

元宇宙是人类的精神空间， 最终是哲学问题

文 / 卢爱芳 蒋子俊

卢爱芳，科技资本论创始人。《21世纪经济报道》前科技版总监、腾讯系游戏公司前品牌公关副总裁，持续研究科技产业和资本市场超过15年。

卢爱芳从2021年初开始研究元宇宙，从理论框架、技术架构、经济模型、行业应用及典型案例等角度做了全方位、深入的系统研究，输出了几十条视频和深度文章，成为有影响力的元宇宙意见领袖。



雅昌 CTO 蒋子俊

雅昌文化集团在元宇宙上已经出手，而且有系统的规划、宏大的布局。该集团 CTO 蒋子俊认为，艺术是最容易和元宇宙相结合的领域。在他看来，元宇宙是一种以数字文化为核心应用场景的科技概念，创意和想象力是最核心的生产力，这恰恰是雅昌最大的优势。



雅昌的VR展览，戴上头盔体验很震撼

他说，在元宇宙可以改变现实中难以改变的一些问题，比如中国的艺术市场生态。在元宇宙中，也可以改变一直以来以西方为中心的叙事语境，重建新的数字文明，实现中国的文化自信、文化输出。蒋子俊认为，元宇宙是一个人文问题、哲学问题，最终解决的是人的精神世界问题。以下是蒋子俊受邀在科技资本论做直播分享的内容（有删减）。

元宇宙是人类的精神空间

卢爱芳：雅昌是最早一批布局元宇宙的艺术机构，你们是如何看待和判断元宇宙的？

蒋子俊：雅昌做元宇宙是非常慎重的布局，因为我们观察到五个大势：一是逆全球化，之前地球是平的，全球化工分工，但现在开始逆全球化；二是移动互联网发展遇到瓶颈，消费互联网内卷严重，很多互联网公司60%的收入要拿去买流量；三是资本要寻找新的出口，2016年以来优质的投资标的越来越少；四是AI等新技术发展有了溢出效应，但AI对于很多企业来说仍然是亏损和成本中心的代名词，急需新的产品来承载。第五就是疫情改写了人们生活工作娱乐的方式。人们在网开会上，在游戏中开毕业典礼，甚至举行婚礼。有一句话说得好，元宇宙就是被疫情憋出来的。雅昌做元宇宙并不是赶时髦，我们认为元宇宙是以数字文化为核心应用场景的科技概念，创意和想象力将成为最核心的生产力，这也是雅昌的核心优势。另外元宇宙是虚实融合，雅昌在全国有多个线下的艺术中心，有很多合作的博物馆、美术馆、画廊，我们有很好的虚实结合基础。

线下空间提供了虚实结合的基础

卢爱芳：为什么说元宇宙是以数字文化为核心应用场景的科技概念？

蒋子俊：其实在移动互联网时代，我们的生活其实已经解决得很好了，吃喝玩乐交友出行，都很方便了。我们是要把微信搬进元宇宙吗？肯定不是，因为元宇宙要解决的不

是生活的问题，是人文的问题，本质上是一个哲学的问题。这也是雅昌为什么要去探索，因为这也是我们的一个使命。元宇宙不是现在才有的，整个人类可能在几万年前就有元宇宙了。《人类简史》的作者尤瓦尔·赫拉利认为，人类最终成为地球的主宰，秘诀在于人类能创造并且相信某些“虚构的故事”。人类用虚构的故事来逃避现实，或者说用虚拟来弥补现实，逃避现实的过程中逐渐诞生了文化、文明、宗教、艺术等等。国家、法律、宗教、货币、公司、商业市场等概念，本质上都是一种建立在信任基础上的虚构故事。

元宇宙也是人类创造的故事。从最初的洞穴壁画、到篝火故事、再到甲骨文、形声汉字、戏剧、中国敦煌壁画、小说、漫画、电影电视，再到现在的虚拟现实和增强现实，其实都是不同的元宇宙形态，只是元宇宙沉浸程度（即元宇宙率）在不断地提升，跨越时空，虚实结合。

卢爱芳：元宇宙这个故事应该怎么来讲？

蒋子俊：人类喜欢一些宏观的元叙事，即关于永恒真理以及人类解救的故事。



从孔子时代，他就在讲故事，老是讲要恢复周朝那一堆礼仪，建立天下大同，他驾着马车到处游说，也没人理他。孔子之所以伟大，因为他有一套自己的元叙事方式，或者说愿景，以及明知不可而为之的坚持，这是他的乌托邦。

