

2024-2030年中国数字人行业分析与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国数字人行业分析与市场调查预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202404/452318.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国数字人行业分析与市场调查预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：数字人产业综述及数据来源说明

1.1 数字人产业界定

1.1.1 数字人的界定

1.1.2 数字人相似概念辨析

1、““数字人”、“虚拟人”及“虚拟数字人”概念辨析

2、““数字人”、“机器人”和“仿生人”概念辨析

1.1.3 《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》中数字人产业归属

1.2 数字人的分类

1.2.1 按人格象征分

1.2.2 按系统逻辑结构分

1.2.3 按角色类型分

1.2.4 按产品外形分

1.2.5 按驱动技术分

1.2.6 按社会功能分

1.3 数字人产业监管规范体系

1.3.1 数字人专业术语说明

1.3.2 数字人产业监管体系介绍

1、中国航空涂料行业主管部门

2、中国航空涂料行业自律组织

1.3.3 数字人产业标准体系建设现状

1、中国数字人标准体系建设

2、中国数字人现行国家标准汇总

3、中国数字人现行团体标准汇总

4、中国数字人现行企业标准汇总

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：数字人产业发展现状调研及前景趋势洞察

2.1 数字人产业发展历程介绍

2.2 数字人产业发展现状分析

2.2.1 数字人产业硬件层面发展现状分析

1、VR设备发展现状

2、3D动作捕捉设备发展现状

2.2.2 数字人产业软件/平台层发展现状分析

1、建模技术发展现状

2、驱动技术发展现状

3、渲染技术发展现状

2.3 数字人产业区域发展格局及重点区域市场研究

2.3.1 重点区域一：美国数字人市场分析

2.3.2 重点区域二：欧洲数字人市场分析

2.4 数字人产业市场竞争格局分析

2.4.1 数字人产业市场竞争格局

2.4.2 数字人产品解决方案和服务

1、虚拟偶像

2、虚拟分身

3、多模态助手

2.5 数字人产业发展趋势预判

数字人产业发展趋势预判

第3章：中国数字人产业供需规模及发展痛点分析

3.1 中国数字人产业核心技术分析

3.1.1 中国数字人技术流程

1、虚拟数字人通用系统框架

2、真人驱动型数字人技术流程

3、算法驱动型数字人技术流程

3.1.2 数字人建模技术分析

1、静态重建技术

2、动态光场重建技术

3.1.3 数字人动作捕捉技术分析

3.1.4 数字人渲染技术分析

3.1.5 数字人AI技术分析

3.1.6 中国数字人产业科研创新成果

1、中国数字人研究偏向技术领域

2、专利技术生命周期

3、专利申请趋势

4、专利热门申请人

5、专利热门技术

3.2 中国数字人产业发展历程介绍

3.2.1 中国数字人产业演变历程

3.2.2 中国数字人企业布局历程

3.2.3 中国数字人产业发展历程展望

3.3 中国数字人产业市场主体分析

3.3.1 中国数字人产业市场主体类型

3.3.2 中国数字人产业企业入场方式

3.3.3 中国数字人产业企业数量规模

1、中国数字人产业企业数量变动

2、中国数字人产业企业注册资

