



# 2015年中国虚拟现实行业研究报告

2015 China Virtual Reality Industry Research Report

(内部精简版)

---

# 研究方法

---

**本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统。**

- 通过对行业专家、虚拟现实相关企业、相关用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

# 目录

- 1 / 2015年中国虚拟现实行业发展概况分析
- 2 / 2015年中国虚拟现实行业产业链分析
- 3 / 虚拟现实行业跨界影响分析
- 4 / 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析
- 5 / 2015年中国虚拟现实行业典型企业案例分析

# 概念定义

## ● 虚拟现实技术(Virtual Reality, VR)

指采用计算机技术为核心的现代高科技手段生成一种虚拟环境，用户借助特殊的输入/输出设备，与虚拟世界进行自然的交互，提供用户关于视觉、听觉、触觉等感官的模拟，让用户如同身历其境一般。

### 现代高科技手段

计算机图形技术  
计算机仿真技术  
人机接口技术  
多媒体技术  
传感技术

### 虚拟环境

真实世界中的环境  
人类主观构造的环境  
现实中人类不可见的环境

### 输入/输出设备

输入：游戏手柄/摇杆、3D数据手套、位置追踪器、眼动仪、动作捕捉器（数据衣）等  
  
输出：头戴显示器、3D立体显示器、3D立体眼镜、洞穴式立体显示系统

### 自然的交互

用户采用自然的方式对虚拟物体进行操作并得到实时立体的反馈。如：语音、手的移动、头的转动、脚的走动等

# 虚拟现实的核心特征

---

## 沉浸感

沉浸感是虚拟现实系统最基本的特征，指让人沉浸到虚拟的空间之中，脱离现有的真实环境，获得与真实世界相同或相似的感知，并产生“身临其境”的感受。为了实现尽可能好的沉浸感，虚拟现实系统必须具备人体的感官特性，包括视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等。其中，视觉是VR最重要的感知接口，因为人类获取的信息70-80%来自视觉。

## 交互性

交互性就是通过硬件和软件设备进行人机交互，包括用户对虚拟环境中对象的可操作程度和从虚拟环境中得到反馈的自然程度。虚拟现实应用中，用户将从过去只能通过键盘、鼠标与计算环境中的单维数字信息交互，升级为用多种传感器（眼球识别、语音、手势乃至脑电波）与多维信息的环境交互，逐渐与真实世界中的交互趋同。

## 想象性

想象性是指用户在虚拟世界中根据所获取的多种信息和自身在系统中的行为，通过逻辑判断、推理和联想等思维过程，随着系统的运行状态变化而对其未来进展进行想象的能力。对适当的应用对象加上虚拟现实的创意和想象力，可以大幅度提高生产效率、减轻劳动强度、提高产品开发质量。以Oculus Rift头盔为例，人们戴上它可以脱离现实环境，沉浸在虚拟的游戏场景中，而且可以通过设备进行一些人机交互，这些过程最终会对人的心理产生一些刺激或影响。

# 虚拟现实技术分类

分类	工作原理	优点	缺点
桌面式VR系统	使用个人计算机和低级工作站来产生三维的交互场景	成本相对较低，较为普及	用户会受到周围显示环境的干扰而不能获得完全的沉浸感
沉浸式VR系统	利用头盔显示器，洞穴式显示设备和数据手套等交互设备把用户的视觉、听觉和其他感觉封闭起来，产生身临其境，全身心投入并沉浸其中的体验	具有高度实时性与交互性，并具有良好的系统集成度与整合性能，具有良好的开放性	技术要求和成本预算较高，起步较晚
增强式VR系统	允许用户对现时世界进行观察的同时，将虚拟图像叠加在真实物理对象之上	在虚拟现实与真实世界之间进行相互补充	技术要求和成本预算高，起步晚
分布式VR系统	基于网络的虚拟环境，在这个环境中，位于不同物理环境位置的多个用户或多个虚拟环境通过网络相连接，或者多个用户同时参加一个虚拟现实环境，通过计算机与其他用户进行交互，并共享信息。	应用于远程虚拟回忆、虚拟医学会诊、多人网络游戏、虚拟战争演习等专业领域	需要较大投入，不适合大众普及

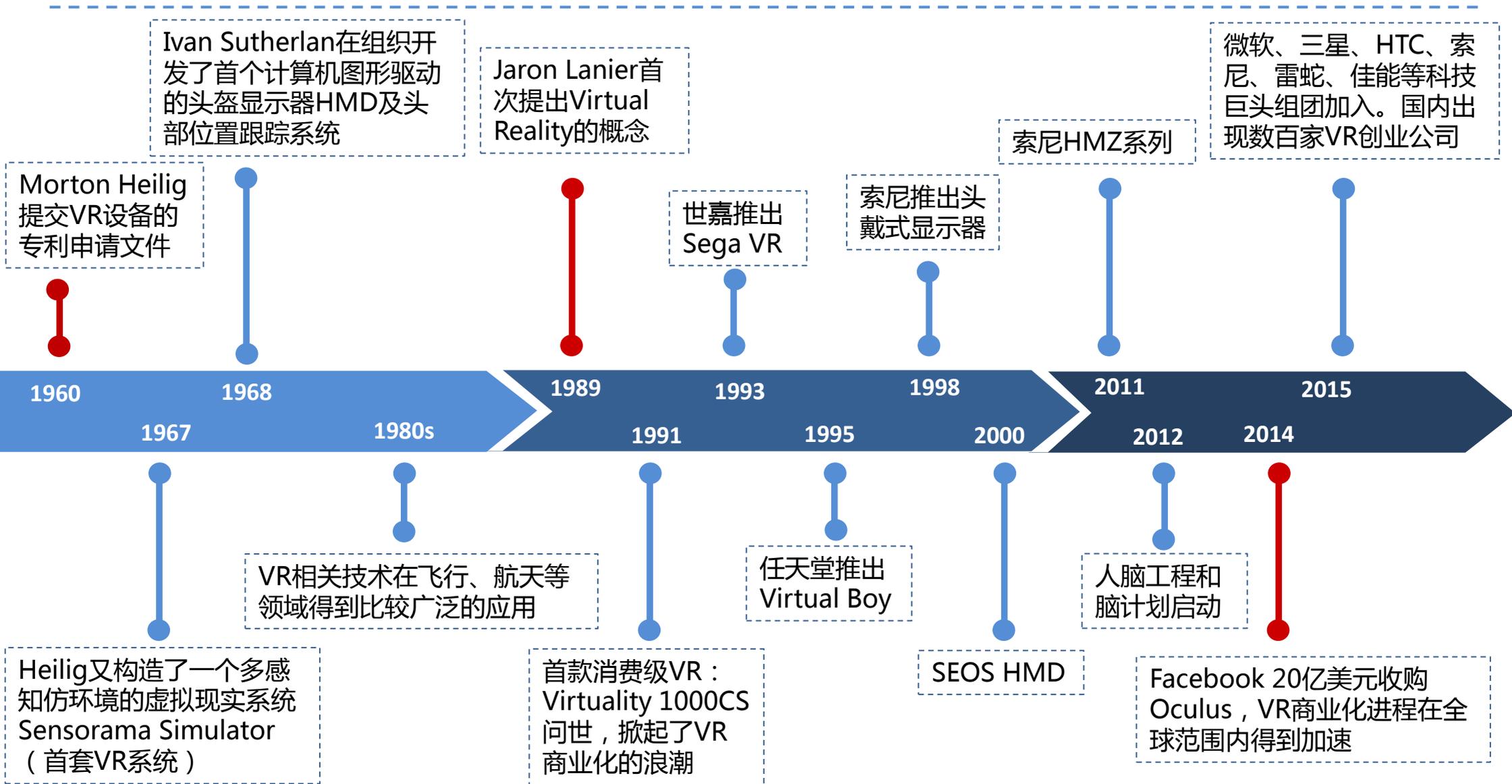
数据来源：艾媒咨询对公开资料进行整理所得

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 1

## 2015年中国虚拟现实行业发展概况分析

# 虚拟现实发展历史



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015年中国虚拟现实行业宏观环境分析

## 技术环境



- 大屏幕智能手机、智能电视、高清电视等逐步普及，使高清视频资源日益增多。
- Gartner发布2015年新兴技术成熟度曲线报告显示，虚拟现实技术成熟度已经达到市场爆发的临界点，消费级产品将会诞生。
- 计算机图形技术、人机接口技术等虚拟现实核心技术以及VR设备的显示、算法、交互技术仍有提高的空间。

