

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。

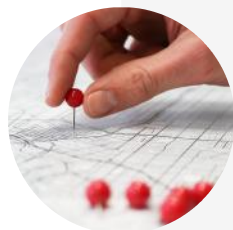
而元宇宙，给予了迫切需要跃进式的创新以寻求打破当前产业天花板的方式的消费互联网，一个足够有新鲜感、足够宏大的叙事；

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



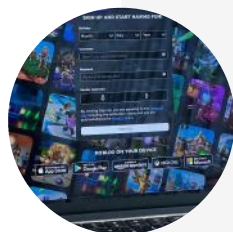
近未来

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



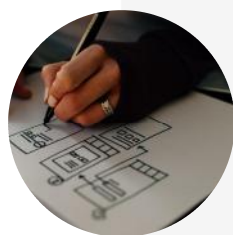
消费侧

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

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/868122075074006112>