# 深 圳 レ ポ ー ト

## 2025年、中国ユニコーン企業現況

2025年5月時点における中国ユニコーン企業(評価額10億ドル以上の未上場企業)の総評価額は8.46兆人民元（1元約19.8円）に達し、前年比でわずか0.23%増となった。過去数年間の20%を超える伸び率と比べると、この数字は確かに意外なものである。この微弱な増加の背景には、二つの大きな構造的な変化がある。

資金調達の冷却化：一次市場（プライマリー・マーケット）での投資が鈍化し、プライベート・エクイティ・ファンドが初期段階のプロジェクトに対するリスク許容度を低下させている。

上場ブーム：ユニコーン企業の60%が香港市場への上場を選択し、関連企業の時価総額は前年比で32%急増した。ミックスアイスティー（蜜雪冰城）、Horizon Robotics（地平線機器人）などのIPOが顕著な成果を収めた。

こうした資本の流れの変化は、ユニコーン企業が「資金を湯水のように使っての拡大」から「収益力の実証」への移行というプレッシャーに直面していることを浮き彫りにしており、同時に、香港がアジアの金融ハブとしてテクノロジー企業にとっての魅力を増していることも反映している。

**専門家によると、中国ユニコーンの今後の発展は3つの中核分野に集中するとされている。**

**1. 人工知能（AI）**

人工知能は実質的に最初の主要ユニコーン発生分野となり、ビッグモデルと基礎応用、スマート運転、ロボット工学の3大産業を含み、ユニコーン企業の数は39社に達し、最大の勝者となった。その中には、

DeepSeek（評価額350億ドル）とMoonshot AI（評価額230億ドル）がビッグモデル路線をリード、技術的な優位性市場競争力となる。

AIビッグモデル企業のリーディングカンパニーとしての「智譜AI」がIPOを開始、AI企業が利益の収穫に入ることを示している。

垂直市場における応用が同時に台頭している。知能運転の分野では、「深圳引望智能技術有限公司」の評価額が1,000億元を超え、自動運転技術を海外への進出を促進した。AI+AR分野では、「杭州灵伴科技有限公司（Rokid）」と「深圳市雷鳥网絡科技有限公司」のスマートグラスが、2025年に世界で300万ペア以上の販売を見込んでいる。

**2. 新興テクノロジー**

新興テクノロジーは将来の競争の焦点分野であり、ハードテクノロジーの技術的ハードルの高さ、各技術ロードマップにはまだ探求の余地があること、産業化の初期段階にあり、市場は未開拓であるなどの特徴がある。また、2025年には、商業宇宙開発、バイオテクノロジー、AI+ARをテーマとしたさらなる投資ブームの形成が見込まれる。

**商業宇宙開発**

藍箭航天（Lan Jian Aerospace）、微納星空（MicroNano Space）などが衛星インターネットの展開を加速。2024年の世界の宇宙打ち上げ回数は過去最高記録を更新。

**バイオテクノロジー**

IVD（体外診断）分野のユニコーン企業である菲鵬生物（Fapon Biotech）は、分子酵素開発における技術的優位性を持つだけでなく、2025年には初のフルオート生化学免疫フローシステム（分析プラットフォーム）を立ち上げて、海外市場拡大を図る。

**ブレイン・マシン・インターフェース（BMI）**

杭州の「AI七小龍」（AI分野の有力スタートアップ7社、Rokid、DeepSeek、Unitree、DEEP Robotics、Brainco、Manycore、GAME SCIENCE）がこのフロンティア領域に進出し、技術の商業化プロセスが加速している。

**3. 文化の海外進出**

海外ユーザーの中国ソーシャルメディアアプリへの依存が定着しつつある。ユニコーン企業の製品とコンテンツを梃子に、文化の海外進出を推進する動きは「ソフトパワー」発信の大きな潮流となっている。

TikTokの世界全体のGMV（商品取扱高）は前年比7倍増の300億ドルに急伸し、ソーシャルECの新たなエコシステムを再構築。

ゲーム業界はパイオニアとなり、「黒神話：悟空（Black Myth：Wukong）」は10億米ドルの収益を上げ、「米哈游（miHoYo）は新作を通じて文化的影響力を拡大し続けている。

成都市は、「可可豆動画」（映画『ナタ転生』のプロデューサー）、TencentのTiMi Studio Group、ネットドラマなどの「ソフトパワー」によってユニコーンの土壌を育んできた。