## 经济环境



- 我国国民经济在增长增长，人均收入提高。中国居民消费结构由生存型逐步向发展型和享受型转化。
- 手机、计算机制造产业链完善，传感器、液晶屏等配件价格不断降低，采购也愈加方便。
- 中国大陆电信资费占居民收入比例高于发达国家水平，在一定程度上制约了互联网、移动互联网的发展。

## 社会环境



- 80后、90后已经成为互联网消费的主流群体，对于优质网游、互联网视频的付费意愿较强。
- 消费者文化娱乐消费的需求不断增加，优质IP的品牌效应对于消费者的影响巨大。
- 虚拟现实消费市场渗透率不高，消费者对虚拟现实认知不足。

## 政治环境



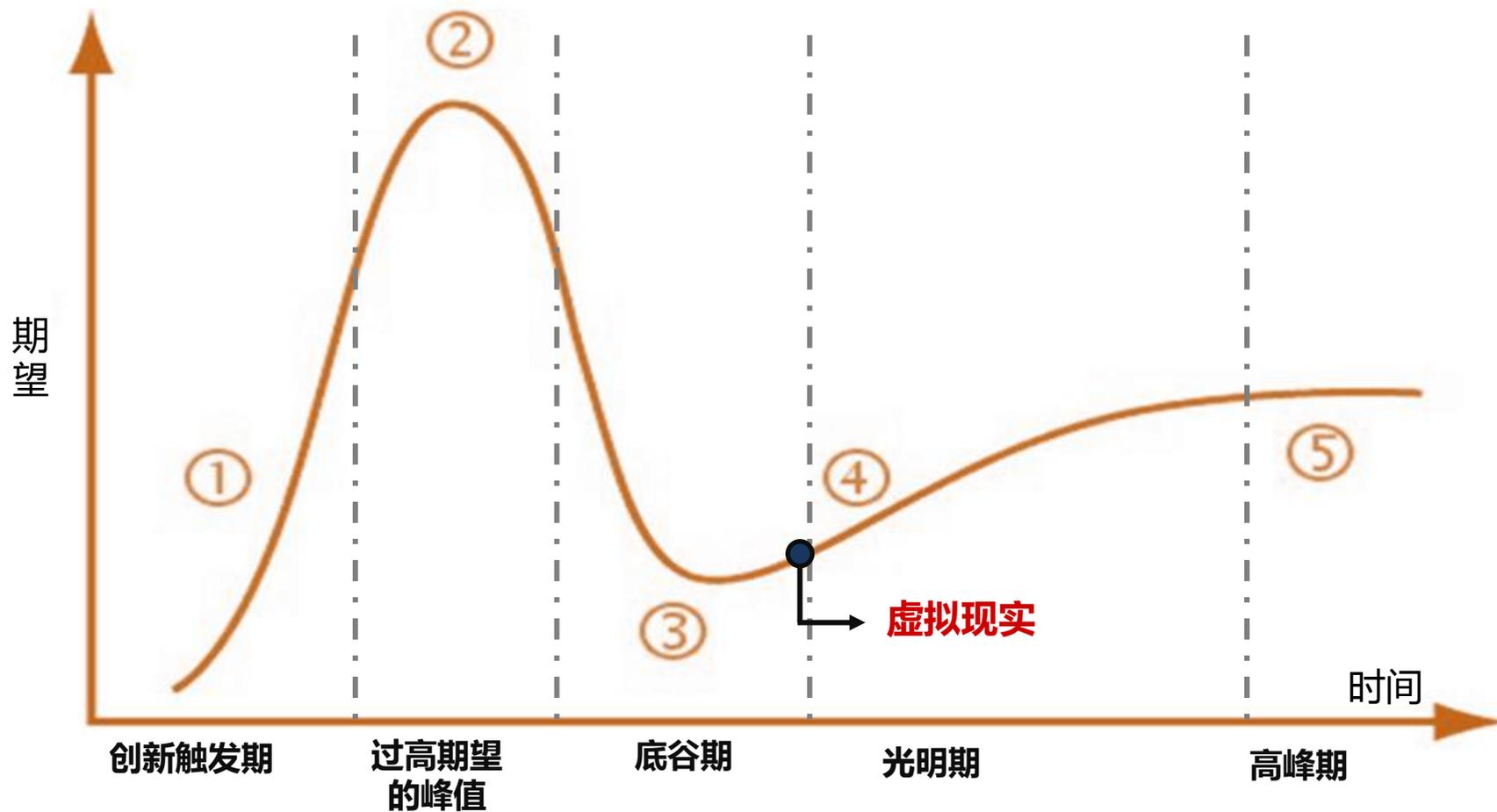
- 2015年3月，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。推动万众创新大众创业，“产学研”各环节转化更加顺畅，科研人员来源与应用更加广泛多元，创业的积极性被充分激发。
- 广电总局及相关法律对电影、游戏、视频内容的制作和传播管制严格。一定程度上限制了VR内容的发展。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 2015年中国虚拟现实行业宏观环境分析

