

多地释放超前布局元宇宙信号

本报记者 黄鑫

产业聚焦

2022年,元宇宙热度持续走强。多地将发展布局元宇宙写入当地的政府工作报告或相关规划文件,或是成立专门机构来推动元宇宙技术和产业发展。

业界专家普遍认为,元宇宙距离产业化还有很长的路要走。各地提前布局元宇宙,有利于推动元宇宙相关产业的发展和科技进步,但也要注意,发展元宇宙不能脱离产业,脱离向虚,让元宇宙变成概念的炒作。

多地超前布局

今年初,多个城市表态要布局元宇宙新赛道。合肥、武汉把发展元宇宙写入了当地的政府工作报告;江苏省无锡市滨湖区发布的《太湖湾科创带引领区元宇宙生态产业发展规划》提出,要推动元宇宙技术在多领域深度应用,以及元宇宙产业上下游各环节、各主体协同发展;北京市表示,要推动组建元宇宙新型创新联合体,探索建设元宇宙产业聚集区。

日前,在工信部召开的中小企业发展情况新闻发布会上,工信部中小企业局局长梁志峰表示,要培育一批进军元宇宙、区块链、人工智能等新兴领域的创新型中小企业。

布局是否为时过早?对此,中国电子信息产业发展研究院信软所副所长蒲松涛表示,目前来看,元宇宙距离产业化还有一段距离,其产业发展难以在短期内形成较大规模。但各地提出发展元宇宙是一个积极信号,表明各地积极寻求产业发展新增长点的意志和决心。

“要对当地新兴产业、数字经济发展的现状有较理性、客观而充分的认识。”众诚智库研究副总裁徐英分析,具备一定发展基础的地区,可以优先打造元宇宙相关集群,培育元宇宙新兴业态,推动元宇宙相关技术研发和创新,抢先布局未来元宇宙市场。但对于一些数字经济不够强大、不具备元宇宙相关技术研发与创新培育实力、互联网消费规模有限的地区,尽量避免“跟风”、炒作元宇宙发展概念。

蒲松涛认为,各地提出发展元宇宙,能引导龙头企业积极开展与元宇宙相关的技术研究和产品研发,有利于进一步汇集资金、人才等产业资源,加快元宇宙产业化进程;也有助于发展元宇宙关联产业,如虚拟现实等。元宇宙是典型的融合性技术,其产业发展也依赖于虚拟现实、人工智能等产业的不断进步与成熟。

“元宇宙是构建在人工智能、大数据、云计算、区块链等数字化技术逐渐成熟、融合推动的基础之上,是数字化发展到高级阶段的产物。元宇宙的产业链很长,各地积极布局元宇宙,将给整个产业链上的相关企业带来新的发展机遇。”360公司创始人周鸿祎说。

元宇宙实现产业化:

- 要解决多维技术叠加性应用的路径问题
- 区块链、脑机接口、人机交互等技术亟待完善
- 要明确产品形态和商业模式,加强行业监管



上图 安徽奇智科技有限公司生产的智能语音机器人。

新华社记者 张瑞摄

右图 信发集团纸面石膏板厂智慧工厂内,全自动无人值守石膏板包装系统提升了工作效率及产品标准化。

史奎华摄(中经视觉)

切忌偏离产业

元宇宙一词源于美国科幻小说《雪崩》,最初含义为脱胎于现实世界又与之平行,并始终在线的虚拟世界,最早被应用于游戏领域。不过,业内专家强调,元宇宙发展不能脱离产业,应以产业为基础、核心。如果偏离产业,元宇宙就如同空中楼阁一般,是虚幻飘渺、毫无实际价值的。

徐英认为,在经历了2D多人游戏、社交游戏、3D界面、协同创作、虚拟人参与式体验等阶段,今天的元宇宙并不等同于游戏,也不等同于虚拟世界。元宇宙基于虚拟现实、脑机接口等扩展现实技术提供虚拟场景的沉浸式体验,运用数字孪生技术克隆出现实世界的镜像,利用区块链技术、数字货币技术搭建虚拟世界中的经济体系,利用5G、物联网等新一代互联网技术将虚拟世界与现实世界在各个领域进行融合,每一个接入其中的用户均可以对虚拟世界的各种元素进行内容生产和编辑创作,并通过连接与共享打造一个元宇宙。

“一千个人眼中,就有一千个元宇宙。元宇宙作为一个深入人心的概念,应该为实体经济服务,为传统行业的数字化转型服务。在元宇宙众多流派中,我是坚定的数字孪生派,即反对过于脱离现实、沉迷游戏的元宇宙,但支持与产业数字化结合的元宇宙,实现