**地域間競争、5大都市圏が評価額の8割を独占**

北京、上海、杭州、深セン、広州は、中国におけるユニコーン企業の67.9%を集め、総評価額の81.1%を占めている。しかし、その発展経路は大きく異なる。

◆ 北京のユニコーン企業は65社で、総評価額は3兆元を超え、全国シェア35.6%で首位を占める。

評価額が高いユニコーン上位20社のうち4社が北京に本社を置いている（字節跳動<ByteDance>、滴滴<DiDi>、京東科技、元気森林）。ユニコーン巨大企業の集積によるトップ効果に加え、北京のもう一つの大きな強みは、政府系産業投資ファンドが数多く存在し、規模が大きく、種類が豊富な点にある。2025年2月時点で、北京市の8つの産業ファンドの総規模は1,000億元に達し、AI、ロボットから医療健康、先進製造、商業宇宙開発などの分野に及んでいる。

◆ 上海のユニコーン企業は57社で、全体の19.9%を占め、総評価額は1兆2,100億元、前年同期比5%増となった。半導体と人工知能分野のユニコーン企業が最も多く、それぞれ14%、12%を占める。

上海は、新エネルギー急成長時代において、ジェータ・セミコンダクター（積塔半導体）、エンビジョンAESC（遠景動力）、ホーサイル・テクノロジー（禾賽科技）といった高評価額のハードテック企業群を育成しただけでなく、商業宇宙分野でも力を蓄えつつある。例えば、垣信衛星（Spacecom Satellite Technology）は中国の低軌道ブロードバンド衛星産業チェーンの構築に積極的に取り組んでいる。

さらに、上海を代表する二大ユニコーン企業も過去1年で急成長した。小紅書（rednote）はTikTok禁止令後、海外ユーザーが急増し、評価額も3,500億元に達した。miHoYoに続き、上海で評価額1兆円超えを達成した2社目のユニコーン企業となった。

◆ 杭州のユニコーン企業は24社で、20%増加し、総評価額は1兆400億元に達した。

杭州ユニコーンの評価額が全体的に高いのは、アント・グループ（ANT GROUP）と菜鳥网絡（CAI NIAO）の業界での地位によるものであるが、2025年にイノベーション都市としての代表となるのは「杭州七小龍」（ゲーム、人工知能、ロボット工学、AR+AIメガネ、ブレインマシーンインターフェースなどの分野をカバーしている）である。この1年で、その内の5社は、それぞれの業界を代表して驚異的な製品を発売し、消費者、さらには世界市場の注目を集めた。

◆ 深センのユニコーン企業は30社で、総評価額は9,269億元（前年比13%増）となっている。

フィンテックと自動運転は深センの強みを持つ分野である。テンセントのWeBankは2024年の営業収入がわずかに減少したが、利益は均衡を保ち、評価額は影響を受けなかった。HUAWEIのYinwang Intelligent Technology(引望智能」は設立からわずか1年で、評価額はランキング11位に達した。DJI（大疆）はドローン業界における技術的リーダーシップにより、製品の世界シェア率85%を達成し、深センにロボット産業における地域的優位性をもたらしている。

また、深センの投融資市場が成熟していることも、地元のユニコーン企業の孵化・上場成功率を高めており、2024年に上場した太陽電池セル分野のユニコーン企業、LAPLACE Renewable Energy Technolog（拉普拉斯）がその例である。

◆ 広州のユニコーン企業は19社、総評価額は6,671億元で、前年比21.7%減少した。

Eコマースと新エネルギーは広州のユニコーンの柱であり、越境Eコマース大手のSHEINは広州でスタートし、AION（GAC GROUP）は最大の新エネルギー・ユニコーン自動車会社である。しかし、この2年間は、この広州トップ2のユニコーン企業にとって厳しい状況にある。

2025年、米国の関税措置によって、小額小包は免除されなかったため、SHEINの米国での売上は大幅に減少し、4月25日から5月1日までの売上は前年同期比23%減となった。5月13日に小額小包の関税が120%から54%に引き下げられたが、それでもまだ高い。一方、オンライン配車市場の飽和とスマート化への転換が遅れていることもあり、GAC AIONの売上も大幅に減少しており、2024年には前年比21%減、2025年第1四半期には前年比6.5%減となった。

中国のユニコーン企業は技術爆発の担い手とされている。未来を定義する技術を掌握する者が、次の十年で業界の先駆者になると思われる。

今後、これらのユニコーン企業の中で、上場を告げる鐘を鳴らすものが次々と出てくるだろう。しかし真の勝者は、企業価値評価を「替えがたい競争力」へと転換させることができる企業であろう。

