

# METAVERSO CHINÊS

Como a China quer sair na frente na construção desse novo universo e crescer sua economia digital



## Panorama global

Países mais associados ao metaverso nas buscas online sobre o tema



0% 100%

Valor do mercado global do metaverso em 2021:

**US\$ 39 bilhões**

% da participação do setor de jogos no mercado global do metaverso

**28%**

Consumidores de jogos interessados em interatividade:

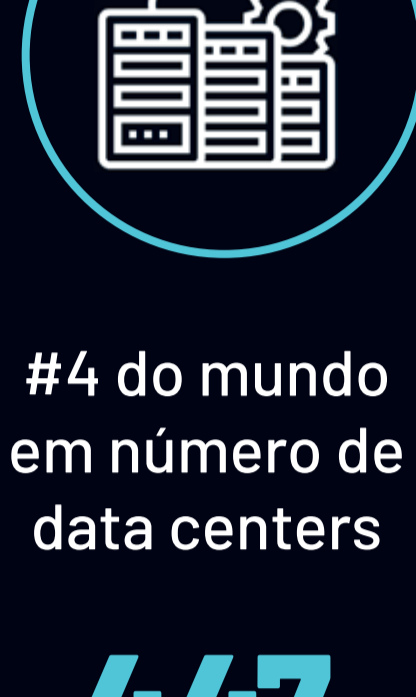
**78%**

**57%**

**47%**

Fonte: Statista; Marketing Hub

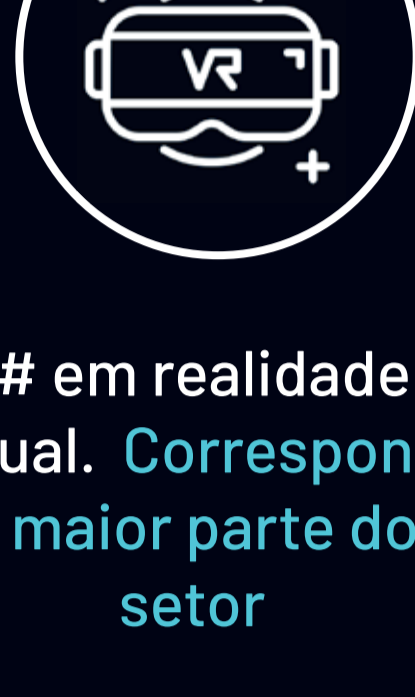
## Metaverso chinês em números:



