

虚拟空间 头豹词条报告系列



黎明琛 · 头豹分析师

2023-12-21  未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: 综合及概念/元宇宙 信息技术/软件服务

词目录

<h3>🔍 行业定义</h3> <p>虚拟空间是指通过虚拟现实技术、计算机图形和模拟...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📦 行业分类</h3> <p>按空间维度分类, 虚拟空间可分为2D虚拟空间、2.5D...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>🏠 行业特征</h3> <p>虚拟空间C端市场引流和留存成本高, 目前B端市场引...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📅 发展历程</h3> <p>虚拟空间行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>🔗 产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>📊 行业规模</h3> <p>虚拟空间行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>📜 政策梳理</h3> <p>虚拟空间行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>🏆 竞争格局</h3> <p>虚拟空间市场格局未定, 现阶段市场核心参与者多基...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 虚拟空间是通过虚拟现实技术、计算机图形和模拟等技术手段创建的数字环境，可以是一个模拟的环境或数字化的仿真领域。3D虚拟空间是虚拟空间主流的发展方向，其基于XR实验室的高精度三维重建算法、实时定位技术和空间计算能力等AI技术，提供对物理世界1:1高精度还原的建模服务。虚拟空间市场主要分为B端和C端，其中B端市场引领行业发展，而C端市场需耗费引流成本高昂，用户留存率等表现不足。目前市场处在2D向3D过渡的2.5D虚拟空间阶段，3D虚拟空间的推广主要受到投资成本和技术发展的限制。整体上看行业暂处在市场教育阶段，2027年市场有望实现292亿元，2022-2027年CAGR约24%。

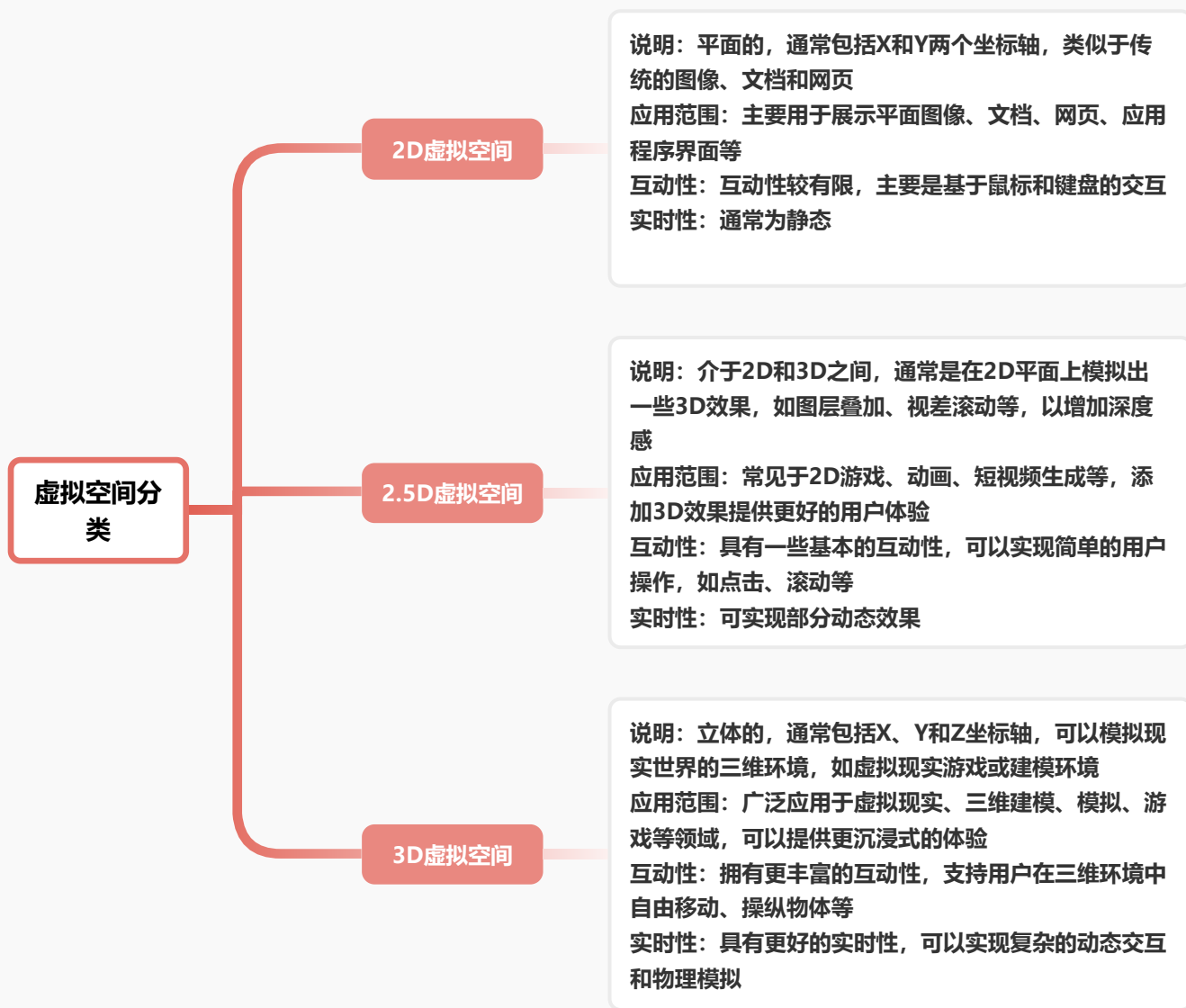
虚拟空间行业定义^[1]

