

文化和科技融合 热点观察

第 14 期

2022 年 9 月

初探元宇宙直播

趋势观察

元宇宙直播的大门正在打开

他山之石

抖音电商上线“夏日奇遇季”

快手上线虚拟演播助手

前沿纵览

央视携腾讯打造首个数实融合虚拟音乐世界节目体验

一汽奔腾在希壤元宇宙发布首款战略新车

钉钉与随幻科技合作推出“虚拟演播厅”

主办单位

中国（南京）文化和科技融合成果展览交易会组委会
紫金文化科技融合创新研究院

支持单位

南京市文化投资控股集团有限责任公司
江苏文创文化发展有限公司
中国人民大学创意产业技术研究院

目录

导语	1
PART-1 趋势观察	2
元宇宙直播的大门正在打开	2
PART-2 他山之石	10
抖音电商上线“夏日奇遇季”	10
快手上线虚拟演播助手	13
PART-3 前沿动态	15
央视携腾讯打造首个数实融合虚拟音乐世界节目 体验	15
一汽奔腾在希壤元宇宙发布首款战略新车	16
钉钉与随幻科技合作推出“虚拟演播厅”	17

导语

元宇宙直播是指打破物理空间实现人与人的数字化链接，在 5G、MR、AR 等技术的加持下，企业直播对“人（虚拟主播）、货（数字商品）、场（现实增强、深度体验）”重建，实现元宇宙在直播间与人的交互与落地，提供了全新的交互体验和最佳的流量入口。元宇宙直播不仅仅是技术和工具，更是一种内容形态，伴随着 Web3.0 的到来，新的硬件、存储和网络技术应用，带来了直播在时间、空间和形式的变革，赋予了直播全新的内容形式和用户体验。元宇宙直播场景贯穿各行业，在娱乐、社交场景爆发后，元宇宙直播迅速向直播带货、虚拟大会、教育培训、产品发布会等商业及营销场景延伸，全新的交互模式会多点触达消费者，将品牌产品与消费者的距离拉近，元宇宙直播必将掀起的一股新浪潮。

PART-1 趋势观察

元宇宙直播的大门正在打开

一、元宇宙直播是互联网发展必然趋势

元宇宙直播的本质就是打破物理空间实现人与人的数字化链接，在 5G、MR、AR 等技术的加持下，企业直播对“人（虚拟主播）、货（数字商品）、场（现实增强、深度体验）”的重建，已经实现了元宇宙在直播间与人的交互与落地。从广义上来说，所有借用虚拟人、虚拟场景和数字化互动方式的直播形式都可以称为元宇宙直播。

未来虚拟直播的赛道会十分精彩，围绕虚拟数字人、虚拟场景等多元技术手段打造的虚拟直播会逐渐成为一种常态，全新的交互模式会多点触达消费者，将品牌产品与消费者的距离拉近，元宇宙直播必将掀起的一股新浪潮。

元宇宙直播在娱乐、社交场景短暂爆发后，迅速向直播带货、虚拟大会、教育培训、产品发布会等商业及营销场景延伸。



（一）元宇宙直播是商业元宇宙大门的最佳打开方式

当 Web3.0 时代到来，直播成为商业元宇宙大门的最佳打开方式。直播不仅仅是技术和工具，它更是一种内容形态，新的硬件、存储和网络技术应用，带来了直播在时间、空间和形式的变革，赋予了直播全新的内容形式和用户体验。

当前互联网产业在内容载体、传播方式、交互方式、参与感以及互动性上长期缺乏突破，导致营销形态内卷化。而虚拟

世界与现实世界的融合是未来最大的增长领域，这为品牌提供了许多新的营销机遇。

（二）Z世代正在成为职场和消费主力

随着Z世代迅速融入主流社会，已成为国内消费市场的主要群体之一，有机构预测，2020年Z世代将占据整体消费力的40%，不仅如此，他们已经掌握了一半以上的话语权，成为社交媒体上最活跃的力量。

从社会发展角度看，元宇宙将是属于下一代人的真实数字社会，是当前互联网的进阶形态。在这种环境中，用户不再刻意区分物理性的真实存在和数字化的虚拟存在。更重要的是，用户会希望他们所有的朋友、个人所有物和体验都能被虚拟连接。

