

A virtual production studio with a large LED wall and a monitor in the foreground. The monitor displays a virtual scene with two men sitting on chairs, facing each other, against a blue background with a world map. The LED wall in the background shows a similar scene. The studio is equipped with professional lighting and camera equipment.

NeXT SCENE

中国虚拟制作行业市场调研成果报告

China Virtual Production Market Research Report 2023

NeXT SCENE于2020年开始关注虚拟制作（Virtual Production）新技术应用场景，尤其是北美和欧洲头部应用案例和产业发展。2022年Q3重新进行产业调研后，发现中国虚拟制作技术应用案例在2年内逐渐增多，产业链上中下游初具规模，新企业涌现，专业虚拟拍摄棚开始兴起。

于是在Q4针对中国虚拟制作市场进行了一次小范围定向用户调研，本报告为行业调研成果的总结归纳，仅供行业内研究参考。

2023.02

关于 NeXT SCENE

NeXT SCENE

NeXT SCENE于2018年在纽约成立，2020年在上海设立分部，是全球知名的“沉浸式”体验娱乐策划咨询和研究机构。组织策划NeXT SUMMIT全球沉浸式产业峰会、首届中国沉浸产业峰会。致力于促进“沉浸式”体验娱乐行业发展和国际交流，探索未来叙事与VR/AR、元宇宙、人工智能AIGC、Web3等新科技融合下的新型体验场景。

NeXT SCENE研究团队持续追踪沉浸式体验娱乐场景和最新底层科技的进展，并秉承知行合一的原则参与实际项目的孵化和落地。实体项目涵盖文商旅沉浸式体验综合体、沉浸式戏剧、沉浸式体验营销，虚拟项目涵盖虚拟演唱会、元宇宙平台、数字人等多种类型。

1. 从业人员画像 | 样本画像

- 1.1 产业链中具体角色
- 1.2 产业上下游分布
- 1.3 地区分布

2. 行业应用情况及市场现状

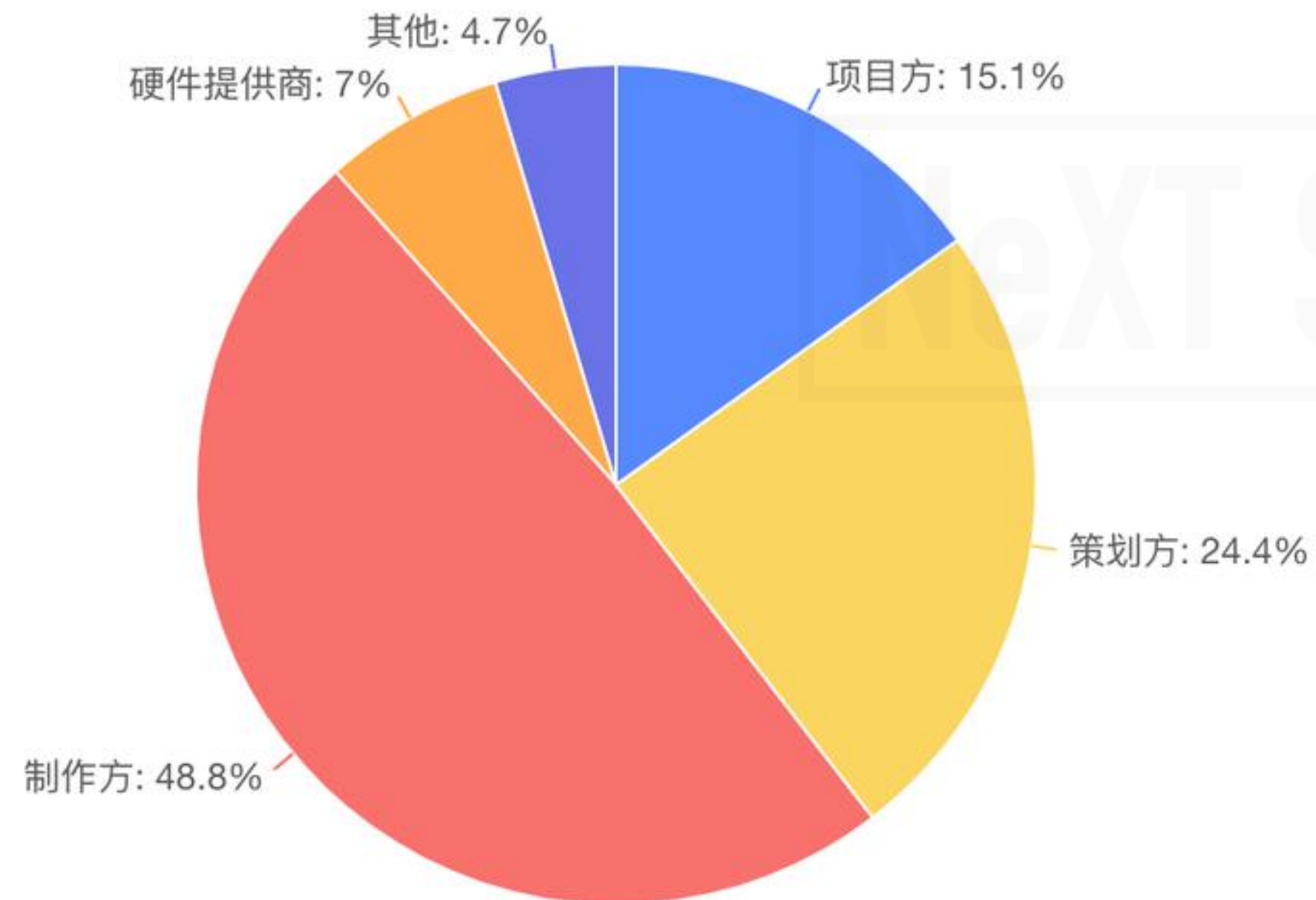
- 2.1 对虚拟制作的了解程度
- 2.2 最早接触虚拟制作的时间
- 2.3 使用虚拟制作技术的原因
- 2.4 了解技术的种类和掌握程度
- 2.5 有项目经验的比例
- 2.6 对于报价的了解程度
- 2.7 虚拟制作应用主要客户
- 2.8 使用虚拟制作的项目类型
- 2.9 虚拟拍摄相关资讯了解渠道及内容诉求偏好
- 2.10 租建棚意向
- 2.11 建棚需要支持

