



# 2016中国VR行业预测研究报告

文/晓月

任何促进伟大改变、  
时代性的东西，前期都是幼稚的

如今，虚拟现实（Virtual Reality，以下简称VR）技术已可以被消费者真切地体验到，但上升到行业层面，VR仍处于成长期，无论在技术、产品、内容、规范上，都略显稚嫩。VR趋势毋庸置疑，就目前来说，VR市场还只是虚火。VR“火”在行业人士和极客两类特定人群之中，对于大众消费者，VR目前显然还不是刚需。

人们看好VR，因为它不仅是一项代表未来的新技术，而且是互联网科技产业链发展同人们日益增加的娱乐需求相

2015年中国企业布局VR概况

排序	公司	布局情况
1	阿里巴巴	成立VR实验室；7.94亿美元投资Magic Leap
2	腾讯	公布Tencent VR SDK，研发/投资VR硬件
3	百度	上线VR视频频道
4	触控	2016年推出5-6款VR游戏；与ARM、高通、Intel、Oculus合作
5	游久	千万美元投资Pulse Evolution Corporation
6	游族	参投以色列VR/AR公司akingAPP
7	完美世界	制作VR游戏
8	巨人	《3D征途》将涉足VR开发
9	盛大	参投Everst VR、Upload VR、Icelandic VR
10	乐视	发布超级头盔；制作VR内容；投资灵境
11	小米	投资大朋VR；筹建VR实验室
12	龙图	VR硬件、尝试内容制作
13	华谊兄弟	投资暴风魔镜；收购圣威特股权，布局VR主题公园

交的产物，是顺势而生的新事物。从表面上看，VR的核心价值，是能将视听体验带到一个新高度。从深层上看，那可能就非同小可了。当下全球VR设备主要以眼镜和头盔为主，中国的发展进度基本持平，但规模较小。在全球范围内，普遍存在几大问题：其一，佩戴使用体验不佳；其二，内容匮乏，难以满足需求；其三，缺乏统一规范。这里值得注意的是，历史无数次告诉我们，原以为的问题将都不是问题。

为什么VR让互联网行业兴奋？

2016年被誉为是VR行业真正的元年，环境、产业链初具雏形。当前人们对内容的需求持续增加，从平面、音频到视频，下一个突破口就是VR，作为全景内容可以将内容提升一个level。而且VR将跨领域协同，促进其他产业的发展，诸如：游戏、社交、教育等诸多行业产生质的变革。当前VR已经在一些军事训练中应用，未来将重新定义游戏、旅游与社交。