（三）直播是企业数字化转型的基础设施

在新冠疫情的加速催化下，企业直播成为企业数字化转型的必然选择，直播是最好的流量入口和内容转化平台，2022年，B2B企业会在现有基础上，加大直播的力度，以及增加线下与线上融合的探索。作为元宇宙内容载体，企业直播是视频化内容，更直观的将信息传达到目标用户面前，企业直播的内容价值得到更有效的发挥。

二、元宇宙直播应用场景广泛

从 TO C 到 TO B，从营销到培训，元宇宙直播场景贯穿各行业，从业人员也在积极寻求“人、货、场”不同场景下适合的解决方案。

（一）人的转型——虚拟主播

从直播辅助到直播主角，虚拟人根据定位不同承担不同的角色和功能，其实相较于传统的主播带货模式，虚拟主播不仅可以 24 小时在线，并且因其“虚拟人”的身份，塌房的可能性也大大的降低，再加上近两年，元宇宙、虚拟人的风头正盛，“虚拟直播”也就成为了一种顺应时代发展的产物。

品牌自创形象经历了从最初的动画 IP 到二次元形象到 AI 虚拟形象的发展，承担了包括私域种草官、新品主理人、主播等多元角色。其外形与人设的打造与品牌自身基因的高契合度，在运营层能够代替真人主播，持续 24 小时保持互动，输出专业性的内容，在品牌层又能很好的代表公司自身的品牌形象。

软件工具类的 AI 虚拟主播，成本可以很便宜，在系统里自选开播形象，便可以进行模板化的虚拟直播。实时驱动的虚拟主播价格昂贵，从虚拟人的 3D 建模、骨骼绑定到直播时的实时渲染和语音生成，光是三维虚拟形象技术费用就要几万到几十万。整体上来看，虚拟主播在技术、价格及交互上仍有很多现时问题需要面对，相信未来技术不断迭代进步，虚拟主播的发展空间还非常大。

代表人物：花西子形象代言人、屈臣氏形象代言人



（二）场的再造——虚拟场景

元宇宙直播深入到企业运营的全场景，互联网在时间性上已达极限，元宇宙为其增加了空间性维度，它将赋予用户时空拓展层面上的全新体验、价值，为用户创造沉浸式、交互式、更多感官维度的体验将是元宇宙的技术主脉络。

元宇宙直播，是对传统互联网信息传递方式中“场”的创新，探索人与信息连接的新场景。根据直播场景和目标群体的不同，元宇宙直播的场景也在不断地创新和突破。元宇宙直播天然就是数字化学习的载体和场所，提供了充分的数字化资源，元宇宙直播成为多种企业营销活动的超级入口，元宇宙直播提供了新的企业管理形式。



（三）货的延伸——数字藏品

数字藏品也能成为品牌直播的“新衣”。随着原宇宙的概念和空间的拓展，以及元宇宙直播的流行，数字化藏品成为新的“货”，正在逐渐发挥其在品牌营销领域的独特价值。目前数字藏品作为互动奖励，实现直播间获客引流。例如：宜信财富元宇宙十六周年庆，数字藏品抢领通道，上线首日抢空 3000 席，活动第一天限量 8000 份全部完成兑换。

三、元宇宙直播落地正当时

探索一直在继续，我们从千百家行业和直播案例中窥见，元宇宙直播落地所带来的蓬勃生机。

（一）MCON Festival Live 首届品牌元宇宙营销沉浸式峰会

2022年5月25日—26日 MCON Festival Live 首届品牌元宇宙营销沉浸式峰会在网易瑶台成功举办，本次峰会以颠覆传统的形式，创新丰富的内容，迅速使得 MCON Festival 成功出圈，成为业内首个在元宇宙空间举办的品牌营销沉浸式峰会。



图1 元宇宙峰会现场



图2 用户实时弹幕互动

（二）某国际知名 3C 品牌官方旗舰店—数字人 7*24 小时“直播带货”

迈吉客科技 Magics 是一家拥有自研 CG+AI 技术的智能软件服务公司，提供智能数字人在虚拟直播、短视频内容生产和个性化服务等场景的整体能力，为希望降本提效、增量创收的客户 提供高性价比的智能产品和服务。

