

# 元宇宙房地产量价猛跌 警惕泡沫背后的“欺骗性”

本报记者 秦泉 北京报道

就在现实中的房地产行业陷入低迷之时，元宇宙世界的房地产也是举步维艰。

随着元宇宙与加密货币在2021年迅速走红，各行各业纷纷进军元宇宙，元宇宙房地产

## “寸土寸金”

2017年元宇宙中一个地块均价为20美元，到了2021年便猛升至约4万多元人民币。

元宇宙房地产是构建在元宇宙世界，也就是虚拟世界里的房产和地产，元宇宙房地产与现实世界的房地产其实是非常相似的，除了不能居住以外，可供用户创建、投资、拥有、租赁、出售或购买，地理位置和配套设施等都成为了影响元宇宙房地产价格的重要因素。

目前元宇宙主要房地产开发商包括 Decentraland、The Sandbox、Cryptovoxels、Somnium Space 等。其中，The Sandbox 目前在市场上占据主导地位。

以 Decentraland 为例，该公司在它的平台上共推出了 90601 块土地（面积相当于梵蒂冈的 48 倍），最小的交易单位是一个地块（232 平方米）。这些土地被划分为不同的区域，比如，加密货币谷（对应现实中的硅谷），时尚街（对应比弗利山庄），博彩区（对应拉斯维加斯）等。买家可以投标相应的土地，然后将其建成住宅区或商业区，也可以从二级市场上直接购买。在此之后，玩家可以使用游戏开发商开发的数字货币“Mana”进行交易或者经营该物业（1Mana 约换算成不到 5 美元）。

据 CNBC 报道，2017 年元宇宙中一个地块的均价为 20 美元（约 183 元人民币），而到了 2021 年便猛升至约 4 万多元人民币。而 2021 年，北京房价均价为 58740 元/平方米。

即便如此，也让众多投资者趋

交易也愈发火爆，其价格一度比北京的房价还要高，但即使如此依然有无数买家争先恐后、趋之若鹜。

不少业内人士表示，所谓的元宇宙房地产，本质上还是 NFT（Non-Fungible Token，指非同质化通证，实质是区块链网络中具有

唯一性特点的可信数字权益凭证）。NFT 是基于区块链技术发行的数字资产，由于其产权归属、交易流转都被记录并且不可以被篡改，因此每块地产都具有独一无二的特性。但元宇宙房地产并不能像真实房地产一样创造价值，在元宇宙中“炒房”需更加谨慎。



随着元宇宙的迅速走红，元宇宙房地产愈发火爆，曾引得无数买家趋之若鹜。视觉中国/图

之若鹜。2021 年 11 月，加拿大投资公司 Tokens 子公司 Metaverse Group 以约合 243 万美元的等价加密货币，购买了 Decentraland 平台上的一块虚拟土地。这次交易，也创下了该平台虚拟房产价格交易纪录。但很快这一纪录就被打破，另一家投资和开发虚拟房地产的公司以 430 万美元的价格在沙盒游戏平台 The Sandbox 上收购了一块虚拟土地。

不仅仅是房地产巨头，普华永道、阿迪达斯、华纳音乐集团等也在元宇宙中购买了土地，用于构建咨询中心、虚拟音乐场地等。

区块链公司 Tokens.com 的创始人兼首席执行官 Andrew Kignel 曾对外表示，元宇宙中品牌和广告所聚集的地方就是高价值的地方。对许多品牌来说，元宇宙更重要的

是广告牌而不是建筑物——在元宇宙中购买土地就像是今天在互联网上购买广告栏位。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对记者表示，元宇宙房地产暴涨的核心逻辑有两个方面：其一是大多数元宇宙房地产以虚拟货币作为对价，所以虚拟货币的泡沫自然延伸到元宇宙房地产，且当前以太坊的 gas（网络上执行特定操作所需的计算工作量）等也是和虚拟货币挂钩，所以元宇宙房价是虚拟货币炒作的延伸；其二是大多数元宇宙房地产关联流量经济，其本质是上市游戏，用户多了，自然元宇宙房地产的商业价值就高了，随着几个游戏热度的下降，自然而然地，元宇宙房地产的价值就大不如前了。

## 价格大跌

2022 年上半年内元宇宙房地产价格跌幅达 85%。

进入到 2022 年，几大元宇宙平台内的虚拟土地价格大幅下降，平均价格从今年 1 月份的每个地块约 1.7 万美元下降到 8 月份的约 2500 美元。

元宇宙分析平台 WeMeta 的数据显示，2022 年上半年内元宇宙房地产跌幅达 85%，而整体的销售数量也从去年的 1.6 万笔跌到今年 8 月份的 2000 笔，下降了 87.5%。

