

元宇宙超级人工智能系统APP软件系统开发快速上线定制开发

产品名称	元宇宙超级人工智能系统APP软件系统开发快速上线定制开发
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	漫云科技:元宇宙 元宇宙系统:定制开发 元宇宙app系统开发:快速搭建
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

根据艾瑞咨询出品的《元宇宙概念应用系列报告一：元宇宙的近未来形态与概念应用的过渡方向研究》的定义，元宇宙的基础形态可以概括为一个具有世界感的数字生活空间，能够让用户具有切实地同时在另一处环境中生活的体验感，并能支撑起用户的另一重生活。而近未来更易成长为承载元宇宙平台雏形应用类别，为文娱社交方向。很多公司积极进入的元宇宙社交，正是适合在元宇宙建设的早期进入元宇宙的方向之一。因此，本文通过分析现有的元宇宙社交产品发展情况，以及对元宇宙概念的理解、对于元宇宙“原住民”Z世代用户的理解，提出元宇宙社交产品的下一步规划的基本思路，供各位参考。

一、元宇宙社交产品分析

现有的元宇宙社交产品，基本遵循同一个公式：虚拟形象+场景。通过为用户生成一个虚拟形象，并搭建一些3d场景，以两者为基础，设计自己的元宇宙社交产品。接下来我将分析国内做得比较好的5款元宇宙社交产品，以此来归纳国内元宇宙社交产品的优点和不足，并为此类产品接下来的发展提出建议。

1.虹宇宙

虹宇宙是由天下秀发布的一款3D虚拟社交产品，它的目标是联合社交红人为用户打造一个沉浸式泛虚拟生活社区。目前是一个基于区块链技术的3D虚拟社交平台。虹宇宙成功的将原来只能在线下举办的活动搬到了线上，如2022艾菲战略专项赛道路演，在虹宇宙举办的鱼太闲的*见面会等。线上线下结合的方式，除了满足大家对元宇宙世界可以复刻线下的期待以外，同时也满足了疫情时期，人们出行受限的困扰。虹宇宙在场景选择上非常迎合年轻人的价值主张。比如复刻了《老板不知道的我》的拍摄场地，鱼太闲的出租屋等场景，即使布置还比较简单，但是依然能吸引用户点进去探索。在画质上，虹宇宙清晰度比较高，并且配色上比较有美感。虹宇宙还会发售一些数字藏品，如与瑞普合作的超能赛博虚拟球鞋，和德广句合作的《风生水起》系列数字藏品，和国家典籍博物馆合作的数字纪念票等。通过数字藏品引流，可以吸引一批对元宇宙感兴趣的消费群体，但是也会吸引一大批NFT投机者进入app薅羊毛。虹宇宙的问题在于，app内的玩法还没有建立起来，活跃用户基本依赖运营活动。虽然有一些让用户玩起来的玩法，如星际旅人功能，给用户推荐同频的居民和组cp功能，但是可玩性不强。并且产品稳定性比较差，进入一些复杂场景时，闪退的情况时有发生。在创作能力上，除了捏脸、搭配服装以外，还可以简单的装修自己的房屋，还有很大**空间。

2.缓缓星球

缓缓星球是一个以虚拟形象和实时语音功能打造舒缓陪伴感的慢生活社区。比较受年纪较小的用户的欢迎。用户活跃度和粘性，在同类产品中是比较高的。缓缓星球的沉浸感很强，没有底部tab，直接点击自己形象设置会小屋、聊天状态、设置账号、查看个人信息。页面设

计非常简洁，很容易让用户进入app后就代入到场景中。虽然缓缓星球场景比较简单，只有3个场景，初代居民聚居地缓缓岛，未成年人专属星星岛，野生歌手驻唱区音乐岛。但是用户互动氛围非常好。用户走近就可以一起聊天，*多可以6个人一起聊天，和在现实生活中的感受非常像。在缓缓星球，用户可以一起在足球场踢球互动；可以选择进入帐篷聊天。帐篷相当于一个兴趣群聊，可以选择一个主题的帐篷，进去和其他人聊天；或者可以自己占领一个帐篷，等其他用户进来聊天。咖啡厅在每天21:00，会有各种各样的活动。包括唱歌、cpdd、和产品经理面对面、分享科学常识等。用户可以提交申请，成为“小星星”就可以在咖啡厅登台表演。但是缓缓星球的创作能力不强，用户不能搭建场景或者设计服装。只能使用app里面提供的场景和服装。