本分布 3、中国数字人产业企业注册区域分布 3.4 中国数字人市场产品分析 3.4.1 中国数字人产品特征分析 1、数字人产品特征分析 2、数字人产品结构特征分析 3.4.2 中国数字人产品定价现状 1、数字人产品生产成本 2、数字人开放平台费用 3.4.3 中国数字人产品案例分析 1、中国数字人典型业态分析 2、虚拟偶像典型案例-柳夜熙 3、虚拟员工典型案例-AIYA 4、虚拟主播典型案例-小C 3.5 中国数字人产业市场需求状况 3.5.1 中国数字人产业需求特征分析 1、社交媒体多元化推动数字人宣传 2、数字人形象创造自由迎来用户好评 3、虚拟主播：真人+虚拟共存更被看好 4、数字员工：虚拟客服和教育领域数字人普及度更广 3.5.2 中国数字人产业需求现状分析 1、中国数字人用户画像 2、中国用户为数字人花费情况 3.5.3 中国数字人商业应用价值分析 3.6 中国数字人产业市场规模体量分析 3.7 中国数字人产业发展痛点分析 3.7.1 中国数字人产业内生发展痛点分析 3.7.2 中国数字人产业外在环境制约分析 第4章：中国数字人产业市场竞争状况及融资并购分析 4.1 中国数字人产业市场竞争布局状况 4.1.1 中国数字人产业竞争者入场进程 4.1.2 中国数字人产业竞争者区域分布热力图 4.1.3 中国数字人产业竞争者战略布局状况 4.2 中国数字人产业市场竞争格局分析 4.2.1 中国数字人产业企业竞争格局分析 4.2.2 中国数字人综合竞争力分析 1、清华大学《2022虚拟数字人综合评估指数报告》 2、中国传媒大学《中国虚拟数字人影响力指数报告（2021年度）》 4.3 中国数字人产业市场集中度分析 4.4 中国数字人产业波特五力模型分析 4.4.1 中国数字人行业供应商的议价能力 4.4.2 中国数字人行业消费者的议价能力 4.4.3 中国数字人行业新进入者威胁 4.4.4 中国数字人行业替代品威胁 4.4.5 中国数字人行业现有企业竞争 4.4.6 中国数字人产业竞争状态总结 4.5 中国数字人产业投融资、兼并与重组状况 4.5.1 中国数字人产业投融资发展状况 4.5.2 中国数字人产业兼并与重组状况 第5章：中国数字人产业链全景梳理及上游产业发展分析 5.1 中国数字人产业结构属性（产业链）分析 5.1.1 中国数字人产业链结构梳理 5.1.2 中国数字人产业链生态图谱 5.2 中国数字人产业上游硬件供给现状分析 5.2.1 中国显示设备市场供给现状 1、增强现实设备（AR）市场现状（1）出货量（2）产品单价 2、虚拟现实设备（VR）市场现状（1）出货量（2）产品单价 3、其他显示设备供给现状（1）智能手机出货量（2）投影仪出货量 5.2.2 中国交互相关器件市场供给现状 1、光学器件供给分析 2、光学成像设备供给分析 3、传感器供给分析（1）传感器典型供应商分析（2）传感器部分产品价格水平分析 5.2.3 中国芯片市场供给现状分析 1、中国芯片整体供给现状 2、GPU芯片供给现状（1）GPU芯片本土供给现状（2）GPU供给企业投产现状 3、CPU芯片供给现状 4、存储芯片供给现状 5、模拟芯片供给现状 5.2.4 中国算力基础设施供给现状分析 1、中国云计算行业供给现状 2、中国超算行业供给现状（1）超算中心（2）超算代表企业 3、中国数据中心建设现状 5.3 中国数字人产业上游软件供给现状分析 5.3.1 中国建模技术供给市场现状 5.3.2 中国渲染技术供给市场现状 5.3.3 动作设计技术供给市场现状 1、动作捕捉技术供给 2、智

能动作合成技术供给 5.3.4 AI智能技术供给市场现状 5.4 中国数字人产业上游供应能力分析

第6章：中国数字人产业细分产品市场发展状况 6.1 中国数字人产业细分市场结构 6.2 中国数字人市场分析：服务型数字人 6.2.1 服务型数字人市场概述 6.2.2 服务型数字人市场发展现状 1、虚拟主持人 2、虚拟客服 3、导航导览 4、医疗健康顾问 5、个性化交互AI助手 6.2.3 服务型数字人发展趋势 6.3 中国数字人市场分析：身份型数字人 6.3.1 身份型数字人市场概述 6.3.2 身份型数字人市场发展现状 1、时尚流数字人 2、歌舞流数字人 3、次元流数字人 4、短剧流数字人 5、带货流数字人 6、分身流数字人 7、平民流数字人 6.3.3 身份型数字人发展趋势