3. 虚拟制作行业应用痛点

- 3.1 上游行业痛点
- 3.2 中游行业痛点
- 3.3 下游行业痛点

1. 从业人员画像 | 样本画像

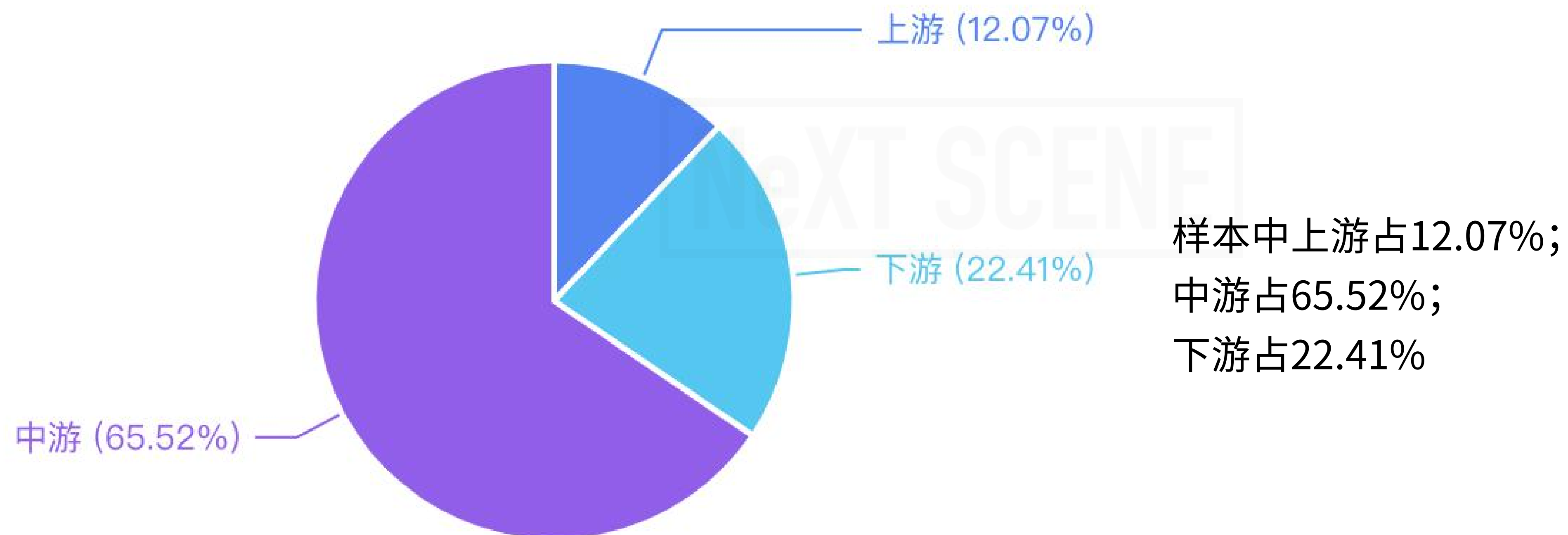
1.1 产业链中具体角色



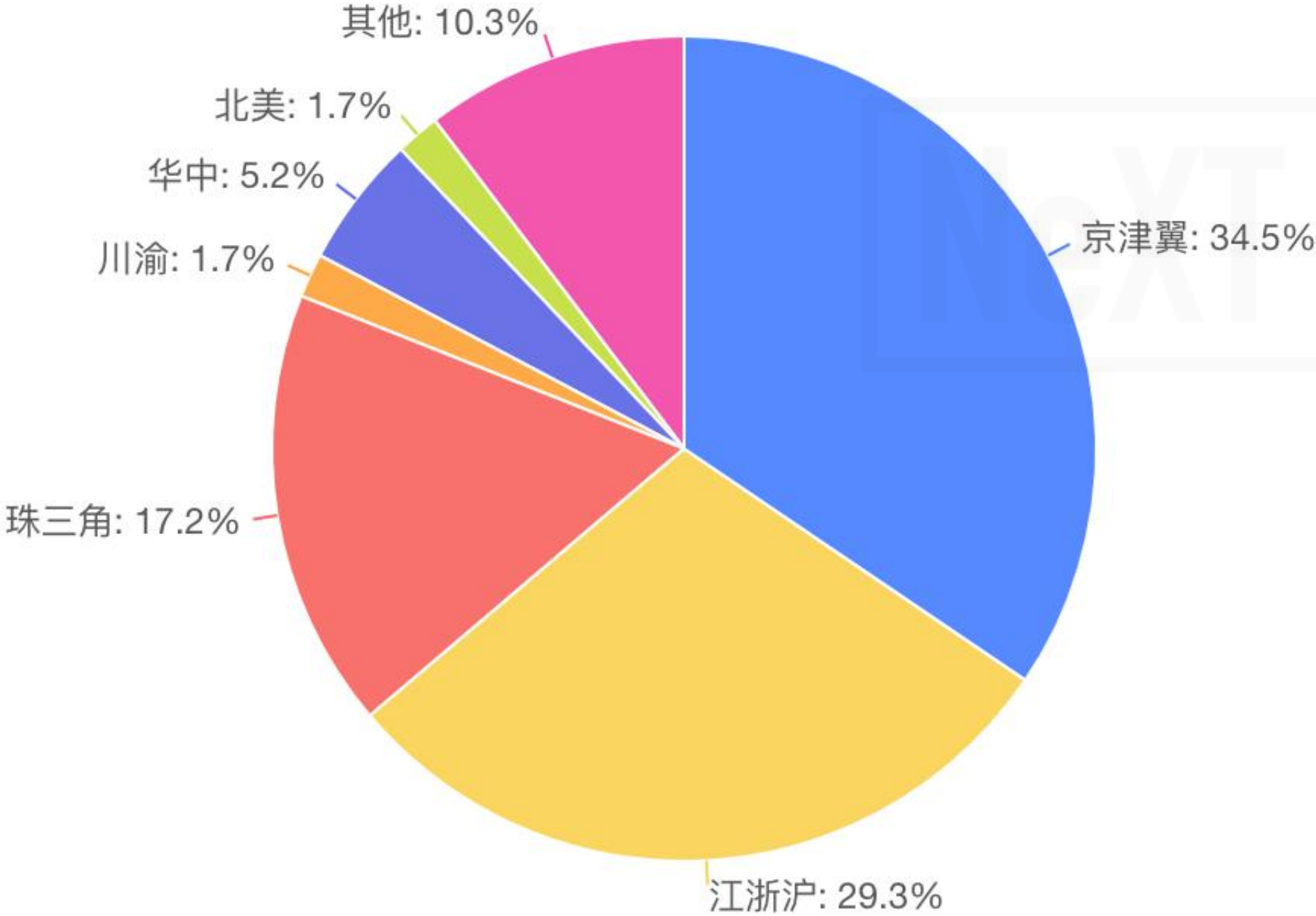
NeXT SCENE针对调研问卷用户从产业链角色层面先进行了划分，上游硬件供应商，中游策划、制作方，以及下游的项目甲方