#4 do mundo em número de data centers

**447**

unidades



1# em realidade virtual. **Corresponde a maior parte do setor**

**55%**



% de internautas chineses com intenções de socializar no metaverso

**60%**

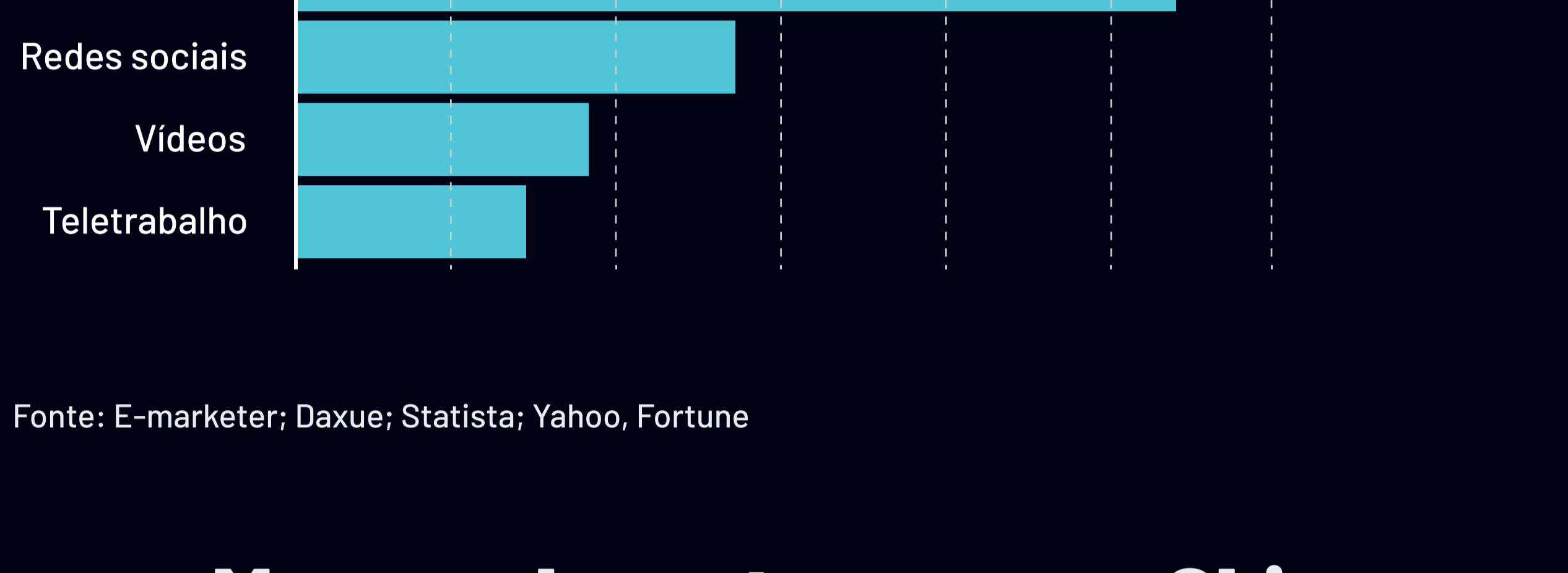


Patentes do metaverso por mais de 1.000 empresas chinesas (2021):

**10 mil**

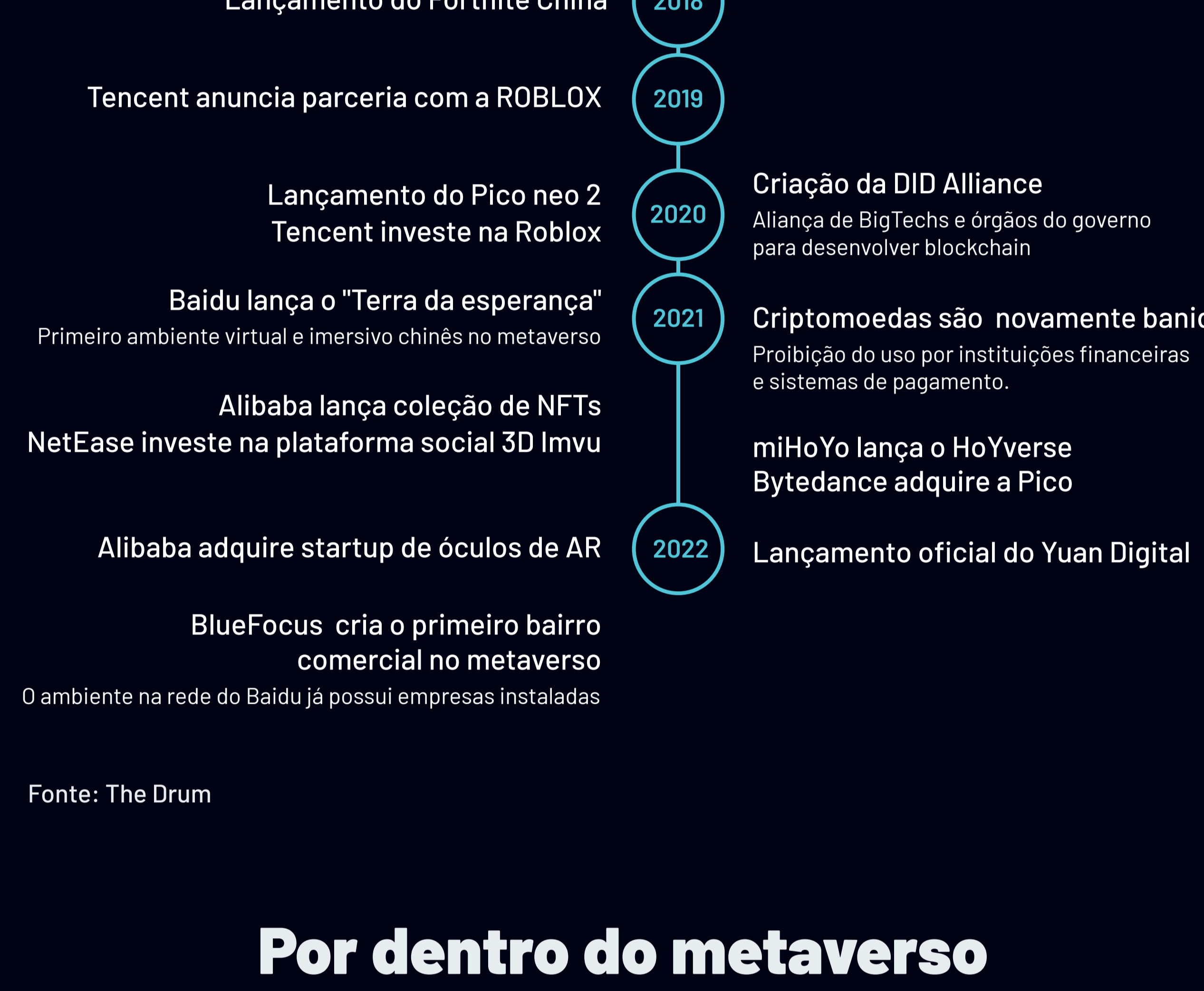
## Jogos e e-commerce vão dominar o metaverso na China