第7章：中国数字人产业下游应用市场需求状况 7.1 中国数字人产业下游应用场景分布 7.1.1 中国数字人应用场景分布 7.1.2 中国数字人应用行业领域分布及应用概况 7.2 中国影视领域数字人需求潜力分析 7.2.1 中国影视行业发展状况 1、中国电影产量 2、中国电影票房 3、中国电影观影人数 7.2.2 中国影视领域数字人需求现状分析 1、数字替身使用案例 2、虚拟演员发布案例 7.2.3 中国影视领域数字人需求趋势 7.3 中国传媒领域数字人需求潜力分析 7.3.1 中国传媒发展状况 1、中国网民规模 2、中国新媒体用户结构 3、新媒体营销与广告市场体量 7.3.2 中国传媒领域数字人需求现状分析 1、虚拟博主案例分析 2、虚拟主持人案例分析 3、虚拟偶像案例分析 7.3.3 中国传媒领域数字人需求趋势 7.4 中国游戏领域数字人需求潜力分析 7.4.1 中国游戏发展状况 1、中国网络游戏用户规模 2、中国网络游戏产业收入 3、中国网络游戏产品结构 7.4.2 中国游戏领域数字人需求现状分析 7.4.3 中国游戏领域数字人需求趋势 7.5 中国金融领域数字人需求潜力分析 7.5.1 中国金融发展状况 1、银行业科技投入 2、保险业科技投入 3、证券业科技投入 7.5.2 中国金融领域数字人需求现状分析 1、银行业数字人产品 2、私募业数字人产品 7.5.3 中国金融领域数字人需求趋势 7.6 中国旅游领域数字人需求潜力分析 7.6.1 中国旅游发展状况 1、中国在线旅游用户规模 2、中国科技在旅游领域的应用模型 7.6.2 中国旅游领域数字人需求现状分析 7.6.3 中国旅游领域数字人需求趋势

第8章：及中国数字人产业代表性企业布局案例研究 8.1 及中国数字人代表性企业布局梳理及对比 8.2 数字人代表性企业布局案例分析 8.2.1 Facebook（Meta） 1、企业发展历程及基本信息 2、企业运营状况 3、企业数字人业务布局状况 8.2.2 英伟达 1、企业基本信息 2、企业运营状况 3、企业数字人业务布局状况 8.3 中国数字人代表性企业布局案例分析 8.3.1 北京中科深智科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.2 科大讯飞股份有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业数字人相关技术进展 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.3 北京百度网讯科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业数字人相关技术布局 5、企

业数字人业务发展优劣势分析 8.3.4 上海商汤智能科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.5 深圳市腾讯计算机系统有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.6 北京红棉小冰科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.7 北京火山引擎科技有限公司 1、企业基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业数字人相关技术布局 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.8 杭州相芯科技有限公司 1、企业基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.9 深圳追一科技有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 8.3.10 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 1、企业发展历程及基本信息 2、企业数字人产品解决方案及服务 3、企业数字人业务布局及发展状况 4、企业融资历程 5、企业数字人业务发展优劣势分析 第9章：中国数字人产业发展环境洞察 9.1 中国数字人产业经济（Economy）环境分析 9.1.1 中国宏观经济发展现状 1、中国GDP及增长情况 2、中国三次产业结构 3、中国第三产业增加值 9.1.2 中国宏观经济发展展望 1、国际机构对中国GDP增速预测 2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测 9.1.3 中国数字人产业发展与宏观经济相关性分析 9.2 中国数字人产业社会（Society）环境分析 9.2.1 中国数字人产业社会环境分析 1、中国人口规模及增速 2、中国城镇化水平变化 3、中国居民人均可支配收入 4、中国居民消费习惯变化 5、中国网民规模及互联网普及率 9.2.2 社会环境对数字人产业发展的影响总结 9.3 中国数字人产业政策（Policy）环境分析 9.3.1 国家层面数字人产业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类） 1、国家层面数字人产业政策汇总及解读 2、国家层面数字人产业规划汇总及解读 9.3.2 国家及地方重点规划/政策对数字人产业发展的影响 1、国内首个数字人产业专项支持政策对数字人产业发展的影响 2、《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022-2026年）》对数字人产业发展的影响 9.3.3 政策环境对数字人产业发展的影响总结 9.4 中国数字人产业SWOT分析 第10章：中国数字人产业市场前景预测及发展趋势预判 10.1 中国数字人产业发展潜力评估 10.2 中国数字人产业发展前景预测 10.3 中国数字人产业发展趋势预判 10.3.1 中国数字人产业技术发展趋势 10.3.2 中国数字人产业商业演进趋势 10.3.3 中国数字人产业资本投入趋势 第11章：中国数字人产业投资战略规划策略及建议 11.1 中国数字人产业进入与退出壁垒 11.1.1 数字人产业进入壁垒分析 11.1.2 数字人产业退出壁垒分析 11.2 中国数字人产业投资风险预警 11.3 中国数字

