

微三云元宇宙系统，NFT数字藏品系统，NFG电商，为产品溯源，为价值溯源，为信誉溯源，微三云钟小霞

产品名称	微三云元宇宙系统，NFT数字藏品系统，NFG电商，为产品溯源，为价值溯源，为信誉溯源，微三云钟小霞
公司名称	东莞市莞带大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13143659518 13143659518

产品详情

随着各大互联网巨头和新兴企业纷纷入局“数字藏品”，现在连传统实体企业也开始试水“数字藏”营销，并取得了相当不错的成绩——只要其数藏平台首次发行某类数字藏品，必然吸引众多的消费者蜂拥而至并一抢而空，数字藏品的价值不言而喻。

在消费者眼里——抢到即赚到！

因此也不不断涌现出一个个“造富神话”，反过来，又吸引更多的用户参与其中。

数字藏品是指使用区块链/区块链技术，对应特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证，在保护其数字版权的基础上，实现真实可信的数字化发行、购买、收藏和使用。——百度百科

当前，数字藏品在国内还属于红利期，所以对于普通用户而已，只是选择参与哪个数藏平台玩的区别；而对于还没涉足，却又跃跃欲试的互联网企业、实体企业以及创业者，结合自己的资源情况，则更多会考虑自己发行数字藏品，这又会面临两个选择：A：选择跟已有的数藏平台合作，如腾讯的“至信链”、支付宝的“鲸探”或者选择新兴的数藏平台如iBox、优版权等。前两者的费用不低，且无二级市场，更多的作用是“品牌化的数藏营销”，而后两者则有二级市场，数字藏品可以交易流通；

B：自己做一个数藏平台，重申一下——这是完全可以的！发行“数字藏品”需要

一个关键且必须的技术——区块/链，而这项技术各大互联网巨头已经做成标配的“底层”，可以开放给其它企业应用，对接好即可。如腾讯的TBaaS，阿里的蚂蚁链、百度的“超级链”……*重要的是，这些开放的区/块链底层是符合国内法律法规及相关政策的，等于预先给你做的数藏平台做了一层大厂信任背书以及技术、法律保障。

关键的问题已经搞定，如果接下来的5个问题能够解决，那离“成功做一个数藏平台”就近在咫尺了。

1. 找合作

发行数字藏品**是找有IP的文娱、艺术、潮玩、书画、非遗等相关机构或作者合作，也可找有实力的品牌企业（工厂），可以起到一定的背书作用，同时也可以证明其商业价值。不管是“虚”还是“实”，一句话来说总结就是——万物皆可“数藏”（NFT/NFR/NFG）

2. 选系统

确定了生产内容之后，下一步要做的就是选一套可以发行数字藏品的系统，通过系统对接的区块/链底层技术，让每一个数字藏品都能产生唯一、不可篡改、可追溯的标识。

3. 定玩法

前面通过系统已经将计划发行的数字藏品“生产在仓库”里，并进行了上链记录，接下来要做的就是通过什么样的营销玩法，让用户快乐的参与。目前主流的玩法有：抢购、空投、转增、转让、合成、预购白名单、盲盒等，各种玩法之间还能灵活组合，让数字藏品平台的可玩性大大提升，同时也可以加快数字藏品的流通效率。

对了，还有一个非常非常重要的，那就是平台、创作者以及藏家之间的版税分成模式！

4. 扩生态

企业在运营数藏平台的时候，出于长久的考虑，可以结合社交电商，做到“虚实结合”，相辅相成，让用户能够体验多元化的消费方式，甚至还可以帮原有平台消除一定的泡沫！（详细的思路和方案，下一篇文章再单独展开来说。）

5. 靠团队

万事俱备，只欠东风——团队，除了自身组建的运营团队外，还需要考虑是否搭建技术团队，给平台运营安全的保障。当然，这个也不是一定要自己组建，毕竟人员成本不低，所以这个也可以找靠谱的技术团队，即软件系统提供方来提供技术支持（150+人的技术团队哦），自己只需要做好运营即可。

元宇宙，NFG，NFT，元宇宙app，数字藏品，NFT系统开发，NFG软件开发

未来十年将是元宇宙发展的黄金十年，转型窗口期已经悄然开启。”

