VR-магазин онлайн!

После полумесяца военных операций в районе Белем-Девон в Сомали НАТО успешно захватила район, контролируемый военными диктаторами. В то же время различные стороны оказывали давление на Организацию Объединенных Наций, призывая ее опубликовать документы.

Убийство зомби было признано законным, так как зомби людьми не считались.

Интересный факт: при обсуждении этого вопроса многие страны упорно голосовали против него по странным причинам. Например, Франция проголосовала против этого потому, что в стране не существовало смертной казни, и страна отказывалась принимать решение, связанное с лишением «жизни». Но Индия пошла еще дальше: она не хотела выступать против них, потому что считала, что живые мертвецы были слугами Шивы…

В любом случае, даже если этот вопрос и был спорным, документ был принят практически всеми сторонами.

НАТО направила две танковые роты и с помощью беспилотных летательных аппаратов очистила зараженный район на границе между Сомали и Эфиопией от зомби. В то же самое время, далеко на другом конце света, силы самообороны и войска США, дислоцированные в Японии, начали операции в карантинных районах в Йото.

Вакцины, запущенные 11 глобальными фармацевтическими компаниями в сотрудничестве с Будущим Биология, вышли на рынок. Ожидалось, что в ближайшие четыре месяца они разойдутся по крупнейшим странам мира. Исходя из патентной пошлины в размере 1,50 за порцию, ожидалось, что в ближайшие четыре месяца Будущее Биология получит доход в размере 5,7 млрд. долларов США.

Эта цифра была почти эквивалентна чистой прибыли Будущего Биология за 4 года.

Однако предоставление лицензии на технологию означало перерасход потенциальной прибыли от вакцины против Т-вируса. В конце концов, с точки зрения масштаба производства другие фармацевтические компании находились в более выгодном положении.

В последние несколько дней в Йото Цзян Чэнь занимался поисками менеджеров и в итоге он сформировал профессиональную команду по управлению недвижимостью, чтобы недвижимость на 11 миллиардов долларов, что он приобрел в Йото, была в надежных руках.

В Международном аэропорту Йото Цянь Ся, прощаясь с ним, несколько минут махала ему вслед.

За день до отъезда Цзян Чэнь все-таки показал Цянь Ся, в ее прекрасной униформе, свои когти. Поначалу она сопротивлялась, но вскоре все же подчинилась.

Может, потому, что боль в первый раз была незабываемой, а может, по другим причинам. После той ночи Цзян Чэнь почувствовал, что она смотрела на него полными восхищения глазами.

«Будет ли мастер возвращаться?» тихо произнесла она, опустив голову.

«Возможно, иногда».

«Тогда… когда я закончу школу, я смогу отправиться в Цинь и найти тебя?»

«Конечно».

Цзян Чэнь взъерошил ее волосы на прощание. Через несколько минут его частный самолет Gulfstream G650 выехал на взлетную полосу.

Под пристальным взглядом девушки самолет исчез за горизонтом.

Вскоре после того, как Цзян Чэнь вернулся в Цинь, Технологии Будущего и Amazon, eBay, Taobao, Jingdong и многие другие гиганты электронной коммерции опубликовали объявления на своих официальных сайтах одновременно.

< Невероятная технология! VR-магазин теперь доступен онлайн, и вы можете делать покупки, не выходя из дома!>

В то же время шлем Phantom получил свое второе обновление системы. После обновления на интерфейсе появилась программа управления приложениями. Так же, как App Store от Apple и Android Market от Android, шлемы Phantom также позволяли пользователям свободно загружать приложения.

Однако, несмотря на то, что Будущее Групп анонсировало инструменты разработки программ VR и предоставило услуги по аренде серверов, ни одна компания не смогла продемонстрировать преимущества VR-платформы.

Поэтому, помимо браузера, в программе управления приложениями существовало только два приложения.

Одной из них была Божественная Земля, а другой – недавно запущенная платформа для покупок в виртуальной реальности – VR-магазин.

Недавно запущенный VR-магазин обладал двумя режимами.

Один – базовый – сочетал плоские изображения и изображения VR. Пользователи могли находить предметы, как в традиционных магазинах электронной коммерции, и находить в кратчайшие сроки. Единственная разница заключалась в том, что предметы, что они искали, можно было взять в руки.

Другой режим был в формате виртуального торгового центра. После входа в этот режим пользователь перемещался на виртуальную улицу, спроектированной Технологиями Будущего, которая напоминала Таймс-сквер в Нью-Йорке и другие известные коммерческие улицы. Согласно определенному алгоритму, товары и украшения в магазинах выставлялись случайным образом, чтобы пользователь мог испытать и насладиться всеми товарами.

Согласно новостям, опубликованным Технологиями Будущего, к VR-магазину присоединились 7 торговых гигантов, предлагающих пользователям в общей сумме 800 000 товаров.

Многие пользователи, которые заходили в этот виртуальный магазин, вскоре очень к нему привыкали. Объем продаж быстро рос, и VR-магазин был положительно оценен всеми, кто им пользовался.

«Юбка, которую я купила, уже здесь. Это потрясающе! Она точно такая же, как в VR-магазине!»

«Раньше я не хотела покупать дорогую одежду в Интернете. Не говоря уже о размере, одежда в Интернете и в реальности очень сильно различается. Теперь я могу посмотреть все вещи онлайн и выбрать то, что хочу!»

«Это безумие, как Технологии Будущего этого добились?»

«Жаль, что нет дегустационной функции. Если бы вкус пищи можно было воспроизвести, я бы мог есть в виртуальном торговом центре ... интересно, можно ли быть полным в виртуальном мире?»

«Боже мой, мой бумажник! Как я потратил столько денег! О…»

Изображения товаров предоставлялись Технологиями Будущего. Что же касается платы за производство VR-изображений для продуктов, Цзян Чэнь не обманывал их и взимал с них стоимость в 1,000 долларов США за предмет. А за продукты, зарегистрированные в VR-магазине, взималась ежемесячная плата за управление данными в размере 10 долларов США.

Прибыль, получаемая от этого виртуального магазина, стоило вложенных в него инвестиций.

Шлемы достигли сотен миллионов активных пользователей по всему миру, и VR-магазин был одним из двух приложений, которые создали сильную экспозицию. Даже при удвоении цены магазины все равно были готовы платить за возможность пользования этим приложением.

Кроме того, рекламные и другие расходы рассчитывались отдельно и были довольно высокими. Если бы продукт был в списке рекомендаций домашней страницы VR-магазина, доход магазина должен был бы быть разделен поровну с Технологиями Будущего. Несмотря на то, что цена была все же приличной, многие магазины пожали заявки на попадание на стартовую страницу.

Эти сборы, а также плата за управление данными, были двумя основными потоками доходов для VR-магазина.

Некоторые аналитики поняли, что запуск VR-магазина сигнализировал о новом периоде нисходящих тенденций для физических магазинов.

Например, британская газета Observer Daily тщательно проанализировала этот вопрос.

«У нас были оптимистичные мысли о том, что интернет-магазины никогда не заменят физические магазины и не повлияют на привычки к расходам некоторых людей. Физические магазины обладают преимуществом, которое интернет-магазины не могут заменить, например, они не могут привнести удовольствие от покупок, к тому же нельзя физически их ощутить. Эти элементы недоступны при покупке в интернет-магазинах.

Теперь VR-магазин, похоже, сделал это – все, что интернет-магазины не смогли сделать. Возможно, это станет началом полного переписывания ландшафта мировой розничной торговли».

http://tl.rulate.ru/book/4900/539186