

冷静的一级市场

都在等腾讯

虽然二级市场一度出现过盲目炒作的现象，但在云岫资本的观察里，一级市场对元宇宙的态度，仍然以谨慎乐观为主。

“有些项目会带上元宇宙的概念去融资，但一级市场，尤其是具有核心判断力的机构，对这个方向也只是开始重点关注。”云岫资本董事总经理符志龙介绍，由于元宇宙和2016-2017年一度火热的VR有部分重叠，机构整体上对元宇宙赛道的态度并没有特别激进。

“大部分考察元宇宙机会的投资人，还是会选择偏早期的项目，以及比较好的团队。”云岫资本观察到，这些投资多以布局为目的。

相比之下，偏成长期和中后期的项目并不吃香，除非海外已经有了比较好的项目能够对标。

据创业邦不完全统计，自Facebook宣布改名Meta以来，全球范围内已至少发生超过300起科技创业公司融资事件。其中和元宇宙强相关的VR/AR项目数量仅有23起，占整体比例不足10%。和动辄融资数亿美元的企业服务赛道相比，该行业也鲜见过亿美元的项目。

李萌所在的星瀚资本便是出手谨慎的机构之一。早在2016年时，身为合伙人助理的他就已经开始关注元宇宙相关方向的技术。星瀚资本自身也在智能引擎等元宇宙相关的技术领域有所布局。然而在当下，李萌却对各种打着元宇宙概念的创业项目心怀警惕：“话题热起来，各种人都会来搭便车。”

在符志龙看来，“元宇宙有点像5年之前的物联网，也是一个大的概念和范畴，但怎么落地，最终形态是怎样的，并没有一个定论。”

他认为，在思考比较清晰的方向上，尚需要3-5年才有可能出现有效的商业模式。而像AR眼镜、虚拟人社交等概念，由于生态和载体都不完善，成熟时间可能需要5年以上。

这也是李萌对当下元宇宙概念心怀警惕的原因。元宇宙构想自身是多领域共同参与的进程，能否成为现实，并不是依靠单点技术或产品爆发的简单事情。

“元宇宙的实现来自共识，如果大家的共识足够多，应用场景就可以迅速搭建出来。”李萌表示。

“如果元宇宙有产业方重度投入资源的话，可能时间表会不一样。”符志龙举例，“VR因为Facebook和Oculus的重度投入，近两年发展速度就很快。”

目前，除了Facebook外，跟进元宇宙概念的，不乏高通、英伟达、字节跳动等来自产业上下游的大厂。而在当下，业界更加关注腾讯何时入局。

“腾讯的业务包包括游戏、视频、工作协同和社交，在生态层面上是最完善的。”

在符志龙看来，腾讯正式宣布入局元宇宙，或许就意味着真正进入了元宇宙的春天。

事实上，腾讯也看到了自身在元宇宙中的潜力。在上周第三季度业绩电话会议上，腾讯总裁刘炽平便肯定元宇宙概念能为游戏和社交网络提供新的增长机会，也会给商务市场带来增长机遇。

不过这番肯定的前提，是“元宇宙是一个令人激动，却也相对模糊的概念。”刘炽平表示，腾讯具备相关的技术和支持，有很多路径抓住元宇宙方面的机遇。但具体如何去做，官方目前还没有给出明确答案。



03

元宇宙跑在哪条车道上？

虽然大部分介绍元宇宙的文献，都把源头指向了1992年出版的科幻小说《雪崩》中的虚拟世界。但认为不能把元宇宙和虚拟现实简单画等号的从业者和投资人大多有人在。

典型如罗永浩在微博上转发的前社交网络Bebo创始人及CEO Shaan

Puri的言论。Puri认为，元宇宙并不仅仅是大部分人所理解的虚拟现实。在他看来，元宇宙不是空间概念，而是时间概念，是数字生活价值超出现实生活价值的时刻。

这一观点脱胎自信息技术的进化。Puri表示，人类曾经将超过99%的注意力放在现实世界里。电视、电脑和手机出现后，人类逐渐将注意力从实体世界转向了数字世界，价值也随之从实体世界生活中转移。

“我们关注屏幕的时间比例增加到90%后，便是元宇宙的开始。”。

“在我们的理解中，元宇宙是数字化的延伸。”在符志龙看来，元宇宙概念提出背后的本质是“AI、云计算、大数据和5G网络带来计算效率和传输速率提升后，现实世界在大规模数据化之后，得以更深层地数据化。”而元宇宙，便是驱动这一进程背后的整体技术手段。

如此看来，周鸿祎所不看好的“元宇宙”，更多局限在了Facebook所展示出的VR上，而这并非元宇宙的全貌。

Avi Bar-Zeev是另一位不认同元宇宙等同于虚拟现实的业内人士。他在虚拟现实领域耕耘了三十多年，曾经创办过谷歌地图的前身Keyhole，并发明微软增强现实设备HoloLens。除此之外，在2016年至2019年间，Bar-Zeev还出任过苹果公司高管，负责AR相关项目。

在他的观点中，元宇宙落地的很多场景里不存在视觉维度。“当我们对智能音箱发出指令，要求开关房间中的照明时，我们就已经接入了元宇宙。”

沿着元宇宙是数字化延伸进入实体世界的脉络继续思考，这一观点便很容易理解：

在智能音箱控制照明场景里，包含了传感器和通信装置组成的物理节点、带有图网络（graph network）的智能化云端系统和连接屋内其他智能设备的网络。上述技术和设备将物理世界的信息转化成数字，形成了虚拟的数字房间，并将它与物理世界中的房间连接。

在这套系统中，我们的要求被智能音箱转化成数字信息，作用在数字房间中。现实中灯光的明暗，其实是数字房间接入物理世界后的投影——整个过程中，并不需要

能提供沉浸式体验的虚拟现实设备。

“我们不能简单把元宇宙当成是一个虚拟世界，而是虚拟与现实世界的联动和交互，最终目的是提升我们各方面的效率，以及增强生活、社交体验。”符志龙表示。

实际上，在进入21世纪之前，虚拟现实也用来形容被互联网数字化改造后的世界，只不过当时人们熟知的概念是“赛博空间”。和元宇宙一样，赛博空间也诞生于科幻小说，指代存储在计算机和网络中的虚拟世界。

今天，赛博空间概念中描述的网络游戏、电商、网络社交等场景已经融入进我们的生活。而Bar-Zeev也更乐于用“未来互联网”描述种种元宇宙框架下的设想。

“元宇宙里没有新东西。”他表示，或许十年之后，它就会成为未来的互联网，在我们身边无处不在。