

元宇宙概念应用系列报告一：

元宇宙的近未来形态与概念应用的过渡方向研究

©2022.8 iResearch Inc.

序 言

——回答“增长在哪”的一个远方

从2019年开始，消费互联网的发展瓶颈成为市场上的共同认知，作为主要参照的用户与时长的覆盖及占有，已无限趋近于当前的技术及模式能够达到并维系的天花板，考虑到当前消费互联网的商业模式以广告及佣金为主导，以及竞争格局的相对固化、产品历史包袱较重，共同导致了产业的价值增长缓滞。自2020年开始的疫情，带给产业一个新的、足够大的、从事前的角度来看足够有前景的增长触发器的同时，也使产业在经过又两年的浮沉后明晰了这类基本依靠外力约束而非内在推动的触发器难以成为可留存增长的答案。

另一方面，市场中蓬勃的技术取得的进展，如智能算力供应泛化、云计算成本下降、边缘计算进入实践阶段等，以及近年的热点技术概念，如5G/6G、数字孪生、XR、加密货币等，均需要宏观且长远的上层方向进行发展的整合与指引。

而元宇宙，给予了迫切需要跃进式的创新以寻求打破当前产业天花板的方式的消费互联网，一个足够有新鲜感、足够宏大的叙事；

也给予了相对散点式发展的技术及其供应商一个推进业务的整合立意。虽然关于元宇宙的许多理念站在当前来看可能过于理想，很多概念甚至比十年为期更加遥远，但至少，它还是让市场看到了一个能被市场中大部分参与者考虑与接受的可能性。

互联网产业中，应用与技术相辅相成，并一定程度存在“鸡与蛋”的悖论，但纵观以往，存在相对明显的应用带动技术，技术优化应用，二者持续循环的关系，我们认为这一态势在元宇宙阶段将会持续。本报告后续的内容将主要从应用侧入手，尝试思考元宇宙平台雏形的形态，及其需要具备的特征及要素，并对消费侧元宇宙概念应用在近未来可行性较强的演进方式展开分类别讨论，最后，本报告将延伸至计算平台层面，对元宇宙应用的近、远潜力，及组织形式展开简略联想。

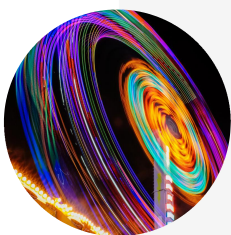


研究范围界定



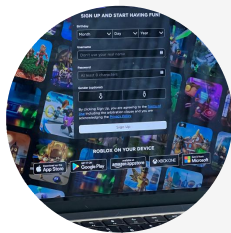
近未来

主要考虑元宇宙雏形，对上层建筑（经济系统、行为标准、文化风俗）基本不做涉及



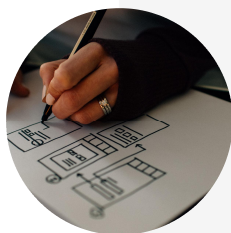
消费侧

主要考虑消费元宇宙，
对产业元宇宙基本不做涉及



应用层

主要考虑在近未来更易成长为承载元宇宙平台
雏形的应用类别，即文娱社交方向；
不侧重于底层技术概念



产品逻辑

主要考虑产品路径和用户心理，
不侧重于技术路径

目录 Contents

01、 元宇宙引起广泛关注的背景简述

- (1) 增长的问题与期望的破灭
- (2) 新的宏大叙事是多方的共同期望

02、 元宇宙的概念及其雏形的基础要素与特性

- (1) 元宇宙概念释义中的常见问题
- (2) 引入：元宇宙的概念及其雏形的基础要素与特性
 - 元宇宙雏形的基础要素：化身
 - 元宇宙雏形的基础要素：自由创造 社交
 - 元宇宙雏形的基础特性：沉浸 富集 连续

03、 元宇宙概念应用的几种近未来过渡形式

- (1) 本报告关于元宇宙概念应用过渡形式的探讨重点
- (2) 干拔型元宇宙过渡应用
- (3) 引入：基地型元宇宙过渡应用
 - 基地型元宇宙过渡应用-游戏基础型
 - 基地型元宇宙过渡应用-社交基础型

