

元宇宙房地产系统开发——老牌房企的“春天”

产品名称	元宇宙房地产系统开发——老牌房企的“春天”
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

在国家金融和房地产调控下，2021年房地产市场整体并不十分景气。今年，尤其是5月份以来，随着风向转变，市场开始有回暖迹象，但经历过波折的地产企业已然有了危机意识，转型似乎成了共识。地产公司纷纷转型，方向却是各有不同，有做实体产业，有接洽AMC借市场和资本纾困，还有企业宣布进军元宇宙并发行限量数字藏品，方式多种多样。前两种并不鲜见，但进军元宇宙这事儿，却是让不少看客驻足不解，有人肯定，也有人认为是炒作。地产公司进军元宇宙，是快人一步的前瞻之举？还是炒作热点的跟风之作？是制造噱头还是有真材实料？本文试图就此进行分析。在撰文前，作者也联系到头部房企之一——绿地集团旗下绿地金创科技集团（原绿地金融）有关负责人，深入了解了头部房企的数字化转型和元宇宙规划，以期找到地产公司元宇宙战略背后的动机和战略规划。当然，本文观点仅一家之言，欢迎有不同意见的读者在评论区留言探讨，我们期待更多声音的出现和不同想法的碰撞。此外，本文仅就元宇宙在地产企业数字化转型过程中的作用进行探讨，并不作为各位读者的投资建议。目前元宇宙市场仍未形成规范秩序，虚拟地产市场也存在过热现象，投资者需理性谨慎对待。元宇宙：房企数字化转型的新模式地产企业的数字化目前看起来正在加速中，头部房企动作频频，一些新兴房地产链条上的企业，如自如、贝壳等租赁公寓的兴起，更是加速了这一数字化进程。不过，从整体市场和各家进展来看，目前地产企业转型仍处于初级阶段，想依靠数字化转型实现高位增长依然困难。当然了，虽然各家都在摸着石头过河，也未有能够完全复制的成功之道，却也让一些房企思维更加灵活。部分地产企业就在这两年大火的元宇宙和NFT市场，找到了新的商业模式和转型方向，绿地集团是其中代表。下文我们不妨从行业 and 市场需求这两个层面，来探讨地产企业数字化转型的必要性，以及为什么会选择元宇宙作为重要方向。1.行业层面：存量市场的竞争数字化转型在各行各业都不是一件容易的事，地产行业尤甚。房地产长尾属性浓厚——业务针对性强，范围广，数据采集和清洗处理都比较困难。因此，短期内很难将线下“搬到”线上，需要花费大量时间，且资金和人才需求高。所以，一些咨询机构认为，基于中小型企业数字化转型方面的付费能力和意愿都不强烈，未来的房地产竞争或将是头部房企的竞争。既然困难，为何要做？无他，房地产市场发展到现在，俨然是存量市场的竞争。根据国家统计局公布的《中国人口普查年鉴-2020》数据显示，我国家庭户人均居住面积达到41.76平方米，平均每户居住面积达到111.18平方米，城市家庭人均居住面积为36.52平方米，其中人均居住面积已达部分发达国家水平。房地产市场进入存量时代已是不争的事实，而存量市场的竞争也必然更为激烈，对房企要求也更高。在6月30日经济观察报主办的2022年第19届蓝筹年会上，与会嘉宾认为，城市要迈向新的发展阶段，“增量变成存量，开发变成更新”将成为未来趋势，企业的长期使命应该是“去创造独特的、稀缺的、差异化的价值”。数字化就是实现差异化的基础，将所有非标准化的、个性化的场景“数字化”，才能实现城市的动态更新，这是趋势，也是未来。当然这是基于广义的城市发展需求、基于消费者需求，打造差异化也是