Mercado projetado para 2025 em bilhões de dólares



Fonte: E-marketer; Daxue; Statista; Yahoo; Fortune

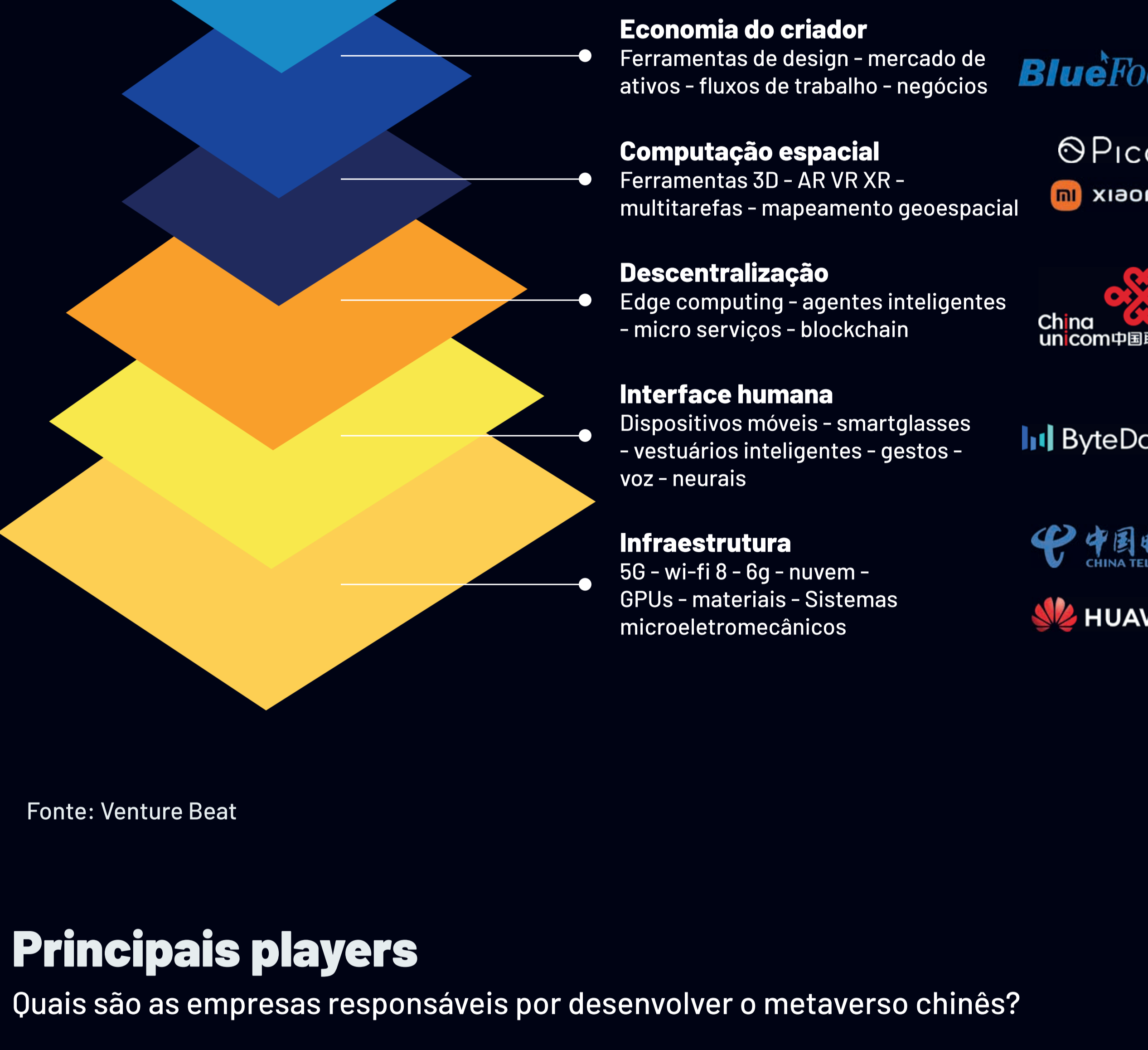
## Marcos do metaverso na China:



