

元宇宙概念股中，遊戲方面的領頭羊自然是騰訊（00700），硬件設備則有舜宇光學（02382），此外最能充分體現元宇宙概念的行業，還有電商及社交媒體，本港上市的股份中，作為電商龍頭的阿里（09988）早已布局元宇宙，社交媒體的百度（09888）進入VR（虛擬實境）行業已有六、七年時間，也取得不少成績。

大公報記者 許臨

早在2016年阿里已先後參與AR（擴增實境）獨角獸Magic Leap C輪和D輪融資，可見當時阿里已意識到日後AR的廣闊發展潛力。此外，今年8月30日，阿里更成立杭州數典科技有限公司，藉此布局VR設備硬體領域，業務包括互聯網數據服務及虛擬現實設備製造等。而且近期阿里新加坡控股公司也分別申請註冊「阿里元宇宙」、「淘寶元宇宙」、「釘釘元宇宙」等多項商標。

### 阿里淘寶註冊元宇宙商標

阿里最新成立XR（延展實境）實驗室，積極研究AR、VR及元宇宙的技術方向。上月阿里的2021年度雲棲大會上，XR實驗室負責人譚平便圍繞着元宇宙發表演講。他表示，將來若到了VR及AR時代，很可能我們每個人都會有一個虛擬替身，通過虛擬替身，我們可以在虛擬世界裏面對面的交流，在這樣的一個設置下，很有可能社交、電商，許多的應用都會發生改變。甚至所有行業格局都將會改變，情況有像當年從桌面電腦到手機熱潮的革命性改變一樣，一些行動遲緩的巨人將不可避免的倒下。

永裕證券董事總經理謝明光指，過去的歷史告訴我們，每次互聯網的重大技術變革，百度、阿里及騰訊（市場稱為BAT）皆走到最前，是變革的重要推動者。阿里成立了XR實驗室，就是

為了逐步實現元宇宙的布局，召集了李宏華、譚雄、施家棟在內的專家團隊，此實驗室更由譚平親自坐鎮，此君在全息技術及3D模型的範疇屬大師級人馬，更曾任360人工智慧研究院副院長，在眾多電商股中，阿里無疑在元宇宙的發展可看高一線。

不過，元宇宙的發展只屬初期階段，目前阿里無論是網上店鋪、淘寶直播等其實也是開放內容的，過去的互聯網技術改革中，人們從桌面電腦轉移到手機應用，其間大家也學習到如何用手機開店、直播等，即使平台的技術已成熟，人們也會有一個學習階段，而未來的元宇宙世界，技術何時才能真正成熟，以及應用上能像手機開店一樣方便，最終人們如何透過VR及AR等技術開創更多的內容，藉此在電商平台中發展自己的業務，這是阿里與元宇宙能否成功「接軌」的重要課題。

### 券商予最牛目標價336元

元宇宙雖是未來的發展，但現時的阿里卻已見吸納價值。今年以來阿里股價持續調整，現時更貼近130元在港上市新低，近日不少機構的研究報告已一致看好阿里的前景，並給予買入評級（見附表），其中，傑富瑞最高的建議目標價更達到336元，這代表未來12個月阿里的潛在升幅接近翻兩番。

# 迎接互聯網新變革 投資科技與獨角獸

# 阿里建XR實驗室 研接軌電商



在未來世界，很可能我們每個人都有一個虛擬替身。

阿里元宇宙布局	
投資	參與AR獨角獸Magic Leap C輪和D輪融資
註冊商標	註冊「阿里元宇宙」、「淘寶元宇宙」等多項商標
成立新公司	成立杭州數典科技有限公司布局VR設備硬體領域
研究	建立XR實驗室

大公報製表

### 4R之關係



## 後起之秀 還看字節跳動

### 新聞分析

許臨

元宇宙概念股中，BAT（百度、阿里、騰訊）成為不少投資者的首選，但作為國內成長最快的獨角獸字節跳動，同樣早已布局元宇宙商機。今年四月字節跳動斥資1億元人民幣投資元宇宙概念公司代碼乾坤，八月份收購VR硬件商Pico，正式躋身VR領域，希望憑藉自身在社交、內容及全球化優勢，將Tiktok、飛書（Lark）應用到下一代顛覆手機的終端設備中，去構建屬於自己的元宇宙。

字節跳動已經在VR/AR領域進行長期的研發及投資，而且在交互系統、環境理解等方面已有技術成果。

Pico在2015年4月成立，主營

業務是VR軟硬體研發及製造，主要產品包括VR硬體產品及虛擬現實內容及應用。或許有很多投資者並不熟悉Pico這家公司，Pico在2014年與其他不少的VR初創公司在國內成立，惟當時市場沒有預期般快速發展，差不多九成的初創公司被淘汰，最終能生存下來的大多是真正有實力的企業，而Pico便是其一。

Pico在2015年12月推出Pico 1虛擬現實頭盔與Pico VR虛擬現實APP及Pico行業解決方案，之後每一年，Pico都有一款或兩款VR硬體的新品面世。今年5月，Pico發布新一代VR一體機Pico Neo 3，開售24小時的銷售額便突破千萬元。根據IDC今年發布的2020年中國AR/VR市場報告

顯示，去年Pico位居國內VR一體機市場份額第一位，去年第四季的市佔率更高達57.8%。

字節跳動早在2017年已開始布局VR/AR市場，如抖音推出VR社交，AR互動、AR濾鏡等，已經廣泛應用於旗下產品之上。收購Pico後，字節跳動在VR/AR領域上將如虎添翼，原因是Pico本身已擁有不少專利，而且大多與VR核心技術有關，包括顯示設備、頭戴設備、攝像頭、智能眼鏡、深度圖像、手勢識別技術等，故此，預計字節跳動在VR/AR領域上的發展，未必較阿里及百度遜色。

