

## Khronos 发布 3D Commerce Viewer 认证计划

能够在跨多个平台一致地展示虚拟产品, 可提高消费者信心并减少退货; 多个查看器正在认证的管道中

俄勒冈州比弗顿市 – 2021 年 6 月 9 日 – 今天, Khronos® Group, 一个由创建图形和计算互操作性标准的行业领先公司组成的开放联盟, 宣布发布 3D Commerce Viewer 认证计划 (3D 商务查看器认证计划)。3D 查看器是让用户能够显示 3D 模型并与其交互的软件引擎。零售商、社交媒体网站和品牌使用查看器, 在电子商务店面、搜索引擎、广告平台和自身应用程序中创建体验。查看器认证计划使整个行业的 3D 查看器能够证明它们能够准确、一致性地展示 3D 产品, 为跨多个平台和设备进行可靠的 3D 和 AR 购物扫清道路。Amazon、Babylon.js、CGTrader、Emersya、Epic Games (虚幻引擎)、Facebook (Spark AR)、Google (<model-viewer> 和 Scene Viewer)、Samsung (Android 上的互联网浏览器)、SketchFab、Unity 和 UX3D (Gestaltor) 已开始根据此项新计划, 对查看器进行认证。

以前, 当艺术家和品牌创建数字产品时, 他们无法保证这些产品会在不同平台上一致地出现。3D 资产 (例如一件家具) 是独立于用于构建消费者体验的 3D 查看器创建的, 使用哪个查看器会对消费者看到的内容产生重大影响。即使使用相同的查看器设置, 电子商务产品列表中的椅子与使用不同查看器的数字广告中的椅子看起来也可能大不相同。



图像: 在四个未经认证的查看器中展示的同一张 3D 椅子 (Wayfair 提供)

Khronos 集团的 3D 商务工作组一直在努力解决这个问题以及其他减缓 3D 在零售业增长的问题。工作组的多元化成员包括宜家、亚马逊和 Wayfair 等主要品牌的内部内容创作者; 谷歌、微软、Adobe、Facebook、三星和 Autodesk 等 3D 生态系统和平台开发商; 以及索尼、英特

尔、英伟达和 AMD 等硬件制造商。他们认识到，解决方案不是提升某个特定的查看器，而是在所有查看器之间实现一致的性能。

“当艺术家花时间完善一个模型以供一个查看器使用时，必须返回并编辑它，以在每个不同的查看器中正确显示，这既令人沮丧又效率低下。为了让我们创建一个共享资产的生态系统，艺术家们需要一个共同的目标，” 亚马逊 3D 项目经理兼 Khronos Group 查看器认证任务小组联合主席 Ashleigh Miller 说。“开发人员需要自由地为他们的应用程序选择合适的查看器，但艺术家也应该期望他们的作品看起来像预期的那样。”

“3D 资产离开受控制的第一方生态系统边界的那一刻 - 例如，从在已知设备上的已知操作系统上的 View-In-Room 体验，到在不熟悉的操作系统上在不熟悉的操作系统上运行 3D 产品广告设备——你几乎无法控制它的外观，” **Wayfair 3D 商务工作组主席兼 Wayfair Next 研发总监 Shrenik Sadalgi** 说。“3D 虚拟产品开始伴随着每个产品列表，以及传统的 2D 图像。我们必须确保内容创作者在 3D Commerce 认证生态系统内的观看准确性，并使消费者能够以一致的方式体验产品。通过 3D Commerce Viewer 认证计划，我们离扩大 3D 虚拟产品的广泛使用，以及帮助使 3D 作为一种媒介变得更加普及，又走近了一步。”

## 认证过程

Khronos 3D Commerce Viewer 认证计划，对任何希望证明其查看器能够准确显示电子商务中使用的 3D 资产的组织开放。为了获得认证，供应商必须证明 3D 资产在他们的查看器中与其他经过认证的查看器看起来相同。进入流程的持证者使用包含 glTF 资产的公开测试包来生成测试图像。Khronos 3D Commerce 工作组使用 Khronos [glTF 示例查看器](#) 作为基准审查这些图像。企业与 Khronos 签署认证协议，并支付年度认证计划费用（Khronos 成员为 1,500 美元，非成员为 2,500 美元）以进行无限数量的提交。

成功审核的提交和查看者将被添加到公共认证注册中心。持证者与其认证的查看器可以使用 3D Commerce Certified 商标。Khronos Group 呼吁 3D 生态系统中的查看器和工具供应商加入越来越多的组织名单中，以进行认证。



