

微吼

直播研究院
BROADCASTING INSTITUTE



网易瑶台

2022年 元宇宙直播应用场景白皮书

微吼&直播研究院&网易瑶台出品

@2022.08

前言

一个是企业数字化转型的基础设施，一个是全球爆火的全新交互方式，元宇宙直播已经成为商业领域趋之若鹜的必然选择。

一边是流量红利见顶下，急切地变革趋势，一边是元宇宙的各种不确定因素，对于大部分企业来说，尽管已经开始了在虚拟场景、虚拟人、数字藏品等领域的初步试探，但元宇宙直播究竟是否值得做？到底应该怎样入局？布局元宇宙需要投入多少资源？什么才应该是元宇宙最正确的开放式？

微吼直播研究院，联合网易瑶台、迈吉客等知名元宇宙服务商，结合微吼元宇宙直播服务经验，全新打造《2022年宇宙直播应用场景白皮书》，希望能帮助各位在不断地试探中，找到落地元宇宙的最佳答案。

趋势

元宇宙直播应用场景白皮书



元宇宙直播的大门正在打开

一个是全新的交互体验，一个是最佳的流量入口，当Web3.0的时代还未真正的到来，直播就是商业元宇宙大门的最佳打开方式！

爆火的元宇宙

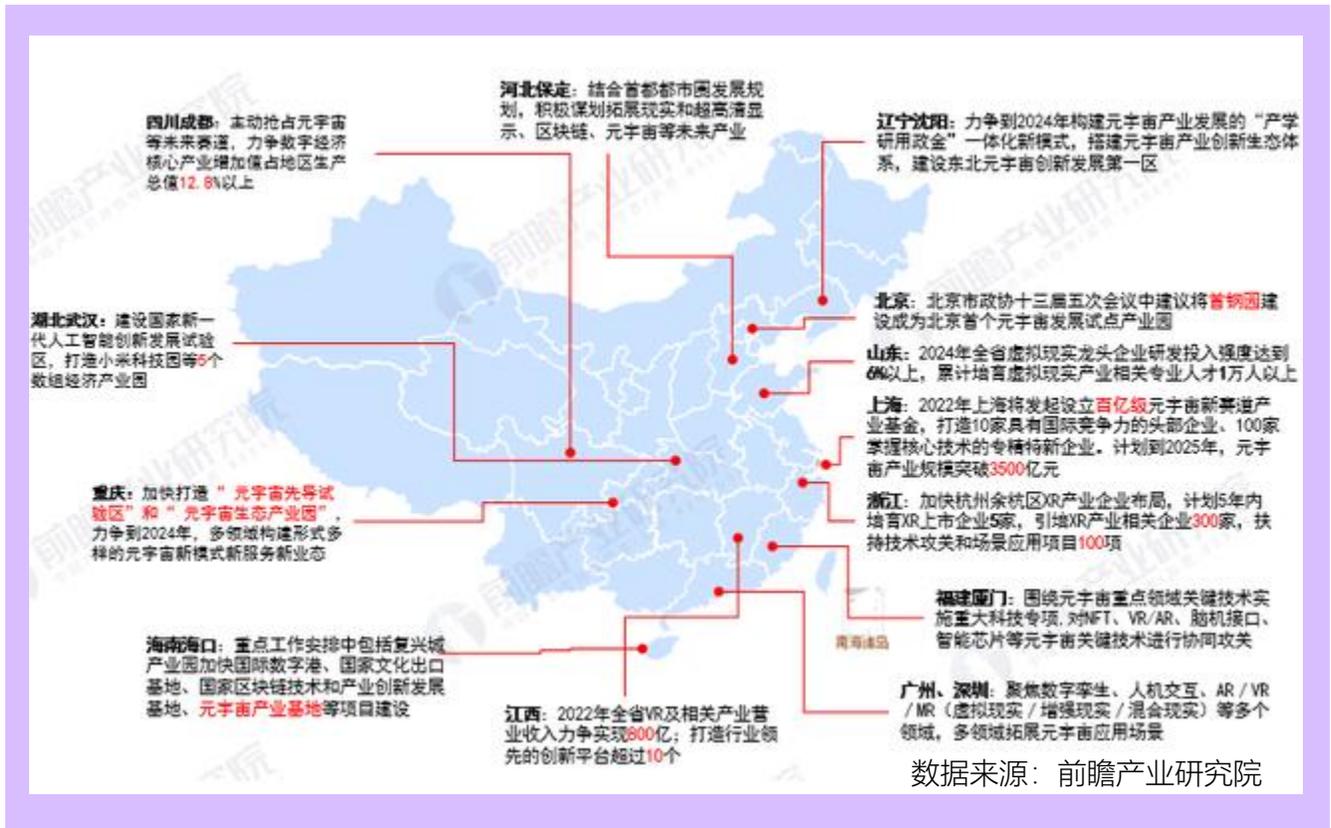
理念先行，元宇宙商业落地已成定局

根据麦肯锡发布的报告，2022年，全球对元宇宙兴趣激增，截至目前已有超过1200亿美元投资于元宇宙赛道，是去年570亿美元投资额的两倍多；Meta委托国际经济咨询公司编写的元宇宙白皮书显示：元宇宙市场可超80万亿美元；摩根士丹利的最新研究，中国元宇宙市场将高达52万亿人民币。

