



扫描二维码
关注“约青春元宇宙”
数字藏品平台



扫描二维码
向青春元宇宙公众号

潮玩青春元宇宙



元宇宙能为青年带来什么

何为元宇宙

“青春元宇宙”会是什么模样

元宇宙走向现实, 面临哪些困难挑战

解码「元宇宙」

中青报

中青网

闫天舒

2022年,国内多地政府推动元宇宙产业前瞻性布局,并陆续出台相关配套政策。无论是政府,还是商业机构,都极其看中元宇宙重构社交模式、搭建模拟场景、提供交互平台,对行业变革和新经济发展、推动实体经济与虚拟经济深度融合的赋能作用。2021年底,包括中国国家语言资源监测与研究中心、汉语盘点、权威英文词典《柯林斯英语大词典》在内的多家国内外机构,就将“元宇宙”列为当年年度热词之一。元宇宙被视为互联网科技行业的新一代风口,各行各业纷纷涌向元宇宙平台赛道,互联网虚拟现实沉浸技术在更多的场景中加速渗透。对青年群体而言,元宇宙为丰富文化生活、拓展社交网络打开新窗口的同时,也为青年科技创新、文化创新,提供了更多机遇和挑战。

何为“元宇宙”

元宇宙(Metaverse)一词源于1992年美国科幻作家尼尔·斯蒂芬森(Neal Stephenson)的小说《雪崩》。这篇科幻小说向人们描绘虚拟现实相互交互的世界,人们通过可穿戴设备,就能够以虚拟分身的方式进入由计算机模拟、与真实世界平行的虚拟空间。元宇宙虚拟场景的视听感受,早期在电影《黑客帝国》《头号玩家》《阿凡达》中也有所呈现。中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副研究员左鹏飞曾表示,元宇宙是扩展现实、区块链、云计算、人工智能等新技术的具象化。虽然元宇宙的概念定义尚未统一,但对元宇宙的基本特征,业界有相对认可的标准,包括沉浸式体验、虚拟化分身、强社交属性,以及安全稳定的经济系统、用户拥有自主发布权限的多元化内容、强大的数据分析能力。

技术发展进一步推动了多领域对元宇宙概念的关注,2021年被称为“元宇宙元年”。自2021年3月,美国游戏公司罗布乐思(Roblox)顶着“元宇宙第一股”的光环成功上市以来,各大企业纷纷展开元宇宙布局。扎克伯格将元宇宙作为谋求企业转型、挖掘新增长点、重塑企业品牌形象的重要一环。去年10月底,脸书正式更名为Meta,也就是“元宇宙”的英文前缀。紧随Meta之后,微软计划将旗下的虚拟体验平台Mesh引入办公软件系统Microsoft,打造“企业版元宇宙”。根据微软的设想,人们无须佩戴VR装置,就能以化身形式,选择自己的专属形象出席网络会议。随后,阿里巴巴、字节跳动、腾讯、网易等国内互联网企业也纷纷跟进加码元宇宙布局。元宇宙成为贯穿工业互联网、智能制造、数字化等多个行业的爆点。耐克、博柏利、可口可乐等品牌也陆续进军元宇宙。其中,博柏利、巴黎世家、路易威登等消费品牌,通过元宇宙游戏应用的形式,推出了限量联名版的装饰配饰。西子、宝马、阿达达斯、宝洁等企业,通过元宇宙空间,让新员工跨空间看烟花、玩自拍、带领消费者探索研发实验室。在一些企业中,元宇宙带来的沉浸感和代入感,为企业文化宣传、提升品牌形象提供了新机遇。

不仅是各大科技巨头在争相布局元宇宙赛道,一些国家的政府相关部门也积极参与其中。去年5月,韩国科学技术和信息通信部发起成立了“元宇宙联盟”,该联盟包括现代、SK集团、LG集团等200多家韩国企业和组织,其目标是打造国家级增强现实平台,并在未来向社会提供公共虚拟服务。今年,地方和全国两会期间,多份提案议案聚焦元宇宙技术和产业发展,包括尽快出台“元宇宙中国”的顶层设计方案,推进元宇宙关键软硬件技术和核心组件的研发,打通元宇宙产业价值链,对现有产业链进行强链补链,加速地方元宇宙专精特新企业发展。

