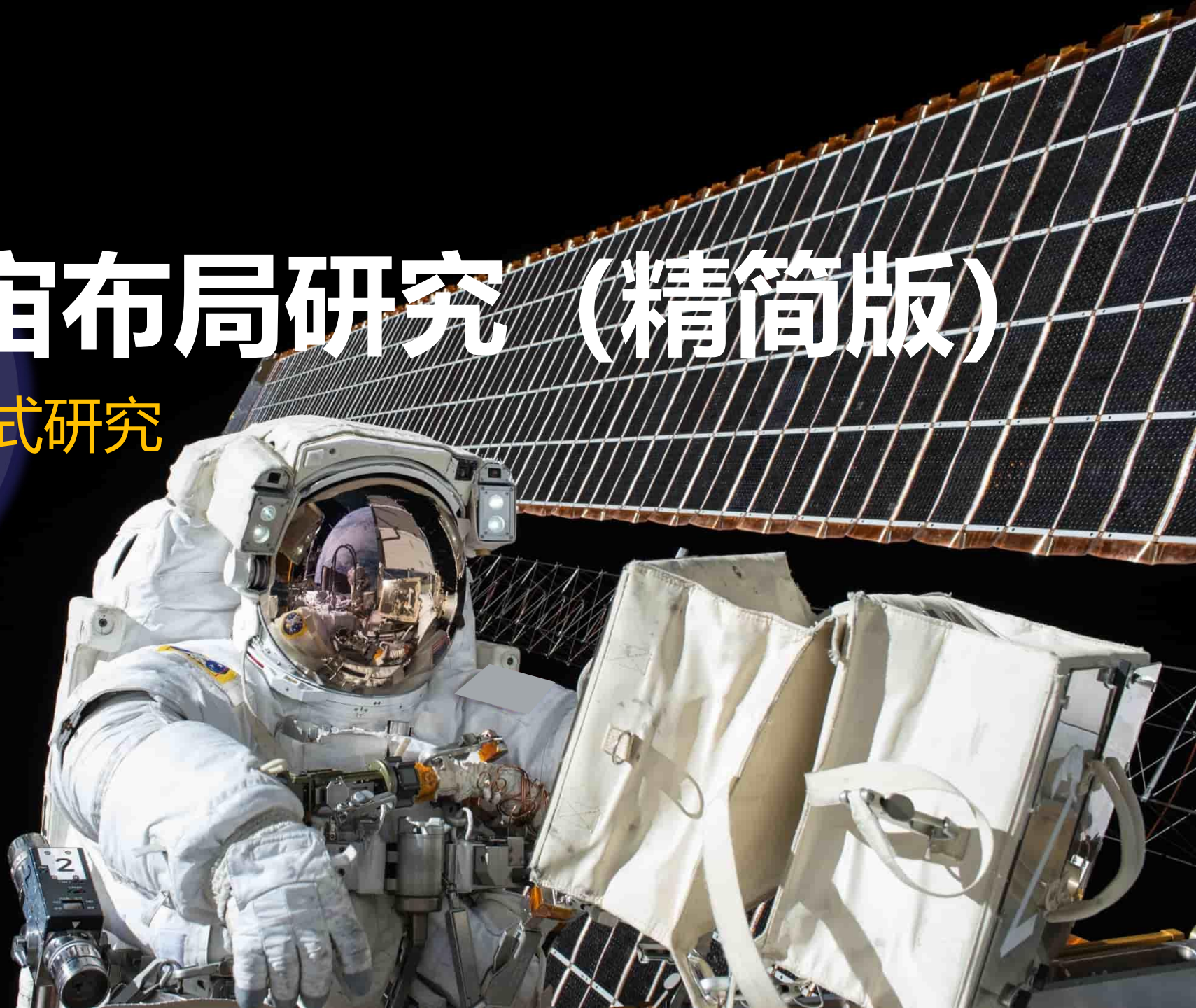


车企元宇宙布局研究（精简版）

ERHM热点营销模式研究

2022.03



研究背景

近来，“元宇宙”成为各界“大咖”都在讨论的一个热词。一个强烈的信号正在释放和迸发：以5G为代表的新一代信息技术赋能的数字经济，正在全球范围引领一场新的产业革命。国外脸书、微软、英伟达等科技公司也均已布局，腾讯、字节跳动等纷纷进入相关领域

