

眼下在国内并不太成熟的VR市场中,更重要的是培养用户心智,强化软件内容,才能有效积累用户数量。

风云再起:VR市场喜忧参半

9月22日晚上8点,字节跳动旗下VR品牌Pico举办全球发布会,备受关注的Pico4亮相。

作为一款独立头显,PICO 4不仅是字节跳动耗资90亿元收购PICO后,推出的第一款VR头显新品,而且也是PICO首次面向全球发布的消费级头显新品。

字节跳动入局国内VR市场,显然加速了对这一赛道的布局。2022年一季度,VR头戴式显示器保持热销,全球出货量同比增长241.6%。除了字节跳动,BAT等国内头部玩家都在XR智能硬件设备上有所动作,加速VR市场掀起新一轮热潮。不过,眼下无论是科技驱动下的硬件、软件,以及资本和消费市场都有较为显著的优缺点。

硬件先行

据了解,字节跳动花重金收购的Pico,其开发的VR穿戴设备Pico Neo3从硬件参数、价格等方面都充分对标Oculus Quest2。根据WellSenn XR的统计数据,2022年第二季度,Pico出货量为26万台,同比增长近8倍。由于销售表现超出预期,据多家媒体及消息人士透露,字节跳动将把Pico的VR产品在2022年的销售目标从原定的100万台上调至180万台。

无独有偶,爱奇艺旗下的VR品牌奇遇,其相关产品在2021年前后也迎来一轮爆发式增长。公开数据显示,2021年第四季度,奇遇全渠道销售额同比增长475.9%。

国内VR产品销量迅速增长,也为行业发展注入一剂强心针。面对这一发展态势,国内大厂自然不会缺席。

实际上,早在2018年,腾讯就曾推出VR头显设备Ten-VR,但由于当时的技术和市场都不成熟,相关产品一度陷入停滞。进入2022年,业内传出腾讯将以27亿元收购黑鲨科技,并将后者未来的业务重点转向VR设备领域,尽管后来黑鲨科技方面否认了这一传闻,但不能否认的是,腾讯在VR硬件市场也在积极寻找突破口。



面对国际VR市场迅猛的发展势头,国内市场也开始加快脚步。

互联网大厂的嗅觉不可谓不敏锐,只是在相关硬件产品生产上,还缺少产业链的支持,而科技大厂在这方面似乎走得更快。今年第三季度,中国市场的VR/AR产品明显增多。7月25日,创维发布Pancake VR一体机;8月18日,联想拯救者VR一体机VR700开启预售;最近,中国消费级AR眼镜品牌Nreal发布两款AR眼镜……

更多产品走向市场,预示着产业发展正进入新一轮的爆发期。据IDC预估,2022年,我国VR头显设备出货量将突破300万台,2025年有望达到1162万台,行业发展前景被普遍看好。

内容滞后

诚然,VR硬件设备正进入更多人的购物清单,但VR离不开内容的有效驱动。

国内市场,相关的VR内容布局相对滞后,在游戏方面,目前的VR游戏市场更接近Switch、PS5等游戏机的发展思



从长期发展来看,内容滞后或将使得国内VR硬件产品的销售缺少持续增长的动力。

路,而这在国内市场并不具备先天优势,更依赖后天养成。

以当前占据国内市场份额过半的Pico为例,其引入的头部游戏产品并不多。根据Steam2021年最畅销的VR游戏排行榜榜单来看,在TOP12的游戏中,只有《亚利桑那阳光》《SUPERSHOT》被引入Pico,而颇受市场青睐的《生化危机4 VR》则为Quest 2的独占游戏,近来热销的《Half-Life: Alyx》也未被引入。

背后的原因在于,一方面,延续主机游戏以内容带产品的发展思路,很多头部VR游戏本身就具有平台排他性。另一方面,国内并没有成熟的主机游戏市场,无论是相关VR游戏开发还是培养用户心智,都需要相当一段时间。再加上当下VR市场虽在快速成长,但消费群体仍然相当有限,Steam数据显示,截至今年4月,平台VR活跃用户中,Pico Neo3的用户占比从去年12月的0.3%增长至0.64%,相应群体约为1.6万人,有限的消费群体也会限制资本在内容布局上的投入体量。

同样,在泛娱乐内容布局上,相关创作者也会更加谨慎。目前,Pico在进入字节跳动生态之后,相关产品已经支持刷抖音,但在产品互动上还没有很好的思路。而在影视等多元内容版图上,此前互动剧曾一度风靡,业内也有不少人将此视为VR市场颇具潜力的娱乐内容之一,不过在眼下,各大视频平台都在强调降本增效,短期内也不会腾出太大空间为VR市场的内容供给砸重金。

从这个角度来说,国内VR市场当前还处在培养用户心智的关键期,在大规模的消费需求形成之前,内容滞后的整体趋势在国内市场恐怕还会持续一段时间。

大厂入局

据普华永道预计,元宇宙相关经济未来将大幅增长,市场规模有望在2030年达到1.5万亿美元。面对未来的万亿市

场,VR领域的布局成为一张关键的入场券,资本对这一市场的热情也迅速显现出来。

智研咨询的统计数据显示,2021年,中国VR/AR行业投资数量共计99起,累计投资金额达到109.2亿元,网易、腾讯、阿里等大厂均出现在投资方列表中。

在这之中,VR/AR技术投资数量合计30起,涉及投资金额39.81亿元,同比增涨352.9%。此外,VR陀螺数据显示,2021年,VR游戏领域的投融资数量也达到25起。显然,从技术到内容,资本正渗透向更大范围。进入2022年,这一趋势并未衰减,仅在今年4月,相关投融资事件便达到13起。

当前,多家大厂的VR硬件产品都已走向市场。伴随着这一过程,国内市场也在积极完善自己的VR内容链。

近几年内,包括腾讯、网易在内的游戏大厂在这方面均有布局,比如网易与美国顶尖虚拟现实游戏工作室Survios共同创立VR游戏发行公司影核,旗下的《Beat Saber》进入Steam2021年最畅销VR游戏-铂金榜单。此外,字节跳动也在去年投资VR游戏开发商梦途科技等,并于今年年初成立海南创见未来科技有限公司,由Pico 100%控股,经营范围涉及人工智能基础软件开发、人工智能应用软件开发等。

早在2019年时,扎克伯格曾公开表示,当VR平台用户达到1000万的门槛,整个生态会进入到可持续、可盈利的良性循环。如今在全球市场内,VR用户的整体规模大约在200万-300万之间。尽管消费群体并不算多,但在眼下,资本对这一市场持续加码,相关技术的成熟也在驱动VR硬件产品加速迭代,商业空间的释放将进一步驱动行业搭建更丰富的内容链,行业的整体变动预示着,VR市场的整体规模有望在未来几年保持持续的高速增长,这对整个行业的发展而言不失为一个积极的信号。

编辑:韩丁

(摘自微信公众号镜象娱乐,有删改)