虚拟空间是指通过虚拟现实技术、计算机图形和模拟等技术手段创建，不存在与物理世界的数字环境。虚拟空间可以是一个模拟的环境，也可以是一个数字化的仿真领域，用户可通过屏幕或其他交互界面实现与虚拟环境中的元素互动。其中，3D虚拟空间又称全息空间，是虚拟空间主流的发展方向，其基于XR实验室的高精度三维重建算法、实时定位技术和空间计算能力等AI技术，提供对物理世界1:1高精度还原的建模服务，为空间数字化运营提供VR基础模型和空间数据。

虚拟空间行业分类^[2]

按空间维度分类，虚拟空间可分为2D虚拟空间、2.5D虚拟空间、3D虚拟空间，**现阶段行业处在2D虚拟空间向3D虚拟空间发展的过渡2.5D虚拟空间阶段。**

按空间维度分类



虚拟空间行业特征^[3]

虚拟空间C端市场引流和留存成本高，目前B端市场引领行业发展；同时，市场端受到成本限制，技术端受到国产化和标准化不足影响，现阶段市场处在2D向3D过渡的2.5D虚拟空间阶段。

1 B端市场引流发展

C端市场引流和留存成本高，B端市场引领行业发展

元宇宙C端市场整体面临内容不足等问题，娱乐体验不佳，导致虚拟空间C端业务需耗费引流成本高昂，但用户留存率等表现不足。与之相反，数字展览、演唱会、综合培训等大型活动产值更高，且对体验感、沉浸感的要求不断提升，2022年中国专业文艺表演团体开展的各类型线上演播活动达1.21万场，线上观众人数57.3亿人次，线上收入2.43亿元，虚拟空间赋能潜力可观。

2 2.5D虚拟空间应用为主

成本限制，现阶段市场处在2D向3D过渡的2.5D虚拟空间阶段

从市场端看，3D虚拟空间的推广主要受到投资成本的限制，以华侨城欢乐谷项目为例，3D形式还原相关场景所需投资成本超300万元。而2.5D虚拟空间通过透视、光影效果和深度感等技术来增强场景的真实感，在2D平面实现3D效果。现阶段2D虚拟空间、2.5D虚拟空间、3D虚拟空间是市场占比为20%-25%、40%-50%、20%-25%。

3 3D虚拟空间技术难度高

涉及多项核心技术，技术亟需国产化替代和标准体系统一

虚拟空间建设涉及孪生建模、可视化渲染、仿真建模、感知识别、GIS新型测绘、交互控制等多项核心技术，但现阶段整体存在核心技术国产化不足、编码格式和标准体系不统一、数据孤岛等技术发展问题。随着下游市场需求增长和行业标准体系成熟，大型市场玩家有望通过合并扩张等手段向上下游延伸，率先形成示范案例，奠定市场应用地位，行业集中度有望提升。

[3] 1: <https://cloud.tencent.com/> | 2: <https://mp.ofweek.com/> | 3: <https://www.zhihu.com/> | 4: 腾讯云、知乎

虚拟空间发展历程^[4]

虚拟空间发展经历了主要由学术机构和军事研究机构推动的萌芽期、娱乐产业先行和硬件技术快速发展的启动期，现阶段迈入行业高速发展阶段，市场应用从娱乐逐步向医疗、教育、工业等行业渗透，资本市场投资火热，着力推动行业向“虚拟空间+数字人+虚拟物体”一体化发展。

