



互联网传媒行业深度报告： 虚拟人浪潮席卷 探索海外 市场发展



虚拟人：技术驱动行业发展，场景内容不断丰富虚拟人，是运用先进技术构建真人的“数字孪生”，放在元宇宙中看，是元宇宙的用户交互界面。整个行业从 20 世纪初开始起步，随着 CG、动作捕捉、AI 等技术革新，行业经历探索期，初期，到 2020 年进入成长期，乘着元宇宙爆发的红利，虚拟人的形态和应用场景不断丰富，变现路径和市场潜力明确，商业化模式虽未完全成熟，但也在向多元化方向持续演进。玩家方面，国内外大厂以及垂直领域公司纷纷入局，行业有望迎来加速成长。

海外虚拟人布局：各国发展趋势差异明显，方向各有侧重美国在技术和平台层的优势最为雄厚，以英伟达、EpicGames 为代表的各大科技、游戏巨头布局虚拟人市场，推出虚拟人制作平台。在应用层面，美国公司更偏向泛娱乐方向，着重虚拟 IP 的打造。欧洲各国更关注关怀陪伴等“精神”层面追求，叠加较成熟的“拟人化”技术，在特定场景提供情感向的服务方面更为突出，落地场景包含医疗顾问、日常陪伴等。相较欧美而言，受亚洲思想文化等因素影响，日韩虚拟偶像的发展势头尤为迅猛，虚拟人主要在文娱方面落地。日本二次元文化根植，在虚拟人的接受度和发展速度上拥有其他国家难以企及的优势，是最早形成虚拟人商业化的市场，风格上二次元+超写实风格共同发展。韩国形成全链路的发展模式，技术端，以三星为代表的技术大厂在相关领域布局多年，是元宇宙的主导力量之一，应用端，韩国落地场景丰富，涵盖服务层和娱乐全方面的虚拟人应用。

国内外发展对比：海外底层技术及平台领跑，国内应用场景丰富从产

产业链看，海外与国内在上游技术水平、产品模式、以及下游落地场景均有一定差异。在底层技术层面，国外起步较早，综合实力相对领先，能够更好地切入相对需要更高交互能力的服务型场景。而在国内，移动互联网发展迅速，元素多元，相对在应用端创新能力较强，在触达用户的广度上更具优势，直播场景是我国特有的虚拟人落地场景。

风险提示：虚拟人技术发展不及预期；政策监管不明晰；法律问题；伦理和道德问题

关键词：二次元 直播

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_35373