图 表：中国独角兽企业榜单

| 公司名字 | 省份 | 城市 | 创建时间 | 估值(亿人民币) | 所属行业 |
|---|---|---|---|---|---|
| 字节跳动 | 北京 | 北京 | 2012 | 18000 | 社交媒体 |
| 蚂蚁集团 | 浙江 | 杭州 | 2014 | 5700 | 金融科技 |
| Shein | 广东 | 广州 | 2008 | 3500 | 电子商务 |
| 微众银行 | 广东 | 深圳 | 2014 | 2350 | 金融科技 |
| 米哈游 | 上海 | 上海 | 2012 | 1600 | 游戏 |
| 滴滴 | 北京 | 北京 | 2012 | 1440 | 共享经济 |
| Oppo | 广东 | 东莞 | 2005 | 1430 | 消费电子 |
| Vivo | 广东 | 东莞 | 2009 | 1400 | 消费电子 |
| 小红书 | 上海 | 上海 | 2013 | 1350 | 社交媒体 |
| 京东科技 | 北京 | 北京 | 2021 | 1350 | 金融科技 |
| 引望智能 | 广东 | 深圳 | 2024 | 1150 | 智能驾驶 |
| 广汽埃安 | 广东 | 广州 | 2017 | 1000 | 新能源 |
| 远景能源 | 江苏 | 无锡 | 2008 | 850 | 新能源 |
| 大疆 | 广东 | 深圳 | 2006 | 800 | 机器人 |
| 菜鸟网络 | 浙江 | 杭州 | 2013 | 720 | 物流 |
| 元气森林 | 北京 | 北京 | 2016 | 710 | 食品饮料 |
| 得物 | 上海 | 上海 | 2015 | 710 | 电子商务 |
| 远景动力 | 上海 | 上海 | 2019 | 675 | 新能源 |
| 货拉拉 | 广东 | 深圳 | 2013 | 650 | 物流 |
| 蜂巢能源 | 江苏 | 常州 | 2016 | 620 | 新能源 |
| 正泰安能 | 浙江 | 杭州 | 2015 | 600 | 新能源 |
| 嘉立创 | 广东 | 深圳 | 2006 | 600 | 半导体 |
| 京东产发 | 江苏 | 宿迁 | 2018 | 530 | 物流 |
| 车好多 | 北京 | 北京 | 2017 | 510 | 电子商务 |
| 微医 | 浙江 | 杭州 | 2010 | 500 | 医疗健康 |
| 万得 | 上海 | 上海 | 2005 | 480 | 金融科技 |
| 京东工业品 | 北京 | 北京 | 2017 | 475 | 电子商务 |
| 长鑫新桥 | 安徽 | 合肥 | 2021 | 400 | 半导体 |
| 欣旺达动力科技 | 广东 | 深圳 | 2014 | 355 | 新能源 |
| 万能钥匙 | 上海 | 上海 | 2013 | 400 | 软件服务 |
| 深度求索 | 浙江 | 杭州 | 2023 | 350 | 人工智能 |
| 微牛 | 湖南 | 长沙 | 2018 | 330 | 金融科技 |
| 新瑞鹏 | 广东 | 深圳 | 2013 | 320 | 医疗健康 |
| 强脑科技 | 浙江 | 杭州 | 2018 | 315 | 生物科技 |
| 岚图 | 湖北 | 武汉 | 2018 | 305 | 新能源 |
| 自如 | 北京 | 北京 | 2011 | 305 | 共享经济 |
| 合众汽车 | 浙江 | 嘉兴 | 2014 | 300 | 新能源 |
| 智己汽车 | 上海 | 上海 | 2020 | 300 | 新能源 |

2025年の中国ユニコーン企業リスト（一部）

# Liberlive----伝統的な音楽体験を打破する新世代のスマート楽器

| 社名 | 未知星球科技(東莞)有限公司 | | 英語名 | LiberLive | |
|---|---|---|---|---|---|
| 代表者 | 唐文軒 | URL | https://www.liberlive-music.com/ | | |
| 所在地 | 広東省東莞市松山湖園区大学路11号1棟319室 | | | | |
| 売上(RMB) | - | 従業員(人) | - | 創業年 | 2019年 |
| 登録資本金 | 604.8388万人民元 | | | | |
| サービス内容 | 人工知能ハードウェア販売、人工知能アプリケーション・ソフトウェア開発、知能ロボット販売、知能ロボットの研究開発、楽器製造、楽器小売、楽器部品・アクセサリー販売。 | | | | |