2021年，元宇宙这个词火爆全网，并成功入选由国家语言资源监测与研究中心发布的“2021年度网络用语”。在维基百科中，元宇宙通常被用来描述未来互联网的迭代概念，由持久的、共享的、三维的虚拟空间组成，是一个可感知的虚拟宇宙。元宇宙概念指的是利用科技段进行链接与创造的与现实世界映射交互的虚拟世界，具备新型社会体系的数字生活空间。

据彭博资讯预测，到2024年，元宇宙的市场规模将达到8000亿美元。普华永道预测，到2030年元宇宙的市场规模将达到1.5万亿美元。展望2022，元宇宙又会元宇宙前景广阔，更多资本巨头将会入局

早在2020年2月，腾讯就投资“沉浸式游戏”Roblox，还拿下了其在中国区产品发行权。2021年年初，社交软件Soul提出构建“社交元宇宙”，网易也投资了社交平台全球大的虚拟角色社交平台IMVU的母公司。在2021年HTCVive大会上，HTC宣布布局元宇宙。

被称为BAT元老的百度也推出了国产元宇宙产品“希壤”，百度副总裁马杰表示依托百度大脑在视觉、语音、自然语言理解领域的能力和百度智能云的算力，“希壤”在国内率先实现了10万人同屏互动和“万人演唱会级”真实声效还原。不难预测

，随着资本的争相入局，国内元宇宙建设进程势必加速，促进数字经济与实体经济的深度融合，开辟新的空间赋能实体企业

VR市场体量在上台阶目前在VR领域，市场份额占据大的当属Meta旗下的OculusVR产品，几乎垄断了个人市场的大部分产品。据调研机构Omdia的分析，2021年全年消费级VR头戴式设备销量将会达到1250万部。而在国内，今年1-9月，VR头显设备出货量同比增长28.9%，VR产业市场规模超300亿元。可以预见的是2022年VR市场体量会再上一个台阶，极大可能继续保持着2位数的增长率。

AR的消费级产品或可成为2022年爆款

与销量蒸蒸日上的VR头显情况不同，AR设备还未得到大范围的普及。目前AR设备成熟度比较高的产品是微软在15年推出的Hololens以及之后的Hololens2，但是其高达2万人民币左右的售价，也基本劝退了大部分人

因此，AR硬件设备领域里一直有一个空白，就是消费级的AR硬件，但是在今年，这个空白已经被多个公司盯上了，并相继推出了一款被称作AR眼镜的设备，意图占领这个新赛道。

人工智能创作内容，将会成为产业主要生产力之一

随着人工智能的发展，数字内容创作智能化水平将不断提升。AIGC，即由人工智能创作内容，将会成为产业未来主要生产力之一。

低代码、零代码、自动化生成内容将是主要趋势。这将大幅降低创作门槛及创作成本。原来只有才能使用的创作工具，未来每个人都能轻松使用，创作市场将从利基走向大众。

这就好像我们习以为常的手机直播，十年前只有电视台或机构才能创作视频内容，人人都能成为Up主。未来，元宇宙的内容创作权利也将回归大众，而这背后是技术发展和普及的结果

将对算力资源形成海量需求

未来元宇宙的体验以及创作将对算力资源形成海量需求。其一是要让内容体验更加逼真、增强现实技术应用，及支持大规模用户同时在线等都需要消耗大量的算力资源；二是建立虚拟世界与现实世界的连接交互，需要大量传感器、智能终端等物联网设备去实时采集和处理数据，这也需要海量的算力支持。

此外，元宇宙需要处理大量的视觉图像和进行AI计算分析。这些现实需求使得以CP

U为核心的传统计算结构以及当前的计算能力无法满足。因此，我们需要建设智能计算中心，以及云边端协同计算来适应元宇宙发展需要，这将是计算升级的主要趋势。众多企业入局元宇宙，由此引发了元宇宙的全民热议，在人们对元宇宙的了解逐渐深刻之后，越来越多的勇敢者敢于围绕着元宇宙尝鲜，探索元宇宙如何与自身的企业相结合，进而诞生出一系列在元宇宙中为品牌或产品带来新流量的营销方式。

