

元宇宙对未来 房地产业影响的16大猜想

■ 文_邹毅

相信在不远的未来,我们回头看2021年的元宇宙,就像现在人们回顾1903年的人类第一架飞机上天,2000年出现了互联网一样。一个新的技术生态将会给我们的一个全新的生活图景。

日前,Facebook改名为META元宇宙公司,一下子激起了全球各国的元宇宙产业浪潮。中国的资本市场也随之掀起了一股元宇宙的股票炒作热潮。

关于元宇宙的概念、特征,已经很多媒体和专家们做了大量深入解读,提炼下来看,基本可以达成共识:元宇宙就是下一代互联网的革命性交互形式,也就是下一代的社交媒体。元宇宙是一个与现实世界平行的,可提供游戏、购物、社交等沉浸体验的开放虚拟世界。

那么,元宇宙相关产业对当下中国传统房地产业会有怎样的影响?传统的实体经济和虚无缥缈的下一代互联网技术之间会产生什么联系?笔者试图对这两个产业的未来发展趋势做如下猜想。

元宇宙不是概念,而是一种产业未来

冷静下来看,元宇宙是不是一个概念?还是可能真的是一个产业模式?其实,这个产业概念的出现,有其自身的必然性:一是疫情摧残了各国实体经济,这可能

会在未来成为新常态。线上化、数字化既是主流趋势,也是被逼无奈的选择。二是如今线上互联网大公司流量衰竭,进入深度内卷时期。曾经的技术创新带来的红利已经消耗殆尽。三是随着5G、算法、人工智能、区块链、VR等技术的爆发,下一代社交平台的生态系统已经初步建立。

所以,从宏观的产业现状来看,不管未来会怎样,互联网时代的发展,有一个大势不会改变:世界正从移动互联网进入到全真互联网时代。而全真互联网时代的一个最大特点是:人们的在线时间会更加延长了。目前最核心的资源是使用者的时间,当它们被虚拟平行世界占用了之后,线下的实际体验的时间在总量上一定会减少的。

按照这个逻辑来看,元宇宙产业的发展对线下实体消费业态的替代效应要大于强化效应。因为人们进入全真互联网时间越长,对外出的沟通消费的时间就越少,这样对实体公共场所和消费商业场所的影响就比较大,



并且对于住宅类项目也会有一些实质性的影响。

元宇宙产业对地产业的16大影响猜想

其一，对于住宅的影响：户型功能的异化。

一是由于在未来，人们进入新的沉浸虚拟平行空间，会有大量的新功能可以在足不出户的家里完成，因此，住宅市场将根据新的产业进化，出现局部功能优化。并且，未来会有大量不同行业的办公场所需求也会更为随意，居家办公将成为普遍现象。

二是元宇宙沉浸式功能房，将会成为住宅产品的标配。这个功能房不同于传统书房，要能有读书、开会、展示、甚至跑步健身的各种功能，因此这个房间的面积会更大，可以摆放各种可移动的家具，并预留留白空间，这样可以适应多样性的会议、娱乐、学习等多场景的沉浸式需求。

三是随着医疗与教育在虚拟世界层面发展成熟，居家中的老人可以足不出户去医院看病，孩子们也可以在

家里进行体验式的学习，这些都可以在元宇宙功能房里实现。

四是未来的居住会更无界，更多住所、分时产权房等模式可能会盛行。

五是中心城市内，除了传统居所外，只需满足基本生活需求的小型公寓或可成为主流，刚起步的年轻人大部分的生活乐趣可从虚拟世界获得。

六是未来的地产商在建造实体社区的同时，也需要有搭建虚拟社区的能力，建立健康、生活、社交需要的线上线下对应空间。其实可以这样想，原有住宅社区在元宇宙的产业概念下，会有更多衍生的、有价值的功能空间。

比如，在大量住区内预留的传统的广场舞锻炼空间，在元宇宙技术下，直接可以由线上体育老师领舞，全社区的广场舞爱好者都能获得最佳的老师资源。不仅是广场舞，各种全球健身达人的元宇宙沉浸式教学，都会给社区业主带来最新的健身知识和技能。

七是社区的景观设计与立面设计更注重交互性，实景

与虚拟交互的场景设计将成为地产新的美学道场空间。

其二，对于实体商业类项目而言，替代效应体现在对大量位置不佳或者体验空间没有特色的商业，会直接减少，而旧有商业，会有大量焕新改造的需求。

一是线下商业的定位越来越明确，它们这里就是一个圈层社交的领地。在未来元宇宙时代，每个线下商业项目都会形成自己的虚拟人代言团，会集结成自己的粉丝群体，并打造自身的虚拟生活圈和生态圈。

