



内容匮乏 体验硬伤未解

2016年VR突然火爆,Facebook、英特尔、谷歌等众多巨头纷纷入场,HTC在手机销量不佳后甚至全面转型VR,然而风停后,除去一大堆卖不出去的头显,只落得一地鸡毛。

从2016年到2020年,VR行业一直叫嚣着风口要来了,但风口始终没有来,被戏称为“年年都是VR元年”。一提起VR,消费者和投资者都有种“狼来了”的感觉。

VR现阶段难以敲开大众消费市场的大门,原因在于,VR虽然能带来一时的爽感,但仍有体验上的硬伤没有克服,影响了持续使用体验,比如玩久了眼睛疼、压脸等。有95后用户表示,有时在家会用PICO VR看电影和演唱会,如果找到的视频清晰度能达到2K,观感其实能超越普通电影院效果,但VR的天生缺陷是看两个小时眼睛就会疼;一位90后用户也提到,每次戴着VR头盔看10分钟视频,脖子和眼眶周围的肌肉就会感到疲惫;在小红书上有用户说,很想用VR玩游戏,但每次一玩移动类游戏就吐到不行;还有用户在看VR直播时会感到头晕。

斯坦福大学计算机系博士杨俊睿2021年年中接受《硅谷101》采访时曾表示,VR目前已经解决了人在不移动游戏中的眩晕问题,但在移动游戏和运动中,还面临技术瓶颈。

硬件之外,VR的内容生态也

不够丰富,难以吸引大众消费。据青亭网统计,截至今年6月底,最大的游戏平台Steam上共有15.3万款应用,其中支持VR的内容有7406款,占比仅4.83%;Meta旗下的Oculus Quest平台应用数量为505款;国内PICO Store的应用数量有407款,奇遇VR商店的应用数量则仅有150款。

VR内容的匮乏与其发展阶段还处于早期有根本关系。当前,VR消费需求不够多,市场正反馈不足,内容制作方自然没有太多动力去投入。

此外,价格也不算太便宜,比如PICO 4的价格在2400元左右,Pro版则需3800元左右,Meta即将发布的新品Quest 3的定价为499.99美元。

种种因素叠加,消费者被劝退也在情理之中。一位去年购买了PICO的用户告诉记者,刚刚买到的时候很有热情,还会向朋友安利这款产品,但玩了一阵后,觉得佩戴起来有点麻烦,更关键的是里面内容太一般了,不能让他长期坚持玩。如果PICO里能有一款《塞尔达旷野之息》或《动物森友会》,可能会拉动一波销量。可惜的是,直到现在,PICO也没有诞生出内容爆款。“大型游戏玩的时候晕的不行,全景视频感觉有点模糊,实在是没什么可玩儿的。”他告诉记者,已经很久没有玩了,花了几千元买PICO就当是为了尝鲜付出的代价。



烧钱不止 无法“断奶”

于公司正常的组织架构调整。

一位互联网大厂员工告诉记者,去年时大家都觉得元宇宙有前途,也愿意投入。但直到现在,VR依旧难言成功,即使是大力投入VR的Meta也备受质疑,结合当下互联网大厂降本增效的主基调,裁员是难免的。

XR是“花钱如流水”的行业,硬件开发成本极高。据Wellseen XR的报告测算,一个PICO 4 VR终端机的综合硬件成本约为368美元,屏幕、SOC芯片、光学模组、摄像头模组和RAM/ROM等核心成本合计占比69%。而苹果今年6月推出的VR/AR头显Vision Pro,仅组件成本就高达1400美元。

其实,每个科技行业初期发展都是烧钱的,研发、运营、营销等无一不烧钱,这一点VR并不特殊。大朋VR高管Neo曾表示,当前市场上做C端VR一体机产品,即无需外接电脑即可独立使用的VR头显,没有上百亿投入和数年累积,很难取得大规模、实质性进展。

资金链断裂的梦想绽放,“梦想”恐将难以“绽放”了。



苹果入局 XR“催化剂”来了

科技爆发有时需要天时地利的契机,也需要某些关键事件的催化,这一点可以参考AI。如今,随着ChatGPT的横空出世,AI似乎终于找到了落地的钥匙。

同样的,XR的“催化剂”似乎也来了——6月6日,伴随着苹果宣布发布旗下首款MR产品Vision Pro,沉寂已久的元宇宙领域,稍稍恢复了一丝信心。

YVR首席执行官陈明表示:“苹果入场MR领域,将是一个振奋人心的消息。”多年以来,VR、AR和XR圈一直在等待一个“改变游戏”的玩家入场,使其应用走入大众生活。苹果曾变革了各种类别的数码产品,包括个人电脑、数字播放器、手机、平板电脑、手表和耳机,因此被寄予了再一次改变世界的厚望。

如果将苹果Vision Pro当作一款消费级产品看待,槽点可能不少,3499美元的高定价就首当其冲,但根据网络上的讨论可发现,不少业内人士的共识是,这款产品的目标受众并非大众消费者,而是开发者——Vision Pro并没有发布很多全新应用,给开发者留下了机会。

事实上,发布会过去一个多月后,苹果便宣布,全球开发者均可以申请获得Vision Pro开发者套件,该套件可以让开发者在Vision Pro上快速构建、迭代和测试应用程序,并帮助开发者提供出色的应用程序和空间体验。

因而,苹果Vision Pro对行业的意义,关键不在于这款产品能撬动起多大的C端市场,而是其对于整个行业生态带来的号召力。

“大家都在期待中,但这个行业用户不多、付费用户也不多,做内容特别是VR To C的团队面临着很大的压力。最近,大家都期待苹果Vision Pro混合现实头显能带来一些改变。但这可能也是两三年后的事情了。”有业内人士指出。

自苹果Vision Pro发布后,众多从业者纷纷开始布局基于苹果生态的应用开发,此举将推动VR内容的海量增长。

参考当年的App Store,苹果官方数据显示,App Store推出的第一年,应用程序数量就已超过6.5万个,用户下载量突破15亿次。

而且,App Store推出的第二年就诞生了爆款游戏“愤怒的小鸟”,此后又有“切水果”等优质游戏出现,这些优质内容进一步促进了硬件的普及,以此推之,苹果Vision Pro也有机会带来这一系列类似的行业迭代。

据悉,苹果首款头显Vision Pro计划于2024年初上市,上述种种畅想能否落地,届时会初见分晓。