本次问卷受访对象绝大多数为中游制作和策划方，也是目前行业中主要活跃角色

1.2 产业上下游分布



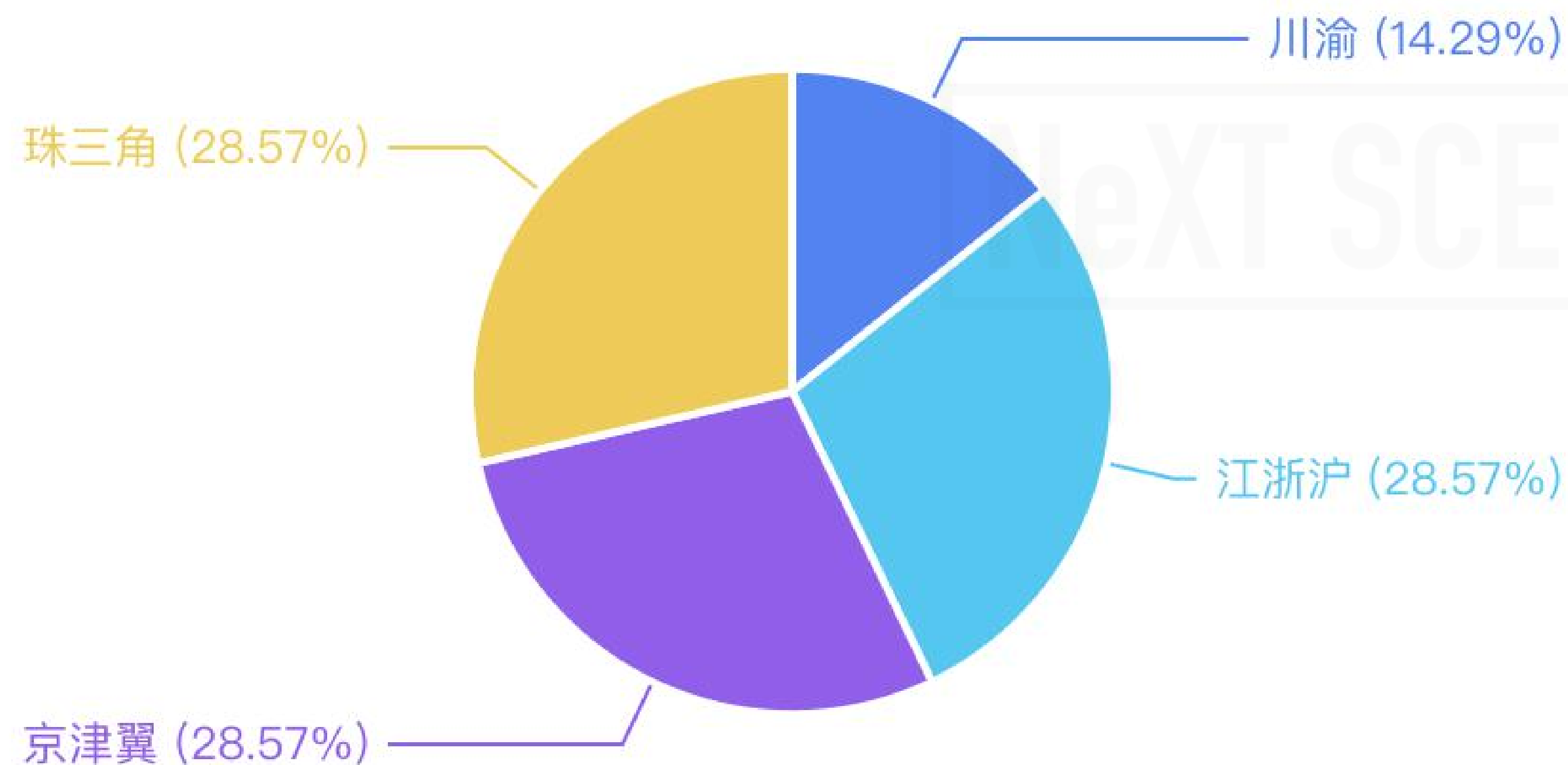
1.3 地区分布



整体样本的地区分布：

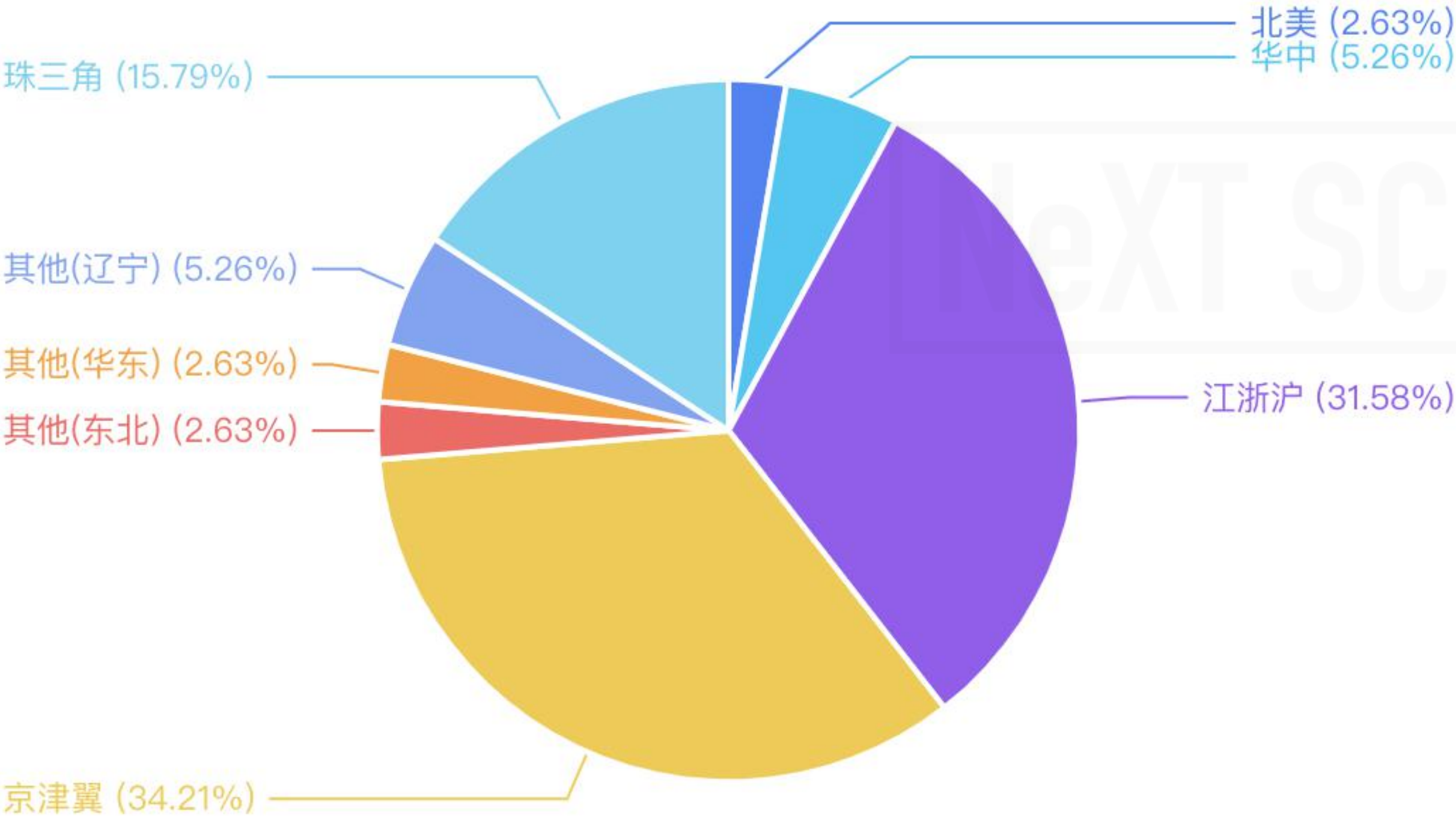
京津冀最多（34.5%）；
其次江浙沪（29.3%）和珠三角（17.2%）；
三个地区占全部样本的81%

