

# 2022年中国虚拟人行业发展研究报告 (简版)

iiMedia Report | Research Report on Industry of Virtual Humans in China in 2022

艾媒大文娱产业研究中心



# WPR

ID: Interflow-Platform


▼ **简介：聚焦科技热点分析，洞察行业发展走势，元宇宙、数字化及智能制造领域信息分享的专业平台。上千篇报告供你免费下载，WPR，祝你成功！快点加入我们吧！**



本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。


- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn) 的相关数据分析。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

## 市场规模：2022年虚拟偶像带动和核心市场规模将分别达到1866.1亿元和120.8亿元




iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,虚拟偶像产业保持稳定增长态势,2021年,虚拟偶像的带动市场规模和核心市场规模分别为1074.9亿元和62.2亿元,预计2022年将分别达到1866.1亿元和120.8亿元。艾媒咨询分析师认为,虚拟偶像在产品设计方面有较强的可塑性,能根据用户需求进行改变,推动虚拟人产业发展。

## 用户调研：超七成喜欢虚拟人物形象的原因是其外形/声音



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示,接近七成用户喜欢虚拟人形象的外形/声音,其次喜欢虚拟人的作品。艾媒咨询分析师认为,年轻一代成为虚拟人产业市场的消费主体,虚拟人形象具备高塑造性等特点,能够满足该群体的多样化需求。

## 行业趋势：元宇宙热度增加，虚拟人物商业价值不断释放



元宇宙的热潮加速推动虚拟人产业的发展。企业除了持续构建多样性的虚拟人IP矩阵外,还开拓虚拟人智能化、场景化的发展。随着泛娱乐生态的繁荣发展,虚拟人物形象将会在音乐平台、游戏、直播等更多线上场景。元宇宙为虚拟人发展提供了契机,虚拟人的商业价值不断被挖掘和释放。



# 目录

1

2022年中国虚拟人产业发展分析

2

2022年中国虚拟人用户调研分析

3

中国虚拟人产业发展趋势



## 2022年中国虚拟人产业发展分析

# 中国虚拟人产业发展历程



## 萌芽阶段

游戏、动漫等产业衍生；技术以手绘为主，形象较单一；开始通过数字专辑、广告等方式呈现。

## 探索阶段

CG、动作面部捕捉技术发展日益成熟。电影虚拟人的创作更加开放和多元；虚拟人的外形、动作、表情和声音与人类更加相似。

## 初级阶段

虚拟人形象越发逼真，AI技术的发展使其开始向智能服务领域延伸。

## 发展阶段

技术、需求均有突破。虚拟偶像凭借独特的人设吸引年轻群体。

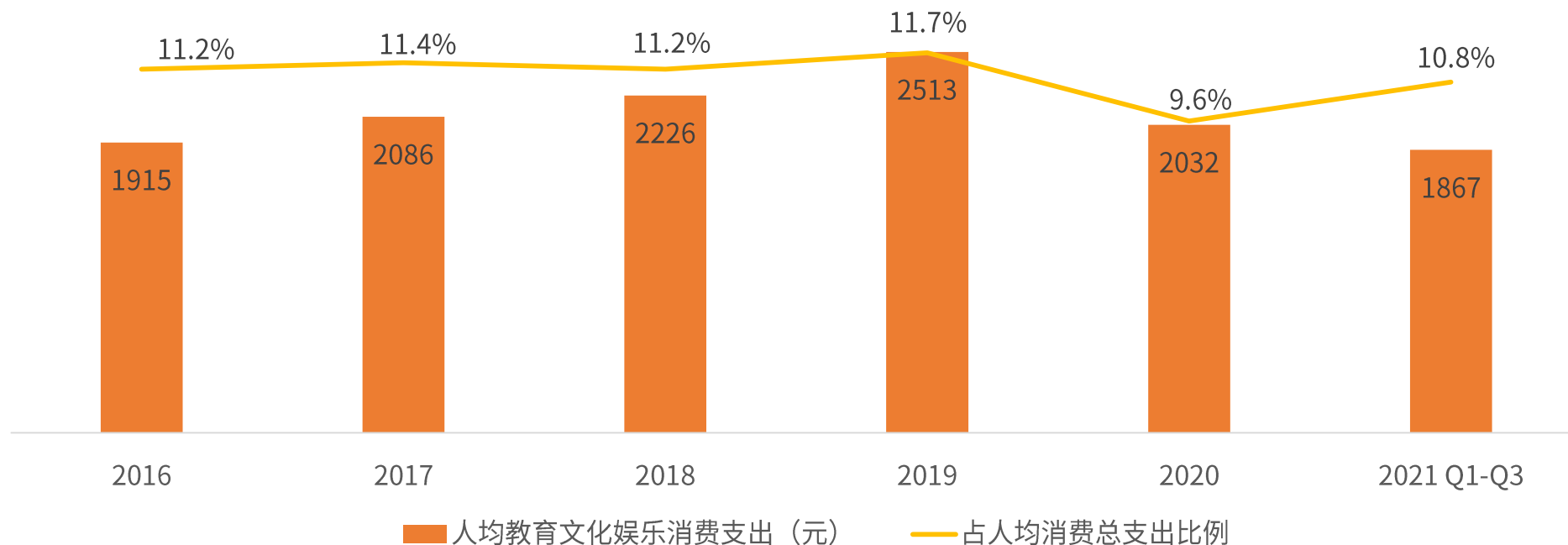
# 中国虚拟人产业发展驱动力：文化娱乐需求增加



数据显示，2020年，国民人均教育文化娱乐消费支出，受疫情的影响有略微下滑，但总体保持稳定增长的态势，2021年前三季度人均教育文化娱乐消费支出占人均消费总支出的10.8%。在疫情防控影响下，消费者更加注重精神消费，国民未来在教育文化娱乐消费方面的需求将会增加，为虚拟数字人产业提供发展动力。

