

中国虚拟人行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

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《中国虚拟人行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202307/639036.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

1、虚拟人可分为身份型和功能型虚拟人

虚拟人物在现实生活中表现出与人的互动性，是数字虚拟人区别于影视作品形象的重要特征。虚拟人的发展方向在于交互能力的提升和形象呈现的进步，拟人化是发展的核心，表现为对真人的替代能力。虚拟人发展不同阶段应用受制于技术水平，AI时代应用端有望迎来全面催化。

虚拟人发展历程

数据来源：观研天下整理

身份型虚拟人以形象特征为认知核心，主要应用于泛娱乐、社交等场景，能够推动虚拟内容生产、成为个人在虚拟世界的分身；服务型虚拟人主要定位为替代人工提供服务，随着交互能力的提升，可实现陪伴、关怀等服务。

虚拟人分类

类别

服务型虚拟数字人

身份型虚拟数字人

定位

功能性，提供服务

身份性，用于娱乐/社交

核心功能

替代真人服务，完成内容生产、简单功能；多模态AI助手，提供日常陪伴、关怀等服务

虚拟IP/偶像，推动虚拟内容生产；个人在虚拟世界中的第二分身，用于社交娱乐及Metaverse

代表应用

虚拟主播、虚拟老师、虚拟员工、标准化内容制作；虚拟关怀师、虚拟陪伴助手

虚拟偶像、VRChat、虚拟形象构建应用

产业价值

降低已有服务型产业的成本，为存量市场降本增效；提升AI助手的交互效果，扩展其接受度与适用场景

为未来的虚拟化世界提供人的核心交互中介，在增量市场创造新的价值增长点；降低虚拟内容的制作门槛

数据来源：观研天下整理

2、虚拟人的构建流程主要包括建模、驱动和渲染等环节

虚拟人的构建流程主要包括建模、驱动和渲染等环节。建模作为基础环节，是决定虚拟人整

体形象的关键，驱动实现虚拟人由静到动，渲染技术提升画面质感，增强虚拟人的真实感。

虚拟人的构建流程

环节

方式

工具

概述

AI赋能

建模

传统建模

Autodeskmaya、3dsMax等软件

传统建模软件广泛应用于影视制作领域，技术成熟，但依赖建模师手工制作，较为耗时。

建模采集步骤简化、专业设备需求降低，只需用户上传符合标准的视频、图片和音频素材，即可自动完成建模

扫描建模

3D扫描仪及配套软件

通过扫描仪快速获取物体高品质彩色数据，满足包括人体、艺术品及家具等不同尺寸实物的多种细节和精度要求的3D建模需求

照片建模

Photosynth、3DSOMPro等软件

根据从不同角度拍摄的真实物体的静态照片，将某一方向拍摄照片的纹理映射至该方向对应模型表面位置，从而快速建立3D模型

光场建模

Mrstudio、Relightable系统、MagicBall智能光场等

利用多角度摄像机、多角度光源模拟拍摄真人各种条件下的影像，解算人体表面形貌特性

驱动

光学动捕

动捕棚、光学动捕相机、动捕衣、面部头盔及配套软件等

通过专业摄像头对演员服装上特定光点进行追踪，实现动作捕捉

AI自动生成动作，对演员的需求降低，实现虚拟人“自驱动”

惯性动捕

惯性传感器模块及配套软件

演员穿戴传感器后，利用传感器采集演员动作数据，再通过算法对数据进行处理完成动作捕捉

视觉动捕

LeapMotion、Kinect系统等

通过深度摄像头或普通摄像头采集图像数据，通过算法完成动作捕捉

渲染

在线、离线渲染

Unity、虚幻等渲染引擎

通过渲染引擎对3D数字人或虚拟场景加入几何、视点、纹理、照明和阴影等信息从而达成从模型到图像的转变

渲染效果更细腻逼真，渲染由本地向云端转变，渲染门槛降低

数据来源：观研天下整理

3、多个部门相继颁布政策支持与鼓励，助力虚拟人行业发展

近年来，各级政府和国家有关部门陆续出台多项政策，鼓励虚拟人行业发展与创新。例如，《“十四五”数字经济发展规划》、《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》、《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》等产业政策为虚拟人行业的发展提供明确、广阔的市场前景，为相关企业也提供良好的生产经营环境。