萌芽期 · 1960~1990

1970年代初，Ivan Sutherland和他的学生在麻省理工学院创建了首个头戴式显示器系统，称为"Sword of Damocles"，这标志着虚拟现实的早期探索。

该时期虚拟空间的研究主要由学术机构和军事研究机构推动，主要是一种实验性的计算机模拟环境，尚未商业化。技术水平有限，应用范围较窄

启动期 · 1990~2010

1993年，Sega VR发布，成为早期商用虚拟现实游戏设备之一

1991年，Virtuality公司推出第一台虚拟现实游戏机Virtuality和一些虚拟现实游戏系统

该时期虚拟空间技术逐渐走向商业应用，娱乐产业成为先行者，虚拟现实设备进入游戏和模拟体验市场。大量初创企业涌入虚拟空间市场，推动了硬件和软件技术的迅速发展。虚拟空间技术开始得到更广泛的认可和采用，然而由于技术限制和高成本，市场规模相对较小

高速发展期 · 2010~2016

2012年，Oculus VR成立，推出了Oculus Rift头戴式显示器，引领虚拟现实硬件的新时代

2016年，HTC Vive上市，成为首个支持房间级别虚拟现实的商用头戴式显示器

2018年，字节跳动旗下的抖音推出了AR特效功能，为社交媒体平台引入了虚拟现实元素

2019年，阿里巴巴宣布投资亿级资金成立数字娱乐事业群，涉足虚拟空间内容创作和娱乐产业

2021年，Meta Platforms（前Facebook）宣布全面进军元宇宙领域，计划构建一个数字化的三维虚拟空间

2021年，Alphabet（谷歌母公司）宣布在虚拟空间和增强现实领域投资超过100亿美元

该阶段虚拟空间技术逐渐渗透到医疗、教育、工业等行业。社交虚拟空间和元宇宙的概念逐渐崭露头角，科技巨头纷纷加大在这一领域的投资，试图推动虚拟空间体验进入更为综合和全面的阶段

虚拟空间产业链分析^[5]

虚拟空间产业链上游为VR/AR/MR等XR交互设备和技术供应商，包括小鸟科技、歌尔股份和字节跳动；中游为虚拟空间解决方案供应商，包括蓝色光标、风语筑、阿里云、字节跳动；下游为应用场景需求方，包括数字营销场景、数字文博场景和虚拟商业场景等。

产业链上游核心虚拟现实技术和设备与海外厂商存在较大差异，仍处在技术试验阶段，且平台接口、内容传输等协议标准尚未统一，出现应用碎片化、数据孤岛等问题。中游虚拟空间解决方案市场商业路径尚未清晰，核心参与者多为市场应用相关头部厂商，虚拟空间解决方案服务多为厂商业务能力外溢，市场暂未出现表现突出的垂直领域中小型解决方案商。下游核心需求方为数字营销和数字文博，数字营销中虚拟空间渗透率已达60%-70%，市场成熟度相对较高；数字文博受到技术成熟度和投资成本等限制，目前仍处在示范案例打造阶段。

上 产业链上游

生产制造端

VR/AR/MR等XR交互设备和技术供应商

上游厂商

[宏达通讯有限公司 >](#)

[北京小鸟看看科技有限公司 >](#)

[青岛梦想绽放科技有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

(1) 从技术层面上看，近眼显示、渲染计算、感知交互和内容制作等核心虚拟现实技术海内外存在差异，整体上看海外企业已初步实现技术商业化应用，但中国企业仍处在技术试验阶段。如中国珑璟、灵犀已实现队列光波导量产，但能力建设厂商数量有限；海外微软、Mapic Leap等多家AR企业均已实现规模化量产全息体光波导。

(2) 从市场层面上看，受到全球经济下行和新产品数量和亮点不足的影响，2023年全球XR交互设备市场表现未达预期，出货增速放缓。现阶段XR交互设备主要应用于消费端市场，用户价格敏感度价高，2023年Q2VR设备平均价格约440元，同比上涨约52%，但沉浸感和交互性提升不足，2023年上半年中国VR设备出货量同比下降56%。

中 产业链中游

品牌端

中游厂商

[抖音有限公司 >](#)

[百度在线网络技术（北京）有限公司 >](#)