当web3.0的时代还未真正到来，我们所认为的真正意义上的“交互”还未真正实现，即使被认为是理念先行，在流量增长放缓的今天，元宇宙的政策和商业化落地，事实上已成定局，并且正在实现在不同行业和场景的初步落地。

1.政策环境加速推动元宇宙产业落地

在元宇宙概念大热的背景下，各省市纷纷出台元宇宙相关政策。北京、武汉、海口等地提出了元宇宙产业园建设规划；上海提出在2022年将发起设立百亿级元宇宙新赛道产业基金，打造10家具有国际竞争力的头部企业、100家掌握核心技术的专精特新企业。并计划到2025年，上海元宇宙产业规模突破3500亿元。



十四五期间, 中国主要城市元宇宙规划

2. 落地多种应用场景, 并逐步从 To C 向 To B 延伸

尽管争议不断, 但各大行业对元宇宙的落地从来都是步履不停。从最初大家熟悉的元宇宙在游戏和社交场景的落地, 或全面试水、或初步试探, 元宇宙已经实现了在游戏、社交、文旅、教育、办公、购物、会展、营销等多个领域的全面开花, Meta、阿里、腾讯、百度、网易、华为、咪咕等也正在积极探索更多的元宇宙应用场景。元宇宙的应用也在逐渐的实现从 To C 到 To B 的延伸。



元宇宙主要应用场景

3.新鲜烫手的元宇宙究竟能给企业带来什么？

一边是政策环境和商业市场的高度认可，一边是风口浪尖上的极度痛斥，在商业元宇宙的场景在被普遍看好的同时，一部分元宇宙企业似乎还没开始繁荣就已经被洗牌。

一边是流量红利见顶下，急切地变革趋势，一边是元宇宙的各种不确定因素，对于大部分企业来说，尽管已经开始了在虚拟场景、虚拟人、数字藏品等领域的初步试探，但元宇宙究竟是否值得做？到底应该怎样入局？布局元宇宙需要投入多少资源？什么才应该是元宇宙最正确的打开方式？

在从web 2.0到 web 3.0 的最佳过渡时期，我们其实应景找到了商业元宇宙大门的最佳打开方式。

数据来源：行业资料整理

元宇宙直播

直播是元宇宙大门的最佳打开方式

区别于其它行业“元宇宙”大多仍停留在概念阶段，直播的本质就是打破物理空间实现人与人的数字化链接，在5G、MR、AR等技术的加持下，企业直播对“人（虚拟主播）、货（数字商品）、场（现实增强、深度体验）”的重建，已经实现了元宇宙在直播间与人的交互与落地。

未来虚拟直播的赛道会十分精彩，围绕虚拟数字人、虚拟场景等多元技术手段打造的虚拟直播会逐渐成为一种常态，全新的交互模式会多点触达消费者，将品牌产品与消费者的距离拉近，元宇宙直播必将掀起的一股新浪潮。

元宇宙直播的定义

元宇宙直播是将元宇宙技术应用到企业直播领域，通过对“人、货、场”的重构，打造更高效的信息传播方式和用户互动体验。从广义上来说，所有借用虚拟人、虚拟场景和数字化互动方式的直播形式都可以称为元宇宙直播。

与元宇宙及直播行业发展趋势一致，元宇宙直播在娱乐、社交场景短暂爆发后，迅速向直播带货、虚拟大会、教育培训、产品发布会等商业及营销场景延伸。



数字吉祥物



卡通数字人



写实数字人



超写实数字人

人的转型

虚拟主播



2D静态场景

背景为平面静态素材；无动效；单机位和特写机位拍摄



3D静态场景

背景为3D建模舞台；简单镜头摇移；双机位拍摄



3D动态场景

背景为3D建模舞台；多机位渲染；多机位拍摄、摇臂等



互动功能组件

在视频流信息化的互动功能组件，如留言、点赞、抽奖。



视频流信息

通过特效制作和后期将3D文字、切屏、模型与人物行为按逻辑合成。



沉浸式互动

让所有参与者基于数字人置身于虚拟世界，行走、观看、交流、互动。

场的再造

虚拟场景
沉浸式体验



新的促销方式



元宇宙产品



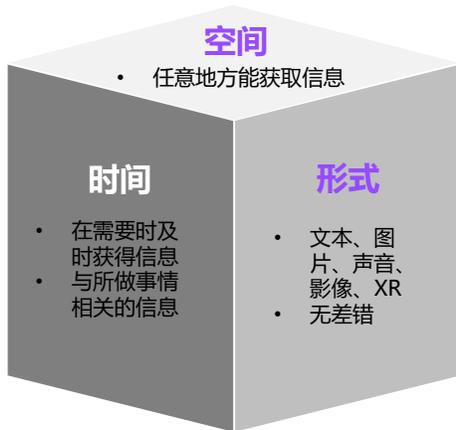
数字藏品

货的延伸

数字商品

元宇宙直播的解读

为什么企业要做元宇宙直播？



信息的三个维度

1. web3.0 到来，元宇宙直播是互联网发展的必然

直播不仅仅是技术和工具，它更是一种内容形态，伴随着Web3.0的到来，新的硬件、存储和网络技术应用，带来了直播在时间、空间和形式的变革，赋予了直播全新的内容形式和用户体验。