2022年中国虚拟人相关政策汇总一览

发布日期

政策名称

主要内容

2022年3月

《2022年政府工作报告》

加强智能科学、体验科学等基础研究，开展语言及视听认知表达，跨媒体内容识别与分析、情感分析等智能基础理论与方法研究，开展人机交互、混合现实等关键技术开发，推动类人视觉、听觉、语言、思维等智能技术在文化领域的创新应用。

2022年1月

《“十四五”数字经济发展规划》

加强类人智施，自然交互与虚拟现实、微电子与光电子等技术研究，推动宽带移动互联网、云计算、物联网、大数据、高性能计算、移动智能终端等技术研发和综合应用。

2021年10月

《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》

对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实等技术展示的虚拟形象从事互联网直播营销信息内容服务的，应当以显著方式予以标识，并确保信息内容安全。

2021年3月

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

充分运用第五代移动通信(5G)、虚拟现实(VR)增强现实(AR)大数据等现代信息技术，支持企业利用线上展会、电商平台等渠道开展线上推介，在线洽谈和线上签约等。

2020年11月

《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》

推动虚拟主播、动画手语广泛应用于新闻播报、天气预报、综艺科教等节目生产，创新节日形态，提高制播效率和智能化水平。

2020年11月

《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》

推动三维图形生成，动态环境建模、实时动作捕捉，快速渲染等技术创新，发展虚拟现实整机、感知交互、内容采集制作等设备和开发工具软件、行业解决方案。

2019年11月

《国家创新驱动发展战略纲要》

深化人工智能、虚拟现实、8K高清视频等技术的融合，拓展社交、购物、娱乐、展览等领域的应用，促进生活消费品质升级。支持实体消费场所建设数字化消费新场景，推广智慧导览、智能导流、虚实交互体验、非接触式服务等应用，提升场景消费体验。

2019年8月

《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》

促进数字经济发展,加强数字中国建设整体布局，完善数字经济治理，培育数据要素市场，释放数据要素潜力，提高应用能力，更好赋能经济发展、丰富人民生活。

数据来源：观研天下整理

4、AI赋能虚拟人行业，市场空间广阔

而2023年AI大模型相继发布，有望赋能虚拟人产业，实现多环节降本增效，大幅提升应用端交互能力，推动虚拟人行业市场规模持续扩大，发展空间广阔。根据数据显示，2022年我国虚拟人核心市场规模达120.8亿元，同比增长94.2%，带动市场规模为1866.1亿元，同比增长73.6%；预计2025年我国核心市场规模有望达到480.6亿元，2025年带动市场规模有望达6402.7亿元，同比增长33.8%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

5、元宇宙概念爆发，资本加速投资布局虚拟人行业

此外，随着元宇宙红利爆发及虚拟人技术不断成熟，虚拟人行业应用场景持续丰富，并且受到资本热捧，互联网大厂和科技企业相继入局虚拟人产业，行业正走向商业化模式。

2021-2022年中国虚拟人行业资本布局情况

时间

公司

事件

2022年1月

字节跳动

字节跳动独家投资杭州李未可科技有限公司，该公司打造了名为“李未可”的AR科技港牌及同名虚拟IP形象。

2021年10-12月

网易

10月，网易投资次世文化。次世文化积极探索，将上游各个环节前沿技术转化为下游多元化。丰富的应用场景。12月，网易投资世悦星承，该公司是一家专注元宇宙时尚潮流细分赛道的数字内容研发及运营，将围绕To B端的虚拟数字人和To C端的虚拟服饰等方向，进行产品开发。

