

编辑导语：元宇宙已经火了一年多了，它现在的发展趋势如何呢？是慢慢变好，还是在持续变坏呢？在本篇文章中，作者介绍了现在元宇宙的整个发展趋势和四个赛道的变化，分析了当前乱象和未来趋势，推荐想要了解元宇宙的群体阅读。



啫喱APP 来源/微博

而在游戏、VR/AR赛道，由于研发周期长，投入成本高，国内引发关注的新项目目前出现较少，两大赛道的热度也正在分化。

最先抛出元宇宙概念的Roblox，带火了沙盒游戏，各游戏大小厂，都在打造类似于Roblox的产品。如游戏公司莉莉丝内部正研发UGC创作平台达芬奇，昆仑万维旗下子公司Opera，在海外推出了同类产品。相关产品的投融资也一度起飞。

但从盈利角度来看，2004年就已经成立的Roblox一直处于高增长高亏损的状态，2021年第四季度成绩未达分析师预期，股价去年上涨130%，但今年以来累计下跌29%。一位游戏行业的分析师告诉深燃，“沙盒游戏在国内热度一直不算高，Roblox在腾讯的加入、元宇宙两波概念下火热了两次，现在国内这一话题的热度，已经大幅下降，不及过去了。”

一位放弃从游戏

赛道切入元宇宙的创业者对深燃

表示，据他观察，

现存游戏模式的产品，关注度在下降

，“现在大家对底层技术，尤其是能面向未来沉浸感的设备、引擎技术，关注度提

升了非常多”，而在监管的影响下，通过游戏切入元宇宙，将面临更大的挑战。

VR/AR，可以说这是国内外巨头们最重视的赛道。在国内，腾讯加码XR、字节跳动收购Pico，国海证券研究所将国外巨头动作进行了梳理，持续布局VR/AR业务的还有微软、苹果、索尼、Facebook，Microsoft等，其中微软、苹果更注重AR布局，Facebook、索尼更注重VR业务，国内外巨头都在从“下一代互联网硬件切入”元宇宙。

VR/AR赛道融资热情也持续高涨。根据天眼查数据，2021年1月至2021年2月，国内VR/AR赛道融资高达215起，仅9月就有29起。有报告指出，面向C端的VR/AR企业受到的关注增加，消费级的AR/VR硬件设备竞相亮相，涵盖娱乐、教育、医疗、交通等诸多方面的应用。

但资本的耐心也是有限的。一位尝试将VR与社交相融合的创业者告诉深燃，和投资人交流时明显感觉到他们看好这一方向，但是想要着急出成绩，带给他们团队不小压力。

二、心急下的乱象：盲目融合、缺少创新

尽管探索需要时间，为了争抢热度，抢先发布产品，很多创业者们都在和时间赛跑。

有的是尽量压缩制作时间，不追求技术。

老木介绍，制作一个基础质量的虚拟人，他们需要3个月时间，不少公司一上来就盘算着，怎么在一个月以内完成。这类需求多了，他都麻木了，“（做虚拟人）有艺术创作的成分，从脑子里的一个想法到模型，加快不了。比如你给画师加很多钱，他们还是得需要时间画”，这类要求没法实现。

低质量虚拟人正在短视频平台上泛滥

，有的账号将真人脸生硬的替换为虚拟人形象，就开始了虚拟人博主的运营。这样粗制滥造的虚拟人，正在伤害行业。

火凤资本联合创始人陈悦天告诉深燃，现在虚拟人应用的产品主要为图片和视频，和人们想象中的虚拟人相差甚远，“大部分虚拟人公司，就是一家图形渲染工作室

。”

虚拟人行业拔苗助长，浮躁继续，
与捏脸有关的游戏、社交平台，也有虚火的倾向，产品缺乏创新，同质化严重。

如有行业人士提到，啫喱像是3D头像社交应用ZEPETO，和实时定位应用Zenly的综合体。关注社交的投资人陈兮兮也表示，啫喱的功能与很多社交软件相似，只是捏脸的画风不太一样，“没有太多新东西”。

这类社交产品强调捏脸功能，具备元宇宙所需的线上空间和场景感，但背后瓶颈也明显。老木提到，好的内容是能传承、传递的。捏脸有新鲜感，但只具备传播属性，用户参与捏脸，但不会每天都去玩这张脸，很快会玩腻。“10多年前就有能捏脸的QQ秀，但人们不会天天玩”，这也是为什么捏脸游戏、主打捏脸的社交平台在一段时间内爆火，又迅速归为沉寂的原因。