

讓你擁有不同版本的人生 解構元宇宙降臨之謎



▶在電影《挑戰者1號》中，只要穿上特製的設備和服裝，即可進入一個由程序設定好的「綠洲」，身處「元宇宙」中探險。

「元宇宙」近期大事件

- 去年末 ● 騰訊主席馬化騰提出「全真互聯網」概念，暗示互聯網未來方向
- 今年
- 3月11日 ● Roblox於紐交所上市，市值首日翻升10倍
 - 4月12日 ● 英偉達CEO黃仁勳稱將布局「元宇宙」業務
 - 4月13日 ● 美國遊戲公司Epic Games獲10億美元融資，用於「元宇宙」業務開發
 - 6月底 ● Facebook創辦人朱克伯格豪言，5年內轉型「元宇宙」公司
 - 上周 ● A股多個「元宇宙」概念股曾現漲停，如遊戲、硬件設備、NFT等股票
 - 中青寶周內股價累升逾八成



▲《爆機自由仁》是近期另一套與「元宇宙」相關的電影。

虛擬資產幾乎佔據了投資圈的全年焦點，虛擬貨幣、虛擬藝術品、虛擬地皮等等，每次「歷史新高」、「升值數倍」，都能刷新大家對虛擬資產的認知。上周「元宇宙」又橫空出世般，成為投資圈最高頻詞彙，不少有沾手「元宇宙」業務或概念的股份暴漲，引來內地監管關注。如果你還不認識「元宇宙」，你就真的有「代溝」啦！

●香港文匯報記者 周曉菁

其實，元宇宙 (Metaverse) 並非新概念，也並非幾日才誕生。最早可以追溯到1992年出版的小說《雪崩》，書中將其描述為「物理現實、增強現實和虛擬現實三種模式，在共享的網絡空間中相互融合的一種狀態」，即需要VR、AR、AI、區塊鏈等技術的相互支撐，這個概念才能真正實現。

可置身虛擬現場實時交流

如果你還是不知道「元宇宙」是什麼，可以回想一下2018年上映的電影《挑戰者1號 (Ready Player One)》，或者是尚在上映的《爆機自由仁 (Free Guy)》中的情節，只要穿戴上特製的設備和服裝，即可進入一個由程序設定好的「綠洲」，即使身處廢墟之中也能在這個「元宇宙」中盡情探險、玩樂甚至生活。如果沒有看過這些電影，那就再舉一個生活實例：假設因為疫情，身在香港的你無法前往歐洲，出席親友的婚禮。婚慶公司在準備現場婚禮的同時，為不能趕赴現場的所有親友，搭建了一個幾乎相同的虛擬婚禮現場。哪怕你只是身處家中，只需要戴上一個VR眼鏡，就能進入「元宇宙」選擇出席婚禮的服裝，親臨現場參與整個婚禮流程，在當地的新婚夫婦和親友們也能與你實時交流，就如同你真的到場一般。

八大要素打造元宇宙世界

號稱「元宇宙第一股」的Roblox首席執行官Dave Baszucki也頗有發言權。他認為，一個真正的「元宇宙」產品應具備八大要素：身份，擁有一個虛擬身份，無論與現實身份是否具有關聯；朋友，在「元宇宙」中擁有朋友，無論是虛擬社交還是線下現實世界；沉浸式，100%沉浸在「元宇宙」之中；低延遲，同步發生無延遲，這就需要5G甚至6G網絡的支持；多元化，「元宇宙」提供多種內容，包括玩法、道具、場景素材等；隨時隨地，全天24小時無場景、設備要求，一鍵即能進入「元宇宙」；經濟體系，與任何複雜的大型遊戲一樣，「元宇宙」也有完整的經濟體系；文明化，「元宇宙」創造了一種虛擬的文明。

如此看來，「元宇宙」更像一個大型的虛擬世界，現代人可以在其中遊戲、生活、工作，一個普通人，完全能擁有兩個完全不同版本的人生。如此完美的「電影情節」，幾乎能夠滿足投資者、融資者和普通人的全部「幻想」和期待。

