

2021年中国虚拟偶像市场分析报告- 行业深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国虚拟偶像市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/555358555358.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

虚拟偶像，是指通过绘画、动画、CG等形式制作，在因特网等虚拟场景或现实场景进行歌手活动，但本身并不以实体形式存在的人物形象。其产业链上游主要为设备、软件等供应商以及画师、模型师等美术相关工作者；中游为虚拟偶像运营商，分为个人与企业；下游则为变现途径，主要通过演唱会、直播、广告代言、周边衍生、影视、游戏、音乐、金融以及文旅等路径吸引用户消费。

虚拟偶像产业链

资料来源：观研天下整理

一、我国虚拟偶像产业链上游分析

虚拟偶像产业链上游由设备、软件以及专业人才构成，其中专业人才与软件成本投入较大。以3D虚拟偶像制作流程为例，画师与模型师构思以及3D建模的投入成本可达数十万至百余万元，而设备的投入则在数万元至数十万元之间。

3D虚拟偶像制作流程及成本投入情况

资料来源：观研天下整理

从当前虚拟偶像对于技术要求的情况来看，专业虚拟偶像要求最高，需要配备专业的动捕设备以及进行3D高精度建模，对于角色的设计构思也最高。

不同虚拟偶像对于技术的要求

资料来源：观研天下整理

据悉，受益于语音合成软件、虚拟人物模拟软件等技术以及相关设备的进步，我国虚拟偶像行业已进入发展期，虚拟偶像数量持续增加，但生成有关的虚拟内容仍然需要很高的费用。由于品质和需求的差异，虚拟形象制作周期和成本差距也很大。现阶段，国内单支虚拟偶像单曲的制作，包括编曲、建模、形象设计、舞台方案定制等，成本便高达200万元，而流量传播等方面的花费也相当庞大，上游环节高昂的制作成本制约了行业的快速发展。

二、我国虚拟偶像产业链中游分析

我国虚拟偶像产业链中游主要为个人以及企业运营商，据悉，受虚拟偶像制作成本高昂影响，目前我国虚拟偶像运营商大都以企业类型为主，个人工作室形式较少，主要有B站个人UP主Sunshine_物语、集映画等。

但在企业方面，目前我国虚拟偶像相关企业数量也较少，行业竞争格局尚未形成，其中天矢禾念具有先发优势、运营经验丰富等优势，成功打造洛天依、乐正绫和言和等多个虚拟偶像。中科深智具备技术优势，客户范围广等优势，在直播带货、短视频等方向发展突出。