[阿里云计算有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

(1) 从市场参与者情况上看，现阶段虚拟空间市场格局未定，核心参与者多基于自身业务构建方案，以满足特定业务目标，并将对于能力对外开放，主要包括传媒设计厂商和互联网科技企业。传媒设计厂商侧重于内容创意和娱乐价值，将虚拟空间用于提供沉浸式的娱乐体验，如虚拟电影、音乐会等，代表企业包括天下秀、蓝色光标、风语筑。互联网科技厂商将虚拟空间融入其现有的生态系统，注重虚拟技术创新和平台建设，代表企业包括字节跳动、百度、阿里云。

(2) 从产品服务上看，虚拟空间解决方案供应商提供空间租赁服务和虚拟空间解决方案。传媒厂商聚焦于场景化的解决方案，特别是打造知名IP和内容相关的虚拟空间体验。互联网厂商提供的虚拟空间解决方案更注重技术，以模块化形式提供产品方案，适用场景更加宽泛。准化方案的交付周期约为一个星期，定制要求较高的方案交付周期约为3个月。如，位形空间-CREAL元空间提供整体解决方案直播版（1.5万元起/场）、官网版（3.0万元起/场）和定制版（10.0万元起/场）等解决方案；阿里云-全息空间提供模块化方案全息建筑、全息店铺，包括硬件采购（单价2.5万元/台）、全息空间拍摄建模服务（按拍摄面积收费）、3D物体生成（按次数计费，根据生成任务精度，价格从1-188元不等）。

产业链下游

渠道端及终端客户

应用场景

渠道端

[新华通讯社 >](#)

[华夏幸福基业股份有限公司 >](#)

[华侨城集团有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链下游说明

虚拟空间主要用于数字营销、数字文博和虚拟商业场景，有效解决传统场景受到时空限制、参与互动感薄弱等问题。

(1) 数字营销场景，通过创建虚拟空间、数字人、全息投影等手段实现品牌与用户的互动和交流虚拟空间展厅渗透率为60%-70%。如，蓝色光标旗下“蓝宇宙”营销空间，完成人-货-场元宇宙布局，为客户提供元宇宙营销场景解决方案。

(2) 文博展陈场景，虚拟空间建设价格较高，仍处在技术探索和应用落地的试验阶段。文博虚拟空间平均平方米价格大于1万，整体投资成本在1,000万-20,000万元，中小型场馆资金上难以支持，以大型文博馆打造示范案例为行业发展策略。

[5] 1: <https://help.aliyun...> | 2: <https://www.crealv...> | 3: 阿里云官网、位形空间...

虚拟空间行业规模^[6]

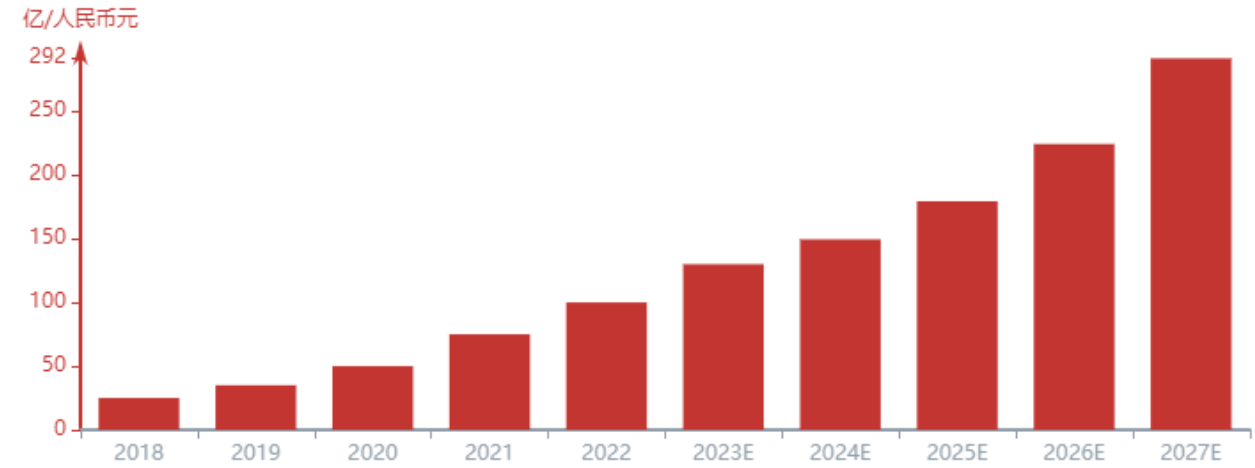
受益于元宇宙、人工智能的发展风口，虚拟空间快速起步，2022年市场规模约100亿元，2018-2022年CAGR约41%。但整体上看行业暂处在市场教育阶段，2027年市场有望实现292亿元，2022-2027年CAGR约24%。