不仅科技公司在“元宇宙”赛道上争相布局，一众车企也积极参与其中，来看看车企具体做了什么？



什么是元宇宙？什么是NFT？两者的关系是什么？

- 元宇宙，英文叫Metaverse，是互联网的未来形态：它是一个虚拟空间的集合，由一系列的增强现实（AR）、虚拟现实（VR）和互联网（Internet）所组成。简单地讲，元宇宙就是一个平行于现实世界且又能够与之高度互通的虚拟世界。马化腾将之称为“全真互联网”，廖春元（AR科学家、亮风台CEO）将之称为“空间互联网”
- NFT，全称为Non-Fungible Token，指非同质化代币，是用于表示数字资产（包括jpg和视频剪辑形式）的唯一加密货币令牌，可以买卖

NFT是元宇宙的基础，没有它就没有元宇宙



NFT链接元宇宙与现实

元宇宙是一个由数字组成的虚拟世界，在这里，现实世界的一切都被数字化。而NFT则正好可以实现虚拟世界的物品资产化，通过它用户就可以完成虚拟世界的资产交易，从而完成内容价值的运转



NFT保护元宇宙的数字知识产权

元宇宙是一个平行于现实世界的虚拟世界，在现实里，物理存在的东西是不可被完全复制，因此元宇宙也需要这样一个工具，来保证这个世界里的物体不可被复制。而NFT便具有这样的功能。NFT不可分割，不可被复制，保障了虚拟世界中物体的确权



NFT给予元宇宙经济框架基础

如果元宇宙想要发展，就需要有越来越多的内容生产，这样才能创造足够的沉浸式体验，因此，就需要有一个稳定的经济系统来促进用户主动产生内容。而NFT可以对数字资产确权的功能便满足了用户的这一需求，因此它适用于元宇宙经济框架的搭建需要

小鹏元注册元宇宙商标可以认为是为“元宇宙”概念做一些技术储备，但更多是为了蹭热度吸引资本的关注

- 小鹏的智能机器马配备了汽车级别的智能驾驶系统，它可以通过摄像头、激光雷达来识别环境和对象，构建地图，规划路径，具有自动跟随、自动避障等功能。相比于特斯拉机器人，小鹏机器马无疑更接近实际，落地的可能性更大
- 飞行汽车则是小鹏汽车自动驾驶辅助系统更大的扩展。据了解，小鹏的第六代飞行汽车是可陆地行驶的汽车同时也是安全的低空飞行器，通过螺旋桨叶折叠机构以实现飞行和陆地的融合