## 2015年新兴技术成熟度曲线



数据来源：iiMedia Research，Gartner

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015年中国虚拟现实行业特征

## 国内外虚拟现实行业对比



国内

产品研发：中国VR企业以基于应用场景开发的硬件和体验开发为主。

企业所处阶段：中国VR企业目前处于初创期。

国内缺乏主机生态，消费者下载付费的习惯对比国外相对不成熟。

Room Scale硬件需要对亚洲人来说十分珍贵的客厅空间，因此国内的开发者很难在B2C领域获得回报。

在人口密度大的中国，线下体验成为VR最主要的商业模式之一，在硬件上，低门槛的眼镜盒子成为当前主流。



国外

产品的研发：美国VR企业包括芯片、网膜开发、可穿戴设备、内容IP(游戏、文化、娱乐、体育)为主。

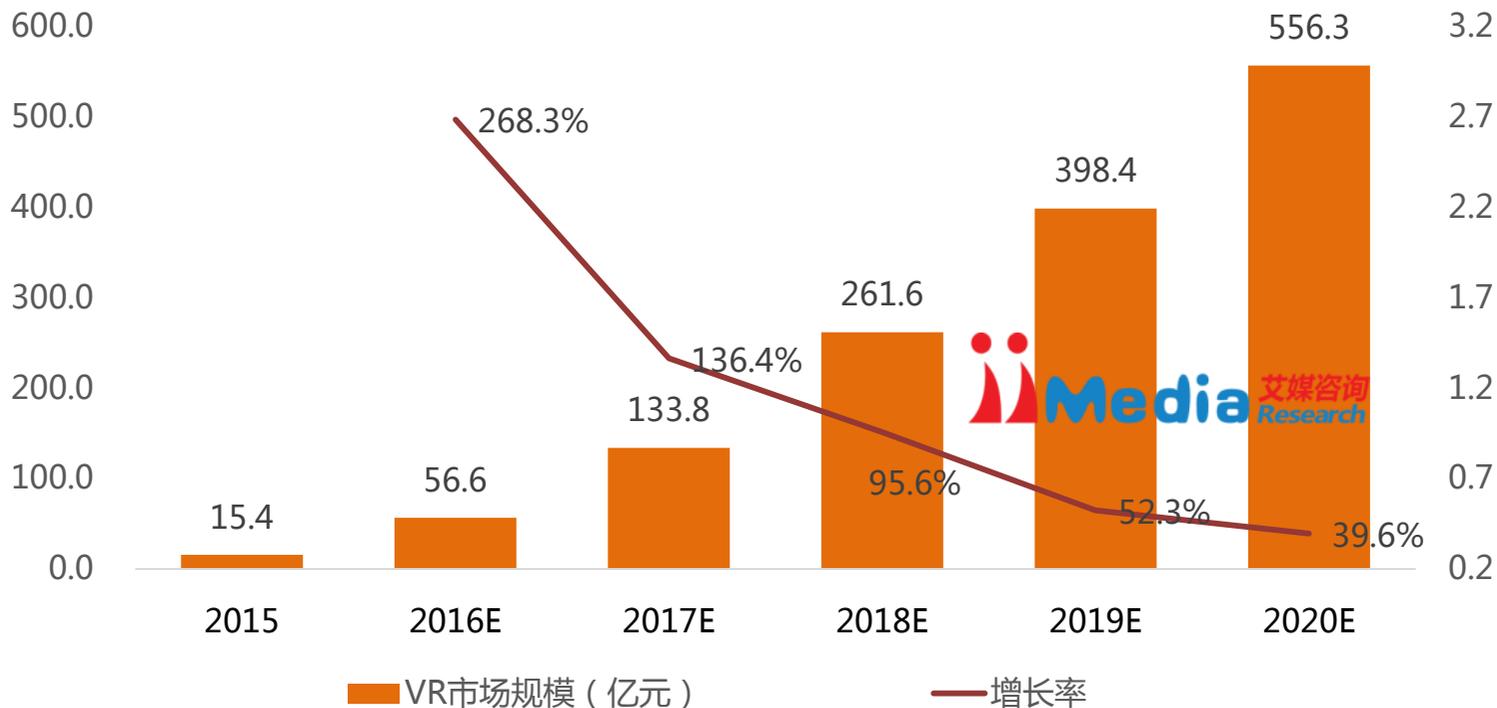
企业所处阶段：国外VR企业目前处于初创和成长期。

- 与好莱坞各大电影工作室合作
- 出售游戏主机，购买游戏内容

# 2015-2020年中国虚拟现实行业市场规模及预测

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年中国虚拟现实行业市场规模为15.4亿元, 预计2016年将达到56.6亿元, 2020年市场规模预计将超过550亿元。目前国内的虚拟现实产业还处于启动期, 自2015年以来, 参与到虚拟现实领域的企业大幅增加。艾媒咨询分析师认为, 在资本的推动下, 将会有越来越多的企业涉足虚拟现实领域, 大量头戴眼镜盒子、外接式头戴显示器等VR设备将进一步向消费级市场拓展, 中国虚拟现实的市场规模将逐渐迎来爆发。

### 2015-2020中国虚拟现实行业市场规模及预测



数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

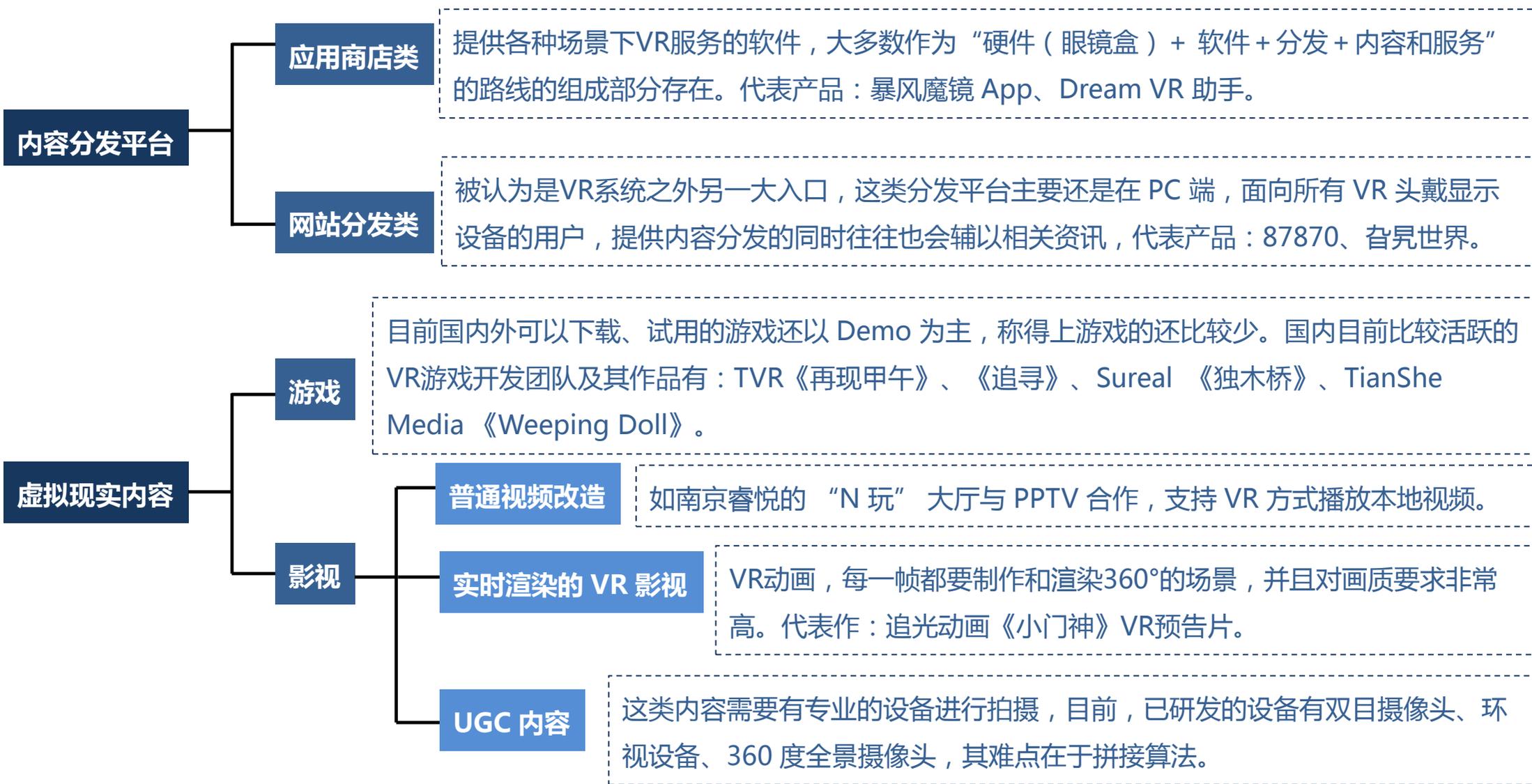
# 2015年中国虚拟现实行业市场格局



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 2015年中国虚拟现实行业市场格局



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 2015年中国虚拟现实行业市场格局

## VR跨行业应用

20 世纪 90 年代之后，虚拟现实主要应用于2B 的应用领域。目前，VR技术应用于医疗、娱乐、航天、房地产、教育、旅游、军事等，国内有不少团队关注VR的跨行业应用，以下是其中的一部分：

