



# 元宇宙發展正回歸理性

■文：編輯部整理

2021 年底開始爆發的“元宇宙”，在近兩年間都是最為炙手可熱的科技詞彙之一。隨著大量資金和參與者的湧入，越來越多虛擬世界與傳統世界對接的項目的落地，人們對元宇宙的期待也不斷上升。

諮詢公司麥肯錫在報告中預測，2022 年第三季度結束時，科技公司向元宇宙投資額度已經超過了 1700 億美元，到 2030 年，元宇宙有望創造 5 萬億美元規模的新市場；目前泛元宇宙概念應用的總活躍用戶數已達到 4 億人，以遊戲應用居多，其中年齡低於 20 歲的年輕人占比接近 4 成。Meta 委託 Analysis Group 編撰的元宇宙白皮書指出，元宇宙潛在市場規模或超過 80 萬億美元。

回顧這幾年元宇宙發展時間

線中的一些事件，能夠讓我們更加理性的看待其發展：

## 一年多高歌猛進

2021 年 3 月，遊戲公司 Roblox 元宇宙在紐約證券交易所上市；當月，nVIDIA CEO 黃仁勳在 GTC 主題演講中使用數位替身，直到 4 個月後才告知公眾。

2021 年 10 月，社交媒體巨頭 Facebook 公司正式更名為“Meta”，宣佈開闢元宇宙項目，點燃元宇宙概念。

2021 年 12 月，百度推出首個元宇宙產品“希壤”（源自山海經）。

2022 年 1 月，nVIDIA 推出創建元宇宙虛擬世界的軟體

Omniverse；韓國現代汽車宣佈與 3D 內容平臺 Unity 合作構建元宇宙數位虛擬工廠；微軟以 687 億美元收購遊戲公司動視暴雪，並與高通展開合作，擴展 AR 在消費級和企業級市場應用。

2022 年 3 月，元宇宙展演資訊不斷：Decentraland 舉辦了首屆元宇宙時裝周，60 多家時尚品牌參與；運動品牌斯凱奇在 Decentraland 元宇宙中開設了第一家虛擬體驗店；同期，摩根大通宣佈在 Decentraland 開設虛擬大堂 Onyx Lounge，媒體平臺 Vice 在 Decentraland 虛擬世界中建立虛擬總部——Viceverse；滙豐銀行與 the Sandbox 達成合作，為 The Sandbox 元宇宙使用者提供全球金融服務。英國跑車 McLaren

宣佈與元宇宙平臺 IntiniteWorld 合作，創建和銷售跑車數位藏品。

2022 年 3 月，Meta、微軟小冰、nVIDIA 共同宣佈，在日本成立元宇宙聯合體。高通在中國宣佈設立總金額高達 1 億美元的驕龍元宇宙基金 (Snapdragon Metaverse Fund)。

2022 年 4 月，Adobe 發佈《元宇宙行動指南》，為全球的創作者提供元宇宙的設計創作工具指引；索尼與樂高向 Epic Games 注資 20 億美元，開拓元宇宙遊戲市場；穀歌與 NBA 合作元宇宙項目 Google Pixel Arena；HTC、GQ、余文樂聯手打造元宇宙項目 feat. ZombieClub；Dior 發佈了其首個元宇宙展覽“ON THE ROAD”。

2022 年 5 月韓國“元宇宙首爾市政廳”向公眾開放。

2022 年 6 月，全球首個元宇宙國際標準聯盟宣佈成立，微軟、Meta、Adobe、nVIDIA、華為、阿裡巴巴達摩院、Unity、等全球 36 家科技公司，蘋果缺席；同期，西門子與英偉達在工業元宇宙領域展開合作。

2022 年 7 月，阿聯酋推出全球首家元宇宙醫院。

2022 年 8 月，Meta 旗下元宇宙虛擬世界社交應用 Horizon Worlds 在法國和西班牙正式推出；MTV 音樂錄影帶獎推出一個全新的子類別“最佳元宇宙表演獎”。

2022 年 9 月，Google 和 NASA 合作推出了全新學習工具，用 AR 體驗宇宙空間；英偉達推出 Omniverse 雲服務，用於構建和操

作工業元宇宙應用程式；瑞士數字資產銀行 Sygnum 在 Decentraland 中建立機構；沃爾瑪在其應用程式中推出了 AR 試穿功能。

2022 年 10 月，三星推出“House of Sam”元宇宙體驗；微軟宣佈成立新團隊“工業元宇宙核心”(Industrial Metaverse Core)；

2022 年 11 月，日本數字廳宣佈成立 Web3.0 研究會 DAO；索尼公司公佈最新的元宇宙可穿戴運動追蹤系統 Mocopi；Snap 和 Amazon Fashion 合作打造 AR 購物體驗；聯想推出全新元宇宙網際展示空間“想世界”，耐克啓動 Web3 平臺 Dot Swoosh；百事可樂推出限定 AR 體驗罐。

