



VIVE

享移动 创未来

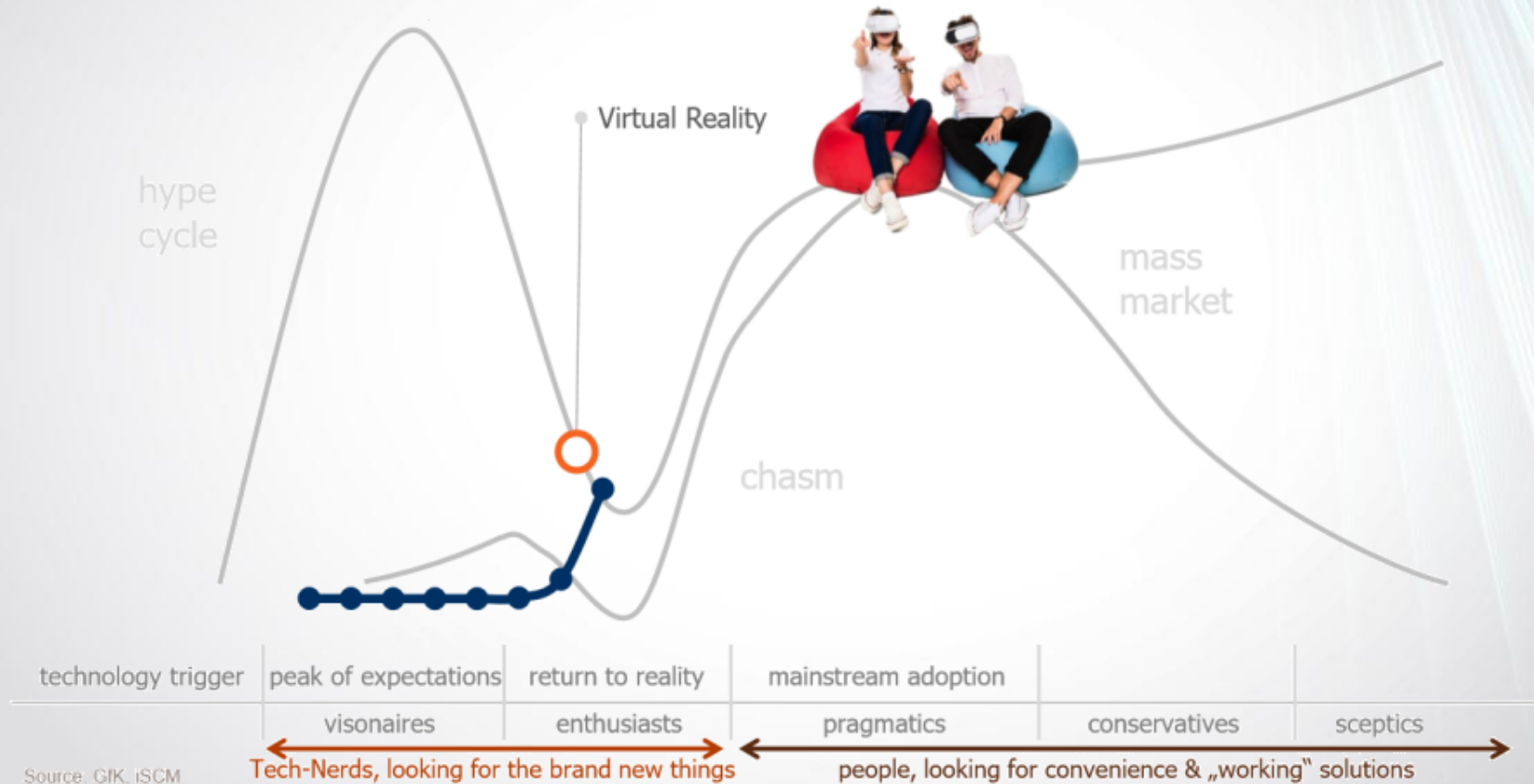
VIVE 开发者峰会

VIVE Developer Conference 2017

科技改变未来 体验影响行为

虚拟现实零售市场简述
GfK 蔡凌

中国VR行业发展与技术发展曲线吻合



消费需求与现实市场发展不平衡矛盾

中国中产财富规模

28.3万亿