## 2016-2021年前三季度国民人均教育文化娱乐消费支出以及占比

Quantity and proportion of national per capita consumption expenditure in 2016-2021 Q1-Q3



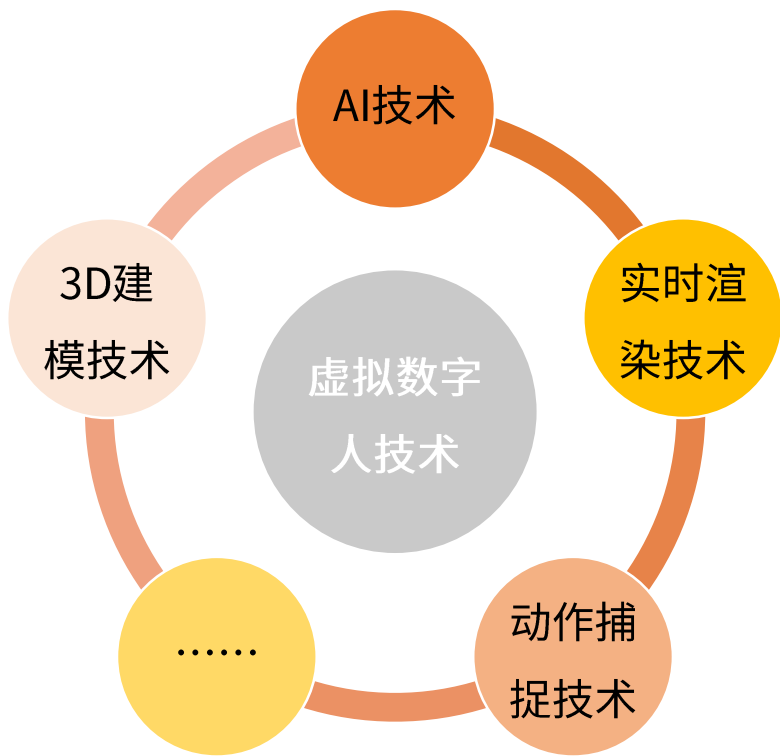
数据来源：国家统计局，艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)



# 中国虚拟人产业发展驱动力：技术创新



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。数据显示，2021年，中国开通5G基站超139万个，5G技术的创新进一步推动了中国虚拟数字人产业发展。



## 2021年中国5G建设相关数据

Related Data on 5G Construction in China in 2021



全国开通5G基站  
超**139**万个



虚拟专网、混合专网超  
过**2300**个



千兆光网建设已覆盖  
**2.4亿**户家庭

# 中国虚拟人产业发展驱动力：政策支持



2021年3月，《“双千兆”网络协同发展行动计划（2021-2023年）》指出，增加现实/虚拟现实（AR/VR）、超高清视频等高带宽应用进一步融入生产生活。

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》指出，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。

2021年10月，广电总局发布《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》指出，要推动虚拟主播、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，创新节目形态，提高制播效率和智能化水平，首次明确地鼓励和支持虚拟人的发展。