2021年10月

科大讯飞

科大讯飞最先发起虚拟人交互平台1.0,实现多模感知、情感贯穿、多维表达、自主定制，虚拟人相关技术作为讯飞开放平台的赋能之一，向开发者提供定制解决方案。

数据来源：观研天下整理

6、虚拟人应用端持续落地，商业化前景广阔

在应用端，随着虚拟人应用端持续落地，行业商业化前景广阔。

（1）广告营销领域：虚拟人成为品牌营销重要工具

目前，虚拟人在营销领域的应用主要分为两类：一类是品牌方使用定制化的虚拟人作为品牌的形象代言，产品、品牌形象绑定虚拟人；另一类是具备IP形象及粉丝基础的身份型虚拟人KOL，与品牌方开展合作，实现代言推广。例如，魔法科技2020年推出原创虚拟人“翎”，已应用至天猫、百雀羚、特斯拉等代言活动中；同年也为欧莱雅集团开发推出全球首位虚拟品牌代言人“M姐”。“智影数字人”可实现数字人播报、数字人定制等功能。万兴科技旗下产品万兴播爆提供多种虚拟人直播形象生成，用户可选择风格各异的仿真AI数字人形象，并支持形象定制。

（2）直播电商领域：虚拟主播带货有望替代真人主播

虚拟人在直播带货场景中的应用日趋广泛，虚拟人直播替代人工直播优势包括节省用人成本，直播时长拓展到24小时，直播内容统一、质量稳定等。例如，快手StreamLake助力蒙牛打造3D写实虚拟人“奶思”，并通过“蒙牛牛奶旗舰店”快手账号直播带货；2023年5月15日，遥望科技与小冰公司共同在直播电商领域研发、升级、改进新型人工智能技术和产品。

（3）陪伴场景：国内企业加快探索

陪伴场景升级的关键在于虚拟人交互能力的提升，AI虚拟人能够提供拟人化的情感陪伴服务。例如，Character.AI让用户能够根据个人偏好创建深度个性化的定制AI聊天机器人，并且能够记住聊天历史，从而保持性格的连贯性和持续塑造性；Glow是MiniMax推出的主打社交的AI聊天平台；盛天网络旗下游戏社交产品“带带电竞”是一款满足“Z世代”游戏社交需求的APP；小冰公司深耕AI虚拟人多年，推出“GPT克隆人计划”，明星分身有望形成较强粉丝经济

效应。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国虚拟人行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国虚拟人行业发展概述

第一节 虚拟人行业发展情况概述

一、虚拟人行业相关定义

二、虚拟人特点分析

三、虚拟人行业基本情况介绍

四、虚拟人行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、虚拟人行业需求主体分析

第二节 中国虚拟人行业生命周期分析

一、虚拟人行业生命周期理论概述

二、虚拟人行业所属的生命周期分析

第三节 虚拟人行业经济指标分析

一、虚拟人行业的赢利性分析

二、虚拟人行业的经济周期分析

三、虚拟人行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球虚拟人行业市场发展现状分析

第一节全球虚拟人行业发展历程回顾

第二节全球虚拟人行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲虚拟人行业地区市场分析

一、亚洲虚拟人行业市场现状分析

二、亚洲虚拟人行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲虚拟人行业市场前景分析

第四节北美虚拟人行业地区市场分析

一、北美虚拟人行业市场现状分析

二、北美虚拟人行业市场规模与市场需求分析

三、北美虚拟人行业市场前景分析

第五节欧洲虚拟人行业地区市场分析

一、欧洲虚拟人行业市场现状分析

二、欧洲虚拟人行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲虚拟人行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界虚拟人行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球虚拟人行业市场规模预测

第三章 中国虚拟人行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对虚拟人行业的影响分析

第三节中国虚拟人行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对虚拟人行业的影响分析

第五节中国虚拟人行业产业社会环境分析

第四章 中国虚拟人行业运行情况

第一节中国虚拟人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

第二节中国虚拟人行业市场规模分析

一、影响中国虚拟人行业市场规模的因素

二、中国虚拟人行业市场规模

三、中国虚拟人行业市场规模解析

第三节中国虚拟人行业供应情况分析

一、中国虚拟人行业供应规模

二、中国虚拟人行业供应特点

第四节中国虚拟人行业需求情况分析

一、中国虚拟人行业需求规模

二、中国虚拟人行业需求特点

第五节中国虚拟人行业供需平衡分析

第五章 中国虚拟人行业产业链和细分市场分析

第一节中国虚拟人行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、虚拟人行业产业链图解

第二节中国虚拟人行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对虚拟人行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对虚拟人行业的影响分析