元宇宙能为青年带来什么

数字藏品热催生新一轮文化消费热潮,成为传承文化之美的新载体。数字藏品的出现,实现了元宇宙虚拟事物的资产化和可交

易化。2021年年底至今,国内外数字藏品发行交易量激增,呈现范围广、主体多、主题丰富等特征。文博机构、新闻媒体、拍卖公司、金融机构、互联网企业、快消类品牌、艺术家纷纷试水数字艺术藏品,涵盖了传统文化、现代文创、体育赛事、新闻事件等不同主题,包括文物、潮玩、绘画、盲盒等形式。北京冬奥会期间,国际奥委会官方授权发售的冰墩墩数字盲盒,一经上线就被抢购一空。随着传统文化在青年群体中的走红,以及各大文博机构防疫限流的客观因素,催生了线上文博的热潮。特别是今年5月18日世界博物馆日前后,敦煌研究院、南越王博物院、中国文字博物馆、甘肃省博物馆等国内文博机构,与国内互联网企业合作,集中上线了一批文物数字藏品,一经上线即被抢购一空。近期国内文博机构开发的数字藏品,在馆藏文物的外观基础上,进行或仿古、或创新的设计,利用3D建模、动画特效、渲染动态演绎等手段,赋予藏品更为生动鲜活的形象,更好地契合年轻人的审美品位和消费能力,受到青年网民的喜爱,成为博物馆文化传播的新路径。

在泛文娱领域,元宇宙的沉浸体验、创造系统,为青年受众提供了更丰富、更细腻的文化体验。在互联网科技行业从业者看来,游戏是当前元宇宙落地最集中的领域。早在元宇宙热潮开启之前,《我的世界》《动物森友会》《模拟人生》等风靡全球的游戏,就已经涉及元宇宙概念。去年底至今,Meta、百度、Haegin等国内外互联网企业、游戏工作室也陆续上线了多款元宇宙游戏,其共同点是现实生活带入虚拟游戏世界,并拓展多元场景,让玩家之间的交互更自由,自定义和可塑性功能也更强大。元宇宙游戏构建了一个与现实世界紧密相连的虚拟空间。

2020年中国传媒大学毕业生在游戏《我的世界》里举行云毕业典礼,弥补了因新冠肺炎疫情无法参加校园毕业典礼的遗憾。一些基于区块链和NFT技术的游戏,通过转让、交换、出售、交易游戏中的数字资产获得收益,激发玩家的创作欲望。例如基于以太坊区块链的沙盒游戏The Sandbox,创作者可以创作3D像素化资产,并以NFT形式出售。对玩家而言,他们精心打造的沙盒世界,是一种虚拟世界的艺术品,在影视、动画、音乐等领域,在元宇宙技术的加持下,大大加强了观众的沉浸感、体验感,对于文艺影视作品情感表达的把握感知也更为细腻、准确。有人畅想,未来通过元宇宙技术,观众可以直接参与影视故事构建。这无疑对文化行业是一种重塑性力量。

今年以来,国内外一些互联网企业发行的多款社交类App,都瞄准了“青年元宇宙”赛道。这些社交App推出了捏脸、装扮等自定义形象功能,赋予虚拟人物更多元、更真实、更鲜明的个性色彩。用户可以备注、展示自己的兴趣爱好、关注内容等,平台也会根据用户画像,推荐更加匹配的内容,向他们推荐具有相似兴趣爱好的好友。青年群体既有着强烈的社交需求,也有着探索世界的好奇心,元宇宙更贴合年轻人的交流方式。特别是在新冠肺炎疫情的背景下,一定程度上满足了年轻人渴望近距离交流、面对面交流的社交需求。