3.崽崽 崽崽作为元宇宙社交的老牌玩家，公司总部在韩国，产品的火爆起源于**文化。崽崽曾因上线了BLACKPINK和TWICE等偶像团体虚拟形象的歌曲MV，并且举办了虚拟见面会，吸引了大批追星用户。崽崽还和很多品牌联名，如迪士尼奇妙仙子系列推出的IP联名，和GUCCI，WINNER等服装品牌，韩国现代汽车汽车品牌联名。让用户可以在虚拟世界，动动手指就能得到现实世界中比较难得到的东西。对于商家来说，也是对自己品牌的宣传，可谓是一举两得。产品创作能力比较强，发布了一款专门用于创作地图的产品——崽崽起源，可以让用户设计地图并在崽崽发布，并且可以在个人主页展示出来，已经形成了不错的创作者生态，初步实现了元宇宙的经济系统的概念。另外，在崽崽中还可以进行内容创作。崽崽通过运营各种活动，如舞蹈挑战赛、经典影视翻牌大赛等，鼓励用户创作属于自己的作品。场景有电影院场景，四季咖啡厅，CGV，露营场景、山丘，草坪婚礼等推荐场景，以及用户自己设计的密室逃脱、各种影视作品的场景重现，如千与千寻、德鲁纳酒店等，场景相当丰富。用户进入场景后，可以直接开语音聊天，直播间的氛围不错，但是社交效率不高。并没有一些玩法帮助用户去破冰，这是崽崽需要认真考虑的问题。创作上没有roblox那么强大，能够让用户可以设计从而真正玩起来，用户创作的内容也不够有吸引力，没能形成传播效果。

4.奇妙派对 奇妙派对是一个线上社交软件，在奇妙派对可以开虚拟演唱会，或者发布通过上传声音形成的炫酷唱歌动画的作品。奇妙派对目前在场景设置上目前比较单一，只有一个虚拟演唱会（liveshow）场景和世界线的唱歌生成场景。但是世界线唱歌场景非常炫酷，并且在直播中，用户形象自动变大，看过的用户自动围在周围跳舞，营造非常热闹的景象，每个人都能成为偶像，真正做到了超越现实体验。在交互设计上，奇妙派对也很大胆，没有用传统2D场景列表的形式，进入app后，可以直接选择世界线和liveshow，交互很简单，沉浸感很强，用户更容易代入。但是目前奇妙派对世界线创作能力比较差，用户创作门槛比较高，相信未来这个功能会更加完善。

5.BUD BUD是一家化元宇宙社交平台，致力于为用户提供虚拟手机社交。让每一个用户使用简单易用的无代码工具创建个性化的3D交互内容。BUD上场景创作自由度很高，门槛也较低，你可以创作你心目中的场景，例如有用户在BUD创建自己梦想中的城堡，还有用户创建出了影视剧中的场景、创作自己生日会派对场景。不足之处在于，BUD场景是由一些圆柱、立方体等简单的元素创建，场景还比较简陋，还不能让消费场景的用户有身临其境的感觉。但是极高的创作自由度，还是让很多用户不已。BUD上用户创作热情很高，一些热门作品的点赞量数以万计，是国内元宇宙社交产品中用户规模和活跃度比较高的产品。从以上分析可以看出，国内元宇宙社交更多处于概念期，真正的产品和服务还未成形。现在的条件下，目前入局原宇宙的社交，下一步可以做什么？接下来我将从两个角度分析。

二、从元宇宙的6大属性上考虑

从美国知名风投人MatthewBall提出了元宇宙的6大属性：

持续性：数字世界能够**存在，不会停止

实时性：这个数字世界虽然在定义中是一个超越现实的世界，但是能和现实世界保持实时和同步

可创造性：虚拟世界中的内容能够被任何参与者创造

兼容性：允许任何规模的人或事物进入这个网络

可连接性：物理和元宇宙代表的虚拟世界之间有转换关系，不管是货、商品还是社交关系等层面

经济属性：元宇宙中存在一个完整运行的经济系统，支持交易、支付、以及各种形式的收入形式

可以从这6个属性上作考虑。实时性：元宇宙能够与现实世界保持实时和同步，并拥有现实世界中的一切形态。从目前的技术发展水平上来看，实现实时性比较困难。但是依然可以人为及时同步现实世界中的形态到元宇宙社交产品中，让用户感受到元宇宙是另一个虚拟世界的真实感。如虹宇宙合作的《老板不知道的我》综艺节目，当综艺节目播出后，可以实时同步场景里的布置变化。