K-Labs 互动新媒体实验室（军事模拟、博物馆、虚拟远程会议室方向）

昊威创视科技有限责任公司（家装、房产方向）

UVRT 极象科技有限责任公司（大型仿真方向）

中电蓝图有限责任公司（军事模拟方向）

## VR行业服务

目前，国内相关的 VR 的服务设施也正逐步完善。相关的企业与平台有：

孵化器：Strong VR

爱好者社区：VR China

活动平台：VR Play

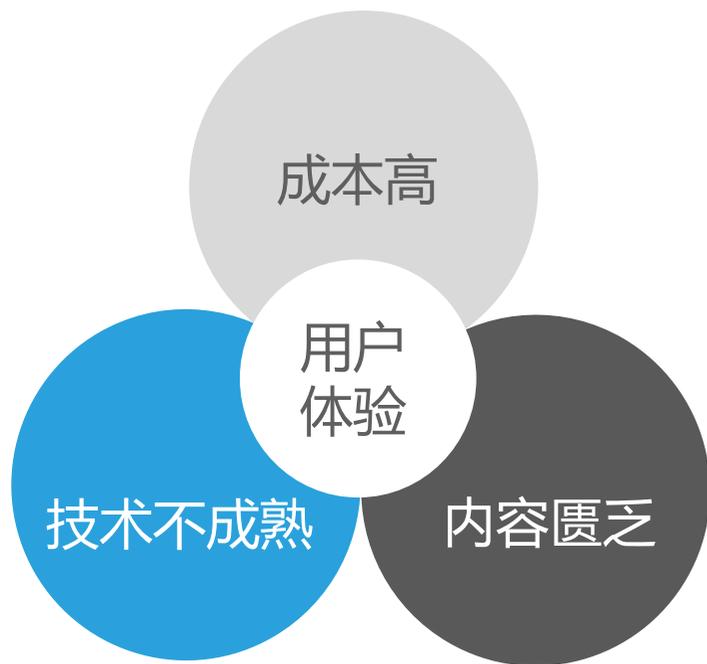
数据库：Ximmerse

## 线下体验馆

国内VR产业在初期培养用户的方法以线下体验为主。最基础的形式是用VR头显搭配摇椅，用户按次付费后，可以选择想体验的内容，然后在使用设备体验3-5分钟。体验的场所多数在客流量大的商场、商业街等。

# 2015年中国虚拟现实行业市场格局

## 中国虚拟现实行业面临的问题



### 成本高

- VR的成本相对较高，并且作为新兴产品，市场接受度不高，导致市场普及速度较慢，国内一些价格较低的VR产品山寨化、同质化严重，用户体验较差。

### 技术不成熟

- 当前VR面临诸多技术瓶颈亟待克服：硬件、图像技术、数据等方面的技术缺陷使得VR进一步突破变得困难重重；并且目前国内的技术水平与国外存在差距，产业链并不完善，难以大批量产，良品率得不到保证，难以商业化。

### 内容匮乏

- 国内很多VR内容停留在demo与概念阶段。很少硬件愿意在内容上烧钱，也使得用户体验不佳。另外，VR应用当前仍然集中在视频、游戏为主，其他内容相对少，导致客户粘性不强。

艾媒咨询分析师认为，瞄准细分市场，避免VR硬件同质化，正确培养用户是目前VR行业的主要目标。通过提升技术实力，构建虚拟现实生态圈，围绕硬件完善内容及生态，是虚拟现实行业发展的关键。

# 2015年中国虚拟现实行业动态

## 元年爆发，合作+推新，虚拟现实成热点

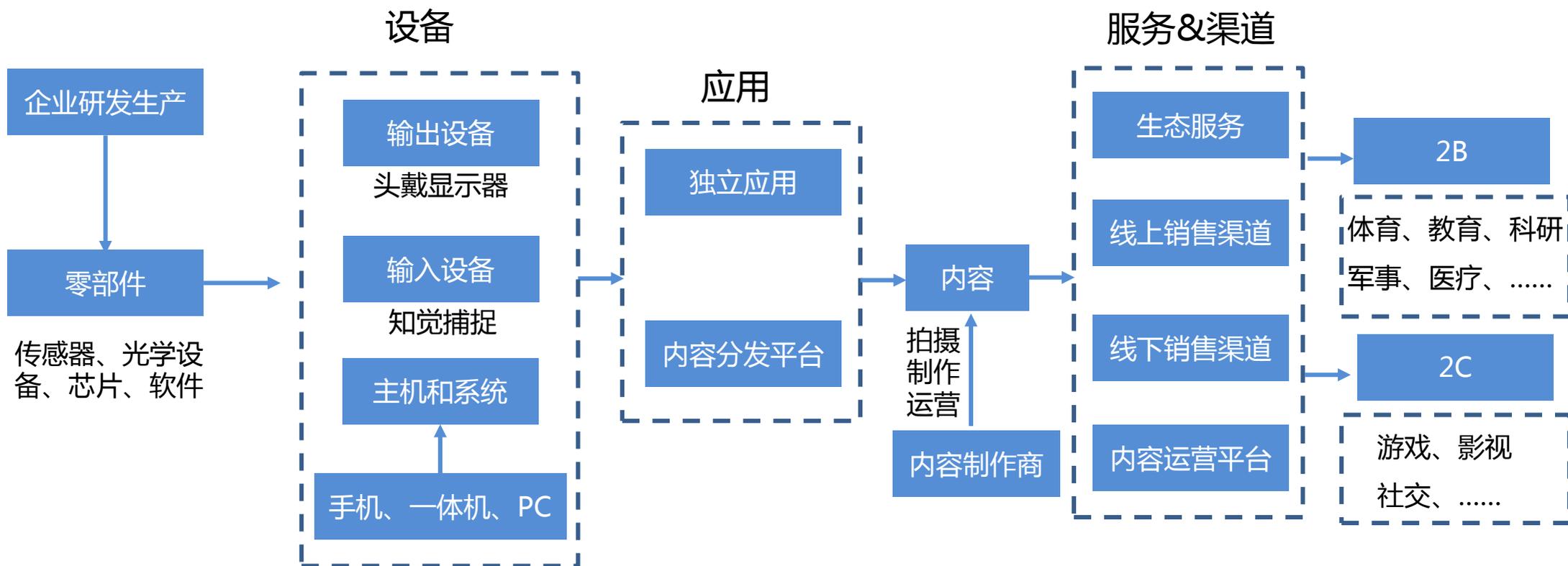
**2015年被认为是中国虚拟现实的“元年”，仅一年时间国内该领域的初创团队就以达到上百个，不少上市公司也涉足VR行业。**

