

中国增强现实市场专题研究报告2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究背景

- 20世纪70年代，以虚拟现实技术为基础的增强现实技术从军事实验室、高校实验室发端，经历30余年的市场探索期。随着智能手机、平板电脑等移动智能设备和移动互联网快速发展，以移动端应用为载体的增强现实应用不断落地，增强现实技术逐渐被大众知晓。2012年，谷歌眼镜发布，增强现实技术的智能硬件化成为趋势，苹果、英特尔、高通、微软等产业巨头相继加入“搭台”，增强现实的应用前景被看好。本报告针对中国增强现实行业市场进行深入分析和研究。

研究方法

- 报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观智库分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 报告中运用Analysys易观智库的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。

研究范畴

- 本报告的研究对象侧重于消费级市场的增强现实技术运用领域。
- 本报告涉及的关键字为：增强现实技术、虚拟现实技术、计算机视觉技术、智能硬件、应用软件（APP）、大数据。
- 本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

目录

1

增强现实技术定义及发展历程

2

增强现实行业市场环境分析

2.1 整体市场环境分析

2.2 细分市场环境分析

3

增强现实行业未来趋势分析



增强现实技术定义

增强现实 (AR) 技术：借助计算机图形技术和可视化技术产生物理世界中不存在的虚拟对象, 并将虚拟对象准确 “放置” 在物理世界中, 呈现给用户一个感知效果更丰富的新环境。



物理世界

人类所处的、不需要借助设备就能感知的自然环境、人文环境，也称真实世界。



虚拟现实(VR)

采用计算机图像技术等对物理世界的实体信息进行模拟、仿真。



增强现实 (AR)