人产业投资机会分析 11.4 中国数字人产业投资价值评估 11.5 中国数字人产业投资策略与建议 11.6 中国数字人产业可持续发展建议 图表目录 图表1：数字人示意图 图表2：“数字人”、“虚拟人”及“虚拟数字人”概念辨析 图表3：数字人概念辨析示意图 图表4：“数字人”、“机器人”和“仿生人”概念辨析 图表5：《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》中数字人产业归属 图表6：按人格象征分数字人类型 图表7：按系统逻辑分数字人类型 图表8：按角色类型分数字人类型 图表9：按产品外形分数字人的分类 图表10：按驱动技术分数字人分类 图表11：按社会功能分数字人分类 图表12：数字人专业术语说明 图表13：中国数字人行业监管体系构成 图表14：中国数字人行业主管部门 图表15：中国数字人行业自律组织 图表16：中国数字人标准体系建设 图表17：截至2022年中国数字人现行国家标准汇总 图表18：截至2022年中国数字人现行团体标准汇总 图表19：截至2022年中国数字人现行企业标准汇总 图表20：本报告研究范围界定 图表21：本报告权威数据资料来源汇总 图表22：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表23：数字人产业发展历程 图表24：2018-2022年虚拟现实（VR）终端头显产品出货量变化情况（单位：万台，%） 图表25：2018-2021年虚拟现实（VR）行业市场规模分析（单位：亿元） 图表26：主要捕捉技术特性及硬件成本对比 图表27：国际3D动作捕捉设备供应商 图表28：数字虚拟人核心视觉制作核心技术类别 图表29：主要建模技术发展情况 图表30：主要驱动技术发展情况 图表31：主要驱动技术发展情况 图表32：美国数字人相关政策环境 图表33：美国数字人产业主要竞争者 图表34：欧洲数字人产业主要竞争者 图表35：数字人产业市场竞争格局 图表36：2021年海外ins头部虚拟网红 图表37：头部虚拟网红及运营公司 图表38：截至2022年11月部分虚拟形象社交产品 图表39：截至2022年11月部分虚拟形象社交产品 图表40：数字人产业发展趋势预判 图表41：虚拟数字人通用系统框架示意图 图表42：真人驱动型数字人技术流程示意 图表43：算法驱动型数字人技术流程示意 图表44：中国数字人静态重建技术分析 图表45：中国数字人静态重建技术对比 图表46：数字人动作捕捉技术分析 图表47：数字人动作捕捉技术方案性能对比 图表48：数字人渲染技术分析 图表49：数字人AI技术类型和布局典型企业 图表50：中国数字人技术关键词示意图 图表51：中国数字人技术生命周期分析（单位：项，人） 图表52：2011-2022年中国数字人专利申请变动趋势（单位：项，%） 图表53：截至2022年中国数字人热门申请人TOP10（单位：项） 图表54：截至2022年数字人行业热门技术（单位：次） 图表55：截止2022年中国数字人行业技术构成（单位：项，%） 图表56：中国数字人产业发展历程 图表57：中国数字人企业布局历程 图表58：中国数字人产业发展历程展望 图表59：中国数字人行业市场主体类型构成 图表60：中国数字人行业企业入场方式分析 图表61：2011-2022年中国数字人产业历年新增企业数量变动趋势（单位：家） 图表62：截至2022年中国数字人产业企业注册资本分布（单位：%） 图