图片：3D Commerce Viewer 认证标志

“选择 Khronos 的查看器认证的供应商越多，3D 资产应用的可能性就越大，”查看器认证任务小组联合主席 Leonard Daly 说。“品牌和应用程序开发人员将能够自信地采用经过认证的查看器，因为他们知道他们将能够从各种不同来源引入 3D 资产并让它们按预期运行。我们将能够打破这种必须定制一切的规范，这将降低各种大规模 3D 用例的进入门槛。”

可以在 Khronos [查看者认证网站](#)上找到完整的详细信息和提交资源。要了解有关 Khronos 如何发展 3D 资产生态系统的更多信息，请访问 Khronos 集团网站上的 [3D 商务页面](#)。任何组织也可以加入 Khronos 并参与 3D Commerce 和 3D 格式工作组，以在网络及其他领域塑造 3D 的未来。

### 3D Commerce Viewer 认证的行业支持

Autodesk 产品负责人兼 Khronos Group 3D 格式工作组主席 Brent Scannell 表示：“对于艺术家的体验而言，没有比从创作到交付和消费的整个过程中，让客户感受到设计的原汁原味，更加重要了。”“当目标是特定的游戏引擎或单一平台时，这已经足够具有挑战性了，迫使产品外检查和迭代。今天，随着我们生态系统中存在的各种引擎、平台、体验和设备，这一挑战比以往任何时候都更加普遍。Autodesk 很自豪能与 Khronos Group 合作，让 3D 艺术家相信他们的设计将得到保存，而不管提供 3D 资产的平台或设备如何，这为他们节省了大量的时间和精力。”

“全球有数亿台设备可以查看 3D 资产。涉足电子商务的公司需要确保准确展示其产品。与 PBR [基于物理的渲染] 应该确保您的资产在各种照明场景中看起来真实且物理上显示正确，查看器认证可以确保您始终获得相同的视觉体验，无论您使用什么工具，” **Paweł Nikiel, CGTrader 的 3D 自动化主管**说。

“随着 3D 在商业中的成功和越来越多的用例，品牌和零售商必须能够，从产品开发到广告和销售，跨体验和平台提供一致的产品的 3D 可视化” **Emersya 首席执行官 Aurélien Vaysset**

说。“作为一个综合创作平台和 10 年来在线 3D 和 AR 产品体验的先驱，Emersya 其内部开发的 3D 查看器，获得认证是合乎逻辑的。我们期待与 Khronos Group 继续合作，共同创造未来的标准。”

“我们设想的开放的元宇宙需要品牌和产品的一致体验，这就是为什么我们正在努力确保创作者可以使用 Unreal 的引擎提供动态和身临其境的应用程序，以加速蓬勃发展的数字经济。” **Epic Games 工程副总裁兼 Khronos 董事会成员 Nick Penwarden** 说。

“展示具有高度真实感的虚拟产品的能力对于整个购物生态系统至关重要。借助 Spark AR，Facebook 很自豪能够成为创作者以及我们在全球范围内扩展的代理、合作伙伴和卖家网络的平台，” **Facebook Spark AR 技术负责人 Alexey Medvedev** 说。“我们支持高质量电子商务应用程序的部分承诺是提供工具和 AR 平台，以实现与客户期望一致的视觉保真度。这个 Khronos 认证，正是提供了这一点。”

“当我们努力为我们的客户创建最高质量的 3D 数字双胞胎时，绝对必须保证，这些图像出现的任何地方，工作和细节的水平是不言而喻和一致的。同样重要的是，从消费者的角度看，将 3D 图像作为一个整体始终比 2D 平面图像更好，不仅在功能上，而且在它们的外观上。” **Invrision 的首席运营官 Fabrizio Dini** 说：“该认证将保证质量标准，为 3D 图像行业的成功和发展做好准备。”

“提供视觉真实感和保真度对于 3D 商务体验的开发人员来说至关重要，” **Babylon.js 的创建者兼微软集团工程经理 David Catuhe** 说。“随着 3D 数字商务体验变得越来越普遍，让客户信任他们所看到的和与之交互的内容非常重要。这意味着开发人员需要有信心在 3D 查看器和渲染中一致地渲染数字对象。对于 Babylon.js，支持经过认证的跨生态系统渲染对于让我们的社区继续依赖 Babylon.js 来渲染具有他们期望的美感、真实感和保真度的 3D 场景至关重要。”