行业规模增长逻辑：(1) **虚拟现实技术突破，XR设备初步实现量产**。虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术取得了显著的进步，高性能的图形处理单元（GPU）、更先进的传感器技术以及更高的分辨率显示屏持续发展，如，如视自主研发推出了全场景覆盖的数字空间采集产品矩阵，测量面积的极限误差可低至0.4%。同时新一代的虚拟现实头戴式显示器和增强现实设备持续推出，2022年中国VR/AR设备出货量120.6万台，助力实现沉浸式虚拟空间体验。(2) **政策密集出台，元宇宙投资火热，文博、营销、旅游等领域虚拟空间需求增加**。据不完全统计，2022年中国共有15个省市出台了29项元宇宙相关扶持政策，完成融资金数共125起，融资金额超125亿元，政策导向和资本市场表现活跃，将虚拟空间从娱乐领域向社交、教育、商业、文博、医疗等领域拓展，市场空间扩大。

未来行业规模增长逻辑：(1) **受到开发成本高昂、用户接受度有限和应用需求未明确等因素限制，短期内虚拟空间增速相对缓慢**。一方面，虚拟空间搭建需要强大的计算能力、高度复杂的图形处理和实时渲染，以及先进的传感技术，开发成本和技术难度的高门槛限制市场扩展。另一方面，虚拟空间的应用与VR/AR/MR等设备密切相连，但虚拟融合设备市场受到技术瓶颈高、价格高居不下、内容开发不足等因素限制，市场发展未达预期。2023年Q2季度的球增强现实和虚拟现实头显出货量同比下降44.6%，已连续第四个季度下降。(2) **受益于元宇宙政策密集出台，长期来看，虚拟空间市场潜力重组。但考虑元宇宙仍处在萌芽起步期，3-5年内虚拟空间市场预计保持相对低速增长**。现阶段虚拟空间市场技术处在2D向3D过渡阶段，即2.5D的过渡路线，并以定制化项目为主，如杭州亚运会、华侨城欢乐谷，项目投入超百亿元，从投入金额和产出效果综合考量，客户端布局意愿相较薄弱。随着技术成熟度和解决方案向模块化定制方向逐渐演变，虚拟空间搭载成本降低，市场或迎来新发展机遇。

虚拟空间市场规模

虚拟空间市场规模



数据来源：专家访谈

[6] 1: <https://new.qq.co...> 2: 专家访谈, 财经社虚拟空间政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》	工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局	2022	8
政策内容	政策加速多行业多场景应用落地。面向规模化与特色化的融合应用发展目标，在工业生产、文化旅游、融合媒体、教育培训、体育健康、商贸创意、演艺娱乐、安全应急、残障辅助、智慧城市等领域，深化虚拟现实与行业有机融合			
政策解读	该政策将加速虚拟空间产业的壮大。该政策强调虚拟现实与各行业应用的深度融合，鼓励创新、拓展应用场景，加速虚拟空间产业的壮大			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《元宇宙产业创新发展三年行动计划(2023—2025年)》	工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家	2023	8
政策内容	政策坚持场景牵引。开拓元宇宙应用场景，以场景建设带动元宇宙技术与产品落地应用，形成需求牵引供给、供给创造需求的高水平发展局面。加强关键技术集成创新，强化人工智能、区块链、云计算、虚拟现实等新一代信息技术在元宇宙中的集成突破			
政策解读	该政策对虚拟空间产业具有积极的影响。计划鼓励创新、培育企业、完善产业链，将推动虚拟空间产业的快速发展，促进技术、应用和产业的融合。同时，政策将提高虚拟空间产业的竞争力和创新能力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进博物馆改革发展的指导意见》	中央宣传部、国家发展改革委、教育部、科技部、民政部、财政部人力资源社会保障部、文化和旅游部、国家文物局	2021	7
政策内容	政策明确到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，加强与融媒体、数字文化企业合作，创新数字文化产品和服务，形成线上线下融合互动、主体覆盖的文化服务供给体系			
政策解读	政策鼓励博物馆整合虚拟技术，创新展陈手段，提升文化体验。这将推动虚拟空间行业在博物馆领域的发展，促使更多数字化展览和虚拟体验的引入，为文化遗产与科技融合创造更广阔的市场机遇			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	文化和旅游部	2020	7
政策内容	政策丰富云展览业态。支持文化文物单位与融媒体平台、数字文化企业合作，运用5G、VR/AR、人工智能、多媒体等数字技术开发馆藏资源，发展“互联网+展陈”新模式，打造一批博物馆、美术馆数字化展示示范项目，开展虚拟讲解、艺术普及和交互体验等数字化服务，提升美育的普及性、便捷性			
政策解读	政策强调数字技术在文化旅游中的创新应用，将促使虚拟空间行业融入文化创意领域，提升数字文化产品的品质和多样性。政策的出台将为虚拟空间行业提供更广泛的发展空间，推动其在数字文化领域发挥更为重要的作用			