AI 主播上线能极大提高视频生产效率。完成一场 AI 主播的“华丽上线”，只需要输入准备好的文字脚本，等待 2-3 分钟，即可生成一个精美的 AI 主播的视频资讯。基于 CG+AI 技术，提供智能数字人在智能虚拟直播/实时互动、短视频内容生产和个性化服务，助力品牌全时段全流量覆盖，降低成本，提高效率。

迈吉客科技智能 AI 数字人提供该官方旗舰店 7*24 小时不间断服务，快速构建 AI 知识图谱搭配形神兼备肢体动作元气满满的活跃于直播间；全新用户体验，在震撼视觉特效中产生情感共鸣。

（三）广发证券 AI 主播：证券业首位 AI 主播 “上岗”

证券业首个 AI 主播“小田”于 2020 年正式在广发证券上岗。她的主要工作任务是在广发证券易淘金 APP 上播报每日的早盘视点、盘中热点和收盘点评等实时资讯。

这也是整个证券行业首位以真人员工形象为原型合成的虚拟主播。使用“自然交互+知识计算”等多模态虚拟人物生成技术，模拟出一个类似人类的虚拟主播，完成任意文本内容的视频播报或交互。



PART-2 他山之石

抖音电商上线“夏日奇遇季”

根据观潮研究院《2021 国潮新消费产业洞察报告》，GenZ（又称“Z世代”）在我国高达 2.64 亿。为抓住年轻消费群体，充分洞察其消费动机，抖音电商发起线上创意主题活动——“抖音哇哦快闪店”，旨在通过丰富有趣的内容、意想不到的好物，打入年轻圈层，给年轻消费群体带来惊喜的购物体验。

【抖音夏日奇遇季】

2022 年 7 月底，“抖音哇哦快闪店”正式带来了暑期限定活动——「抖音夏日奇遇季」。抖音电商不仅深度联动二次元偶像默默酱吸引年轻群体目光，还通过多样场景、多元玩法打造沉浸式体验，个性潮流商品横跨多个行业刺激消费，助力品牌夏日生意新增长。活动期，5 大行业超过 68000 个品牌参与其中，活动总曝光量达 130 亿次。一方面，用户原创内容为抖音打造了强有力的“内容池”，另一方面，丰富的营销工具让抖音电商拥有全面的转化链路，在本次「抖音夏日奇遇季」，抖音电商为多个消费行业打造了“跨次元”兴趣营销的新样本。

【联动虚拟偶像创新营销场景】

在网友们热烈的互动下，跨越服装鞋包、跨境、3C 数码等多个赛道，参与到「抖音夏日奇遇季」多个直播间，实现了曝光、互动、生意上的“多极增长”。本次「抖音夏日奇遇季」

合作的虚拟偶像默默酱，是国内第一个在东京漫展出道的虚拟偶像。



在活动期，默默酱不仅将热度带入了直播间，同样也成为了抖音短视频领域营造出的“现象级话题”。其中，默默酱「夏日元气店长」官宣短视频以说唱的方式，融合不同行业营销场景；后续的“惊喜大礼包”短视频，更是“跨越了次元”打开脑洞。除了以优质内容为“动能”依托，本次「抖音夏日奇遇季」开拓了“心智直播间”，为参与商家注入“势能”。

活动期，平台配以流量扶持、独立开屏、搜索主推等贯穿了短视频、直播间、泛商城空间的多元营销玩法，让商家们在营销中有了丰富的工具选择，助推商家以“破圈”之势实现生意增长。活动期，个护家清鲜花销售额同比上升 20%，食品生鲜同比上升 12%，服装鞋包同比上升 40%，跨境行业同比上升 43%，亲子生活行业同比上升 32%。

联动虚拟偶像、创新营销场景吸引用户深度互动，在本次「抖音夏日奇遇季」，商家们获得“品效合一”的成绩，也在“设计之中”：本次活动合作的二次元虚拟偶像默默酱在抖音站内粉丝已经累计达到近 500 万+，视频点赞量高达 5000 多万。