看看我们的一带一路，其实能够看到另外一种叙事方式。

其实我们之前是很强大的，中华民族的伟大复兴，很重要就是文化的复兴。在十年前，我们国家把文化作为国家的重点工程，从去年开始，文化强国已经作为一个国家的核心战略，包括文化强国，文化输出、文化自信，已经作为2035年的远景目标，元宇宙对我们的文化复兴来说，是一个非常大的机遇。

再回到之前说的，我们生活在移动互联网已经很好了，再往后就是一个哲学的诉求，人的精神的诉求。人类之前很多研究和产品都在关心空间里的人，人作为万物的主宰一直是一个观察者的角色，而现在更多需要去关心人的空间。其实中国古代哲学就有一个天人合一的概念，所以我认为元宇宙还是一个人文诉求，本质上就一个人的精神空间。元宇宙靠人的想象力，只要你能想象出来，就能3D建模创造出来。

卢爱芳：如果要在元宇宙中重建一个新的数字文明，文化可以天马行空，但怎么用技术来落地，以后建设元宇宙究竟谁来主导？

蒋子俊：元宇宙是科学技术、文化艺术，以及金融等诸多领域的交叉学科。有专家认为，完整的元宇宙生态完全建立，可能需要到2040年。而在这个生态建立起来之前，肯定对技术的依赖比较大的。但另一方面，想象力也不一定非得依赖于技术，这是一个相互促进的过程。

从元宇宙的发展阶段来讲，分为数字孪生、数字原生、以及虚实融生等阶段。单独有数字孪生还不够，还是一个简单的搬运，比如我们可以把艺术史，艺术市场，甚至文明史都可以数字化之后搬运到元宇宙空间里面；物理世界数

字化之后，到了数字原生阶段，才比较有想象力。这个阶段，可以任意的跨时间排列组合，像时空穿梭机一样，可以天马行空，也就是庄子在《逍遥游》里说的“独与天地精神往来”。



元宇宙不等于虚拟世界，它是一个虚拟和现实融合的世界，到了虚实融生阶段，虚拟和现实之间，就可以像《红楼梦》里的太虚幻境和大观园一样，任意切换。比如在虚拟空间里面培养的艺术家，她创作的作品，是可以NFT确权并在现实生活中获益的，甚至可以3D打印之后寄到买主的家里。

发 NFT 容易，价值共识难

卢爱芳：雅昌在元宇宙做了些什么？

蒋子俊：我们在打造和迭代VR/AR等数字化空间产品，与博物馆、美术馆、拍卖行、画廊等客户一起打造元宇宙



先把艺术家的作品搬进元宇宙

体验。比如我们跟故宫有战略合作，故宫有180多万件文物，雅昌每年派几十号人过去采集文物，将来我们会给大家提供一些很独特的体验，比如在元宇宙体验如何在故宫修文物，甚至是在紫禁城体验当皇上的感觉。

同时我们也连接了全球超过三百万个艺术家，先是把他们的作品搬进元宇宙，然后再创作原生内容。我们还在跟同行合作，去打造艺术联盟链甚至是艺术界的骨干链。

卢爱芳：在元宇宙中做艺术和在现实中有什么不同？

蒋子俊：现在元宇宙有两大流派：区块链流派，注重金融属性；传统互联网流派，更重用户体验。区块链鄙视互联网是个假的元宇宙，因为互联网还是中心化产品，难以自我革命；而互联网又鄙视区块链体验差，还是像素级产品，很粗糙。

这二者之间的差别是思维方式的冲突。区块链是基于强战略规划出来的，比特币的发行有着非常严密的策略和代码设计，它把130多年后的事情都想清楚了。而互联网是小步快跑、快速迭代，用数据来验证用户：比如抖音产品就不是规划出来的，而是用数据不断迭代出来的。可以说，互联网是生产力的革命，而NFT是生产关系的革命。