Fonte: The Drum

## Por dentro do metaverso

Explorando as 7 camadas do metaverso



Fonte: Venture Beat

## Principais players

Quais são as empresas responsáveis por desenvolver o metaverso chinês?

**Tencent** (腾讯) É o maior concorrente chinês na supremacia global do metaverso. Possui participações em players globais do metaverso, como a Epic Games, Roblox (joint venture) e até SnapChat.

**HUAWEI** A posição de liderança da empresa em 5G, e suas milhares de outras patentes em VR, chips e sistemas operacionais, são cruciais para suas ambições de metaverso.

**Alibaba Group** (阿里巴巴集团) A empresa investiu bilhões de dólares em startups de VR e AR. E estabeleceu seu próprio laboratório XR de realidade estendida.

**Baidu** (百度) Lançou em dezembro de 2021 o "Terra da Esperança", o primeiro produto metaverso fabricado na China. Sua principal competência é a inteligência artificial

**NetEase Games** Segunda maior gigante de jogos da China, a empresa possui competências em VR/AR, IA, jogos em nuvem e blockchain e incorpora tecnologias de realidade estendida em seus jogos.

**ByteDance** A empresa tem um portfólio de investimentos que percorre toda a cadeia de suprimentos do metaverso, como em hardwares, designers de chips, plataforma de conteúdo gerado pelo usuário, tecnologia VR e plataformas de jogos.

**miHoYo** A desenvolvedora de jogos é um dos principais patrocinadores da empresa Soul, o "metaverso social", o aplicativo de rede social voltado para a geração Z da China.

**LILITH GAMES** Uma das maiores editoras de jogos na China, a empresa está em processo de expansão global e apostando em tecnologias metaverso como inteligência artificial para jogos em nuvem.

**XIAOMI** A gigante de eletrônicos já possui 129 patentes relacionadas ao Metaverso e visa desenvolver tecnologia em sistemas de pagamento, tecnologia de smartphones e exibições de vídeo.

Fonte: SupChina

## Desafios e projeções

O metaverso made in China tem peculiaridades e desafios diferentes das ocidentais:

CHINA	X	OCIDENTE
Regulamentação rígida de jogos		Maior facilidade no lançamento de jogos
Banimento das criptomoedas, porém, a China possui sua própria moeda digital		Economia descentralizada através das criptomoedas. Transações com cripto no metaverso
Comercialização de NFTs é limitada		NFTs são comercializados no metaverso e usados como reserva de valor
Restrições regulatórias das BigTechs pode de limitar as inovações. No entanto, dados estão sob proteção da Lei de proteção de informações pessoais		Empresas de tecnologia possuem maior autonomia e margem de manobra. Porém, isso deve refletir em menor privacidade de dados
Processo de digitalização mais avançado. Práticas que serão comuns no metaverso já acontecem na China, como compras ou ir ao médico		Digitalização da vida e economia ainda incipiente em alguns lugares pode causar lentidão no desenvolvimento do metaverso

Fonte: The Diplomat; TechWire Asia; Folha de São Paulo