

当元宇宙遇上产业互联网

产业互联网正在变得深入，正在成为一种潮流和趋势。这并不仅仅只是局限在传统产业主动地进行科技化的转型和升级，同样还包含了以互联网玩家为代表的科技玩家对于传统行业的深度赋能。正是因为如此，对于现在市场上出现的，所谓的产业互联网是一场以B端为主要改造对象的新流量征伐站的想法，我是不赞同的。

如果我们将即将过去的消费互联网时代看成是一种对于C端用户的消费行为和习惯进行的一场深度而又彻底的改造的话，那么，即将到来的产业互联网更像是一场包含了B端和C端的更加彻底和全面的深度变革。正是因为如此，我们才有足够的理由相信，在产业互联网时代并不仅仅只是会出现类似消费互联网时代那样的为数不多的几个互联网巨头，而是应当会有更多的巨头出现。

尽管产业互联网为我们展示了极其富有想象力的思考空间，但是，从现在产业互联网玩家们的表现，特别是那些互联网玩家们的表现来看，他们正在将产业互联网带入到一种相对较为浅显，抑或是与消费互联网相类似的发展道路上。可以肯定的是，如果产业互联网按照消费互联网的发展逻辑继续前进，那么，它仅仅只是成为了消费互联网的影子，而无法真正变成自己。

一直以来，我都在思考，究竟什么才是真正意义上的产业互联网，究竟该如何去落地和实践产业互联网。然而，困囿于当时技术发展的局限以及商业实践的片面，我的很多思考都仅仅只是局限在互联网的范畴里，而没有真正打开有关产业互联网的真正思考空间。当元宇宙的概念开始火爆，特别是它对于虚拟世界和现实世界的融通所带来的震撼不断蔓延，我开始更多地从元宇宙的角度去思考产业互联网，并且对产业互联网有了新的看法。

元宇宙让产业互联网得到了复现。一直以来，当我们谈论产业互联网的时候，总是会有人问，产业互联网究竟是什么样子的？尽管我们始终都对产业互联网有十足的信心，特别是对它所带来的产业变革有足够的想象力，但是，我们始终都没有合理的例证向人们展示最为真实的产业互联网的样子。

当元宇宙的概念出现，特别是诸多应用场景通过元宇宙得到实现，以往我们所认为的，遥不可及的产业互联网有了新的解释注脚。透过元宇宙，我们可以将原本虚无缥缈的产业互联网真真切切地带入到人们面前，并且真正明白为何产业互联网会有如此强大的想象空间。

从某种意义上讲，元宇宙时代之所以会来临和出现，其中一个更为深层次的原因在于产业互联网真正得到了完成和实现。换句话说，产业互联网时代的成熟与完善，为元宇宙时代的来临奠定了基础。正是有了产业互联网时代的完美逻辑，元

宇宙才不会是一个虚无缥缈的存在，而是真正成为一个触手可及的时代。

我们都知道，元宇宙是建立在以大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网为代表的一系列新技术的基础之上的。但是，仅仅只是这些新技术本身，抑或是仅仅只是这些新技术的简单相加是远远不够的，我们还需要将这些新技术与产业深度融合，特别是用新技术去解决传统产业的痛点和难题，特别是要改造传统产业。只有真正让产业互联网有了彻底而又全面的改变，用户触手可及的才是新的产业，而这些新的产业共同组成的这样一个新世界，正是我们现在经常被提及的元宇宙时代。

可见，元宇宙真正让产业互联网得到了复现。如果没有元宇宙，产业互联网的概念都只是一个仅仅只是局限在B端的存在，而没有建构起其与C端世界的联系，最终，所谓的产业互联网就真的变成了一个类似消费互联网的概念。

元宇宙让产业互联网不再是假想。当产业互联网的概念被提出之后，很多人都对此产生了怀疑。其中，绝大多数的人都会认为，所谓的产业互联网，其实是一个互联网玩家们继续为了获取流量而进行的一种营销。事实上，产业互联网之所以会出现，更为深层次的原因在于用户的需求已发生了深刻而又彻底的变化，我们再用传统的供给方式已无法满足用户的需要。

当元宇宙时代来临，特别是当越来越多的玩家投身到元宇宙的浪潮里，我们看到的更多是有关产业互联网的脉络的逐渐清晰，并且最终让产业互联网不再仅仅只是一种假想。无论是英伟达有关元宇宙的真实实践，还是扎克伯格对于元宇宙的畅想，他们都在为我们展示出来的一个与众不同的世界，而这个世界，恰恰是用户真正需要的。