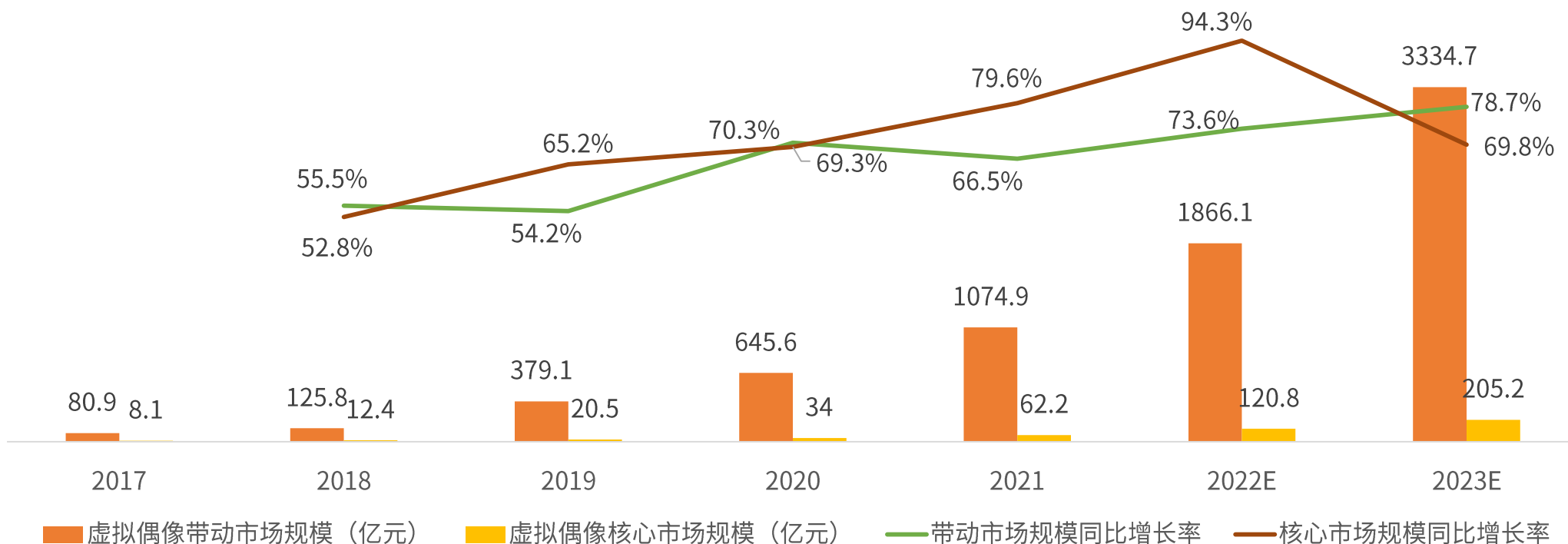
# 2017-2023年中国虚拟偶像产业规模及预测分析



iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，虚拟偶像产业保持稳定增长态势，2021年，虚拟偶像的带动市场规模和核心市场规模，分别为1074.9亿元和62.2亿元，预计2022年将分别达到1866.1亿元和120.8亿元。艾媒咨询分析师认为，虚拟偶像在产品设计方面有较强的可塑性，能根据用户需求进行改变，推动虚拟人产业发展。

## 2017-2023年中国虚拟偶像核心市场和带动市场规模及预测

Actual and estimated market scale of core and leading virtual idol from 2017 to 2023



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒报告中心用户131\*\*\*\*6128专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc

# 虚拟人产业资本布局情况分析



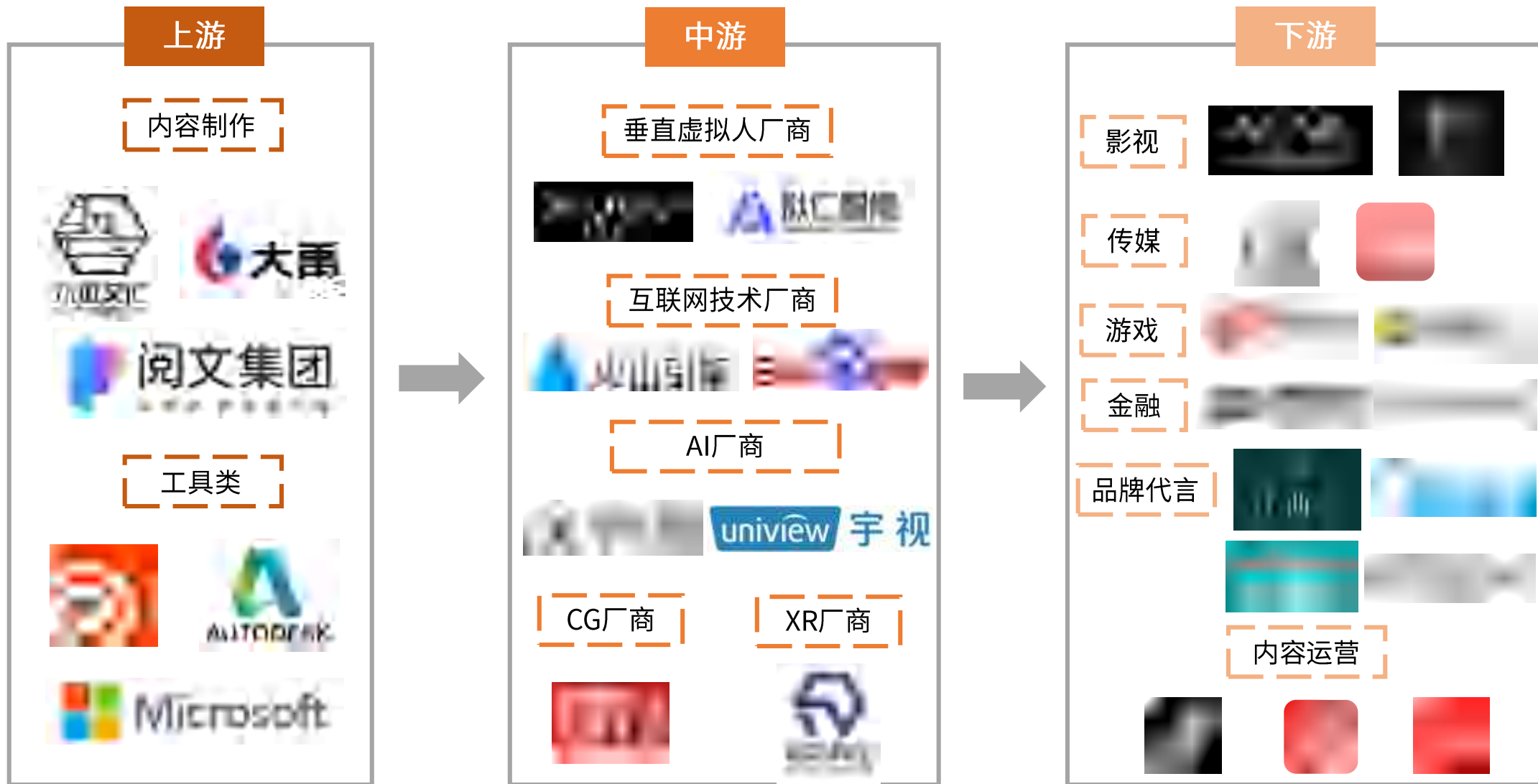
随着元宇宙的红利爆发，以及虚拟技术的仿真效果趋向成熟，虚拟人产业的应用场景不断丰富，受到了资本热捧，互联网大厂和科技公司纷纷布局虚拟人产业，虚拟人正走向商业化模式。

## 2021-2022年中国虚拟人产业资本布局情况

Events of investment in virtual humans from 2021 to 2022

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科技潮牌及同名虚拟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。