延伸1：结合计算平台总览元宇宙过渡形式的近远潜力

延伸2：从雏形到更完整的元宇宙

附录、报告编写及团队近期研究规划

增长的问题与期望的破灭

供给结构化创新是实现用户和时长可留存增长的唯一路径

我们认为，从诸多类型的、无论其自身业务是否与金融服务存在强关联与强协同的互联网或互联网产业上下游企业，显现出开展并相对高频地向用户宣推其个人消费贷款业务的共性态势开始，很大程度上可以视为移动互联网（尤其是消费互联网）的一轮周期已接近后期，此轮周期中的规模化创新接近终结的一个信号，其主要节点为2019年。

如序言所简略提及，幸运也同样不幸地，在随后的2020年初，突如其来的疫情带给了互联网一个从当时的角度来看足够提振大多数从业者信心的大型“外挂”；但到2020年底，市场参与者已经开始遗憾地发现这部分难以通过自然增长快速获得的用户、时长、消费不易形成可持续的留存。

从复盘的角度来看，整体而言，当前用户和时长已居于高位，短期的外力约束难以扭转用户

的长期生物性习惯。站在这一时间节点，这部分此前难以获得的增量背后的原因，更多是“难以习惯”而非“不愿尝试”，市场已经不再处于一个即使供给侧不拿出使用户体验跃升式提升的方案，也能吃下消费侧由外因促成的陡增的红利时期。而在众多受限于愈发沉重的历史包袱，难以相对轻松地进行大动作的模式中，解决方案的创新很难在一两年时间里，达到使互联网应用依靠外力触及的用户的场景效用明显超过其习惯的渠道或生活方式。

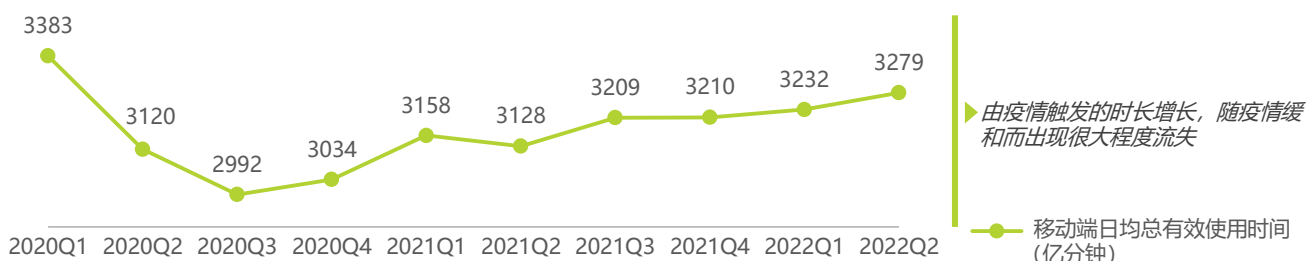
或从2021年，或从2022年开始，“疫情推动”的初始逻辑已经逐渐淡出对于互联网可留存增长的回答中，但与此同时，它以一种新的视角开始帮助产业继续寻找答案：经此一历，互联网及其产业大环境中越来越多的参与者褪去侥幸，供给的结构化、体量化、跃升式创新是可持续增长的首要途径成为越来越广泛的认识。