以 Decentraland 为例，2022 年 2 月份出售的土地每个地块平均价格达到了 37238 美元的峰值。但到了 8 月 1 日，它们的平均价格已降至 5163 美元。The Sandbox 的平均售价也从 2022 年 1 月份的每个地块 35500 美元左右下降到如今的 2800 美元左右。

## 强化监管

元宇宙或 NFT 都是需要长期技术研发以及产品或服务创新的。

不仅仅是元宇宙房地产，随着近两年元宇宙概念的火热，元宇宙也衍生出诸如数字藏品、社交、游戏等诸多的经济行为，但在经历了短暂的高光后，接连出现爆雷的现象。

对此，沈萌表示，元宇宙和 NFT 都是处于演进改善阶段中的技术概念，是建立在诸多技术人员执念中的人类终极解决方案，但实际上其中一些人缺乏现实性和经济性的认知能力，认为一切问题都来自于人的行为缺陷，所以只要由技术出面进行无人干扰的判断，这个世界就会变得更美好、公平、正义。这种偏执的观念，也很容易在当前经济等各方面形势给人们生存带来严峻压力的阶段形成巨大的“欺骗性”，或许不能否认这些技术概念的确存在自身的优势，但

是也不能盲目乐观甚至超前地认为这些是一切问题的标准答案。没有人能预知未来，甚至都无法预知明天，所以也完全没必要对这些概念保持非理性的立场。

盘和林认为，当前对元宇宙中数字资产的产权问题尚未有明确结论，虚拟货币在国内是无法流通的。所以，未来国内元宇宙不会衍生出虚拟货币的概念，即使有，也应该是数字人民币。消费者主要是识别数字资产的价值，如今主要形式是数字藏品。数字藏品具有艺术价值、商业价值和金融化价值，投资人如果聚焦于艺术价值和商业价值，是可以参与的。消费者购买元宇宙房地产，国内当前也很少有供给，但对于国外的元宇宙房地产，消费者就需要了解其流量的本质。

而对于以“元宇宙”为噱头滋

元买下一幅数字作品的 NFT 一样，通过营造稀缺性并鼓吹未来价值，制造非理性的行为。

中国房地产数据研究院院长陈晟则从房地产的角度向记者做出了分析，他认为，虚拟房产平台、虚拟房产这些所谓的元宇宙房地产概念，实际为伪概念，不是真正的元宇宙模式。它只是一种概念的重构，所以从趋之若鹜到暴跌，本身就是虚幻的。

他强调：“房地产行业的元宇宙的应用方式，首先要建立底层数据架构，实体与虚拟一一对照，我们叫做城市的底板，基于底板模拟现实，再反向地去影响销售、金融、物业等实际行为，最后达到虚实互动的效果，这才是真正的元宇宙房地产。”

生的“乱象”，业内也在呼吁加强监管。

沈萌表示，元宇宙或 NFT 都是需要长期技术研发以及产品或服务创新的，短期之内都无法对人类形成非常明显的整体收益，所以任何以所谓短期内能给自己带来巨大成长空间的企业行为基本都属于夸张甚至是误导。而元宇宙或 NFT 现阶段的预期也并没有任何超出已有技术理论或手段的范畴，只不过是把这些已知的知识进行整合优化。那么以这样整合优化为手段的企业，或许会更早分享到概念发展的红利。

盘和林则表示，现阶段监管策略重点是促使金融机构和虚拟货币等脱钩，强调区块链技术的功能性，强调元宇宙和实体经济结合，规避其金融属性。

# 二季度国内 PC 市场“豹变”：华为跻身前四 高端游戏本崛起

本报记者 李玉洋 李正豪 上海报道

8 月 25 日，市场研究机构 Canalsys 最新调研报告显示，中国内地 2022 年第二季度个人电脑（台式机、笔记本、工作站、平板等）出货量为 1148.5 万台，同比下降 16%，创下自 2013 年以来最大降幅。

从台式机/笔记本电脑两大类来看，今年第二季度国内 PC 市场上台式机（包括台式工作站）和笔记本电脑（包括移动工作站）分

别下降了 26% 和 10%；从消费和商用两大领域看，受需求疲软影响，第二季度的出货量分别下降 19% 和 13%。

不过，PC 市场冰点中也有热点可见，虽然消费级和商用级 PC 表现不给力，但高端游戏本则异军突起，实现了 45% 的抢眼增幅。另外，根据 Canalsys 数据，在 PC 市场上，华为表现亮眼，二季度出货量达 83.8 万台，同比大增 80.7%。

Canalsys 分析师 Emma Xu 表

## 新排名：华为表现亮眼

从具体品牌的出货量来看，联想、戴尔和惠普依然位列三甲，华为则取代华硕跃居第四位。Canalsys 数据显示，联想出货量 462.2 万台，市场份额 40.2%，同比下滑 17.5%；戴尔出货量 162.3 万台，市场份额 14.1%，同比下滑 14.0%；惠普出货量 91.5 万台，市场份额 8.0%，同比下滑 17.4%；华为同比大增 80.7%，超过华硕，市场份额达到 7.3%，排名第四；华硕出货量 77.3 万台，市场份额 6.7%，同比下滑 17.5%。可以看出，华为是前五名中唯一出货量上升的 PC 品牌，另外四个品牌的降幅则都在两位数。

