

## 数字虚拟人赛道率先跑进“元宇宙”

在Tik Tok吸引了6000万观众的数字虚拟人“田豫”。

自2021年迅速走红以来，“元宇宙”给大多数人留下的印象是它还存在于“概念”阶段。然而，在过去的两天里，Tik Tok一个名叫“田豫”的数字人连续五个小时高居热门榜榜首，并有6000万人观看。很多瑞波的钱包人开始相信“超宇宙”的前景。

我们可以看到，乘着元宇宙的风，包括“田豫”在内的虚拟数字人作为主角进入了全球互联网用户的视野。虚拟数字人作为娱乐行业的新生力量，依靠技术进步，正在为内容市场带来更多可能性。资本市场也闻风而动，纷纷加入竞争轨道，形成了激烈的竞争格局。

从2D到3D，从静态到动态到交互，今天的虚拟数字人越来越拟人化和智能化。虚拟数字人的商业应用为传统领域提供了一个全新的流量出口和发展契机，为市场注入了活力，受到了众多企业和投资者的青睐。

什么是虚拟数字人？简单来说，虚拟数字人是存在于非物质世界中，由计算机技术创造的具有多重人类特征的综合产物。可分为服务型虚拟数字人(如“小米同学”)和身份型虚拟数字人(如“田豫”)。

《田豫》的不断火爆也让资本蠢蠢欲动，纷纷进入这个赛道参与角逐。据中国投资网统计，2021年，虚拟数字人相关企业投融资事件2843起，融资金额2540亿元；2022年，这个赛道依然火热，相关企业的投融资事件已经超过100起。

2021年虚拟人热度释放，大厂率先布局，纷纷进入虚拟数字人电路，形成了非常激烈的竞争格局。这也就不难理解，为什么像天神娱乐这种战略布局很广的公司，会在此刻推出“田豫”这样的虚拟数字人。

根据量子位预测，2030年中国虚拟人整体市场规模将达到2700亿元。其中，基于身份的虚拟数字人将占据主导地位，约为1750亿元，并逐渐成为元宇宙的重要组成部分，而基于服务的虚拟数字人将相对稳定地发展。多模态AI助手仍需进一步发展，各种对话式服务将升级为虚拟数字人，总规模超过950亿元。

很多业内人士认为，未来经济主流之一是为快乐付费，这几乎是内容生产行业的统

一认识。Z世代大约有2.5亿人口，已经成为中国互联网的中坚力量。外观、体验感、科技感成为了Z世代特别注重的元素。像“小米同学”、“田豫”这样的虚拟数码人，恰恰迎合了他们的娱乐需求、消费需求和审美趣味。文/刘洋