1.3.1 产业上游地区分布



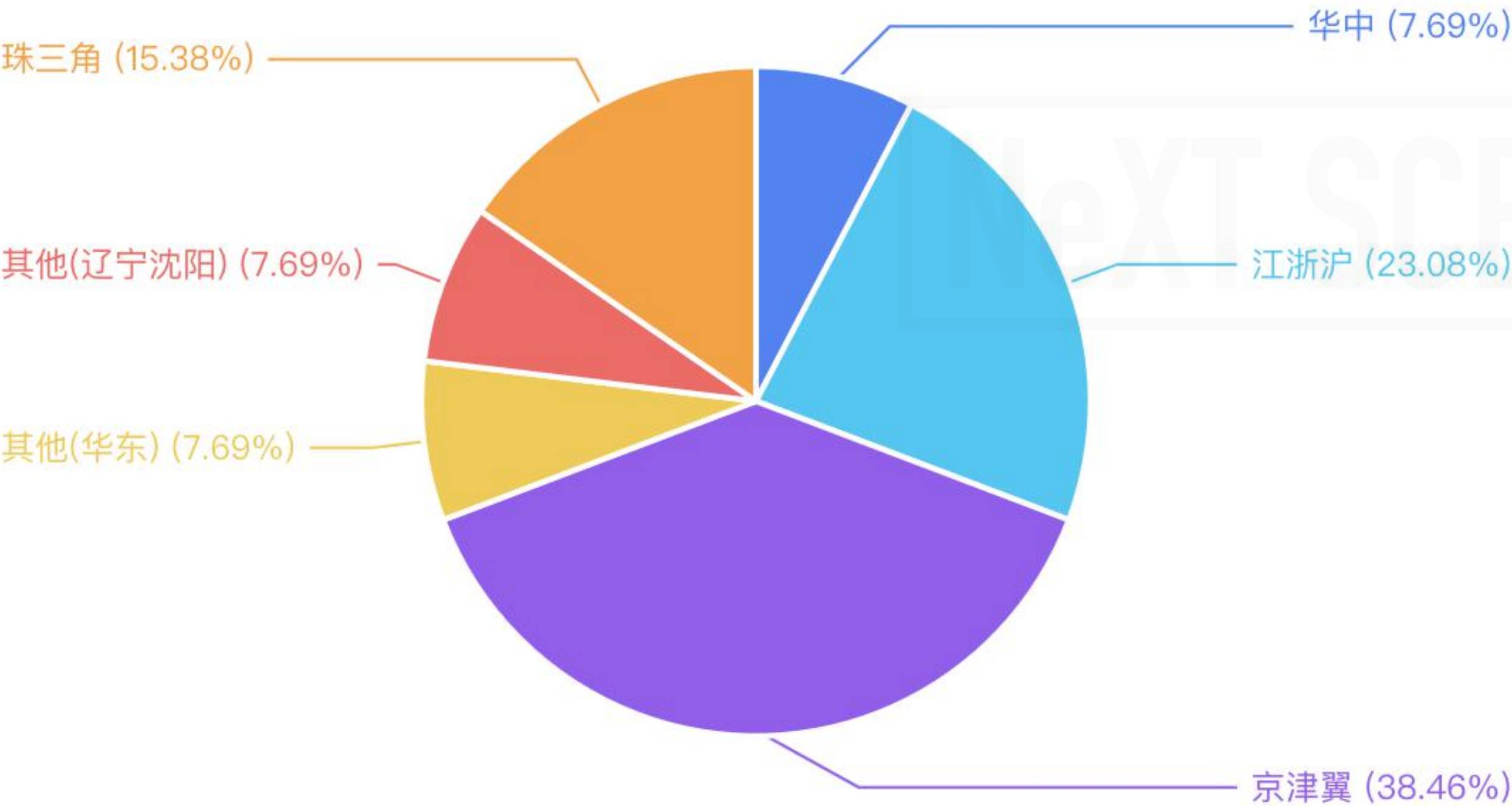
上游厂主要分布在珠三角、京津冀、江浙沪三个地区，分别占28.57%，只有少量分布在川渝，约占14%

