

VR 熱炒 巨頭潑冷水

業界：市場培育需時 莫高估短期反饋



索尼互動娛樂(中國)總裁添田武人。網上圖片



微軟Xbox事業部中國區總經理謝恩偉。網上圖片

新技術 VR(虛擬現實)概念熱爆，無論是國際科技巨頭，抑或是內地大小創業公司，均加速攻城略地，佈局VR(虛擬現實)產業。激情之餘，亦有冷靜思考。今年的ChinaJoy上，談及VR，業界大佬不乏謹慎觀點，微軟Xbox事業部中國區總經理謝恩偉甚至對VR「潑了盆冷水」，直言當前VR已經淪為炒作概念。有內地業界人士提醒，VR市場培育尚需時間，雖然不能低估未來五年的發展潛力，但也不能高估近兩年的市場反饋。

■香港文匯報記者 章蘿蘭 上海報道

近兩年來，VR概念被熱炒，從概念、到技術再至生態佈局，成就了一場又一場資本狂歡。很多人把VR看作智能手機後的下一個風口，國際市場上，Oculus Rift、HTC Vive、索尼PlayStation VR和三星Gear VR等巨頭研發多年的產品，已經開始消費級的量產。內地廠商華為和小米等亦已加入戰局。小米官方宣佈，將於今日上午10:00發佈旗下第一款VR產品。

微軟：VR並非新技術

目前微軟在VR和AR領域已經動作頻頻，Win10作為一個非常開放的平台，已經支持了Oculus Rift、HTC Vive等VR產品。今年春天，微軟在全球推出了Windows全息的SDK《我的世界》，也公佈了Gear VR的版本。而在AR領域，HoloLens系列在北美已經取得了不錯的戰績，HoloLens能夠實現物理世界與虛擬世界的重疊，目前已經廣泛應用到汽車製造、勘探、醫療等領域。當然，在遊戲領域也有所拓展。

即便如此，微軟Xbox事業部中國區總經理謝恩偉在今年的中國國際數碼互動娛樂展覽(ChinaJoy)上，依然對VR產業表示謹慎樂觀。他直言，目前VR很大程度上已經成為被炒作的概念。在他看來，首先VR並不是一種新的技術，它已經有將近20年的歷史；其次，VR的價格昂貴，一台VR設備價格相當於一台主機價格，還遠未到消費者級別；第三，VR在技術領域還有許多空間要拓展，體驗上也存在缺陷；最後，VR並沒有強勁的內容支撐。

謝恩偉強調，他並沒有全盤否定VR技術，而是呼喚業界「需更加理性地看待VR」。並表示這一理念一定程度上反映了微軟對待VR的態度，「微軟希望更加理性、穩健地推動相關技術的開發」。

索尼：VR市場體量小

微軟勁敵索尼亦是「英雄所見略同」。索尼在ChinaJoy上公佈了PlayStation VR在中國的發售計劃。但被問及銷售預期時，索尼互動娛樂(中國)總裁添田武人頗為保守，他指並沒有詳細目標，因為目前VR的市場體量還很小，索尼今年更多想要開拓市場，希望能夠吸引開發者和用戶。

事實上，經歷了早期的激進，內地業界對VR的態度，也越來越理性。內地最早進軍移動VR市場的公司之一，烽火工坊首席執行官兼創始人婁池就在展會上表示，去年10月至今年5月期間，VR真的非常熱，現在市場比較冷靜了，「當初移動互聯網產業發展耗時5年，但VR一上來，大家就給這麼高的估值，內地市場的熱度被透支拔高了不少，現在資本市場冷一點，對真正做VR的公司也是一件好事。」而在內地VR硬件廠商3Glasses創始人兼CEO王潔看來，VR市場培育尚需時間，雖然不能低估未來五年的發展潛力，但也不能高估近兩年的市場反饋。

完美世界：小打小鬧

內地最大的影遊綜合體完美世界今年4月推出公司旗下首款VR遊戲《深海迷航》，作為Oculus Rift上市後的首批遊戲在全球範圍內發售，每月銷售額超過百萬美元。但完美世界CEO蕭泓接受採訪時亦強調，完美世界在VR上為適度嘗試，按照小投入小製作的方式去做，等到VR技術成熟，性價比合適了，才會快速啟動大規模投資，做重要的大IP主流型產品。

誰退出 誰先「掛」?



遊戲VR、影視VR、購物VR、VR+……當大大小小的公司擠爆頭欲在VR上分一杯羹時，業界大佬們紛紛呼籲「冷思考」。至於「2016年為VR元年」的說法更是引發頗多質疑。反對者言之鑿鑿，指VR的發展經歷了60年代到80年代的早期探索，80年代末到90年代初的火爆和沉寂，至今天全面進入大眾視野，這已是VR歷史上的第三個「元年」，「歷史告訴我們，在前兩次VR元年，想趁着VR熱撈一把的他們都掛了。」

這次VR會不會又「掛」了?暫時沒人知道，但從今年的ChinaJoy來看，四日展會吸引近33萬玩家，玩家多數入場就直奔VR設備。PlayStation VR展台首日即大排長龍，製造商要求需提前在官網預約，方可在指定時間入場試玩，無緣試玩的觀眾只得隔着欄杆望眼欲穿。幾日前PlayStation VR在中國正式開放預售，據指五分鐘內內地各大平台均告售罄。