将虚拟现实技术模拟、仿真的信息叠加到物理世界中，被人类感官感知。

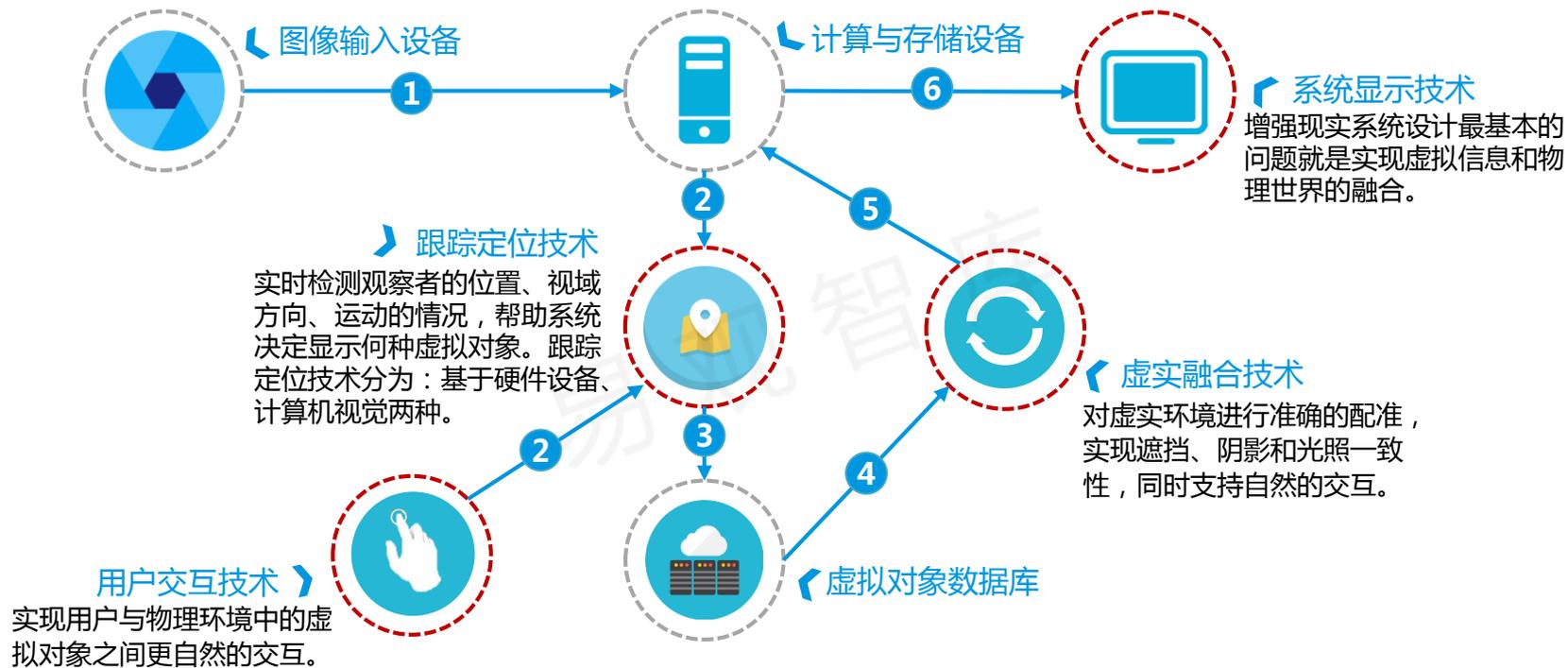


增强虚拟现实(AV)

