

# 中国虚拟偶像行业发展深度研究与投资趋势分析 报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国虚拟偶像行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2022-2029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/202212/619983.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、虚拟偶像定义及其主要类别

“虚拟偶像”这一词最早是在1990年的时候由日本人发明的，不过在这之前就已经有符合类似概念的角色了。随着科学技术的发展，虚拟偶像不断进化，交互性越来越强，定义也不断地更新，当前虚拟偶像主要是指通过绘画、动画、CG等形式制作，基于语音合成、虚拟现实、增强现实、人工智能、全息投影、实时传输等数字技术设计制作出的仿真式偶像明星，其本身并不以实体形式存在的人物形象。虚拟偶像在技术和运营团队的操控下，可以像真实艺人一样既能在线上和线下场景中进行多种才艺表演活动，也在现实社会中成长和生活，与粉丝互动。

虚拟偶像类别来看，根据视觉风格，虚拟偶像主要有两种类型：二次元和超写实。二次元虚拟偶像外观比例较为夸张，与动漫人物较为一致，许多人设较脱离现实，是目前虚拟偶像的主流风格；超写实虚拟偶像的外观与真人较为一致，许多人设贴近现实。

资料来源：公开资料整理

在二次元和超写实类型虚拟偶像中，按照制作方式，二次元虚拟偶像又可以继续分为2D和3D风格。2D风格虚拟偶像视觉效果较为平面，通常会以Live2D的形式呈现，较低的技术门槛和成本使其成为最普遍的虚拟偶像风格；3D风格虚拟偶像视觉效果较为立体，动态效果更加出色，二次元虚拟偶像在舞台演出时，通常都会以3D风格出现。而超写实虚拟偶像类型则可以继续分为虚实结合和纯CG风格。虚实结合的虚拟偶像是通过视觉生成技术进行高精度建模，达到虚实结合的效果；纯CG风格则是全身从头到脚均为CG制作，其对技术水平有比较高的要求。

### 2、行业已进入高速发展期间

虚拟偶像文化最初起源于日本，因为该行业与二次元ACGN（动画、漫画、游戏、小说）文化的联系较为密切，而日本作为最流行二次元文化的国家，顺理成章的成为了全世界虚拟偶像行业的先驱者，在上世纪八十年代日本的虚拟偶像行业便开始萌芽。在2000-2016年日本的虚拟偶像初音未来成为首个用全息投影技术举办演唱会的虚拟偶像，俘获6亿粉丝，代言品牌过百，甚至还拥有了全球粉丝节“初音日”，初音未来在2007-2012年，其带动了超过100亿日元(约合人民币6.32亿元)的消费市场，展现出巨大的商业价值。

与日本相比，我国是在进入21世纪后虚拟偶像行业才开始步入萌芽阶段，尽管我国虚拟偶像行业发展落后于日本，但是近些年来中国虚拟偶像行业一直追赶着日本脚步。2011年后

行业步入探索期，洛天依上线并成功复制了初音未来的运营模式，正式开启我国虚拟偶像商业化；2017年之后行业取代初步发展，哔哩哔哩上陆续出现一些中国虚拟UP主，但其人气远远不及海外虚拟UP主；进入2020年之后，受大型企业入局和日本虚拟偶像“辱华”事故的影响，中国虚拟UP主的人气快速增长，行业进入高速发展阶段。现如今已经我国虚拟偶像行业与日本该行业的发展差距越来越小，产业链也趋于完备。

资料来源：公开资料整理

### 3、虚拟偶像核心市场规模快速扩大

与真人偶像相比，虚拟偶像被称为“永不塌房的存在”，具有永恒存在、可塑性高、形象可控三大优势。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，满足了用户的多元化需求，其形象可控，可以汲取粉丝的各种同人创作来丰富自己的表演以及内涵，减少和粉丝之间的隔阂，更深入人心。

资料来源：观研天下整理

找明星代言面临“塌房”风险，例如高奢品牌Prada因为先后踩雷郑爽、李易峰而被网友质疑选代言人眼光不行，甚至有网友吐槽，“Prada在中国区营收主要靠解约费”。因此现在不少品牌开始将代言的合作诉求，由真人转向了“永不塌房”的虚拟偶像或IP。因此在国民文娱需求的增长，国内虚拟技术仿真效果趋向成熟，以及真人偶像们的“塌房”接踵而至时，虚拟偶像凭借其自身优势逐步出圈，叠加着元宇宙红利的爆发，我国虚拟偶像行业快速发展，其市场规模也一直保持着较快速度增长。根据数据显示，2017年，我国虚拟偶像核心市场规模约为8.1亿元；到2021年其核心市场规模便增长至62.2亿元，较2020年同比增速高达79.77%。

