

聚焦·VR产业虚火

编者按：从去年二季度至今，如果要评选市面上最火的前三大行业，VR行业肯定位列其中。哪怕在去年年初，估计大部分人还不知道VR是虚拟现实... 虚拟现实的英文缩写，但时至今日，几乎人必谈VR，那么，这个虚拟现实，真的能够给从业者带来现实的财富吗？还是仅仅是虚拟的财富？

VR硬件行业洗牌进行时 70%创业公司倒闭转行做内容

本报记者 谢若琳

2014年，Facebook收购虚拟现实技术生产商Oculus，公开表示进军虚拟现实(以下简称VR)领域，让世界VR从业人员都激动不已。国内更是掀起一波创业热潮，从资本到市场，似乎一夜之间都要为之沸腾。

资本总是紧跟热点，从去年开始，上市公司投资该领域也屡见不鲜。今年初，《证券日报》就曾VR行业现状做过一次深度调研，揭露了行业水平参差不齐的乱象。随后，以BAT为代表的互联网巨头也先后宣布了自己的VR战略和团队，狂热的资本开始降温。

近日，《证券日报》记者再次走进业内龙头创业公司和部分上市公司，发现由于同质化严重，项目又过于“烧钱”，所以国内VR硬件正在面临行业洗牌。

对于这一现象，不愿具名的互联网分析师在接受《证券日报》记者采访时形容的描述道：一批做硬件的倒下去，一批做内容站起来。

VR硬件创业 70%已倒闭

过去一段时间，一批VR企业相继获得融资，迅雷CEO邹胜龙曾表示，VR是下一个能出现几家百亿美元的超级独角兽的风口。

即使在风口上，也不是所有公司都能飞起来，硬件创业公司的日子就不太好过。VRZINC创始人刘云告诉《证券日报》记者，在过去一年中，70%的VR硬件创业公司都倒闭了，2014年中国共有200多家做VR头盔的公司，2015年只剩下60多家。

对于这一观点，大部分业内人士也表示认同。5月中旬，记者在北京望京的一栋写字楼里再次见到烽火工程的CEO姜池，与两个月前相比，他对自己“VR创业”的选择似乎更加笃定了，“相比做硬件来说，做内容的成本更低，资本也更为青睐。现在残酷的现实是，这段时间内，一小部分硬件领域创业公司拿到融资，得以继续生存，而相当多的创业公司在融到钱之前就倒下了。这是一个行业洗牌的过程，相信下半年还会再洗出去一批。”

资料显示，烽火工场成立于2014年10月，公司定位为虚拟现实内容供应商，称得上是国内最早涉足虚拟现实内容服务的专业互联网公司，“我们主要还是想在移动端方面，做中国VR领域软件和系统层面最好的公司。”姜池表示。

两个月前，姜池就告诉记者，国内做硬件的，大都照搬Oculus的源代码，可代替性很强，大家都没有自己的核心算法，有的完全就是忽悠投资人烧钱。

而一位不愿具名的业内人士在接受《证券日报》记者采访时也表示：“我们也找代工厂做了几个VR移动端产品，其实，目前，国内移动端产品同质化严重，70%来自同一代工厂，大家的区别仅在于标签不同。”

实际上，目前国内有近百个VR眼镜品牌，同质化极为严重，一位互联网行业分析师表示：“由于VR设备市场接受度不高，所以线上仍是主要分发渠道，虽然各个厂商都为自家的产品开发了独立的APP，其实不同的眼镜和APP之间是可以互相兼容的，这



摄影/桂小笋

便给山寨产品提供了滋生的空间。而与暴风魔镜等知名品牌相比，山寨厂商最大的优势在于成本控制。”

但可以预见，在接下来的一段时间内，山寨厂商将被“血洗”，上述分析师进一步表示，一方面，国内VR硬件品牌的格局已经初步形成，暴风魔镜、3 Glasses、大朋、蚁视已经划分市场；另一方面，乐视、华为、中兴，一加等手机企业也开始加速向VR市场迈进，由于手机厂商自带生产线，入行的成本更加低廉，所以手机厂商完全有能力在本不大的VR市场上分走一块蛋糕。

内容创业成为“新宠”

姜池表示，“VR头盔公司今年也会死掉一批，而赚不下去的硬件创业公司和一些不赚钱的手游团队，都转到VR内容方面去了。”

在业内人士看来，硬件转内容的最大原因就是成本。北京航空航天大学虚拟现实新技术国家重点实验室研究员告诉记者，目前在国内做硬件的，创业公司只是做个壳，形成一个设备而已，由于没有自主知识产权，所以成本依然高昂；另一方面，硬件量产的成本也非常昂贵，但现实的窘迫是，VR的爆发属于市场推动，并不是需求推动，所以即使产品量产完成，市场需求不强也很难消化。”