互联网时代	Web1.0	Web2.0	Web3.0
硬件载体	个人电脑	移动智能终端	PC+手机+可穿戴设备.....
存储	本地存储	集中式云存储	分布式存储、区块链技术.....
网络	2G/3G	3G/4G	5G/6G.....
交互技术	HTML	HTML5	人机交互、VR/AR/MR.....
信息传递	图文	音视频	元宇宙互动

2. 打破营销桎梏，走出内卷

当前互联网产业在内容载体、传播方式、交互方式、参与感以及互动性上长期缺乏突破，导致营销形态内卷化。而虚拟世界与现实世界的融合是未来最大的增长领域，这为品牌提供了许多新的营销机遇。

企业需要新的营销场景

元宇宙是终极的虚拟营销场景。

企业需要新的展现形态

企业需要打破实物与虚拟场景的隔阂。

企业需要有效代言

虚拟品牌代言人规避真人的合作风险。

企业需要新的用户互动方式

用户从被动消费到主动体验，参与到产品生产设计。

3. 用户年龄结构变化，Z世代正在成为职场和消费主力

随着 Z 世代迅速融入主流社会，已成为国内消费市场的主要群体之一，有机构预测，2020 年 Z 世代将占据整体消费力的40%，不仅如此，他们已经掌握了一半以上的话语权，成为社交媒体上最活跃的力量。

从社会发展角度看，元宇宙将是属于下一代人的真实“数字”社会，是当前互联网的进阶形态。在这种环境中，用户不再刻意区分物理性的真实存在和数字化的虚拟存在。更重要的是，用户会希望他们所有的朋友、个人所有物和体验都能被虚拟连接。这个万物交互且生生不息的虚拟世界就是元宇宙。

4. 直播是企业数字化转型的基础设施

在新冠疫情的加速催化下，企业直播成为企业数字化转型的必然选择，直播是最好的流量入口和内容转化平台，2022年，B2B企业会在现有基础上，加大直播的力度，以及增加线下与线上融合的探索。

疫情反复、线下受阻

据统计，2022年3月份以来，近7成线下市场活动选择转移至线上举办

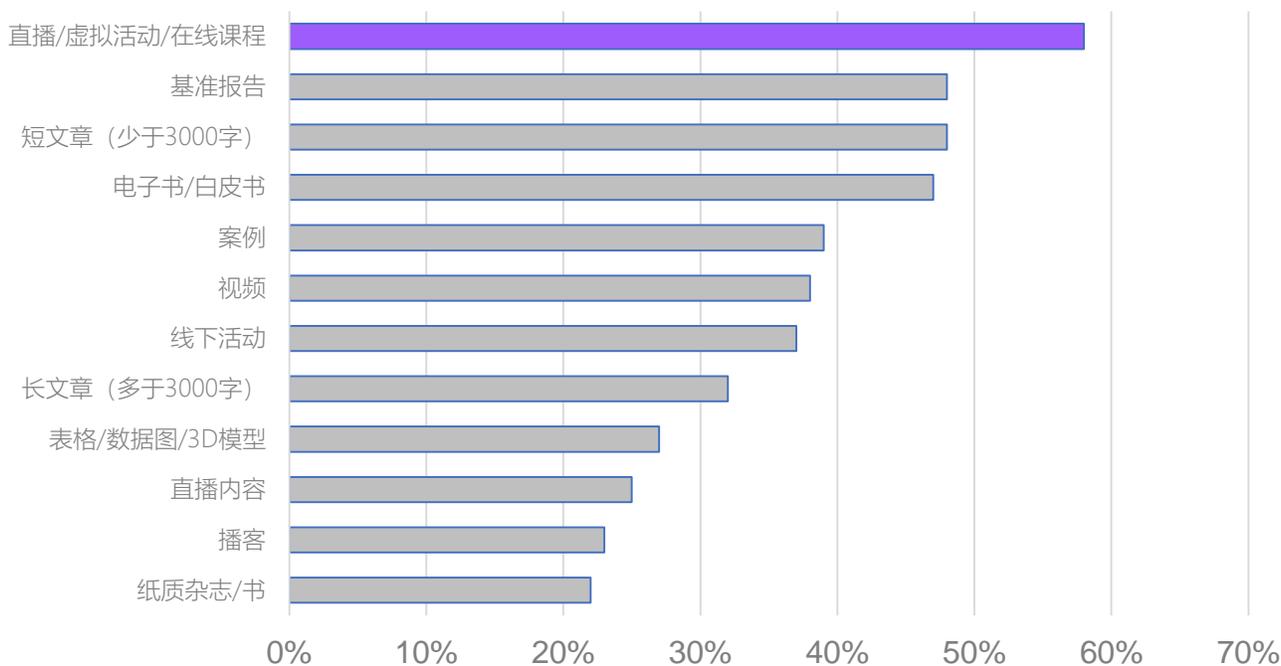
用户行为呈现线上化趋势

据统计，近7成95后网民表示，相比线下参加活动，更愿意选择线上观看直播

成本更可控，性价比更高

常规线下活动参会人员的成本约为2000元/人；而线上有效参会的人员成本约为20-50元/人，线下参会的邀约到会率为10%，线上直播的邀约到会率相较于线下提升30%

