

2020-2025年中国虚拟偶像行业发展前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国虚拟偶像行业发展前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/media/627444.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

虚拟偶像的诞生与发展都基于强大的技术支持和商业化运作，而让消费者“为爱充电”是虚拟偶像行业可持续发展的关键一步。虚拟偶像的粉丝核心群体消费欲望非常强烈，其中最著名的当属收集控型消费，也即购买收藏虚拟偶像相关的所有物品。对于运营方而言，目前最普遍的盈利方式还是为虚拟偶像购买专辑、演唱会门票、直播打赏等等，当粉丝群体的运作达到一定程度时，虚拟偶像的粉丝社群也就应运而生了。另外一些早期为爱发电的同人创作者在创作走向成熟之后也开始为自身谋求利润，而一些特别优秀的创作者则会被运营公司签约，从而实现内容产出的良性循环。

虚拟偶像商业化进程

而虚拟偶像已经出现在越来越多的商业场合，2019年B站虚拟偶像直播营收已经达到直播服务收入的40%，而虚拟偶像一年一度的盛会BML演唱会门票票价已经超过500元，超10万人想去观看演唱会，在线观看人数超660万。调查显示泛二次元用户群体中，二次元虚拟形象的代言人类型最受用户喜爱。随着次元壁逐渐被打破，虚拟与现实之间的界限也越来越模糊，虚拟偶像的盈利能力未来可期。

2019年泛二次元用户喜爱的商业代言人类型

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。

报告目录：

第一章 虚拟偶像行业发展概述

第一节 虚拟偶像的概念

一、定义

二、特点

第二节 虚拟偶像行业发展成熟度

一、行业生命周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 虚拟偶像行业价值链分析

第四节 虚拟偶像市场发展历程分析

第五节 虚拟偶像行业特征分析

一、虚拟偶像季节性消费特征分析

二、虚拟偶像政策准入机制分析

三、虚拟偶像经营模式分析

四、虚拟偶像技术门槛分析

第二章 2019年中国虚拟偶像行业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

第二节 2019年中国虚拟偶像行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

二、虚拟偶像行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 虚拟偶像税收及进出口关税

第四节 社会环境

一、人口数量及老龄化分析

二、网民规模情况

三、90后消费群体特点分析

第五节 虚拟偶像技术环境

一、技术专利现状分析

二、虚拟偶像行业技术现状及趋势

第三章 虚拟偶像行业国内外发展概述

第一节 全球虚拟偶像行业发展现状

一、2019年全球虚拟偶像行业发展概况

二、主要国家和地区发展概况

1、美国

2、欧盟

三、全球虚拟偶像行业发展趋势

第二节 中国虚拟偶像行业发展概况

一、2019年中国虚拟偶像行业发展概况

2017年开始国内资本就已经看到了虚拟偶像粉丝经济下的商机，腾讯、网易、红杉资本等一系列互联网巨头与机构投资人悉数入场。阅文集团将旗下著名小说《全职高手》的男主角叶修虚拟偶像化之后，IP身价增长速度惊人，其形象覆盖了网剧、动漫、漫画、网文等多个领域，至2019年已经为9个品牌跨界代言，身价超10亿。2020年5月1日，洛天依在京东直播带货，在虚拟偶像缺乏大众认知的情况下一小时观看人数超270万，可见电商平台给予虚拟偶像大量的流量支持与市场对虚拟偶像的接受程度。而随着我国泛二次元用户的快速增长，市场的接受程度会快速加深。

2015-2021年我国泛二次元用户变化情况

目前虚拟偶像的发展主要面临三个问题，首先是本土化的问题，虚拟偶像毕竟是作为源自日

本的舶来品，目前我国市场国内原创的虚拟偶像依然还处于早期的模仿阶段，日本虚拟偶像在国内市场依然有着不可忽视的影响力，因此我国原创虚拟偶像创新运营模式实现本土化的生产与运营才能真正扩大市场影响力、突破小众圈子。另外虚拟偶像目前还依然作为二次元文化下的一个亚文化，真正要成为大众化的娱乐产品还需要大力推广。最关键的则在于商业化的程度与途径，尽管目前粉丝已经表达了她们强大的付费能力与消费意愿，但是除了打赏应援等直接变现的方式之外，新的商业化渠道也值得探索，从而使整个产业变得更加可持续与完整。