## 新变化：新旧两代同时卖

“现在一方面疫情‘红利’吃完了，另一方面存在经济形势的不确定性。”面对这波 PC 行情转寒，在 PC 行业工作 6 年的朱明（化名）告诉记者，之前受新冠肺炎疫情影响，PC 市场火热了一波，现在降下来也很正常。

朱明如今在一家 PC 领域头部厂家工作，主要负责产品规划。“去年有很多库存没清完，今年汇率变动、上游涨价，所以清库存和推新品都不太顺利，只能往下调预期。”朱明表示，今年国内 PC 市场最突出的一个变化是“厂商放弃了年初就完全清完老款产品的努力，而是改为新老两代同时卖”。

而平板电脑市场的出货量相对要好一些，总出货量为 586.7 万台，同比微增了 4.3%。平板方面，二季度国内市场的 Top5 分别是苹果、华为、联想、小米和荣耀，尽管 iPad 是最强势的平板，可也不得不接受同比下滑 19% 的事实。

具体来看，苹果虽然凭借 139.7 万台的出货量和 23.8% 的市占比仍排名第一，但却同比下降了 19%；紧随其后的是华为平板，其出货量为 103.9 万台，市场占比为 17.7%，排名第二，同比增长 0.5%；排名第三的联想共出货 78.5 万台，虽然同比增长了 13%，市场占比也

提升到了 13.4%，但距离华为和苹果的市占比还有差距。

“考虑到宏观经济和就业市场的不确定性，消费者信心跌至谷底，从而抑制了其更换产品的需求，特别是那些将个人电脑用作第二生产力工具或休闲娱乐用途的用户需求。不过好消息是，消费者对高端游戏本的需求仍然强劲。”Emma Xu 如此表示。

Canalsys 报告称，高端笔记本电脑和游戏本的需求依然十分旺盛，该品类甚至实现了 45% 的同比增长，可以预见，游戏本将会是厂商们“内卷”的新方向。

朱明也认为国内 PC 厂商会更加聚焦高端游戏本和低端轻薄本。“高端轻薄本受苹果冲击比较大，游戏是因为这两年大作比较多，消费者仍然有换机需求，但游戏市场个人也不是很看好。所以长期来看，除非又有一些现象级游戏出现，否则游戏本增长也会放慢。”

在他看来，华为之所以表现亮眼，不仅赶超传统 PC 玩家，也“教育”了新人局者，第一在于它的品牌效应，第二是华为的产品规划比较清晰、井然有序，比如高端的 X 系列、高性能的数字 S 系列以及低端的 D 系列，比较符合国内消费者的认知。

## 2022 年 9 月新刊抢先读

广告



到 2022 年 9 月，“双碳”目标提出将满两年。而 2022 这一年，我们更是处在由“双碳”目标带来的全新加速变革时代，它关乎整个社会的经济运行，关乎每个人的工作和生活，关乎人类的未来。

基于上述背景，中经传媒智库、《中国经营报》、《商学院》杂志于 2021 年联合咨询机构贝恩共同推出《2021 年企业“双碳”竞争力指数白皮书》，共有近百家企业参与调研，取得了广泛的社会反响。2022 年，中经传媒智库、《中国经营报》、《商学院》杂志将再度联合贝恩开启《2022 年企业“双碳”竞争力指数白皮书》调研，在上年基础上我们扩大了调研领域和企业数量，希望收获更多企业在“双碳”话题下的行动和思考。

本期《商学院》杂志将深入传统能源、新能源、新型储能等十大领域，与贝恩等研究机构细究各行业的减碳思路，帮助行业与企业从实践中发现机遇，规避风险。

## • 热点 HOT NEWS •

- 16 “双碳”这一年，中国获得哪些新思考？
- 24 能源革命：清洁能源冲向“C 位”
- 50 互联网行业：跨界“减碳”的新机遇
- 58 “低碳生意”来了，碳资产管理公司等待成熟
- 71 每日优鲜“小败局”
- 77 网红书店退潮，我们是否会失去书店？
- 84 3CE 撤店，韩潮落、国潮起
- 117 《独行月球》爆火背后：开心麻花的隐忧
- 123 绑定华为为战，“小康”可有未来？

**订阅**  
《商学院》杂志全年订价 480 元  
本期零售价 40 元  
邮发代号：2-520  
订阅咨询电话：010-88890090

**在线零售**  
淘宝：https://zjyd.taobao.com/  
拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall\_page.html?  
mall\_id=543690507



纸质刊订阅



商学院 APP