作为元宇宙内容载体，企业直播是视频化内容，更直观的将信息传达到目标用户面前，企业直播的内容价值等到更有效的发挥。



过去12个月中，虚拟会议/直播/在线课程，成为B2B企业最佳营销手段

数据来源：CMI, B2B content marketing benchmarks, budgets, and trends

场景

元宇宙直播应用场景白皮书



元宇宙直播的应用场景

从To C 到To B,从营销到培训，元宇宙直播场景贯穿各行业，从业人员也在积极寻求“人、货、场”不同场景下适合的解决方案。

人的转型—虚拟主播

从直播辅助到直播主角，虚拟人根据定位不同承担不同的角色和功能

其实相较于传统的主播带货模式，虚拟主播不仅可以24小时在线，并且因其“虚拟人”的身份，塌房的可能性也大大的降低，再加上近两年，元宇宙、虚拟人的风头正盛，“虚拟直播”也就成为了一种顺应时代发展的产物。

1. 品牌虚拟形象主播

品牌自创形象经历了从最初的动画IP到二次元形象到AI虚拟形象的发展，承担了包括私域种草官、新品主理人、主播等多元角色。其外形与人设的打造与品牌自身基因的高契合度，在运营层能够代替真人主播，持续24小时保持互动，输出专业性的内容，在品牌层又能很好的代表公司自身的品牌形象。

适合场景：

- 替代真人主播、实现24H活动：交互性较弱，只能回答预设问题
- 与真人主播一起，增加直播趣味性：通过人机交互和动作捕捉，控制虚拟主播

代表人物：花西子形象代言人、屈臣氏形象代言人



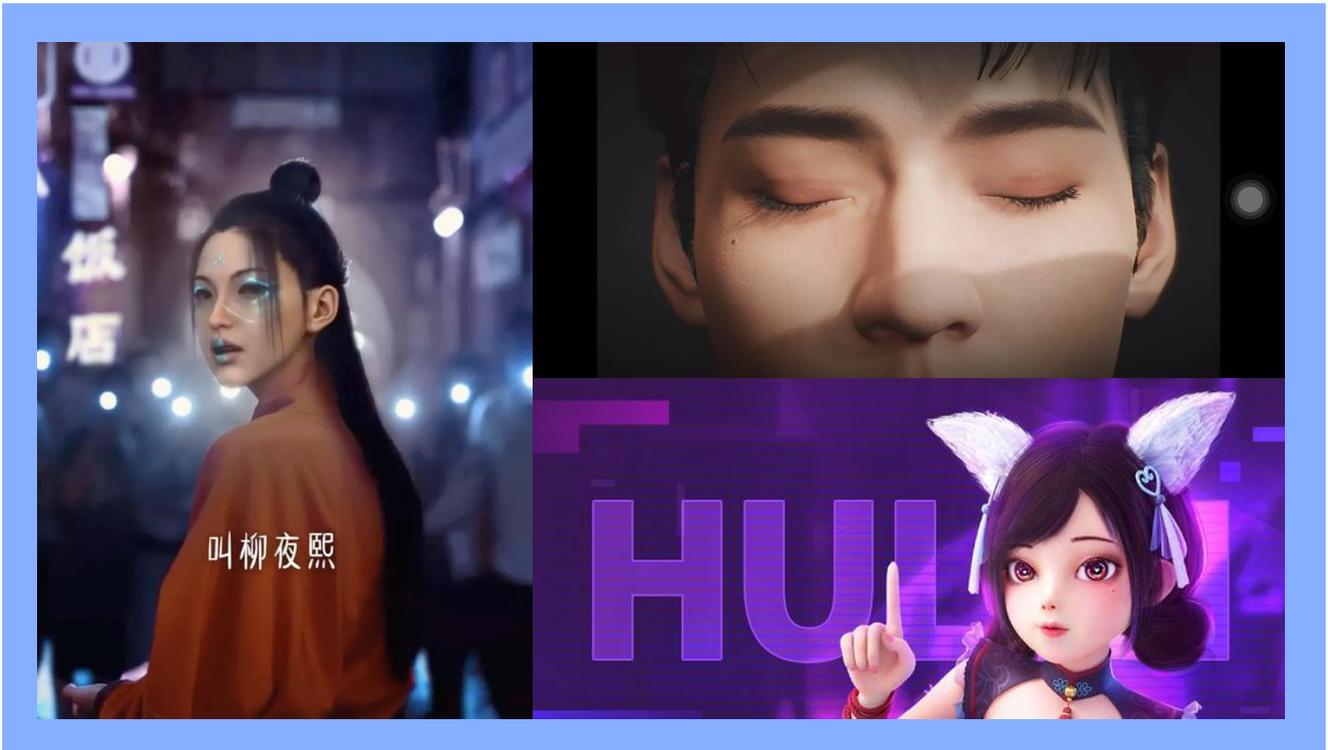
2. 虚拟偶像主播

虚拟偶像趋近于真人KOL，高度活跃在各大社交平台，拥有自己的人设特点及粉丝群体。行业内通常较多分为二次元类和超写实类。它们并非某一个品牌主的虚拟形象，更多偏向于偶像养成，形成IP本身的商业价值，来实现营销变现。