满足消费者个性化需求的解决办法。图片来源：艾瑞咨询

2.市场端：新商业模式的出现是必然基于存量市场的竞争，在“房住不炒”的总基调下，房企要想从存量市场竞争获利，向精细化运营转变似乎是避无可避的选择。挖掘现有用户新需求，形成“地产+产品/服务”的新模式，将业务重心由“拿地建房”转向“大资管”“大运营”，这是新的市场需求，新的需求对应的就是新商业模式。对于房企来说，基于元宇宙世界的地产运营就是这样一个新模式、新机会。房地产经过数年发展，在投资开发经营、设计建造、中介服务、租赁经营、物业管理、空间运营等环节的商业模式已然成熟，而这些服务在将来成熟的元宇宙世界中也会有所作为。成熟的元宇宙世界，几乎可以说是现实世界的复刻，但又具备现实世界所不具备的种种优势，比如房地产开发和设计的更多可能性。去年8月，The Sandbox开启《行尸走肉》的土地售卖，批12×12的地块拍出34.6万美元。如果这块土地由地产公司获得，结果会怎样？地产公司可以打造《行尸走肉》主题房屋，完美复刻影视剧，这一空间可出售、可租赁，可设计成展览馆方便用户体验感受。相较之下，在现实中这样的场景实现起来就困难得多，热门影视剧数量庞大，每部都有众多影迷，如何能都进行模拟仿真和开发？元宇宙世界提供了无限可能。地产建筑师也将有更多机会，纯粹基于“艺术”来进行设计。这不过是元宇宙的一个可能，更别提数字孪生这类前瞻性应用。关于数字孪生，作为现实的等比例还原，数字孪生技术经过多年发展，已经在航空航天、工业制造等实体产业中有重要应用。其实对于商业地产而言，数字孪生同样是一个颇具前景的应用。在智慧城市的建设中，居民建筑、办公大楼、工业园区等的构建往往需要考虑重重因素，施工方在这个过程中通常花费大量预算进行模拟、预测、设计……基于元宇宙和数字孪生技术，开发商能够减少成本、降低损失、提升效率。数字孪生（图片来源：datapred.com）所以，元宇宙提供的不仅仅是一个虚拟空间，当社交关系、现实空间完全同步到线上，元宇宙有可能成为第二现实空间，除了基本生理需求外，能够满足几乎所有的精神、生活、办公需求。空间运营、智慧社区、商场会员体系，地产企业的数字化应用前景还有很多。元宇宙也将成为企业连接用户的方式，将线下的用户资源“转移”至线上，打通线上线下，从而拓宽地产盈利模式、探索更多业务可能、借助资源撬动C端用户，加速地产企业的数字化转型。对于房企来说，进驻元宇宙看起来是一件可为之事。那么，具体来看，企业都有哪些方式来撬动用户、完成转变、加速转型呢？资料来源：华为地产行业数字化白皮书撬动C端用户是重点