不过，大部分VR创业人员都坚定的看好这一领域，所以，从内容切入成为创业公司的首选。“内容为王”的道理亘古不变，内容创业任何时候都有机会，刘云在接受《证券日报》记者采访时表示，“目前资本已经转向投资这个方向，但是早期内容创业团队综合素质并不是很高，随着VR产业的逐渐发展，哪些真正有积累的团队会加入进来，会提高整体的内容质量和数量。”

对此，业内分析师也认为，国内技术仍有很大上升空间，内容仍将是行业引爆点。“内容是推动消费的决定性因素，就像APP一样，如果智能手机上的APP都不太好，那么消费者可能会觉得，智能手机不过如此，但是如果APP让消费者觉得很神奇，因此就能产生购买欲。所以优质内容是积累用户的基础。”

关于如何抓住内容的切入点，作

为是国内内容创业的先行者，超凡视觉COO郭会娟在接受《证券日报》记者采访时表示，“从VR内容应用上来看目前可以粗略分为主要三方面，一是影视，二是应用，三是游戏。这三大分类基本能够覆盖绝大部分内容类别。目前看来，游戏应该是最佳切入点。因为VR能够给玩家带来深度的沉浸感，那么第一人称的角色扮演类游戏更加容易俘获玩家，如果像获得更刺激的感觉体验，那么，对这类、射击类、体育竞技类游戏都有很大的延展空间。”

而面对汹涌而来的内容创业，刘云却认为，未来在VR内容方面，真正能够有机会成功的团队主要有两类：一是如CPP、Tencent、EA、Ubisoft、NetEase等大公司；二是从这些大公司里面出来的创业团队。

VR体验转向线下

业内普遍认为，VR/AR产品分为三个档次，第一档是移动端，就是用手机加VR眼镜，便携且轻薄，比如三星的GEAR VR；第二档是PC端，也就是头戴式显示器，比如HTC Vive；第三档是一体机，对设备的计算能力要求高，比如售价昂贵的微软“黑科技”Hololens。

记者手记

洗不掉的硬件商

无论国内国外，没有人知道VR的突破点到底在哪里，而全世界的从业人员都在“摸着石头过河”，希望可以探索出一条光明大道。

但是，从创业角度来看，内容制作并不是一个最佳选项，因为传统的3D技术已经相对成熟，次世代的渲染引擎已经可以生成让用户接受的实时画面，而实时画面离相片级还有一点距离。

因此，新的切入点必须从核心技术出发，因为新的技术对以往技术往往会带来毁灭性的打击，比如光场(Light Field)之于现有的左右眼分屏式的头盔。

从市场定位来看，在我们调研的6家公司中，除了光线传媒有

在记者走访的公司中，内容创业普遍的着眼点在于PC端，而烽火工场是唯一一家着力于移动端的创新创业公司。在姜池看来，一方面由于现代人生活碎片化，另一方面因为移动端的设备价格低廉，所以首批VR用户一定兴起于移动端。

“10元就能买一个VR眼镜，这个门槛太低。就像手机也分三个级别：入门、中端、高端，即使高端体验更佳，也不妨碍低端市场盈利，况且对于首次接触VR的人来说，很难说会不会花几千元买个头显，但是如果成本不到100元，那么用户群体可能就会大不一样。”姜池表示。

设备售价昂贵，是制约行业发展的主要原因之一。扎克伯格曾表示，对主流消费者来说，600美元的虚拟现实头盔Oculus Rift定价过高。实际上，Oculus的成本实际上远不止600美元，因为头显设备通常需强大的PC支持，所以买了VR头显设备后，还得为此买个电脑。

对应这一问题，蓝港互动的策略是用游戏主机——战斧代替PC，作为VR的计算设备。蓝港互动CTO陈敏告诉记者，战斧的定位即是家庭游戏机，也可以成为VR的连接器。这也意味着，用户买了战斧后，就可以直接链接VR设备，无需单独配备PC

2B的合作，大部分公司的目标群体都C端。实际上，业内专家认为，2B才是更为理性的投资对象，比如设计公司、制造企业、游乐观光等等。因为这些单位对设备效果有着更高的要求，而对设备便携性的要求较低，这样更方便使用大型设备让用户得到更好的身临其境的感觉。

