

谁能在虚拟世界中胜出，抢占“元宇宙”赛道

最近，资本市场掀起了一股“元宇宙”热潮。在投资者还没弄明白“元宇宙”是什么的时候，A股市场中的元宇宙概念股再次集体暴涨。11月5日，A股元宇宙板块强势依旧，指数早盘一路走高，收涨近4%：佳创视讯再次20%涨停，连续录得3个涨停板；中青宝更是收涨7.8%，6日内股价已从18元狂飙至如今35.25元，股价一度翻倍；宝通科技、盛天网络、顺网科技、恺英网络、丝路视觉等亦出现大幅上涨走势。

自10月29日Facebook官宣正式更名为“Meta”，提出公司重点将是实现元宇宙后，“元宇宙”概念彻底出圈。虽然目前对于“元宇宙”这一概念并未有官方、统一、明确的定义，但这并不妨碍它在当下已然成为资本市场上“香饽饽”的事实。

那么，究竟何为“元宇宙”？“元宇宙”又将为产业带来哪些新机遇和挑战？

■采写：新快报记者 陈学东
■制图：廖木兴



●海外巨头的“元宇宙”生意经

扎克伯格在Facebook Connect2021大会上描绘的所有“元宇宙”场景，需要各类软硬件共同协作完成，而这也正是Facebook下的一步大棋。

只要Facebook构建的“元宇宙”能够吸引成千上万的用户进入，那么仅卖VR设备就能赚得盆满钵满。早在2014年，Facebook就以20亿美元收购了虚拟现实(VR)厂商Oculus VR，这家公司因针对游戏设计的Oculus Rift头戴设备而闻名。

Oculus的高管詹森·鲁宾曾表示，在“元宇宙”发展十年后，Facebook围绕“元宇宙”的硬件销量就可达到1亿台。除了售卖硬件设备，鲁宾也在邮件中提到扣除开发者支出后，每年从“元宇宙”所得的净收入将是数十亿美元，这来自虚拟

的房地产、帽子和武器等产品的销售。

此外，Facebook也可在“元宇宙”中设置广告展位，这也是其最熟悉的商业模式。

“元宇宙”除了能让Facebook赚钱，其也想建立一个能够让用户产生真实交易的元宇宙。Facebook Connect2021大会上举了个例子，如果你是一名香薰品牌的博主，那完全可以打造自己的虚拟香薰空间，邀请粉丝前来参加虚拟派对，以此达成出售实体香薰或虚拟物品的目标。

从Facebook的大会来看，虚拟形象、虚拟社交、虚拟娱乐等多个方面，都能成为Facebook赚钱的路径。

就在Facebook改名后，微软也公布了“元宇宙”计划。作为一家在商业办公领域拥有出色产品的公

司，微软的元宇宙也与商务办公场景息息相关。

微软在Ignite大会上演示了一个会议画面，在“元宇宙”中，拥有虚拟形象的人员与现实中开会的表情与肢体动作几乎一致，相当于将现实中的开会场景搬到了虚拟世界。

“结合了Microsoft Mesh的混合现实功能，允许不同位置的人们通过生产力工具Teams加入协作，召开会议、发送信息、处理共享文档等，共享全息体验。”微软如此介绍自己建立的元宇宙。

除了Facebook和微软大谈元宇宙，其他海外巨头也纷纷布局了“元宇宙”。Google通过Stadia布局云游戏，同时通过Youtube VR布局软件和服务；苹果预计在2022年发布VR设备新

品，售价可能会超过3000美元；甚至全球知名球鞋厂商耐克也将产品带到了“元宇宙”中，希望在“元宇宙”中销售带有swoosh标志的运动鞋、服装等商品。

海外巨头在规划及建立元宇宙时，纷纷将自身在现实世界中擅长的部分复刻到“元宇宙”中。这或许不仅是因为熟悉该领域，更关键在现实世界中已经跑通的商业模式可以在“元宇宙”中复用。

“近年来，头部公司对‘元宇宙’的相继布局，实际上标志着‘元宇宙’已成为全球科技巨头对互联网发展趋势的新共识。那么，谁率先成为‘元宇宙’的超级巨头，谁就能在下一代互联网中拥有强有力的话语权与产业链的优势地位。”一家投资机构的研究员如是说。

●国内科技大厂积极布局

海外巨头们纷纷拥抱“元宇宙”时，国内大厂们也在积极布局“元宇宙”。

去年底，马化腾在年度特刊《三观》中写下了对“全真互联网”的理解：“移动互联网十年发展，即将迎来下一波升级，我们称之为‘全真互联网’。”从表述含义来看，全真互联网与元宇宙几乎相同，只是换了个词概括。而在真实世界拿到了游戏、社交等沉浸式领域船票的腾讯，也是国内最可能抢先获得元宇宙门票的公司。

为了打赢这场战役，腾讯首先在投资方面有所动作。2012年，腾讯就成为了Epic Games的大股东，持股40%，后者是一家以3D内容及AR/VR

内容开发为主的公司，也是元宇宙领域的代表性公司。去年2月，腾讯也参与了被称为“元宇宙第一股”Roblox的G轮融资，并获得了中国代理商的独家名额。

除了投资这两家“元宇宙”代表性公司，腾讯几乎投遍了与元宇宙涉及的公司。如投资了VR游戏公司威魔纪元、数字动漫制作公司魂起网络、VR电影公司Original Force等。

腾讯一方面投资与“元宇宙”相关的公司，另一方面自身也在不断探索“元宇宙”。去年，腾讯云推出了智慧城市底层平台CityBase，主要方向是建设新型智慧城市。这被看作是腾讯进入全真互联网时代的标志性动作。此

外，腾讯旗下天美工作室正在开发一款对标电影《头号玩家》中虚拟世界“绿洲”的游戏。

从当前公开信息来看，腾讯在游戏、社交、消费等场景均有涉猎，这些也正是当前“元宇宙”最佳的适配场景。

相比腾讯全方位进击“元宇宙”，国内其他大厂也在通过各种方式入局“元宇宙”。

今年4月，字节跳动投资了手机游戏研发商代码乾坤，该公司主要产品为社交UGC平台《重启世界》。时隔四个月后，字节跳动又收购了“元宇宙”概念公司“PICO”，这也标志着字节跳动正式入局VR赛道。

值得注意的是，国内游戏新势力米哈游也在全力进军“元宇宙”。“米哈

游希望能在未来几十年后，打造出《头号玩家》所描绘的虚拟世界。”米哈游总裁蔡浩宇曾提道。

面对“元宇宙”散发的无限可能，国内各大公司自然也不会放弃这一机会。阿里此前投资了AR独角兽Magic Leap，当前还专门成立了研发VR设备硬件公司。百度则拥有百度AR实验室、VR实验室VR交互平台等，此前还投资了美国全息技术公司8i。

与海外公司高调宣布入场“元宇宙”相比，目前除了腾讯在“元宇宙”方面布局较广，国内其他公司似乎都在以自身原有业务为基础，进而通过投资、入股“元宇宙”相关公司的方式获得门票。