今年2月，元宇宙数据和分析公司metametric solutions发布数据报告，显示今年1月元宇宙房产销售额超过8500万美元，预计2022年元宇宙房地产销售额有望翻倍，达到10亿美元左右。根据上观新闻数据，目前，元宇宙房地产销售为火爆的四大平台——sandbox、decentraland、cryptovoxels和somnium，四个平台上共有268645个面积、位置各异的虚拟土地或虚拟房产在售。对于投资虚拟地产的个体散户，不少声音都倾向于认为其被“割韭菜”，炒作价值远大于实际价值，投机属性浓厚。诚然，从目前交易来看投机案例比比皆是，但元宇宙对于企业、品牌方来说，却非投机产品，反而是撬动C端用户的抓手。企业想要的是什么？无疑是用户。元宇宙世界里有什么？海量用户。我们以绿地集团为例，来看看在元宇宙开发中颇具优势的房企，能在这个虚拟世界和用户产生怎样的化学反应。据笔者了解，绿地正在构建“G-World”元宇宙商业生态，这一生态将成为连接绿地和绿地用户的中介。作为头部房企，绿地集团的线下场景颇为丰富，近万个社区、近千个CBD、近200家酒店遍布全球12个国家的70余个城市，此外在国内也拥有近百家进口精品超市G-Super和近十座商贸港。这些商业、酒旅、生活场景是地产企业数字化转型的“试验田”，产生的海量数据则是企业构建自己庞大元宇宙世界的基础。在这个世界，用户可以线上享受绿地提供的多种服务，像是线上购物线下寄送、无需往返不同城市就能观看电影首映或者演唱会、云逛商场等等。之前我们说线上无法代替线下的亲身体验，但在智能硬件发展快速的现实环境下，利用VR设备和AR等技术真实还原线下场景、实现沉浸式体验并非不可能。2020年“堡垒之夜”演唱会共有2770万人在线，这还是基于目前VR设备仍未大规模普及下的数据。部分用户对于虚拟世界能够产生的吸引力有所怀疑，其实这不难理解，游戏限定版皮肤，NFT中动辄上万美金的无聊猿头像、3A大作付费玩家，虚拟空间的潜力不证自明，下面几组数据同样能够证明。根据NPD报告，2020年25岁至34岁的成年人每周花在视频游戏上的平均时间约为15个小时；35岁至44岁的玩家每周游戏时长为16小时，同比增长37%；45至54岁玩家每周游戏平均时长为14小时，同比增长59%。Quest Mobile数据显示，2021年6月，手游MAU达5.48亿，月人均使用时长超过20小时，接近50%付费用户年龄在30岁以内，24岁以下用户接近三成。若元宇宙准入门槛跟手游一样低，且场景丰富、玩法多样、能满足多样需求，用户会少吗？2010年后出生的群体被称为“Alpha世代”，作为第三代完全数字化的原住民，这代人有截然不同的消费观。从房企的角度来看，这部分用户有足够的付费意愿和潜力，是未来消费的主力军，房企构建的庞大元宇宙世界，能够成为撬动这部分群体的重要抓手。不仅是虚拟世界的沉浸式体验，地产公司基于既往商业地产的运作经验，还可以提供更多更为独特的玩法。出售地块是一种，通过构建商圈密集、用户流量大的中心地段，形成元宇宙世界中的CBD，再通过租赁、质押、广告和开发等等方式来跟入驻的品牌方合作，以获利。当然也可以出售给用户，用户再

