

前景不够清晰,元宇宙能否托起梦想

■中国城市报记者 张亚欣

美国在线游戏创作平台 Roblox 的成功上市让元宇宙概念瞬间爆火,随后全球科技巨头、各路资本争相布局,试图占领下一代互联网的制高点。然而,海外巨头脸书(Facebook)母公司 Meta 二季度业绩不及预期,股价一路暴跌;腾讯也宣布停止旗下数字藏品发行。

先爆火,再遇冷的元宇宙如今还承载着多少人的梦想?“互联网+”时代,在5G、AR等技术的加持下,元宇宙或将产生哪些表现形式?放眼未来,元宇宙究竟是风口还是哑火?

道哥IP主理人自述:科技艺术叠加 释放全新动能

简单来说,元宇宙是整合多种新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态,它基于扩展现实技术提供沉浸式体验、基于数字孪生技术生成现实世界的镜像、基于区块链技术搭建经济体系,将虚拟世界与现实世界在经济系统、社交系统、身份系统上密切融合,并且允许每个用户进行内容生产和世界编辑。

今年24岁的橙皓是道哥IP的主理人,借着元宇宙的东风,橙皓和他的朋友们开始创业。

“虽然我是计算机专业出身,但自幼喜欢艺术,因此我希望能够用自己熟悉的方式,让科技与艺术叠加释放出全新动能。这是我进入元宇宙赛道的初衷。”橙皓告诉中国城市报记者,早在2019年他所在的团队研究网络安全的课题时,就已注意到区块链的加密技术和随之涌现出的一批通过区块链加

密技术上传自己作品的艺术家。如此一来,原本一串串冷冰冰的代码就被赋予了鲜活的艺术生命,这样的“点金之术”也成为橙皓的创业灵感。

基于AR、VR、云计算、AI、5G等技术的不断革新以及元宇宙概念的火爆,橙皓和他的团队推出了道哥这一IP。据介绍,道哥IP整个形象的设计源于中华田园犬,英文中dog一词与道哥谐音,同时,“DAO”是元宇宙概念中一种社群的表现形式,再加上自嘲为“哥”的用意,道哥的名字由此而来。

“我想通过道哥的IP形象给大家传输一种理念,即中国的元宇宙建设IP可以用我们自己的传统形象作支撑,中国传统动物形象更能代表中国的IP形象。”橙皓坦言,道哥IP目标是打造中国的“无聊猿”。

据悉,目前,道哥IP通过与42RARE平台合作,截至目前共发行5000份数字藏品。发行初期,道哥IP还联合平台发起了“善道”的公益活动,即以数字IP的形式不断深入传播保护流浪动物善举,给流浪猫狗保护协会总计捐款10万元人民币。据悉,未来道哥IP还将召集更多社会名人、明星、企业家等人士,以公益拍卖的形式筹集善款,所得款项将全部用于流浪动物的保护,持续不断地为流浪动物保护贡献力量。

当老牌IP遇上新IP

由于元宇宙具备永久在线、虚实融合的3D空间,人与人或人与物互联和虚拟货币体系的特性,社交和游戏成为业界公认的最符合上述特性的两大赛道。然而,仍有不少

其他行业也想分得元宇宙这杯“羹”。

实际上,早有企业打起了元宇宙IP的主意。迪士尼首席执行官鲍勃·查佩克早在去年全年财报电话会议上,就向股东提出了元宇宙的想法。他指出,迪士尼早期通过采用技术来增强娱乐体验,如Steamboat Willie(即最早使用同步声音制作的卡通之一),在历史上曾使用电子动画以及皮克斯在其动画中也广泛地运用到了技术。鲍勃·查佩克称:“我们将能够更紧密地连接物理世界和数字世界,允许在我们自己的迪士尼元宇宙中无界限地讲故事。我们致力于为消费者创造无与伦比的机会,让他们无论身在何处,都能体验迪士尼在产品 and 平台上提供的一切。”

值得注意的是,迪士尼的元宇宙计划不仅仅停留在口号上,而是利用其强大的IP影响力,正将元宇宙的概念与公司业务相融合。今年1月,迪士尼的一项关于元宇宙的专利申请获得批准,该专利旨在为游客创造个性化互动场景,促进非头戴式增强现实的使用。迪士尼在专利申请文件中提到,AR技术能够打造沉浸式体验,让游客与虚拟世界互动。通过这项技术,迪士尼可以通过3D投影与游客互动,而不用打造机械动画角色或雇佣演员来表演。

因此,在不少业内人士看来,论IP影响力,类似迪士尼系列卡通人物、漫威系列电影的英雄形象有落地的主题公园或电影作支撑,已经具备扎实的市场基础,加上科技支持,必将走在其他IP之前。

