



2023

实境空间 AR元宇宙内容平台

种子轮融资 商业计划书

2023.11

项目概要

项目概述

项目定位	AR元宇宙内容平台企业
业务介绍	是一家以AR游戏和AR景观为核心的元宇宙内容平台企业，主要产品为AR多人战斗游戏和AR艺术景观，二者可以融合。通过开发多款AR多人联机战斗游戏，让消费者可以在学校、景区及商场等场景，体验多人联机打怪升级，做任务，打BOSS，一边玩游戏一边观赏AR景观。通过AIGC工具实现艺术内容的创作生成2d视图，替代设计师，通过人工建模或AI生成，制作3d艺术景观。游戏环节及关卡设置奖励机制，极大程度为场景方提供丰富营销内容、提高用户互动性的同时，也为场景内商户引流、赋能、拉动消费内循环。
投资亮点	<ul style="list-style-type: none">• 产品优势： 高体验，高科技，零占地，高性价比、轻资产易复制（除建图外 无其他设备投入，可对标 VR）；• 技术优势： 公司具备的技术实力，3D地图的构建与空间定位算法技术，通过AIGC工具高效率低成本生成艺术美观的3d模型，使AR景观质量和数量以及多样性可以实现；• AR赛道前景可观：AR技术应用场景创新+AR眼镜入口级产品+AR网游储备产品；• 团队优势：创始团队为连续创业者，擅长AR元宇宙方向技术及产品落地，具备丰富的行业经验及战略眼光。

行业背景

2.1

市场分析

2021年全球AR眼镜市场出货量在57万台左右，随着VR/AR多场景应用落地，产业发展目标聚焦应用和推广，2023年出货量有望超过百万台。

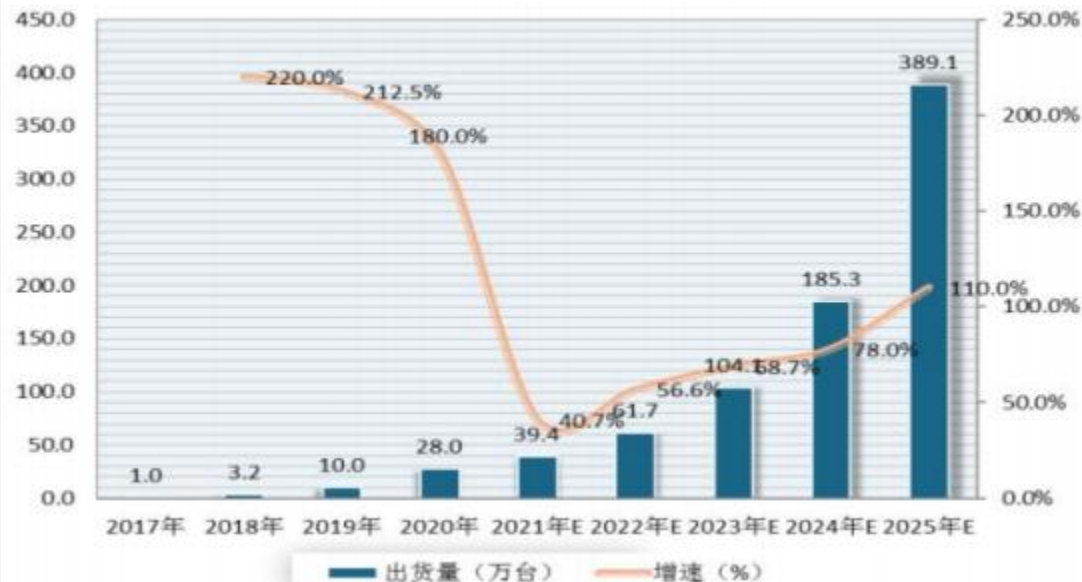
随着5G时代的到来，互联网技术结合数字化进程的不断发展，在技术日趋革新的现代，AR智能穿戴设备已经从概念化转化成商用化。随着2021年推出的新型5G融合AR智能眼镜产品开始，越来越多的科技公司在这个全新领域双重技术相结合的探索之旅中寻找市场导向和市场需求，竭尽所能地为迎合市场需求而设计生产新的产品，并为之努力。