## 2022 年底進入調整期

從上述的事件回顧看出，從 2022 年下半年開始，隨著經濟狀況的不明確，科技公司的裁員動作不斷，元宇宙的發展從 2022 年第四季開始放緩。

作為元宇宙領軍企業之一的 Meta，其元宇宙部門已經連續兩年虧損百億美元以上，2022 年共計虧損 137 億多美元，靠著在其他方面如生成式 AI、遊戲等收入，Meta 的總體運營情況保持了穩定。

資本市場仍然希望元宇宙的故事能夠繼續講下去，並給予 Meta 了更多耐心。2023 年 2 月 1 日 Meta 收盤價漲 2.79%，盤後股價一度漲逾 19%，市值增長將近 800 億美元。預計 2023 年，Meta 元宇宙項目上的投資仍將佔據總支

出成本的 20% 以上。

2023 年 2 月份，位元組跳對旗下 (2021 年 8 月收購 VR 創業公司 Pico 佈局消費級市場。) VR 產品 PICO 進行了人員“優化”，一個重要原因的是 VR 頭顯 Pico 系列的銷售未達到 2022 年全年預定目標 100 萬台。

Microsoft 進入元宇宙領域的腳步不遜於其他科技公司，早在 2021 年 4 月，美陸軍花費 219 億美元向微軟公司訂購 MR 頭顯——HoloLens 用來驗證未來戰鬥的概念。但是由於設備未能滿足要求，此後 6000 多個 HoloLens 的訂單被否決。

也是在 2023 年 2 月，Microsoft 也“優化”了剛剛成立 4 個月的工業元宇宙團隊，包括項目的負責人。

就像事先約好的一樣，騰訊 (Tencent) 公司在 2023 年 2 月份，宣佈暫停了 XR 項目，300 多名員工可以選擇離開或者調整到其他部門，作為中國首屈一指的遊戲運營商，騰訊曾經期待 XR 專案為其在元宇宙市場取得先機，但是一直沒有開發出符合預期的產品。

頭部公司的調整，使得在 2023 年第一個季度中，元宇宙的前景變得微妙起來。

時隔 4 個月後，2023 年 7 月，微軟宣佈了全新的計畫 Microsoft AI Cloud Partner Program，把工業元宇宙納入這一專案。希望工業元宇宙透過 AI 的加持，能夠更加貼近用戶需求。而 HoloLens 3 的研發也將繼續。

圖：工業元宇宙示意



微軟工業雲部門商業副總裁寇里·桑德斯 (Corey Sanders) 《工業元宇宙：資料驅動的工業未來》一文中表示：工業元宇宙是創新的變革催化劑，而微軟將沉浸式體驗帶到各行各業的能力有望令全球數百萬人受益。同時，為滿足客戶的需求，說明他們充分實現基於工業元宇宙的價值，微軟正不斷投資於相關的技術、平臺和解決方案。

除了在遊戲市場具有熱度，元宇宙在其他應用中並未如公眾的期望的那樣，出現大規模爆發的盛況，加上生成式 AI 的出現吸引了大量投資，因此在 2023 年的上半年，元宇宙的質疑之聲不斷，

Pico 公司的一位業者表示：元宇宙行業本身沒有問題，更多是大家在熱點退潮後情緒上產生的波動。HTC 副總裁黃昭穎多次表示，元宇宙處於早期發展階段，需要大量的積累，並非“賺快錢”的賽道。

IBM iX 全球首席設計官比利·西布魯克 (Billy Seabrook) 說：元宇



照片人物：IBM iX 全球首席設計官比利·西布魯克 (Billy Seabrook)

宙的炒作讓許多公司都渴望迅速啟動元宇宙項目，但它們卻並未清晰認識到元宇宙究竟是何物，以及如何為客戶、員工或整個企業釋放基於元宇宙這一新形式的價值，這也導致許多公司“舔了舔餅乾又放回去”。我們認為，最明智的、通向沉浸式體驗的最佳之路是制定一項戰略，優先為大眾提供可擴展的 3D 體驗，利用設計和開發加速器，優先考慮進入市場的速度而不是從定

制化開始，並重新思考你的設計系統和內部工作流程以適應 3D 體驗。

近年來，線上診斷和治療迅速發展，人們對虛擬實境技術在更多場景中的應用越來越感興趣，如為患者及其家屬提供更好的醫療服務或保健。IBM 位於中國大連的設計團隊為東京的順天堂大學創建了一個虛擬醫院體驗，讓患者和他們的家人在實際就診前以虛擬角色的身份參觀醫院。

## 小結：

IBM iX 全球首席設計官比利·西布魯克認為：我們正生活在一個“雙元宇宙”的世界中，一個是完全線上的數位化世界，另一個則是虛實結合的世界，因此，對於元宇宙的演進路徑，充滿想像空間。

縱觀近幾年整個元宇宙行業的發展情況，與現實製造業的結合，讓工業元宇宙不斷向各個領域滲透，從而推動工業領域進行快速地數位化轉型。CTA