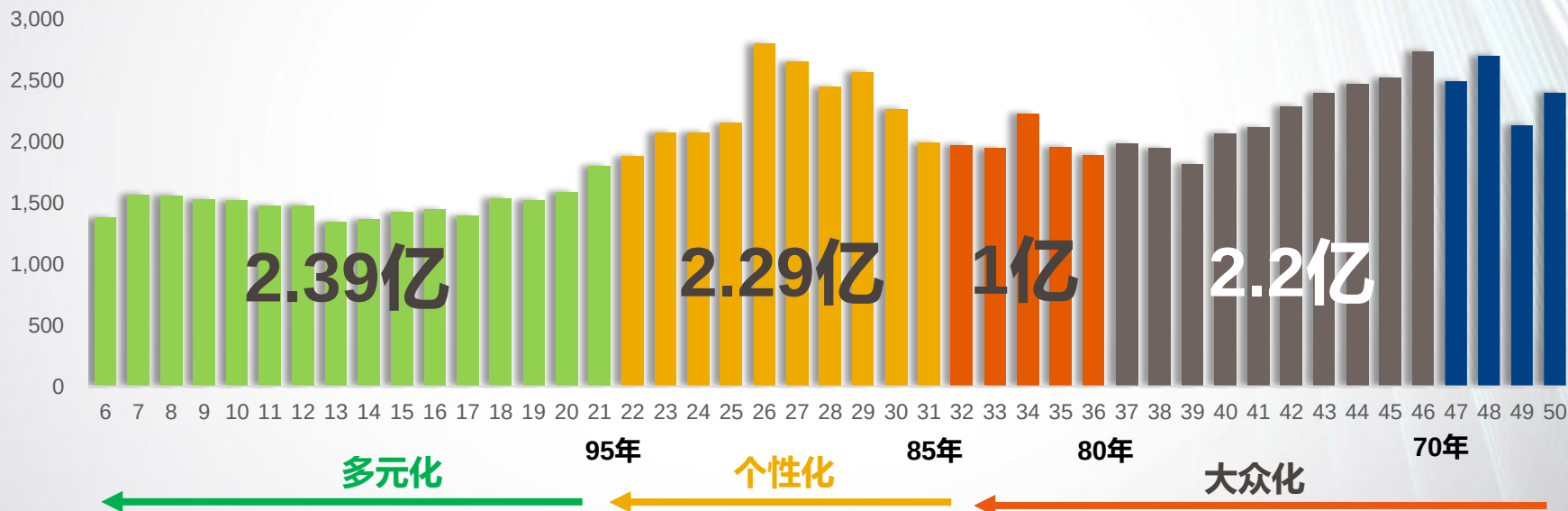
超过美国和日本
跃居世界首位

2015年中国中产阶层

的数量**2.04**亿人

2020年,
中国中产阶层
预计将达**7**亿人

新生代消费群体影响体验价值格局



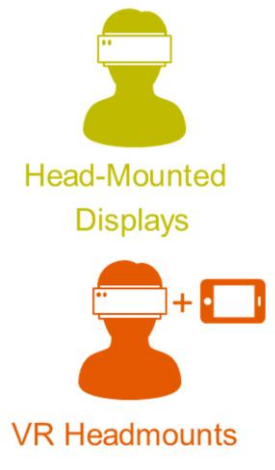
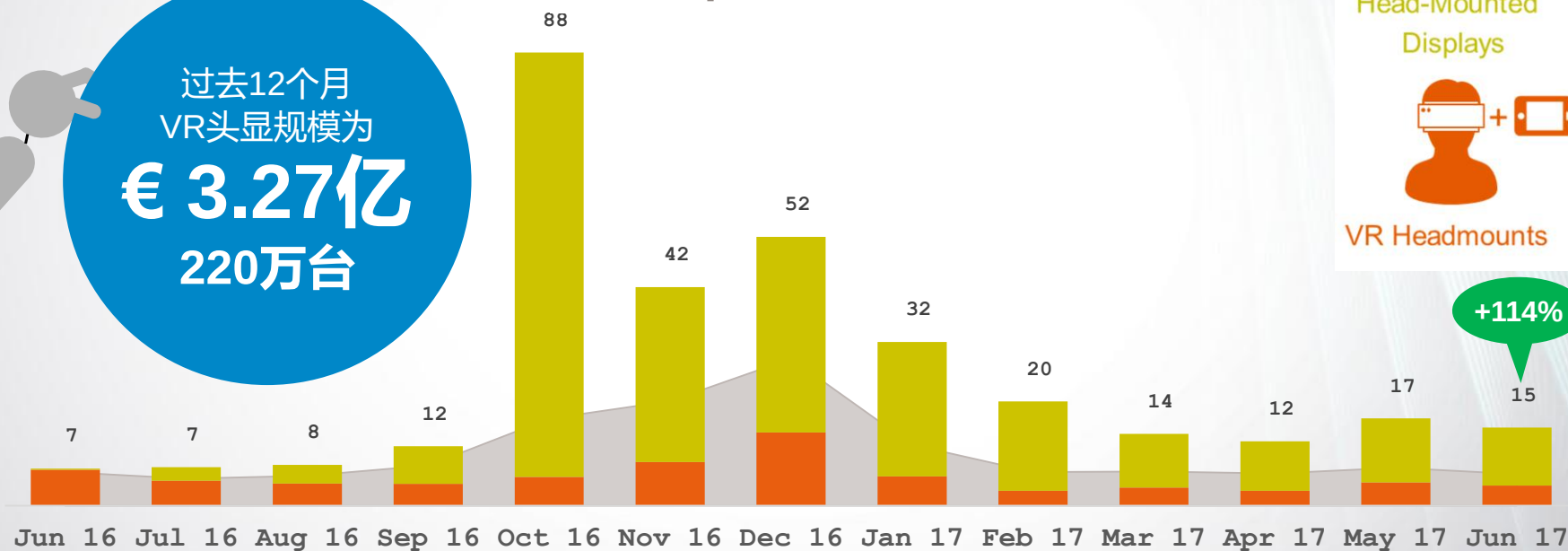
欧洲市场由HMD头显带动规模继续增长

