

中国虚拟主播行业生态研究 报告

©2022.10 iResearch Inc.



行业前景：虚拟主播市场规模稳增，受众群体不断扩大，预计2022 年市场规模达到50 亿元左右。考虑到行业已进入技术升级迭代的新阶段且开始共享泛娱乐与直播大市场的流量红利，预计虚拟主播市场规模将会继续保持稳定增长态势。



运营模式：上游的软硬件供应商构建完整的技术体系，承接技术管线的搭建需求；中游的IP运营业务由互联网大厂及合作的内容服务商掌握，积累丰富实践经验；下游的应用场景已形成多元化变现渠道，运营版权与直播打赏成为主要变现方式。

中国虚拟主播定义及发展背景

1

中国虚拟主播行业现状分析

2

中国虚拟主播用户分析

3

中国虚拟主播行业发展趋势

4

虚拟人概念提出

虚拟人及其代表的形象可视为连接元宇宙的第一道身份接口

虚拟人这一概念随2020年元宇宙热潮迅速发酵——2021年3月，一款主打青少年游戏社交与UGC自由变现的游戏公司roblox上市。在招股书中，Roblox被定义为元宇宙（metaverse）概念。元宇宙概念突然进现后，瞬间引起了全球性的关注，无论是Facebook改名Meta，还是资本市场中带有元宇宙概念的股票受到追捧，元宇宙成为贯穿2021年中国乃至全球资本市场的主要概念。在经过第一轮元宇宙概念炒作后，大众对于元宇宙的看法逐步回归理性，无论是行业参与者、投资者还是普通用户都开始思考，何为真正的元宇宙、如何实现元宇宙。在这样的大背景下，作为元宇宙概念下“虚拟身份”以及“虚实相生”的直接体现，虚拟人及其代表的虚拟形象这一新兴定义逐渐步入大众视野。



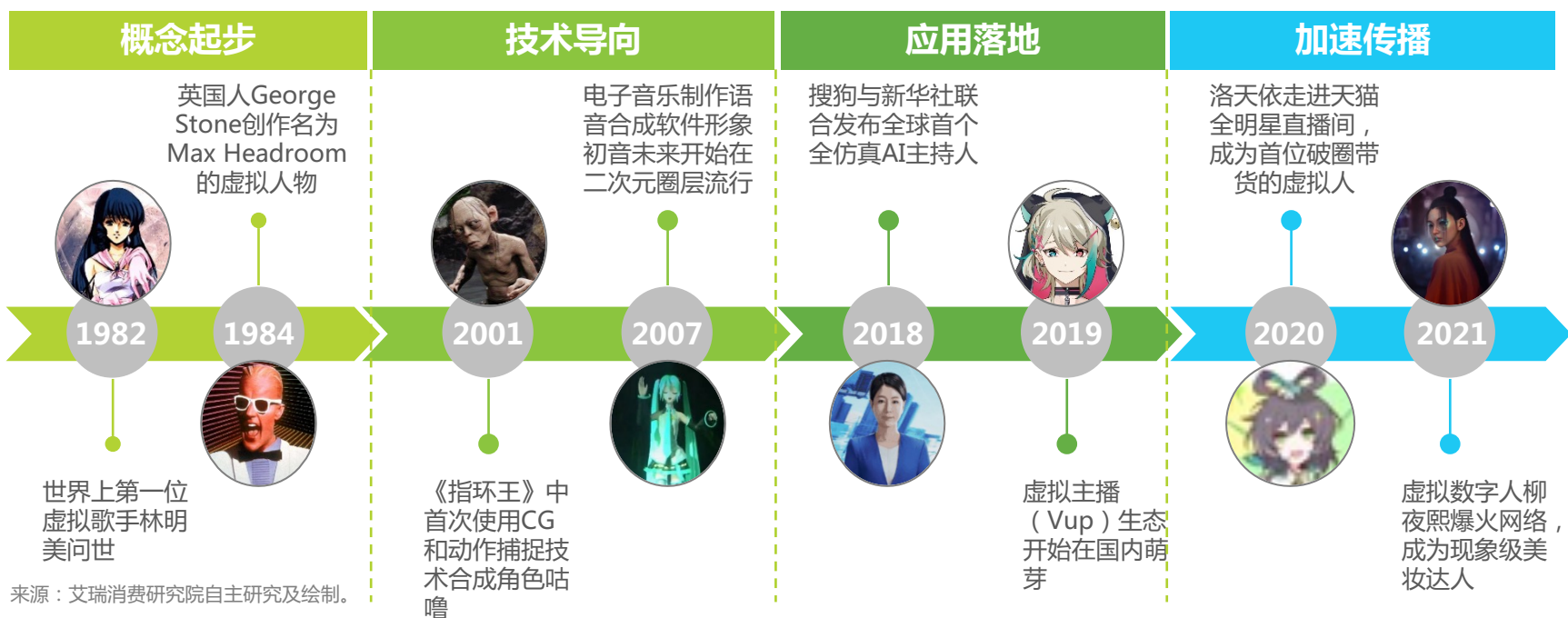
虚拟人落地出多样化应用场景

形式愈发多样，虚拟偶像是探索虚拟形象应用的理想载体

纵观虚拟人发展历史，可以说，虚拟人的发展完全取决于所处时代之科技技术与群众内容需求的结合。从最初完全2D的虚拟歌姬起源“林明美”到现象级3D虚拟歌姬“初音未来”、从已经通报休眠的初代Vtuber“绊爱”到bilibili直播顶流Vup“小海梓女团”、从男性虚拟主播缺位到以“阿萨Aza”为主的男性主播成为重要行业参与者，在虚拟人的发展史里可以发现建模、动捕、音频等技术的快速迭代，以及音声、直播、偶像等内容形式的频繁更新；“技术”以及“内容”是直接左右虚拟人功能形式与其所能取得成绩的关键因素。