根据洛图科技（RUNTO）线上监测数据显示，1-8月，VR设备线上监测销量同比下降55%，而AR设备同比大涨176%。从产品结构看，VR在线上市场的销量占比为68.3%，较去年同期下降24.7个百分点，而AR的销量份额则从去年的7.0%提升至今年的31.7%。

2023年1-8月 中国VR/AR线上零售市场产品结构



2017-2025年我国AR眼镜出货量、增速及预测



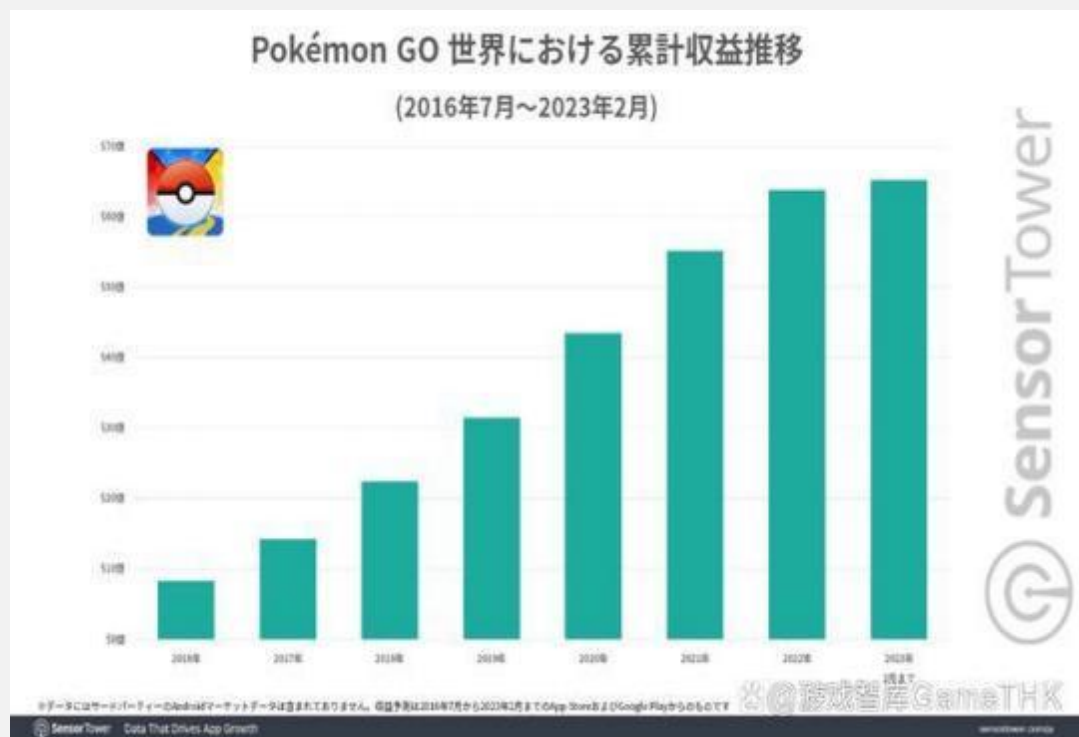
2.2

市场分析

随着2023年2月25日、26日，一场「精灵宝可梦GO Tour：丰缘地区-Global」活动的举办，《精灵宝可梦GO》再度迎来一波强势的营收增长，比如在美国、德国、英国等一线市场的App Store都实现了数日的连续登顶。在日韩的表现也不错。截至2023年2月，《精灵宝可梦GO》在全球的累计营收正式突破65亿美元。