单位：欧元（百万）

阴影：零售量（千台）

过去12个月
VR头显规模为
€ 3.27亿
220万台

— € 1.82亿 —

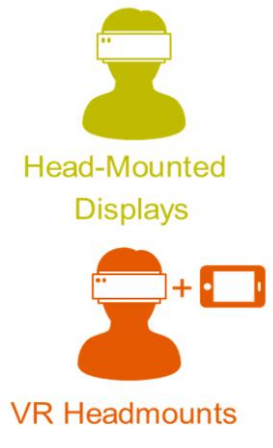
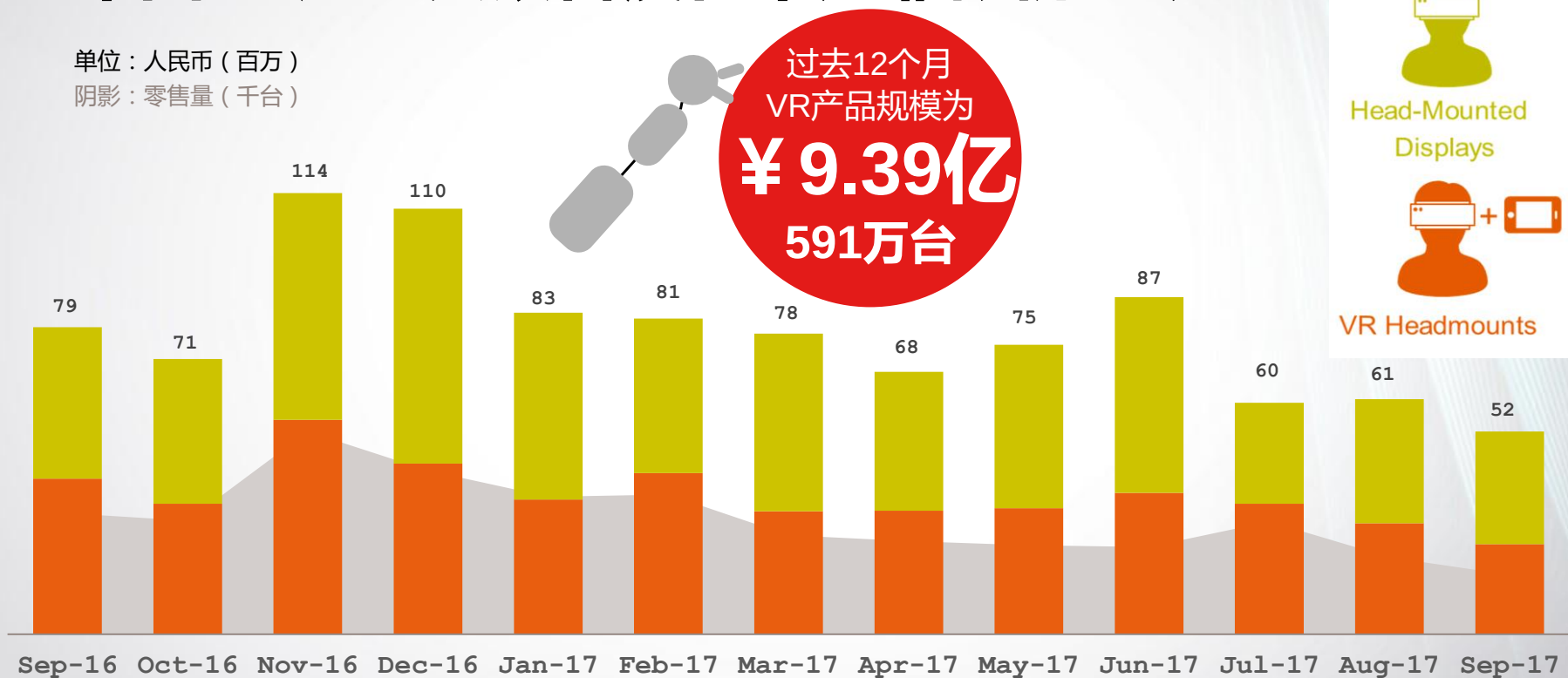