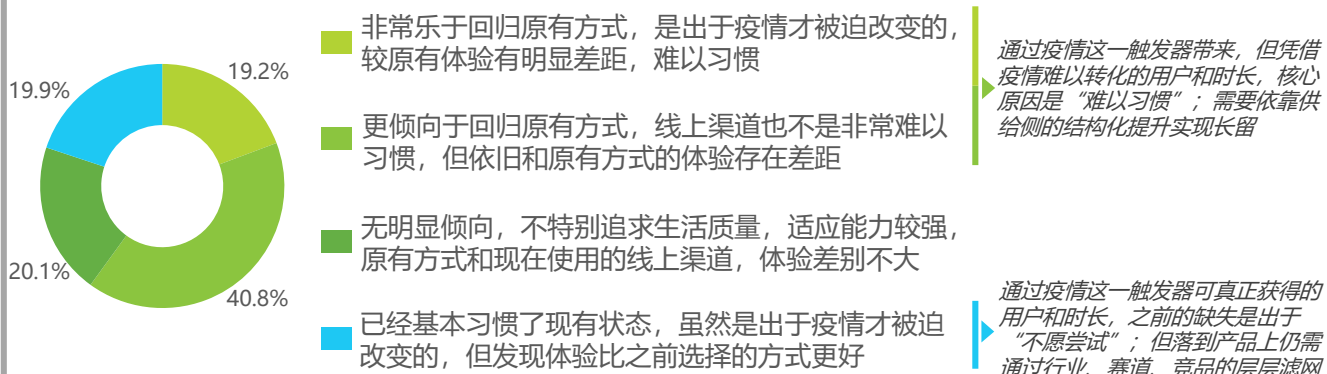
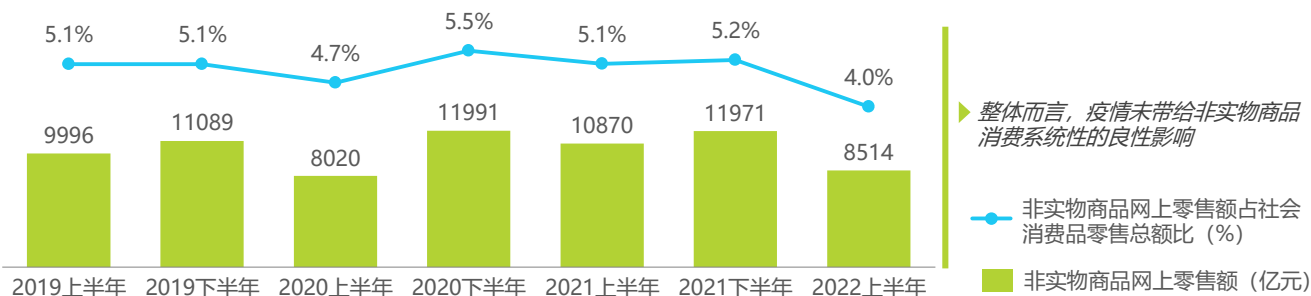
来源：艾瑞咨询结合市场公开资料自主研究。

©2022.8 iResearch Inc.

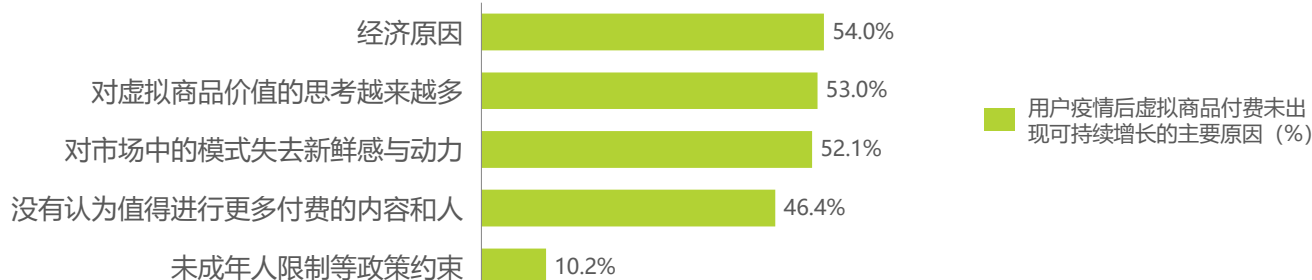
www.iresearch.com.cn

mUserTracker-2020Q1-2022Q2移动端日均总有效使用时间-疫情后¹

增长侧

疫情后开始使用或重新启用应用的用户、增加应用使用时长的用户，对使用互联网渠道的生活方式的习惯情况²2019上半年-2022上半年非实物商品网上零售额-疫情前后³

商业化侧

用户疫情后虚拟商品付费未出现持续增长的主要原因⁴

来源：1、2020Q1-2022Q2移动端日均总有效使用时间来自艾瑞咨询mUserTracker多平台网民行为监测数据库；2、疫情后开始使用或重新启用应用的用户、增加应用使用时长的用户，对使用互联网渠道的生活方式的习惯情况（单选题）为用户调研数据，样本为N=1500，于2022年7月中旬通过库润数据、网易调研平台获得；3、2019H1-2022H1非实物商品网上零售额、非实物商品网上零售额占社会消费品零售额比为根据国家统计局数据推算；4、用户疫情后虚拟商品付费未出现持续增长的主要原因（多选题，最多限选3项）为用户调研数据，样本为N=1262，于2022年7月中旬、下旬通过库润数据、网易调研平台获得。

