

新闻 | 新加坡

元宇宙虚实中隐藏千亿商机?

订户

来自 / 联合早报
文 / 周岳翔
发布 / 2022年1月30日 5:00 AM



面簿去年10月更名为Meta Platforms，让元宇宙成为市场焦点。(路透社)

字体大小: [小](#) [中](#) [大](#)

横空出世的元宇宙去年迅速爆红，科技与互联网企业大头都一直挂在嘴边，至今依旧是市场最火热话题。

然而元宇宙到底是什么？是小说概念还是崭新科技？它会在什么地方出现？

本期《悉看大势》揭开元宇宙的神秘面纱，探析它背后潜藏的无限可能。

2021年被公认为元宇宙（metaverse）的元年，如今它更是市场最火赛道。

美国社交媒体巨头面簿去年10月抢占先机更名为Meta Platforms，引爆企业及投资者对元宇宙的热议。面簿创办人扎克伯格（Mark Zuckerberg）的目标是在未来10年，让元宇宙覆盖全球10亿人，实现千亿美元经济规模，提供数百万个就业机会。

然而，洞悉元宇宙的无限可能，岂止扎克伯格一人。

今年1月18日，微软宣布以687亿美元（927亿新元）收购游戏公司动视暴雪公司（Activision Blizzard），以进军手机游戏和元宇宙市场。这相当于微软过去五项最大交易的总和。

更早之前，微软首席执行官纳德拉（Satya Nadella）已向外界表达他对元宇宙的关注，他在去年11月微软年度大会Ignite上说道：“元宇宙不仅改变了我们看待世界的方式，还改变了我们所有人积极参与其中的方式，从工厂厂房到会议室。”

具有17年历史的美国游戏开发商Roblox去年3月在纽约交易所上市，招股计划书中提及元宇宙，因此被称为“元宇宙第一股”。该公司推出的游戏创作平台被视为最接近元宇宙的平台，它让每个玩家创建自己的数码身份进行社交，在平台上所获得的虚拟货币Robux，甚至可以与真实货币交换。

说到底，什么是元宇宙？为什么会突然爆红？

实际上，元宇宙并没有一个标准定义。追根究底，美国作家斯蒂芬森（Neal Stephenson）1992年出版的科幻小说《雪崩》里首次提及元宇宙，描绘人们在虚拟世界里可以拥有自己的虚拟化身，整个体验是沉浸式的。

虚拟世界活动中 获前所未有“真实”体验

在扎克伯格看来，元宇宙不只是游戏，而是移动互联网的下一阶段形态，让人们在虚拟世界的活动中获得前所未有的“真实”体验。

微软对元宇宙的观点，是构建一个与现实世界持久、稳定连接的数码世界，让物理世界中的人、物、场等要素与数码世界共享经验。

不过，新加坡国立大学客座教授、新加坡李白金融学院院长白士洋接受《联合早报》访问时直言：“我觉得今天没有人能准确判断元宇宙最终的形态，就像之前我们都不知道也难准确预测互联网的发展。”

在他看来，元宇宙爆红除了资本短期炒作之外，一方面是疫情加速社会虚拟化，“居家经济”快速发展，另一方面是一系列科技的提升与融合创造了可能，带来新的商业模式及商机。

新加坡科技工商协会秘书长张苑青认为，疫情持续蔓延及电子游戏风靡带动元宇宙的崛起，非同质化代币（NFT）的兴起更释放了商业机会，它确保元宇宙内有一个可运作的商业模式。

简单来说，NFT是使用区块链技术验证的独特资产所有权的代币。它不可伪造，不能相互替换，可以用来代表独一无二的东西，如数码艺术收藏品、数码音乐、虚拟房地产、游戏资产、代币化奢侈品。

对于已掌握先进科技的公司而言，元宇宙蹿红无疑带来更多发展机会。

中国顶尖人工智能公司商汤科技（SenseTime）东南亚区域总经理黄华瑜坦言：“我们之前其实并不知道元宇宙这概念，但已开始在做相关技术的平台，这些都已运用，成为现在互联网框架，未来成为元宇宙的基础设施。”

除了虚拟现实（VR）技术平台之外，他说，公司也开拓数码化方式，以3D影像重建现实场景，合作对象包括博物馆、大型数据中心及工业公司。

科技公司VIZZIO是目前本地极少数涉及元宇宙技术发展的业者。它以英伟达（NVIDIA）创建虚拟世界的软件Omniverse为标杆，致力降低3D重建的技术门槛，让企业和消费者迅速分享各自内容。

该公司创办人李新福说，元宇宙整合了所有技术，为公司接下来发展铺平道路。他说，现在的电脑和处理器完全可以做出一比一的“城市克隆”，即便足不出户，也能四处环游。“我们希望能成为整个大行业里的搬运工，让你很容易生产3D内容。”