+114%

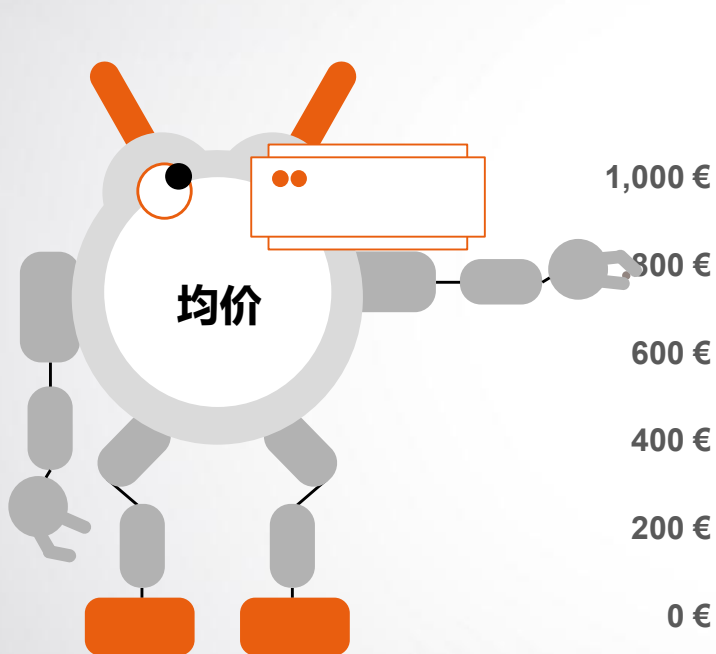
中国VR产品大众普及化不是靠低价驱动

单位：人民币（百万）

阴影：零售量（千台）

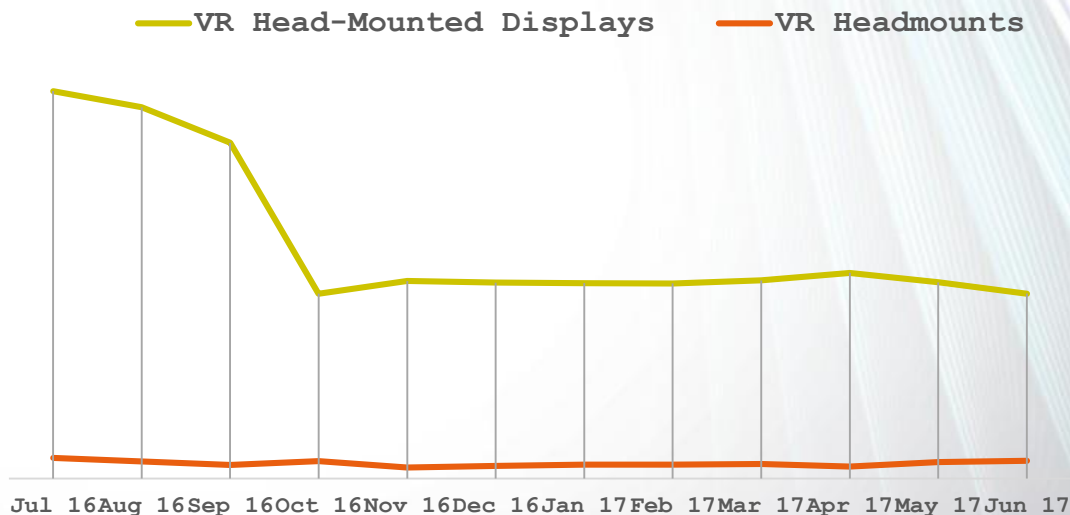


欧洲市场两种类型产品价格差异



Ø 422 €
in June 17

Ø 41 €
in June 17



中国市场两种类型产品价格差异



Ø 2200 ¥

in September 17



Ø 96 ¥