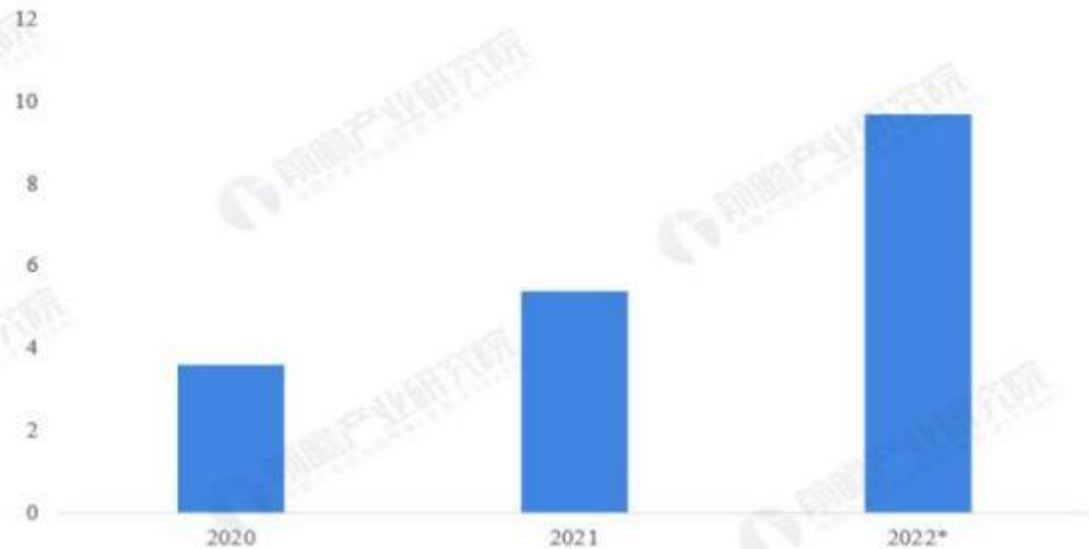
根据 Data.ai 最近发布的报告，自 2016 年首次发布以来，《宝可梦GO》的全球下载量已经超过了 6.78 亿次。

宝可梦 go 采用了将滑动精灵球投掷到 ar 宝可梦身上的落后 ar 技术，前几年只通过国外市场便达成了全球盈利前五的游戏的地位，同时作为盈利排名第一的王者荣耀手游国内市场收益占总收益的大多数。宝可梦 go 游戏的战斗未采用 ar 技术，算不上真正意义上的 ar 网游。



用户及市场规模

图表2：2020-2022年全球增强现实(AR)用户规模(单位：百万人)



资料来源：Statista 前瞻产业研究院

@前瞻经济学人APP

- ④ 根据Statista的数据，2020-2022年全球AR消费用户不断上升，由2020年360万人上升至2021年540万人；预计2022年将达到970万人，两年复合增长率达64%。
- ④ 客户群体壮大为AR/VR内容提供了市场前景和商机，形成硬件提升与内容质量提升的良性循环。5G亦将实践有力支撑客户AR/VR体验的提升、AR/VR应用发展及对游戏、观影、直播等强势驱动需求。