這就不難理解，為何大佬們一邊在潑冷水，一邊似乎還在加速佈局。萬一VR沒有「掛」呢?誰退出，誰就「掛」了。 ■記者 章蘿蘭



內地消費者對VR的了解

- 對VR的接受程度：
- 68%內地玩家願意付費購買VR產品，當中17%可接受千元人民幣以上的成本
- 對VR的認知程度：
- 逾35%玩家完全不知道應該用什麼樣的設備進入VR領域
 - 43%了解
 - 21%的玩家只聽過其中一部分
 - 近50%的玩家稱其所知的VR品牌少於3個

來源：在線媒體及增值服務提供商17173 整理：記者 章蘿蘭

部分VR產品及售價

- VR三巨頭主要產品：
- Oculus Rift：售價599美元(約合3,910元人民幣)
 - HTC Vive：售價799美元(約合5,215元人民幣)
 - 索尼PlayStation VR：售價2,999元人民幣，但玩家需要先有一台PS4主機
- 內地廠商的VR產品：
- 華為一款VR眼鏡計劃今夏上市，據稱定價為數百元人民幣
 - 樂視本月正式發佈第二代VR頭盔LeVR Pro 1，定價399元人民幣
 - 小米首款VR產品將於今日發佈

記者 章蘿蘭 整理

VR小知識

VR技術，即利用計算機技術模擬產生三維的虛擬世界，讓使用者及時、無限制地感知虛擬空間的事物。經過幾十年的技術積累，VR主要關鍵技術均取得突破，已經可以進入應用和後續的產業化階段。

參觀者在數碼娛樂展覽會上體驗採用VR技術的互動遊戲。新華社

四成內地玩家唔識VR設備

據遊戲在線媒體及增值服務提供商17173調查指，內地消費者對VR品牌認知尚處低階，超過35%玩家完全不知道應該用什麼樣的設備進入VR領域，近50%的玩家所知的VR品牌少於3個。17173媒體群總經理趙佳稱，「VR這一陣風在行業內已經如火如荼了，但對於普通用戶，其實大家還是一個懵懂的狀態。」



《深海迷航》大獲成功，但完美世界CEO蕭泓依然對VR態度謹慎，稱只是適度嘗試。章蘿蘭攝

設備門檻高 缺品牌認知

VR設備門檻高亦是迅速普及的障礙之一。目前國際品牌的產售價在600-800美元之間(見附表)，且很多VR設備要求高配置電腦支持。業內人士指出，想要VR設備流暢運行，至少需要一塊價格3,000元人民幣以上的顯卡，HTC Vive還需要大的空間支持，普通用戶很難在家中佈置。據稱，目前內地VR設備出貨量其實還不如2009年的智能手機。

趙佳亦提到，北美地區主機遊戲市場佔整個市場份額的45%，但中國的比例卻徘徊於個位數，除了政策原因外，主機遊戲在中國面臨兩大困境：

兩難題阻主機遊戲市場

首先，主機遊戲需要一個專用設備，對於用戶來說是不小的門檻；另外大部分的主機是在客廳或房間裡使用的，「小的時候我們玩遊戲都要很不得躲在被窩裡或者是跑到外面的街機廳偷偷摸摸玩，誰敢在家裡的客廳裡，在家長的注視下玩遊戲？」

另外，VR設備廠商靈鏡VR的CEO張書賓認為，目前行業的問題在於市場和用戶的節奏遠未能跟上資本和媒體的節奏，從用戶體驗和用戶規模上都談不上成熟，行業的心態有些操之過急。

行內人：數據缺乏難融資

內地首批VR內容提供商、蘭亭數字CEO莊繼順透露，目前VR行業一線的公司壓力不大，但是從二線往後的，無論是盈利還是在融資上壓力都是非常大。「從資本角度來看，VR內容公司並不像外界想的那樣，特別好拿錢，與幾家VR硬件大公司相比，基金投資VR內容公司其實是一個非常低的額度。」

業內無清晰盈利模式

他說道，VR領域的尷尬之處在於沒有任何一個清晰的盈利模式呈現在所有人面前，本身這個行業跟傳統的領域差別非常大，導致每個

公司，或者是每個團隊都需要長時間去學習探索，乃至消化這個過程，其間會產生各種各樣的花銷，如何能夠形成一個相對健康的現金流，是巨大考驗。

「由於現在VR沒有大量用戶，沒有大量的數據反饋和用戶反饋，同時交互方式也沒有標準化的統一，導致內容廠商在製作內容的時候非常尷尬，因為內容提供商無法根據用戶反饋，來調整自己的內容製作方向。」莊繼順說：「你如果真的撕開所有的偽裝，問一個投資人，一兩年內是否看好VR內容，我相信沒有人會給你一個『是』的回答，因為這個行業需要非常長的時間，它比硬件、比平台需要的時間都長。」

在莊繼順看來，中國移動互聯網已經發展了那麼多年才到了一個內容盈利的大時代，VR內容提供商至少需要三至五年過渡。「目前整個中國投資環境過冷以後，行業開始面臨洗牌，這也是我為什麼特別不太看好小型創業團隊進入VR內容領域，因為你拿到天使(資金)拿到種子(資金)，我認為不是一件很難的事情，但是你想從A輪、B輪開始拿錢，以現在這個VR行業發展現狀來講非常難。」