

Meta 布局扎克币，意在元宇宙？



Meta 对于元宇宙的布局一直都是雄心勃勃的。这一点，我们单单从当初扎克伯格的义无反顾地改名就可以看出一些端倪。不得不说的是，经过了 Meta 长期以来的布局之后，其已然成为元宇宙领域不可逾越的存在，但凡是谈及元宇宙，我们必然会谈及 Meta。

如果我们仅仅只是将 Meta 对于元宇宙的雄心勃勃归结为口头上的改名，抑或是扎克伯格有关元宇宙的阐述，未免有些太过简单的。在我看来，Meta 对于元宇宙的布局是实打实的，并不玩半点虚的。早前，我们看到过 Meta 的许许多多有关元宇宙的布局，从软件到硬件，无不涉猎，现在，又有消息传出说，Meta 正在研发针对元宇宙的虚拟货币——扎克币。

尽管此消息尚未得到 Meta 的证实，但是，对于试图打造一个完美的元宇宙世界的 Meta 来讲，推出针对元宇宙的虚拟货币的确是非常需要的，也是势在必行的。那么，Meta 布局扎克币的内在逻辑是什么呢？它又将会给 Meta 布局元宇宙带来怎样的影响呢？

扎克币，Meta 距离元宇宙又进了一步

尽管元宇宙在资本市场上受到了诸多追捧，诸多明星公司都开始投身到元宇宙的行列里。但是，我们依然要看到的是，所谓的元宇宙在很多情况下依然还仅仅只是停留在概念的层面上，距离真正意义上的应用，特别是距离真正意义上的商业化变现，尚且存在一定的距离。就连扎克伯格都曾经表示，元宇宙并不会是短时间内实现盈利。

元宇宙之所以会经历长期的发展，除了

和它本身的原始与稚嫩有关之外，另外一个很重要的原因在于，相对于以往其他的应用，元宇宙并不是一个直接可以商业化的存在，它需要建构一个庞大的生态，并且通过这样一个生态将人们的吃穿住行都囊括其中之后，才能真正成熟，才能真正实现盈利。

欲要达成这样一个生态并不是一朝一夕可以完成的，同样不是仅仅只有资本的助力可以实现的，它需要技术的力量，需要应用的完备等诸多条件，才能真正实现。这有一点像早期的互联网。我们都知道，早期的互联网依然是片段的，割裂的存在，并未真正形成这样一个生态，所以，在很多时候，诸多的互联网公司其实证明自己靠谱的一个关键要素，就是形成一套完整的商业闭环。

对于元宇宙来讲，同样需要如此。不可否认的是，元宇宙的确可以与诸多的场景、诸多的行业产生联系，并且可以将我们生活的方方面面全部都囊括其中。但是，我们同样要看到的是，如果仅仅只是将应用局限在元宇宙之中，而支付环节依然停留在元宇宙之外，那么，真正意义上的元宇宙的商业闭环是没有真正建立的。

于是，我们需要一个真正可以将元宇宙的生态完整实现的存在，我们需要一个真正可以将元宇宙的应用给串联起来的存在，只有这样，元宇宙才能形成一套完整的商业闭环，只有这样，元宇宙才不仅仅只是一个割裂的、分离的存在。

无论是在元宇宙世界里的支付，抑或是元宇宙世界里的价值体现，我们都需要一个类似于现实世界里的货币的存在。或许正是在这样一个大背景下，Meta 才有了打造

一个应用于元宇宙世界里的虚拟货币的想法，而这或许才是扎克币的真正来源。

我认为，扎克币的出现，预示着 Meta 布局元宇宙上的一大进步，距离实现真正意义上的商业闭环更近了一步。有了扎克币，未来，元宇宙可以建构一套属于自己的运行体系，而不再跳脱出元宇宙的世界之外。对于 Meta 来讲，在这样一个时刻推出扎克币，其实是有着自己的内在逻辑在的，它预示着 Meta 在元宇宙上的布局又进了一步。

扎克币，并非 Libra 的翻版

我们都知道，早在 Facebook 尚未改名为 Meta 的时候，其实早就进行过发币的布局，并且还是引起了相当程度的震动的。Libra，就是 Facebook 在虚拟货币领域的一次尝试。不得不说的是，Libra 是引发了相当的震动的，并且透过它，我们同样可以看出 Facebook 在区块链上的雄心勃勃。然而，由于 Libra 本身的诸多问题，加上监管上的要求，一直都未付诸实施。

