

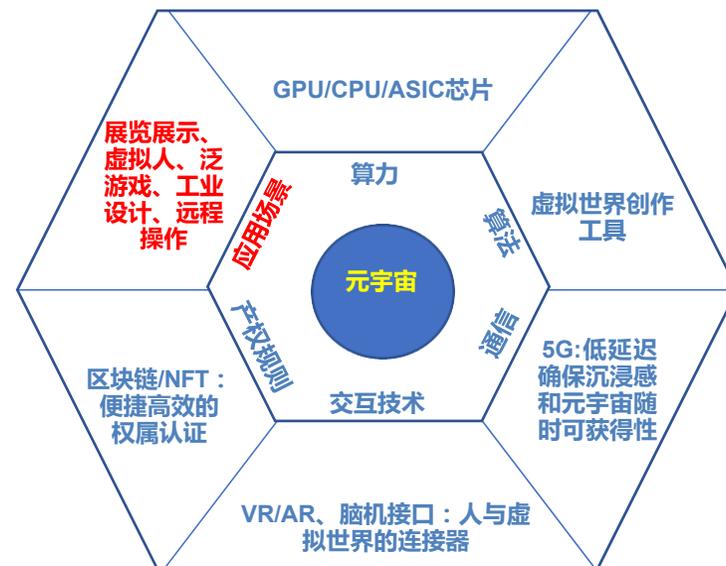
虚拟人+展览展示，元宇宙时代率先落地的应用场景

2022年1月26日

核心观点

- 随着智能手机等硬件销量以及视频、游戏等流量的见顶，移动互联网也迎来了成熟化的阶段，行业亟需发掘新的增长空间。我们认为，元宇宙可能是下一代互联网的形态（或称作全真互联网/WEB3.0），类比移动互联网对PC互联网的升级，元宇宙可能比移动互联网拥有更多维度的现实与虚拟世界的互动与融合，不仅满足人们的精神需求，还可以大幅提高劳动生产率。元宇宙需要伴随芯片算力提升、软件设计引擎大众化、VR/AR等交互设备的便利化同时发展，叠加区块链技术以及应用生态的不断丰富，才能逐渐逼近理想形式。
- 我们认为，对于虚拟人来说，（1）**偶像类虚拟人**不仅使公司拥有商标权和品牌价值，还可以使影视娱乐业的创作流程更加科学规范；（2）**服务类虚拟人**不仅提升了交互的丰富度，还大大降低人力使用成本；（3）**身份型虚拟人**将成为元宇宙时代人人都会拥有的身份标识。随着虚拟人技术的快速发展，影视娱乐、广告以及客户服务产业的估值将得到提升。**推荐标的蓝色光标，建议关注捷成股份等。**
- 我们认为，（1）对于线上展览来说，更加丰富的细节和渲染效果会使线上的展示效果更加接近线下，人们也会逐渐接受线上展览的形式，这**扩大了展览行业的可触达人群，进而扩大了相关市场的规模**；（2）线上展示将会**提升交流沟通效率**，例如房屋中介推出的VR看房等功能，比图纸和照片更快更全面地了解房屋信息；（3）线上展览展示也将**丰富虚拟空间的内容**。伴随着疫情对于人们线上化习惯的养成，线上展览展示也会迎来快速发展的时期。**推荐标的风语筑，建议关注立方数科、山水比德等。**
- 风险提示：技术风险、政策监管风险、法律风险、炒作概念风险。

图表：元宇宙的六边形模型



图表：虚拟人和线上展览展示行业



目录



- 1、元宇宙框架：元宇宙概览以及东吴元宇宙六边形模型

- 2、线上展览展示：真实性和细节性不断提升，使用场景越来越广泛

- 3、虚拟人：公司拥有品牌价值，影视娱乐业的创作流程更加规范化

- 4、风险提示

什么是元宇宙：沉浸性以及用户创造内容（UGC）交互提

■ Metaverse 一词由前缀 “meta”（意为超越）和词根 “verse”（由宇宙反演而来）组成。元宇宙是由科幻小说家尼尔-斯蒂芬森在1992年的科幻小说《雪崩》中提出的，在该小说中，Metaverse元宇宙是一个脱胎于现实世界，又与现实世界平行、相互影响，并且始终在线的虚拟世界。它栩栩如生、让人沉浸其中。人们在这个虚拟世界中可以做任何事，除了吃饭，睡觉；这比现有的虚拟世界来讲，是一种更高维度的交互性体验。

■ 什么是元宇宙？对于元宇宙的理解还处于“盲人摸象”的阶段：

1. 传统游戏公司认为元宇宙的核心在于可定制角色与场景的开放世界；
2. 区块链从业者认为元宇宙的重点在于去中心化、与真实世界相仿的经济系统与治理模式；
3. 互联网大厂及虚拟现实相关企业认为元宇宙应该侧重于沉浸式的体验以及线上线下的交互。

■ 我们认为，元宇宙的特征体现在沉浸性以及用户创造内容（UGC）的提升。这是一个长期的过程，需要伴随芯片算力提升、软件设计引擎大众化、VR/AR等交互设备的便利化同时发展，叠加区块链技术以及相关去中心化应用生态的不断发展，才能达到最终的形态。

■ 我们认为，元宇宙的发展将带来新维度的交互方式，比移动互联网带来更大的社会改变。以Bilibili为例，Bilibili提供了新的交互手段（发弹幕）和较为便利的视频二次创作平台，使Bilibili形成了很强的用户粘性和新的文化现象，在视频平台的激烈竞争中取得独特竞争优势。对于游戏领域，早期的很多游戏，例如魔兽争霸也拥有地图编辑器，较为流行的MOBA玩法也脱胎于玩家自制的地图，但与Roblox相比，其可实现的游戏类型偏少，丰富度较低，也缺少方便的互动手段，无法向游戏之外扩展。我们相信，由元宇宙带来的更丰富、更沉浸式的交互体验，将给游戏、教育、展览、工业制造、设计规划以及公共服务等领域带来全新想象空间。

图表：2021年11月Bilibili平台中新宝岛播放量为1.2亿次；而 YouTube平台中新宝岛的播放量为30万次 图表：从魔兽争霸的地图编辑器到Roblox的编辑器

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/886004012241010144>