将物理世界的信息叠加到利用虚拟现实技术模拟、仿真的世界中。

增强现实技术原理图

跟踪定位技术、用户交互技术、虚拟融合技术和系统显示技术是增强现实技术的基础。



增强现实技术特点

虚拟现实技术给予用户一种在虚拟世界中沉浸、封闭的效果；增强现实技术则把虚拟对象带入到用户的物理世界中，通过听、看、触摸虚拟信息，来增强对物理世界的感知。



虚实结合

AR技术依靠计算机技术构建出**文字、图片、视频、音频、网站链接、三维模型、三维动画、全景信息**等和物理世界的结合，让物理世界和虚拟对象合为一体。



虚实同步

AR实现虚拟世界和物理世界的实时同步，满足用户在物理世界中真实地感受虚拟空间中模拟的事物，增强用户体验效果。



交互自然

可以使用手部动作与手势控制所读出的3D模型移动旋转，以及通过语音、眼动、体感等更多的方式来与虚拟对象交互。

增强现实技术应用领域

工业制造和维修领域

- 通过头戴显示器将多种辅助信息显示给用户，包括虚拟仪表的面板、设备的内部结构、设备零件图等。

医疗领域

- 医生可以利用增强现实技术，在患者需要进行手术的部位创造虚拟坐标，进行手术部位的精确定位。

军事领域

- 军队可以利用增强现实技术，创造出虚拟坐标以及所在地点的地理数据，帮助士兵进行方位的识别，获得实时所在地点的地理数据等重要军事数据。

电视转播领域

- 通过增强现实技术可以在转播体育比赛的时候实时的将辅助信息（比如球员数据）叠加到转播画面中，使得观众可以得到更多的信息。

娱乐、游戏领域

- 增强现实游戏可以让位于不同地点的玩家，结合GPS和陀螺仪，以真实世界为游戏背景，加入虚拟元素，使游戏虚实结合。

教育领域

- 增强现实技术可以将静态的文字、图片读物立体化，增加阅读的互动性、趣味性。

古迹复原和数字化文化遗产保护

- 文化古迹的信息以增强现实的方式提供给参观者，用户不仅能获取古迹的文字解说，还能看到遗址上残缺部分的虚拟重构。

旅游、展览领域

- 人们在浏览、参观的同时，通过增强现实技术将接收到途经建筑的相关资料，观看展品的相关数据资料。

市政建设规划

- 采用增强现实技术将规划效果叠加到真实场景中，可直接获得规划的效果。

目录

1

增强现实技术定义及发展历程

2

增强现实行业市场环境分析

2.1 整体市场环境分析

2.2 细分市场环境分析

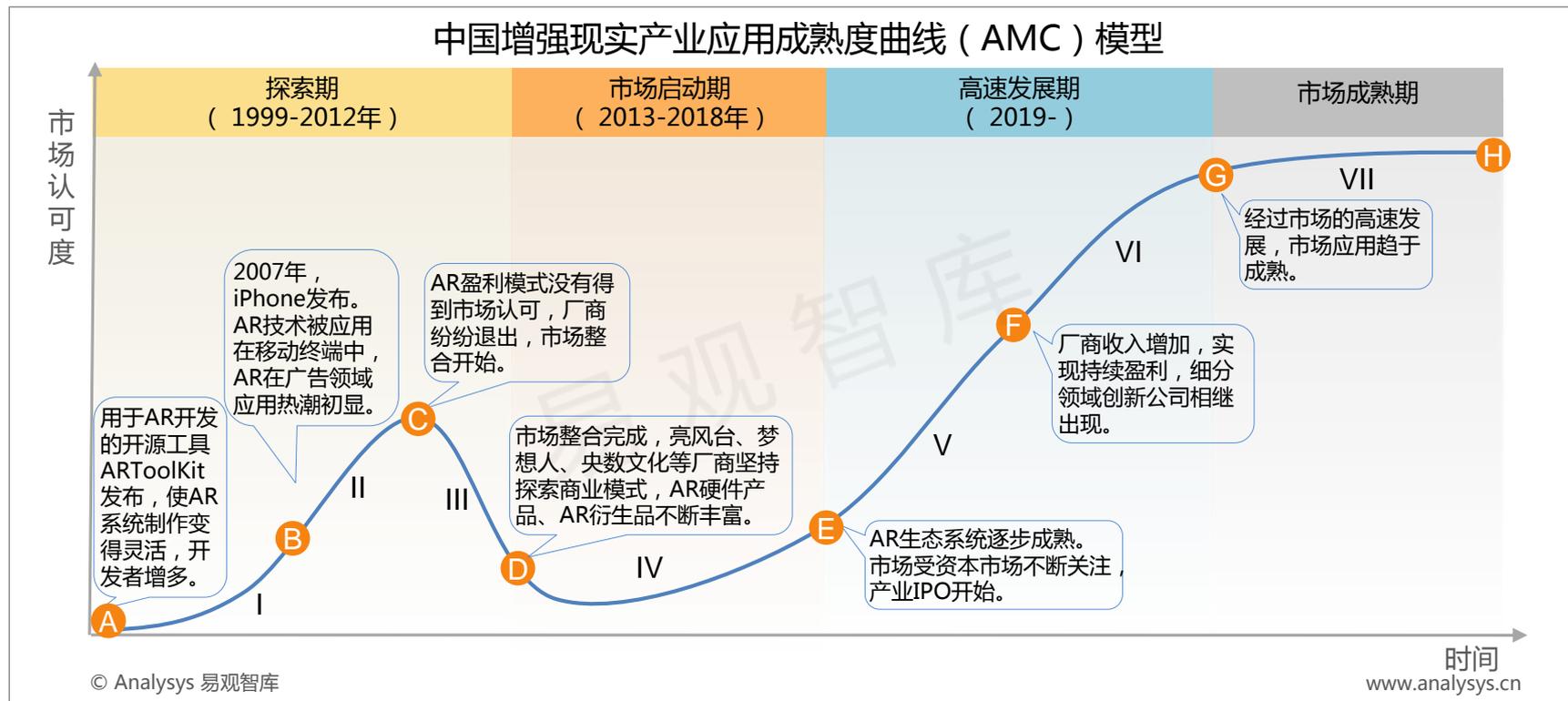
3

增强现实行业未来趋势分析



增强现实行业AMC模型

- 增强现实行业处于市场启动期，以探索应用领域，挖掘盈利模式为主要特征。



增强现实行业宏观环境分析

- 十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。在大众创业、万众创新的背景下，“产学研”各环节转化更加顺畅。
- 2015年，中国首家大数据交易所——贵阳大数据交易所正式挂牌运营并完成首批大数据交易。大数据实现交易，将打破行业信息壁垒，深度推进产业创新。

Political 政治环境

Economical 经济环境

- 中国居民收入保持较快增长，物价保持稳定，居民购买力提升，享受型消费占比提高。
- 中国的手机制造产业链完善，增强现实设备与手机通用的传感器、配件等价格不断降低，采购方便。
- 中国大陆电信资费占居民收入比例高于发达国家水平，影响互联网、移动互联网的发展。

- 2014年，中国手机网民规模达5.57亿，消费者基于智能手机的购物、支付、导航、观看视频等行为频次、时长不断增长。微信、支付宝等APP推动“扫一扫”功能成为消费者的习惯。
- 消费者市场教育程度偏低，消费者对增强现实技术的认知有限，影响增强现实软、硬件产品推广。