于是，当我们看到 Meta 试图推出扎克币的时候，会想当然地将它与 Libra 联系在一起。我认为，扎克币与 Libra 之间还是存在着诸多的区别的。如果我们将 Libra 看成是一个数字货币与现实货币的一次桥梁的话，那么，扎克币则是在试图打造一个基于元宇宙世界里的通用货币。

Meta 之所以会布局扎克币，在很大程度上就是为了能够确保它所搭建的元宇宙世界可以更加完整地运行，可以更加快速地运行，而不是像 Libra 那样寻求一种虚拟世界与现实世界的平衡。然而，这并不代表着扎克币有 Libra 本身就是相斥的。

我认为，在未来的某一个时间点，扎克币和 Libra 之间会达成某种联系。因此，所谓的扎克币并非 Libra 的翻版，而是更多地是 Meta 未来打造元宇宙的闭环世界而进行的一次探索和尝试。从这样一个角度来看，Meta 推出扎克币，其实是在打造一个完整意义上的元宇宙闭环的。

扎克币，是对区块链的一次完美映射。一直以来，人们对于 Meta 布局元宇宙的看法，其实都是都这些许偏见的。很多人认为，Meta 之所以会投身到元宇宙里，其中一个很重要的原因在于，为了赢得资本市场的关注。的确，我们并不能够否认这一点。但是，如果仅仅只是将 Meta 布局元宇宙看成是为了投资本所好，而没有看到 Meta 在元宇宙上的布局，那么，所谓的看法，其实是不完整的。

我始终认为，无论是 Meta 早前发布的

Libra，抑或是其现在全力布局的元宇宙，它都是有着一套属于自己的内在逻辑的。这样一种内在逻辑，便是长期以来其对于区块链的布局。与其说，扎克币是 Meta 布局元宇宙上的雄心，不如说其是对于区块链的一次完美映射。

原因在于，无论是在扎克币的身上，抑或是在 Libra 身上，我们都可以非常清晰地看到有浓厚的区块链的痕迹。正是有了在区块链上的布局，才会有了后来的 Meta 全力发力元宇宙，才有了后来扎克币的出现。

因此，如果要找到真正导致扎克币出现的内在逻辑的话，其最为根本的原因在于 Meta 在区块链上的长期布局，它是区块链技术逐渐成熟的一种必然，它是区块链的生态正在走向完善的一次完美的体现。如果我们仅仅只是将 Meta 推出扎克币看成是一次元宇宙的进化，那么，只能说看到了皮毛，并未真正了解其真正意义上的驱动力。

这并不仅仅只是在 Meta 身上有所体现，对于任何一个有志于在元宇宙领域有所作为的玩家来讲，其实都应该看到这一点。他们不应该为了元宇宙而元宇宙，而是需要看到区块链在推动元宇宙萌芽和发展过程当中的应用，并且需要真正用区块链来作为内在的驱动力来促进元宇宙的发展，而非将发力点放到区块链之外的其他领域里。

认识到这一点，我们才能真正了解扎克币出现的内在逻辑，而非仅仅只是将扎克币的出现局限在元宇宙本身。因此，无论是 Meta 在元宇宙的早期布局，抑或是现在我们所看到的布局，其实，其最为根本的内在驱动力都是源自于区块链技术的。认识到区块链在其中扮演的重要作用，并且以区块链来发力，才能让区块链行业的发展带入到一个全新的时代，才能真正理顺元宇宙发展的内在逻辑。

当元宇宙的发展开始走向深入，特别是当它开始形成一个完美意义的商业闭环的时候，我们开始越来越多地意识到区块链在其中所扮演的重要作用。认识到这一点，我们才能真正理顺元宇宙本身以及其衍生品的潜在内涵和意义。如果一定要为其找到一个完美的解释的话，那么，种种迹象都在表明，区块链所打造的光怪陆离的新世界正在一步步向我们走来，一个区别于互联网的全新世界，正在浮现在我们面前。

总之，区块链导致了元宇宙，元宇宙催生了扎克币。区块链，才是导致这一切的原始动能和根本原点。

华为支付能撼动微信支付、支付宝钱包吗？

支付宝钱包和微信支付在移动支付市场的地位是毋庸置疑的，即使银联推出了各种刺激活动，但都无法撼动二者在移动支付市场的江湖地位。包括今年开始的经营用户不得用个人二维码收款业务，转而开始使用经营码等等，间接地都是利好银联支付模式的；但即使如此，支付宝和微信在支付市场的地位还是牢不可破坚不可摧的。人们在支付的时候依旧是使用微信或者支付宝，其他第三方支付的身影寥寥无几，这就是习惯培育的力量。