“3D 内容和增强现实将改变我们的在线体验。三星致力于为开放的行业标准做出贡献，以创造高质量的消费者体验，” **三星美国研究中心移动平台和解决方案负责人、企业副总裁 Jisun Park 博士** 说。

“今天，有效地接触客户，需要在多个营销和销售渠道中占有一席之地。企业要求他们的产品在这些渠道中一致显示，并且他们的可视化与创作它们时的细节和准确性相匹配。Shopify 致力于

与生态系统合作，以确保企业高度相信他们的品牌将在 3D 和 AR 中得到忠实呈现，” **Shopify 高级产品经理 Jon Wade** 说。

“随着我们不断创新，以在业界最佳周转时间和可承受的价格，来改善 3D 建模质量，我们发现非常需要标准化跨平台 3D 产品的整体观看体验。我们很高兴 Khronos 已经确定了这个关键问题，并通过这个“查看器认证计划”迈出了巨大的步伐来解决这个问题，” **SuperDNA 3D 的创始人兼首席执行官 Jatinder Kukreja** 说。“该计划将改变 3D 世界的游戏规则，以跨平台‘统一’展示最高质量的产品。电子商务观众可以使用如此高度的现实主义和配置选项，观众转变为买家的机会肯定会成倍增加。”

**Unity AR/VR 广告和电子商务主管 Tony Parisi** 表示：“当消费者能够在所有平台上无处不在地分享数字体验并与之互动时，3D 和电子商务就会变得生动起来。创建确保用户体验一致性的标准，无论他们的接入点如何，都会增加转化和社交分享的潜力，从而对品牌或服务的底线产生积极影响。”

**UX3D 董事总经理 Norbert Nopper** 表示：“该认证计划将用于可视化 3D 产品的实时数字孪生技术提升到一个新的水平。”“从今天开始，实物产品的视觉数字表示在不同的平台上看起来是一致的，比如 3D 广告、网上商店或增强现实观众。UX3D 通过其可视化 glTF 编辑器 Gestaltor 支持该程序，它允许艺术家为 3D Commerce 认证的观众改进和调整 3D 资产。”

**VNTANA 联合创始人兼首席执行官 Ashley Crowder** 表示：“展望未来，品牌有巨大的机会利用 3D 技术创造无缝、互动的在线购物体验。“3D 版服装的‘虚拟试穿’体验不断改进，3D 驱动的个性化风格和合身建议也在不断改进。3D 广告和电子商务将很快成为新标准——取代 2D 资产。虽然这种转变需要时间，但明年所有主要品牌和平台都会朝着这个方向发生重大转变。3D 还通过纯数字时尚开辟了全新的收入来源，而 NFT 正在成为元宇宙中的数字所有权合同。我们已经看到 Z 世代将他们的零用钱花在 Roblox 的数字商品上，我们都花钱来打扮我们的化身只是时间问题。”

## 关于 Khronos

Khronos Group 是一个开放、非营利、成员驱动的联盟，由 150 多家行业领先公司组成，为 3D 图形、增强和虚拟现实、并行计算、视觉处理和机器学习创建免版税的互操作性标准。Khronos 的活动包括 3D Commerce™、ANARI™、glTF™、NNEF™、OpenCL™、OpenGL®



、OpenGL® ES、OpenVG™、OpenVX™、OpenXR™、SPIR-V™、SYCL™、Vulkan® 和 WebGL™。Khronos 成员推动 Khronos 规范的开发和演变，并能够通过早期访问规范草案和一致性测试来加速尖端平台和应用程序的交付。

###

Khronos® 和 Vulkan® 是注册商标，3D Commerce™、ANARI™、glTF™、NNEF™、OpenVG™、OpenVX™、SPIR™、SPIR-V™、SYCL™ 和 WebGL™ 是 Khronos Group Inc 的商标。OpenXR™ 是 The Khronos Group Inc. 拥有的商标，并在中国、欧盟、日本和英国注册为商标。OpenCL™ 是 Apple Inc. 的商标，OpenGL® 是注册商标，OpenGL ES™ 和 OpenGL SC™ 徽标是 Hewlett Packard Enterprise 的商标，经 Khronos 许可使用。所有其他产品名称、商标和/或公司名称仅用于标识并属于其各自所有者。

**Khronos 集团媒体联系人：**

Rachel Bradshaw , Caster Communications Inc.

rachel@castercomm.com

+1 434.604.0304