卢爱芳：在元宇宙做艺术最大的挑战是什么？

蒋子俊：现在的NFT起源于加密艺术，它和传统艺术还是有非常大的区别。NFT艺术，元宇宙艺术，到底是一个什么样的形式，这些其实都是待定义的。

其实发行一个NFT非常容易，但要人们相信它的价值就很难，它需要非常强的文化和社区的认可。比如大家可能会很



奇怪为什么那么多人喜欢买无聊猿，动不动就几十万美金的，是不是割韭菜？其实它有非常强的文化背景来承载的。

另外，它还有社区。你在Opensea买了一个朋克NFT之后，它会给你一个绿色的验证，代表你拥有多少号朋克，给你盖个戳。然后你可以加入Discord社区，跟买了NFT的大佬们同一个社区，你有了自己的社交资本。你可以把你的Twitter头像换成无聊猿，Twitter是接受NFT头像的。前面的社区认可很关键，否则单独换一个头像并不代表拥有该NFT，是没有用的。

所以说，发行一个NFT非常容易，关键是怎么让人认可它的价值。为什么这个只值1块钱，那个值100万？这需要非常强的文化认可。

卢爱芳：收藏家越来越年轻，是否意味着一些老的艺术品在NFT市场就不那么有价值了？

蒋子俊：还是看稀缺性，比如把千里江山图拿去做NFT，比如王羲之的兰亭序，现在大家看到的都是摹本，如果把唐太宗墓里的真本挖出来做成NFT，那价值就完全不一样。NFT并不代表传统文化就没有价值了，还是要看它的受众。

元宇宙早期有一个教育的过程，先锋艺术家可能比较容易接受。但再往后的话，NFT 作为一种基础设施源，你不玩这个就被视为淘汰了。

其实我认为对于老的艺术家的早期可能有点吃亏，但当元宇宙或者 NFT 成为基础设施，后面还是比较乐观。就像移动互联网，现在很难想象没有智能手机，没有健康码这些谁还能出门。

对传统艺术市场的改变

卢爱芳：元宇宙会给传统艺术市场带来什么影响？

蒋子俊：中国的艺术市场，一二级市场是倒挂的。一级市场就是画廊，艺术家第一次接触这个市场，画廊给一个报价。后面才是进入拍卖行这种二级市场。中国的二级市场一开始就是专业选手和国际化的管理方式，也有资本的加持，但画廊一直就不温不火，形成一个倒挂的局面。

但实际上，如果没有活跃的一级市场，没有活跃的画廊体系，拍卖市场容量就相对比较受限。虽然中国在拍卖市场排全球第二，已经超过英国，仅次于美国，但我们的一级市场却是另外一种生态。

要改变这个状态，在现实生活中比较难实现的，目前的画廊体系主要还是依赖于当代艺术，而当代艺术的话语权其实掌握在西方的手里。之前我们很多的当代艺术，虽然不能说讨好西方，但至少它要用一种西方能够听懂的语言来讲。

在元宇宙这个新的生态里面，我们完全可以去重建画廊体系，创造新的艺术形式、艺术市场、艺术生态，这是一个

非常大的生产关系的革命，也是中华民族的伟大复兴。

卢爱芳：未来在元宇宙中的艺术生态跟现在会有什么不同？

蒋子俊：艺术生态包括艺术作品的创作、分发、消费。元宇宙的内容不是凭空产生的，也不只有 VR/AR 线下空间，在很长一段时间内，它也不会取代 PC 互联网和移动互联网，一定是共存的生态，好比有了 5G, 4G 还在，甚至有的老年人还在用 2G。