券商料產業發展空間廣闊

市場火熱，多間券商也出聲評論。中銀證券在報告中稱，「元宇宙」產業具備一定前瞻性，但目前發展仍處於早期，由於涉及VR、遊戲等多個市場，因此空間廣闊。國信證券認為，「元宇宙」必然會帶來對人類社會、經濟更大的衝擊和重構。更多評論員和資深投資者也抱有謹慎的懷疑態度，認為現在就投資「元宇宙」操之過急，無論如何，「元宇宙」在現階段而言，都更像一個概念，投資者理應避免瘋狂投入和盲目炒作，其背後的風險難以估量。

科技巨擘爭先布局「元宇宙」



●「羅布樂思」今年7月上線，官方定義自身為集體驗、開發於一體的多人在线3D創意社區。

今年3月，遊戲公司Roblox在紐交所掛牌，上市首日股價就飆升逾五成，市值一度突破500億美元，讓大眾對「元宇宙」開始有認知。但在Roblox身家暴漲前，遙遙領先的科技巨頭們，早就想好如何打造自己的「元宇宙」產業了。

騰訊參與Roblox融資

騰訊董事會主席馬化騰在去年底的一次

演講中，就提出了「全真互聯網」的概念，認為技術的升級、虛擬現實的交合、應用場景的打開，都正在促成下一波互聯網升級。「我相信又一場洗牌即將開始。就像移動互聯網轉型一樣，上不了船的人將逐漸落伍。」

早在2019年，騰訊就參與到Roblox的融資中，隨後拿下其中國版遊戲「羅布樂思」獨家代理，今年7月13日上線，官方定義自身為集體驗、開發於一體的多人在线3D創意社區，號稱小學生都能輕鬆上線做遊戲。但根據網遊新規，羅布樂思也位列監管之中。

另一邊，Facebook行政總裁朱克伯格更揚言，若做得好的話，Facebook將用5年或7年時間轉型為「元宇宙」公司。

他認為「元宇宙」可視為一個具體的互聯網，不但能夠瀏覽信息和進行社交，還可以置身其中，並會感覺到與其他人在一起，能夠擁有有別於在平面應用程式或網頁上的體驗。

Facebook擬轉型「元宇宙」

目前來看，「元宇宙」需要依託高性能的VR設備才可實現，蘋果、Facebook都正在積極開發和部署自己的VR、MR（混合實境）設備。抖音母公司字節跳動近期併購了內地VR硬件公司Pico，據業內估測，這一金額在90億元人民幣左右，顯然也是為未來的「元宇宙」打下堅實的基礎。

除此之外，遊戲開發商Epic Games、華為、阿里巴巴等業內領先者，也正以各種方式快速融入「元宇宙」的部署。無論「元宇宙」這個概念現在看似不切實際，科技巨擘還是先加入再部署，唯恐馬化騰所謂的「逐漸落伍」，錯失時機。

官媒：分清是真風口還是美麗「泡沫」

「元宇宙」概念在股市持續火爆，官媒立刻「澆冷水」降降溫，奉勸投資者要冷靜。《證券時報》上周四發文指，「元宇宙」還處於萌芽階段，各項技術大部分仍處於點狀發展的狀態，離「聚點成網」、真正成為一個「宇宙」，還有非常遠的距離。文章觀點認為，即使是「元宇宙」第一股的Roblox遊戲，玩家也並沒有躍升式體驗，更多的像是概念式嘗試。文章還引用概念股中青寶 (300052.SZ) 在投資互動平台的言論：「『元宇宙』是一個巨大的概念和模式，我們還只是處於初步探索

的階段，觸及的概念也相對較淺。」受「元宇宙」概念的帶動，中青寶上周曾連續兩日漲停。

文章提醒，對投資者來說，將「元宇宙」作為一個美好的科幻想像是一件趣事，Facebook等巨頭的布局也是一種背書。但在某一概念盛行之時，分清是真風口，還是「舊瓶裝新酒」，抑或是美麗的「泡沫」，對投資者而言尤為重要。畢竟投資不是虛擬世界的遊戲，而是真金白銀的投入，盲目追捧「元宇宙」這種宏大而虛幻的概念，最終受傷的可能是自己的錢袋子。



●《證券時報》發文指「元宇宙」還處於萌芽階段，即使是Roblox的遊戲，玩家也並沒有躍升式體驗。

美股面臨調整 亞太區股市受捧

恒生銀行投資顧問服務主管 梁君翀

近期美國經濟復甦腳步出現放緩跡象，除就業數據遠遜預期外，美國國內消費者信心指數及零售增長均回落並低於前期，製造業指數 (PMI) 更已連續放緩數個月。美國股市亦開始反映經濟增長速度不如預期，終於出現難得一見之調整，上周跌近1%；與此同時，內地A股和日本股市過去一周大幅飆升逾3%，明顯可見有外圍資金流入。