产业互联网的元宇宙化,为各行业的数字化转型、经济高质量发展持续赋能。”周鸿祎说。

蒲松涛坦言,当前,元宇宙炒作的痕迹还比较明显,这里既有业界新概念宣传的需要,也有资本市场概念炒作的利益驱动。徐英认为,由于元宇宙概念过于火爆,加上资本市场的炒作,容易让一些地方政府不够理性,片面注重风口,盲目上项目、找资源、促消费等,在发展的过程中容易造成资源浪费。

产业化之路尚远

当前,业界已形成了一些具备较多元宇宙特征的产品和服务。据蒲松涛介绍,如2021年上市的元宇宙第一股Roblox(游戏公司),已建立起大型多人在线游戏创作UGC(用户生成内容)平台,允许开发者在虚拟空间进行二次创作,并且建立了以Robux(一种虚拟货币)为核心的双向经济体系,这一经济系统特征与元宇宙概念下的经济系统较为接近。此外,脸书、微软、苹果等全球领军企业在虚拟现实、在线社交、云服务等领域也具备极强的研发基础和实力,完全能够在短时间内形成元宇宙初级产品及服务。

不过,元宇宙距离真正的产业化还需迈过几道坎。

“元宇宙具有多维技术叠加性、虚实交互性、实时参与性和体验性等特点,因此元宇宙的产业化首先要解决多维技术叠加性应用的

路径问题。”徐英认为,目前元宇宙的相关技术,如区块链技术还处于产业化试用期,脑机接口技术还未走出实验室,一些人机交互技术还不够成熟,数字孪生技术还处于理论研究阶段等,相关技术的产业化是元宇宙产业化发展的前提,其进程也决定了元宇宙还有很长的路要走。同时,元宇宙需要海量的内容创作和场景打造,需要每一个参与者都投身于虚拟内容创作中,且实现数据连接和共享,才能实现虚拟世界对现实世界的映射,这是一个超大工程,大规模的元宇宙产品化还是一个遥远。

除了技术问题,蒲松涛分析,元宇宙发展还需要解决三个方面问题。一是产品形态,元宇宙需要什么样的产品和服务仍在探索中,特别是围绕不同的应用场景,元宇宙的产品和服务形态可能也不尽相同;二是商业模式,元宇宙的主流商业模式还未明晰,其商业价值既可以体现在现实世界,也可能存在于虚拟空间;三是行业监管,元宇宙中虚拟空间的监管制度应该如何建立,如何规范元宇宙的发展等问题都值得探索。

“从本质上看,城市的数字化转型就是构建城市的数字孪生,即以虚拟指导现实,用数字空间赋能物理世界,形成数字孪生闭环,这可能是率先拥抱元宇宙的场景之一。不过,对于元宇宙,很多人看到的是机遇,安全从业者看到的则更多的是风险。在元宇宙的强大需求下,网络安全也要随之升级。”周鸿祎说。

近日,交通运输部等多部门联合印发《现代综合交通枢纽体系“十四五”发展规划》,就构建多层次、一体化的综合交通枢纽体系做出规划。这也是首次将枢纽规划作为与铁路、公路、水运、民航、邮政并列的重点专项规划来推行,意义何在?

一方面,我国交通已实现了从无到有、从有到多、从多到好的历史性转变。目前,我国交通运输基础设施网络日趋完善,综合交通网络总里程突破600万公里,“十纵十横”综合运输大通道基本贯通,旅客出行和货物运输在途时间大幅缩短,有效支撑了经济社会发展。

另一方面,综合交通枢纽发展相较于交通网络建设存在滞后。目前我国一体化衔接综合客运枢纽不足30%、具备多式联运功能的货运枢纽占比不足30%、沿海港口重要港区铁路进港率不足60%。不同运输方式、不同交通线路间衔接转换时间在交通全程服务中占比相对较高,有时换乘时间甚至比路上时间还长,成为综合交通网络效率提升的难点。

因此,在从交通大国向交通强国迈进过程中,需要进一步提升交通枢纽的运转效率,打通一个个堵点。

提升交通枢纽的运转效率,需要完善枢纽体系。当前我国交通枢纽发展还存在功能布局系统性不强、网络化服务能力不够等问题,需要大力提升枢纽的一体化、集约化、复合化水平。要统筹考虑设施布局、线网衔接、功能配套、运输组织、服务供给等,加快优化整个枢纽体系。特别是要围绕京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区双城经济圈等国际化综合交通枢纽集群,加快提升枢纽集群全球互联互通水平和辐射能级。