1.3.2 产业中游地区分布



样本中游公司超过1/3集中在京津冀，占34.21%；
其次是江浙沪31.58%；珠三角15.79%

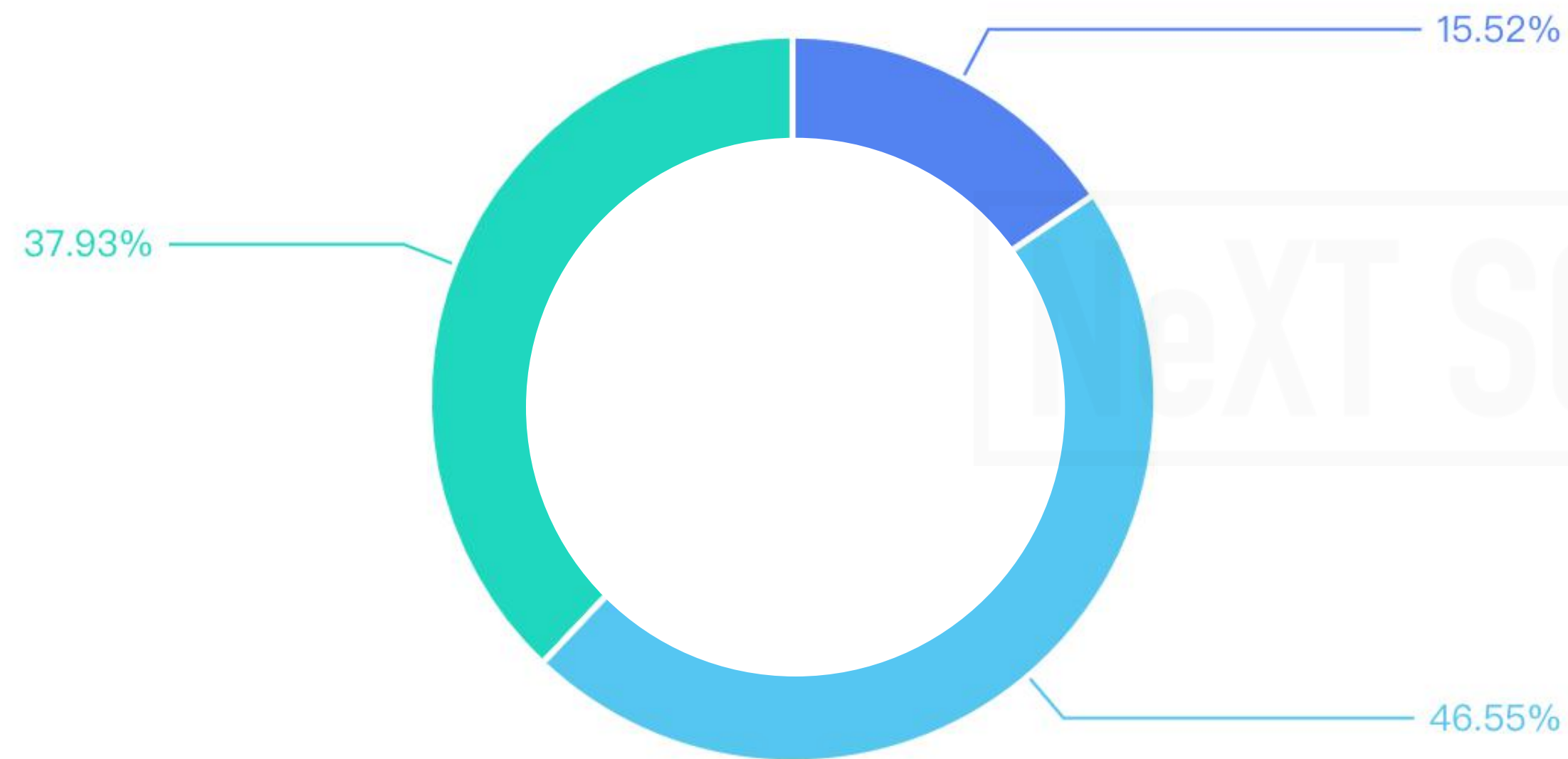
1.3.3 产业下游地区分布



样本中下游公司更多的分布在京津冀（38.46%）；其次是江浙沪23.08%；珠三角15.38%

2. 行业应用情况及市场现状

2.1 对虚拟制作的了解程度

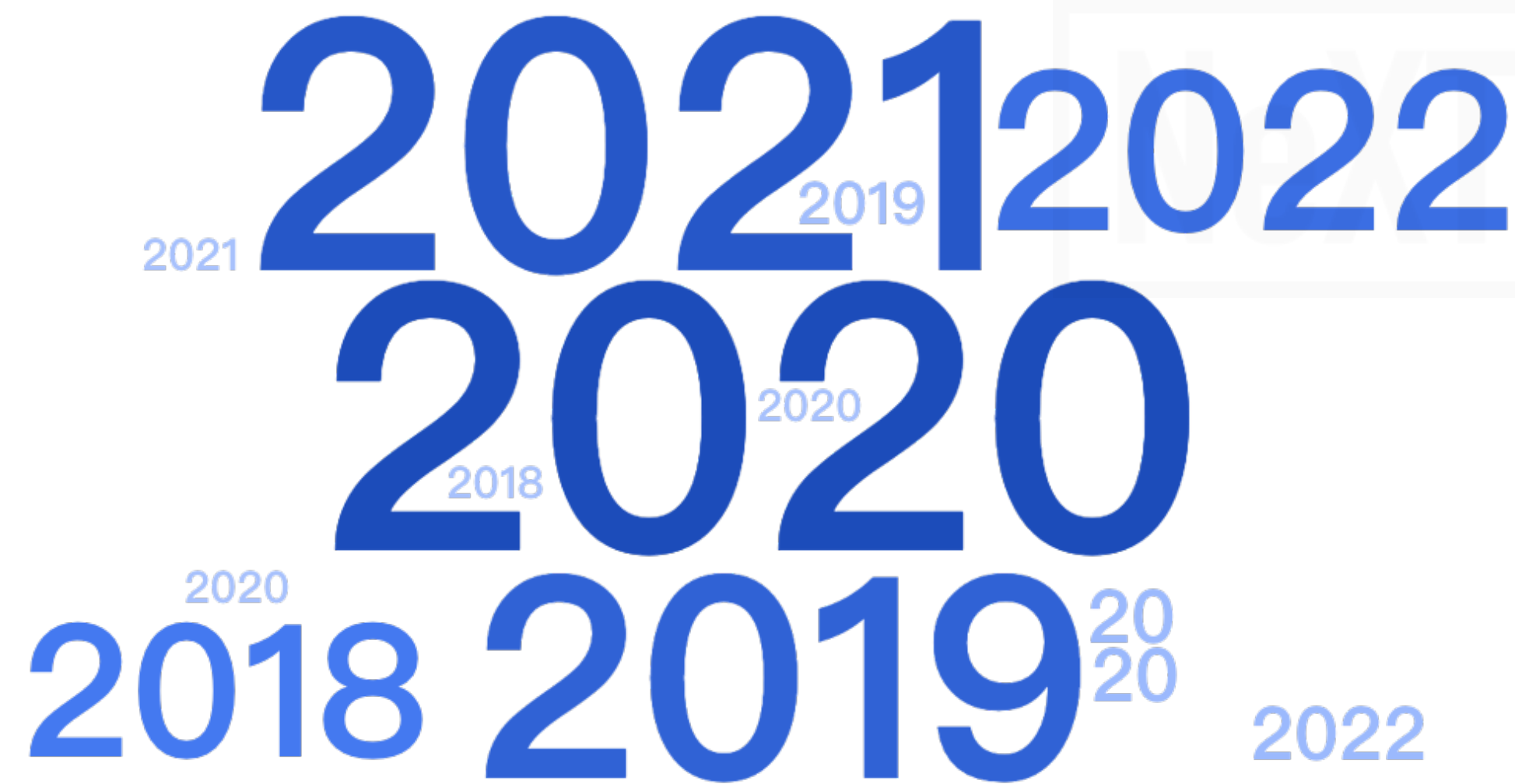


- 不太了解
- 非常了解, 理解虚拟拍摄相关技术手段, 已经参与过一些项目
- 一般了解, 清楚案例和虚拟拍摄的应用场景

本次问卷因为针对虚拟制作、影视技术等社群做定向发放, 因而超一半样本认为自己对虚拟拍摄相关技术非常了解, 并已经参与过一些项目;
认为自己不太了解的只有15.52%

2.2 最早接触虚拟制作的时间

NeXT SCENE



样本中最早接触虚拟制作是2018年

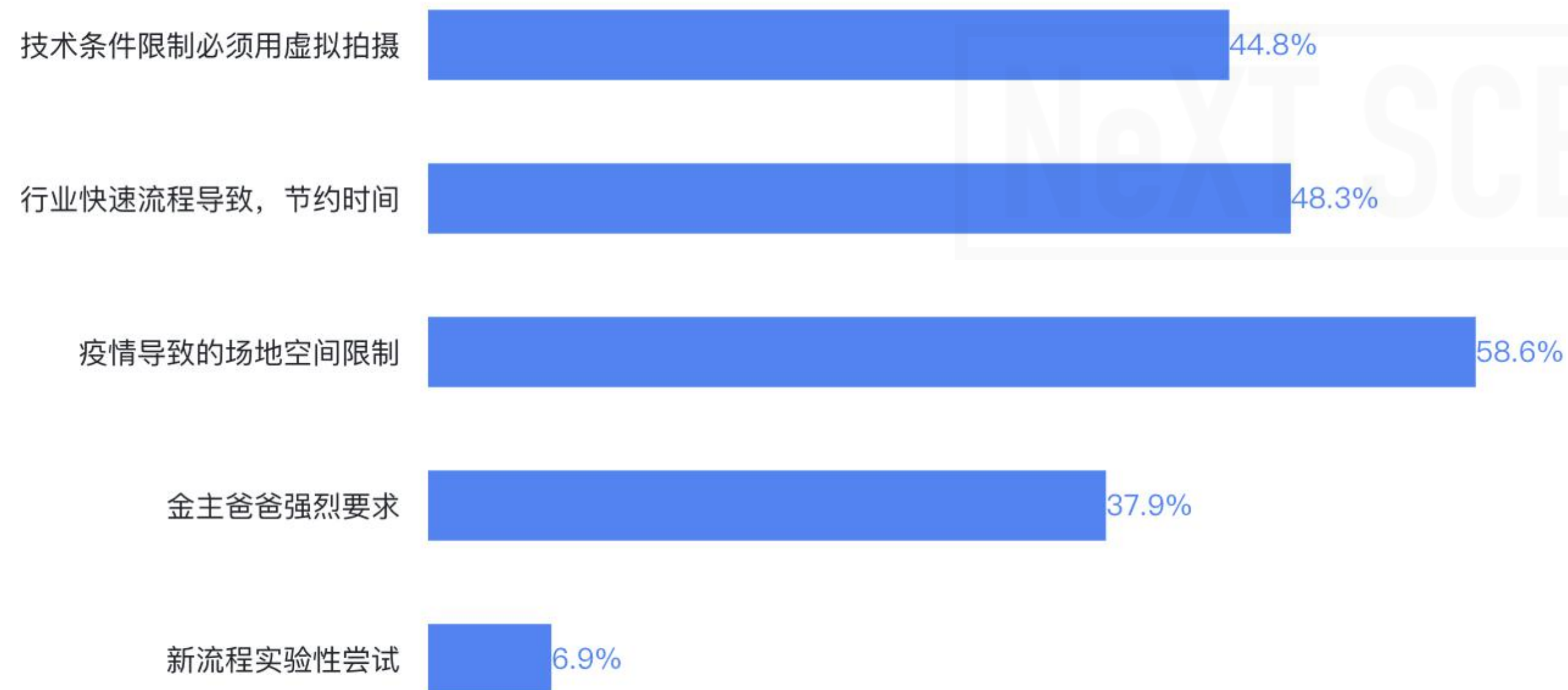
(注：LED形式的虚拍从2019年才开始在海外有成熟案例)