我国虚拟偶像主要企业

类型

名称

简介

个人工作室

B站个人UP主Sunshine_物语

共推出4个角色，分别为九尾狐-

狸儿、女王、公主、精灵，曾引起不少关注，但很可能是因为财力不足，后续动作不大。

集映画

推出集原美-完全个人独立创造发展的虚拟偶像

企业类型

米哈游

推出yoyo鹿鸣，是第一个将国产二次元以高仿真真人形象演绎的虚拟人。

虚谷科技

与全球顶尖数字科技公司数字王国合作推出小艾-中国首位虚拟少儿阅读推广人。

魔法科技

次世文化和魔法科技联手打造出翎_LING，在2020年5月出道，短短几个月，就相继和奈雪的茶、特斯拉、Vogue合作。

次世文化

北京蜜枝科技

基于Virtual Andromeda虚拟演播技术推出混合媒体偶像女团，团队由五位成员组成，分别是留歌，风霁月，乐颜，白小葭，夏行美。

腾讯游戏

在王者荣耀基础上开发的无限王者团，由赵云、诸葛亮、李白、韩信、百里守约五位游戏角色组成。

天矢禾念

公司具有多个独立产权的中文VOCALOID虚拟形象的运营，如洛天依、言和、乐正绫、徵羽摩柯、墨清弦、乐正龙牙等。

中科深智

是虚拟数字人行业领导企业，拥有全线式实时动画及虚拟直播技术，超过2000个淘宝直播间使用中科深智虚拟直播系统“创梦易自动播”实现AI虚拟主播24小时卖货。

资料来源：观研天下整理

从近两年行业投融资情况来看，我国虚拟偶像相关企业正在加快产业链布局，资本也纷纷进入市场，预计未来随着相关企业加快布局，我国虚拟偶像运营将更为多元化。

2020-2021年我国虚拟偶像行业相关企业投融资情况

融资时间

融资公司

公司主营

融资轮次

融资金额

投资方

2020.3.31

一几文化

基于短视频平台的虚拟偶像孵化

天使轮

数百万人民币

原力创投

2020.4.13

万像文化

虚拟偶像全线式服务

天使轮

数百万人民币

辰科兴璃投资

2020.5.25

亿真科技

虚拟偶像的运营、硬件研发等

股权融资

未披露

峰瑞资本

2020.5.29

偶邦智能

智能分身情景式互动服务商

股权融资

未披露

成都技术转移集团

2020.6.8

中科深智

XR影像技术服务

天使轮

千万级人民币

英诺天使基金，海创汇，AC加速器

2020.6.28

云舶科技

软件AI技术服务商

天使轮

千万级人民币

百度风投

2020.7.20

重力聿画

虚拟主播孵化运营

Pre-A轮

2000万人民币

弘毅投资盛录网联

2020.9.10

万面智能

提供泛文娱产业全景AI营销解决方案

Pre-A轮

3200万

大湾区共同家园发展基金

2020.9.14

魔女公司Project

虚拟偶像运营

股权融资

未披露

高樟资本

2020.9.25

万像文化

虚拟偶像全线式服务

Pre-A轮

数千万人民币

毅达资本

2020.10.21

次世文化传媒

虚拟IP开发运营服务

Pre-A轮

数百万美元

顺为资本

2020.11.20

WaveVR

虚拟音乐会举办

战略投资

未披露

腾讯

2021.1.28

中科深智

XR影像技术服务

A轮

千万级人民币

金沙江创投、盛景网联、MYEG Capital 资料来源：观研天下整理

三、我国虚拟偶像产业链下游分析

我国虚拟偶像下游主要为演唱会、直播、广告代言、周边衍生、影视、游戏、音乐、金融以及文旅等变现路径。据悉，当前我国虚拟偶像商业化应用不断深化，在食品饮料、快消品、企业服务、文娱产业、游戏、时尚、教育、影视等多个领域已得到了广泛应用。

虚拟偶像下游商业应用情况举例

资料来源：观研天下整理

更是带动了周边市场规模快速增长，数据显示，2020年我国虚拟偶像带动周边市场规模达34.6亿元，同比增长68.78%；预计未来随着应用领域的不断扩大，其带动周边规模也将实现高速增长，2023年有望突破两百亿大关。

2017-2023年我国虚拟偶像带动周边市场规模及预测情况

数据来源：观研天下整理

从虚拟偶像细分市场结构来看，数据显示，2020年产品收入3.04亿元，占比达59.84%，仍为我国虚拟偶像增长主要来源；版权收入、演出收入分别为1.42亿元，0.62亿元，占比分别为28%、12.2%；版权收入占比呈逐年增长态势，而产品收入则不断下滑。

2015-2020年我国虚拟偶像细分市场结构

数据来源：观研天下整理

而随着虚拟偶像商业化应用的不断加深，我国虚拟偶像的普及率也得到了提升。数据显示，前有61.27%的消费者听说过虚拟偶像，另外还有15.64%的消费者很熟悉并且已有自己喜爱的虚拟偶像。

虚拟偶像普及率情况

数据来源：观研天下整理

消费者对于虚拟偶像衍生品的购买意愿也较强。数据显示，当前国内市场中有62.31%的消费者有可能购买虚拟偶像代言的商品；还有9.78%的消费者肯定会为虚拟偶像代言买单。