Social 社会环境

Technological 技术环境

- 移动智能设备、智能可穿戴设备、移动互联网技术、计算机视觉技术、显示技术不断发展，推动增强现实技术与落地。
- Google、苹果、英特尔、高通、微软等产业巨头相继加入“搭台”之后，增强现实的应用前景被看好。
- 跟踪定位技术、用户交互技术等核心技术，制约增强现实技术的商业化应用。

增强现实行业产业链地图

中国增强现实行业实产业链地图

云服务平台

广告主

广告代理公司

应用分发渠道

增强现实核心底层技术提供商

增强现实软件公司

垂直媒体

交互技术提供商

增强现实硬件公司

线上渠道

零部件提供商

操作系统

供应链服务

代工厂

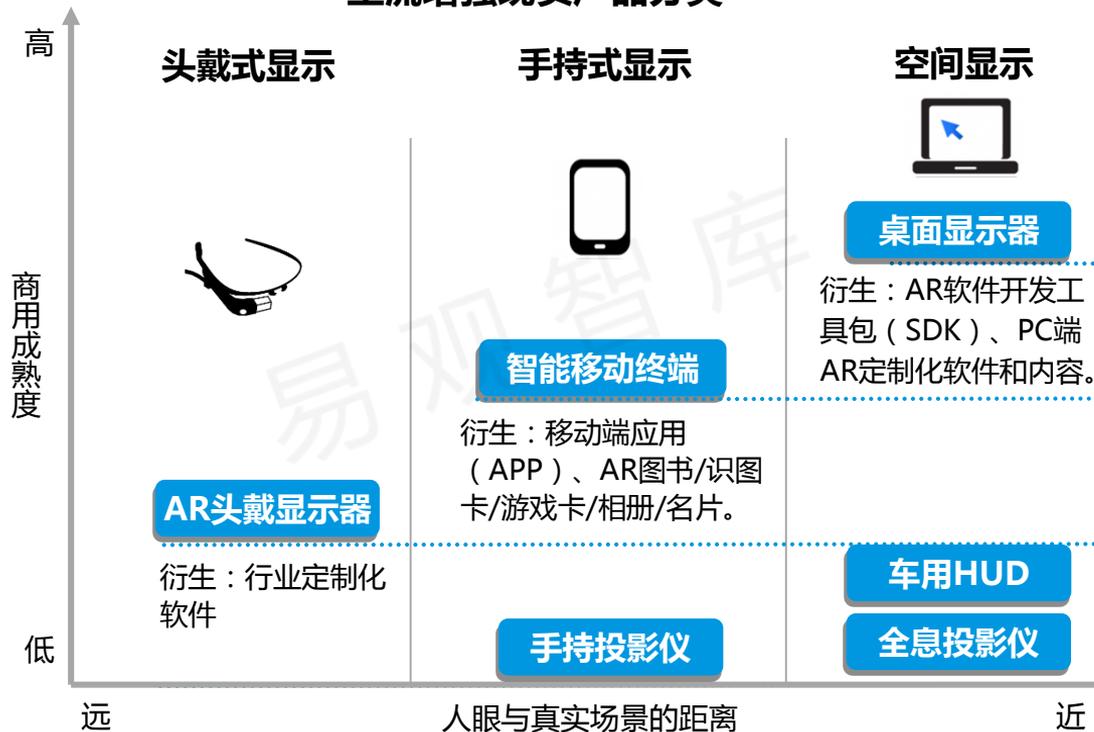
线下渠道

用户

- Analysys易观智库分析认为，增强现实产业链是研发主导型产业链，谁掌握核心底层技术及其标准，谁就能成为产业链的主角。
- 增强现实产业链中，增强现实软件公司产生时间最长，针对企业级市场和消费级市场的商业模式相对完善。
- 增强现实硬件公司近年来才产生，是增强现实产业链的重要组成部分；增强现实硬件公司将增强现实技术与智能硬件相结合，更加符合增强现实应用需求，正发展为产业链上与增强现实软件公司平分秋色的部分。