适合场景：

- 品牌营销联动
- 产品代言

代表人物：柳夜熙、龚俊虚拟形象、狐璃璃



据了解，软件工具类的AI虚拟主播，成本可以很便宜，在系统里自选开播形象，便可以进行模板化的虚拟直播，一个月花费几百到上千元。

实时驱动的虚拟主播价格昂贵，从虚拟人的3D建模、骨骼绑定、到直播时的实时渲染和语音生成，光是三维虚拟形象技术费用就要几万到几十万。

整体上来看，虚拟主播在技术、价格及交互上仍有很多现时问题需要面对，相信未来技术不断迭代进步，虚拟主播的发展空间还非常大。

场的再造—虚拟场景

元宇宙直播深入到企业运营的全场景

经典互联网在时间性上已达极限，元宇宙为其增加了空间性维度，它将赋予用户时空拓展层面上的全新体验、价值，为用户创造沉浸式、交互式、更多感官维度的体验将是元宇宙的技术主脉络。

元宇宙直播，是对传统互联网信息传递方式中“场”的创新，探索人与信息连接的新场景。根据直播场景和目标群体的不同，元宇宙直播的场景也在不断地创新和突破。

1. 按场景划分

- 元宇宙直播天然就是数字化学习的载体和场所，提供了充分的数字化资源；
- 元宇宙直播成为多种企业营销活动的超级入口；
- 元宇宙直播提供了新的企业管理形式。

数字化营销

提升用户体验及营销转化



技术大会



数字峰会



直播带货



新品发布会



经销商大会



空中宣讲会



企业云年会



工厂直播



业绩发布会

...

数字化管理

提升企业数字化管理效能

数字化学习

提升学员互动体验



企业文化



企业内训



技能大赛



党政活动

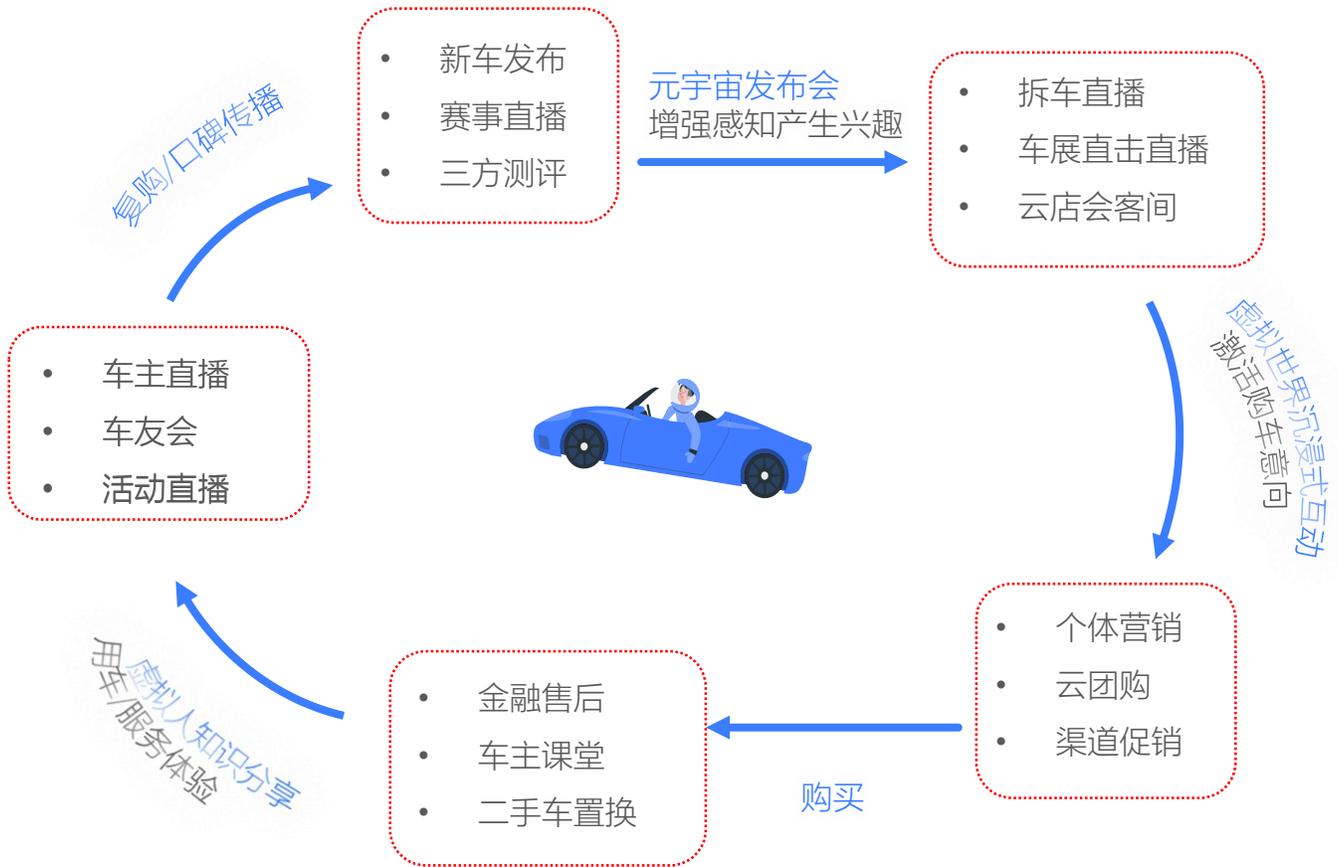
...