- 2015年11月，北京蚁视科技(ANTVR)宣布，将与虚拟现实平台OSVR达成合作，共同开拓虚拟现实市场，为用户提供一流的虚拟现实体验。
- 2015年11月，联想在北京举行新品发布会，发布会上除了发布乐檬X3手机之外，还宣布了将与蚁视合作研发虚拟现实便携设备乐檬蚁视VR眼镜。
- 2015年11月，“兰亭数字”联合创始人庄继顺、3Glasses CEO 王洁、焰火工坊CEO娄驰联合发表了虚拟现实音频SDK开放宣言。
- 2015年11月，暴风科技旗下公司暴风魔镜召开“VR Here虚拟现实引爆日”发布会，推出暴风魔镜一体机“魔ONE”和暴风魔镜4两款产品，并宣布将与北京电影学院共同成立“北影暴风VR联合研究中心”。
- 2015年11月，美盛文化（002699）发布公告，旗下二次元文化领域的核心投资和管理机构杭州美盛二次元文化发展有限公司拟对以增强现实、虚拟现实与二次元结合为发展核心的广州创幻数码科技有限公司增资1750万元。

# 2015年中国虚拟现实行业产业链分析

# 2015年中国虚拟现实行业产业链分析

## 中国虚拟现实行业产业链分析

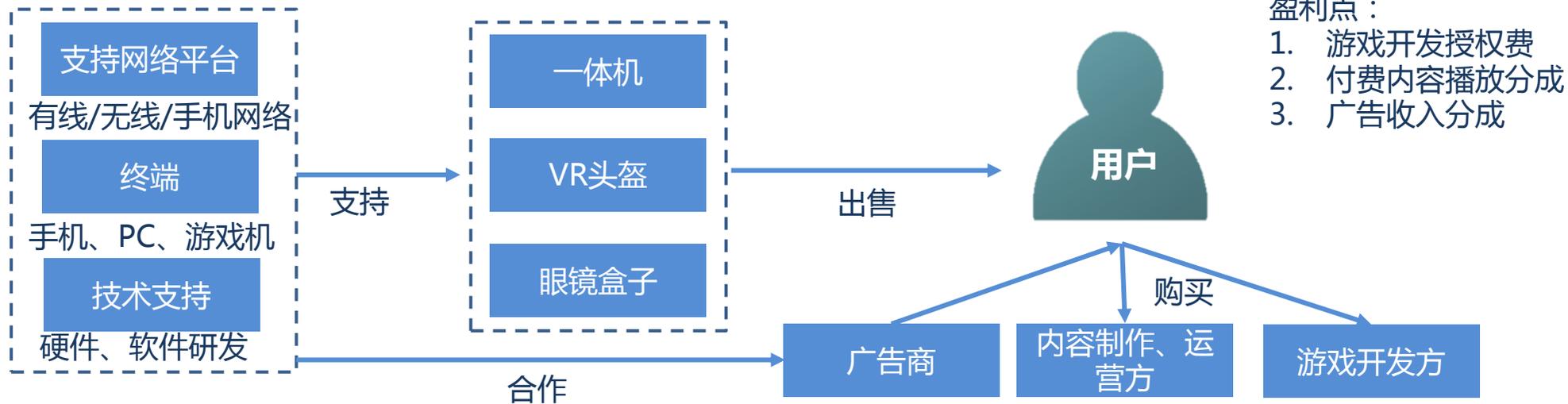


目前虚拟现实应用在企业级市场已经广泛应用，其中在军事训练中的应用已较为成熟。此外，也已在建筑、教育、设计、医疗、展览等领域有一定程度的应用。艾媒咨询分析师认为，基于企业级市场应用场景的单一性以及行业独特性，VR设备有望在企业级市场率先普及。

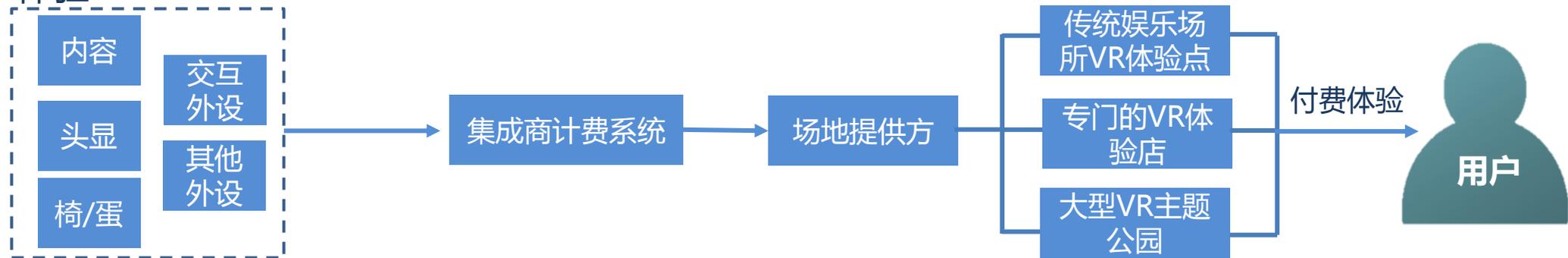
# 2015年中国虚拟现实行业产业链分析

## 中国虚拟现实行业商业模式分析

### 设备出售：2C



### 线下体验：B2B2C



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

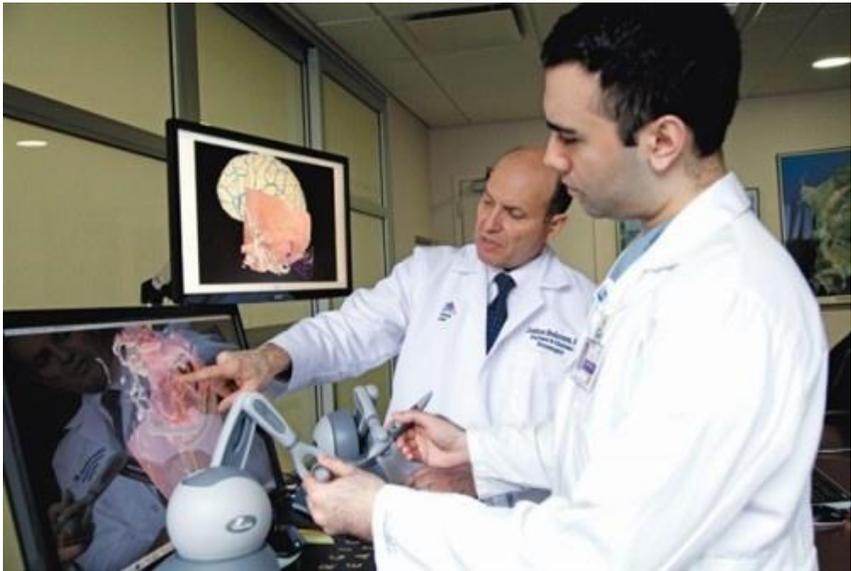
# 虚拟现实行业跨界影响分析

# 虚拟现实行业跨界影响分析

## 虚拟现实+医疗

在法国，一位外科医生在髌关节手术中佩戴虚拟现实设备，用来给其它实习医生进行手术视频体验教学，医学生和住院实习医生可以通过手术操刀医生的视角去观看做手术的过程。

VR还可作为治疗方案，其优势体现在神经心理学、心脏移植、耳鼻喉科、脊柱骨科、儿科等专业领域。特别在协助病人康复训练以及医护人员诊断互动和沟通技巧训练上的优势尤为突出。



## 虚拟现实+社交

AltspaceVR公司的目标是把人们在现实世界中的社交体验搬到虚拟现实环境中。AltspaceVR利用VR设备将不同的人组织到共同的虚拟环境中，让一群人在虚拟的影院、健身房、会议室里一起看电影、练瑜伽、开会等，并且通过利用虚拟现实头戴设备和动作捕捉技术，人们进行有文字、语音或视频的交流，甚至虚拟世界真正感知或者“触摸”到对方。