而内容商自然无需等待，不过生产头显设备的企业可能已经成为小白鼠了。但是，纵使技术缺失，很难占有市场，一些硬件厂商也必定不会“被洗牌”，因为在他们背后，有资本作为支撑。实际上，有时候，只要PPT做得好，一个成本低廉的纸盒也在二级市场吹出龙虎卷。

行业观察

“共享经济”不必用来上纲上线 神州专车无需在意“吴氏生非”

周勤

曾几何时，在神州租车赴港上市之前，针对其高负债率等财务指标的质疑声不断。好在，“积极”之下的神州租车用事实证明了自己，最新财报显示，公司一季度净利润2.74亿元，同比增长55%；调整后净利润2.51亿元，调整后净利润率达20%。

不过，新一轮质疑又转向了在三板挂牌的神州专车，尤其在马云入股神州专车之后，频率陡增。4月中旬，神州专车已对某些自媒体提起诉讼，5月下旬，律师某某发布了一份方言《举报信》，“不堪其扰”的神州专车又将某某告上了公堂，认为其涉嫌损害商业信誉。截至目前，这场“吴氏生非”的官司仍在进行中。

由于连续几波对神州专车的质疑，时间点的选择都“恰到好处”，再加上神州租车的先例，因此也不能不让人产生“阴谋论”的猜测。事实上，已有一些“福尔摩斯”顺藤摸瓜找出不少瓜葛，并曝光某车友涉嫌疑后推手。

常言道，“打不死我的，都将使我变的更强”，不论这些“飞来石”出于何种目的，在笔者看来，对于神州专车而言，最好的办法就是统统把他们变成“试金石”。

《举报信》指出，神州专车三板挂牌申请文件严重违规，存在五大法律问题，分别是：一、把与共享经济无任何关系的商业模式描述为“汽车共享平台”、“出行共享平台”，存在明显的虚假记载、误导性陈述；二、引用由自己提供数据、得出漏洞百出的所谓研究报告，对市场份的描述、盈利预测存在严重的虚假记载、误导性陈述，根本不具有持续经营能力；三、商业模式属于非法营运，直接违反交通部和多地现行法律规定，不具备运营资质，持续经营存在严重法律障碍，不具备任何增值电信业务经营许可且涉嫌违反外商投资相关法律法规规定；四、用工模式属于滥用劳务派遣，并在收取三万多名司机四亿多元保证金、强迫加班且不支付加班费等严重违法违纪的情形；五、因非法营运被多次交通执法部门给予行政处罚及约谈，属于重大违法违规却不予任何披露，属于存在“重大遗漏”……

平心而论，不论从哪个角度来看，神州专车即便成为“专车界第一股”，都够不上那种“敢为天下先”的高度，但不知为何，这篇“撤文”竟让笔者联想起安徽的“小岗村”，如果比照上述五大问题上纲上线，小岗村的18位村民不仅拉不开中国农村改革的序幕，有少脑袋都不够掉的。当然，以小岗村做比，可能是高抬了神州专车，但如果这五大“问题”全部坐实，恐怕又低估了国家供给侧改革与推动双心的决心。

先说当下人必谈的“共享经济”，其在五大问题中位列第一。不难看出，举报者认为神州专车是否属于“共享经济”，是能否在三板挂牌的关键。

以笔者见，所谓“共享经济”就是一顶帽，与商业模式这根“骨”没有必然关系。目前之所以这么火，只因人人都喜欢戴这顶帽子而已，且因尚无精准定义，便于各找角度自圆其说。由此，对于谁家的商业模式是不是“共享经济”，大可不必上纲上线，如果当真，谁都玩不下去了。

以滴滴、优步等为例，早期司机中不乏老板、白领，在上下班时顺带捎个脚，可发展至今，绝大部分司机都已沦为专职。如果“腹黑”一点的，说与“黑车+APP”又多大差异？但是，为什么最高层面至今没有严令禁止，原因任何新生事物都有一个发展过程，不能贸然以是否符合现有法规而论。法规都有一定的滞后性，否则何谈“改革”一词？既然对待“黑车+APP”都要慎重，何况是“租赁公司的车+APP”呢？因此，把神州专车是否属于“共享经济”单拎出来并放在第一问题，想必是低估了“共享经济”的红线权力，也高估了法律的“前瞻性”。

但是，如果从阴谋论的角度，也的确可以“共享经济”首发出轨，谋图后面几个问题，如果说神州专车存在的话，在行业中也相对最轻的。滴滴、优步相同或类似的问题只多不少。当然，这也是B2C与C2C两种模式与生俱来的差异，不明白的可参照京东与淘宝。此处不再赘言。