2. 按行业划分

- B2B：根据目标定位，选择最适合的落地场景及互动方式

场景	适配选项	示意图	价值点
常态化市场活动	卡通数字人 3D静态场景		卡通数字人：创新看点、具象化小助手、Q&A发起者 3D静态场景：活动专属场域，提升活动格调
发布会/峰会	3D产品模型 3D动态场景		3D产品模型：强化宣发产品特性，展示微观工艺细节 3D动态场景：活动专属场域，灵活的镜头语言，丰富的画面方案
开年/年会活动	3D动态场景 配套特效		3D动态场景：企业年会专属场景，强化年会氛围 配套特效：还原线下年会环节，强化授勋、颁奖、抽奖等仪式感
经销商/合作伙伴大会	2D静态场景 3D静态场景		2D/3D动态场景：塑造企业独一无二的品牌形象，增强品牌对经销商/合作伙伴的美誉度、凝聚力
员工培训	数字吉祥物 2D静态场景		数字吉祥物：凝练和行走的企业文化，增加对员工的亲和立与凝聚力 2D静态场景：企业培训的专属视觉元素，塑造企业内部学习的品牌

- B2大C：打造元宇宙直播营销闭环



汽车行业元宇宙直播营销场景

- B2小C：直播无边界，探寻任何能够占领用户心智的元宇宙互动方式



品牌也可以像人一样，遁入虚拟空间



品牌、IP强强联合，打造直播行业爆款直播



在虚拟空间创造属于自己的元宇宙品牌

货的延伸—数字藏品

数字藏品也能成为品牌直播的“新衣”

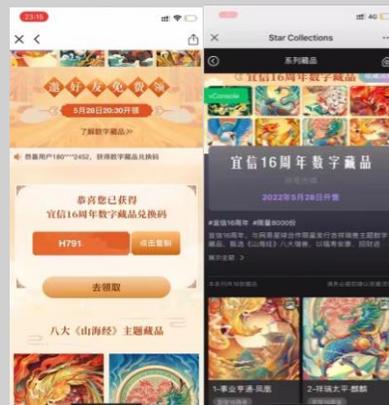
数字藏品从本质来说是NFT的中国化表现形式，背后主要的功能是NFT，当前，已经出现了万物NFT的趋势。随着原宇宙的概念和空间的拓展，以及元宇宙直播的流行，数字化藏品，成为新的“货”，正在逐渐发挥其在品牌营销领域的独特价值。