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 虚拟现实行业跨界影响分析

## 虚拟现实+汽车业

- 福特汽车公司目前使用VR帮助客户实现驾车体验，利用Oculus Rift 头戴设备可高分辨率地观察汽车内饰和外饰效果。
- 奥迪也宣布将使用VR让潜在购车者深入体验座驾，并且体验者可以自定义车辆颜色、电子系统、镶嵌材料以及内饰的皮革。
- 丰田汽车将VR用于TeenDrive365活动，对青少年及其父母进行所谓的“分心驾驶教育”。分心驾驶模拟器包括传感器，负责采集传送用户使用踏板及方向盘等信息。还有提前设定好的“分心考验”，比如手机振铃或是坐在后排聒噪不休的乘客。
- VR在汽车业的应用也使得产品的研发速度得以提升，无需等待模型车的实际制造，对汽车的改进更加方便。



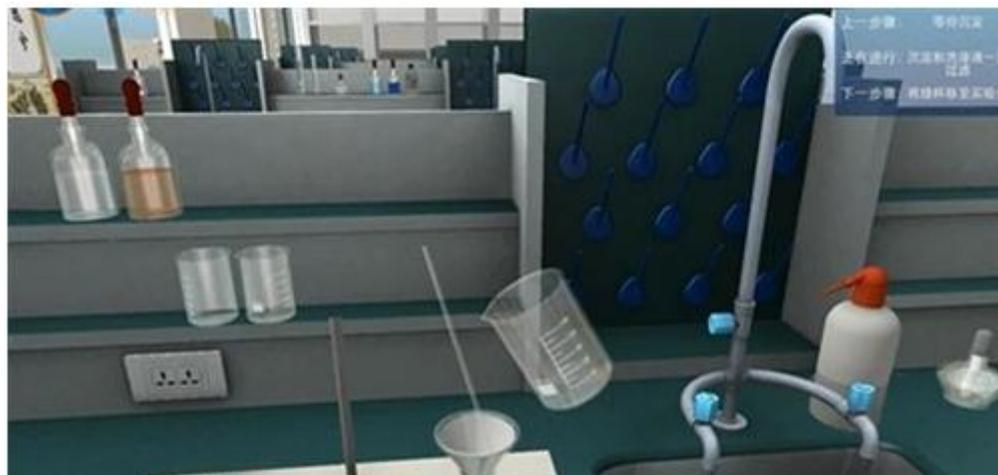
# 虚拟现实行业跨界影响分析

## 虚拟现实+教育

国内很多的企业都注意到了高校课堂中对于3D立体展示和实践性的需求，比如曼恒数字于2015年9月18日宣布，正式针对高校市场推出“3D互动教学系统”。该系统由虚拟现实硬件环境和核心课件两大部分组成：硬件环境主要包含立体投影机、人机交互等虚拟现实设备，用于构建高度沉浸感的专业环境；软件部分则特指3D教学课件。该系统曼恒数字与名校名师联合高校共同开发，将紧密贴合教学大纲，支持课堂的3D展示和交互，增加教学的实践性和真实感。



地质钻探虚拟实训系统



无机化学虚拟仿真系统

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

## 整体趋势

- 将有更多不同类型公司加入市场，包括：智能终端厂商、互联网企业、电影制作公司、视频公司以及游戏厂商等。
- VR行业的行业标准将逐步形成并不断完善，行业准入门槛将不断抬高，当前仅仅依靠低劣的模仿VR来盈利的厂商将会被市场淘汰，在技术领域有着核心竞争力的企业将成为VR市场的主流军；同时VR行业将更加注重内容开发，VR的内容将会进一步的拓宽，除了现有的游戏、影视外，将会与医疗、教育、旅游观光等更多的行业形成新的联动，VR的未来应用也会得到极大的扩展。

### 行业

- 将有更多不同类型公司加入市场参与竞争。
- 预计到2020年，中国VR市场规模将超过550亿元人民币。

### 技术

- 在产品迭代下，虚拟现实的关键技术成型，系统、硬件、软件、应用等都将进一步发展。
- 与增强现实性、分布式虚拟现实技术融合发展。

### 内容

- VR内容的数量和质量都将在明年得到质的提升。
- VR内容分发将独立发展，或将成为行业入口。

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

技术

## 虚拟现实技术发展趋势

### 产品迭代下，关键技术成型

随着技术的升级，移动智能设备的普及和移动互联网的进一步发展，虚拟现实技术将逐步走向成熟，硬件生产将逐渐实现产业化、规模化。

**硬件：**VR技术的关键指标包括屏幕刷新率、屏幕分辨率、延迟和设备计算能力等。目前国内领先厂商在这四项指标上已经达到，VR技术逐渐成熟。同时，其他方面的技术如输入设备在姿态矫正、复位功能、精准度、延迟等方面持续改善；传输设备提速和无线化；更小体积硬件下的续航能力和存储容量不断提升；配套系统和中间件开发也日趋完善。

艾媒咨询分析师认为，虚拟现实的核心技术将于2016年逐渐普及。预计2016年将有更多厂商和设备能够在核心技术参数上达到VR级，这也是虚拟现实在消费市场爆发的必要条件。

**系统&应用：**目前Windows、Android系统已经能够较好地支持VR的软硬件、提供较好的体验，支撑消费级应用，而Google、Oculus、Razer还都在开发VR专用系统。预计于2016年下半年，国内VR系统、应用都将跃上一个台阶；VR系统越发成熟，将会有更加适配VR设备的系统出现，系统兼容性有逐步提高。

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

内容

## 虚拟现实内容发展趋势

### VR内容的数量和质量不断提升

目前已经有大量内容公司投入VR内容的开发制作，预计2016年VR内容的数量和质量将会得到质的提升。基于这些内容，VR设备的普及率和活跃率将得到坚实保障。

按照内容类型的不同，虚拟现实内容包括PGC、UGC、影视剧以及直播等。

**UGC/PGC**：因为制作门槛和成本低、制作周期短，在未来几年将成为用户在虚拟现实设备中最为常见的内容，题材例如短片、风景、广告、AV等，但由于其内容性质，用户粘性不强，从长期来看不会是VR的主流内容。

**VR直播**：作为新兴的直播方式，可以满足用户日益增长的观看需求，有望成为企业客户经常使用的传播方式，且秀场VR直播、体育VR直播等预计将被越来越多的消费者所知晓。

**VR电影/电视剧**：技术瓶颈有待突破，制作成本高、周期长、数量稀缺，在短期内不会成为高频的VR内容。

**VR游戏**：属于重度、窄众应用，开发成本较高。若能针对目标人群，开发高质量的游戏内容，游戏领域仍有很大发展空间。

分析师点评：随着VR头戴设备的逐渐普及，VR内容分发或将独立发展，最终成为重要平台。随着行业逐渐发展、内容日趋丰富、版权趋于规范，用户在一家硬件公司获得的内容将非常有限，VR应用分发会逐渐成为一个独立产业环节。

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

## 形态

### 虚拟现实商品形态发展趋势

**VR眼镜盒子**：随着智能手机性能的快速提升，移动开发环境非常成熟和活跃，VR眼镜盒子的成本相对较低，拥有一定价格优势，艾媒咨询分析师认为，VR眼镜盒子将会在初期成为VR头戴设备的主流形态。VR眼镜若要实现高沉浸感需要和手机高度兼容，甚至要求一体开发；但价格低廉的眼镜盒子无法提供优秀的用户体验，沉浸感较差，仅起到教育市场的作用，而无法真正产业化。