VR，是一个入口。无论是现在较大的机构、充满雄心壮志的创业者，还是具有一定VISION的资本都企图在VR领域进行布局，他们仿佛已预见VR设备在

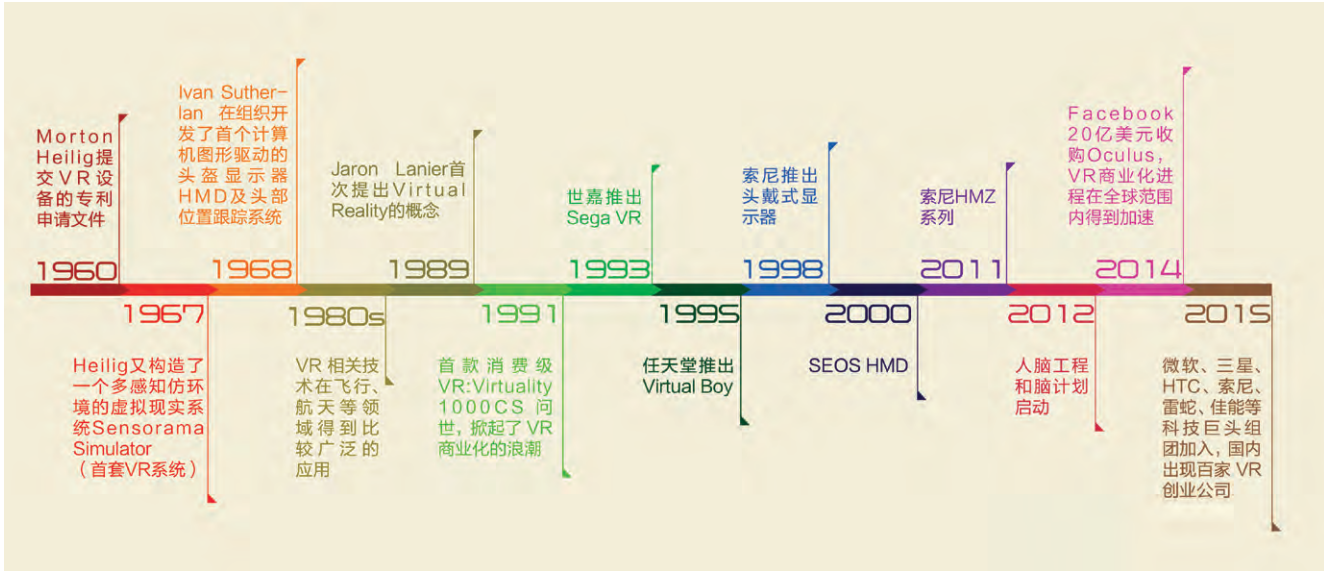
2015年中国VR投资方大事件

排序	资本方	公司	产业方向
1	和君资本	加你科技	硬件（输出）
		爱客科技	硬件（输出）
		乐客灵境	内容平台、线下分发
		明海云科技	VR垂直暖化器
2	松禾资本	暴风魔镜	硬件（输出）
3	中信资本	暴风魔镜	硬件（输出）
4	双安资产	乐相科技	大朋VR, 硬件（输出）
5	丰厚资本	焰火工坊	硬件（输出），内容生产
		叮当猫科技	VR游戏开发
6	洪泰基金	极维客	硬件（输入、输出），内容生产
		清显科技	VR视频内容生产
7	联创永宣	理想境界	硬件（输出），图像识别
8	济源资本GCV	亮风台	硬件（输出），内容平台
		央数文化	教育应用，内容生产
9	SIG海纳亚洲	幻触信息科技有限公司	硬件（输出）
10	IDG	TVR	VR游戏开发
11	君联资本&海通开元	诺亦腾科技	硬件（输入），动作捕捉
12	启明创投	岚峰创视	硬件（输入），全景内容生产
13	毅达资本	睿悦信息	硬件（输入），内容平台
14	湖杉资本	曼恒数字	内容生产，VR交互系统开发

未来科技竞争中会钱途无限，纷纷抢滩登陆，跑马圈地VR市场。有道是，卓越的天才不屑走旁人走过的路，他们寻找迄今未开拓的地区。

腾讯、阿里巴巴和百度等等已领头

进入VR领域，我们看到：从2015年11月以来，“VR”这个名词在国内炙手可热，争着把钱扔给VR公司的大公司络绎不绝，它甚至成了两会的热点，多个省市级政府将其视为创新创业的新增长点。无



论想进入者是谁，这都不是偶然的。

有一定质量的资本就应该拥有一定程度灵敏的嗅觉。国内最先投资VR领域的是VC（风险投资），完成了大多数VR创业公司的天使轮、Pre-A轮以及A轮、A+轮投资。活跃其中的大风投机构包括和君资本、丰厚资本、洪泰基金、IDG、纪源资本GGV、SIG海纳亚洲、君联资本、光信资本等。