已数字藏品作为互动奖励，实现直播间获客引流

- 宜信财富元宇宙十六周年庆，NFT抢领通道，上线首日抢空3000席；活动第一天限量8000份全部完成兑换。

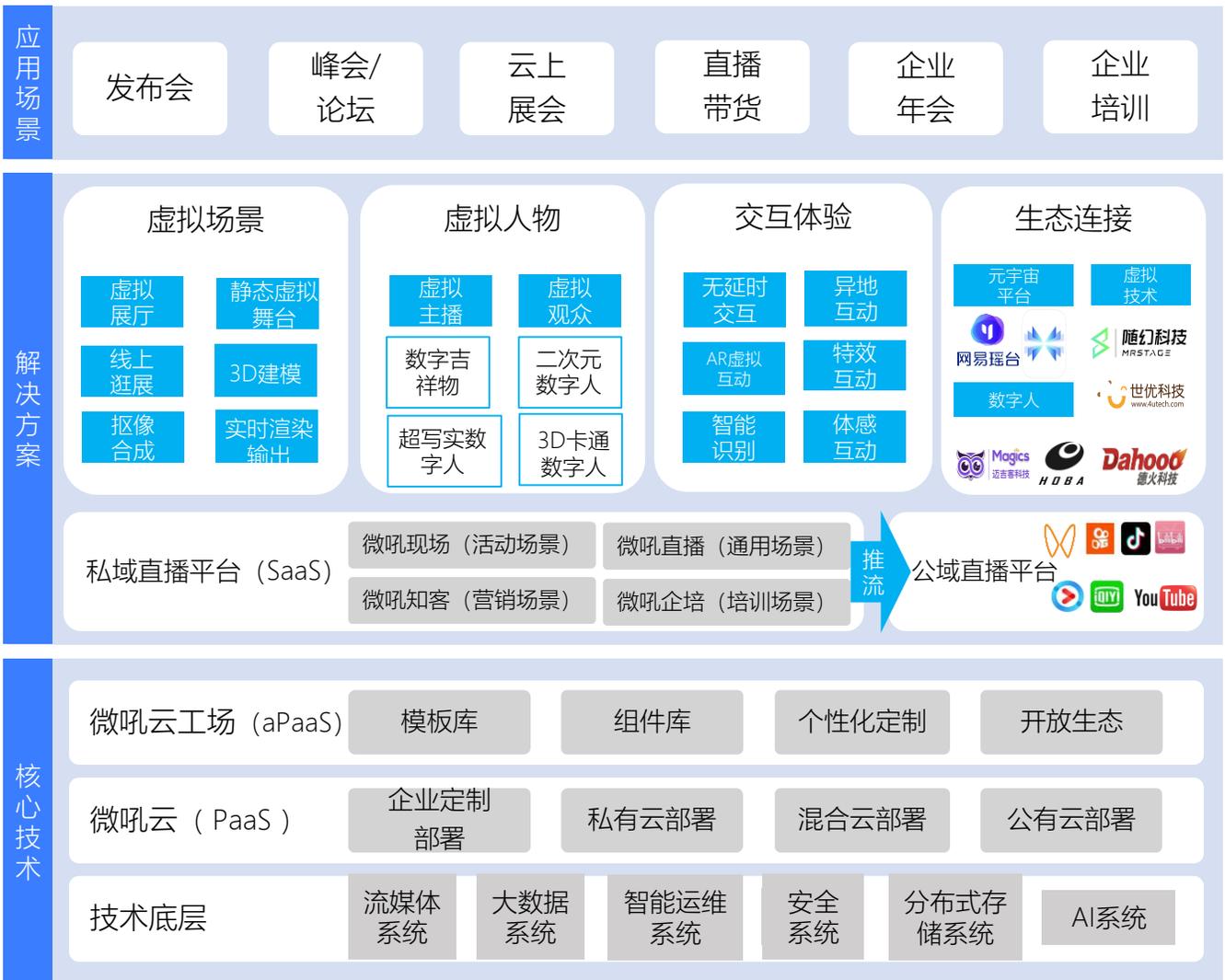


主题演讲+
元宇宙空间
虚拟展厅



直播邀约获
取数字藏品

微吼元宇宙直播解决方案



案例

元宇宙直播应用场景白皮书



元宇宙直播落地正当时

探索一直在继续，我们从千百家行业和直播案例中窥见，元宇宙直播落地所带来的蓬勃生机。

元宇宙直播案例



网易瑶台

行业峰会

MCON Festival Live首届品牌元宇宙营销沉浸式峰会

2022年5月25日-26日MCON Festival Live首届品牌元宇宙营销沉浸式峰会在网易瑶台成功举办，本次峰会以颠覆传统的形式，创新丰富的内容，迅速使得MCON Festival成功出圈，成为业内首个在元宇宙空间举办的品牌营销沉浸式峰会。



图1 元宇宙峰会现场

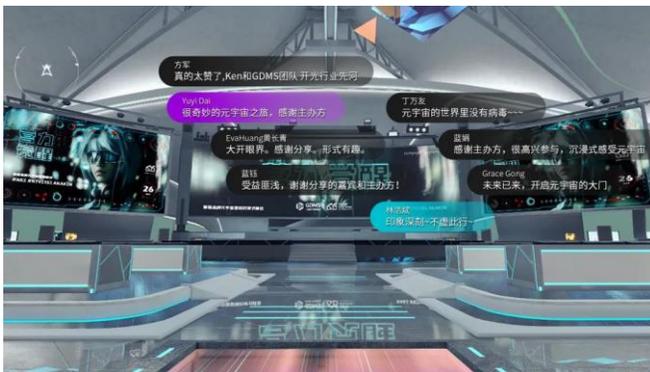


图2 用户实时弹幕互动



图3 沉浸式虚拟展厅

网易瑶台

网易瑶台是网易伏羲旗下沉浸式虚拟活动平台，致力于用人工智能和科技创新打造全新的线上活动模式。依托于网易在3D游戏引擎、AI、云计算等领域的多年技术积累，打造出以用户体验为核心，多场景、强互动、沉浸式的虚拟活动平台。

元宇宙直播案例

发布会

美沃奇元宇宙虚拟发布会

美沃奇™借助微吼为其打造的“真3D直播”经销商元宇宙直播大会，以元宇宙场景及丰富产品展示体验等，运用元宇宙概念及虚拟演播室技术实现概念场景真正的根据产品的使用场景，以现场直播的形式，向用户展现美沃奇的产品使用场景和产品功能，开创了工业行业同类型元宇宙直播先河。塑造新伙伴对美沃奇品牌、技术及产品鲜明认知强化现有合作伙伴信心。



案例亮点

1. 国内鲜有的实时虚拟场景直播：引入最新技术，通过国内鲜有的感知虚拟制作与渲染引擎，从而实现真正的元宇宙直播完整链路。
2. 匹配真实的美沃奇物理产品来进行模拟：让更加逼真的物理效果为视效预览和最终画面创建动画。
3. 实时引擎利用分布式渲染来实时提高动画的性能和分辨率：可将多个引擎实例并行并协力输出到视频转换器，使得镜头内的实时视觉特效可以超过4K图像分辨率，从而提供惊人的图像真实度。