资料来源：公开资料整理

### 4、行业带动市场规模也高速增长

伴随着行业的快速发展，虚拟偶像的商业价值被不断发掘，商业推广、演出出场、衍生周边、直播打赏、音乐版权（虚拟歌手）、数字藏品等商业变现模式愈发丰富，越来越多产业与虚拟偶像联系在一起。国内虚拟偶像行业带动的市场规模也呈现高速增长态势。

资料来源：观研天下整理

根据数据显示，2017年我国虚拟偶像行业带动市场规模约为80.9亿元；到2019年其带动市

场规模增长至379.1亿元，较上一年同比增速高达201.35%；截止至2021年其带动市场规模增长至1074.9亿元，较2020年同比增速高达66.50%。

资料来源：公开资料整理

#### 5、市场腰部尾部IP商业化进程艰难

近些年来尽管我国虚拟偶像行业取得了快速发展，但值得关注的是的当前国内虚拟偶像的生产及运营成本高较高。一个虚拟偶像的成功，是需要巨大的资金投入。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，如果打造一场像虚拟偶像洛天依一样的演唱会，从声音制作到开演唱会的投入至少是几千万元量级。另外，虚拟偶像在养成阶段所需要投入的成本要比真人偶像更多，且其流量传播等方面的花费也相当庞大，而且一旦在传播过程中收不到好的效果，有可能导致投入资金后生产内容无法变现的情况出现，因此这也使得行业入局门槛较高。

资料来源：观研天下整理

由于行业入局门槛高，所以当前国内行业头部企业蓬勃发展，但腰部和尾部企业则破圈难度较大。目前我国虚拟偶像行业的市场上头部IP商业推广、演出、授权、周边等收益模式较为成熟，而腰部和尾部IP则由于缺少稳定的粉丝群体，在传播属性上不占优势，无法迅速获得庞大的流量积累，商业化的过程较为艰难。在此背景下，部分企业开始抄袭头部IP,使得国内市场开始出现侵权现象。

#### 6、C端商业变现模式将具有较大挖掘潜力

总的来说，当前我国虚拟偶像行业市场规模及其带动市场规模均高速增长，尽管行业现存在生产运营成本高，腰部、尾部IP商业化进程艰难等困境，但是行业整体是处于上升通道，市场有着较好的发展前景。

虚拟偶像在本质上，和真人明星一样，都是内容消费和情感消费，但与真人明星相比，虚拟偶像可塑性可控性更强，且在设计之初就有明确的受众群体和主攻领域，因此其发布后会首先在一个圈子内引起反响，在一定的流量积累后，虚拟偶像IP会开始商业化变现，形成以虚拟偶像IP为核心的生态圈。因此未来，国内虚拟偶像的IP价值将会被不断挖掘，另外，当前我国虚拟偶像行业迎来了元宇宙的助力，未来随着国内成熟元宇宙入口来到，虚拟偶像价值将会愈发凸显，行业市场规模也将稳步增长。

行业商业模式变现方面来看，尽管当前行业商业变现模式不断丰富，但目前国内虚拟偶像中

的商业变现主要还是来自B端和C端，其中B端盈利集中在品牌代言、联动、宣传合作上，而C端则是集中在游戏、演唱会、周边贩卖等领域。当前B端仍是我国虚拟偶像商业变现的主要板块，而C端稍弱。现如今国内二次元领域的主要受众群体95和00后的逐渐拥有了自主消费能力，这将使得虚拟偶像在C端流量变现、内容变现等方面将会获得更好的支撑。因此未来随着虚拟偶像行业在国内的持续普及，未来其C端商业变现模式也将具有较大挖掘潜力。

(LQM)

观研报告网发布的《中国虚拟偶像行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2022-2029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。

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 2018-2022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、虚拟偶像特点分析