in September 17

— VR Headmounts

3,000

2,500

2,000

1,500

1,000

500

0

Oct

Nov

Dec

Jan

Feb

Mar

Apr

May

Jun

Jul

Aug

Sep

16

16

16

17

17

17

17

17

17

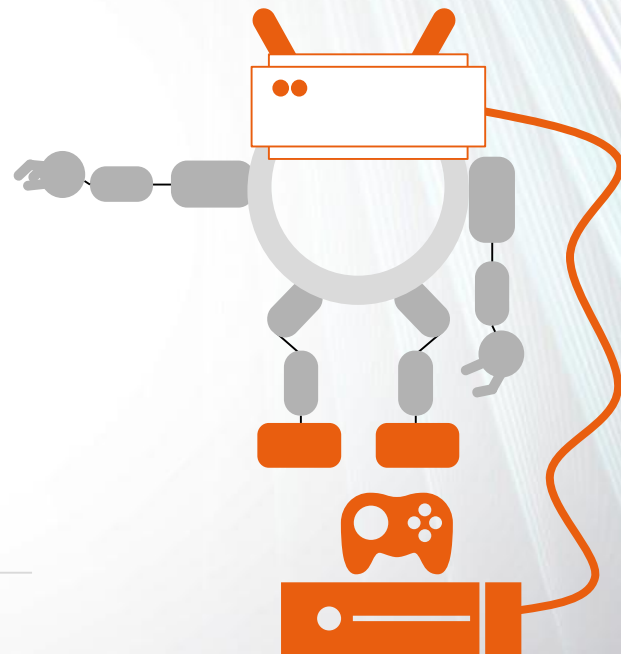
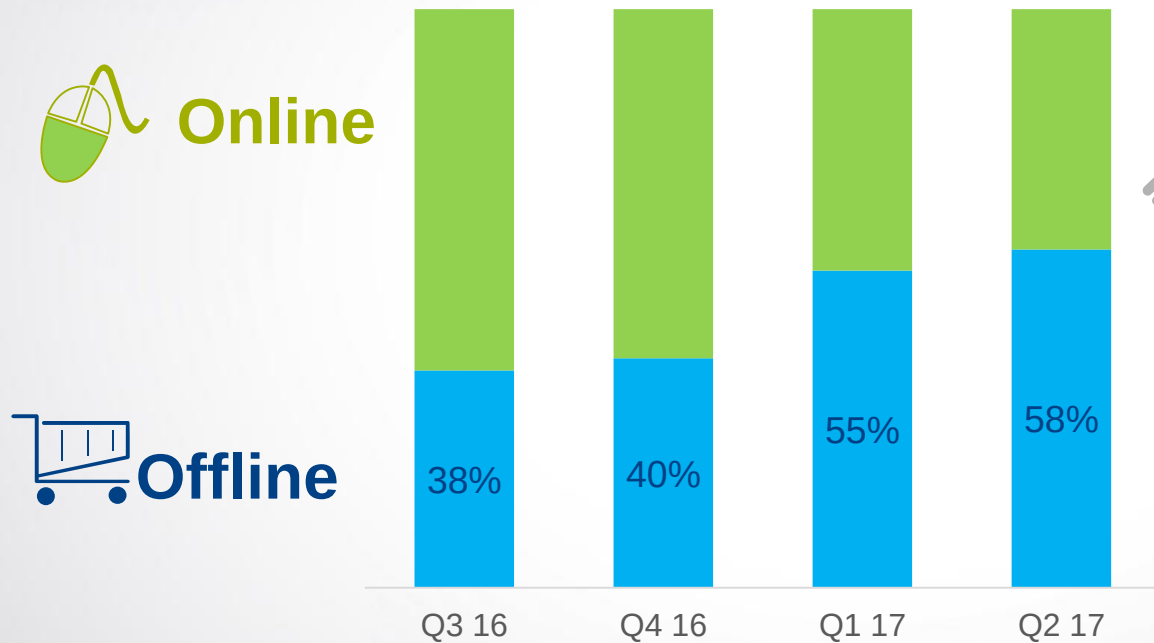
17