コンピューターが発明されて以来、技術的な代替は常にさまざまな分野で起こってきた。デジタルカメラがフィルムカメラに取って代わり、ガソリン車が電気自動車に代替されつつある。音楽の領域でも同じ現象が起きており、今では音楽制作はすでにコンピュータ機器なしでは成り立たない。そして一般消費者向け楽器の分野においても、ついにスマート化による代替の可能性が現実のものとなってきたのである。

未知星球科技(東莞)有限公司(以下、LiberLive)は、知能ロボットと人工知能アプリケーションの開発を主な事業としており、その後、新世代音楽技術ブランド「Liberlive」を設立し、2023年4月から販売を開始した主力製品「LiberLive C1ストリングレス・ギター」は、その画期的なデザインにより、瞬く間に驚異的なヒット商品となった。

**スマート楽器が、楽器のインタラクションを再定義する**

LiberLive C1 は、伝統的なギターの形を根本から覆す革新的な製品である。その中核となるイノベーションは「弦なし」というコンセプトで、従来のギターの弦を9つのシリコン製タッチパッドに置き換えている。さらに、LEDライトがコードの位置をガイドするため、ユーザーはライトに従ってタッチパッドを押さえ、デュアルピックをストロークするだけで簡単に演奏を楽しめることができる。

内蔵された MicroDAWサンプリングシンセ技術は約100種類もの伴奏スタイルに対応し、専用アプリが提供するインタラクティブな楽譜や自動ドラムマシン機能と組み合わせることで、音楽経験ゼロのユーザーでもたった5分で弾き語りを始められる。

さらに、LiberLive C1 は携帯性に優れたデザインを採用し、ボディは折り畳んで収納可能で、軽量なため、屋外での集まりやストリートパフォーマンスなど、さまざまなシーンで活躍できる。このデザインは使いやすさを高めただけでなく、音楽にソーシャルな要素も付加し、若者にとって自己表現や他者とのつながりを生む「ソーシャル通貨」とも言える存在となっている。

**市場でのパフォーマンス、「期待薄」から大ヒット商品へ**

LiberLiveの所属会社である「未知星球(アンノウンプラネット)」は、香港科技大学の李澤湘教授(ドローン大手DJI、雲鯨智能(Ecovacs Robotics)、海柔創新(Hai Robotics)など複数のユニコーン企業を投資・育成)が設立したXBOTPARKファンドが育成した企業である。初期の資金調達時には「コンセプトが時代を先取りしすぎている」として投資家から冷遇されたが、その後の市場でのパフォーマンスは見事な逆転劇と言える。

同社製品「LiberLive C1」は2023年4月に発売され、同年中に天猫(Tmall)の楽器カテゴリーで大ヒット商品となった。2024年6月の618ショッピングフェスティバル期間中には月間販売台数が8万台まで急増し、天猫、京東(JD.com)、抖音(Douyin)などのプラットフォームにおける楽器カテゴリーの売上ランキングで長期間首位を維持し、2024年のブランド売上高は10億元を突破した。

LiberLive製品の主なユーザーは18～30歳の若者で、女性の割合が大幅に増えていて、(従来のギターユーザーの80%は男性だが、LiberLiveユーザーの男女比は1:1に近い)特に「音楽初心者 」のニーズに応えている。

**音楽の平等化を実現し、「エモーショナル・バリュー」を精密に捉える**

従来のギター学習が何百時間もの練習を必要とするのに対し、LiberLiveのインテリジェントなデザインは、音楽創作を「敷居ゼロ」にし、プロではない多くのユーザーを惹きつけ、儀式的な演奏や歌のための「音楽初心者」のニーズを満たている。そのため、従来の楽器メーカーがプロフェッショナル層をターゲットにしているのとは異なり、LiberLiveは「自己満足消費」を目指し、学生やホワイトカラー、さらには中高年層までカバーし、音楽制作やパーティーでの演奏など、さまざまなシーンに展開している。

また、ソフトウェアと組み合わせることで、LiberLive製品は非常に多機能で、チューニング調整をすべて行うことができ、曲を作ることができ、アプリに付属している楽譜にこだわらずに演奏し、完全に自分の演奏スタイルを作成し、あるいは直接新しい曲を作ったりすることもできる。

スマート楽器は現在、大衆消費市場へとシフトしつつある。テクノロジーによって専門的な壁を打ち破り、音楽を「少数者の技術」から「多数者の表現」へと変え、人と音楽のインタラクション方法を再定義している。今後、より多くのブランドが競争に加わるにつれ、スマート楽器は「誰もが創作できる」新時代を切り開く可能性がある。結局のところ、大多数の人にとっては、楽器を「学ぶ」こと自体がニーズなのではなく、「弾き語り」こそが真のニーズであろう。

