数字藏品平台，基于自研的且工信部权威认证的区块链加密技术，让用户获得唯一的不可篡改、不可分割、不能替代的数字藏品。

破圈营销：聊天+演唱会直播互动圈粉，借势世界杯活化IP形象

- Luya每周五晚17：00快手直播，世界杯期间上线直播间内打赏礼物即可踢足球射门的互动游戏，调动观众参与感。



(点击播放)

人物建模

舞台搭建

破圈营销：Luya亮相广西卫视元旦晚会和春节晚会

- 讯飞音乐Luya现身广西卫视2023年1月1日20:23播出的《你好！2023——广西卫视元旦特别节目》，演唱个人单曲《铠甲》；
- 1月22日农历大年初一20:23，讯飞音乐Luya现身广西卫视春节晚会《2023福兔贺新春》，演唱最新单曲《新年元气曲》。

(点击播放)

营销效果与市场反馈

8月单曲迷雾中的微光： QQ音乐**热歌榜TOP17**；QQ音乐**飙升榜TOP4**；唱跳舞曲**铠甲新歌榜TOP1**

入校上音事件

登上微博、抖音、快手、B站平台全国热搜榜和环球时报、解放日报等头部媒体报刊；

当天登上微博**全国Top26热榜**，上海同城**Top1**，以及抖音快手上海同城**Top1**；

快手直播 截止目标已经直播**6场**，累计观看人数**102.7w**

虚拟偶像	快手平台粉丝量	直播频次	直播时长	首场实时在线峰值人数	首场观看人数	环节
Luya	18.7W	1场/周	2h/场	400+	11W	聊天；演唱会

数字藏品 联合知名数字藏品平台星昼，累计发售**3万+**数字藏品，全部**秒级售罄**

现身广西卫视，融媒体矩阵传播：

- ✓ 元旦节目**15.4万**，融媒体平台：广西卫视、广西卫视微信视频号；
- ✓ 广西春晚：**47.9万**，新闻稿媒体曝光量：**8.8w**，融媒体平台：广西卫视、广西卫视快手号。

营销效果与市场反馈

出道单曲《迷雾之中的微光》
热歌榜TOP17
QQ音乐飙升榜TOP4
抖音文娱榜TOP3
上海同城TOP1
快手全国TOP27
文娱榜TOP5
微博全国TOP26
上海同城TOP1
100万+
在线互动
AI虚拟歌手入学上海音乐学院
上海/专题
2022-09-01 05版
上音迎来“实力派”AI虚拟歌手
美国遇华或将诱发全球萧条
讯飞音乐首位AI虚拟歌手入学上海音乐学院

Luya形象补充

Luya形象补充

Luya春节形象补充