政策性质	指导性政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推动区块链技术应用和产业发展的指导意见》	工业和信息化部、中央网络安全和信息化委员会办公室	2021	6
政策内容	政策旨在推进“区块链+工业互联网”、推进“区块链+大数据”、推进“区块链+云计算”、推进“区块链+人工智能”，促进技术的融通发展			
政策解读	该指导意见致力于加速推动区块链技术在各领域的应用和产业发展，政策将促进虚拟空间行业的技术创新与数据安全，推动数字资产的交易与管理，为虚拟空间行业打造更安全、高效的发展环境，推动其在数字经济中的蓬勃发展			
政策性质	规范类政策			

[7]	1: https://www.gov.c...	2: https://www.gov.c...	3: https://wap.miit.g...	4: https://www.gov.c...
	5: http://www.ncha.g...	6: 工业和信息化部、教育...		

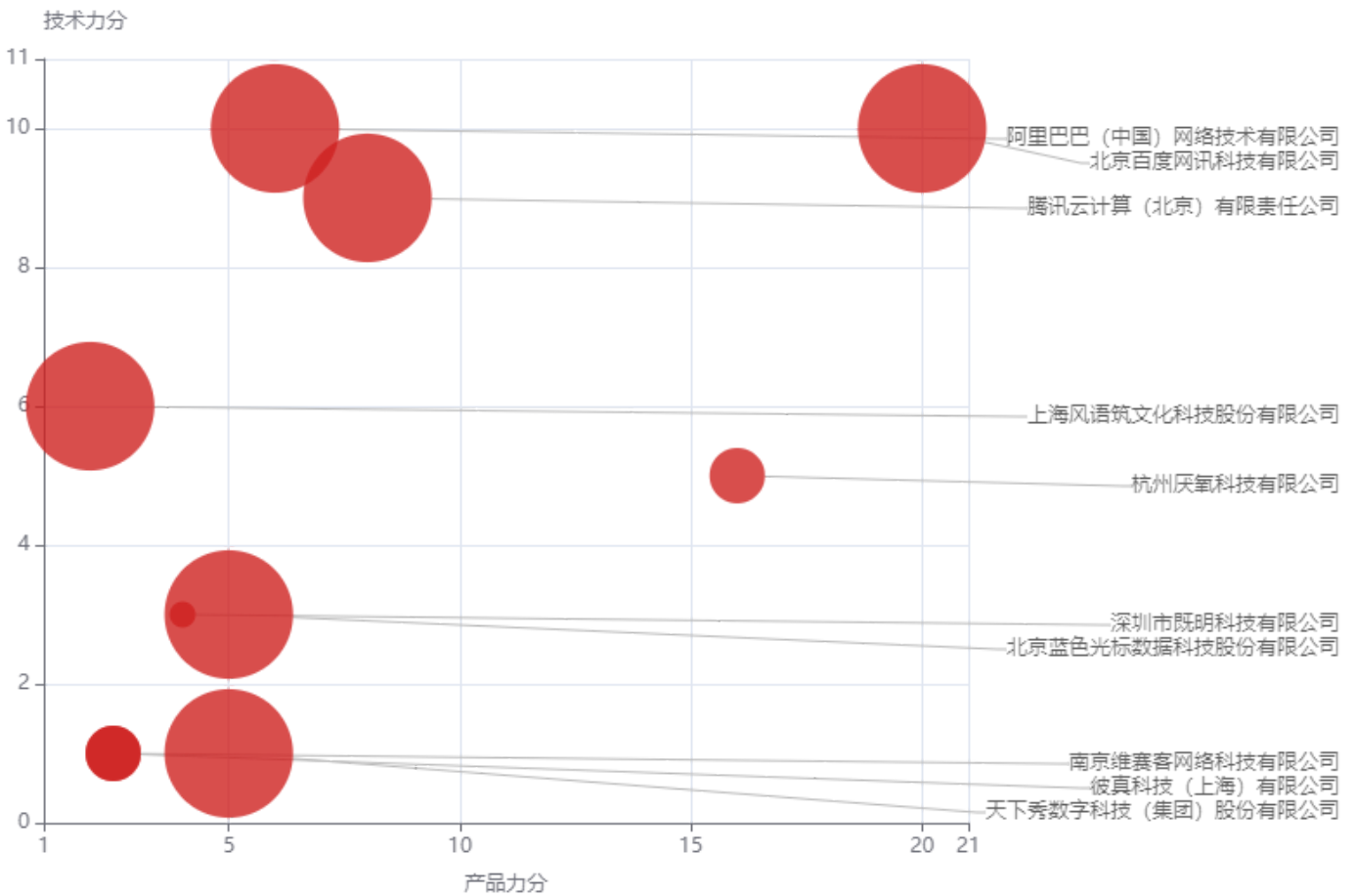
虚拟空间竞争格局^[8]