第三节我国虚拟人行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国虚拟人行业市场竞争分析

第一节中国虚拟人行业竞争现状分析

一、中国虚拟人行业竞争格局分析

二、中国虚拟人行业主要品牌分析

第二节中国虚拟人行业集中度分析

一、中国虚拟人行业市场集中度影响因素分析

二、中国虚拟人行业市场集中度分析

第三节中国虚拟人行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国虚拟人行业模型分析

第一节中国虚拟人行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国虚拟人行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国虚拟人行业SWOT分析结论

第三节中国虚拟人行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国虚拟人行业需求特点与动态分析

第一节中国虚拟人行业市场动态情况

第二节中国虚拟人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

第三节虚拟人行业成本结构分析

第四节虚拟人行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国虚拟人行业价格现状分析

第六节中国虚拟人行业平均价格走势预测

- 一、中国虚拟人行业平均价格趋势分析
- 二、中国虚拟人行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国虚拟人行业所属行业运行数据监测

第一节中国虚拟人行业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

第二节中国虚拟人行业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

第三节中国虚拟人行业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

第十章 2019-2023年中国虚拟人行业区域市场现状分析

第一节中国虚拟人行业区域市场规模分析

- 一、影响虚拟人行业区域市场分布的因素
- 二、中国虚拟人行业区域市场分布

第二节中国华东地区虚拟人行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区虚拟人行业市场分析
 - (1) 华东地区虚拟人行业市场规模
 - (2) 华南地区虚拟人行业市场现状

(3) 华东地区虚拟人行业市场规模预测

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、华中地区虚拟人行业市场分析

(1) 华中地区虚拟人行业市场规模

(2) 华中地区虚拟人行业市场现状

(3) 华中地区虚拟人行业市场规模预测

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、华南地区虚拟人行业市场分析

(1) 华南地区虚拟人行业市场规模

(2) 华南地区虚拟人行业市场现状

(3) 华南地区虚拟人行业市场规模预测

第五节华北地区虚拟人行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区虚拟人行业市场分析

(1) 华北地区虚拟人行业市场规模

(2) 华北地区虚拟人行业市场现状

(3) 华北地区虚拟人行业市场规模预测

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、东北地区虚拟人行业市场分析

(1) 东北地区虚拟人行业市场规模

(2) 东北地区虚拟人行业市场现状

(3) 东北地区虚拟人行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区虚拟人行业市场分析

(1) 西南地区虚拟人行业市场规模

(2) 西南地区虚拟人行业市场现状

(3) 西南地区虚拟人行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区虚拟人行业市场分析

(1) 西北地区虚拟人行业市场规模

(2) 西北地区虚拟人行业市场现状

(3) 西北地区虚拟人行业市场规模预测

第十一章 虚拟人行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国虚拟人行业发展前景分析与预测

第一节 中国虚拟人行业未来发展前景分析

- 一、虚拟人行业国内投资环境分析
- 二、中国虚拟人行业市场机会分析

- 三、中国虚拟人行业投资增速预测
- 第二节中国虚拟人行业未来发展趋势预测
- 第三节中国虚拟人行业规模发展预测
- 一、中国虚拟人行业市场规模预测
- 二、中国虚拟人行业市场规模增速预测
- 三、中国虚拟人行业产值规模预测
- 四、中国虚拟人行业产值增速预测
- 五、中国虚拟人行业供需情况预测
- 第四节中国虚拟人行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国虚拟人行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国虚拟人行业进入壁垒分析
- 一、虚拟人行业资金壁垒分析
- 二、虚拟人行业技术壁垒分析
- 三、虚拟人行业人才壁垒分析
- 四、虚拟人行业品牌壁垒分析
- 五、虚拟人行业其他壁垒分析
- 第二节虚拟人行业风险分析
- 一、虚拟人行业宏观环境风险
- 二、虚拟人行业技术风险
- 三、虚拟人行业竞争风险
- 四、虚拟人行业其他风险
- 第三节中国虚拟人行业存在的问题
- 第四节中国虚拟人行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国虚拟人行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国虚拟人行业研究综述
- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估
- 第二节中国虚拟人行业进入策略分析
- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择
- 第三节虚拟人行业营销策略分析
- 一、虚拟人行业产品策略

二、虚拟人行业定价策略

三、虚拟人行业渠道策略

四、虚拟人行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202307/639036.html>