青春元宇宙会是什么模样

元宇宙所承载的虚拟-现实社交功能,与95后年轻人渴望通过线上+线下社交、结成趣缘群体的需求是相契合的。新一代年轻人喜欢表达展示自我、创作欲望强烈、注重文化消费,对文化产品的内容原创性、趣味性和多样性的要求较高,这些特点也为元宇宙提供了可期待的发展环境。

在符合互联网金融、著作权保护、数字空间存储安全等领域监管合规要求的前提下,面向年轻人、95后的青春元宇宙,可在社交属性、创作欲望、文化需求三个方向发力。例如可以推动元宇宙博物馆、元宇宙讲堂、元宇宙音乐会、元宇宙招聘会等多场景的落地,对接青年在就业、婚恋、求学等方面的需求。又如,可以与知名青年艺术家、设计师一起开发内容和形式更为多样的数字艺术藏品,让更多青年创作者在平台上进行原创设计,或在平台授权IP的前提下,对素材进行二次创作,给青年提供创新、创造、创效的新通道,激发

更多年轻人的创作热情,还可以通过在网络视听、数据库出版、线上直播,让美术馆、图书馆、博物馆等文化资源,以年轻新颖的形式出现,拓展产业化边界。

目前,一些数字藏品的开发中,也存在着设计同质化、原创性不足、受众定位模糊等问题,可以深化拓展与文博单位、艺术院校、互联网企业等不同主体的合作网络,围绕不同主题,实现优质内容、优质藏品的长期供给开发,挖掘数字藏品的文化内涵,通过对展览内容和展陈布局个性化定制,实现从单个的云展品,向更能体现个人审美趣味、文化品位的云特展、专题展、深化,为年轻人打造网上精神家园。

元宇宙走向现实,面临哪些困难挑战

元宇宙催生了社会关系的新形态,给社会治理带来了新挑战。元宇宙打破了虚拟现实的界限。有资料显示,Meta推出的元宇宙游戏自去年年底上线以来,发生过多起线上性侵犯事件。元宇宙构建的虚拟世界,既是现实世界的映射,也超越于现实世界。随着虚拟空间的外延和内涵不断深化,如何定义、处理虚拟世界的非法行为,是将要面对的现实问题。

其次,当前,元宇宙的基础,例如区块链、量子计算、虚拟现实、人工智能等,尚处于发展初期。但去年以来对元宇宙的布局趋势,不乏存在蹭热度、造概念的情况。一些主打元宇宙社交游戏概念的应用,游戏界面、交互社交、自定义开发等功能还不稳定,就匆忙上线。个别打着元宇宙社交旗号的App陷入侵犯用户隐私、虚拟装扮涉嫌抄袭的争议。还有软件打着“元宇宙”的旗号,提供增值服务,涉嫌虚假宣传和营销。在万物皆可元宇宙的热度后,对元宇宙回归理性、挤出泡沫的思考,正在形成共识。

国内外针对元宇宙应用产品的合规开发、用户数据和隐私保护、NFT交易监管,正呈现逐步完善的态势。当前NFT、数字藏品存在着投机溢价和金融化的苗头,已经受到监管部门的高度重视。2021年10月,国家版权交易中心联盟、中国美术学院、浙江省杭州互联网公证处联合国内的蚂蚁集团等互联网巨头企业共同发布了《数字文创行业自律公约》,坚决抵制数字文创产品的恶意炒作行为。

另外,国内数字藏品上链类型主要是联盟链和私有链,随着行业分化和头部集中,一旦中小企业运营的平台关停倒闭,链上的数字藏品面临丢失风险。今年4月,国家文物局在数字藏品有关情况座谈会上,提出文博单位不应直接将文物原始数据作为限量商品发售。随着一些NFT被盗、二手交易被骗等事件频发,一些青年人对数字藏品艺术性、交易平台资质和安全性缺乏充分了解,在“二手暴富”的引诱下争相入场,盲目跟风投资被套。在文物藏品和知名艺术家作品之外,如何保护草根创作者的原创成果,也是即将面临的新课题。