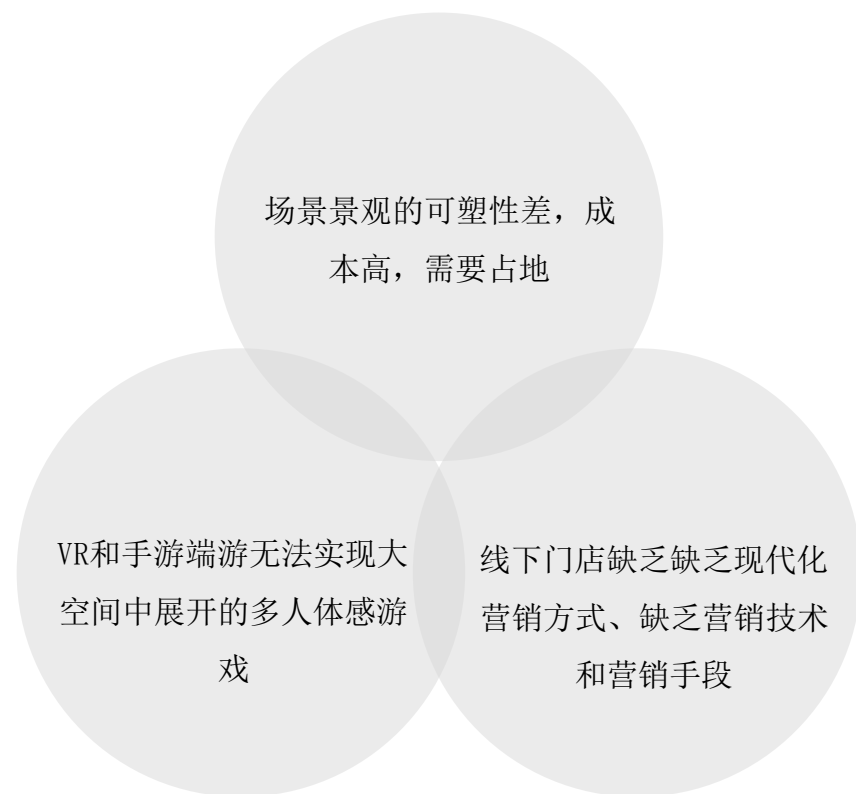
2016-2022年中国AR/VR内容及服务市场规模预测趋势图



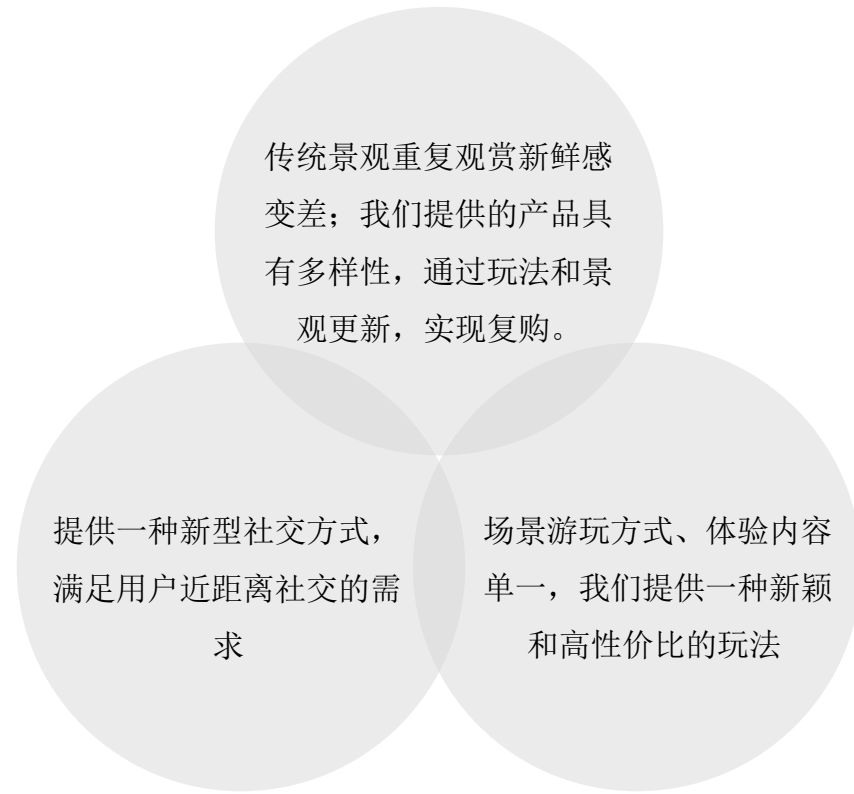
制图：中商情报网 (WWW.ASKCI.COM)

- ④ 自2016年AR/VR技术开始愈发在各类场景中应用落地以来，中国AR/VR内容及服务市场的发展也开始起步，按收入计，AR/VR内容及服务市场的市场规模从2016年的4亿元增长至2020年的115亿元，复合年增长率达132.9%。
- ④ 当前中国AR/VR内容及服务市场正处于高速发展阶段，随着各类行业的AR/VR内容和服务应用的不断增长，预计2022年其市场规模将达350.1亿元。

