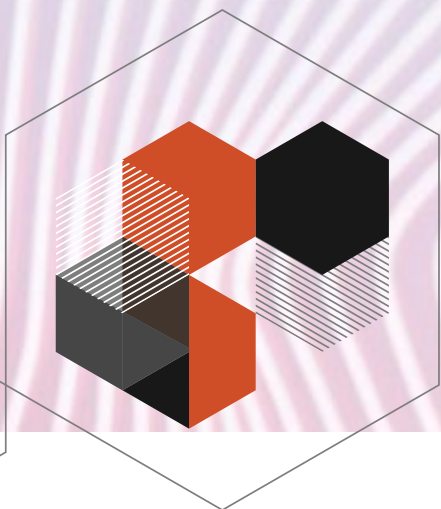


解读元宇宙 营销与潜在价值

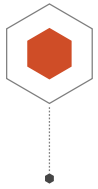


近年，元宇宙成为了一个热门话题。不单是在科技行业，元宇宙也已经在其他各大领域掀起一股热潮，几乎成为品牌们的必追热点。基于各企业纷纷进军元宇宙世界抢占商机，本文将着重探讨元宇宙当下的发展阶段、常见的营销方式与其潜在价值。

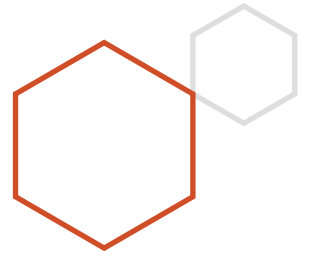


普华永道





今天的元宇宙



元宇宙是一个集体虚拟空间，融合了以虚拟化的物理现实和数字现实。像互联网一样，元宇宙是一个技术中立的环境，不属于任何技术供应商；结合数字货币和非同质化代币（Non-fungible Token, NFT）的使用，元宇宙已经形成一个独立的虚拟经济体系。

NFT是元宇宙中的重要元素，其应用范围非常广泛。目前的典型用例包括：音乐、游戏、数字艺术、活动和票务、房地产、时装、穿戴设备、数字身份、数字藏品等，此外还有更多应用正在被挖掘。

元宇宙的内核代表了“一个持久化和去中心化的在线三维虚拟环境”。在元宇宙中，每一个人都能拥有“身份认定”和“价值认定”。人类可以通过VR设备、手机、电脑等进入虚拟世界，实现实时交互。这个生态系统包含了以用户为中心的要素，例如个体身份、内容创

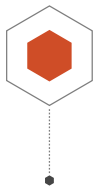
作、虚拟经济、社会可接受性、安全和隐私、信任和责任等。

元宇宙有三个关键特征：

- 1.现实感：**虚拟空间能够创造身临其境的感觉，甚至打造现实的“平行世界”；
- 2.互通性：**人们的虚拟身份能够在元宇宙的“各个星球”无缝切换；
- 3.标准化：**元宇宙中各个平台实现互通的技术基础。

今天的元宇宙并不是一个统一的虚拟化环境，而是存在许多不同的应用，而每一个元宇宙应用都可以说是一个组合型创新，整合包括区块链、增强现实（AR）、云、物联网、5G、人工智能、空间技术等多种新兴技术。





不同的营销尝试

虽然元宇宙相对来说仍然是个新兴概念，实现其全部可能性所需的技术也仍未发展完全，但这并不阻碍企业和品牌制定能够充分利用这一的新兴领域的战略愿景。目前，各大品牌纷纷通过元宇宙创造更具吸引力、更令人兴奋的消费者体验，例如**巴黎世家**以电玩游戏形式发布最新时装系列、**路易威登**推出电玩手游与NFT、**古驰**与 Roblox 游戏平台合作打造虚拟商品展示和销售等。另外，**迪奥**和**耐克**与虚拟游戏平台合作开

发品牌虚拟世界，玩家可以定制 Avatar 头像，在虚拟世界互动，并通过网点链接在线购买。

元宇宙将彻底改变消费者与品牌互动的方式。有了元宇宙，营销将打破常规——对于营销人员，可提供多元化的3D数字营销方式；对于消费者，未来将收获身临其境的购物体验。目前常见的元宇宙营销方式主要为六大种类：

01 广告

一如现实世界的广告，例如公共汽车上的广告牌、标牌和海报，只是投放到元宇宙中来推广品牌

02 NFT

许多品牌正在探索数字产品，通过生成 NFT，在加密货币交易所或元宇宙内进行买卖

03 自建元宇宙

与现有的元宇宙平台合作可能只会让您面对相对狭窄类型的受众，因此创建自己的元宇宙来服务于您的独特目标

04 产品置入

与真实世界的产品展示位置类似，品牌可以将他们的产品放置在虚拟世界中适合观众的体验中

05 体验

通过创建虚拟世界，让目标受众进入体验某个商品，或是进行新商品发布；在虚拟世界里，也可以发行与品牌相关的限量版或专属 NFT，让参与者购买

06 活动

大型会议、演出和其他活动都可以通过元宇宙平台举办，参与者通过利用“穿戴式智能设备”，如眼镜、头显、手套等，“浸入”虚拟世界的活动之中





元宇宙的潜在价值

对企业而言，一个能身临其境、持续，且“去中心化”的数字世界可能对其产生巨大影响。一些品牌已经尝试将元宇宙应用于：

1. 丰富消费者的用户体验

- 增强客户关系：实时客户支持、一对多个性化服务以及与消费者进行情感互动；
- 提供体验（让客户尝试和定制产品）和信息（如，详细的规格和描述，甚至数字产品的技术细节）。

