

声音

元宇宙的核心是场景连接

访脸脸科技创始人、董事长、CEO何一兵

2021年10月28日，Facebook创始人扎克伯格在“Facebook Connect”大会上将Facebook更名为“Meta”，宣布公司将专注于转向以虚拟现实为主的新兴计算平台。

而在此前后，包括微软、英伟达、腾讯、百度、网易等在内的多家国内外巨头企业均宣布了在元宇宙领域的布局。甚至上海市政府在年底的市委经济

工作会议上也提出了“引导企业加紧研究未来虚拟世界与现实社会相交互的重要平台”的政策表态。

脸脸科技创始人、董事长、CEO何一兵提出了元宇宙发展的三个阶段：“首先是虚拟世界的构建，比如现在已经有人去元宇宙买地盖房；其次是打造现实世界的全息仿真，比如提

供给外科医生的尸体解剖；再次，才能进入更高级的阶段，即是构建全息仿真世界与现实世界的融合。”在何一兵看来，“随着AR/VR技术的不断精进，AR眼镜有可能取代手机成为下一个计算平台，透过眼镜感知到的世界既是现实的也是虚拟的，人类将生活在虚拟和现实相互交叉的世界里。”

元宇宙的核心思想就是“场景”

脸脸现在做的一件事情就是要把店开在屏上，实际上是帮助线下商业场景实现数字化，即“数字孪生”。

《中国经营报》：2021年，互联网科技巨头纷纷入局“元宇宙”，是否意味着下一个新的风口已经开启？

何一兵：我认为用一个简单的“风口”还不能够去概括元宇宙的重要性，应该是一个“时代”去表达更为准确。在此之前，我们从PC互联网时代进入了移动互联网时代，接下来，我们要进入的时代是“元宇宙”的时代。

如果说PC互联网时代是互联网1.0，移动互联网时代是互联网2.0的话，那么元宇宙时代可以理解成互联网3.0。我们说，从1995年到2007年这12年，我们把所有的桌面电脑连成了一张网络，形成了一个desk on line的网上世界。2007年，乔布斯发布了iphone1，移动智能终端问世，此后，这个移动终端就像人的一个器官一样，形成了一个人与人之间进行连接的网络。

到了元宇宙时代，移动终端将由“手机”这种专注个人计算的平台转换成“眼镜”这种以场景计算为核心的平台，因为元宇宙未来的核心思想就是场景的连接。它改变的，将不仅仅是我们商业的某一个方面，也不仅仅是生活的某一个方面，而是会全面地影响我们的世界。

从狭义的角度进行理解，虚拟世界的构建是从VR、AR开始

的，与传统的线下物理世界的创造和改变不同，VR、AR带来的对世界表达方式的改变，让人类开始慢慢有了一个上帝视角，就像以色列历史学家尤瓦尔·赫拉利《未来简史》中所描述的“神性的觉醒”。这一“神性”将不仅仅体现在对新世界的“掌控力”方面，同时还有定义的能力，是人类对自我的认知突破。

我非常确定，人类将要跨入的下一个时代，将带来非常大的改变，但是现在其实还远远不是。PC互联网和移动互联网所构造的数字世界，充其量只能算是元宇宙的史前时代，而2021年也只能称作“元宇宙元年”。

《中国经营报》：当前的移动互联网时代裹挟了很多实体产业进行数字化变革，那么，从元宇宙未来的发展路径来看，哪些行业企业还会被“元宇宙”裹挟带入？

何一兵：虚拟世界与现实世界的交互、融合、叠加将是元宇宙最后完成的阶段，虽然还不是终极的状态，但它具有重要意义。它标志着个人计算平台向场景计算平台的转换，比如脸脸科技现在正在打造的购物中心，就是把现实世界当中的场景——“大屏”，升级成场景计算平台。

关于场景计算平台，可以用一个例子说明，比如有人开车喜



欢看线下的路标，有人现在更适应线上的导航，但如果导航错了，走的路也就错了。但在虚拟世界里，计算平台从手机换成了眼镜，你的眼睛会看到一个虚拟世界叠加在一个现实世界上，你看到的路牌是在虚拟世界里，但它叠加在了现实的高速公路上。

同样的，在商业世界里，我们有线下商业的形态，也有线上的电商，但在未来的元宇宙时代，你通过眼镜这个计算平台看到的商品（比如杯子），直接就可以知道它的不同的规格和价格，甚至对着这个商品做个手势就可以下

正在这一技术路线图下，脸脸科技提出了“2500万个场景革命”，开始打造基于未来的场景互联网络。通过移动互联网、大数据、AI等新技术的综合运用为实体商业赋能，希望通过“数字孪生”的模式为未来元宇宙时代的真正到来做好准备。近期，《中国经营报》记者专访了何一兵。

老板秘籍



为什么2021年被称为“元宇宙元年”？

到了元宇宙时代，移动终端将由“手机”这种专注个人计算的平台转换成“眼镜”这种以场景计算为核心的平台，因为元宇宙未来的核心思想就是场景的连接。它改变的，将不仅仅是我们商业的某一个方面，也不仅仅是生活的某一个方面，而是会全面地影响我们的世界。