# 中国虚拟人产业链



注：本图谱仅标注报告出版时的行业典型案例，持续更新中。案例征集邮箱research@iimedia.cn

# WPR

ID: Interflow-Platform

▼ **简介：聚焦科技热点分析，洞察行业发展走势，元宇宙、数字化及智能制造领域信息分享的专业平台。上千篇报告供你免费下载，WPR，祝你成功！快点加入我们吧！**



02

## 2022中国虚拟数字人用户调研分析

# 2022年中国虚拟人爱好者调查：用户画像



## 女性用户为主

56.8%的虚拟人爱好者为女性

## 中高收入群体为主

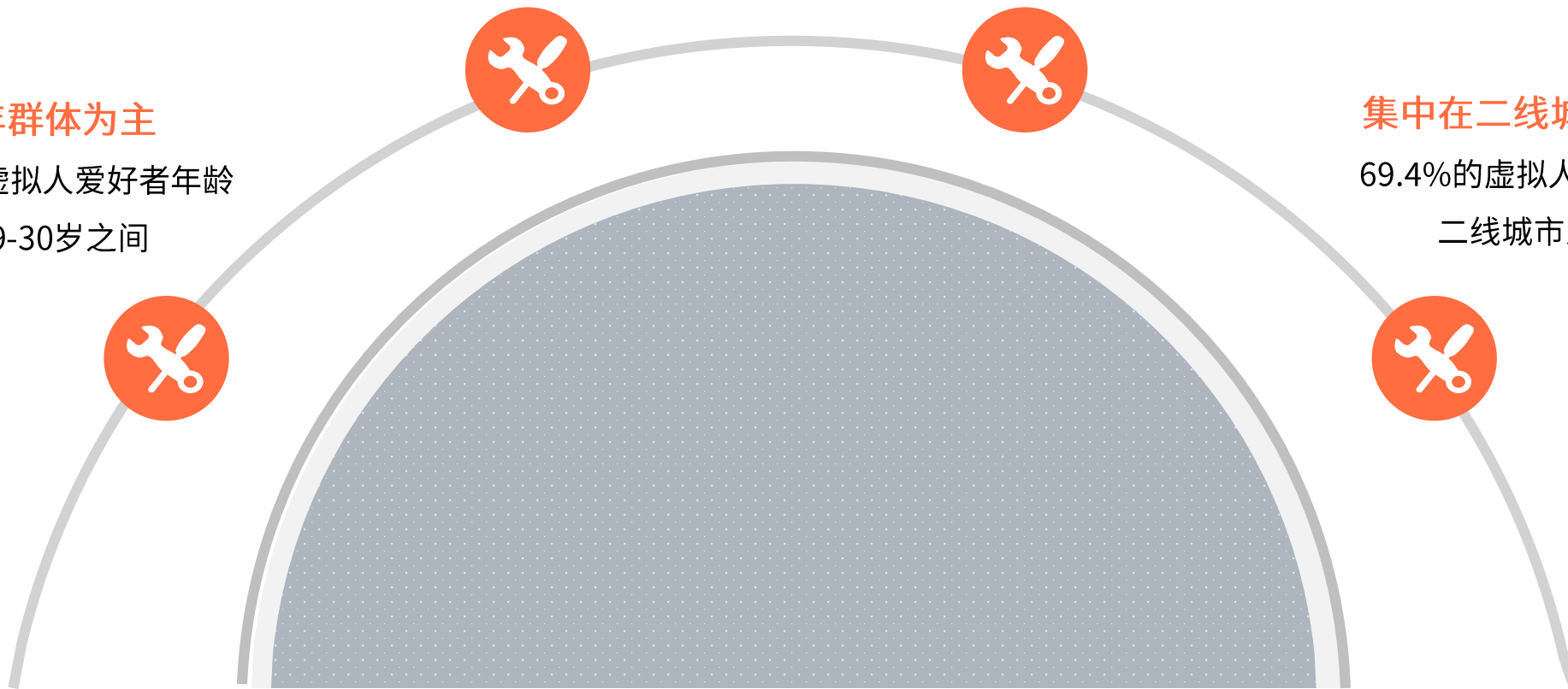
65.0%的虚拟人爱好者收入在5001-15000元

## 青年群体为主

63.4%的虚拟人爱好者年龄在19-30岁之间

## 集中在二线城市及以上

69.4%的虚拟人爱好者常住二线城市及以上



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

艾媒报告中心用户131\*\*\*\*6128专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc



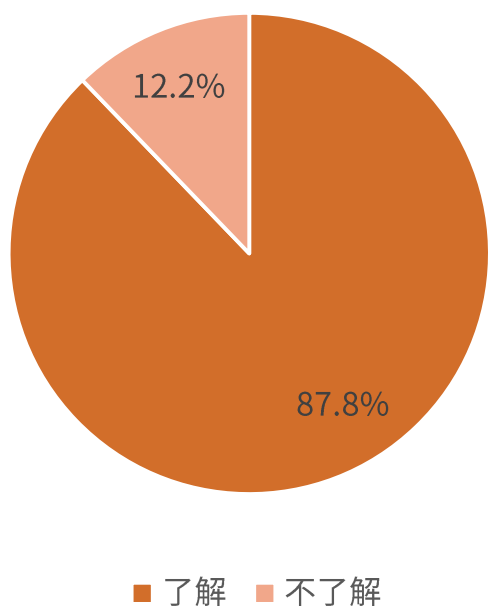
# 2022年中国虚拟人爱好者调查：认知情况



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，超过八成（87.8%）的受访用户对虚拟人物有一定的了解，59.5%的受访用户通过电商平台了解到虚拟人。艾媒咨询分析师认为，社交媒体多元化发展，推动了虚拟人宣传，网民渗透率提升。