行业痛点



场景痛点



用户痛点

解决方案

竞争对手分析



场景娱乐玩具设施

商场和景区娱乐具有较好的付费习惯我们可以与传统娱乐玩具相辅相成共同组建娱乐生态。



VR体验馆

相比VR体验馆我们既不占地又不投入设备，还能多人在大空间中一起玩

AR技术提供商

我们要放大游戏功能和提高游戏体验，率先产品化用爆款游戏率先占据市场率先采用AIGC的内容生成，保障内容的多样性和低成本



手机或电脑游戏厂商

手游，端游，vr游戏属于线上娱乐，而我们属于线下娱乐。我们借助先发优势抢占市场。



AR多人战斗游戏

玩家根据boss和关卡规则进行腾挪躲闪。与我们游戏相仿的是80后，90后童年时期的街区玩具枪战，用户通过我们的游戏体验到返璞归真，找到童年的味道。

返璞归真，回归童年游戏

多团队闯关实现陌生人社交

团战模式，可分成多个小队分别攻略做任务打怪，最终集合攻关boss的模式实现陌生人社交。

角色扮演，分成不同职业实现玩法的多样性，技能配合和组合技来激发社交乐趣。

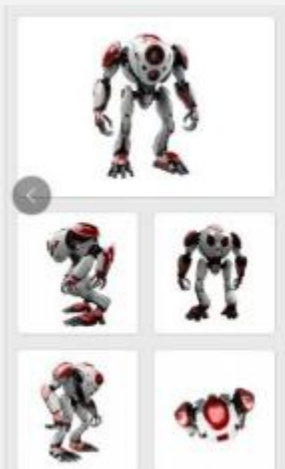
多人协作，激发社交乐趣

开发各种主题游戏

如外星人入侵，僵尸围城，水墨画，武侠，未来科技，巫术。充满可能性



大规模AR艺术展



AIGC生成3D模型

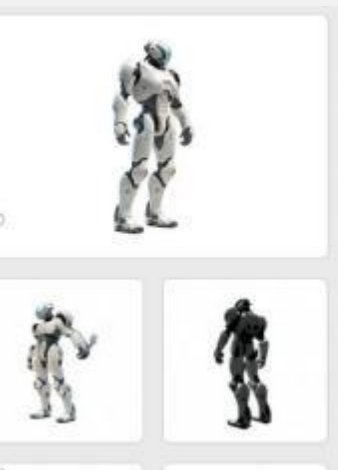
根据我们需求，设计提示词，根据提示词生成2d模型图片，可实现艺术设计，后才用人工或AI工具生成3d模型。随着AIGC的飞速发展，AI生成的3d模型精度将越来越高。通过AIGC我们的AR艺术展成本将降低，内容丰富度大大提高。

落地的周期：6个月

盈利模式：直接卖给商场

投入产出： 技术研发成本和游戏共享30w，建图设备投入共享40w 产品开发30w，服务器成本每个商场第一年12w，以后每年5w，我们打算卖第一年40w，第二年20w。