【发掘 Z 世代兴趣点构建营销模式】

本次「抖音夏日奇遇季」，除了联动「夏日元气店长默默酱」，平台也洞察不同的行业的营销需求，打磨营销亮点，对于参与到活动中的商家，平台给予短视频流量激励，帮助商家们实现这一点。在平台与商家们的合力下，活动中涌现出大量 Z 世代人群喜欢的视觉场景和内容，以突破次元壁的“满满细节”，为多个行业的营销带来“新风”，助力商家既能玩出创意，又有“集体感”和“节奏感”。

短视频话题是辐射消费场景最丰富的玩法之一。洞察 Z 世代对新奇好物的好奇心，活动打造了专属热点话题——抖音上被安利的神奇好物，鼓励用户分享他们在抖音购买的神奇好物，

并通过明星和头部剧情达人的影响力引爆内容种草。截止目前，抖音上被安利的神奇好物总播放量已累计达到 1.6 亿次；抖音夏日奇遇季活动站内总曝光量近 15 亿，活动期商品销售同比提升 18%。单场成交额破百万的好物直播间达 135 个，破千万的好物直播间有 15 个。

此外，抖音站内广受用户追捧的贴纸，成为了贯穿活动的玩法。在「抖音夏日奇遇季」，平台特别打造了充满夏日海边氛围的特效贴纸，与默默酱 IP 相结合的“夏日奇遇舞”特效通过搞怪、趣味的沙滩舞合拍，在为用户带来“奇遇体验”。

快手上线虚拟演播助手

2022 年 9 月 1 日到 3 日，主题为“智联世界 元生无界”的 2022 世界人工智能大会在上海举行幕。元宇宙作为虚实融合的下一代互联技术，成为此次大会的主角。快手技术团队推出「快手虚拟演播助手」，在本届世界人工智能大会上正式亮相。

【快手上线虚拟演播助手简介】

今年以来，快手在元宇宙赛道的布局上动作频频。今年 3 月，快手技术团队上线虚拟偶像歌手“神奇少女张凤琴”，短短数月累计超过 20 万的粉丝及上千万的浏览量。4 月 27 日，快手虚拟主播“关小芳”亮相快手“2022 新上·磁力引擎特别资源推介会”。今年下半年，快手又推出面向虚拟人主播的 V-star 虚

拟人扶持计划。目前，该计划已吸引狐璃璃、M 浔少鹿等虚拟人 IP 入驻快手，其中狐璃璃在一个半月就收获 120 万粉丝，短视频总播放量超过 1 亿。

快手虚拟演播助手是一款面向专业内容生产的虚拟人驱动及开播工具。集成 3D 虚拟人和虚拟场景的一站式能力、提供丰富的特效玩法、支持多平台推流直播，具备优秀的易用性，可有效提升直播间人气、用户市场、转化率。

【快手上线虚拟演播助手功能】

目前，快手虚拟演播助手支持三大功能，一是虚拟人支持通过真人表情和动作驱动虚拟人，打造传递品牌价值；二是虚拟场支持绿幕抠图让主播置身精美的 3D 场景中，让观众更身临其境体验；三是虚拟世界互动支持用户化身虚拟形象进入“元宇宙直播间”，实现与主播及其他用户的个性化沉浸式互动。

快手在 StreamLake 品牌发布会上正式发布了三大类 AI 解决方案，分别是智能视频“创作”解决方案、智能视频“理解”解决方案、“数字人/XR”解决方案。基于超过 100+ 产品功能，1500+AI 能力，助力各行各业视频化转型。

PART-3 前沿动态

央视携腾讯打造首个数实融合虚拟音乐世界节目体验

2022年5月4日，中央广播电视总台推出《奋斗的青春——2022年五四青年节特别节目》，并基于腾讯音乐虚拟社交平台 TMELAND 打造“数实融合虚拟音乐世界”，让用户在云端相聚。腾讯互动娱乐技术自研的虚拟人吉莉、星瞳、童和光也集体亮相，与青年演员及高校学子合唱共舞，开创了国内首个数实融合虚拟音乐世界节目体验，成为文化科技的又一创新范例。