在李新福看来，要体验元宇宙无须依赖犹如“鸡肋”的增强现实（AR）与虚拟现实（VR）头盔，靠网络浏览器就能够实现。

元宇宙萌芽中 初长成需多年

当面簿和微软等科技巨头都在争相开发元宇宙时，这股热潮已顺势延烧至各个领域，庞大的市场规模更是不容小觑。不过市场人士强调，元宇宙目前还处于萌芽阶段，距离真正落地可能还要多年时间。

彭博行业研究（Bloomberg Intelligence）估计，元宇宙市场规模到2024年可能增加至8000亿美元（1.07万亿新元）。

如今，从零售消费到汽车交通等各领域企业也都趋之若鹜，抓紧在元宇宙市场布局。

例如，美国零售巨头沃尔玛（Walmart）去年12月底申请注册新商标，打算制造和销售虚拟商品，包括电子产品、家居装饰品、玩具、体育用品，以及个人护理产品。

耐吉（Nike）也注册新商标准备将旗下的人气鞋款数码化，并与Roblox合作推出3D虚拟游戏空间Nikeland。

在今年美国国际消费电子展（CES）上，许多参展企业都在蹭元宇宙的热潮。韩国现代汽车在会上提出新理念“Metamobility”，认为在机器人、人工智能和自动驾驶技术进一步发展后，未来各种交通方式之间的界线将模糊化，汽车、空中交通等各种通勤工具，都将成为接入元宇宙世界的智能设备。

然而，元宇宙什么时候能够到来？难道真如外界戏言“万物皆可元宇宙”？

摩根士丹利（Morgan Stanley）策略师士丹利（Edward Stanley）指出，各大企业正积极打造属于自己的元宇宙，然而当所有元宇宙之间可以相互操作，一个真正的元宇宙才会诞生。“这将需要多年时间达至跨企业合作，让用户能够无缝经历数百万种体验，并随身携带他们的数码化身和财产。”

新加坡区块链协会联合会会长谢福来受访时表示，他相信元宇宙终究会到来。不过，尽管科技迅速发展，用户估计还要三至五年时间才能获得身历其境的元宇宙体验。以硬件来看，虚拟现实（VR）头盔目前还很笨重且要价昂贵。

除了技术障碍，他认为元宇宙发展也将面对监管及网络安全挑战，许多使用案例还未受到现有法规约束，特别是网络3.0用户如何托管自己宝贵的数码资产，包括加密货币和NFT。

全球逾四成人口 准备迎接元宇宙

不过富瑞金融集团（Jefferies）分析师团队认为，全球超过四成人口已准备好迎接元宇宙，当中Z世代将是推动元宇宙的主力军。

他们指出，世界上目前仅有少数实物连接上网，元宇宙将加速推动万物数码化。许多现实世界中的实物都能以数码孪生（digital twin）在元宇宙出现，包括建筑、家具、电器和汽车。“我们可以设想一个世界几乎所有资产都已数码化。一旦数码化及记录在区块链上，这些资产所有权的转让变得更快、更透明。”

竞技场百家争鸣 谁能出线仍未可知

在元宇宙这场竞赛之中，当前正处于百家争鸣状态，谁会成功出线仍是未知数。

不过市场人士看好增强现实（AR）与虚拟现实（VR）领域蓬勃发展，社交媒体和游戏将是元宇宙最快落实的应用场景。

国际会计师事务所普华永道（PwC）预期，VR和AR领域对全球经济贡献到2025年可达4760亿美元，比2019年增逾九倍，到2030年则可增至1.5万亿美元，并将创造2336万份就业机会。

全球互联网用户中 九成使用社交媒体

星展集团首席投资官侯伟福旗下分析师团队在报告中指出，全球互联网用户之中，九成使用社交媒体。以面簿为例，该公司每月用户达35亿人，若公司成功向所有用户推销价格实惠的AR头盔及引进虚拟世界，意味着全球近半数人口跨入元宇宙。

富瑞金融集团分析师团队认为，Roblox和Epic Games等游戏公司所创造的多人游戏已成为丰富的社交网络。另外，分布式大陆（Decentraland）和沙盒（Sandbox）更以区块链技术为基础创造游戏平台，让玩家可以在平台上创造或获得资产，并可以转移至其他虚拟世界或现实世界。

作为一名投资者，要如何元宇宙部署？

FSMOne.com股票和挂牌基金研究部股票分析员林裕荣指出，面簿、苹果、谷歌和迪斯尼等知名企业已涉足元宇宙领域，以追求创新和可持续发展。这些公司的收益稳定，在其他领域具有成熟业务。

选股缺乏信心可考虑 元宇宙主题挂牌基金

若投资者对选股技巧缺乏信心，则可以考虑以元宇宙为主题的挂牌基金（ETF）。例如在美国纽约交易所挂牌的Roundhill Ball Metaverse ETF和Fount Metaverse ETF，它们的总资产管理规模（AUM）达7亿3130万美元和870万美元，每年开支比率（expense ratio）为0.75%和0.7%。

以Roundhill Ball Metaverse ETF为例，该基金追踪Ball Metaverse指数走势，该指数五大成份股包括面簿、微软、英伟达（NVIDIA）、Roblox及视频软件开发商Unity Software。