17

17

均价

欧洲市场渠道结构



中国电商与厂商的合作共赢模式

国际厂商

- 品牌官方旗舰店

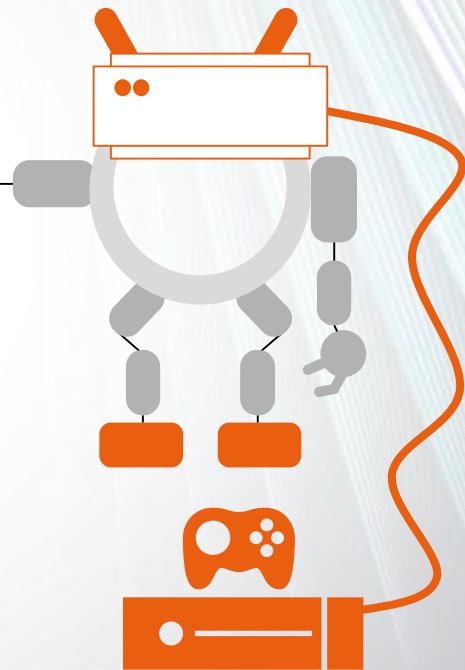


国内初创品牌

- 众筹
- 联合发布新品
- 购物街品牌日



线下渠道完善是产品市场成熟的特征之一



中欧VR市场发展启示



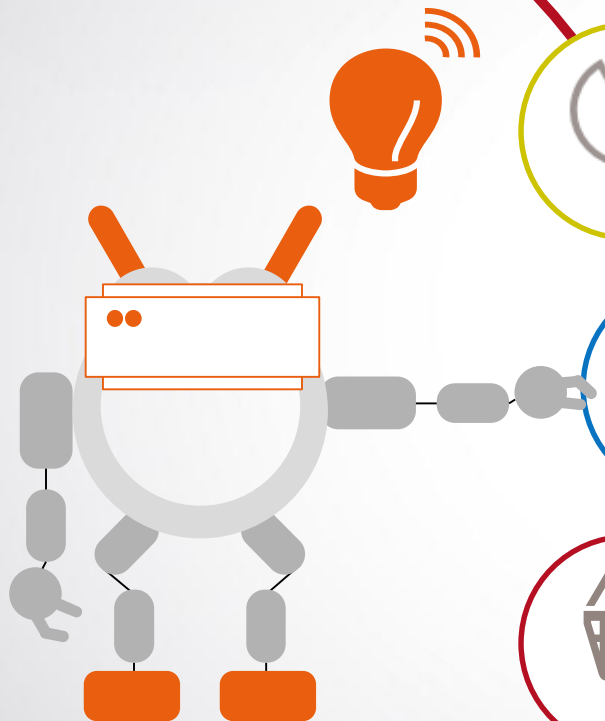
未来HMD头显将会在中市场中起主导作用



随着欧洲HMD头显的降价与中国市场的产品升级，
中欧市场的HMD均价会逐渐趋于同一水平



线下渠道的重要性开始显现，良好的线下体验会同时
促进线上消费



中国VR产品在线市场规模及预测

●● 50万台
1.68亿

2015

●● 540万台
7.46亿

2016

●● 780万台
12.0亿

2017预计

HTC在整体市场
中的占比大幅度
领先其他品牌

17%