**VR头盔**：PC端流量向移动端转移、PC产业链老化，导致VR头盔的周边配件和开发资源薄弱。但因为企业级客户对计算能力要求高、使用便捷性要求低，头盔会成为企业级市场的主流设备。

**VR一体机**：轻便与性能难以兼顾，而且价格较高。目前最不成熟，但用户沉浸感较好，消费级市场形成后，未来有望成为主流。

# 中国虚拟现实行业发展前景及趋势分析

盈利

## 虚拟现实商品形态发展趋势

### 硬件盈利

- 通过硬件销售累积用户
- 提高市场对虚拟现实行业的认可度

### 内容盈利

- 内容收费，节目直/转播、教育培训
- 为企业提供内容服务、内容制作

### 服务盈利

- 通过大数据、云计算对用户行为数据进行分析，提供特色、个性化服务

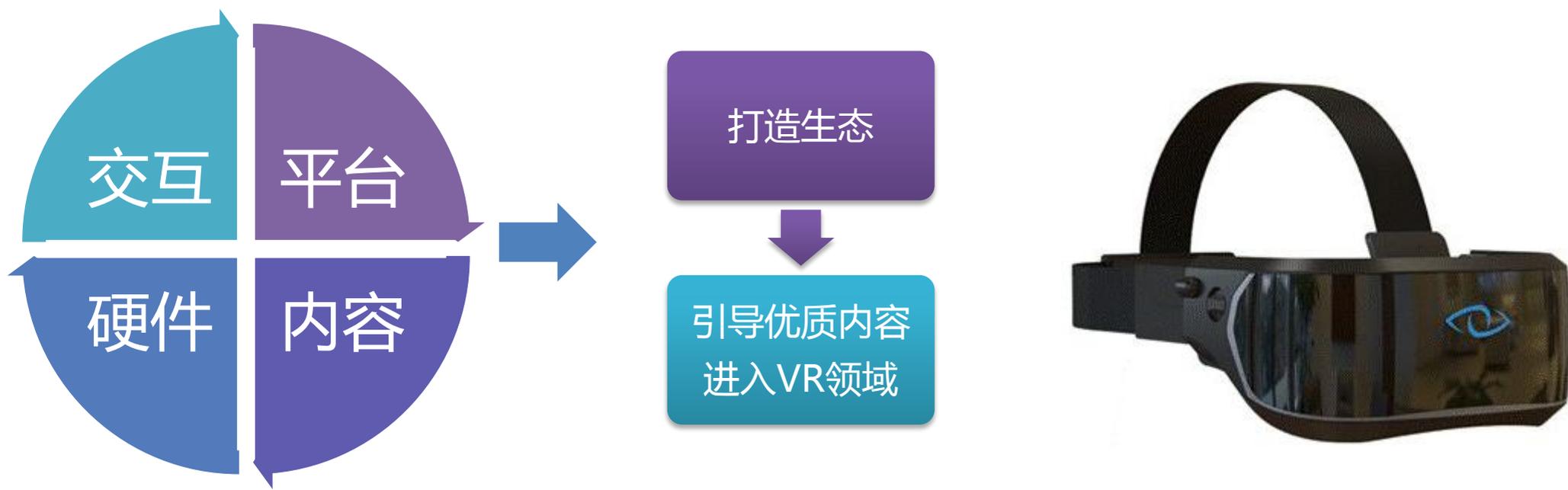
# 2015年中国虚拟现实行业典型企业案例分析

# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

## 深圳市虚拟现实科技——Three Glasses

2014年7月，虚拟现实头盔3Glasses D1开发者版在Unity璀璨星空之夜亮相。该设备具有125度视场角、九轴传感器、延迟小于24ms，支持600度以下近视人群，重量较轻。

2015年6月，在北京召开新品发布会，发布2K虚拟现实头盔3Glasses D2开拓者版。该设备拥有110°的视场角和小于13ms的延迟率，并且搭载了5.5寸2K高清屏，拥有较高的分辨率。



# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

## 深圳市虚拟现实科技——Three Glasses

注重  
内容

合作

3Glasses与Unity、Unreal等游戏引擎达成战略合作，并且于2015年6月份发布了几款VR游戏内容和多个独家旅游景点VR内容。同时计划与电影领域的米粒影业和成人领域的春水堂等也展开深度合作，推出更多独家的VR原生内容。

开发  
生态

通过推出VR应用大赛和发布SDK，来为旗下的VR头盔输送内容。3Glasses还推出开发者支持计划，该计划旨在通过免费赞助开发者虚拟现实头盔的方式，支持一批国内外真正的做VR内容的开发者。

用户  
培养

线下  
体验

为了能让普通消费者对VR技术有更直观的认识，3Glasses将利用线下体验店，让用户能现场感受VR技术带来的全新交互体验。

艾媒咨询分析师认为，3Glasses作为国内起步较早的虚拟现实企业之一，通过线下体验吸引消费者，与游戏引擎、景点、影视企业的合作、开发者生态的提前布局，使其在中国虚拟现实硬件以及内容市场占有一定优势。未来3Glasses能否在产品产能、核心技术升级、内容开发等关键领域取得突破，是其能否领跑市场的重要因素。

# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

## 暴风影音——暴风魔镜



2015年11月

- 暴风魔镜推出暴风魔镜一体机“魔王”和暴风魔镜4两款硬件产品。
- 与北京电影学院共同成立“北影暴风VR联合研究中心”。



发布暴风魔镜1，借用手机APP，实现IMAX效果、玩3D游戏。

发布暴风魔镜2，产品在散热、光学效果方面加强。

发布暴风魔镜3，增强产品的沉浸感，优化画质，加入护眼措施。

- 将推出VR社交服务，将开放VR购物、旅游、教育等领域。

发表于暴风魔镜一体机“魔王”和暴风魔镜4，魔镜4外形小巧重量减轻在光学上进一步增强

- 魔镜APP内容资源增加，鼓励内容开发。

2014.9

2014.12

2015.6

2015.11

数据来源：iiMedia Research、暴风官方公布的数据

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

暴风影音——暴风魔镜



## 商业模式



**重点布局生态，通过与游戏、内容服务商合作，为魔镜用户提供更多的应用。**

- 魔镜与北影联手成立“北影暴风VR联合研究中心”。双方希望联手制定VR影视标准，并在内容(IP)创作与分发、VR产业孵化、人才培养及国际交流等领域进行合作。
- 与爱奇艺合作，未来将在暴风魔镜上看到爱奇艺自制剧目和独家节目片源。
- 开展与国内首部3D科幻电影——《三体》的植入合作。
- 暴风魔镜也鼓励UGC内容。

暴风魔镜以低廉的价格吸引了大量消费者的眼球，并以快速的迭代不断优化已推出了三代产品。艾媒咨询分析师认为，暴风科技首次进军硬件领域推出的暴风魔镜在硬件、技术以及产品等方面上由于经验不足存在诸多问题，首批产品用户体验较差。但其开发者生态以及内容开发方面在国内有一定的优势，并且已经开始探索其盈利模式。目前，如何提升技术实力、优化产品体验，提升用户粘度与满意度是暴风科技面临的挑战。

