



传媒行业：元宇宙系列报告： 从“人-物&交易-场”三大维 度解构虚拟平台核心要素



核心观点：

从“人”、“物和交易”、“场”分析虚拟平台：目前主流虚拟平台以游戏、社交、工作、综合等不同场景切入，我们基于平台间的共同点，从“人”、“物和交易”、“场”三个角度提炼出身份认证、身份认同、NFT、经济体系、生态、开发工具六大要素，作为对虚拟平台的分析提炼框架，以此展望未来虚拟平台的基础要素及运营者的基本能力需求。(1) 用户流量是平台生态的核心，身份认证首先赋予用户独一无二的虚拟身份，提供代入感；身份认同让用户在平台停留，社交网络提升用户粘性。(2) 物和交易是生态的串联环节，将人与场关联，物品的价值在交易流通中增加，用户得到经济激励，更有动力创造新内容，平台生态构成良性循环。(3) 场是平台生态的基石，平台自建的内容是虚拟世界生长的原生环境，为了生产出更多更丰富的内容，平台一方面提供低门槛的UGC开发工具，一方面引入第三方生态合作伙伴和品牌，丰富生态体系。

“场”是虚拟平台生态的基石，开发工具提供技术支撑，生态合作伙伴与品牌共同赋能生态体系。虚拟平台生态的构建分为三部分：(1) 开发工具(3D建模能力)：平台通过3D建模、引擎渲染，完成虚拟平台的框架搭建和一部分初始内容的填充；(2) 生态打造能力：我们认为，虚拟平台“场”的构建可以类比电商平台生态的构建，生态合作伙伴是必不可少的一环。为了持续吸引用户，保证用户粘性和留存，平台引入生态合作伙伴，让第三方在平台上填充内容，生态合作伙伴同时也可以是品牌方和平

台间的桥梁；(3) 生态运营能力：平台收获流量以后，为了进一步提升商业化能力，与品牌方合作，通过打造线上品牌空间、举办线上活动、发行 NFT 虚拟物品、在虚拟场景打广告等一系列融入平台环境的品牌营销活动，实现共赢。

投资建议：虚拟平台方面，ROBLOX 打造 UGC 游戏社交平台，双向经济系统促进生态活跃性。以 Decentraland 为代表的 P2E 链游平台基于区块链及 NFT 技术保证资产确权及流动性，激励玩家增加数字资产价值。天下秀虹宇宙切入 3D 社交场景，社交消费场景的可变现空间大。微软推出 MeshforTeams 平台，聚焦办公场景，融合社交需求。Meta 的 Horizon 产品矩阵和百度希壤致力于打造综合虚拟平台，触达多元垂直领域虚拟场景，有望盘活更多用户流量。底层能力方面，关注提供 3D 建模能力支持的引擎公司。Unity 作为龙头游戏引擎，性价比最高，公司积极拓展能力边界。生态合作伙伴作为虚拟平台建设不可或缺的一环，推荐关注具备虚拟场景能力的公司。蓝色光标作为技术领先的营销公司，将打通“生态建设+生态运营”链路。品牌有望在虚拟平台探索新的营销模式，“虚拟空间+虚拟物品”双管齐下。Nike、Adidas、Gucci 等全球知名服饰品牌均在 ROBLOX 建造品牌虚拟空间，并发行 NFT 商品。短期看，知名大品牌更有可能率先获益。

风险提示。(1) 虚拟平台建设不及预期。(2) 政策监管风险。(3) NFT 应用需求不及预期。

关键词: 区块链

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37581