提升交通枢纽的运转效率,需要建运管服结合。经过多年的快速建设,我国综合交通枢纽站数量和服务效率明显提升,80%的新建综合客运枢纽基本实现了200米内便捷换乘,重点综合货运枢纽多式联运1小时换装完成率超过87%。今后,要进一步加大枢纽建设,补齐设施短板,同时,也要更加关注统筹好存量和增量,加强对枢纽规划、建设、运行、管理、服务等全生命周期的关注,提高资源的利用效率。

提升交通枢纽的运转效率,需要发展枢纽经济。发展交通枢纽,不仅要让交通更顺畅,更要发挥其纽带作用,推动“站产城”融合协调发展。一方面,要加速综合交通枢纽转型发展,推动综合客运枢纽向城市综合体转型,综合货运枢纽向物流集聚区转型发展。另一方面,要推动“枢纽+”产业深度融合,开拓临空经济新空间,增强临港经济新动力,培育临港经济新业态。

此外,综合交通枢纽的建设发展并非只是交通部门的事,还涉及城市规划、环境保护、市政配套等多领域部门,除了印发规划的这几个交通部门外,还需要强化部省间、不同部门间、不同交通方式管理部门间的相互协作,从系统、全局的角度做好规划统筹,形成工作合力,助推交通枢纽健康可持续发展。

提

齐慧

首店经济、新国潮、仓储会员店——

实体商业现多重消费热点

本报记者 亢舒

标一流国际消费中心城市,加快消费转型升级,同时带动一批国内大中城市提升国际化水平。各地提出了培育建设国际消费中心城市的不同特色定位与打造路径,必将改变过去全国城市商业过于同质化的局面。

当前,一些地方在力推首店经济,提升消费新能级。“首店”指行业里有代表性的品牌或新的潮牌在某个地区首次开设门店,或是已入驻的品牌设立创新模式的概念店等。2021年4月,北京市商务局举办“北京首发节”,率先在国贸商城启动,之后陆续在10余个商圈展开,活动持续到10月,期间共组织了百余场品牌首秀活动。同样在2021年4月,上海市商务委举办“2021上海全球新品首发

季”,并授予虹口区“全球新品首发地建设示范区”。

王永平介绍,发展首店经济是政府推动商业高质量发展的创新举措,北京、上海、成都等地纷纷出台了促进首店经济发展的政策措施,一些地方政府部门还在规划、消防、市容管理等诸多方面提供绿色通道。首店经济成绩斐然,2021年共有901家首店落地北京(为2020年首店入驻数量的近5倍),上海新增首店1078家。首店经济的勃兴有利于激发消费潜力,提升消费能级。

文化自信也正在促进商业创新与复兴。2021年7月,新能源汽车领域的国潮品牌小鹏和理想汽车相继上市。11月,李宁高端

国潮品牌“LI-NING 1990”全球首店落地北京侨福芳草地。

王永平认为,新国潮品牌呈现出向多领域扩展势头,在服饰、美妆、食品、新能源汽车等领域涌现出一批受追捧的新兴品牌,并成为购物中心创新品牌的新生力量。2021年,在北京市认定的901家落户首店中,中国本土品牌占比达85%,表明新国潮品牌正在成为城市消费升级的新推手。

仓储会员店的勃兴也是消费领域一大亮点。如,盒马X会员店宣布全国扩张战略,家乐福中国首家会员店向公众开放,国内第二家COSTCO在苏州开业。

王永平表示,时下仓储会员店正成为行业的新风口,背后更深层原因是中国消费市场升级与分层。

对于实体商业消费市场的未来发展趋势,王永平认为,新消费发展正步入回调周期。近年来,随着“Z世代”(指年轻一代)晋升为新消费主流人群,带动和激发了新品牌的迭代与创新,新消费品牌层出不穷,资本激进投资新消费赛道。但是,由于受宏观经济下行与新冠肺炎疫情疫情影响,新消费市场后期表现与期待存在较大落差。一批曾经备受追捧的网红新消费品牌相继陷入困境,新消费投资由此进入理性回调周期。但是,从长期来看新消费赛道基本面依然向好。

同时,虚拟科技创造商业新机遇。头部科技企业纷纷入局元宇宙。王永平认为,虚拟科技必将延展商业发展新空间,创造商业新机遇。同时,也对线下商业的数字化运营管理提出了新的能力要求。

