



Web3.0 美丽新世界



双镜: Web3.0 时代的养成系品牌

在元宇宙时代，我们看中的不是交互方式的改变，而是底层逻辑的改变。不会再有一家超级公司做一个应用供3亿年轻人使用，而是3亿年轻人共建自己的精神家园，这一点，远比交互变的更沉浸式来的让人兴奋。

□ 撰稿 | 非虫

“让Z世代像养成自己的爱豆（idol）一样，深度参与品牌文化的共创、传播与管理，并共享品牌增值带来的经济价值与情感价值。”这是双镜2M创始人焦正道对于养成系品牌的定义。

双镜2M是一个基于Web3.0的养成系品牌运营平台。焦正道说，其核心功能是“让品牌方和用户实现价值共享、情感共识”。无论是“燕京八绝”，还是艺术社区杜星球，或者抖音播放量过亿的超级网红和黑客们共同创建的潮牌IsBase，或者万合天宜出品的B站热播动漫作品《星际一游》……，这些看似不同世代背景、不同创作元素的内容，在双镜2M得以呈现，得以开拓，得以走向一个更有活力的未来……

发现“燕京八绝”的新价值

1904年贝子溥伦远渡重洋，在法国圣路易斯世博会上，

展示了以“燕京八绝”为首的中国特色工艺美术。

2022年双镜2M与相伯居联手在溥伦贝子府展示了虚实结合的“燕京八绝”会客厅和非遗工作坊，让大众充分感受北京东城独特的人文文化魅力，体验东城非遗的历史渊源。在此之前，双镜2M发行了“燕京八绝”系列5万份数字藏品。

“我们做过一次统计，80%的用户是购买了燕京八绝NFT（数字藏品）后，才开始了解并喜欢上这些非遗工艺的。非遗产品需要更贴近年轻人的消费偏好，才能让这些老祖宗的手艺真正地传播开来，例如项目方相伯居最早是做玉雕鼻烟壶而被市场所熟知的，可最近他们新推出的玉雕电子烟保护套则深受年轻人追捧，后续，他们还会运营一个俱乐部，直接让数字藏品的持有者参与到实物产品的设计当中。源源不断地推出传统技艺的当代表达，激发新的活力。”焦正道介绍道。

“燕京八绝”只是双镜2M的项目之一，它的成功，使得双镜2M看到了元宇宙时代新的增长点。“早在今年四五月份的时候，我们就开始了产品升级——协助品牌方通过Web3.0技