增强现实行业主要产品及其发展现状

主流增强现实产品分类



- 面向消费级市场，增强现实主要产品由硬件、软件产品构成。未来1-3年，移动端软件、AR头戴显示器是两项最为重要、应用最广泛的产品。
- 基于桌面显示器的增强现实定制化应用是商用最早、成熟度最高的领域。
- 应用场景：展会/馆、新品发布会、游乐园。
- 随着移动智能终端快速普及，基于移动智能终端的应用(APP)成为最重要的AR应用领域。
- 应用场景：商品广告、教育、O2O、游戏。
- AR头戴显示器提升信息显示、人机交互的便捷性，应用潜力巨大，逐渐从实验室走进现实。
- 应用场景：工业维修、医疗、教育、设计。
- 车用平视显示器 (HUD) 是AR技术与行业结合的尝试，产品尚未量产，未来应用潜力值得关注。
- AR投影仪相关技术与产品尚未成熟。

说明：商用市场指面向企业的专业级市场和面向个人消费者的消费级市场。

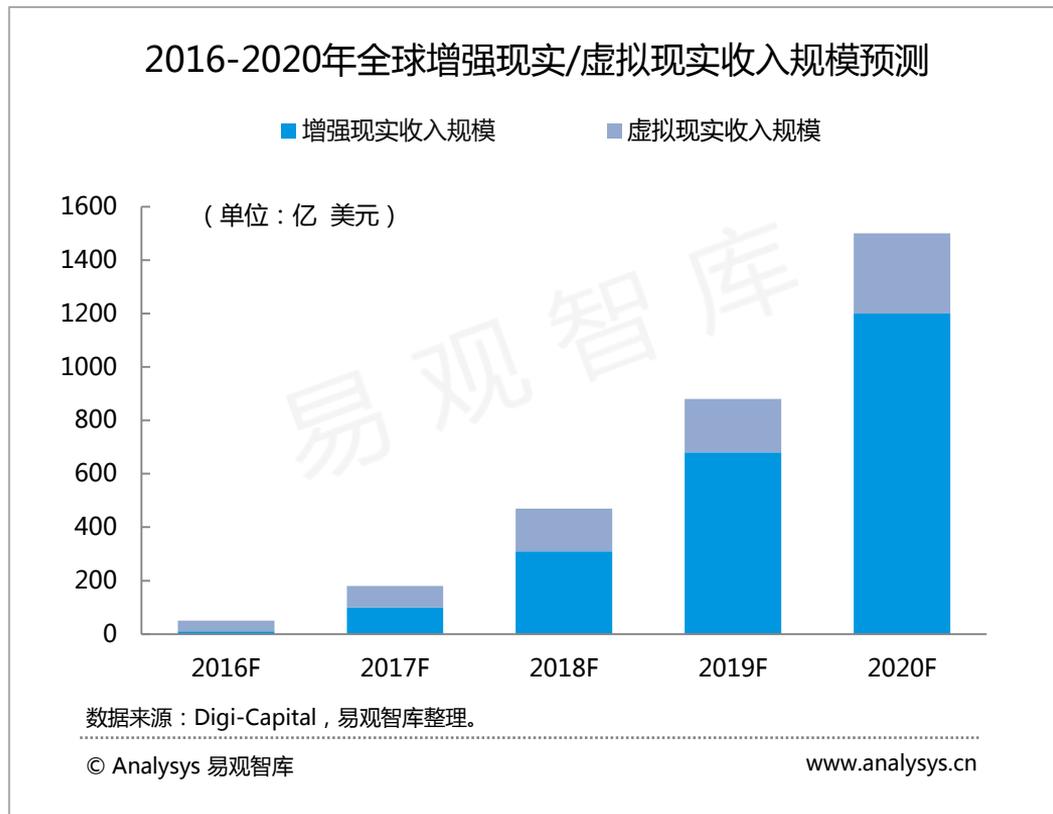
增强现实行业资本市场情况

- 公开信息显示，截至2015年10月，中国增强现实行业有8家公司获得融资，主要集中在A轮或Pre-A轮阶段，其中一家为中方投资的外资公司。Meta Company、央数文化融资金额超过亿元人民币。