2020年3月国内平台按国别分类虚拟偶像打赏收入占比

二、中国虚拟偶像行业发展中存在的问题

第四章 虚拟偶像行业市场分析

第一节 国内虚拟偶像行业市场规模发展现状

一、市场规模分析

- 1、2014-2019年虚拟偶像行业市场规模及增速
- 2、虚拟偶像行业市场饱和度
- 3、国内外经济形势对虚拟偶像行业发展的影响
- 4、2020-2025年虚拟偶像行业市场规模及增速预测

二、市场结构分析

三、市场特点分析

- 1、技术变革与行业革新对虚拟偶像行业的影响
- 2、差异化分析

第二节 2014-2019年中国虚拟偶像行业产量分析

第三节 2019年虚拟偶像行业需求分析

- 一、2014-2019年我国虚拟偶像行业需求分析
- 二、2014-2019年我国虚拟偶像市场价格走势分析

第五章 虚拟偶像行业竞争态势分析

第一节 虚拟偶像行业集中度分析

- 一、虚拟偶像市场集中度分析
- 二、虚拟偶像企业分布区域集中度分析
- 三、虚拟偶像区域消费集中度分析

第二节 虚拟偶像行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 虚拟偶像行业竞争格局分析

一、2019年虚拟偶像行业竞争分析

二、2019年中外虚拟偶像产品竞争分析

三、2019年我国虚拟偶像市场竞争分析

四、国内虚拟偶像行业重点企业发展动向

第六章 中国虚拟偶像或所属行业整体运行指标分析

第一节 2017-2019年中国虚拟偶像或所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2017-2019年中国虚拟偶像或所属行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2017-2019年中国虚拟偶像或所属行业财务指标总体分析

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

第四节 产销运存分析

一、2017-2019年虚拟偶像或所属行业产销情况

二、2017-2019年虚拟偶像或所属行业库存情况

三、2017-2019年虚拟偶像或所属行业资金周转情况

第五节 2020-2025年虚拟偶像或所属行业盈利水平预测分析

第六节 2014-2019年中国虚拟偶像或所属行业进出口数据

一、2014-2019年中国虚拟偶像或所属行业进出口

二、2019年中国虚拟偶像或所属行业进口分国家

三、2019年中国虚拟偶像或所属行业出口分国家

四、2014-2019年中国虚拟偶像或所属行业进出口价格

第七章 2014-2019年中国虚拟偶像行业区域竞争全景分析

第一节 虚拟偶像行业相关行业或替代品行业发展分析

第二节 虚拟偶像行业细分产品分析

第三节 虚拟偶像行业区域发展分析

一、华东地区分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

二、华南地区现状分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

三、华中地区现状分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

四、华北地区现状分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

五、西部地区现状分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

六、东北地区现状分析

1、市场发展经济环境分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

第八章 中国虚拟偶像行业产业链分析

第一节 虚拟偶像行业产业链概述

第二节 虚拟偶像上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节 虚拟偶像下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业主要产品产量及价格情况分析

第九章 国内虚拟偶像生产厂商竞争力分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第十章 中国虚拟偶像行业投资现状与前景分析

第一节 2014-2019年中国虚拟偶像行业投资现状

一、2014-2019年中国虚拟偶像行业投资规模

二、2019年中国虚拟偶像行业投资结构

三、行业投资形势

1、行业投资壁垒

2、行业SWOT分析

3、行业五力模型分析

第二节 2020-2025年中国虚拟偶像行业投资前景分析

一、虚拟偶像行业发展前景

二、虚拟偶像发展趋势分析

三、虚拟偶像市场前景分析

第三节 2020-2025年中国虚拟偶像行业投资风险分析

一、产业政策分析「AK LSW」

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2020-2025年虚拟偶像行业投资策略及建议

第十一章 2020-2025年中国虚拟偶像行业发展预测分析

第一节 2020-2025年中国虚拟偶像行业产量预测

第二节 2020-2025年中国虚拟偶像行业需求量预测

第三节 2020-2025年中国虚拟偶像行业规模预测

第四节 2020-2025年中国虚拟偶像行业竞争预测

第五节 2020-2025年中国虚拟偶像行业发展趋势

第六节 2020-2025年中国虚拟偶像行业价格或价格指数预测

第七节 影响虚拟偶像行业发展的主要因素

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/627444.html>