盈亏平衡点：卖出4家就回本了



产品开发流程

大规模AR艺术展

我们通过AIGC大模型构建AR景观或者元宇宙的成本大大降低，这让我们提供丰富多样的美观内容吸引眼球成为可能，光靠AR景观我们就很能打再加上混合游戏提供丰富玩法。

数字AR地图的构建

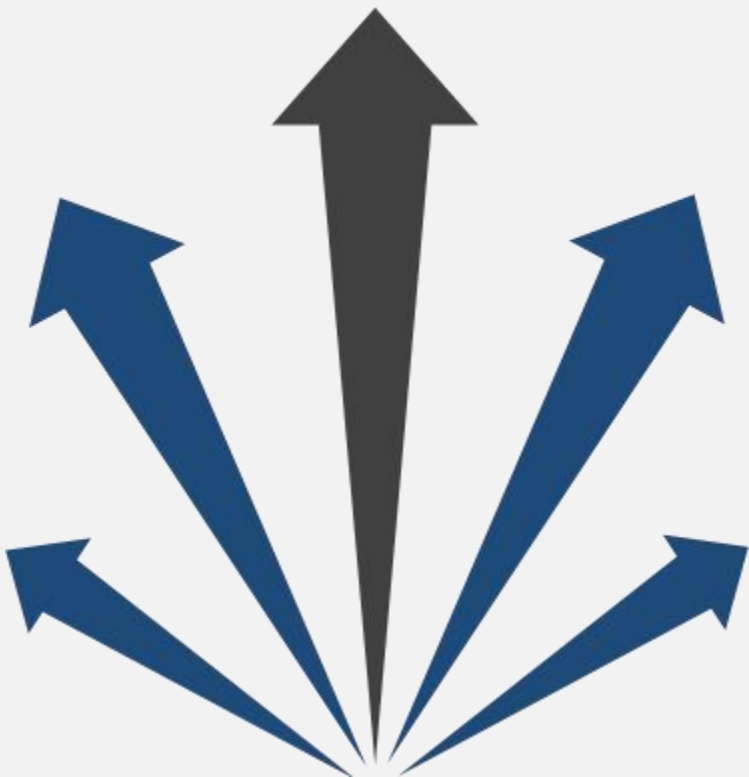
AR在大空间应用需要建立数字AR地图，通过真实世界图像与AR地图的对比实现AR的定位和渲染，所以AR地图是AR眼镜和手机户外或商场的AR应用必不可少的基础设施。基于AR地图可构建多人联机战斗游戏，AR景观等应用。我们团队已经有成熟的AR地图构建和定位技术。