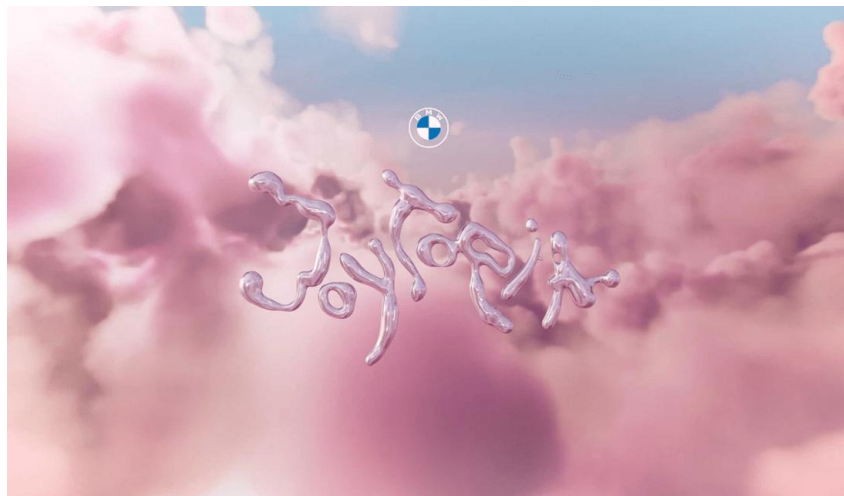
“元宇宙”更能吸引资本关注

在如今这个新势力造车时代，能造车是一回事，会讲故事又是一回事。如果拥有一个相对靠谱且市场规模诱人的“故事”，那么自然而然会成为投资人的重点目标。

从机器马到飞行汽车再到现在的“元宇宙”，都是拥有极具想象力的未来。而**科技公司的估值逻辑里，最重要的一个筹码就是想象力**

宝马推出自己的虚拟世界「JOYTOPIA」

- “JOYTOPIA”是由宝马和 Journee 联合开发的，后者是一家与“元宇宙”有关的公司。Journee 仅需浏览器即可使用，用户无需注册帐户、电子邮件地址或安装应用程序。目前，该平台本身已被优化，很适合在智能手机上使用
- “JOYTOPIA”中有三个世界，它们都是基于宝马认为重要的主题而搭建，分别命名为“Re:THINK”、“Re:IMAGINE”和“Re:BIRTH”。每个主题都涉及对 BMW 集团的未来至关重要的主题。其中包括循环经济、电动交通、城市交通和可持续性



JOYTOPIA的三个世界

“Re:THINK”世界中，用户将了解循环经济的组成部分及其带来的可能性。循环经济是宝马可持续发展战略的核心组成部分。

“Re:IMAGINE”世界是整个 BMW 品牌家族的核心，也是重要展示和信息的舞台。

“Re:BIRTH”则提供了对未来城市中个人出行机会的近距离洞察



“虚拟狐狸” 引导用户

在进入“JOYTOPIA”时，用户将由一只“虚拟狐狸”引导。该角色由奥斯卡获奖演员克里斯托夫-瓦尔兹（Christoph Waltz）配音

比亚迪布局NFT，打造全新《China-汉》限量 NFT 音乐典藏

- 2021年11月8日，比亚迪汉主题曲《China-汉》限量NFT音乐典藏正式上线，首期限量发行999枚。其中包括9枚“徐梦圆签名隐藏款”和990枚“NFT数字典藏款”，并且免费赠送给购买“5G丹拿智能音乐座舱”升级包的前999名用户
- 比亚迪发布的NFT音乐典藏《China-汉》，由公司跨界联手众多团队打造而成，其中不仅包括音乐艺术家徐梦圆、方锦龙还有视觉艺术家BBGUN、视觉艺术制作团队ZJMX



入局NFT是一种新的消费群体扩张手段。拓宽渠道，从而打入更年轻的消费群体，所以就要用年轻人的方式去拉近距离与此同时，《China-汉》限量NFT音乐典藏的数字艺术藏品属性，限量国潮音乐破圈 比亚迪俘获Z世代芳心，赋予了比亚迪独特的收藏价值，为获赠用户带来独一无二的NFT权益

总结：现阶段NFT是车企借势“元宇宙”营销的优选方案



原因一：NFT的稀缺性

一件商品一旦限量发售，稀缺性会使其产生的价值远远高于原有的实际价值，也会让购买者趋之若鹜

原因二：虚拟营销场景需求

企业需要新型的虚拟营销场景，而元宇宙就是终极的虚拟营销场景。用户从被动消费变为直接参与产品的生产设计，这种新的用户互动方式，也刚好是企业所需要的

原因三：NFT的入局门槛不高

图片、音乐、视频等素材均可以成为NFT数字藏品，但需要车企在营销创意上有新意



数据集成
咨询服务商



网址



公众号

谢谢

2022