

NFT电商，元宇宙内卷有多严重？为何各品牌纷纷与元宇宙产生共情？

产品名称	NFT电商，元宇宙内卷有多严重？为何各品牌纷纷与元宇宙产生共情？
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

元宇宙内卷有多严重？为何各品牌纷纷与元宇宙产生共情？

元宇宙内卷有多严重？

为何各品牌纷纷与元宇宙产生共情？

当下，“元宇宙”依然热潮正盛，门门甚至有说元宇宙被认为是互联网的下一阶段形态，元宇宙作为虚拟世界和现实世界融合的载体，确实承载着较吸引人的闪光点，也正是因为神秘而虚化，被众多人所关注。

自从facebook大肆鼓吹“元宇宙”概念并更名为Meta向元宇宙致敬，再加上“柳夜熙”元宇宙短视频的火爆，一致让品牌界掀起一股“元宇宙热”，大家纷纷把自己的品牌文化融入元宇宙概念，抢注元宇宙商标，进行元宇宙跨界联动，抓住元宇宙商业密码。

“元宇宙”相关商标申请量已近6400条

从近的两个星期以来，我们不难看出元宇宙的热度卷得有多高，门门有看到申请了“QQ元宇宙”、“元宇宙”，海澜之家申请元宇宙商标；上汽集团注册上百个宇宙商标；双汇集团申请原生宇宙商标；申

请了"app"; 网易提交了“ 网易宇宙 ”; 巴巴也注册了“ 元宇宙 ”等多个商标, 以及36氪探路元宇宙, 1124份数字藏品等等, 多家企业不断与“ 元宇宙 ”产生相关性联动, 就像是掌握了liuliang密码, 元宇宙是什么不重要, 蹭热度才是王道, 整个风口荡起了一层层涟漪。

为何横空出世的“ 柳夜熙 ”能掀起宇宙热潮?

1、数字化和新技术正在重新定义各个行业

新消费时代背景, 什么都能产生内卷, 特别是在越来越激烈的竞争环境下, 企业品牌需要创新需要突破, 更需要有热度来引流。在青蓝互动看来元宇宙的一时轰动也确实展现出的是数字化、智能化与互联网的多项技术的融合, 看到的是未来行业发展的更多可能性。“ 柳夜熙 ”的出现更是将虚拟人物形象完全曝光在大众之下, 从而再次搅动宇宙风口上的虚拟偶像生意!

2、商业化潜力在“ 元宇宙 ”里被看到

“ 我看到的, 你也看到了 ”, 这便是赋予了内容和故事的虚拟偶像IP, 光是“ 元宇宙+虚拟偶像+美妆 ”这几个大标签, 就吸引了不同维度的人群, 这其中的私欲liuliang就占有较大的数据, liuliang就是商机, 有liuliang的地方就会有品牌, 何况还是一条视频就引起了百万粉丝关注, 这也说明元宇宙激起了大众的新奇, 在概念还不完全成熟的情况下, 谁先出手解读更多可能谁就有机会赢得较高的热度。一条条热搜就是很好的结果。

“ 元宇宙 ”的背后还看到的是什么?

——品牌年轻化、品牌跨界

我们不难看到的是, 在关注元宇宙的群体更多的都是对新鲜事物时刻保持高度关注的z世代和部分千禧一代, 以及“ 元宇宙 ”的背后也看到了品牌年轻化和品牌跨界联动的。这些群体更多的也说明品牌年轻化、品牌跨界是当下的liuliang密码之一, 他们更加地重视“ 体验 ”, 更加地关注能产生跨界联动的年轻化品牌。

要想打动年轻用户, 品牌认为品牌年轻化、品牌跨界势在必行。因为随着时代的发展, 年轻群体的消费能力显著tigao, 正在成为未来的消费, 争夺年轻消费群体, 也成为品牌发展至关重要的战役。

综上所述, 品牌能与元宇宙产生共情, 更是看到了未来发展更多可能性, 无论互联网的尽头是不是元宇宙, 变革的浪潮都已经奔涌而来, 新的风口出现都必将会被“ 踏破铁门 ”, 更何况还是AI+人性+世界观+人生故事的“ 元宇宙 ”, 虚实难辨, 虚实融通是高技术的展现, 也是万物皆可数字化时代的重要表现。

元宇宙, NFT这两个词都很火, 但是不明所以的人会问, 这两者之间有什么关系呢:

NFT可以成为元宇宙权力的实体化，如实体钥匙一般,程序能够通过识别NFC来确认用户的权限,未来NFT能够成为信息世界确权的令牌(凭证),这将实现虚拟世界权力的去中心化转移。”

简单举例来说：就如当初大家都问互联网是什么？那现在大家都知道，互联网 + 电商。互联网 + 新零售，互联网 + 。。。。。

现在各大互联网巨头都已进入：元宇宙时代

元宇宙 + 时代来临，元宇宙能如何跟您的企业有关联性？

元宇宙 + NFG：

【元宇宙电商-NFG】是基于“元宇宙”理念下，以区块技术、VR技术为基础，结合社交和电商零售，初步实现元宇宙的商业化应用，帮助企业品牌打造“非同质化商品（Non-Fungible Token）”的交易、流通和溯源。

元宇宙电商-NFG理论架构：

元宇宙电商-万物皆可NFG虚实交互图：

元宇宙电商NFG-前端图示1.0版本

后门门也想说，“元宇宙”风口是好，但也需要慎用，不是所有的企业都适合，也不是所有的企业都需要去迎合一个新的风口，适合自己舒适他人才是重要。

知无不言,分享知识,分享成长,分享价值。以上就是本次门门分享的内容，旨在交流探讨模式。感谢大家

认真看到这里，感兴趣的朋友可以跟门门私聊或留言！门门都会一一回复