新的宏大叙事是多方的共同期望

指引产业向新一轮周期进发，激发供给创新，带动需求

当前的互联网产业如大洋航行途至道中，虽然依靠收缩非核心业务、提升运营效率与盈利能力，确是能够帮助企业在颠簸中提升续航的路径，但整体而言，这更像是对于前阶段主动或被动的跑马圈地逻辑的找补，曾经跳空的缺口终将返还。与此同时，我们也看到，在当下，前文中所提到的，诸多类型的、无论其自身业务是否与金融服务存在强关联的互联网或上下游企业，开展并多方式地向用户宣推其个人消费贷款业务的现象，也在以更隐晦的笔法进行又一轮的冒出。但即使是在短期，这类过度金融化的路径，对于互联网企业也难称本手或妙手，也附带地使得原本与“脱虚向实”并不存在天然联系的互联网产业在整体层面越来越受其所累。

寻找到有前景的前进方向，才是告别险滩与风暴的长线路径。无论是从外部亦或内部，市场对互联网的创新渴望已久，也需要一个足够上层的、整合性的指引，在以技术为首的底层支撑不断取得边际进展的基础上，带动互联网产业朝一个新的方向共同演进，以迈入新一轮产业周期；去弊扬利，在数字经济中贡献更多的能量。而元宇宙，作为下一代互联网形态的远期愿景，宏大的立意使其能够成为互联网生态中大多数参与者或相关方的灯塔。

本报告下一章节将尝试通过讨论元宇宙特性的方式，给出针对元宇宙是什么，及其能够带来什么的一种看法，以期能够对元宇宙为什么被普遍认为是互联网的下一形态提供一些思考。

元宇宙对市场各主要角色方的意义与价值示例

「巨头」应对反垄断；回答增长问题；保持与实现用户对需求的持续引领；计算平台的演进可能性，带来纵向楔下的窗口期

企业

「初创者」关注度高、机会多、够新够快的“美丽新世界”，从业者走出来从0到1实现构想的良好土壤

监管

缓和成熟市场中的市场垄断、创新乏力、过度金融化与内耗等问题，更顺畅地推动产业前行，在数字经济的建设中发挥应有价值

资本

改善当前互联网产业（尤其是消费互联网）作为成熟市场的回报空间问题、僧多粥少的估值膨胀和抢份额问题

用户

对当前互联网常见应有的套路逐渐感到厌倦，但在逻辑层面非推倒重建难以改变

目前C端反而可能是最对元宇宙付之一笑的，但并不代表不存在需求：

- 1、元宇宙概念遥远且释义上下限相差大，用户理解千人千面，同时炒作者使C端更难以形成完整认知；
- 2、C端对元宇宙的直接体感主要来自应用层，当前的元宇宙应用尚处于非常初期的探索阶段，而用户期望过高（《头号玩家》为C端想象的普遍蓝本）；
- 3、与移动互联网类似，元宇宙整体也将由供给带动需求，只是在近未来，面向大众的元宇宙概念应用可能很难达到能使大多数用户满意的“元宇宙”程度，而应用的优化却需要依靠循序渐进地日拱一卒

来源：艾瑞咨询结合市场公开资料自主研究。

©2022.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

目录 Contents

01、 元宇宙引起广泛关注的背景简述

- (1) 增长的问题与期望的破灭
- (2) 新的宏大叙事是多方的共同期望

02、 元宇宙的概念及其雏形的基础要素与特性

- (1) 元宇宙概念释义中的常见问题
- (2) 引入：元宇宙的概念及其雏形的基础要素与特性
 - 元宇宙雏形的基础要素：化身
 - 元宇宙雏形的基础要素：自由创造 社交
 - 元宇宙雏形的基础特性：沉浸 富集 连续

03、 元宇宙概念应用的几种近未来过渡形式

- (1) 本报告关于元宇宙概念应用过渡形式的探讨重点
- (2) 干拔型元宇宙过渡应用
- (3) 引入：基地型元宇宙过渡应用

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44748