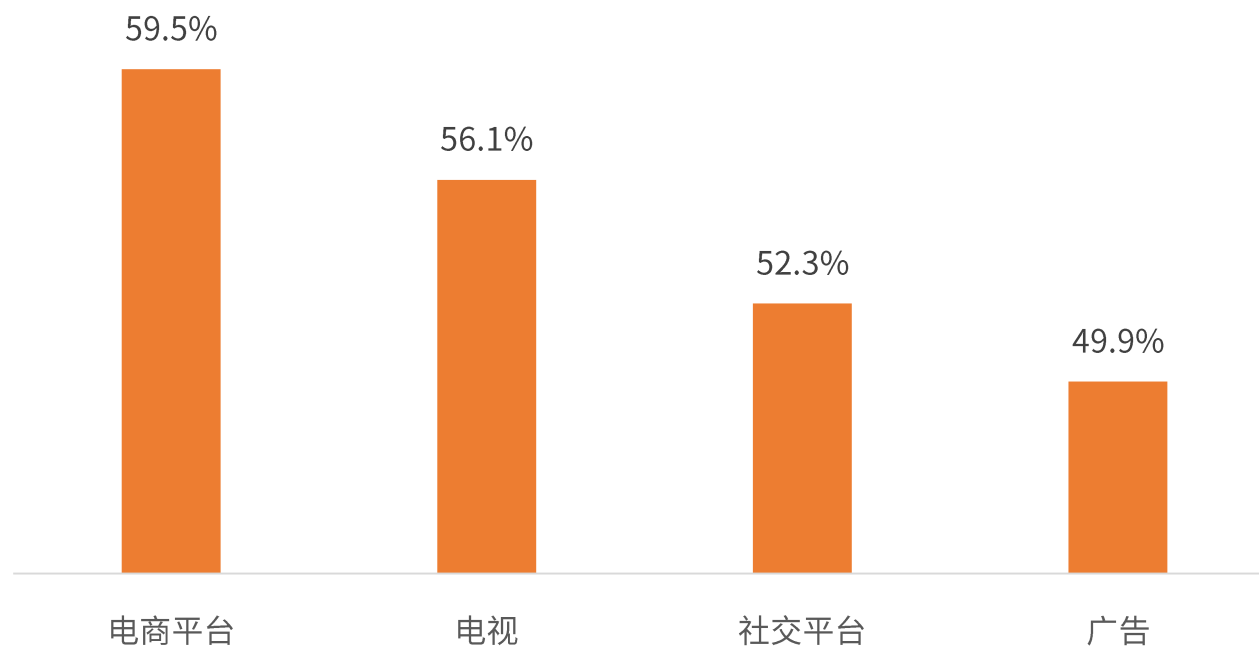
## 2022年中国网民对虚拟人认知情况

Familiarity of virtual humans in China in 2022



## 2022年中国网民对了解虚拟人渠道

Channels of knowing virtual humans in China in 2022



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

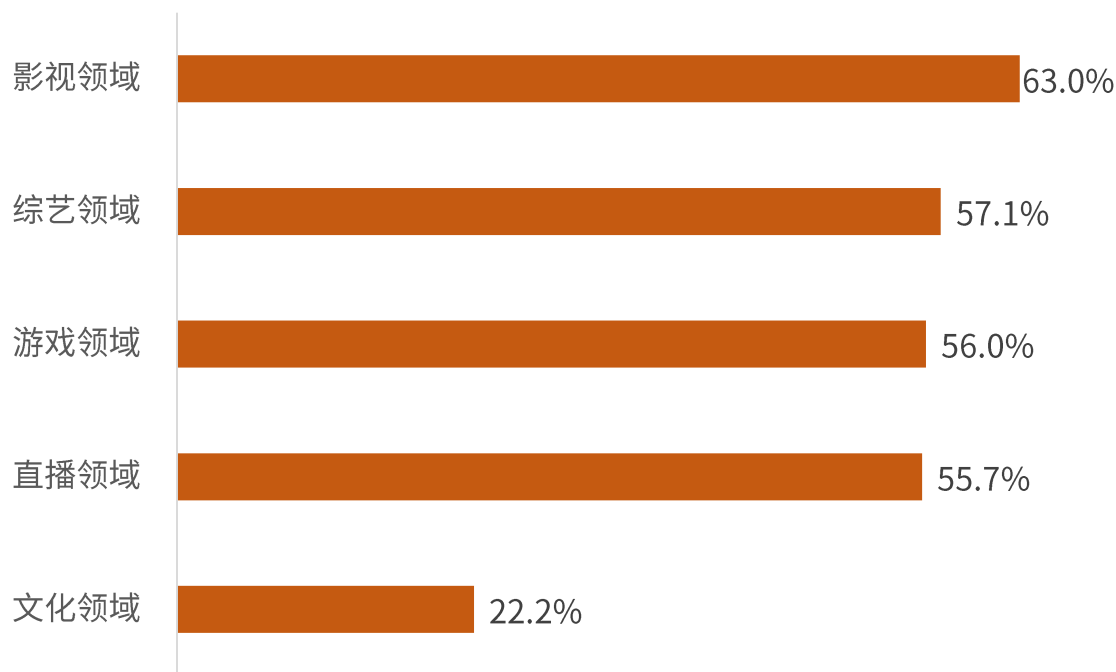
# 2022年中国虚拟人爱好者调查：领域分布



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，有63.0%的受访用户在影视领域了解到虚拟人形象；超过六成用户对虚拟主播有了解。艾媒咨询分析师认为，随着虚拟技术的发展，以及用户需求的不断增加，虚拟人行业涉及的领域更加广泛。