2020年之后了解的占65%，
从2021年和2020年最早开始使用虚拟拍摄的人最多，均超过1/4

其次是2019年和2022年，有约15%

2.3 使用虚拟制作技术的原因

NeXT SCENE

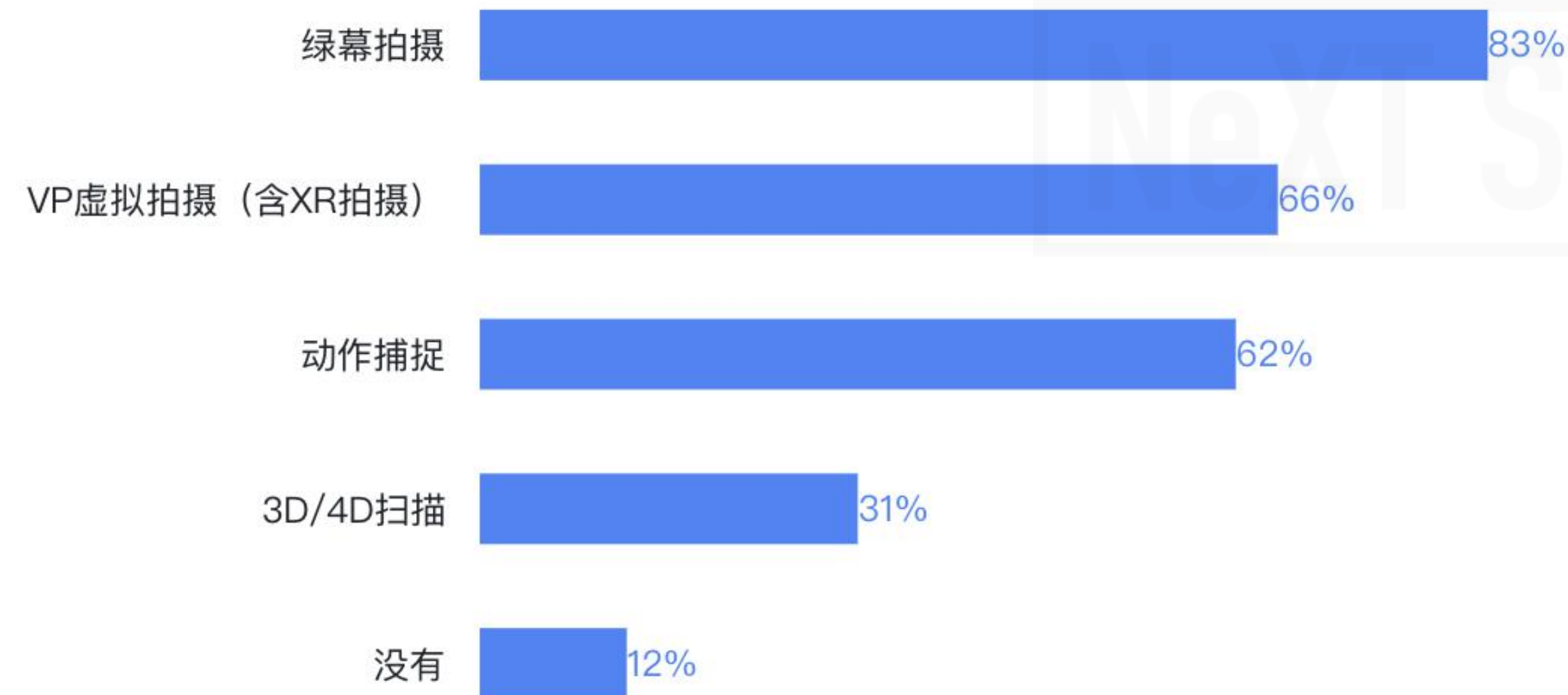


选择虚拟拍摄最主要的原因，是“疫情导致的场地空间限制”，占比58.6%，其次是“行业快速流程导致，用于节约时间”，占比48.3%；第三位是“项目需要或技术条件限制必须使用”，44.8%