公司名称	投资方	融资时间	融资情况	融资金额
奥图科技	奋达科技	2013年7月	Pre-A轮	200万人民币
	德丰杰龙脉中国基金领投，奋达科技等跟投	2015年5月	A轮	6000万人民币
新锐天地	暂无数据	2014年6月	Pre-A轮	1000万元人民币
亮风台科技	初创投资	2014年7月	Pre-A轮	400万人民币
	美图	2015年1月	A轮	数千万人民币
	纪源资本	2015年11月	A+轮	数千万人民币
Meta Company	维港资本、BOE Optoelectronics、丹华资本等	2015年1月	A轮	2300万美元
Car+	IDG、汽车之家	2015年1月	Pre-A轮	750万元人民币
梦想人科技	好望角领投	2015年7月	B轮	数千万美元
央数文化	纪源资本领投，美国高通公司、中兴合创、海通开元资本等跟投	2015年9月	A轮	12000万元人民币
塔普制造	季胜资本	2015年10月	Pre-A轮	数千万人民币

来源：根据公开资料整理 易观智库2016

增强现实行业市场规模（全球范围）



- Analysys易观智库分析认为，2016年-2018年间将会有大量增强现实智能硬件被推向市场，如：增强现实头戴显示器、车用HUD、教育类增强现实硬件等；移动端增强现实商品广告数量将激增，增强现实市场收入规模将大幅提升。
- 增强现实技术可将多媒体信息融合显示，能与工业仿真维修、电视节目制作、项目展示、创新营销、O2O相结合；增强现实硬件具有工具性，对手机有替代性，应用场景广泛。据推算，2020年增强现实市场收入规模有望达到1200亿美元，将高于虚拟现实市场300亿美元的收入规模。