2. 引入仅在元宇宙可使用的虚拟产品

- 提供现实世界无法实现的商品及购物体验；
- 提升品牌知名度。

3. 收集客户的最新数据

- 利用数据分享获取实时消费者洞察。



4. 对实体产品服务和数字产品服务进行营销

- 支持互动内容；
- 创建多个销售渠道；可以针对特定受众定制消费体验。

5. 支持元宇宙中的交易和金融系统

- 获取额外的经济利益（无浪费、无展示商品注销、无库存损坏等）。

6. 提供支持元宇宙活动的硬件和应用程序

- 将公司的元宇宙投资进一步转化成收益。

虽然目前对于元宇宙真正的定义业内还存在争议，但鉴于其诸多概念已经与各种业务相互关联，因此企业可从通过以下六项经过权衡的行动中获益。

1. 增加企业投入：

许多企业对正在迅速发展的元宇宙概念缺乏熟悉度，还未真正理解和信任其数字交易和投资的技能与流程。企业应至少分配一个资源或知识源（例如一个团队）来了解元宇宙的关键概念，并跟踪元宇宙发展的动态。

2. 制定战略：

从元宇宙及其关键概念中识别出可弥补差距和长期发展的机会，然后致力于制定基本措施，包括制定服务扩展方案、开发安全和身份验证计划，以及将应用程序编程接口（API）发布到核心系统以便其他人可以连接。

3. 市场测试：

企业可以选择当前元宇宙潜在趋势中的一些可用机会，包括销售实物商品的数字版本、提供虚拟产品或设施的虚拟游览，以及推出NFT以提高品牌知名度并加强品牌与客户的联系等风险较低的用例。企业还可以通过购买或租赁数字房地产用于销售、广告宣传和客户支持。



4.提升用户信任:

元宇宙及其现有细分赛道为网络安全、隐私权、法律合规性、品牌声誉和反欺诈工作带来了新的挑战。为了在消费者、股东、监管机构和其他利益相关者之间建立信任，企业应尽早沟通其对元宇宙计划的预期，以及您将如何降低潜在风险。例如，区块链和人工智能在某些情况下可以自动验证身份、资产、交易和合同。

5.重新思考核心竞争力:

就竞争优势而言，当前所拥有的可能与共享、去中心化的数字环境不同。企业可能需要通过提高自身技能、招聘员工、采用新的数据和业务关系处理方法以缩小与其他公司之间的技能差距。

6.统一现实世界和数字世界:

如果企业已经添加或计划将数字服务和（或）资产纳入到未来的投资组合中，则需要在现实和数字概念中推动一致的品牌体验。正如网络形象需要与物理位置体验相匹配一样，品牌提供的元宇宙体验亦须如此。

无论元宇宙最终如何发展，这些趋势都是真实的。普华永道已经看到一个崭新数字世界的开端，现在正是企业制定元宇宙路线图的关键时机。我们希望与企业探索元宇宙潜在价值，并助力企业领导者规划元宇宙经营格局，以切实可行的商业举措满足企业长远经营需求。





联系我们

周伟然

全球TMT行业主管合伙人

普华永道中国

wilson.wy.chow@cn.pwc.com

高建斌

中国内地TMT行业主管合伙人

普华永道中国

gao.jianbin@cn.pwc.com

邱丽婷

中国内地及香港媒体行业主管合伙人

普华永道中国

cecilia.yau@cn.pwc.com

单小虎

中国主管合伙人

中国TMT行业主管合伙人

普华永道思略特

tiger.shan@strategyand.cn.pwc.com

季瑞华

中国内地及香港合伙人

普华永道香港

william.gee@hk.pwc.com

Peter Brewin

税务合伙人

普华永道香港

p.brewin@hk.pwc.com

普华永道对各种融合元宇宙技术的趋势展开长期研究，愿与企业共同探索元宇宙潜在价值，助力企业领导者规划元宇宙经营格局，以切实可行的商业举措把握最新机遇，满足长远经营需求。请扫描下方二维码，敬请关注。



www.pwccn.com/tmt/zh

本文仅为提供一般性信息之目的，不应用于替代专业咨询者提供的咨询意见。

© 2022 普华永道版权所有。普华永道系指普华永道在中国的成员机构、普华永道网络和/或其一家或多家成员机构。每家成员机构均为独立的法律实体。详情请见 www.pwc.com/structure。