AR游戏的策划和设计

策划和设计，并定制AR游戏，产品化满足各个年龄段与场景的主题游戏。如满足95后的七龙珠主题游戏，以及小孩的奥特曼主题。场景如合家欢主题。

AR游戏内容生态搭建

与传统电脑或手机端游戏合作，共同建立内容生态，搭建AR游戏盒子APP即游戏商城。



盈利模式

时长 付费

传统商场娱乐设施都是收费的，用户有良好的付费习惯，我们可以采用较为合适的记时收费

01

为商场营销提供解决方案

直接将AR游戏+艺术展整体方案卖给商场或景区，按年收费。

02

收取为线下门店引流费用

通过为线下场所做趣味游戏或艺术景观等活动，为线下门店等场所引流，我们收取营销费用。

03



线下推广

合作学校/景区/商圈等核心区域
地推；线下广告投放

01

线上推广

搭建自媒体营销团队，抖音、小红书等主流内容平台推广。

02

核心优势

产品优势

01



相比传统游戏与虚拟世界交互，我们在真实世界交互更加身临其境。提供一种独一无二的大空间探索体感游戏的体验。

高体验

02



具有较强的科技感，适合儿童体验。

高科技

03



随着游戏的推广应用和用户的增加，游戏研发成本、3d模型、建图设备成本以及定位算法研发成本可以被平摊。

高性价比

04



游戏需要人与人近距离接触，适合家欢，朋友组队一起玩。提供一种近满足距离社交的新型娱乐方式。

强社交

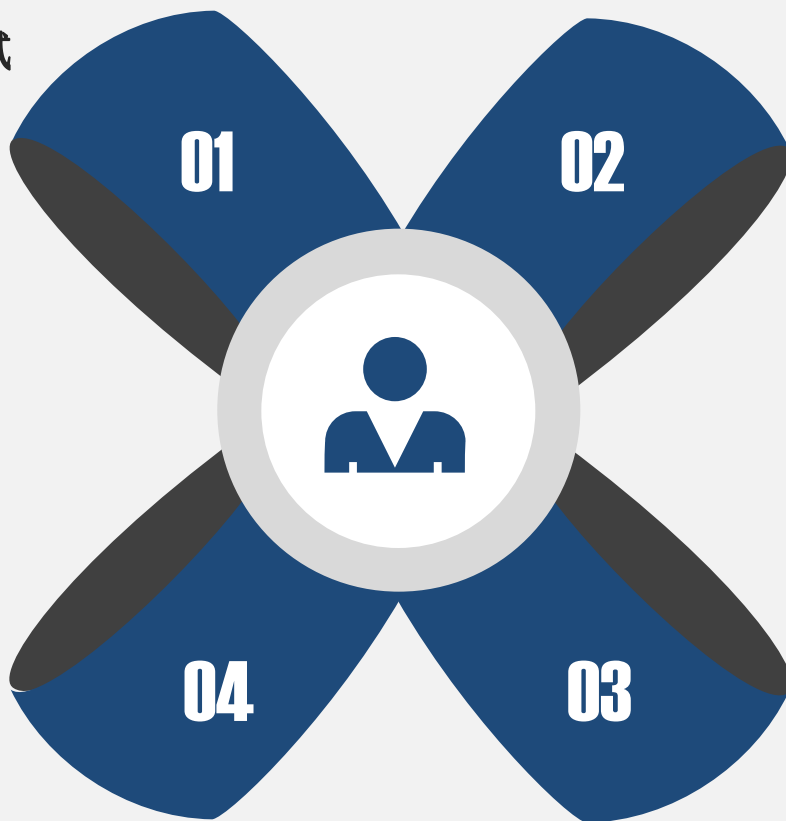
模式优势

用AR技术提供一种新型娱乐社交方式

提供用户在近距离社交中完成的一种新型娱乐方式，用户可以结伴在大空间中一起观赏风景，探索游戏，跟随游戏运动。

为AR眼镜提供核心应用

AR眼镜出货量与日激增，除投屏功能外，暂时没有其他消费级应用，我们的产品可在AR眼镜成熟前率先抢占AR用户，提前布局AR眼镜核心应用。



为线下提供一种引流方式

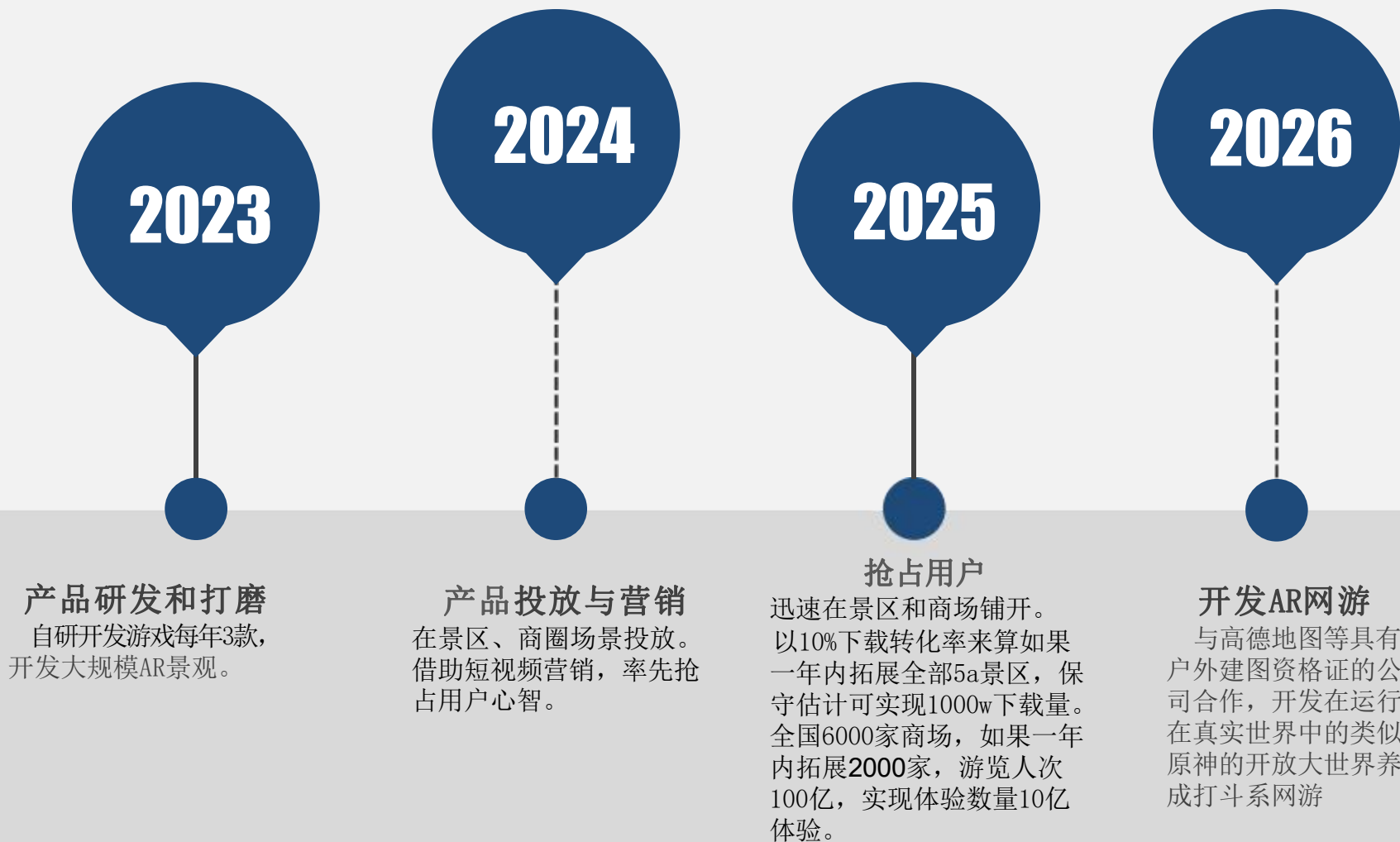
随着我们用户逐渐增长，我们可以通过做活动为线下场所引流，引爆线下，挟线上用户影响线下流量