虚拟空间市场格局未定，现阶段市场核心参与者多基于自身业务拓展，包括动漫影视、营销媒体、数字展陈等传媒设计厂商和互联网科技厂商。根据技术力和产品力，现阶段形成以下竞争态势，第一梯队：百度（希壤）、厌氧科技（方糖星球）、阿里、腾讯；第二梯队：既明科技、蓝色光标、天下秀、风语筑；第三梯队：维塞克、彼真科技。

竞争态势形成原因分析：**（1）虚拟空间业务团队组建和技术研发成本高，但市场需求尚未明朗，其他垂直赛道头部厂商基于原有业务需求和技术能力拓展虚拟空间，满足特定业务发展目标，并将多余能力对外开放。传媒厂商聚焦场景化的解决方案，特别是打造知名IP和内容相关的虚拟空间体验，以提供吸引力和变现渠道，其提供的虚拟空间解决方案与其主营业务具有高度关联性。如营销科技公司蓝色光标，布局虚拟人、虚拟物、虚拟空间，基于虚拟现实、区块链、人工智能等技术，及自建IP、平台、产品、XR影棚等为客户提供全栈式的元宇宙营销场景解决方案。互联网科技厂商更注重技术创新，通常以模块化形式提供通用解决方案，适用于更宽泛的应用场景，其利用技术和数据资源，以实现个性化推荐、广告投放和更广泛的商业化机会。****（2）虚拟空间应用场景多元化，细分场景垂直赛道厂商头部厂商优势突出，市场集中度较为分散。**不同领域的头部厂商凭借对细分场景的深度理解在垂直赛道竞争中突出，但由于与行业内企业存在竞争关系，为第三方虚拟空间垂直厂商创造发展机会，如，厌氧科技、彼真科技和维塞克。

未来竞争态势预判：（1）短期来看，具备天然场景应用需求并能够提供高度个性化的虚拟空间解决方案的传媒设计厂商或率先破局。受到融合性高难度技术、高开发成本、商业路径暂未明晰等因素影响，市场格局尚未明朗。其他相关行业头部厂商根据自身需求加紧业务布局，如短视频平台哔哩哔哩、数字展陈解决方案商风语筑。但互联网科技厂商市场表现未达预期，如2023年百度虚拟空间平台“希壤”陷入业务边缘化危机。从整体发展逻辑上看，在虚拟空间市场消费者教育初期，具备天然场景应用需求并能够提供高度个性化的虚拟空间解决方案的传媒设计厂商或率先破局。（2）长期来看，AIGC赋能虚拟空间赛道，有望催生轻量化和面向C端场景解决方案的独角兽企业。现阶段虚拟空间主要面向B端客户，以“实用型”为服务主旨，用于展览展示和数字营销，但受到内容丰富度和用户流量等限制，C端产品用户留存数据不佳。随着虚拟现实技术的成熟和AIGC内容生成趋势发展，虚拟空间游戏门槛降低、沉浸交互感增强。如，方糖星球在虚拟空间搭建过程中，AI辅助提升团队效率70%-80%。虚拟空间内容丰富和个性化发展趋势下，面向C端的娱乐型虚拟空间项目市场潜力充分，有望催生新独角兽企业。

气泡大小表示：投融资进程(分)



[11]

上市公司速览

北京蓝色光标数据科技股份有限公司 (300058)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	363.1亿元	36.65	3.95

百度集团股份有限公司 (09888)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
7.0千亿	652.0亿	12.3000	-

天下秀数字科技(集团)股份有限公司 (600556)

