

## 映客品牌升级发布会：正式更名映宇宙，数字代言人“映映”首亮相

6月15日，映客召开主题为“破壁而来”的线上品牌升级发布会，宣布品牌和战略方向全新升级。映客互娱集团正式更名为**映宇宙（英文名称 Inkeverse）**，业务全面向元宇宙进军，并签约虚拟人“映映”为映宇宙品牌代言人。

发布会现场，映客互娱集团董事长奉佑生、COO 侯广凌、高级副总裁夏晓晖、执行总编辑黄琴出席发布会，分别就**全新战略、产品布局、虚拟人签约、品牌解读**等做出详细介绍。虚拟人“映映”当场完成签约并展示了唱跳才艺。

奉佑生首先回顾了集团的发展历程，并详细阐释了品牌及战略升级的全新理念。奉佑生表示，七年来，映客已完成彻底蜕变，**业务布局分为直播、相亲、社交三大板块**。通过打通线上线下多元场景，开拓海外市场，成功从单一产品转型为矩阵式产品带动业绩增长的公司。

之所以由映客改名为映宇宙，正是基于对行业发展趋势做出的判断——移动互联网发展到了鼎盛阶段，web3.0 的全新技术正在兴起。映宇宙的目标，就是在原有社交优势基础上，全面**加大对元宇宙科技元素的融入**，突破次元壁，创建无数个“社交新次元”的矩阵式小星球，用全新技术搭建更丰富、多维的社交场景，满足用户更细分的社交需求。

发布会现场，虚拟人“映映”与映客互娱集团高级副总裁夏晓晖举行了正式签约仪式，共同“写下”在映宇宙的盟约——一起奔赴新世界。作为映宇宙的全新代言人，超级酷炫的虚拟人映映也展示了自己的超凡才能，与几位高管的趣味互动也赢得网友们的赞赏。

COO 侯广凌介绍了映宇宙全新产品布局，目前已推出数款元宇宙的独立场景及相关产品，包含映客直播的沉浸式KTV 功能“**全景K歌**”及元宇宙恋爱社交产品“**情侣星球**”。另外，公司也在研发打造海外 3D 虚拟形象社交产品 **The Place**，主要面向欧美地区的 Z 世代用户。

“不管是在现有产品上还是在新的产品上，我们将结合新技术持续创新和尝试。在这个过程中，我们一定会经历失败，但我们坚信，元宇宙这个未来的产品方向和趋势是正确的，相信我们有能力，能跟用户和合作方一起探索出元宇宙的全新产品和未来。”侯广凌表示。

执行总编辑黄琴则做了全新品牌解读。“新 logo 里，设计最独特的是 inkeverse 里的字母 I 和 R，包括各自头顶的圆点。首先，它象征现实与虚拟两个空间维度，是对元宇宙里“数字孪生”概念的符号化表达。**这两个字母也可以看做两个互相呼应的人**。新品牌色将绿色与紫色结合在一起，形成极光色，象征映宇宙与广阔宇宙的连接。另外，映宇宙还确立了**全新 slogan——见未来**。它传递出我们不设限、持续探索的理念。”黄琴说道。

据了解，发布会现场采取了全新 XR 技术进行直播，现实+虚拟相结合所构建的多维场

景，使观众能够在观看中融入真实场景、仿佛身临其境，可谓科技感十足。不同于以往发布会的纯展示，发布会以“故事性”的方式进行各环节讲述或表演，让人耳目一新。