HTC

12%

暴风

11%

千幻

10%

UGP

6%

SONY

6%

小宅

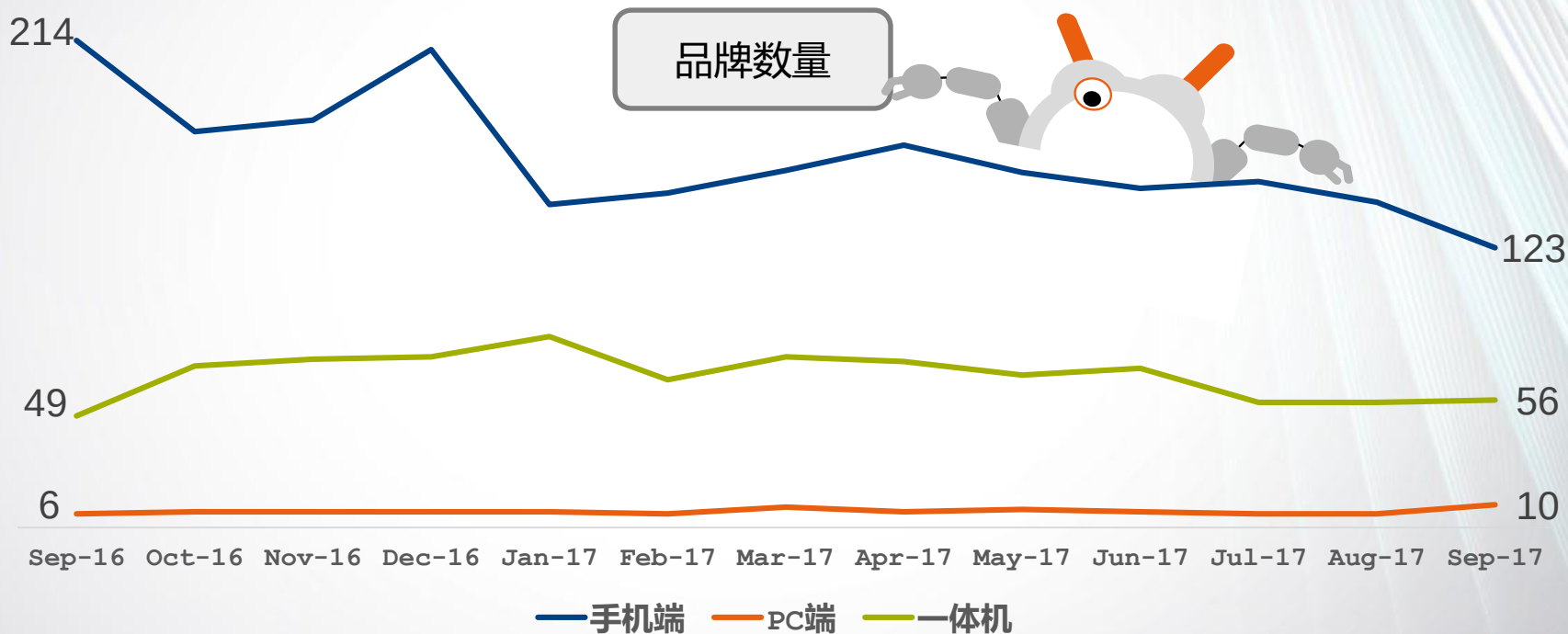
4%

小鸟看看

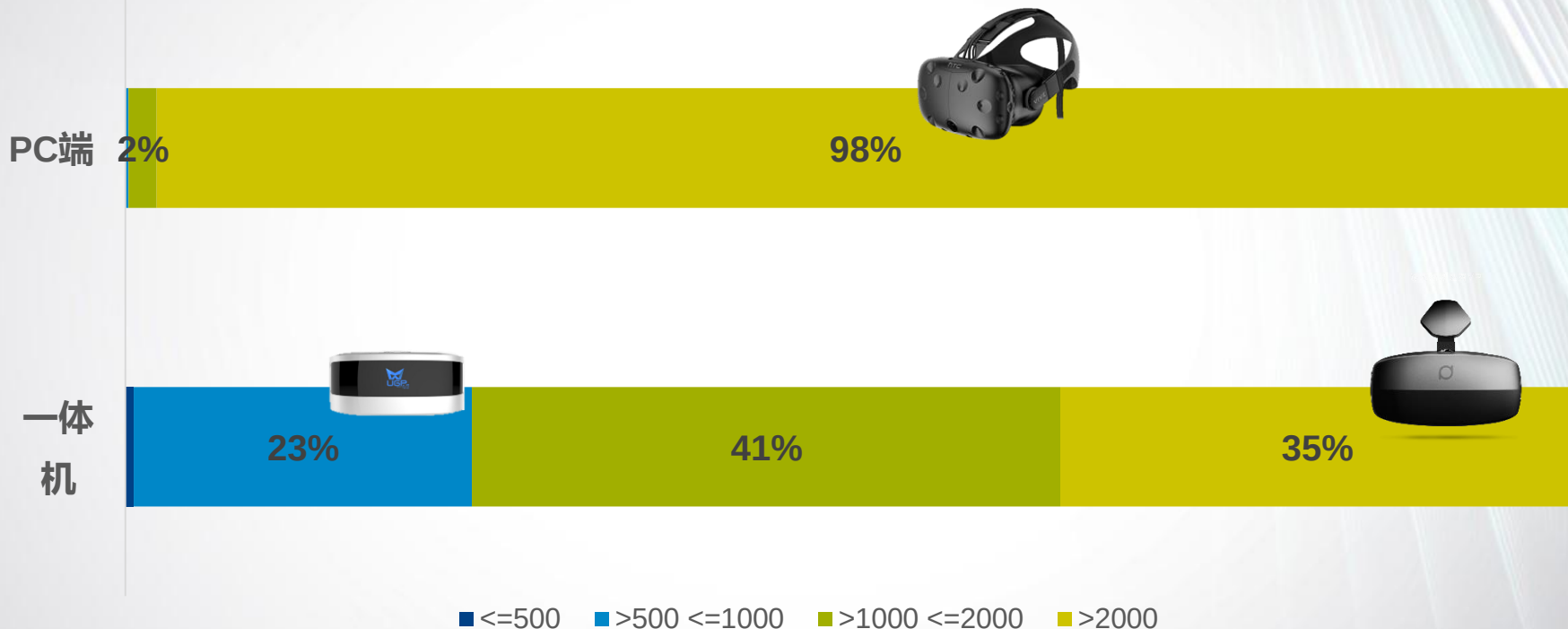
4%

富士康

缺少核心竞争力，大量手机盒子厂商退出市场

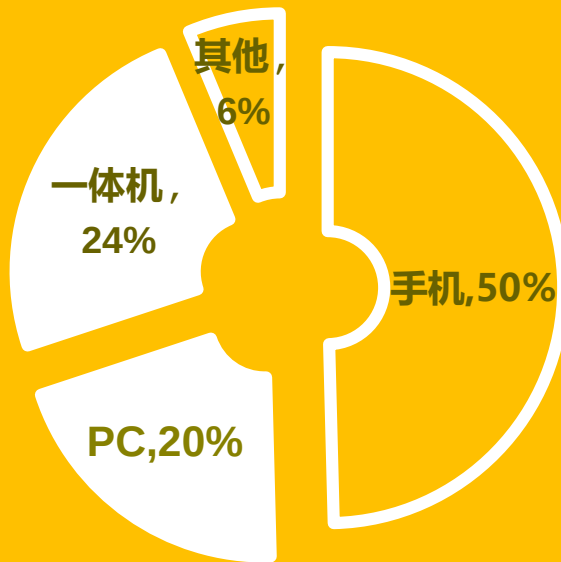


一体机产品线日益丰富

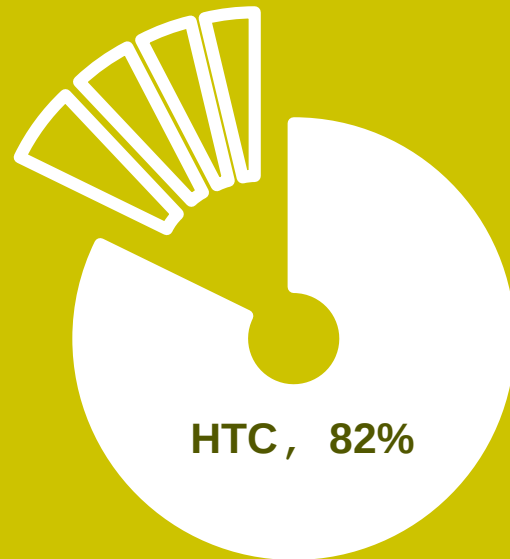


伴随着理性消费，体验价值驱动产品未来

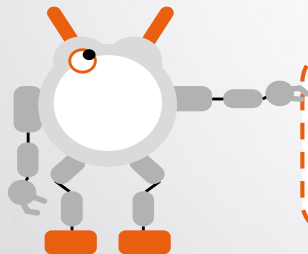
2017Q3平台占比（零售额）



2017Q3,PC平台品牌占比（零售额）



手机盒子力求缩小与HMD在内容方面的距离



- 手机盒子也可以玩Steam VR平台上的游戏