元宇宙直播案例



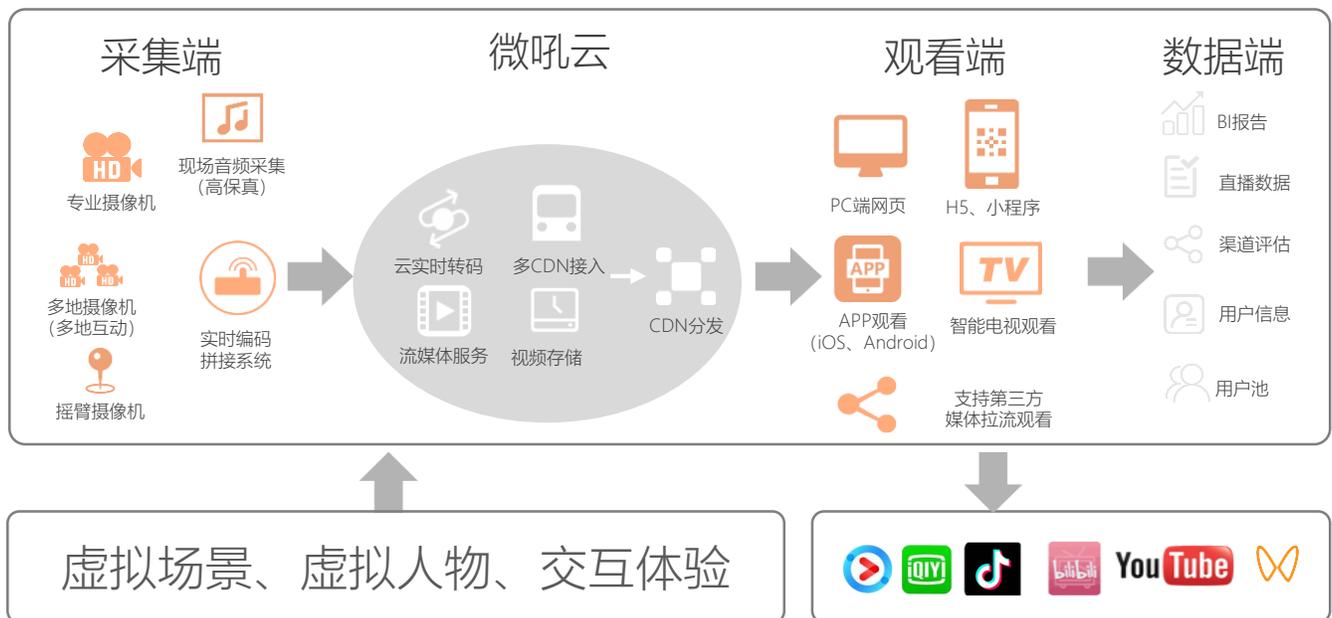
发布会

36氪研究院X微吼直播研究院「企业直播行业标准」联合发布会

2022年7月14日，由36氪研究院X微吼直播研究院联合举办的《2022年企业直播行业标准研究报告》线上发布会。



通过元宇宙虚拟场景、虚拟替身元宇宙对话互动、异地嘉宾空中圆桌等环节，打造一场沉浸式、轻量化、低门槛的元宇宙发布会。



元宇宙直播案例



直播带货

某国际知名3C品牌官方旗舰店-数字人7*24小时“直播带货”

基于CG+AI技术，提供智能数字人在智能虚拟直播/实时互动、短视频内容生产和个性化服务，助力品牌全时段全流量覆盖，降低成本，提高效率。

迈吉客科技智能AI数字人提供该官方旗舰店7*24小时不间断服务，快速构建AI知识图谱搭配形神兼备肢体动作元气满满的活跃于直播间；全新用户体验，在震撼视觉特效中产生情感共鸣抢占用户心智。

服务内容：虚拟数字人智能直播；AI知识库；识别弹幕消息智能互动。



迈吉客虚拟人-小吉

数据反馈：虚拟主播和真人主播优势互补，智能数字人填补了真人之外的非高峰时段的直播，延长直播时长至24小时，平均观看量、浏览人数、购买转化、GMV等直播间数据均有大幅度增加（具体数据属于客户隐私，不方便对外透露）。

迈吉客科技Magics

迈吉客科技Magics是一家拥有自研CG+AI技术的智能软件服务公司，提供智能数字人在虚拟直播、短视频内容生产和个性化服务等场景的整体能力，为希望降本提效、增量创收的客户高性价比的智能产品和服务。

元宇宙直播案例

直播带货

广发证券AI主播：证券业首位AI主播“上岗”

证券业首个AI主播“小田”于2020年正式在广发证券上岗。她的主要工作任务，在广发证券易淘金APP上播报每日的早盘视点、盘中热点和收盘点评等实时资讯。这也是整个证券行业首位以真人员工形象为原型合成的虚拟主播。使用“自然交互+知识计算”等多模态虚拟人物生成技术，模拟出一个类似人类的虚拟主播，来完成任意文本内容的视频播报或交互。



AI主播上线，能极大提高视频生产效率。完成一场AI主播的“华丽上线”，只需要输入准备好的文字脚本，等待2-3分钟，即可生成一个精美的AI主播的视频资讯。

AI主播的背后，有哪些“黑科技”加持？

AI主播基于图像、视频、音频等多模态虚拟人物生成技术，通过整合人脸关键点检测、人脸特征提取、人脸重构、唇语识别、情感迁移等多项前沿技术，结合语音、图像等多模态信息进行联合建模训练，生成与真人无异的AI主播虚拟模型，背后涉及图像、语音、自然语言处理等人工智能技术的高度融合。