消费者对于虚拟偶像衍生品的购买意愿

数据来源：观研天下整理

其中，服装服饰、日常消费品、手办是消费者最愿意购买衍生品类型，占比分别为48.98%、37.03%、33.09%。

消费者愿意购买虚拟偶像的衍生品类型

数据来源：观研天下整理

从购买价格区间来看，59.91%的消费者表示为虚拟偶像消费的单价在50元以下，这与物美价廉的服装配饰、茶饮快餐、手办盲盒为消费者最愿意购买衍生品类型密切相关。

消费者愿意为虚拟偶像消费的单价情况

数据来源：观研天下整理

与真人偶像消费相比，48.9%网民为虚拟偶像花费金额与现实偶像基本相同，37.6%网民为虚拟偶像花费金额比现实偶像更多。

消费者为虚拟偶像消费与真人偶像对比情况

数据来源：观研天下整理

综上所述，我国虚拟偶像行业发展仍受上游高昂制作成本所限制，但未来随着相关设备不断进步以及软件技术更新迭代，成本有望持续下降；当前相关企业正在加速行业产业链的整合布局，随着虚拟偶像逐渐多元化，商业化应用不断深化，用户的付费意愿得到提升，我国虚拟偶像行业将得到快速发展。（shz）

观研报告网发布的《2021年中国虚拟偶像市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2017-2021年中国虚拟偶像行业发展概述

第一节 虚拟偶像行业发展情况概述

- 一、虚拟偶像行业相关定义
- 二、虚拟偶像行业基本情况介绍
- 三、虚拟偶像行业发展特点分析
- 四、虚拟偶像行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、虚拟偶像行业需求主体分析

第二节 中国虚拟偶像行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、虚拟偶像行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国虚拟偶像行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国虚拟偶像行业生命周期分析

- 一、虚拟偶像行业生命周期理论概述
- 二、虚拟偶像行业所属的生命周期分析

第四节 虚拟偶像行业经济指标分析

- 一、虚拟偶像行业的赢利性分析
- 二、虚拟偶像行业的经济周期分析
- 三、虚拟偶像行业附加值的提升空间分析

第五节 中国虚拟偶像行业进入壁垒分析

- 一、虚拟偶像行业资金壁垒分析
- 二、虚拟偶像行业技术壁垒分析
- 三、虚拟偶像行业人才壁垒分析
- 四、虚拟偶像行业品牌壁垒分析
- 五、虚拟偶像行业其他壁垒分析

第二章2017-2021年全球虚拟偶像行业市场发展现状分析

第一节 全球虚拟偶像行业发展历程回顾

第二节 全球虚拟偶像行业市场区域分布情况

第三节 亚洲虚拟偶像行业地区市场分析

- 一、亚洲虚拟偶像行业市场现状分析
- 二、亚洲虚拟偶像行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲虚拟偶像行业市场前景分析

第四节 北美虚拟偶像行业地区市场分析

- 一、北美虚拟偶像行业市场现状分析
- 二、北美虚拟偶像行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美虚拟偶像行业市场前景分析

第五节 欧洲虚拟偶像行业地区市场分析

- 一、欧洲虚拟偶像行业市场现状分析
- 二、欧洲虚拟偶像行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲虚拟偶像行业市场前景分析

第六节2021-2026年世界虚拟偶像行业分布走势预测

第七节2021-2026年全球虚拟偶像行业市场规模预测

第三章 中国虚拟偶像产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国虚拟偶像行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国虚拟偶像产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国虚拟偶像行业运行情况