比如耐克就在元宇宙游戏平台Roblox中建造了一个虚拟世界Nikeland，吸引众多玩家在其中建设和游玩。LV、Gucci、耐克、阿迪达斯、百事可乐等品牌已经尝试发行NFT等数字资产，并获得了丰厚的回报。会捉妖的虚拟美妆达人柳夜熙、A-soul推出的虚拟偶像女团、燃麦科技设计的国内超写实虚拟偶像AYAYI等虚拟偶像在火遍全网，有足够的粉丝基础后，可以如真人偶像一般，参与产品代言，商业演出等营销方式。

虚拟偶像已经拓展出一条已经验证的初步成熟的商业路径。元宇宙相关岗位需求激增

2021年作为元宇宙元年，也可以说是让众人觉醒的一年，企业方意识到了元宇宙的巨大潜力，纷纷加大在元宇宙方向的投入，对于新的方向，拓荒式的探索也需要众多人才和技术作为支持，这将会大幅增加对元宇宙相关岗位的需求。

一方面，围绕着元宇宙的硬件、软件的研发需要大量的人才投入，支持元宇宙的网络基础设施也需要扩容构建，元宇宙中的虚拟场景搭建、虚拟物品设计、虚拟人物建模等内容需求也将激增。

另一方面，正如智能手机诞生出以往不曾有过的直播电商等新的岗位一样，元宇宙也将衍生出一些新的营销方式和商业模式，一批元宇宙相关的新岗位也将应运而生。预计2022年将会是元宇宙人才需求井喷式爆发的一年。

线上办公进化成元宇宙办公

受疫情影响，当下许多公司已经十分适应了线上办公的方式，利用线上会议、线上协作软件等工具便可开展工作。但现有的线上办公并不能解决所有的问题，一些需要当面才能更好解决的问题则需要元宇宙的解决方案。

AR/VR的虚拟会议、虚拟协作软件，可以达到类似于当面沟通的效果，并且在一些工具的加持下，在一些特定场景比如讨论模型设计时，甚至可以获得比当面沟通更高效的结果。新晋改名为Meta的前Facebook公司，就正在力推VR虚拟会议。而目前微软作为AR领域的前沿公司，拥有庞大的办公用户，也在推广虚拟办公层面。决策升级。随着信息体量和维度的增加（数据生产要素），以及人们分析信息的工具越来越智能（AI生产力），两者叠加将促进人们决策更加、可预测性也会越来越高，

可以更加高效的指导我们生产生活的方方面面。

实际上，目前已经有一些公司在尝试借助VR设备来帮助办公了，比如今年10月埃森哲就已经购入6万台Oculus Quest2头显，用于培训新员工。相信在2022年，当AR/VR设备更加普及时，公司鼓励使用头显设备进行AR/VR办公将会成为新时尚。

人机交互体验将会升级

随着信息技术的迭代，我们的五感（视觉、听觉、触觉、味觉、感觉）将被逐一的数字化，信息的维度也在逐步增加，使得数字内容不断的逼近现实的感官体验，更具有真实沉浸感。

同时，人机交互也从间接交互（主要通过按钮、鼠标键盘等控制机器），到AR/VR媒介时代，我们可以通过手势、声音、体感（包括肢体运动、眼球动作和面部表情等）与机器进行更贴近自然的直接交互；随着脑机接口技术的成熟，我们甚至可以直接用脑电波控制机器。总体而言，我们的体验会越来越好，也会越来越趋近真实。

元宇宙催生出新的商业模式

我们知道，人与人、人与信息、人与商品/服务的连接与交互是互联网商业化的基础。过去从PC互联网到移动互联网，随着信息入口发生改变，人与人、人与信息、人与商品/服务的连接关系也将发生改变，我们称之为“场景革命”。

当这些关系或场景发生变化，承载在这些连接之上的商业形态也将进行新一轮的颠覆式创新。那么，元宇宙的发展趋势下，我们的社交、我们的商务，我们的信息，以及内容生产和消费都将会涌现出全新的模式。

说明：微三云被客户誉为懂运营的软件技术公司。做私域电商平台，产品是本质，用户是基石。做品牌做平台，也当然离不开模式，没有模式也是做不了平台的，没有吸引人的模式机制和裂变机制，也很难把平台做起来。平台需要尽量创新营销模式思路，模式从来不是一成不变的，把优势提取，控好成本，尊重用户，初心在手，平台亦在。如果大家感兴趣，可以跟我一起交流，一起成长，感谢大家陪伴。