表63：截至2022年中国数字人产业企业注册区域分布热力图 图表64：数字人产品特征 图表65：数字人产品结构特征 图表66：数字人开放平台产品架构（以阿里云平台为例） 图表67：数字人开放平台计费模式分析（以阿里巴巴为例） 图表68：中国数字人典型业态分析 图表69：柳夜熙相关信息概况 图表70：AlYA相关信息概况 图表71：小C相关信息概况 图表72：2022年中国网民对数字人是否了解调研结果（单位：%） 图表73：2022年中国网民了解数字人的渠道调研结果（单位：%） 图表74：2022年中国网民对数字人满意度调研结果（单位：%） 图表75：2022年中国数字人优势点调研结果（单位：%） 图表76：2022年中国网民对虚拟主播看法调研结果（单位：%） 图表77：2022年中国网民对数字员工类型了解调研结果（单位：%） 图表78：2022年中国网民对数字员工所属行业了解调研结果（单位：%） 图表79：2021年中国数字人用户画像（单位：%） 图表80：2021年中国用户为虚拟偶像日均花费时间调研结果（单位：%） 图表81：2021年中国用户为虚拟偶像月均花费金额调研结果（单位：%） 图表82：中国数字人商业应用价值分析 图表83：2017-2021年中国数字人产业市场规模体量变动情况（单位：亿元） 图表84：中国数字人产业内生发展痛点分析 图表85：中国数字人产业外在环境制约分析 图表86：中国数字人产业竞争者入场进程 图表87：中国数字人产业竞争者区域分布热力图 图表88：中国数字人竞争者发展战略强度判定 图表89：2022年中国首批获信通院首数字人领域的权威标准认证企业及产品 图表90：2022年中国数字人产业企业综合评估 图表91：2022年中国数字人产业企业综合评估 图表92：清华大学2022虚拟数字人综合评估Top10数字人相关信息 图表93：清华大学2022虚拟数字人综合评估Top10数字人各项评估指标 图表94：2021中国虚拟数字人用户关注特征调研结果（单位：%） 图表95：中国传媒大学2021年虚拟偶像影响力指数 图表96：中国传媒大学2021年虚拟主播影响力指数 图表97：中国传媒大学2021年虚拟员工影响力指数 图表98：截至2022年11月中国数字人企业区域分布情况（单位：%） 图表99：中国数字人行业供应商的议价能力 图表100：中国数字人行业消费者的议价能力 图表101：中国数字人行业潜在进入者威胁 图表102：中国数字人行业现有企业竞争程度 图表103：中国数字人产业竞争状态总结 图表104：数字人行业资金来源汇总 图表105：2022年中国数字人行业直接融资资金来源分布（单位：%） 图表106：数字人行业投融资主体构成 图表107：2022年中国数字人行业直接投资主体分布（单位：%） 图表108：2022年中国数字人产业投融资事件汇总 图表109：2014-2022年中国数字人产业投融资规模（单位：起，亿元） 图表110：截至2022年上半年中国数字人产业投融资发展状况 图表111：中国数字人行业投融资方式/主体/轮次趋势预判 图表112：截至2022年11月中国数字人行业兼并与重组事件汇总 图表113：中国数字人行业兼并与重组类型和动因分析 图表114：中国数字人行业兼并与重组状况 图表115：中国数字人产业链结构 图表116：中国数字人产业链生态图谱 图表117：2017-2021年中国增强现实（AR）终端出货量情况（单位：万台） 图表118

：2017-2021年中国增强现实（AR）终端单价变动情况（单位：元/台） 图表119：2018-2021年中国VR头显出货量（单位：万台） 图表120：2020-2021年中国VR头显出货量价格分布（单位：万台）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/452318.html>