疫情导致的场地、时间和技术的变化，是目前行业采纳该制作形式的最主要原因

2.4 了解技术的种类和掌握程度

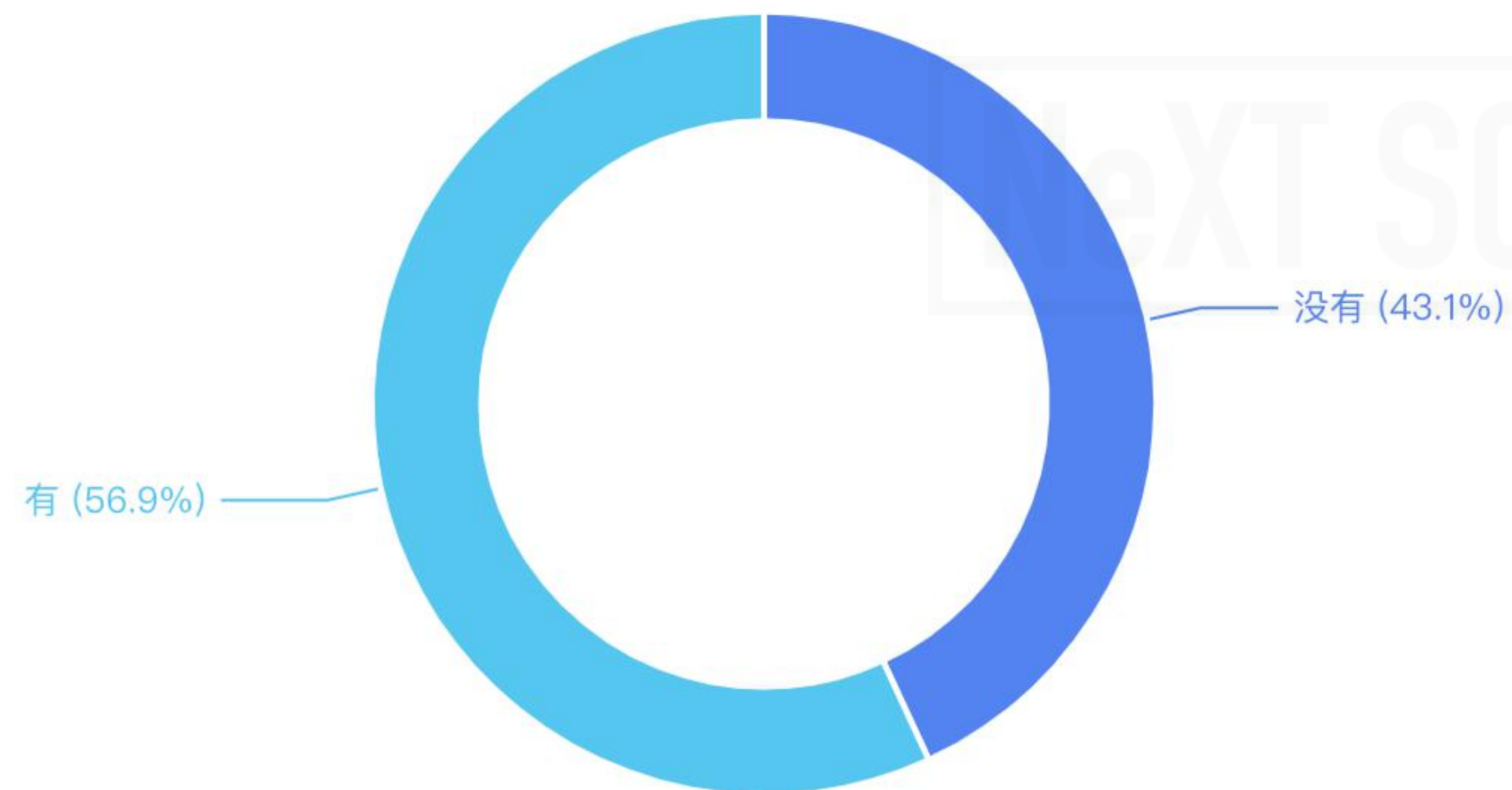
NeXT SCENE



从技术栈分析，样本中用过绿幕拍摄的占比最多，占83%；其次使用过VP虚拟拍摄技术（含XR拍摄），占66%；以及动作捕捉技术，62%

2.5 有项目经验的比例

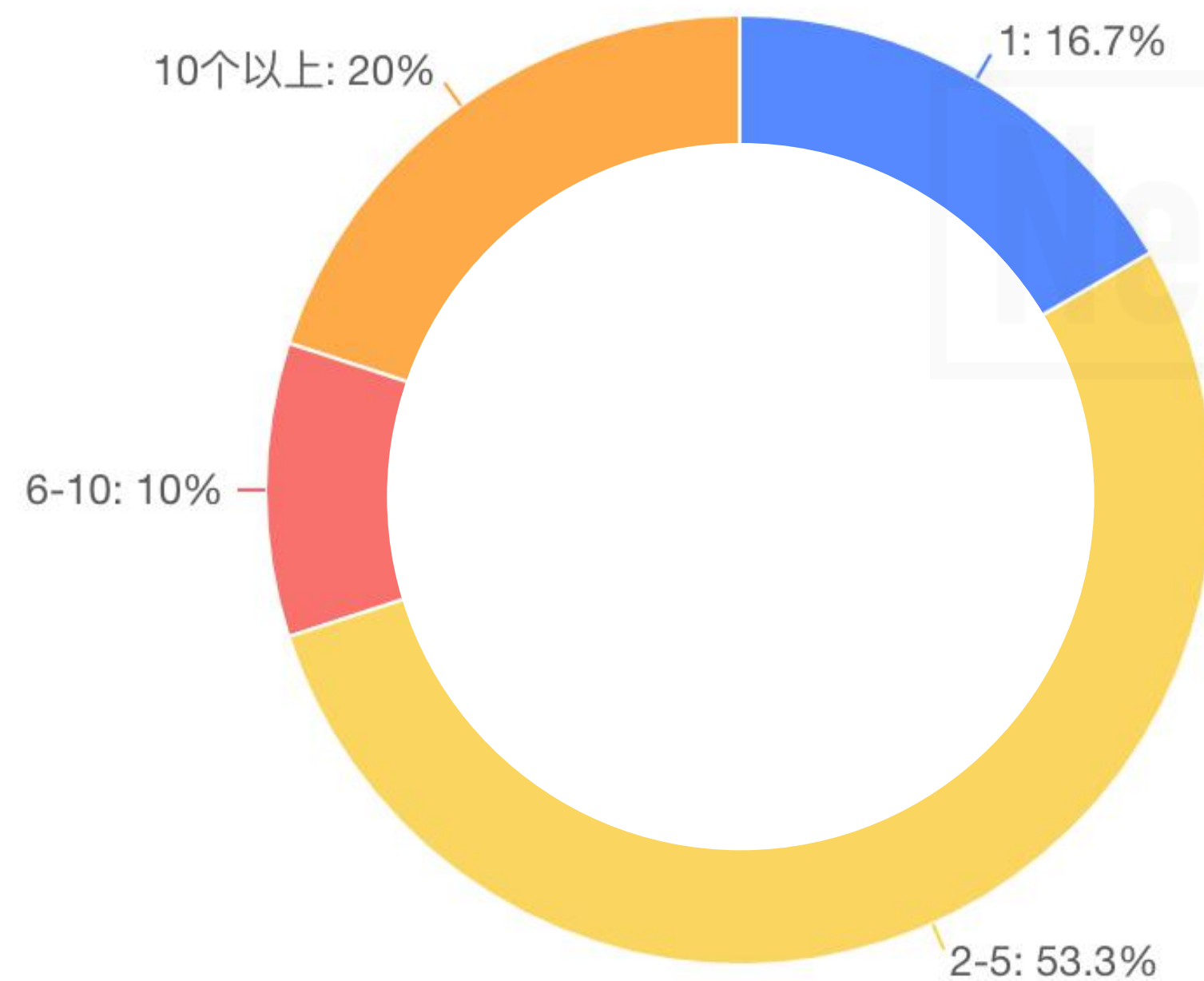
NeXT SCENE



样本中有56.9%参与过虚拟拍摄项目

2.5 有项目经验的比例

NeXT SCENE



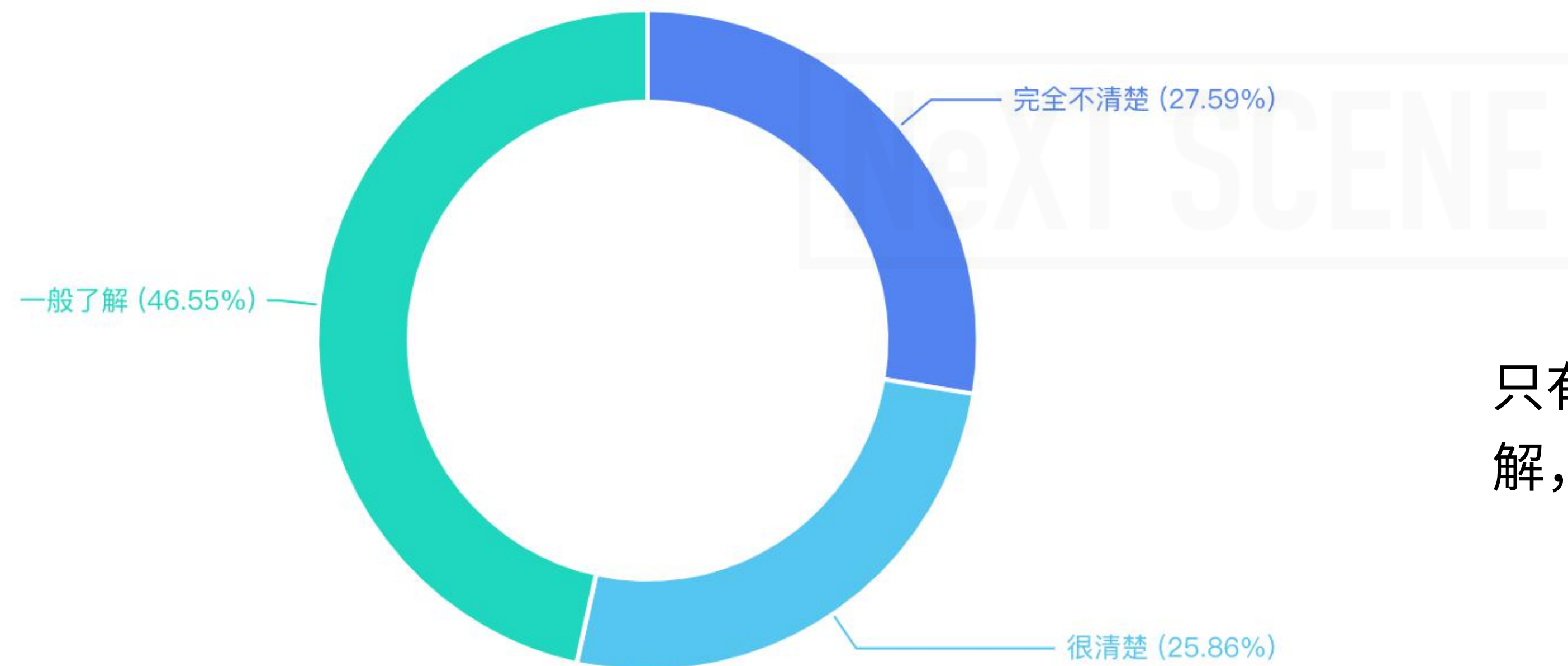
在所有参与过虚拟之项目的样本中，参与过一个项目的仅占1/6，一个以上占5/6；参与过2-5个最多，约53.3%；6个以上占30%；10个以上占20%