雖然字節跳動仍未上市，若未來正式啟動上市計劃，相信仍然是值得大家重點關注的股份。



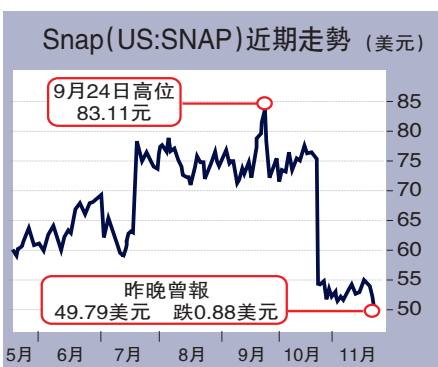
▲阿里成立XR實驗室，正逐步實現元宇宙的布局。

## 百度愛奇藝建最大VR視頻平台

### 阿里11月份評級及目標價

券商	評級	目標價
傑富瑞	買入	336元
晨星	買入	284元
巴克萊	增持	275元
招銀	買入	255元
高盛	買入	252元
華泰金融	買入	242元
滙豐	買入	200元
野村證券	買入	190元

大公報製表



### 搶佔市場

若與阿里巴巴及騰訊相比，百度在元宇宙方面的投資絕不遜色，至今百度已投資多家智能硬體相關的企業，涉及範疇包括智能家居、機器人等，近期百度線上網路技術（北京）有限公司申請註冊「metaapp」商標。

事實上，百度在VR行業上的發展已有六、七年時間，目前不僅有百度AR實驗室、VR實驗室，還衍生出VR內容平台，另百度大腦、百度智能雲、百度地圖等的搜索服務能力，將成為日後構建元宇宙的重要技術基礎。此外，百度持有逾半股權的愛奇藝，百度曾表示希望將愛奇藝打造成為全球最大的VR媒體視頻服務供應平台。

永裕證券董事總經理謝明光指，目前各大科網企業都在搶佔VR市場，因VR就是通向元宇宙的大門。愛奇藝其實早在2016年已開始布局VR產業，除了遊戲，還包括影視內容等，如自家製VR電影《殺死大明星》更成為中國首部在國際A級電影節獲獎的VR作品。近期滙豐、大和及交銀的研究報告皆予百度買入評級，目標價分別為195元、238元及257元，潛在升幅達20%至60%。

### B站擁內容創造生態

元宇宙的概念除了用戶間的互動外，也強調用戶的創作，有關這一點，港股中的「B站」哔哩哔哩（09626）便完全符合，而且不少元宇宙的元素，B站也早已具備。事實上，B站CEO陳睿也表示該公司是中國最適合實現元宇宙的公司之一。他認為元宇宙概念中很重要的自迴圈內容生態，這必須有一大群人創作內容，而B站已經有一個優秀的內容創造生態。不過，陳睿也認為元宇宙目前只是一個美好的願景，要完全實現這個概念並非兩至三年便可完成，仍需要產品及技術等方面作出突破。

但元宇宙的概念已令B站的股價受惠，從10月初低見490元作出強勁反彈，最高曾升見700元以上，升幅超過四成。雖近期股價回落，但已成為不少投資者首選的元宇宙概念股之一。



▲百度在VR及AR領域上的發展，已有六至七年的時間。

## 可創虛擬人物 Snap玩味勝Meta

### 此消彼長

早前Facebook（US：FB）行政總裁朱克伯格在公司年度活動Facebook Connect宣布Facebook將會改名「Meta」。以後Facebook、Instagram、WhatsApp等社交媒體應用程式，全部撥歸Meta公司旗下。而且他早已表示，Meta在五年後將由一家社交媒體企業，轉型為元宇宙企業。

目前，Meta已將Oculus Research變更為Reality Lab作為元宇宙研發部門，該部門囊括AR/VR硬體、軟體及內容業務。此外，自2014年6月收購Xbox 360手柄設計團隊Carbon Design以來，Facebook在包括電腦視覺、面部識別、眼動追蹤、人工智慧、AR/VR等技術領域的收購已超過15次。而且在VR遊戲、雲遊戲領域動作頻頻，已收購包括Beat Games、Play Giga、Big Box等遊戲開發商。

不過，傑富瑞分析師Brent Thill表示，在開發元宇宙方面，目前同屬社交媒體公司的Snap（US：SNAP）正遙遙領先Meta。其實元宇宙只是一個名詞，用以描述用戶在互聯網中的虛擬環境間進行互動，而Snap早已做到這一點，如Snapchat便已開發了一個界面，讓用戶可創建自己的虛擬表情人物（被稱為Bitmojis），給它們穿上

衣服，並將它們放在應用程式的3D地圖上。若用戶想體驗元宇宙，Snap反而是一個更好的平台，當然Meta日後也能做到這一點，但卻較Snap落後。

若把兩者的業績作比較，無論營收及盈利，Snap仍與Meta有很大距離，截至今年第三季，Snap的營收為37.3億美元，而Meta則達到1123.3億美元，兩者相差達30倍以上，但若論增長幅度，Snap的營收增長達到73%，而Meta的營收增長只有42.2%。而且元宇宙是另一個新「戰場」，Meta未必再能憑藉本身的優勢而壓倒性擊敗所有對手，故此若投資美國上市的社交媒體股，同時又因為看好元宇宙的概念，Snap可能比Meta優勝。

美股Snap及Meta業績比較		
股份	Snap (US:SNAP)	Meta (US:FB)
營收（億美元）	37.305	1123.30
毛利（億美元）	20.438	908.19
EBITDA（億美元）	-6.044	562.32
每股盈利（美元）	-0.42	14.01
截至2021年9月30日首三季數據		
大公報製表		