

元宇宙以区块链、VR、5G、云计算、数字孪生等技术为基础，创造了虚实融合的交互方式，预定了下一代互联网的最终形态。

今年元宇宙开始脱实向虚，越来越多的企业也加速布局元宇宙，为迎接未来做好准备。

那么在2023年元宇宙有哪些热点方向，值得关注呢？

AIGC

AIGC，即由人工智能创作内容。作为数字经济的新赛道、新风口，AIGC技术将迎来大幅发展。

在今年瑞士达沃斯举行的世界经济论坛上，微软CEO纳德拉对ChatGPT青睐有加，在他看来，人工智能领域的发展堪比工业革命。

今年2月成立的北京光年之外公司，估值2亿美元，原美团联合创始人王慧文曾在社交平台表示，“要打造中国的OpenAI”。

就在昨

天，百度也在

北京总部召开新闻发布会，

主题围绕“文心一言”。

文心一言是百度旗下的类ChatGPT聊天机器人，即中国版的ChatGPT。



在直播领域，虚拟主播可以24小时不间断直播，且不会出错。而且其特有的新鲜感也能吸引用户互动，起到降本增效的作用。

比如快手首个虚拟带货主播“关小芳”，京东的虚拟推荐官“ViVi子涵”，都为店铺带来了可观的流量，为直播行业的新业态提供了更多想象空间。

韩国“虚拟K-pop”元宇宙公司Afun Interactive于近日完成了530万美元A轮过桥融资。该公司CEO表示希望利用3D技术构建角色IP化的“虚拟K-pop”，目前已推出了“Apoki”和“Lesha”等虚拟明星。

使用虚拟代言人、虚拟偶像，可以降低真人“塌房”风险，极大降低企业营销成本。

据某市场分析机构预测，到2026年，中国AI数字人市场规模将达102.4亿元，数字人市场将呈现高速增长态势。

游戏社交

游戏的虚拟属性与元宇宙天然契合，2022年全球元宇宙游戏融资312.69亿，占总融资额36%。

近日，元宇宙游戏MiAO宣布完成亿元级别的天使轮融资。据了解，MiAOK是一家游戏和社交平台，它的第一款全球化产品是主打多人玩法的开放世界体素游戏。

目前比较有代表性的游戏平台有Axie Infinity、Decentraland、Roblox，特点是去中心化、可变现、开源等。

2023年，线上模式更加重视场景化运用，同时开源开放。Decentraland的2023年创作者路线图表示，平台将为场景开发者、NFT内容创作者提供更多工具。

The Sandbox则表示，2023年将继续致力于他们的使命，“让创作者一代能够基于真正的数字所有权构建开放的元宇宙。”

2022年，国内也诞生了一批新的虚拟平台，并大放异彩。一些大学也推出了虚拟校园，许多大型会议、活动都能在这个虚拟空间中进行，也让更多人有机会接触和体验元宇宙。

虚拟现实

VR/AR终端是元宇宙的第一入口。潮电智库预计，2022年至2024年的未来三年全球VR/AR销量将迎来大幅增长。

Meta公司将在今年推出旗舰产品Quest3。Quest3将突出混合现实（MR）体验，即前置摄像头可以传输现实世界的视频，使用者不会完全沉浸在虚拟画面中。苹果、谷歌和微软等公司也将发布新的VR/AR/MR头盔。

美国科技公司OVR Technology研究出了一种将气味融入虚拟现实的方法，全身触觉套装领域有望迎来新发展。



借助电视剧《狂飙》的势头，爱奇艺联合数字藏品平台发售了单价68元的“狂飙”3D数字藏品，7777份，开售1小时就宣布售罄。

今年2月份，茅台发布了二十四节气酒，以及立春节气的数字藏品；奈雪的茶推出数字藏品配套实体潮玩；大麦推出正面为传统电子票，背面是独立藏品的数字收藏门票。

越来越多的平台将数字藏品作为布局元宇宙的首选，甚至有人宣称“发布数藏将是全行业的新营销标配。”