上海风语筑文化科技股份有限公司 (603466)

总市值
-
营收规模
31.7亿元
同比增长(%)
2.04
毛利率(%)
18.47

总市值
-
营收规模
18.4亿元
同比增长(%)
44.11
毛利率(%)
29.64

[8] 1: <https://zhuanlan.z...> 2: 企查查、企业官网

[9] 1: 企业官网

[10] 1: <https://www.qcc.c...> 2: <https://www.qcc.c...> 3: <https://www.qcc.c...> 4: <https://www.qcc.c...>
5: <https://www.qcc.c...> 6: <https://www.qcc.c...> 7: 企查查

[11] 1: <https://www.qcc.c...> 2: <https://www.qcc.c...> 3: <https://www.qcc.c...> 4: 企查查

虚拟空间代表企业分析

1 深圳市既明科技有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000万人民币
企业总部	深圳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	欧阳明星	统一社会信用代码	91440300MA5EMEA53
企业类型	有限责任公司(自然人独资)	成立时间	2017-07-14
品牌名称	深圳市既明科技有限公司		
经营范围	一般经营项目是：计算机网络技术开发、技术咨询；网络系统工程设计与安装；安全防范设... 查看更多		

· 竞争优势

既明科技采取定制化服务的方式，通过深入了解品牌业务、理解品牌定位等方法，构建出完善的虚拟空间体系线，满足品牌的个性化需求，从而推动虚拟空间的标准化。既明科技先后与OPPO，抖音，泡泡玛特等头部品牌深度合作，落地了多个商业化虚拟空间项目。

2 杭州厌氧科技有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	177.3049万人民币
企业总部	杭州市	行业	研究和试验发展

法人	文旻	统一社会信用代码	91330108MA2KKEYU8L
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2021-09-10
品牌名称	杭州厌氧科技有限公司		
经营范围	一般项目：软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；... 查看更多		

融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2023-05-23	凯辉基金	数千万人民币	天使+	-	-
-	2021-10-22	新宜资本	未披露	天使轮	-	-

天使轮
未披露
2021-10-22

天使+
数千万人民币
2023-05-23

竞争优势

①大幅缩短周期、降低成本。相比线下，实现同等复杂程度，执行周期压缩70%实现相似规模与效果，成本直降90%。②自研技术底座，可实现同空间千人并发互动，并已实现最高10万人同时在线。③客户资源丰富，方糖星球已在包括会议、招聘、团建培训、商业展会、演唱会、品牌营销、线上嘉年华等30多类场景实现落地，累计服务超过100家客户，参与活动总人数超过150w。

3 北京百度网讯科技有限公司



公司信息

企业状态	存续	注册资本	1342128万人民币
企业总部	市辖区	行业	互联网和相关服务
法人	梁志祥	统一社会信用代码	91110000802100433B
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2001-06-05
品牌名称	北京百度网讯科技有限公司		
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬... 查看更多		

融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2021-03-23	公开发行	239.40亿港元	IPO上市	-	-

· 融资信息



-	2010-01-01	KPCB凯鹏华盈中国	未披露	战略融资	-	-
-	2005-08-05	公开发行	19亿美元	IPO上市	-	-
-	2004-12-01	高瓴资本	未披露	C轮	-	-
-	2004-06-01	Google, IDG资本	1亿美元	B轮	-	-
-	2001-12-01	Peninsula Ventures, IDG资本, DFJ德丰杰中国基金	1000万美元	A轮	-	-
-	2001-06-01	未披露	120万美元	天使轮	-	-

天使轮

120万美元
2001-06-01

B轮

1亿美元
2004-06-01

IPO上市

19亿美元
2005-08-05

A轮

1000万美元
2001-12-01

C轮

未披露
2004-12-01

战略融资

未披露
2010-01-01

IPO上市

239.40亿港元
2021-03-23

· 竞争优势

百度希壤围绕希壤独立元宇宙能力底座（MetaStack）和希壤开放元宇宙世界，百度智能云整合梧桐计划希壤产品专项，招募增值销售伙伴，助力客户在产业数智化道路上奠定核心竞争优势，打造开放和繁荣的国产元宇宙生态。迄今已为汽车、营销、文化、艺术、科技等诸多领域数十家品牌提供了一站式的元宇宙服务，创建和举办了属于品牌自己的元宇宙数字展厅，以及10万观众规模同屏在线的元宇宙峰会。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包

括但不限于数据、文字、图表、图像等)，可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。