



大唐不夜城所属的公司宣布筹备“全球首个基于唐朝历史文化背景的元宇宙项目《大唐·开元》”。在不倒翁女孩之后，它终于找到了第二个流量密码。

炒作与赚钱 信徒越来越多

最近几个月，商标局异常忙碌。那些互联网、汽车、服饰企业申请过“阿里元宇宙”“淘宝元宇宙”“钉钉元宇宙”“海澜之家元宇宙”“蔚来元宇宙”。元宇宙相关商标被申请了两千多次，留给后来者的词汇没几个，只能别出心裁。

一家河南的公司退而求其次，申请“原生宇宙”商标，靠谐音关联上元宇宙。

因为这一切的荒诞，“元宇宙”这个词汇带上了一丝调侃与讽刺色彩。一位对元宇宙深感疑惑的广告人说自己在看《西游记后传》时被“点化”，剧里的如来说“世间万物皆是虚空”，一条弹幕缓缓飘过：“这就是元宇宙。”

追逐元宇宙，狂热的信徒越来越多。

有人相信元宇宙，相信的不是虚无缥缈的未来，而是伸手可以把握的现在。在小红书搜索“元宇宙”，相关笔记超过了两万篇。一位互联网大厂员工在看过一份元宇宙研究报告后产生了强烈兴趣，转身在小红书上科普什么是“元宇宙营销”，一篇笔记获得了两百多次点赞。

叶先生是一家咨询公司的创始人，他在行业里摸爬滚打了15年。主业是把八九千元一份的研究报告卖给行业公司，但老本行没做出什么名堂，当元宇宙概念骤然火热，他决定抓住风口，跨进短视频的新赛道重新创业。

叶先生觉得大部分人不懂得元宇宙，只要把这个名词简单化，再把商机做成一分钟左右的短视频，发布在小红书、抖音等平台上，等有流量了，就能知识付费变现。“咱们可以做虚拟偶像，办虚拟演唱会，或者用虚拟主播直播带货，还有虚拟宠物、虚拟

地产、虚拟办公，一条商机只卖一块钱，用户赚了，我也赚了。”

一周后，叶先生的抖音账号积累了1万多粉丝，他的电话一度快被打爆了，全都是“元宇宙”相关的公司。一位“微软的技术人员”看到他的视频很受启发，想要在日后合作一些技术服务；还有一位“美国华盛顿大学研究供应链的终身教授”来洽谈合作事宜。之后也没再有了下文。

有人问叶先生：“研究供应链跟元宇宙是什么关系？”叶先生给出了三个不同的答案。第一次信誓旦旦地说肯定有关系；第二次又改口称，元宇宙主要在设备端，它可能属于不是特别大的关系；第三次，他的语气有点虚了，“教授会在大学整合一些资源……比如很多经济学教授、金融学教授”，供应链变成了人脉链。

没人会在乎叶先生是否能讲清楚两者的关系，抓住商机才是王道。而在某金融机构操盘手阿成眼里，KOL们赚的都是小钱，更大的机会在“元宇宙链游”。

从今年8、9月开始，“元宇宙链游”雨后春笋一样冒出来。它们的核心本质是依托区块链技术，把类似比特币挖矿的过程做成游戏。

在一个叫 Axie Infinity 的游戏里，你可以看到头上长着鹿角的鱼、背后插着刀的羊、浑身泡泡的独角兽。收集、饲养这些幻想生物是玩家的主要任务，通过宠物对战可以赚取游戏代币。玩的人越多，代币的价值越高，对代币价值的信仰撑起了整个产业。

阿成敢赌，不愿错过任何一个风口，他拿着20%的资金入场，在游戏里接连交易，十几天，50万美元变成了300万美元，收益终于有了惊人的增长，毫无逻辑。

还有一些人莫名其妙地挣到了钱。一家叫做 Gravity the studio 的品牌开始出售元宇宙虚拟服装，一套衣服价值上百美元。虽然没有任何实体产品，但用户购买后上传照片，品牌方可以使用三个以上专业软件让他在照片里穿上衣服。

简单理解，就是P上去。品牌在官方账号里骄傲地称，“我们的品牌是为环保而生，是零浪费的奇幻高级时装”。此外，元宇宙平台“虹宇宙”，要在虚拟世界发行35万套房屋，价格

元宇宙更像是一个庇护所，因为它足够庞大，可以接纳这几年里资本市场里全部的失意。