二是未来越来越多的实体商业，会有自己的元宇宙虚拟线上概念店。线下的商业可以同步开到线上元宇宙的平台社区中，实现真正的线下与线上的数字孪生。并且，线上概念店的销售额可能是线下店的几何级倍数。

三是而对于很多项目来说，元宇宙时代的高仿真虚拟人代言，也将成为一种潮流。高仿真虚拟人，是全真互联网时代的一个重要IP，这类项目如果率先落地到当下项目上，通过现实交互技术进行展示，会对当下沉睡的同质化市场形成一种降维打击。

四是从商业业态的多样性层面上看，线上的虚拟空间，将在线下诞生一系列新IP及新场景，未来商业空间审美进一步多样化及主题化。

五是娱乐主力店大换血，目前的影院为主的主力店模式将大受冲击，线上虚拟IP的线下互动空间、运动类主题空间，亲子乐园类空间或将成为新一轮的主力。

六是零售变展场，在所有购物行为都能在线上进行时，逛、试、圈层交流成为了大家出门购物的主要动力，未来成功的服饰、潮玩零售等也会实现线下线上同步的新模式。

七是餐饮业态上，目前流行的沉浸空间可能会进一步发展，将各种虚拟场景进行实体化，完成元宇宙无法复制的味觉感受及面对面社交场景。

其三，对于文旅业来说，元宇宙的冲击相对是比较直接的，但也有新的变化。

一方面，因为中国在未来践行双碳战略的背景下，大兴土木式的远郊文旅业的项目开发，将会越来越少。经过这次疫情，中国文旅行业将进入如同日本90年代后期那段时间，也就是在经济周期向下之后，整个旅游度假产业都将进入到更新改造的时代。

另一方面，在全真互联网时代，未来线上的沉浸体验感不亚于耗资巨大、舟车劳顿出游的体验，并且会有更多的更丰富的体验，比地球上现有的旅游资源更加丰富，因此很多人会选择在线上体验各种文旅奇观和旅游社交，这就形成了一种产品替代。

在城市微度假这个市场，会进一步活跃起来。因为大城市仍然会呈现人流聚集的趋势，大城市里的微度假旅游项目，结合新一代的元宇宙体验技术，会有更多沉浸感的场景出现，这将大大提升原有的感受，会形成旅游度假类产品更新迭代的新潮流。

对于现在一些已经成名了的著名景区，在元宇宙时代，也会出现自己的数字孪生。老牌文旅项目的线下知名度有利于建立起线上的粉丝社区，打造出居家就可沉浸体验的文旅数字化的元宇宙社交场景。（比如知名网红街区大唐不夜城已经启动元宇宙版的线上体验项目“大唐开元”。）

而在未来，由于大多数的旅游度假需求可以在城市中的元宇宙空间里解决，那么对于郊区或者远程的自然资源景区等这些资源独特的景区，将成为现实世界的一种奢侈品。它们对中高端人群仍然具有较高吸引力。而目前的景区服务配套需要进一步更新升级，形成野奢户外独特的吸引力。

元宇宙产业技术带来全新生活图景

当然，关于当前元宇宙产业的爆发风潮会有很多不同的反面声音。比如，有相当一批意见领袖们认为这是人类生活经济发展的一次内卷，是人类从现实世界走向虚拟世界的精神鸦片。

不过，我们应该客观的来看这个问题。

如今我们回过头来20世纪初诞生的互联网技术，经过20年的发展，它完全是跟我们的真实生活和生产工作的一种辅助和改良，当然它也有着巨大的产业替代效应。不管如何，技术发展到这个阶段，这个产业的勃兴是一种不可阻挡的潮流。现在我们该直面讨论的不是元宇宙产业应不应该诞生的问题，而是讨论如何最大化的利用这项新技术产业革新的问题。

其实，元宇宙作为一种更高级的IT技术，可以渗透到我们的日常实体生活的方方面面。上述几个方面的猜想，也只是这种新科技对房地产领域的一小部分应用。其实，在工程设计、管理服务、数字城市等更多领域，元宇宙产业有着更为广泛的应用。

相信在不远的未来，我们回头看2021年的元宇宙，就像现在人们回顾1903年的人类第一架飞机上天，2000年出现了互联网一样。一个新的技术生态将会给我们的是一个全新的生活图景。**城**

作者单位：领易咨询

编辑：马张驰