- 搭配更高配置的手机与VR配件使VR体验得到大幅度提升

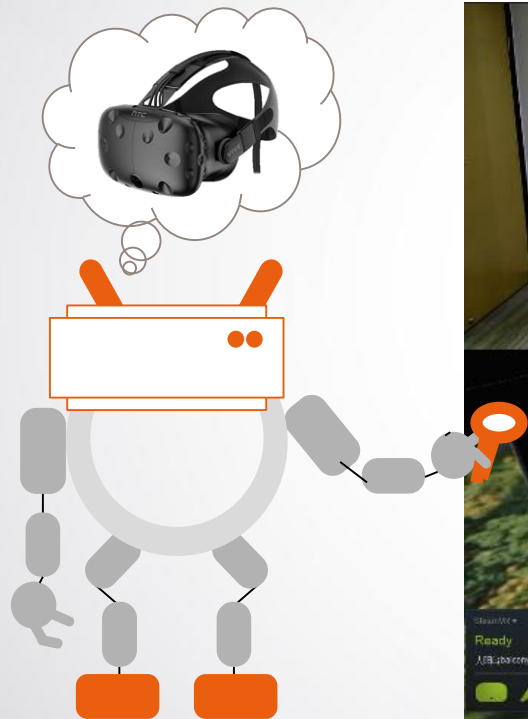
HMD头显对显示屏分辨率的要求越来越高



用户场景多样化驱动需求



Vive已被GfK用户体验研究团队用于项目执行



VR行业的繁荣需要信息技术与应用内容共同推动

随着视线转移的360度虚拟场景

网络和虚拟现实将会融合!

虚拟现实的革命性本质是不重要的，因为几乎所有人都无法接近它

虚拟现实软件的收入将在2020年超过硬件!

你只需闭上眼睛就能得到一个VR体验。音频是关键!

VR就像向火星星人解释可乐的味道

VR 就是将成为必备品，
就像手机一样

“



Thank you !

Contact Us

GfK Retail and Technology China
Co., Ltd

联系人：蔡凌

联系邮箱：Charlie.cai@gfk.com

Tel: +86 10 59053357