虚拟偶像是技术革新与IP内容结合下应运而生的产物，集中体现技术迭代成果的同时，也承接了文娱市场的大众情感诉求，精准击中市场痛点，作为理想载体便于探索虚拟人形象的多样性应用。

虚拟偶像形式发展过程



虚拟主播概念定义

虚拟主播：目前虚拟偶像概念下的主要赛道之一

虚拟主播，是指以虚拟形象在视频网站上进行活动的内容创作者，是一种基于动作捕捉技术的新兴主播形式。制作者通过动画形象配合真人动作捕捉、表情捕捉技术，让主播降格进入二次元，同时依靠游戏、聊天、唱歌、联动等直播内容进行输出，获得粉丝，并最终通过周边、付费订阅、打赏等方式完成变现。动作捕捉镜头后的真人被用户称为“中之人”，而直播画面上的形象则被用户戏称为“皮套”。这类主播在国内主要以二次元形象为主，在海外，尤其是欧美地区则存在一些头部主播使用偏向拟真画风虚拟人作为形象。可以认为虚拟主播是综合了虚拟偶像与直播主播的复合概念。现存内容边界可以视为传统直播业态的衍生。

目前已出现的虚拟偶像应用形式

类型	虚拟主播	虚拟歌手	Vhuman	IP显化	名人数字孪生	其他类虚拟人式产品或服务
主要内容形式	直播，音乐作品	音源，二创	长短视频	品牌代言	短视频、二创，舞台演出	智能AI
变现方法	直播打赏，周边	软件使用权，周边，代言联动	带货，代言联动	不以变现为主要目的	代言联动，演出增值，漫画版权，周边	软件使用权
代表性人物、企划	 VirtuaReal，Asoul	 洛天依，初音未来	 Ayayi，柳夜熙	 KI上校，花西子	 迪丽冷巴，韬斯曼	 小爱同学，百度小度

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

虚拟主播行业的发展过程

由技术、市场需求等多因素主导，智能化个性化成为发展趋势

萌芽期 2013-2016

时代背景：

- 移动互联网行业进入快速上行期
- 数字替身、CG技术广泛运用逐渐成熟
- 虚拟人技术尝试对接线下应用场景

阶段特征：

- 虚拟主播进行概念性尝试并取得技术进步。从2D 到3D 虚拟人物，虚拟形象不断完善；
- AI 能力不足导致成本高昂且制作效率低下。

代表事件：

- 网络直播设备由PC端转向移动端，秀场、游戏和电商等直播场景陆续上线；
- 洛天依等虚拟形象逐渐建立口碑，获得市场认可。

探索期 2016-2022

时代背景：

- 人工智能突破商业化的临界点，深度学习技术开始多领域渗透；
- 直播行业迅猛发展。二次元文化中，舞蹈、直播剪辑、同人插画等再创作产生流量叠加效应。

阶段特征：

- 虚拟主播的人物表达、合成显示、识别感知、分析决策的AI 能力显著提升；
- 虚拟主播规模化商业应用，大量虚拟主播在市场涌现；
- 头部互联网企业依托先发优势加速布局，通过游戏、音乐等细分内容划定圈层。

代表事件：

- 2018年搜狗和新华社联合推出了全球首个AI 合成主播；
- 2019 年央视网络春晚推出AI 虚拟主播团队，AI 合成主播呈遍地开花的状况。

成长期 2023- ?

时代背景（预测）：

- 元宇宙概念兴起，虚拟现实市场迅速扩张，催化行业加速发展；
- 媒体深度融合，自动化程度提高，技术下放至普通用户。

阶段特征（预测）：

- 行业竞争日趋激烈，流量向顶部聚集，产品向智能化、个性化发展；
- 虚拟形象定制设计成本大幅降低，普遍化商业应用具备可行性；
- VR/AR等硬软件设备升级，创造全新的商业应用场景。

来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

中国虚拟主播行业政策环境

密集发布政策性文件，为行业提供政策背书及合规框架指引

从政策面来看，2020年至今，中央到地方政府机构密集出台关于元宇宙及网络直播行业的管理办法和政策文件，显示出政府管理部门对网络直播行业的密切关注以及加强监管、引导行业走上正规的坚定态度。值得注意的是，虽然相关政策文件中包含部分限制性管理条例，但实施意图更多是为行业发展标明底线红线，目的是引导行业持续规范化和良性健康发展。

“十四五”期间出台元宇宙规划的主要省市

2020-2022年网络直播行业相关法规条例

- 国内各省市推进元宇宙产业落地的力度差别显著；
- 地域上看，东南沿海区域相较于内陆省市明显态度更积极

实施时间	法律法规文件	核心内容
2020.11	《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》	网络秀场直播平台要对 网络主播 和“打赏”用户实行 实名制管理 ，要通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施，确保实名制要求落到实处。
2021.06	《未成年人保护法》	网络直播服务提供者不得为 未满十六周岁的未成年人 提供网络直播发布者账号注册服务；
2021.10	《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》	要求推动 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。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47202