单就“共享经济”层面而言，滴滴、优步比神州专车确实要领先一些。因为，滴滴、优步多少还有一些“兼职”司机(尽管越来越少)，而神州专车则全都是专职司机。

说实在的，新三板真的算不上什么“龙门”，无论是神州专车还是已经挂牌的7000多家公司，挂牌新三板都还称不上是“鲤鱼跃龙门”。从宏观而论，对于任何一家公司，以建设性开放的心态促使其在三板发展成长，天塌不下来；从个体而论，也不宜以行业的共性问题来否定具体某家公司、友商，否则极有可能变成“杀敌八百，自损一千”，甚至“皮之不存，毛将焉附”。

值得欣慰的是，举报信认为，神州专车新三板挂牌申请文件严重违规，而非神州专车严重违法。以笔者见，某种程度上，这也反映出举报者亦不希望出现“皮之不存”的最差局面。对神州专车而言，把飞来石变成试金石，考验能力更考验格局。放下纠缠不清的“阴谋论”，有则改之无则加勉，尽快向市场和用户展现自己的远谋，才是急所。

(本文仅代表作者观点，与《证券日报》无关。)

责编：南南 制作：朱玉霞 E-mail: zqrb3@sohu.net 电话: 010-82031798

腾讯发布“互联网+警务”七大解决方案 举报交通违法行为可获微信红包

本报记者 贺骏

5月26日，首届腾讯“互联网+警务”峰会在苏州召开，会上，腾讯正式发布“互联网+警务”七大解决方案，分别为公众服务解决方案、智能交通解决方案、社会治安综合治理解决方案、警务协同管理解决方案、人脸核身解决方案、反诈解决方案、警务云解决方案。

基于上诉解决方案，腾讯还展示了一系列的“互联网+警务”产品，并重点推介了如警民服务类产品，如微信红包奖励交通违法行为、微信110报警、无证人员住宿人脸核身等。其中，微信红包奖励交通违法行为，打通了微信支付功能，交通违法行为报

奖可实现足不出户、一键搞定。在业界看来，此举能够大大调动群众举报交通违法行为的积极性。

“互联网+警务”快速落地

来自腾讯的数据显示，“互联网+警务”已经在全国展开，腾讯已经与公安部交管局、公安部出入境管理局以及20多个省市的公安厅展开合作。

腾讯副总裁王波表示，在与公安警务部门的合作中，腾讯可以凭借在大数据、云计算等方面的技术优势和高效的用户触达能力，打破时间、办公场地、人力数量及繁琐流程的限制，建立起24小时“不打烊”的“互联网+警务”服务平台，和“以人为核心”

的全新服务范式，实现警务服务从1.0向2.0升级。

作为“互联网+警务”的样板城市，苏州市公安局副局长陈斌在接受采访时表示：“从PC端的门户网站、办事大厅，再到手机APP、微信公众号，我们一直在紧跟互联网、全媒体、自媒体发展的潮流，努力把公安的服务思想、审批思想，从原来的窗口服务，尽可能地面对变成键对键、指对指，这是我们持续在做的事情。接下来，我们仍然会做这件事情，在信息技术发展如此迅猛的当下，作为公安一定要紧跟技术发展的潮流，我们讲互联网+，是+出来的，要不断的+，把能加的+上去，这是我们一直坚持做的事情。”

据悉，截至目前，“苏州公安微警

务”一期+二期已上线66个功能点，其中包括交通违法行为处理、智能出行、自助移车、开锁求助、出入境办事服务等群众关注的多个创新特色应用，通过近两个月的推广，全市微警务用户数达到70万，访问量超200万。

腾讯目标“连接一切”

自从李克强总理在政府工作报告中明确提出制定“互联网+行动计划”以来，如何拥抱互联网，将互联网思维与传统产业相结合，已经成为当今最重要的课题之一。

对此，王波表示，“腾讯公司一直是‘互联网+’的积极倡导者和推动者，我们在很多场合不止一次地提到

过‘互联网+’的基础是连接。腾讯的目标是‘连接一切’。通过连接，互联网可以与各领域深度融合，推动各行各业的发展。”

随着社会的发展，在所有的政务服务中占比最重、使用最频繁的公安服务已经遭遇了发展瓶颈——因为办公时间、办公场所、人员数量、办事流程等因素的限制，不可避免会出现办事大厅人头攒动、办事流程繁琐、排队叫号等待时间长、缴费渠道少、业务知识宣传普及不及时等情况，影响公安服务的效率。

据介绍，腾讯将不断深入与公安部门的合作，进一步挖掘警民需求，提供个性化的“互联网+警务”解决方案，全面助力警务服务的模式升级。