五四当晚，累计共有超百万用户登录 QQ 音乐、全民 K 歌，搜索“TMELAND”后化身“数字人”，进入虚拟音乐世界。数字人们穿上专属定制的五四装扮，在海螺迪厅大屏幕前结伴观看五四歌曲展映，感受别样的“在场”体验。节目过程中，TMELAND 虚拟音乐世界与节目现场实时联动，现场主持人尼格买提“分身”进入虚拟世界，在数字广场上为广大青年加油打气。当歌曲《身为后浪》在节目现场唱响时，数字人则组成人浪造型一同起舞。基于 TMELAND 首创的端云协同 3D 技术，虚拟音乐世界的互动体验在手机端和 PC 端浏览同样流畅，打造了相对于数字分身大小的 13 万平方米超大虚拟空间，可同时容

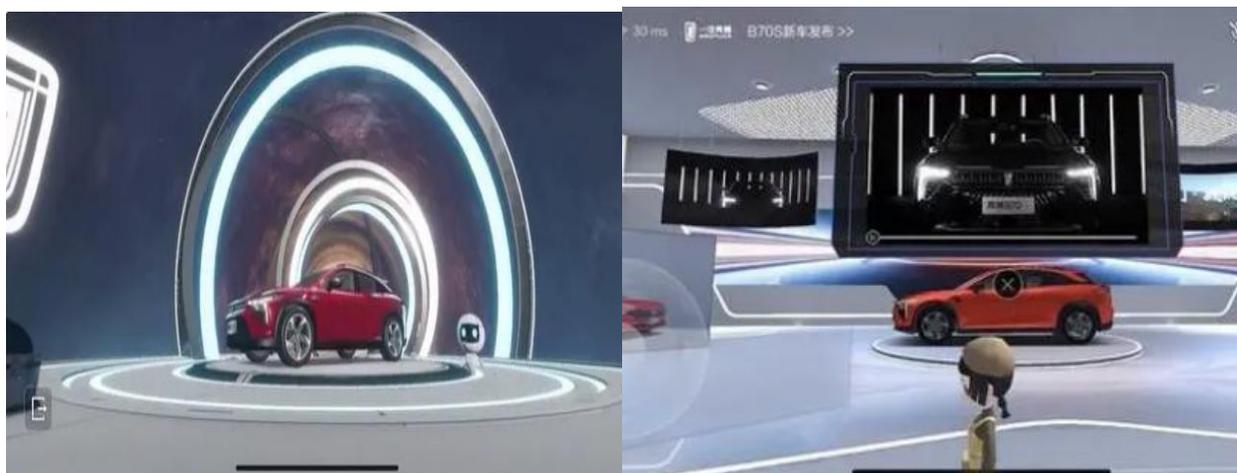
纳 10 万用户同屏互动。这是在无需下载独立 APP 的情况下，目前国内技术能实现的最大虚拟会场。



一汽奔腾在希壤元宇宙发布首款战略新车

一汽旗下自主品牌奔腾打破传统新车上市固定模式，在百度希壤元宇宙世界发布首款战略新车“奔腾 B70S”。在此次新车发布会上，通过虚实结合，百度希壤与“奔腾 B70S”创造了一系列线下发布会所无法比拟新鲜体验，充分展现了元宇宙发布会的未来科技感。一方面，其集中体现在超沉浸发布会观看体验。例如在浩瀚宇宙中的新车亮相，在科幻风格研究室中的亮点解析，在赛博朋克未来城市中公布的震撼价格，以及在未来 4S 店中进行的首车交付。在百度希壤中，准车主们能够通过 720° 的视角环绕欣赏整场发布会，在半个小时的发布环节中，

感受十万人同屏下沉浸式的场景变幻。另一方面，通过“奔腾 B70S”的 1:1 还原模型，准车主们也可以摒弃传统的文字说明，借助智能化的交互方式，深入了解新车功能卖点，身临其境地感知内部空间及内饰结构。而全新的新车虚拟试乘功能，则一举跨越地域、空间、时间等多重限制因素，让准车主们即刻乘坐首发新车一览百度希壤元宇宙世界的全景，感受元宇宙带来的奇妙体验。



钉钉与随幻科技合作推出“虚拟演播厅”