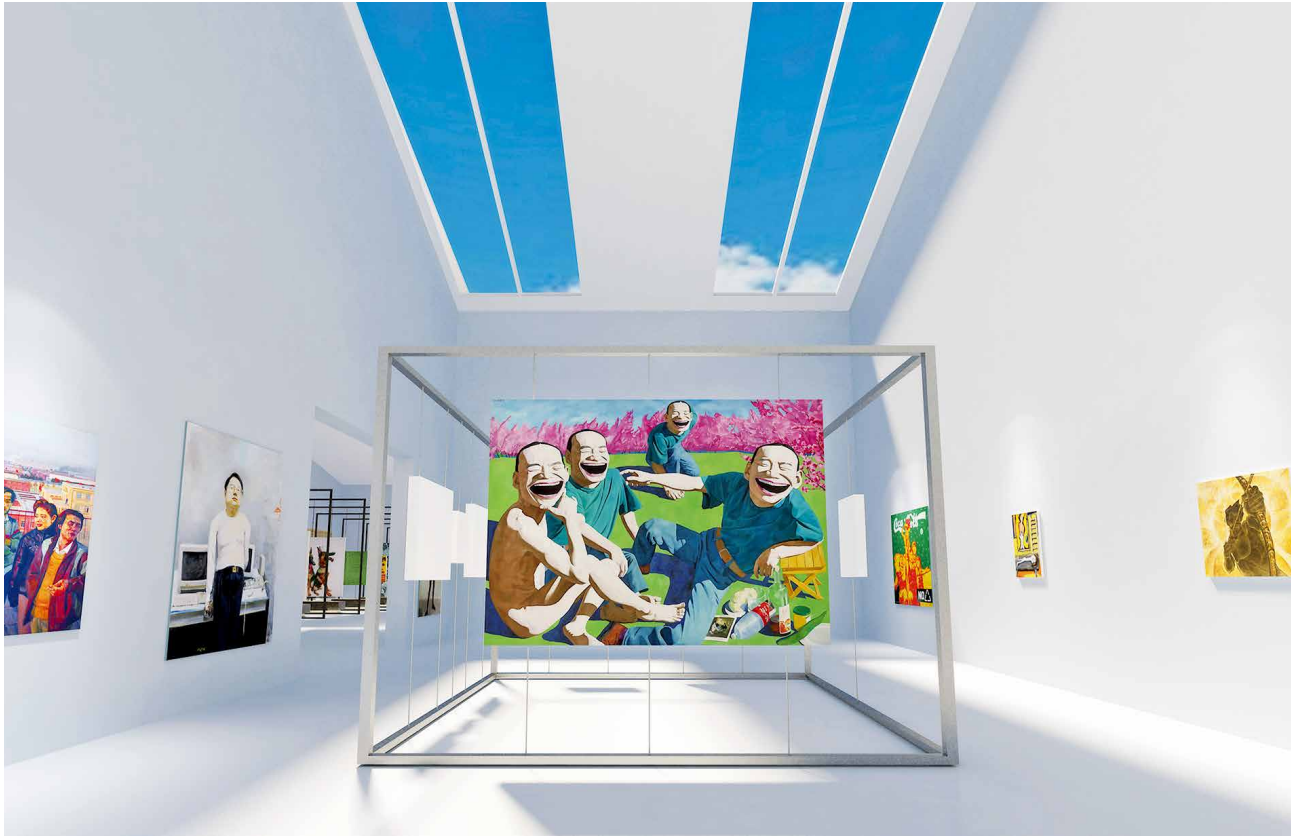
而分发体系第一看谁有流量，谁就有话语权。第二看谁有社区，谁会讲故事，让用户去相信它的价值。货币本身来也是一个故事，先是贝壳，然后是金银，后来是纸币，后来到了比特币、数字货币，其实都是故事，都是基于信任的故事。

但 NFT 的信任跟之前的国家背书不一样，它叫代码即法律，极大地去降低社会的信任成本，所以说它是一次生产关系的革命。最后是消费，这也要看厂商的运营，它能不能升值，能不能交易，能不能二次拍卖等等。

卢爱芳：除了无法交易，你认为中国的数字藏品生态还有什么缺失？

蒋子俊：还是缺内容，中国的问题是大艺术家还没太进场，要么观望，要么觉得有门槛不知道怎么玩，或者被吓到了，谈币色变。

应该会先有一批先锋艺术家进来，然后大家才慢慢接受。中国其实已经有几位艺术家，比如蔡国强老师，冬奥烟花的设计者，他的作品在国外 NFT 其实做得很好，他已经 60 多岁，但非常敏锐地感知到什么是先锋，什么是艺术，



在元宇宙重建艺术市场生态

什么是潮流，与时俱进，引领潮流。我们期待更多的知名艺术家参与。对于艺术家来说，关键是有没有把元宇宙技术作为一个生产力。有些艺术家，比如雕塑家可能就比较反感技术。因为雕塑家本身也是匠人，追求打磨作品，现在3D打印就出来了，他觉得那个东西没有灵魂。但其实并不排斥可以利用技术把作品做得很好。

像中央美术学院数码媒体工作室的艺术家费俊，他的作品就是横跨科学技术和文化艺术，做得非常好。其实关于NFT，我们现在好像是天马行空，但其实想象力是远远不够的。就像在2010年的时候，我们大部分人也不会想到滴滴打车这种产品。