从狭义的角度进行理解，虚拟世界的构建是从VR、AR开始的，与传统的线下物理世界的创造和改变不同，VR、AR带来的对世界表达方式的改变，让人类开始慢慢有了一个上帝视角，就像以色列历史学家尤瓦尔·赫拉利《未来简史》中所描述的“神性的觉醒”。这一“神性”将不仅仅体现在对新世界的“掌控力”方面，同时还有定义的能力，是人类对自我的认知突破。

我非常确定，人类将要跨入的下一个时代，将带来宇宙本质上的转换，但是现在其实还远远不是。PC互联网和移动互联网所构造的数字世界，充其量只能算是元宇宙的史前时代，而2021年也只能称作“元宇宙元年”。

如何避免企业在风口到来前就被出局？

多数创业者大概率是“前浪死在沙滩上”，是抓不住机会的，我比较特别，可能经验也不能完全复制。不过，有一点是可以分享的，那就是不要轻易放弃，尽量让企业活的那一口气比较长。创业的气场很重要，就是活着是最重要的，要想尽一切办法活着，不管在什么阶段，你始终要找到能够挣钱让企业生存下去的办法。当然，你也不能为活着就失去了理想，所以这里有一个节奏的把握。

深度

元宇宙将改变商业世界

到底是先认识到了元宇宙的存在，才会去做了“屏”的业务，还是看到市场对“屏化空间”的需求之后，才逐渐摸索出了元宇宙未来的场景？

对于这一问题，何一兵从产业发展的逻辑上进行了推导。他告诉记者，“8年前创办脸脸科技，是因为看到了移动互联网在‘人’的维度上实现了线上、线下的融合，这种融合让我看到了巨大的连接能力，我希望把它呈现在人和场所的连接上。”

在何一兵看来，不管是PC互联网、移动互联网，还是未来元宇宙的互联网，本质都是连接加内容。在PC互联网时代，BAT做了三个重要的连接，百度做了人和信息的连接，阿里做了人和商品的连接，腾讯做了人和人的连接，但都体现了“大时空”的异步连接特性。

“在移动互联网时代，它的连接特性在人这个维度上呈现了‘小时空’的同步连接特性，比如在打车软件中实现的车和人的连接，而我们要做的就是购物中心这个小时空里商户和人的连接，当你拿着手机到了购物中心，购物中心能不能连接你，这正是我们8年前切入的角度。即人和场所的连接，构建一个线上、线下融合的场景。”何一兵表示。

事实上，脸脸科技最重要的关键词就是“场景”，早在2013年就喊出了场景的概念，而场景这一概念恰恰又是元宇宙的核心战场。

何一兵告诉记者，“从移动互联网时代的‘店随人走’，到未来的‘货即是店’，中间一定会经过一个店在屏上的过程，脸脸科技用个人计算平台和场景计算平台之间的双屏互动，来打造场景电商，实现我们把店开在线下商业场景的屏上，这不是简单的idea，而是基于未来的商业判断。”

按照何一兵讲述的产业逻辑，“店在屏上”会是一个承上启下的阶段，一方面它开在线下的商业场景里，完全融合了线下商业；另一方面又融合了电商的各种玩法，比如屏上可以有直播电商、有拼团秒杀等所有线上的玩法。

对于新世界，何一兵判断未来50年，人类生活的世界将会被三个非常重要的技术完全改变。一是人类将从单基生物走向双基生物。人类本来是以碳基这样一个单基构建的生物，然后我们用自己的聪明才智又构建了一个硅基世界，元宇宙世界就是一个碳基和硅基叠加的双基世界，比如脑机接口会形成两基世界的连接。这也会让人类最终成为一个双基生物。

第二个非常重要的技术就是AR、VR技术，这是基于强大计算能力的眼镜的技术。未来眼镜加手表等于个人计算加场景计算，最终实现虚拟世界和现实世界的叠加融合。

第三个技术非常重要的就是区块链技术，区块链技术使得我们从一个垂直结构的社会，走向一个扁平的、平行化的社会，未来在元宇宙世界里，我们人类可能会同时构建很多个平行世界。一个人可能会在平行世界里面来回穿越，过不同的人生。

本版文章均由本报记者丽丽采访写

2500万场景连接背后的“计算”

可以说，我们当前做的事情，恰恰是在为未来真正元宇宙时代的到来打下场景的基础。

《中国经营报》：你们曾经提出过“2500万个场景革命”和“屏化空间”，以及“脸脸科技未来会是元宇宙购物的必经之路”，这一定位背后的商业逻辑是什么？

何一兵：是的，脸脸科技有一个口号叫“2500万个场景革命”。我们的重点是聚焦在购物中心、传统的商业门店等线下的商业场景，希望帮助他们实现数字化。商业场景的核心元素有三个，即人、货、场。事实上我们把放在购物中心里面的大屏升级成了一个场景计算平台，通过场景进行计算，跑各种应用，通过超级屏店实现人、货、场在场景里面的数字孪生。