然而,在橙皓看来,上述有实体支撑的IP已经太“老”

了,甚至部分00后压根不知道兔八哥是什么。如今传统的IP已经慢慢出现“疲态”,国外“无聊猿”的先例已证明通过区块链加密技术和元宇宙概念打造出来IP早已不是难事,不需要实体支持,是时候需要拿出全新热血的IP,打造出具有中国特色文化的IP形象。“道哥IP将采取虚实结合的方式培育市场,比如在线上让道哥藏家‘玩’起来,线下邀请道哥持有者举办聚会,做一些道哥IP的周边送给热爱道哥IP的人。此外,基于公司的科技属性,也会推出道哥形象的NFC卡片,发放给藏家,这是进入元宇宙的‘钥匙’,通过扫描NFC卡片直接进入DAO宇宙,未来我们也会通过传统行业,比如为道哥量身打造剧本、动画短片等让更多人了解道哥。”橙皓说。

元宇宙发展正回归理性

元宇宙概念的爆火,引发科技巨擘、各路资本纷纷下场备战。2021年8月,字节跳动以90亿元收购VR头戴显示器制造商Pico;2021年11月,英伟达发布Omniverse平台多项新特性,旨在帮助软件开发者更容易地开发元宇宙;2022年初,微软以687亿美元收购游戏开发商动视暴雪,称该交易将“为元宇宙提供基础”……

正当诸多行业一股脑向元宇宙靠拢时,元宇宙的发展却似乎并非“一飞冲天”。

“Facebook”更名为“Meta”后,Meta的元宇宙故事并没有获得二级市场的追捧。截至目前,Meta今年以来累计下跌超过55%,总市值也从最高近700亿美元的市值大幅下滑至不足400亿美元的市

值水平。其二季度财报显示,Meta的VR部门Reality Labs该季度营收4.52亿美元,高于2021年第一季度的3.05亿美元;营业成本为33亿美元,同比上升22.2%;亏损28亿美元,高于2021年第一季度的24亿美元。同时,今年8月,中国最大的数字藏品平台之一腾讯幻核发布公告,宣布停止数字藏品发行。

在业内看来,今年疫情影响下市场投资活跃度整体下降,以及上一轮融资热行业进入产品、模式验证阶段,由此导致元宇宙的发展逐渐回归理性。

那么,元宇宙究竟是风口还是哑火?

在中国工程院院士、中国互联网协会咨询委员会主任邬贺铨看来,元宇宙是个小众市场,前景还不够清晰,无法代表下一代互联网。“元宇宙的技术实际上是现代信息技术的集成,要等这些技术能够满足元宇宙的需要,几年之内还不太可能。而且,元宇宙需要更高的带宽,但涉及虚拟现实、增强现实、混合现实、全息影像、感官互联等,这些高阶的应用光有5G是不行的。”邬贺铨直言,元宇宙主要面向消费应用,涉及文旅、高铁、游戏、数字创意、虚拟办公空间等,其商业模式相对于现在的社交媒体VR、AR没有什么根本的变化。因此,元宇宙还是个小众市场。

元宇宙发起人、悉见创始人怀洋在接受中国城市报记者采访时分析:“不少互联网大厂基于自己的资源和科技基因有所布局,但坦率来讲,元宇宙虽堪称时代机遇,但要想真正实现元宇宙,让人无缝访问数字世界,仍旧需要相当长一段时间,而最近10年要做的,是实现互联网的虚实共生。”

“元宇宙是未来10年行业的风口,但受设备、技术等限制,发展较为缓慢,一旦设备成型,元宇宙将会是人人争先恐后想要尝试的对象。”橙皓以数字藏品为例说,目前受众尚未意识到版权的价值,但其实版权意识与web3.0当中的契约精神契合度很高。未来,国内元宇宙的发展仍有很长的路要走,但要让大家拥有版权意识,激发他们的契约精神。“首先,要让着一串串冷冰冰的TOKEN(即计算机身份认证中是令牌的意思)成为大家有血有肉的艺术表现形式;其次,要虚实结合发掘元宇宙当中的场景实现;最后将设备推向千家万户,实现人人普及元宇宙。”橙皓说。

未来,元宇宙会实现何种发展,仍需拭目以待。

“互联5G时代”主题展在京展出

日前,中国科技馆与中国移动通信集团有限公司联合共建的“互联5G时代”主题展在北京中国科技馆展出。

本次展览通过实物展示、虚拟演示、参与互动、模拟体验等丰富的展示方式和高新的技术手段,让公众多感官体验5G的技术内涵与应用特性,沉浸式感受每一次技术迭代给人们生活带来的巨大变化,全方位展望5G赋能千行百业的发展趋势。

中国城市报记者 全亚军摄