作为元宇宙的先头炮，产业互联网的出现并不是凭空捏造的，它是应对用户的真正需要来出现的。换句话说，产业互联网之所以会出现，并不仅仅只是因为玩家们为了获取B端的流量，而是因为需求端已发生了深刻而又全面的改变。也就是说，产业互联网是为了满足用户的新需求才出现的，它的萌芽是用户的需求驱动使然，而不仅仅只是玩家们生搬硬造的一个虚无缥缈的概念。

有了如此强大的用户需求，并且有了因这些需求而衍生出来的庞大的发展潜力，我们完全可以有理由相信，等到产业互联网时代真正来临，我们将不再仅仅只是看到某个行业仅仅只是出现了为数不多的市值过亿，过百亿的企业，而是可以看到海量的市值过亿，甚至过百亿的企业出现。这一点，同样是由元宇宙所展示出来了强劲的用户需求所引发的。

元宇宙让产业互联网有了生机



人们之所以将产业互联网看成是消费互联网的延续，甚至将它看成是消费互联网的代名词，其中一个很重要的原因在于，我们依然在用传统的资本逻辑和思路来落地产业互联网本身。可以想象的是，对于传统的互联网模式早已熟稔的资本市场来讲，早已看透了这样的发展套路。于是，被头部的互联网玩家推出的产业互联网开始遭受冷遇，很多时候，干脆就变成了消费互联网的代名词。

元宇宙的出现，特别是元宇宙在资本市场上受到的追捧为已经干旱无比的产业互联网带来了一场久违的春雨。有了这样一场春雨的滋润，产业互联网开始迎来了生机与活力。当元宇宙与产业互联网相遇，资本市场看待产业互联网的思维角度开始发生改变，并且开始逐渐理顺元宇宙与产业互联网之间的关系，一场以元宇宙为主导的产业互联网的资本新红利时代开始出现。

元宇宙除了在资本市场上开启与产业互联网结合的模式和方法之外，我们同样看到的是产业互联网的另外一面。一直以来，我们都认为，产业互联网都是枯燥的、漫长的，毫无生机的过程。很多的产业互联网玩家同样在不同的场合表示，产业互联网是一个干脏活，累活的过程。言下之意，就是产业互联网并不像消费互联网那样，仅仅是搭建平台，仅仅是追求资本那样简单，而是需要做更多地繁重且枯燥的工作。

当元宇宙的世界杯带到人们面前，人们对于产业互联网的固有、呆板的印象开始被改变，透过元宇宙，我们看到的是一个充满了生机，充满了活力的新世界。无论是虚拟世界的不可捉摸，还是现实世界的呆板和固化，在元宇宙的世界里都开始荡然无存。

至此，元宇宙不再是一个以往我们所认为的枯燥、呆板的形象，而是一种充满

了生机与活力的形象。对于产业互联网来讲，元宇宙可以说是激活了它的另一面，可以让更多的人愿意投身其中。

元宇宙让产业互联网得到了释放

困囿于互联网的产业互联网是无法迈开步子发展的，这是产业互联网的概念出现了这么多年，一直都无法获得快速发展的根本原因所在。如果说，产业互联网是一片死气沉沉的话，其中一个很重要的原因在于，它的能量并未得到真正意义上的释放所导致的。

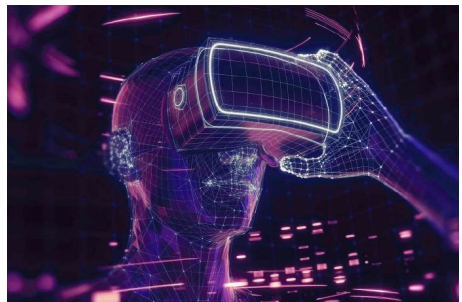
当元宇宙时代来临，特别是元宇宙所带来的虚拟世界与现实世界的打通，新技术的落地和应用，新体验的提升和优化，将会在一定程度上颠覆人们对传统产业的认知。人们在面对传统产业的时候，将不再是一个老气横秋的存在，而是变成了一个充满了活力的存在。究其原因，其中一个很重要的原因在于元宇宙让产业互联网得到了释放。

除了以上提及的元宇宙对于产业互联网的激活之外，元宇宙让产业互联网的产能得到释放，其中一个很重要的原因在于，它还让产业互联网在纵向上的巨大能量得到了释放。这才是产业互联网之所以会引起如此多的关注的根本原因。

有了元宇宙对于产业互联网的持续激活，特别是纵向上的深入而又全面的打通之后，产业互联网将会真正步入到发展的快车道，我们以往所认为的有关产业互联网的想象，可能都会在元宇宙时代成为现实。对于产业互联网来讲，这同样是一种释放。

