

アイドルが登用されステージ・パフォーマンスをする場合も多い。そのために、応援するアイドルが広報大使として起用された商品をファンクラブが核となって協働購入する。一方で、オンラインファンクラブの協働で資金を集めて運営する大規模なアイドルのコンサートやファンミーティング、誕生日会なども開催されており、イベントの進行やチケットングもファンらが直接行っている。中国の公演会場の外では、オンラインファンクラブが作成したグッズの受け渡しが大規模に行われていることも多い。これらの公演では日本のうちわや韓国のボードに変わって、アイドルの名前が光り輝く電飾ボードで応援する<sup>[27]</sup>。

中国では、韓流ブーム以来、韓国アイドルグループも人気で、特に中国人メンバーがいて中国語で活動するユニットがいるグループが中国国内でも公演活動をしてきた。特にEXOは、中国国内初の美少年グループTFBOYSと共に小鮮肉ブームと呼ばれる美少年芸能人の流行を生み出した<sup>[28]</sup>。Zhang and Negus らは、2016年の限韓令によって中国国内で韓国の芸能人が活動することができなくなったために、中国国内におけるアイドルグループのステージ・パフォーマンスの供給不足から、中国国内のアイドルグループ生産が盛んに行われるようになったことを指摘している<sup>[29]</sup>。

### ソーシャルエンターテインメントの創出

中国でも、covid-19の流行のため多くの音楽イベントやコンサートが中止やオンライン開催になっていたが、小規模な会場では運営に配慮されながらもオフ

ラインのコンサートやイベントが開催されている<sup>[30]</sup>。この期間に開催されたアイドルの誕生日イベントは「公演会場の厳重な消毒」と「聴衆のマスク着用、健康状態の確認、体温検査と登録への協力」のもとで実施されている。またアイドル・オーディション番組を制作・放映する情報関連企業が運営する多機能型イベントスペースのオープニング・イベントとしてインターネット上で発信力をもつコアなファンを会場に集めたファンミーティングが開催されている<sup>[31]</sup>。このスタジオはショート・ムービーやライブ放送に特化した若いユーザーのための「ソーシャルエンターテインメント」のニーズを満たすための新しい文化のおよび創造的な産業エコシステムを構築することを目的に運営されている。

中国国内で一番話題になったのはTFBOYSの7周年記念コンサートである。このコンサートは、チケット販売数がBTSをこえ、この時点で世界最多の786,000人となった。またオンライン開催にも関わらず最高額のチケットの正規価格が860円で、オフラインのパフォーマンスチケットの価格を上回る高額な価格設定になっていた。セールスポイントとして「XRテクノロジー（拡張現実）」が強調されている。このオンライン・コンサートは、中国のあらゆる種類の音楽やエンターテインメントでXR（拡張現実）技術の商業化を加速する契機を提供した<sup>[32]</sup>。プラットフォームを提供したNetEase Cloud Musicは中国のソーシャルゲーム系情報通信企業のNetEaseが立ち上げた。通常の音楽配信機能に加えて、ライブ配信を行うミュージシャンやアイドルと配信を受