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

## 北京蚁视科技——ANTVR KIT



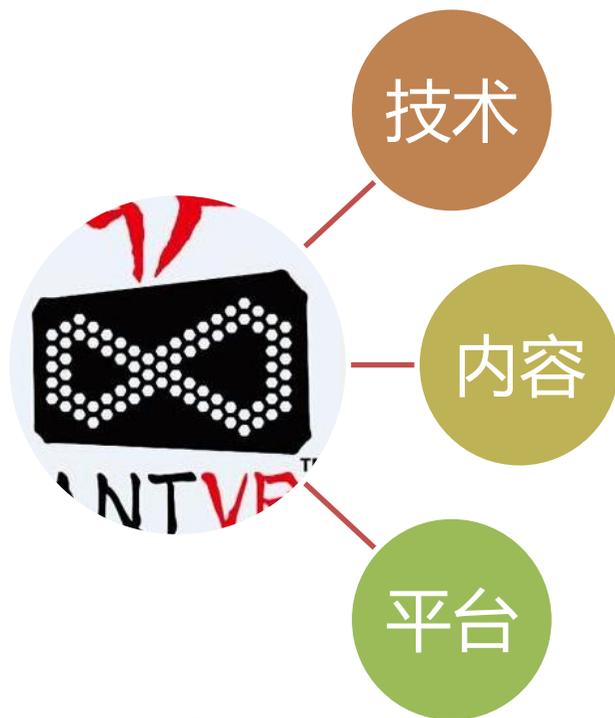
北京蚁视科技立足于穿戴式设备、虚拟现实技术、增强现实技术，旗下产品ANTVR KIT是一个兼容电影和游戏的3D虚拟现实套装。2014年5月，蚁视科技在KickStarter平台进行众筹，最终以26万美元的成绩告捷。2014年12月该公司获得红杉资本千万美元投资。

- 蚁视科技在2014年12月发布了蚁视头盔、蚁视VR相机ANTVR Camera、虚拟现实手机头盔“机饕”，以及四款概念产品与技术。
- 2015年6月，在E3游戏展上，蚁视正式发布了旗下多款手机VR游戏、首款虚拟现实网游、以及虚拟现实头盔的位置追踪技术。
- 2015年11月，蚁视与联想共同合作推出了虚拟现实手机头盔——乐檬蚁视VR眼镜。



# 中国虚拟现实行业典型企业案例分析

## 北京蚁视科技——ANTVR KIT



- 蚁视较为注重技术研发，定义了一套手机虚拟现实的交互标准，分别是头控、触控、耳机线控、摄像头图像识别等新交互方式。游戏手柄可以进行交互，但是虚拟现实也需要自己原生的新交互方式。

- 着重在游戏与影视领域重金布局。

- “蚁视VR” APP为一个虚拟现实内容的聚合平台，为用户提供虚拟现实相关服务。

### 企业特点：

- 有一定的科研实力，注重自主研发公司专利多。在游戏领域重金布局，布局游戏生态。
- 注重兼容性处理。目前蚁视头盔能够兼容PC、Xbox、PS、安卓等多个平台。
- 已与虚拟现实平台OSVR、手机厂商联想达成合作。

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！  
七大行业、精选案例，5000万量级大数据专业剖析！



# 互联网+

## 颠覆还是被颠覆

主编 张毅



微信直接购买



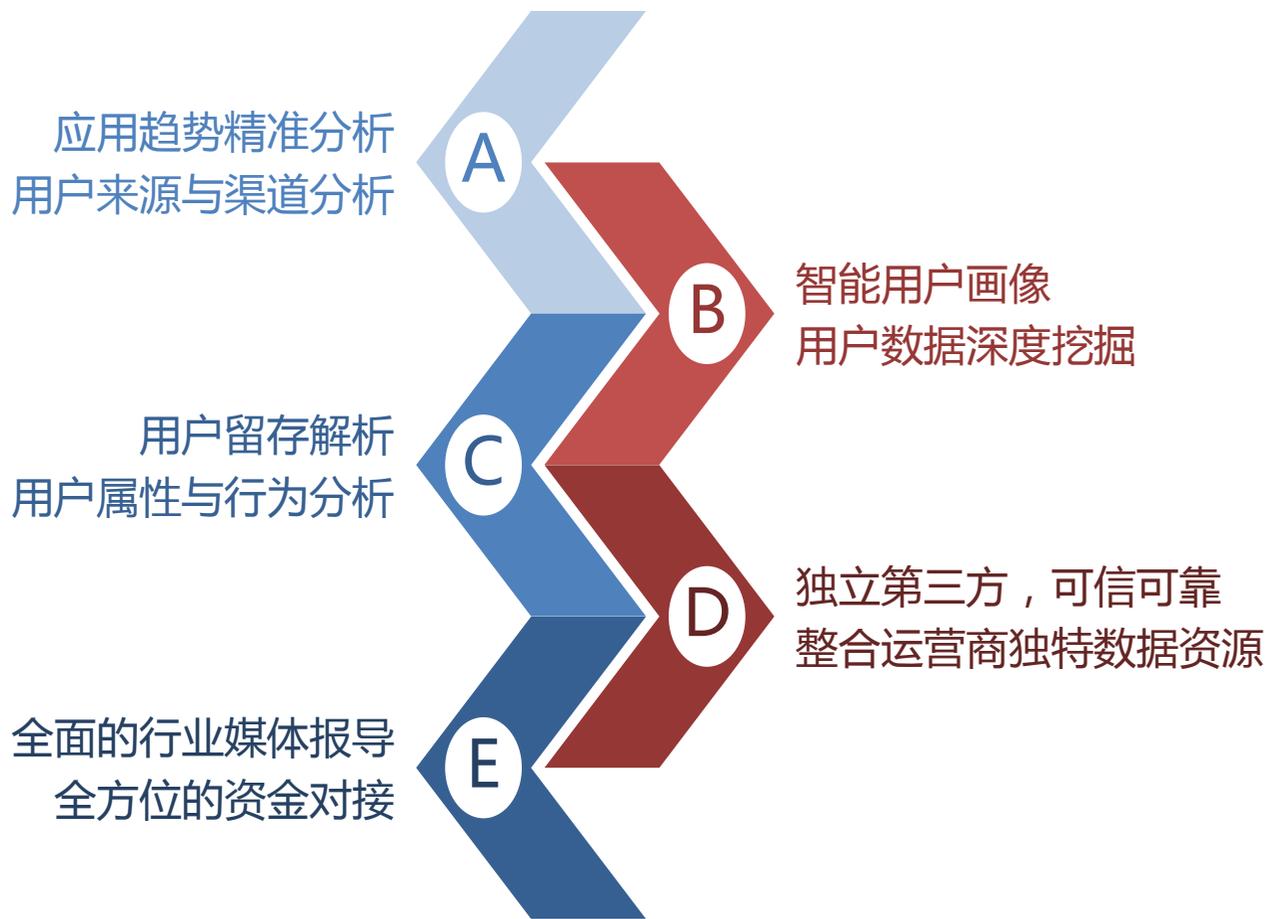
互联网+纸书

支付宝直接购买

“互联网+” 高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！  
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人  
联合发起！

- 重干货！  
深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据
- 讲实战！  
专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+



艾媒北极星统计分析平台是中国专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据与开放平台数据无缝对接，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/>



艾媒咨询集团 (iiMedia Research Group) 旗下的艾媒无线广告监测系统 (Adiimedia.com) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统, 通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标, 及时反馈广告效果、优化手机广告投放, 为移动广告客户提供专业的监测解决方案, 使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

## 优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构, 为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况, 特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划, 本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业, 并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询alex@iimedia.cn

# 法律声明

---

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

# 关于艾媒

艾媒咨询 ( iiMedia Research ) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 ( www.iimedia.cn ) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网 ( [www.iimedia.cn](http://www.iimedia.cn) )、魔部网 ( [www.moobuu.com](http://www.moobuu.com) )

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：[research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 ( 中国香港 ) 出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

***Since 2010 ,  
We focus on mobile Internet !***