## 三、虚拟偶像行业基本情况介绍

## 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

## 第三节 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

## 第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

### 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 2022-2029年世界虚拟偶像行业分布走势预测

### 第七节 2022-2029年全球虚拟偶像行业市场规模预测

## 第三章 中国虚拟偶像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偶像行业的影响分析

### 第三节 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

#### 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对虚拟偶像行业的影响分析

### 第五节 中国虚拟偶像行业产业社会环境分析

## 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

#### 一、影响中国虚拟偶像行业市场规模的因素

#### 二、中国虚拟偶像行业市场规模

#### 三、中国虚拟偶像行业市场规模解析

### 第三节 中国虚拟偶像行业供应情况分析

#### 一、中国虚拟偶像行业供应规模

#### 二、中国虚拟偶像行业供应特点

### 第四节 中国虚拟偶像行业需求情况分析

#### 一、中国虚拟偶像行业需求规模

#### 二、中国虚拟偶像行业需求特点

### 第五节 中国虚拟偶像行业供需平衡分析

## 第五章 中国虚拟偶像行业产业链和细分市场分析

### 第一节 中国虚拟偶像行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、虚拟偶像行业产业链图解

### 第二节 中国虚拟偶像行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对虚拟偶像行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对虚拟偶像行业的影响分析



### 第三节 我国虚拟偶像行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国虚拟偶像行业市场竞争分析

### 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格局分析
- 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 2018-2022年中国虚拟偶像行业模型分析

### 第一节 中国虚拟偶像行业竞争结构分析（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 中国虚拟偶像行业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、中国虚拟偶像行业SWOT分析结论

### 第三节 中国虚拟偶像行业竞争环境分析（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 2018-2022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、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、中国虚拟偶像行业平均价格趋势分析
- 二、中国虚拟偶像行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国虚拟偶像行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国虚拟偶像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 中国虚拟偶像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 中国虚拟偶像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 2018-2022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析

#### 一、影响虚拟偶像行业区域市场分布的因素

#### 二、中国虚拟偶像行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区虚拟偶像行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区虚拟偶像行业市场分析

##### (1) 华东地区虚拟偶像行业市场规模

##### (2) 华南地区虚拟偶像行业市场现状

##### (3) 华东地区虚拟偶像行业市场规模预测

### 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、华中地区虚拟偶像行业市场分析

##### (1) 华中地区虚拟偶像行业市场规模

##### (2) 华中地区虚拟偶像行业市场现状

##### (3) 华中地区虚拟偶像行业市场规模预测

### 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、华南地区虚拟偶像行业市场分析

##### (1) 华南地区虚拟偶像行业市场规模

##### (2) 华南地区虚拟偶像行业市场现状

##### (3) 华南地区虚拟偶像行业市场规模预测

### 第五节 华北地区虚拟偶像行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区虚拟偶像行业市场分析

##### (1) 华北地区虚拟偶像行业市场规模

##### (2) 华北地区虚拟偶像行业市场现状

##### (3) 华北地区虚拟偶像行业市场规模预测

## 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、东北地区虚拟偶像行业市场分析
  - (1) 东北地区虚拟偶像行业市场规模
  - (2) 东北地区虚拟偶像行业市场现状
  - (3) 东北地区虚拟偶像行业市场规模预测

## 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、西南地区虚拟偶像行业市场分析
  - (1) 西南地区虚拟偶像行业市场规模
  - (2) 西南地区虚拟偶像行业市场现状
  - (3) 西南地区虚拟偶像行业市场规模预测

## 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、西北地区虚拟偶像行业市场分析
  - (1) 西北地区虚拟偶像行业市场规模
  - (2) 西北地区虚拟偶像行业市场现状
  - (3) 西北地区虚拟偶像行业市场规模预测

## 第九节 2022-2029年中国虚拟偶像行业市场规模区域分布预测

## 第十一章 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
- .....

## 第十二章 2022-2029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 中国虚拟偶像行业规模发展预测

- 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

## 第十三章 2022-2029年中国虚拟偶像行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 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

### 第二节 虚拟偶像行业风险分析

- 一、虚拟偶像行业宏观环境风险
- 二、虚拟偶像行业技术风险
- 三、虚拟偶像行业竞争风险
- 四、虚拟偶像行业其他风险

### 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

## 第十四章 2022-2029年中国虚拟偶像行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国虚拟偶像行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节 中国虚拟偶像行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节 虚拟偶像行业营销策略分析

- 一、虚拟偶像行业产品策略
- 二、虚拟偶像行业定价策略
- 三、虚拟偶像行业渠道策略
- 四、虚拟偶像行业促销策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202212/619983.html>