当元宇宙与产业互联网相遇，我们看到的是一个完全与以往不同的产业互联网。对于产业互联网来讲，元宇宙如同一场春雨，一个样板，一次深井钻探。经历了这个阶段之后，产业互联网的能量才能得到充分释放，产业互联网的面目才能真正来到人们面前。

当元宇宙成为互联网公司的“颜值担当”



当整个世界都在关注元宇宙的时候，元宇宙正在走向失焦。

当扎克伯格宣布Facebook改名的时候，就已经有人开始怀疑他的动机了。很多人将扎克伯格对于元宇宙的如此激进的行动，看成是他为了挽救Facebook的估价所做出的投机选择。

扎克伯格并不独行。后来，微软、迪士尼等知名公司的持续跟进，更是将元宇宙再一次推到了风口浪尖。

现在的元宇宙，俨然已经变成了一家公司拉升自身估价，做高自身估值的唯一引擎。

前些天，腾讯在Q3财报公布之后的电话会议上，马化腾就谈了他对于元宇宙的相关看法，并且引发了市场有关腾讯即将投身

元宇宙的揣测，并且一度让腾讯的估价得到了拉升。

昨天，网易在Q3财报公布之后，丁磊同样表达了他对于元宇宙的看法，并且丁磊还信誓旦旦地表示，网易在元宇宙上具备抢跑的能力。

诚如以往网易比较热衷于掺和热点，这一次，丁磊对于元宇宙的表态再一次证明，网易又一次站在了热点的一边。

不得不说，现在的元宇宙已成为各大互联网科技公司的“颜值担当”。有了元宇宙，估价和市值都不是事儿。

当越来越多的玩家开始将目光投向元宇宙，当越来越多的玩家都在将元宇宙描绘成为公司的未来的时候，元宇宙正在从解决方案的意义滑向了资本市场的意义。

一旦元宇宙变成了一个彻头彻尾的概念，那么，当它对于资本的吸引力不再的时候，或许，将会和以往的VR/AR、区块链一样，成为一个无人问津的存在，最终，必然会落得个一地鸡毛。

很显然，如此这般的元宇宙与人们对于它的期望是不相衬的。我们需要的是更加客观和理性的态度来看待元宇宙，而不仅仅只是将它看成是一个概念和噱头。

相对于科技互联网公司们一遍又一遍地对于元宇宙的消费，我认为，元宇宙更需

要的是沉得住气的埋头苦干。

于是，我一度认为，未来真正的意义上的元宇宙公司，或许并不会出现在这些将元宇宙看成是拉升自身估价的公司身上，而是会出现在那些真正将元宇宙看成是一种新的技术范畴，而不断深入布局的公司身上。

比如，前些天刷屏的英伟达；比如，一直对元宇宙保持克制的苹果；比如，早早就看到了元宇宙的发展大趋势的腾讯。

经历了互联网时代洗礼后的我们，或许早就已经对元宇宙这样的概念有了切身的体会：但凡是那些被资本市场吹上天的项目，但凡是那些以资本为终极追求的项目，必然都会逃不过规模和效率的怪圈，最后都会成为一个哀鸿遍野的修罗场。

因此，当元宇宙以一种似曾相识的姿态出现在我们面前的时候，我们真正需要做的，或许正是以互联网时代的经验和教训为镜，真正找到一条有别于互联网式的发展道路。

无疑，上文我们提到的英伟达、苹果、腾讯等公司，正在朝着这个方向稳步向前，而不仅仅只是将元宇宙看成是下一个互联网，下一个区块链。

当元宇宙真正成为元宇宙自己的时候，它才能跳出原有的发展套路，才能真正找到适合自己的，富有自身鲜明特色的存在。

按照我的理解，元宇宙应当是一个多重技术的集合体，而不仅仅只是一个孤立无援的概念；元宇宙应当是一个与互联网有着千丝万缕联系的存在，而不仅仅只是一个与互联网毫无瓜葛的存在；元宇宙应当是一种生活方式，而不仅仅只是一个局限在某个场景或者某个行业的存在。

既然元宇宙有如此强大的能量，既然元宇宙可以释放出如此磅礴的动能，那么，我们在看待它的问题上，就不应该仅仅只是将它看成是拉升估价，做高市值的存在，而是应当变成一个细水长流，循序渐进，不断成熟的存在。

当元宇宙成为Facebook、腾讯、网易们财报的“颜值担当”，其实正在告诉我们，元宇宙正在从一个相对较为理性和客观的存在，滑向了相对较为激进和冲动的发展阶段。

或许，这才是刘慈欣之所以会将元宇宙看成是人类的一次内卷的根本原因。

或许，这才是真正了解元宇宙究竟是什么的人，之所以会对元宇宙保持克制的原因。

当元宇宙成为互联网公司们的“颜值担当”，或许，真的到了应该给它降温的时候了。