为未来AR互联网游戏奠基

与高德地图等具有户外建图资格证的企业合作，开发在运行在真实世界中的类似原神的开放大世界养成打斗系网游，将虚拟游戏世界与真实世界融合。

战略及融资

发展规划



我们的团队

黄辰辰

创始人兼CEO

负责商业模式设计, 战略把控, 兼游戏产品设计从事人工智能算法工作, 从21年便研究ar在大空间中应用, 多次迭代商业模式。10年以上网络游戏用户。



刘耀华

技术合伙人

毕业于中国科学院大学, 现主要研究3D地图的构建与空间定位算法, 有手机端AR应的落地经验。



廖诗华

毕业于西安交大计算机硕士研究生, 曾就职于腾讯、联动优势、字节跳动等互联网公司, 十多年互联网技术、产品及运营经验, 具有多次创业经历

黄钰祥

AIGC负责人

上海杉达学院软件工程专业在读大学生, 在完美世界游戏、莉莉丝游戏等一线游戏大厂任职研发美术岗, 熟悉AIGC工具和游戏设计开发全流程。

刘冰岩

游戏策划负责人

就职百游汇通期间, 负责《新兽血沸腾》《龙腾世界》《凡人修仙传》产品运营及商业化策略。就职目标在线期间, 负责《三国鼎立》《凤舞天骄》《决战》产品运营及商业化策略。就职龙图智库期间, 负责《新烽火之旅》产品运营及商业化策略。作为创业合伙人就职亿游互娱期间, 负责广告变现产品《狂野飙车》《砰砰海盜》产品策划及商业化变现策略。就职海南联众, 负责《伏魔传》产品运营及商业化策略。自主创业与鲸游传媒合作负责《少侠且慢》弹幕游戏产品策划。

种子轮融资需求

融资需求

融资阶段

融资金额

出让股份

种子轮

300万元

15%

资金用途

硬件设备

产品研发

购买3D地图扫描设备，
以及服务器。

招募3d地图定位算法研
发人员，后端开发人员，
3d建模美工，游戏策划
人员。定制AR游戏。

我们的愿景



成为多款爆款游戏的聚集地

我们的app将以游戏盒子方式呈现，不但我们自己开发游戏也会与游戏厂商合作引进游戏，借产业力，开发爆款游戏。



成为ar元宇宙的构建者

提前积累丰富的AR内容要素，抢占AR元宇宙的内容提供商。



成为线上与线下交融的枢纽

随着AR地图的大规模构建，线上虚拟世界与真实世界融为一体。线上流量和线下流量相互转化。



感谢观看

THANK YOU