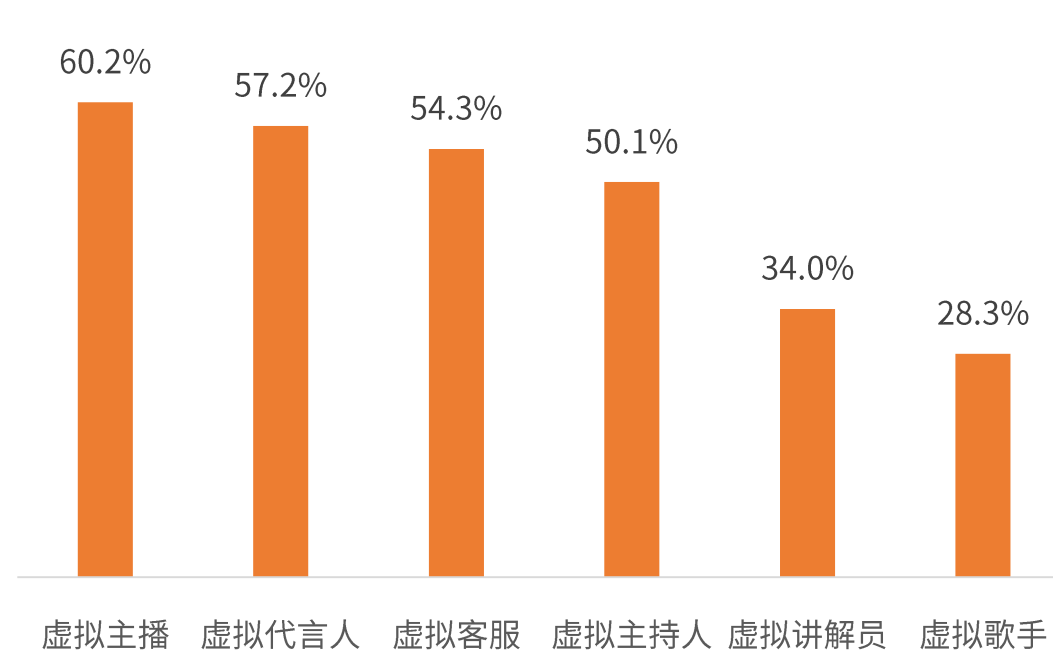
## 2022年中国网民接触虚拟人的领域分布

Areas that Chinese netizens know virtual idols in China in 2022



## 2022年中国虚拟人物角色类型

Types of virtual human characters in China in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

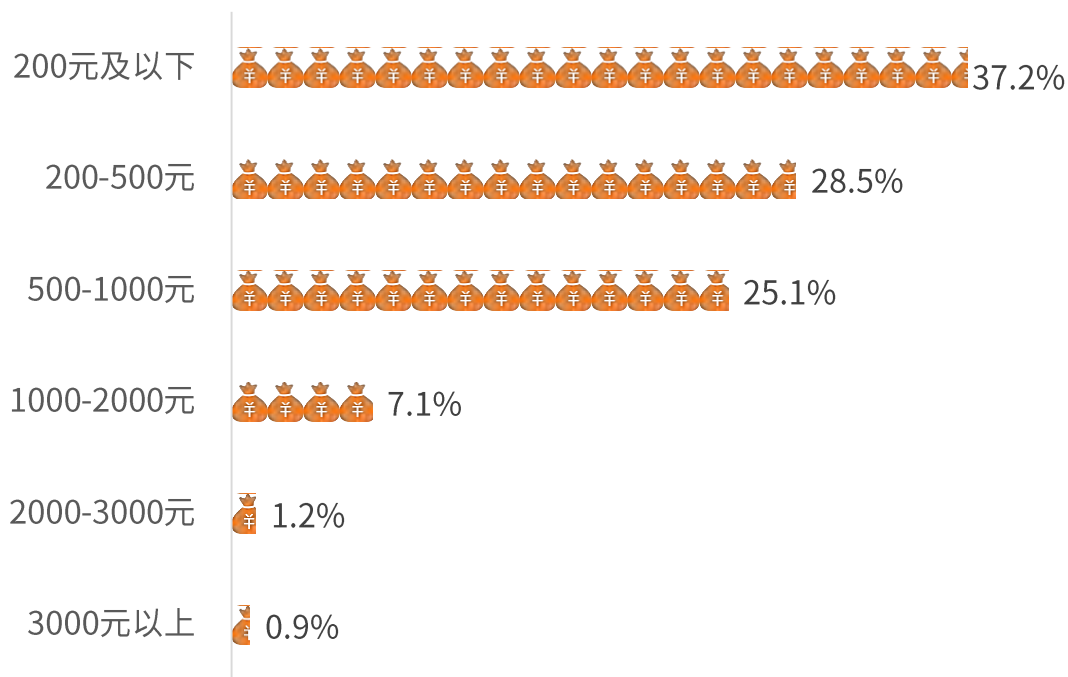
# 2022年中国虚拟人爱好者调查：消费情况



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，有37.2%的受访网民每月为虚拟人花费金额在200元及以下；24.8%的受访用户表示愿意花更多的钱支持虚拟人物。艾媒咨询分析师认为，虚拟偶像、虚拟宣传人等虚拟形象的涌现，虚拟人产业商业价值不断释放，吸引用户消费。