在数字孪生体系里，人对应的是流量，平台对应的是场，货对应的是数字化的内容。可以说，我们当前做的事情，恰恰是在为未来真正元宇宙时代的到来打下场

景的基础。未来，脸脸打造的超级屏店可能会消失，最终将与眼镜结合在一起，成为一个场景计算平台。

当然，这在技术路径和商业路径上会有一些门槛，比如只有真正的MR眼镜（混合眼镜）技术的突破，才能将我们从元宇宙的史前时代真正带入元宇宙时代，我的一个基本判断这至少要在5年以后。但是，元宇宙的概念会让我们更加系统地去思考未来，把企业的商业远景放在元宇宙的框架下进行分析，让我们更加坚定脸脸科技以场景为核心，通过打造场景的数字孪生来赋能线下商业，打造线上、线下融合的逻辑，这也让我们当下所做的事情有了更长久的意义。

所以，以5年为期，我们正在做的就是以购物中心为核心，打造2-5公里范围的场景互联网络，

估计到明年，这一网络可能会覆盖中国1000个购物中心，包括一、二、三线城市的头部购物中心。

《中国经营报》：对商家而言，脸脸科技的“屏”是基于存量的改变，还是会产生增量的消费内容？

何一兵：可以这样理解，对于典型的逛商场用户来说，消费需求是在逛的过程当中被场景触发的，这样，脸脸科技的屏就可以叠加非常多的应用，其核心是帮助购物中心实现屏前客流的数字化运营，更形象地说，你可以把它当作一个“屏店”。

比如，你到了购物中心，有一家店在3楼、4楼，你不一定会去逛，但是我的屏店是在1楼人流量比较聚集的地方，我就可以把3楼、4楼的商品，放到我这个屏店上。用一些更加好玩的游戏，以及一些会员权益的设计，实现屏前客流的数字化的转化、引流，把

他引到3楼、4楼去。

我们把这种电商模式叫作“场景电商”，实现的客流的运营逻辑叫O2O2O，即先是offline to online，然后再online to offline，就是先将线下客流数字化，然后再把客流引导到购物中心里面的各个门店进行消费，从而形成对客流的运营闭环。

由此，脸脸科技的“屏”，既有存量的改变，也有增量的内容。事实上，现实本身就是一个非常大的存量品，是一个屏的世界，只是需要进行旨在双向互动的场景计算的升级。同时，还有相当大的空间立面需要被屏化，比如如何打通地铁空间和线上商业空间的连接等等。所以，基于场景互联的想象空间非常大，当有一天眼镜作为新的计算平台成熟之后，脸脸科技的内容都将为那个时代做好准备。

创业成功的本质在于让“气”变长

创业的气场很重要，就是活着是最重要的，要想尽一切办法活着，不管在什么阶段，你始终要找到能够挣钱让企业生存下去的办法。

《中国经营报》：你曾是中国黄页和e签宝的创始人，从你个人的创业轨迹来看，你认为有一定的连续性吗？

何一兵：有，而且有非常大的连接和连续。坦率地说，1995年我们创办的中国黄页，算是中国第一家互联网公司。当时我们帮线下的企业，特别是外贸型企业做网站，搭建中英文的平台，就是利用互联网把中国企业的信息传播到海外去，后来阿里巴巴也是循着这个思路来展开的。它们有一个非常重要的特点就是企业服务，从中国黄页到后来的e签宝再到脸脸科

技，我们背后都是to B的基因。

e签宝是互联网的一个基础工具，因为当我们在构建一个线上世界的时候，基本上已经实现了全数字运营的闭环，比如网上购物、网上办事、网上支付等。但一旦涉及签署合同时，就都要从信息高速公路上下车，然后大家签字、盖章，用快递寄来寄去，或者人跑来跑去，这是全社会完全实现全数字化运营的最后一个梗阻，要把这个梗阻打通，就一定要实现电子签名。

我们做e签宝时，我国的《电子签名法》还没有颁布，但是我认

这是一个必然的趋势，互联网的发展一定会迎来这样的一个时期，但没想到时间有点长。

《中国经营报》：如何避免企业在风口到来前就被出局？

何一兵：多数创业者大概率是“前浪死在沙滩上”，是抓不住机会的，我比较特别，可能经验也不能完全复制。不过，有一点是可以分享的，那就是不要轻易放弃，尽量让企业活的那一口气比较长。创业的气场很重要，就是活着是最重要的，要想尽一切办法活着，不管在什么阶段，你始终要找到能够挣

钱让企业生存下去的办法。当然，你也不能为活着就失去了理想，所以这里有一个节奏的把握。

我们创立e签宝后的前12年，公司都只有10个人左右的规模，一直到2015年，我们做出了上云的重大改变，一下子就抓住了风口，不然的话可能也就是一家小公司。但现在它是电子签名领域的领导者，合作伙伴遍布全球顶级企业，我们在2021年9月完成中国电子签名行业首个E轮融资，金额达12亿元，同月战略并购金格科技。最终在核心业务中释放了它的价值。