将其转售给企业，用来开发商店、陈列室、游乐场、展览中心等等。在购买虚拟地产后，这块地皮的所有者在线上处理权利之外，地产公司还可以给予其线下权益，在给用户带来身份认同之外也能够有实物奖励，作为被动收入。目前元宇宙主要的开发商包括Decentraland、The Sandbox等Web3公司，还未有地产企业构建自己的元宇宙世界，绿地集团可以说是。要说地产企业开发的元宇宙世界哪里不同，大概是科技公司的元宇宙世界无法让虚拟土地在现实世界中使用，但地产企业说不准。房企手上积累的海量用户数据和地产数据，是开发元宇宙好的资源和资本，这是很多初创型科技公司所不具备的。元宇宙有望成为地产企业数字化转型、撬动C端用户的新可能，我们也似乎无法否认这样的可能。而对于地产公司来说，元宇宙空间的开发又能够将数据的收集、处理、分析拉到线上，从而加速企业数字化转型的效率。当然这是机遇也是挑战，挑战在于如何丰富生态，如何提供足够有吸引力的玩法，如何在硬件和技术方面提供充足保障。绿地集团的做法算是比较有代表性：在寻求业务的转变外，也在利用自身的资金优势投资更有潜力的企业，比如投资一批文化娱乐、数字科技企业，包括36氪、东方明珠、竞界电竞等内容端口，以丰富未来元宇宙生态；技术支持也不能少，绿地投资了蚂蚁金服、寒武纪、深兰科技、瑞为技术、易链信息，以期在技术方面为其元宇宙世界提供支持。一方面获得投资回报，一方面拓展自身产业链，此外为构建元宇宙提供足够的技术和硬件支持，这是件一举多得的事情。元宇宙世界地产动态一览虽然说绿地集团进军元宇宙在房企中并不常见，但元宇宙世界的地产动态却是不少。去年11月，从事投资和开发虚拟房地产及其他数字资产的公司——Republic Realm，以430万美元（约2739万人民币）的价格在虚拟游戏平台Sandbox上购买了一块虚拟土地，创下了“元宇宙”房地产交易价格的纪录。英伟达发布了Omniverse（全能宇宙）平台，可以通过高度逼真的物理模拟引擎以及高性能渲染能力，将现实工业环境复制到元宇宙中。宝马就利用这个平台搭建了一比一还原真实工厂的数字孪生场景，以便全球的宝马工程师都能够直接在这个虚拟工厂中一同参与产品开发。去年12月，香港地产企业新世界发展集团CEO郑志刚，个人投资了元宇宙虚拟世界游戏《The Sandbox》，并斥资500万美元（约3200万元人民币）买下了The Sandbox中大的数字地块之一。他计划于这块虚拟土地上展示10家特色公司，囊括诊断及基因检测、物流、科技配件等企业，探索不同的商业模式。同样是去年12月末，以地产为主的大中华国际集团在深圳大中华国际展览广场G层举办了“元宇宙潮流IP艺术展”，并在接受《每日经济新闻》记者采访时表示正在探索元宇宙与现实地产的新商业形态。无论是上述科技公司、房企，还是普华永道这类咨询机构，Adidas这些国际服饰品牌，争夺元宇宙世界的虚拟房产已然成为热潮。根据艾瑞咨询报告，2021年中国房地产数字化市场规模约100亿元，同比增长7.2%；预计到2024年该市场规模将增至116亿元，2021-2024年期间复合增长率为4.9%。仅就地产交易而言，根据海外研究机构brandessence market research报告，预计2022到2028年，元宇宙房地产市场规模将以每年31%的年复合增长率增长。究竟是泡沫还是未来，我们似乎要留给时间来验证，但不管未来如何，地产企业已经不满足于现状，大胆开启了探索之路。如果房企数字化转型，元宇宙成为敲门砖，那么NFT就是入场券。目前，已经有地产公司在跨界推出NFT，并将之视为布局未来、解锁更多可能性的新钥匙，绿地是其中之一。4月29日，绿地集团宣布购入BAYC#8302，并将其设为绿地集团的NFT形象。据媒体报道，绿地集团以140ETH的价格购入，按当天的价格计算大约为人民币200万元。在绿地集团成立30周年，绿地购入这枚NFT，作为绿地二次创业的起点。在购入后，绿地利用这一IP开发出更多衍生的数字藏品，并于旗下“绿地G优”APP出售，据笔者了解，该APP也是未来绿地集团元宇宙世界的入口，而推出的30周年纪念数字藏品将成为用户进入该元宇宙世界的身份凭证，也是用户的数字资产，在绿地“G-World”元宇宙商业生态建构完成后，该数字藏品还将有额外空投等一系列福利。作为绿地数字化转型的重要载体，30周年系列数字藏品的发售似乎寓意着这家老牌房企转型之路的开始。尾声地产公司进军元宇宙，是快人一步的前瞻之举还是炒作热点的跟风之作，文章到这里，我们似乎能够回答文章开始时提出的这个问题。对于很多人来说，元宇宙中的地产算不得数字资产，跟币圈一样风险高且并不具备稀缺性。的确，也许目前的元宇宙世界，基于数字资产确权的唯一性还足够稀缺，但同样有专家表明，具有无限空间的虚拟地产并非完全不可能出现，而一旦出现，无疑会稀释目前虚拟地产的价值。但笔者以为，对于地产公司来说，想要拥有的似乎不是这块地产的实体价值，而是其带来的全新商业模式，这一模式有着新颖的服务模式和连接用户的可能性，是绿地这类房企进行数字化转型的全新想象。老牌房企要想打破运转了几十年的模式、走出新路并不容易，这是否是一个正确的选择也尤未可知，但正如《孙子·九地》有云：投之亡地然后存，陷之死地然后生。有改变，才有新生。