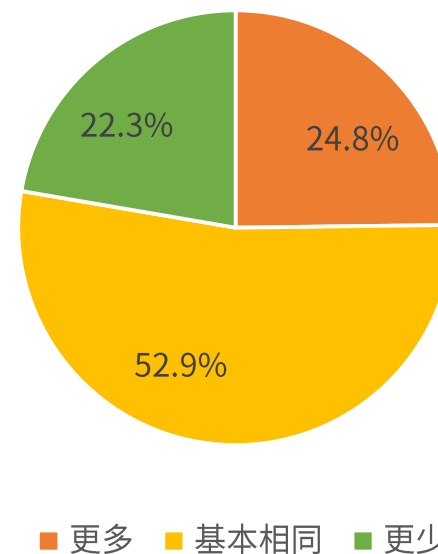
## 2022年中国网民为虚拟人月均花费金额

Average monthly expense for virtual humans in China in 2022



## 2022年中国网民对虚拟人的消费意愿情况

Willingness of making consumption on virtual humans in China in 2022



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

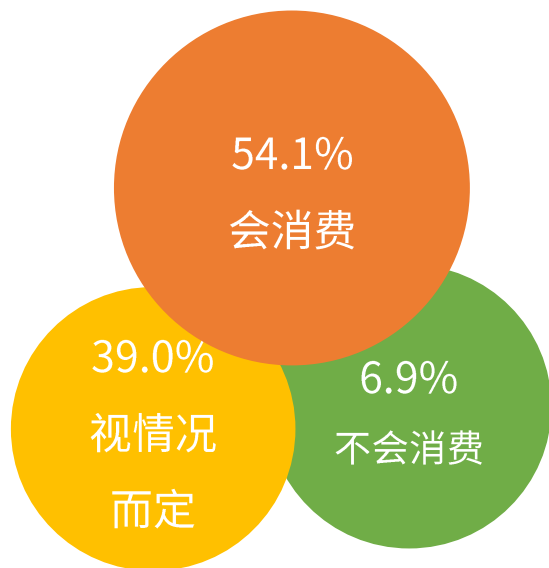
# 2022年中国虚拟人爱好者调查：支持方式



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，超过半数（54.1%）的受访用户会为虚拟人物消费；超过七成（77.2%）的受访用户会购买虚拟人代言产品或周边产品。泛娱乐生态的快速发展，使得虚拟人产业矩阵布局更加多元化，获得大多数虚拟人物爱好者的关注。