央行政策將影響資金流向

內地與日本兩大股市近期受惠資金流入和跑贏大市的板塊相似度高，主要為原材料、海運、半導體製造和機械設備等環球貿易相關行業。筆者認為，環球資金流向將繼續出現明顯的改變，由過去一年以來專注美國歐洲經濟重啟和復甦，轉向至各地企業資本支出回升之相關受惠者，以及今年以來落後歐美市場之重傷股市，而此輪資金流向背後的推動力，筆者相信主要是全球各地疫苗接種覆蓋率提升，和預

測亞太區疫情將逐漸放緩的信心提升所致。除了疫情復甦焦點將逐漸由歐美轉向全球以外，留意各國央行政策也將影響資金流向。雖然近日美國聯儲局和歐央行皆相繼表達了偏鴿派言論，但市場已無人不相信歐美兩大央行未來將逐漸放慢購債步伐，即是啟動所謂的「收水行動」。歐美股市於過去超寬鬆和超低息環境下，估值已偏高於歷史平均水平，當兩央行減少購債，相信其股市也不至於有太正面的回應。反觀人民銀行和日本央行有條件維持貨幣政策甚至更加寬鬆，而其他鄰近之亞洲新興市場也將逐漸走出疫情，整個區域受惠資金追入的機會高。MSCI亞太區股市指數今年以來僅僅微升3%，遠遠跑輸歐美股市今年高達17%至18%升幅，指數由3月初以來許多時間都交易於50日移動平均線之下，但9月終於突破向上升穿，未來是否持續有表現，要關注美元走勢和亞太區疫情復甦進度。

(以上資料只供參考，並不構成任何投資建議。)

鐘表展港商「批發價」吸本地客



●大會於現場設置直播室，由KOL介紹多款腕錶，助展商開拓網上商機。

香港文匯報訊 (記者 蔡競文) 香港鐘表展及第九屆國際名表薈萃的實體展昨閉幕，今年兩展除了迎來業內買家外，實體展亦首次全面開放予公眾人士參觀。一連5日的實體展吸引了約4,900名業內買家及逾23,600名公眾人士入場，現場調查發現整體受訪公眾人士的人均消費額為1,059元。

鐘錶商表示，今次參展有助他們涉足零售生意。參展商捷達錶業製品公司總經理劉希立指出，展會期間他們

已與5位歐洲及美國採購商的香港分部代表洽商。由於展會同時開放予公眾，該公司以「批發價」吸引本地客，反應較前期好。他說，客人消費力高，而且對該公司的產品有信心，估計銷售額將有20萬至30萬港元。

逾40%展商擬拓網上業務

另一參展商艾柏斯鐘錶公司的創辦人程思遠透露，在展會首日開幕後數小時內已有兩間鐘錶零售商表示對他們的產品有興趣，正洽談合作事宜。他說，「我們吸引了很多本地零售客人，預期展會的銷售額可達50萬至60萬港元，這反映我們的產品在本地零售市場有巨大潛力。」

為深入了解鐘錶業2022年的發展趨勢，主辦方貿發局於展覽期間向超過540名展商及買家進行問卷調查。結果發現，受訪者普遍認為消費能力復甦 (42%) 及電子商貿 (35%) 為業界最大機遇。有41%

受訪展商正從事網上商貿業務，另有47%表明未來兩年會投放資源開拓網上業務，為公司爭取更多訂單。同時，50%受訪者預計2022年產品的整體銷售額將會增加，態度樂觀。68%受訪者認為內地市場的銷售最為理想，其次為東盟 (49%) 及印度 (46%)。

智能手錶勢成熱門產品

產品趨勢方面，預期智能手錶 (50%) 將是2022年最受歡迎的產品，其餘依次為機械式 (16%) 及電子式 (12%) 手錶。展會亦吸引了專門生產智能手錶的買家到場採購零件，恒銳投資公司董事曾直順表示，該公司專門生產智能穿戴式產品，包括智能手錶，今次在展會內找到三個潛在供應商。他表示，公司每年採購零件的金額為2,000萬美元，今次預算用100萬美元向新供應商採購合適的零件。