综合以上，调研的样本属于在虚拟拍摄行业初步有经验的群体，但行业的实践还在相对早期的阶段；参与超过10个以上项目的仅占到整个样本的1/5

2.6 对于报价的了解程度

NeXT SCENE

2.6.1 参与调研问卷用户对报价的了解程度

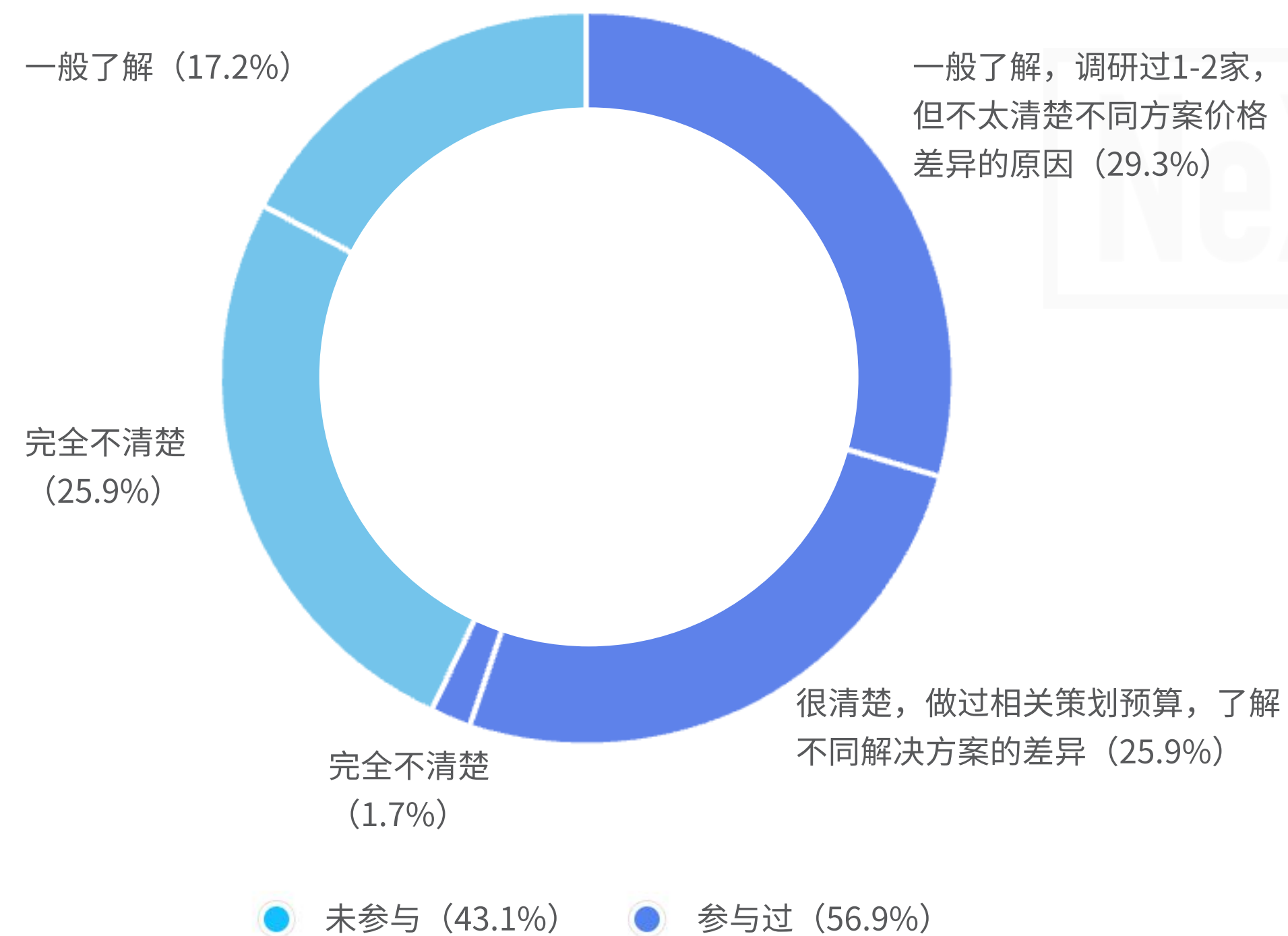


只有1/4的样本对于虚拟拍摄的报价非常了解，说明行业还在信息相对不透明的阶段

2.6 对于报价的了解程度

NeXT SCENE

2.6.2 参与和未参与虚拟制作项目对比



整体样本未参与43.1%对比参与过项目者56.9%

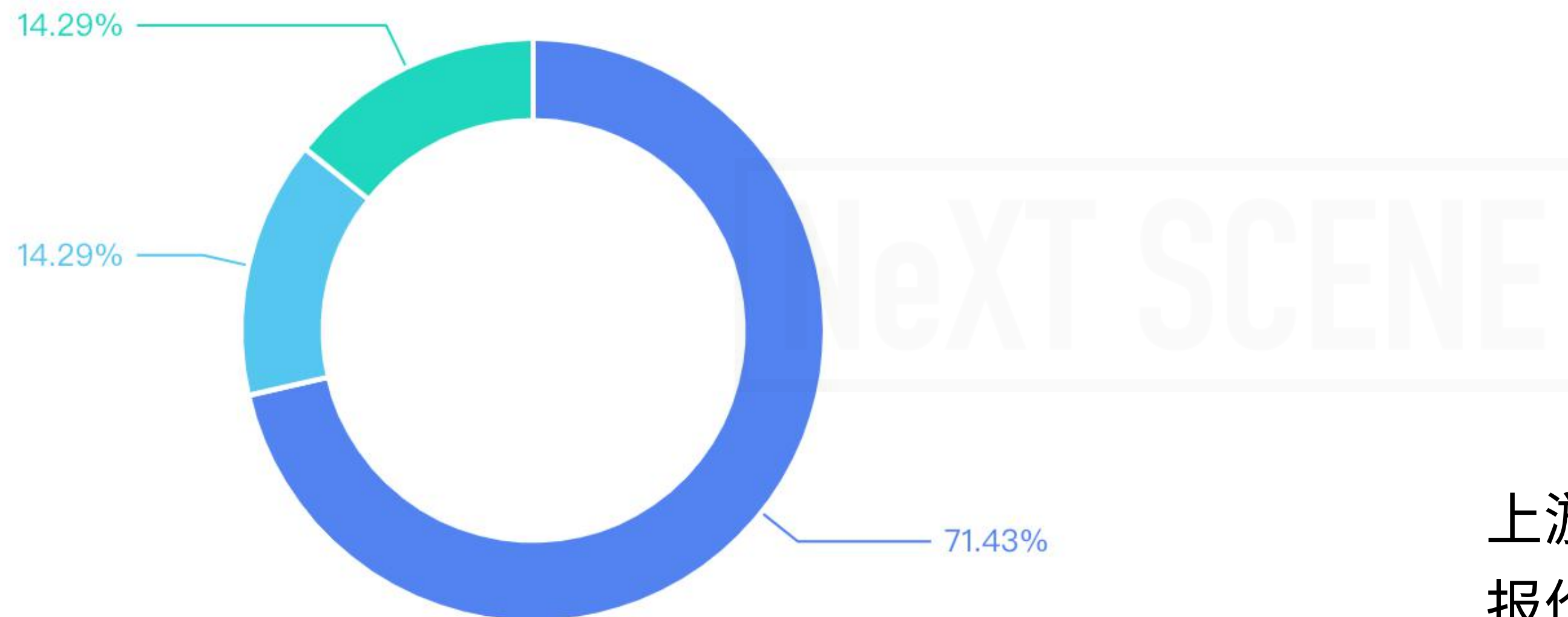
没有参与过项目的样本为一般了解（17.2%）与完全不清楚（25.9%）；

参与过项目的样本有25.9%认为自己对虚拟拍摄的相关技术非常了解，并做过相关策划预算；29.3%的样本对于报价一般了解，但不太清楚不同方案价格差异的原因；另外的1.7%虽然参与过项目，但是对于报价仍不了解

2.6 对于报价的了解程度

NeXT SCENE

2.6.3 上游对报价了解程度



上游对于价格最为了解，约71.43%表示对报价很清楚，了解不同解决方案的差异

- 很清楚，做过相关策划预算，了解不同解决方案的差异
- 完全不清楚
- 一般了解，调研过1-2家，但不太清楚不同方案价格差异的原因

2.6 对于报价的了解程度

NeXT SCENE

2.6.4 中游对报价了解程度



其次是中游，21.62%表示对报价很清楚，约一半48.65%表示一般了解，约三成29.73%表示完全不清楚相关报价

- 很清楚，做过相关策划预算，了解不同解决方案的差异
- 完全不清楚
- 一般了解，调研过1-2家，但不太清楚不同方案价格差异的原因

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/958111001012007003>