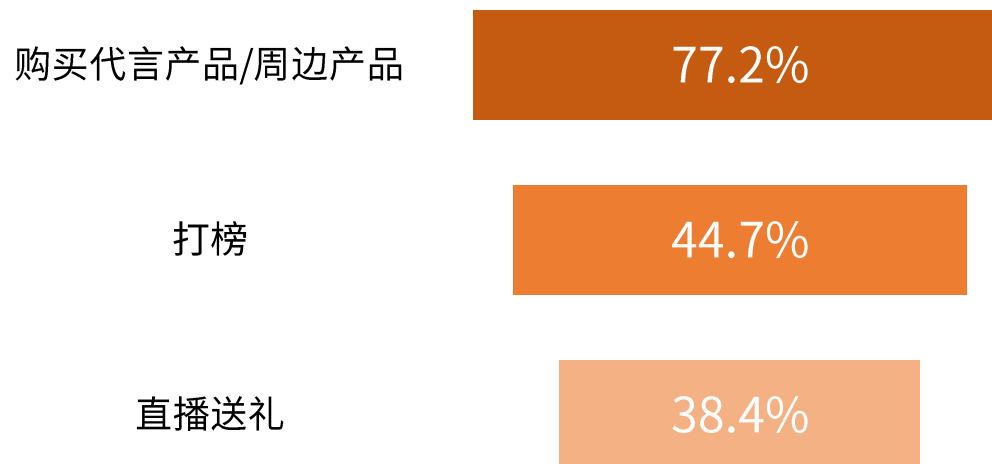
## 2022年中国网民虚拟人消费意愿

Willingness of consumption for virtual humans in China in 2022



## 2022年中国网民支持虚拟人的方式

Ways of supporting virtual humans in China in 2022



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

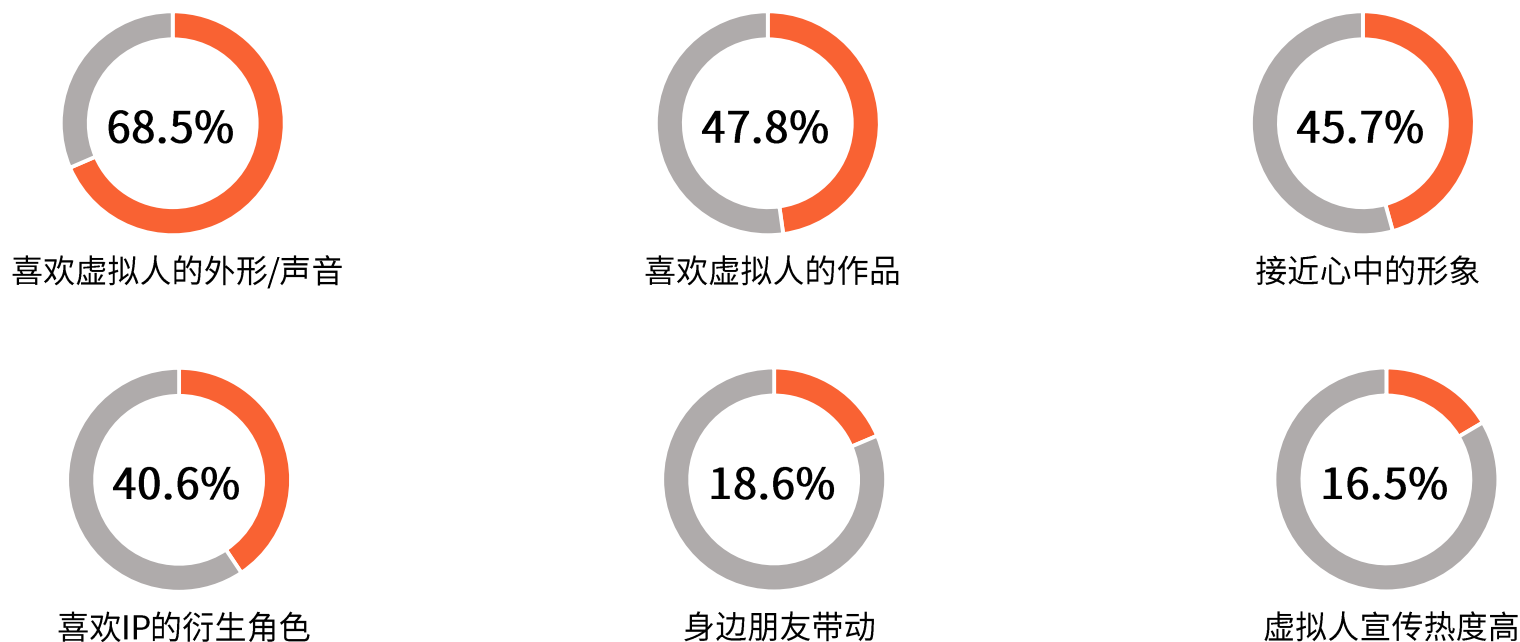
# 2022年中国虚拟人爱好者调查：喜爱原因



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，接近七成用户喜欢虚拟人形象的外形/声音，其次喜欢虚拟人的作品。艾媒咨询分析师认为，年轻一代成为虚拟人产业市场的消费主体，虚拟人形象具备高塑造性等特点，能够满足该群体的多样化需求。

## 2022年中国网民喜欢虚拟人原因

Reasons for showing interests on virtual humans in 2022



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

# 2022年中国虚拟人爱好者调查：服务满意度



iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，超过七成（74.3%）的用户认为虚拟人形象创作自由，可塑性强；接近八成的用户对目前中国虚拟人服务满意。艾媒咨询分析师认为，虚拟现实技术的不断迭代更新，虚拟人产业开始布局B端企业和服务行业，产业服务优势更加明显。

## 2022年中国虚拟人优势调查

Survey on advantages of virtual humans in China in 2022



创作自由，可塑性高 74.3%



外貌持久 65.7%



没有负面消息的风险 49.2%

## 2022年中国虚拟人服务满意度

Chinese Netizens satisfaction of virtual humans in 2022



79.5%

满意



19.5%

一般



1.0%

不满意

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

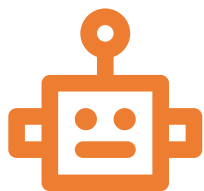
样本量：N=1620；调研时间：2022年1月

03

## 中国虚拟人产业发展趋势

# 中国虚拟人产业发展趋势（一）

## B端场景不断拓宽 服务型虚拟人成发展新趋势



得益于技术的创新以及公众认知度的提高，虚拟人功能不再局限在满足大众的娱乐需求，B端场景应用不断拓宽。未来虚拟数字人逐渐渗透营销、政务、银行、地产等领域，服务型功能凸显，帮助企业实现降本增效，虚拟人产业将往规模化、社会服务方向发展。



营销



影视



政务



银行



直播电商



地产



医疗



教育



## 虚拟人产业服务优势凸显，资本纷纷布局



虚拟偶像、虚拟KOL等虚拟人物的热度增加，获得了众多粉丝流量，虚拟人在C端市场的渗透率增强，虚拟人红利仍存在。随着在线直播行业的发展，以及真人主播“翻车”事件，虚拟主播成为新的热门角色，这有助于虚拟人产业的发展。各大厂商包括网易、腾讯等，开始加入虚拟人赛道。

## 元宇宙热度增加，虚拟人物商业价值不断释放



元宇宙的热潮加速推动虚拟人产业的发展。企业持续构建多样性的虚拟人IP矩阵外，还开拓虚拟人智能化、场景化发展。随着泛娱乐生态的繁荣发展，虚拟人物形象将会在音乐平台、游戏、直播等更多线上场景。元宇宙为虚拟人发展提供了契机，虚拟人的商业价值不断被挖掘和释放。

**大文娱产业新视角的来源：**艾媒大文娱产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对新零售商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问 <https://www.iimedia.cn/c400>

本报告是大文娱产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在大文娱产业领域开展相关研究，敬请关注。

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒官网上相应的修改或更新。

**阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。**

# 艾媒大数据监测与分析工具矩阵

## POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

## DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

## SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

## SocialiiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

## RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

## ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



- iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了新技术、新零售、餐饮、教育、生物、医疗、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、制造、区块链、环保与公共治理等新兴领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀研究课题、建设国家级科技思想库研究课题等重要项目的承担单位，是广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3000家政企机构提供常年大数据咨询服务。



更多报告请登录  
艾媒咨询公众号