可见有人带头，有人进入，政府扶持落地将成为我国的VR行业基调。

硬件被VR行业的发展赋予了新的活力！将火力全开

现有的整个VR产业链中，主要包含几部分：硬件设备、软件、内容、渠道平台、产品。目前，国内VR行业主要以硬件产业为主，其次是内容产业。

从显示原理来看，目前市面上VR产品主要分为三种：一种是自带显示器的，但需要外接主机来传输内容的，类似于Oculus Rift；一种是自带显示器，但是已经集成主机了，比如IDEALENS（SimLens）；另一种是需要依靠手机充当显示器，类似于暴风魔镜的这种。从使用体验来说，自带显示器的VR产品无论是显示效果，还是场景逼真度都比依靠手机充当显示器的VR产品要好很多。

但国内智能手机巨大的用户基数能有效助推VR产品。因此头戴式的VR设备被众多厂商追捧。据预测，到2020年VR设备出货量820万台，用户量超过2500万人。

被VR激励的视频行业新格局，亦或将无以伦比！

对于新生的VR行业，内容制作是现阶段软肋。VR当前面临的主要挑战在于，内容制作成本很高。其平台、相机和软件都是全新的，需要重新学习。而且VR内容的消费也并不容易，用户可能需要购买昂贵的设备。

2016年中国VR设备排行榜

排序	产品	企业	类别
1	HTC Vive	宏达国际电子股份有限公司	眼镜类/头戴
2	AntVR	北京蚁视科技有限公司	眼镜类/头戴
3	3Glasses D2	深圳虚拟现实科技有限公司/乐客VR	眼镜类/头戴
4	HiAR Glasses	亮风台	眼镜类/头戴
5	空之翼	聚变网络	眼镜类/头戴
6	乐视超级头盔	乐视和小鸟看看联合开发	眼镜类/头戴
7	DeePoon M2	乐相科技	眼镜类/头戴
8	暴风魔镜4	暴风魔镜	眼镜类/头戴
9	微动Vidoo	锋时互动	眼镜类/头戴
10	雷蛇OSVR	雷蛇	眼镜类/头戴
11	Handsfree	Handsfree	眼镜类/头戴
12	IDEALENS	程度虚拟世界科技有限公司	眼镜类/头戴
13	SVR Glass	上海乐蜗科技有限公司	眼镜类/头戴
14	Laputa Hero	Laputa VR团队	眼镜类/头戴
15	omino Uranus one	偶米科技	眼镜类/头戴
16	DreamVR	极睿软件	眼镜类/头戴
17	星轮ViuLux	掌网立体	眼镜类/头戴
18	BeeVR	维拓	眼镜类/头戴
19	eyetop VR	奥视科技	眼镜类/头戴
20	灵境小白1S	维阿时代	眼镜类/头戴
21	Depth VR	拓视科技	眼镜类/头戴
22	UCVR	游视虚拟现实技术	眼镜类/头戴
23	360奇酷魔镜	360和暴风合作	眼镜类/头戴
24	3D幻影魔镜	狂石科技	眼镜类/头戴
25	巨蟹T1	华影科技	眼镜类/头戴
26	eyesir	完美幻境	相机
27	极维客Gevek VR	极维客科技有限公司	手柄
28	KAT Walk VR	杭州虚拟现实科技有限公司	跑步机

2016年中国VR内容提供商排行榜

排序	产品	企业	类别
1	兰亭数字	兰亭数字	内容
2	BELLCAT	叮当猫科技有限公司	内容
3	得图网络	得图网络	内容
4	TVR	时光机	内容
5	VR小伴马	子歌(上海)文化传播有限公司	内容
6	VR Stor	奇境信息技术	内容
7	Indie VR / 独立灵境	独立灵境科技	内容
8	暗黑封神VR	龙腾世界科技	游戏
9	代号“12”	万岁游戏	游戏
10	空之翼VR眼镜	空之翼	游戏/硬件





在内容上，用户最期待是VR视频，或全景视频。由于VR视角的缘故，在镜头语言、拍摄、后期等几乎所有方面都与传统电影存在较大的差异。据不完全统计，目前好莱坞已有数十位导演开始尝试VR电影的制作，面世的作品不下五六部，这其中包括Oculus 2015年推出的VR CG电影《LOST》。这些电影无一