创造性：充分开放用户创造，**用户创作能力，降低用户创作门槛。开放用户创作类别，如场景、服装、机制等。

设计能让用户更低门槛创造工具。把创造模式渗透产品的各个环节。如崽崽发布崽崽起源，让用户可以以更简单的方式参与到地图设计中。

兼容性：尽量扩大自己容量。让一个空间可以有更多的同时在线用户，从目前app来看一个空间可能*多20个用户左右，这个数字还有很大扩大的空间。目

前，持续性、经济属性和可连接性由于技术发展水平的限制，可操作性不强，但是开发者依然可以在平台建立平台拥有统一的可供流通的货。用户的生产和工作活动将被平台统一的货所认可，玩家可以使用货在平台内消费内容，也可以通过一定比例置换现实货。在元宇宙接入设备上，事先做准备，看准时机，及时入局。用VR/AR技术让大众身临其境地感受，这才是我们所期待的元宇宙形态。

三、从Z世代用户的特点考虑 如果说实现元宇宙6大要素，需要技术革新推动，那么从年轻用户的角度出发，可以更多思考商业模式革新带来的可能性。 Z世代用户有以下两个特点：

1) 情感需求很强 作为元宇宙的原住民，他们是在ACG的环境下成长起来的。因此，对于文化属性和情感认同的需求很强，把商品的使用价值和情感价值分离，更追求精神层级的享受，愿意为快乐买单。 2) 表达欲很强 他们的成长过程中，接触的、影视作品等每一个都是IP，都有一个宏大的故事，每一个故事都是一个元宇宙。Z世代在耳濡目染之下，想象力是非常丰富的，对于讲故事、编写自己的故事能力也很强。在Z时代中活跃的语c圈（语言角色扮演），自发形成了高活跃度、高粘性，严格的行为规范，正是一个很好的例子。以语c圈为切入点的名人朋友圈app广受年轻人的喜爱。

综合年轻用户的特点，以及元宇宙的特点，我认为模拟经营、角色扮演、线上派对或许是元宇宙社交很好的切入点。 近些年火爆的模拟人生，让会到了在虚拟世界体会第二个人生的感觉，收到用户追捧。但是它的一个缺点就是社交属性不足，模拟人生本质上是一款单机，*多只能和8个好友联机，很难通过模拟人生，认识新的伙伴。 国内上线的app第二人生，仅仅通过文字描述的形式，介绍一个人从出生到老去的生活经历，没有3d呈现，交互方式也是在各个简单页面点点点，一样受到来用户的喜爱。足以看出用户对于在虚拟世界体会人生的喜爱。 而且模拟人生下的经济系统、社区治理等，也是元宇宙世界很显著的特征。元宇宙社交开发者可以通过建立3d场景的模拟人生，让所有用户在同一场景下赚钱、经营、交友，体会到虚拟世界过第二人生的感觉。

角色扮演则是另一个切入点。在丰富的精神世界下，角色扮为用户提供了一个表达的出口。 语c圈（语言角色扮演）的创作能力很强，活跃度很高。名人朋友圈通过2d的形式让用户在平台上创造、交友，获得了年轻用户的追捧。 在元宇宙社交平台实现角色扮演，还可以让用户充分发挥其创造性，创造其心目中的场景、人物形象，对于用户来说自由度更高，实现效果更逼真，对用户来说无疑更具有吸引力。 线上派对也是一个很好的切入点。由于安全性、成本高的原因，线上派对开始成为年轻用户认识新朋友的方式。在社交平台放肆的表达自己，是现在年轻人短暂逃离现实，获得放松的一个重要途径。 甚至在会玩平台，有用户会举办自己的网络婚礼，来弥补在线下没有举办婚礼的遗憾。语音房间派对，成为目前社交app的一个闷声赚大钱的项目。而3D场景下的线上派对，无疑会比2D场景下的语音房更有氛围，更仿真，玩法也会更多。奇妙派对app就是这一方向不错的先行者。

四、结语 李开复在《AI未来进行式》一书中提到，AR，VR大面积投入应用，大约在5年后。根据Gartner的预测，2026年25%的人每天将至少在元宇宙中工作、购物、学习、社交或一小时。5-10年，我们将会看到一个相对成熟，虚拟现实深度融合的元宇宙。元宇宙社交，大约在5年后可以开花结果。这是一个不远的将来。 通过技术升级实现的在场感，沉浸感极强的全感官共同体验，会让我们离元宇宙更进一步。在现在技术还未能实现这种效果的阶段，我们能做的更多的是功能设想、早期建设。如何创造出一个更美好、能更好的满足用户需求的虚拟世界，是我们首先要考虑的问题。 作为元宇宙社交开发者，现在考虑盈利还为时尚早。把精力用在如何参与到元宇宙的建设中来，如何在虚拟世界去实现大家在现实世界中难以实现的愿望，如何在虚拟世界中为用户创造价值，为5-10年以后的产品作充分的准备，这是我们目前要思考的问题。