2022 年 9 月 21 日，在钉钉 2022 秋季钉峰会上，钉钉与随幻科技宣布达成合作，双方将联合发布一款虚拟演播厅解决方案，打破传统直播中的场地和设备限制。用户在钉钉直播内，可以灵活自主地搭建虚拟背景、场地、特效，随时随地开启一场实时的虚实互动直播。凭借钉钉深度集成的办公系统和 5 亿用户规模下的真实场景，随幻的虚拟演播厅将为企业线上办公、

线上营销带来全新的数字化视觉体验。用户可以在钉钉上以低成本、高效率的方式获得专业级虚拟演播效果，用于线上发布会、企业培训、行业研讨会、异地年会等多种场景。观众端则通过钉钉直播入口或第三方推流链接一键进入，享受虚实结合的沉浸体验。



中国（南京）文化和科技融合 成果展览交易会

CHINA NANJING

Culture & Technology Integration Exhibition Achievement Fair

中国（南京）文化和科技融合成果展览交易会是全国首个聚焦文化和科技融合的专题性展览交易平台，每年在南京举办。展会由江苏省人民政府指导，江苏省委宣传部、江苏省科学技术厅、江苏省委网信办、江苏省文化和旅游厅、江苏省广播电视局、南京市人民政府联合主办，南京市委宣传部、南京市科学技术局、南京市委网信办、南京市文化和旅游局、南京市文化投资控股集团联合承办，围绕“新时代 新体系 新体验”主题，聚焦广播影视、动漫游戏、演艺娱乐、文化旅游等行业产业数字化转型需求，展示和交易新技术、新产品、新一代解决方案，树立文化科技融合的“风向标”，展示数字文化产业的“创新源”，打造产业数字化的“指南针”。展会获得 2020 年、2021 年中宣部《文化体制改革和发展工作简报》专报推广，评为“2019-2020”年度全国品牌影响力会展项目。

联系人：缪岑岑

联系电话：13270888656



紫金文化科技融合创新研究院

Purple Academy Of Culture And Technological Integration& Innovation

紫金文化科技融合创新研究院是在国家文化科技创新工程专家组、江苏省委宣传部指导下，由南京市文投集团、紫金文创研究院牵头发起的全国首家文化科技融合创新研究平台。研究院下设行业研究中心、创新联合体中心、产业金融中心、交流展示中心，成立由国家文化科技创新工程专家组组长张树武教授领衔、全国高校专家学者和龙头企业代表构成的专家组，以开放性眼光打造全国文化科技融合高端智库、新型研发机构孵化苗圃、新兴文化业态培育基地、龙头文化企业加速平台。

联系人：黄庭

联系电话：13912992856



南京市文化投資控股集團

Nanjing Cultural Investment Holding Group

南京市文化投資控股集團成立於 2009 年 9 月，是南京市委、市政府直屬的大型國有文化企業。十餘年來，南京市文投集團始終秉承“讓城市文化生活更美好”的文投使命，始終堅守“國有文化資產管理運營主體、重大文化項目投資建設主體、新興文化業態投資主體、美好文化產品示範供給主體、城市文化 IP 孵化培育主體”五大主體定位，聚焦建設互聯網文娛、十竹齋藝術、文化綜合體、文化金融投資、文化科技創意五大產業板塊，共築“扎根南京、輻射南京都市圈、示範江蘇、走向全國的城市文化生活示範運營商”的企業願景，致力成為全國文化龍頭企業三十強和全國國有文投集團前三強。目前集團管理資產總量超百億元，營業收入和利潤每年保持 20% 增速，實現了社會效益和經濟效益雙豐收；2019 年-2021 年，連續三年榮膺“全國文化企業 30 強”提名單位。

聯繫人：江浩

聯繫電話：13851814061



报：中央文化体制改革和发展工作领导小组办公室、科学技术部办公厅、文化和旅游部办公厅

送：国家文化和科技融合示范基地所在地各省、自治区、直辖市宣传部办公室、科学技术厅办公室、文化和旅游厅办公室

发：国家文化和科技融合示范基地所在地各市宣传部办公室、科学技术局办公室、文化和旅游局办公室

中国（南京）文化和科技融合成果展览交易会组委会

紫金文化科技融合创新研究院

2022年10月8日发