第一节 中国虚拟偶像行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国虚拟偶像行业市场规模分析

第三节 中国虚拟偶像行业供应情况分析

第四节 中国虚拟偶像行业需求情况分析

第五节 我国虚拟偶像行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国虚拟偶像行业供需平衡分析

第七节 中国虚拟偶像行业发展趋势分析

第五章 中国虚拟偶像所属行业运行数据监测

第一节 中国虚拟偶像所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国虚拟偶像所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国虚拟偶像所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章2017-2021年中国虚拟偶像市场格局分析

第一节 中国虚拟偶像行业竞争现状分析

一、中国虚拟偶像行业竞争情况分析

二、中国虚拟偶像行业主要品牌分析

第二节 中国虚拟偶像行业集中度分析

一、中国虚拟偶像行业市场集中度影响因素分析

二、中国虚拟偶像行业市场集中度分析

第三节 中国虚拟偶像行业存在的问题

第四节 中国虚拟偶像行业解决问题的策略分析

第五节 中国虚拟偶像行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2017-2021年中国虚拟偶像行业需求特点与动态分析

第一节 中国虚拟偶像行业消费市场动态情况

第二节 中国虚拟偶像行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 虚拟偶像行业成本结构分析

第四节 虚拟偶像行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国虚拟偶像行业价格现状分析

第六节 中国虚拟偶像行业平均价格走势预测

一、中国虚拟偶像行业价格影响因素

二、中国虚拟偶像行业平均价格走势预测

三、中国虚拟偶像行业平均价格增速预测

第八章2017-2021年中国虚拟偶像行业区域市场现状分析

第一节 中国虚拟偶像行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区虚拟偶像市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、华东地区虚拟偶像市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、华中地区虚拟偶像市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、华南地区虚拟偶像市场规模预测

第五节 华北地区虚拟偶像市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、华北地区虚拟偶像市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、东北地区虚拟偶像市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区虚拟偶像市场规模分析
- 四、西部地区虚拟偶像市场规模预测

第九章 2017-2021年中国虚拟偶像行业竞争情况

第一节 中国虚拟偶像行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国虚拟偶像行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国虚拟偶像行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 虚拟偶像行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2021-2026年中国虚拟偶像行业发展前景分析与预测

第一节 中国虚拟偶像行业未来发展前景分析

一、虚拟偶像行业国内投资环境分析

二、中国虚拟偶像行业市场机会分析

三、中国虚拟偶像行业投资增速预测

第二节 中国虚拟偶像行业未来发展趋势预测

第三节 中国虚拟偶像行业市场发展预测

一、中国虚拟偶像行业市场规模预测

二、中国虚拟偶像行业市场规模增速预测

三、中国虚拟偶像行业产值规模预测

四、中国虚拟偶像行业产值增速预测

五、中国虚拟偶像行业供需情况预测

第四节 中国虚拟偶像行业盈利走势预测

一、中国虚拟偶像行业毛利润同比增速预测

二、中国虚拟偶像行业利润总额同比增速预测

第十二章2021-2026年中国虚拟偶像行业投资风险与营销分析

第一节 虚拟偶像行业投资风险分析

一、虚拟偶像行业政策风险分析

二、虚拟偶像行业技术风险分析

三、虚拟偶像行业竞争风险

四、虚拟偶像行业其他风险分析

第二节 虚拟偶像行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2021-2026年中国虚拟偶像行业发展战略及规划建议

第一节 中国虚拟偶像行业品牌战略分析

一、虚拟偶像企业品牌的重要性

二、虚拟偶像企业实施品牌战略的意义

三、虚拟偶像企业品牌的现状分析

四、虚拟偶像企业的品牌战略

五、虚拟偶像品牌战略管理的策略

第二节 中国虚拟偶像行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国虚拟偶像行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国虚拟偶像行业发展策略及投资建议

第一节 中国虚拟偶像行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国虚拟偶像行业营销渠道策略

一、虚拟偶像行业渠道选择策略

二、虚拟偶像行业营销策略

第三节 中国虚拟偶像行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国虚拟偶像行业重点投资区域分析

二、中国虚拟偶像行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/555358555358.html>