1. 华为支付意在何为？

日前，有媒体报道称，华为杀入了移动支付行业。据悉，华为支付已经上线数月，正在进行推广。华为支付已覆盖华为系应用和部分第三方应用，包括华为音乐、华为视频、华为阅读、芒果 TV、有道云笔记、PP 视频等。而且，媒体报道称，华为支付是经中国人民银行许可，由深圳市讯联智付网络科技有限公司提供的支付服务。

华为支付依托华为钱包为管理入口，为个人用户提供余额支付、银行卡支付、红包、充值、提现等服务；并为企业用户快速集成支付能力，提供资金结算、自动分账、营销赋能等服务。其实使用华为钱包已经很久了，但更多的时候是为了模拟门禁卡而选择，其他的模式基本并没有使用过。

如今华为支付切入到移动支付市场，对于市场只是一种补充，虽然有庞大的终端支持，但用户的使用习惯并不是以载体为唯一承担的。就如同很多人有信用卡，但在支付的时候依然喜欢直接扫二维码或者被扫码支付，信用卡也只是直接和支付模式绑定而已。这就是一种消费惯性。当然，或许有人

会说，手机是人们随身佩戴的刚需，扫码更简单，而信用卡之类的并非如此。因此，终端的使用才是关键，这一点倒也正确，起码佩戴才有使用的机会，手机厂商的优势也是如此；不过，只有终端并不是唯一。

2. 支付市场的门槛不高吗？

有人觉得移动支付的门槛不高，终端产品是关键，其实这种观点并不一定正确。众所周知，苹果公司也早已经推出了 Apple Pay，但是其在全球市场的发展，包括在中国国内市场的发展并不尽人意，苹果的 iPhone、iPad 系列终端的全球覆盖率是首屈一指的。为何在移动支付市场就没有同样带来席卷的优势呢？

其实就是移动终端并不是唯一。用户使用移动支付的习惯以及市场培育才是关键，在这方面，我们看到无论是支付宝还是微信，都付出了很多。无论是每年的红包刺激计划，以及各种优惠活动的不断激励，都是对用户的一种吸引和培育。我们也关注到，在特殊时期，各地都推出过很多移动支付优惠券之类的活动，而载体是银联支付，云闪付的推出和各种优惠券的发放，但人们在薅羊毛之后，还是会回到支付宝和微信支付中，对于云闪付模式的漠视依旧。

可以说，移动支付现在已经是壁垒森严，这种壁垒就是用户使用习惯的养成，以及由此带来的一种惯性支付消费模式。再加上，作为两大互联网巨头，支付宝和微信的技术应用和消费模式刺激一直在跟进，都会牢牢地巩固着其在支付市场的地位。这是苹果、银联、华为都难以撼动的根基。这一点，不是以移动终端的数量就可以取胜的，即使支付宝、微信没有自己的终端，但因



为庞大的用户基础，任何的终端都会成为其终端，这才是最大的优势。

3. 商家的跟随是力量的源泉

如今我们在很多周边的菜店、便利店、小超市，都可以看到刷脸支付的出现，这个主要是支付宝在推广中，这是庞大的一个支付毛细血管，不要小瞧这种不起眼的配置，这是另一种不接触支付的尝试，也是可以让用户甩掉手机终端的模式。也就是说用户即使没有佩戴手机，依然可以消费支付，只要刷脸就可以。而且在这种特殊时期，是可以不掏出手机就可以完成支付的。

只要是简便的模式，就会满足一部分“懒人”用户的需求。这是另一种消费愿望和习惯的培育期，一旦形成较大规模，尤其是能满足用户的需求之后，就会带来另一种改变。也就是说用户的手机都不会成为刚

需了，只要开启了刷脸模式就可以了。因此终端本身的优势并不是移动支付的唯一载体，这也是苹果公司即使拥有庞大的 iPhone 用户群，但是在中国的移动支付市场并没有形成规模。

还有一个非常重要的影响就是终端服务商的使用习惯，也就是商家会提供什么支付方式。目前的草根商家基本是提供“两码”支付，那就是微信支付和支付宝支付，只有这两种扫码支付，或者被扫码支付才是主流，而不是其他模式。这种草根力量是不可小觑的。商家愿意提供这两种结算模式，是因为用户的支付习惯带来的，这是相互的过程，而且由于这种牢固的稳定关系会不断阻挡着其他移动支付模式进入。这种门槛其实并不是轻易可以攻破的，这一点，对于苹果和华为来说都是如此的。