# 「蘇超」、国家代表チームを超える人気

唯来企業管理咨詢（深圳）有限公司
副総経理
姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。現在はクロスボーダーM＆Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M＆Aサービス担当。

6月5日に行われたサッカーワールドカップ（W杯）アジア最終予選グループCで、中国がインドネシアに0-1で敗れ、W杯本大会出場の可能性は、またも消滅しました。

サッカーの国家代表チームが多くのサッカーファン達を落胆させた一方、中国江蘇省の「蘇超」が18万人超の観客を集め、10元のチケットが600元で転売されるという盛況ぶりでした。

「蘇超」とは江蘇省都市サッカーリーグの通称で、江蘇省体育局と13の地方市政府が共同に催しているアマチュアリーグです。江蘇省の南京、蘇州、無錫などの都市チームで構成されて、地域間のライバル意識が特徴となっています。選手構成はプロ選手（各チーム3名以内）、学生、社会人の混成チームで、年齢層は16～40歳となっています。

もちろん、中国にもプロサッカーリーグがあります。中国足球協会超級リーグ（略称：中超、CSL）は、中国におけるプロサッカーの最上位リーグです。ただ、国家チームもプロリーグも、腐敗によるガバナンス崩壊・育成システムの分断・短期的成果主義などの複合的要素で年々人気を落としています。

そんな中、突然地方のアマチュアサッカーリーグの人気がプロリーグを超える現象が起きた背景には、いくつかの起爆剤がありました。

まずは、全員参加型の市民主役の舞台となっていることです。教師、学生、配達員、プログラマーなど、職業も年齢（16～40歳）もバラバラな516名の市民選手が「プロ顔負け」の試合を展開していますが、参加者の65%以上が完全なアマチュアです。

次に、低い参入障壁が挙げられています。地方政府主導で運営され、参加費無料や低価格チケット（当初10元）により「見るスポーツ」から「参加するスポーツ」へ転換されました。

更に、都市対抗試合となっているため、「文化戦争」がヒットのネタになっています。たくさんのネット流行語が爆発しましたが、南京vs無錫は「アヒルの塩漬け vs 桃」（地元特産品対応）、徐州vs宿遷は「項羽vs劉邦の因縁対決」（項羽と劉邦の出身地）と称され、SNSで「試合第一、友情第十四」、「八百長なし、全是世仇（因縁しかない）」などのネタが拡散されました。

一方、「蘇超」の人気は、思わぬところで経済効果の連鎖反応を起こしたのも興味深いです。常州は敵地・揚州の観客に「A級観光地無料開放＋天目湖の魚料理無料提供」を実施。端午節では6万人超の揚州客が殺到したといいます。塩城は「サッカー＋夜市」、揚州はハーフタイムに「非遺文化展示」を導入しています。各地方都市は、チケット収入だけでなく、ホテル（鎮江で30%増）、地元料理（南京のアヒル塩漬け検索急増）、関連株（金陵体育が20%急騰）にも波及しています。

国家代表の苦戦 vs「蘇超」人気は、中国サッカーの「二重構造」を示していると思います。江蘇省は2017年から「サッカー改革計画」を推進し、2025年までに4,000のアマチュアクラブと8,000の競技場整備を目標に掲げ、「蘇超」はその結実だと思われます。日本のサッカーが強いのも、1990年代から「Jリーグ100年構想」で草の根整備があったからこそでしょう。

「蘇超」は「スポーツ×地域アイデンティティ×SNS」が生んだ中国発の社会現象です。アマチュアサッカーの枠を超え、都市間の文化的対話や観光促進を実現する一方で熱狂の持続には、競技レベルの向上やシステムの成熟が求められます。「蘇超」の人気がどれぐらい続くか、福建省、広東省などの別の地方でも同じように開催しようとする地方アマチュアリーグも同じくヒットするかは定かではありませんが、中国代表チームがインドネシアに敗れた日に、江蘇省の市民たちが雨の中で声を枯らして自分の都市チームを応援する光景に、中国サッカー再生の光が見えるような気がします。

江蘇省初の都市サッカーリーグの試合　出所：「中央テレビニュース」のWeChat公式アカウント

深圳未来创新服務中心
MIRAI Innovation Center Shenzhen
深圳市南山区粤海街道海天二路 19 号盈峰中心ビル 2301
TEL:86-135-3089-3085
https://micsz.jp/