例外都在10分钟以内，平均时长为3分钟左右；暂不谈观看效果，仅在制作成本上，一部6分钟电影的制作成本在千万元级别。

国内制作商，包括追光动画、兰亭数字在内的内容提供商都在该领域有所尝试，仍不成熟。但是，一般而言猜得到开头，就猜得到结尾！

2015年VR 体验店/主题公园排行榜

排名	公司	体验店
1	乐客 VR	VR 线下体验馆
2	顺网科技	网吧开设体验店
3	诺亦腾	Project Alice体验店
4	米粒	“星核” VR 乐园
5	无忧我房	无忧VR样板间
6	睿悦信息	Nibiru超帅极限酷玩
7	圣威特	影视 IP 主题乐园 “电影世界”
8	哇塞	哇塞快乐吧
9	黑晶互动	黑晶体验店（计划）
10	K-Labs	研发用，未开放

### 最直接有效的体验方式：VR体验店

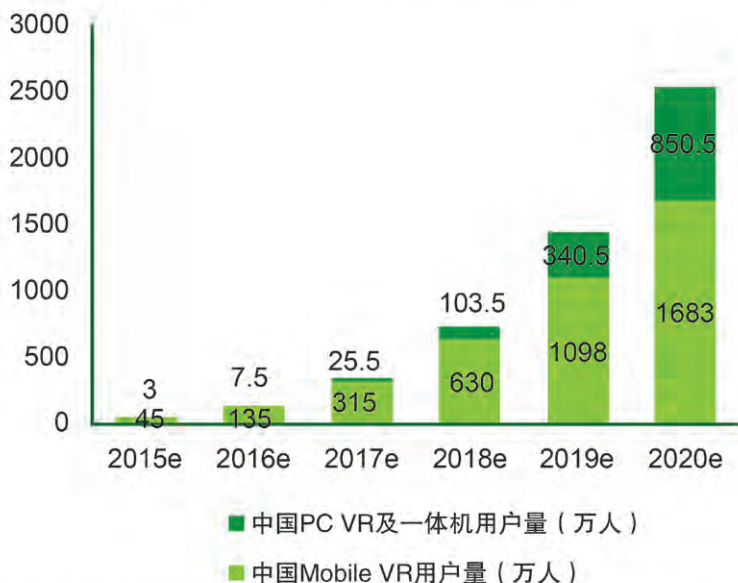
虽然 VR 整体市场还没有起来，但2016年行业四条主线中，除了大公司动作、移动端 VR，离钱最近的体验店/主题公园和 toB行业应用两大领域，已然硝烟味浓重了。toB行业应用虽然能挣钱，但需要行业资源，扩大规模难，而体验店/主题公园面向C端，客单价低，后续可以快速扩展，大型主题公园更是附带巨大的品牌效应，吸引了相当多玩家的注意。

### “另一个世界”的“诺亚船票”！

VR满足了人们对新奇性的需求和想象力的需求，而且“沉浸感”（Immersion）能让用户虚拟一个似乎脱离现实的“自我”，并且让用户感受到这个自我跟环境在“真实”交互。网络的发展将分散在各地的点（人），连接成为了线，从而促成了人与互联网的双向信息传输，而VR的诞生，使得网络将分散的线相融到一个面，这将打开商业的一个新世界。

正如当体验者带上VR产品后，互联网便是他所“感知”的一部分，虚拟世界便是他所在的“体验场”，现实世界便是他的“生活区”，虚拟现实世界或许将重构我们所生活的“三维时空”与“二维时空（二次元）”，形成前所未见的“五维时空”或是“五次元”。未来人们将普遍穿梭于虚拟现实之间。<sup>[1]</sup>

2015-2020年中国VR用户规模预计



来源：出货量及用户规模综合调研数据、行业发展阶段、专家访谈等信息，通过艾瑞统计预测模型预测。  
注释：海内外规模对比采用1美元兑换6.5人民币的汇率计算。