目录

1

增强现实技术定义及发展历程

2

增强现实行业市场环境分析

2.1 整体市场环境分析

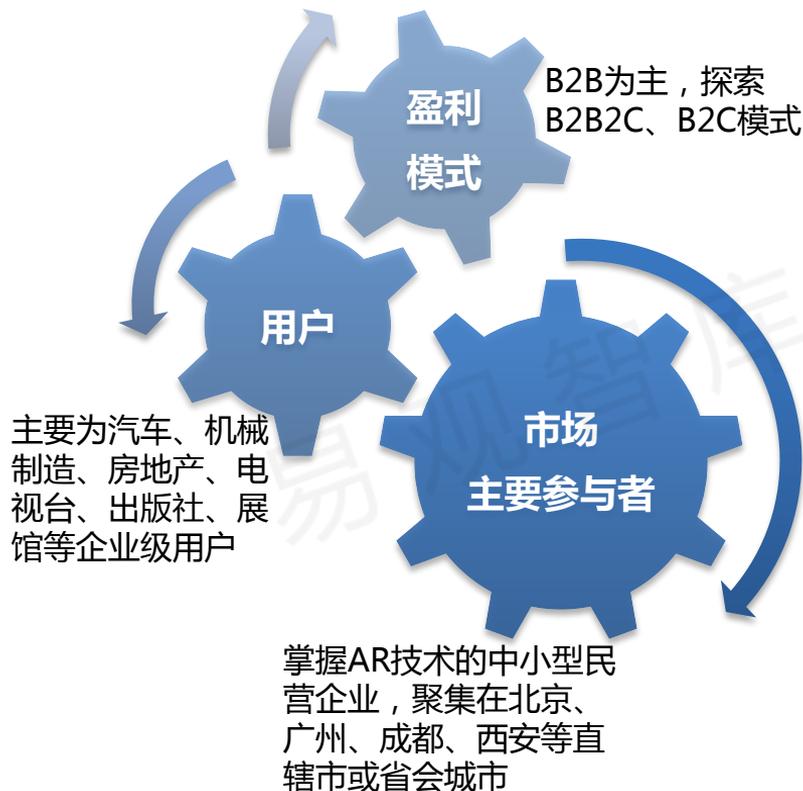
2.2 细分市场环境分析

3

增强现实行业未来趋势分析



增强现实细分市场——软件市场现状



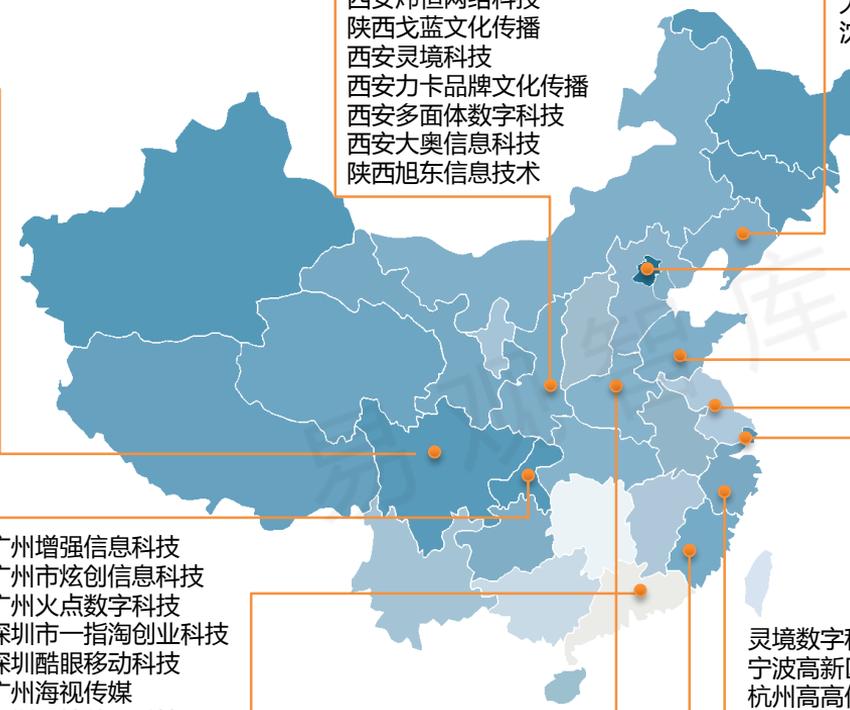
国内与国外市场比较

- 总体来看，中国AR软件市场落后于国外市场，处于模仿国外模式的阶段。

硬件	国外AR软件企业与上游半导体产业企业合作，将AR技术与硬件芯片进行优化整合。中国处于合作探索期。
软件	国外AR软件企业向开发者提供移动端软件开发套件，同时提供云服务和先进的计算机视觉技术，形成以企业为核心的开放平台。中国AR软件企业基于移动端的软件开发处于起步阶段，具备开放能力的企业很少。
内容与应用	国外AR软件企业有成熟的增强现实移动平台（AR浏览器），内容为：商品广告、出版、移动购物、事件营销、多屏互动、位置导航、位置社交等。中国增强现实移动平台尚未成型，以独立APP的形式包含商品广告、平面媒体互动、位置导航等内容，用户规模小。

说明：此处偏向消费级市场比较。

增强现实细分市场——软件企业分布图



成都微力互动科技
博易互动科技
成都创娱互动科技
成都半夏科技
成都尤码科技
华美全动科技股份
成都未知科技
成都零起点科技
成都全动科技

重庆甲虫网络科技
重庆视酷数字互动科技
重庆威视真科技
重庆垣展科技

创龙企业解决方案
蒲公英数码科技工作室
广州海视传媒
履境科技
深圳市幻实科技
深圳空谷传声文化传播
深圳视景文化科技
弧线传播
深圳市经纬度科技
广州悦派信息科技

广州增强信息科技
广州市炫创信息科技
广州火点数字科技
深圳市一指淘创业科技
深圳酷眼移动科技
广州海视传媒
深圳晟钦数码科技
深圳市睿云新数字媒体
中视典数字科技
深圳锐策互动

西安炜恒网络科技
陕西戈蓝文化传播
西安灵境科技
西安力卡品牌文化传播
西安多面体数字科技
西安大奥信息科技
陕西旭东信息技术

幻境数字科技
郑州途益软件科技
郑州云峰科技

大唐英加（辽宁）移动科技
铭锋科技
大连新锐天地传媒
沈阳深海动画数字媒体

北京己墨科技
北京银景科技
北京华堂立业科技
北京行空互动科技
北京维格之翼科技
触角科技

触景无限科技（北京）
北京天智通达信息技术
北京深灵幻像数字科技
北京德科曼科技
智宇互动
哲学方案（北京）科技

青岛微派信息技术
黑晶信息技术
济南索泰信息科技
青岛景深创智信息技术

上海天地软件园数码科技
东漫（上海）电子科技
亮风台（上海）信息科技
上海纽迪信息科技
上海禾锐数码科技

灵境数字科技
宁波高新区斯塔艺动漫设计
杭州高高信息科技

南京投石科技
卓谨信息科技（常州）
南京睿辰欣创网络科技
苏州能欣数字技术
柏境数字科技
苏州闪博信息科技
苏州梦想人软件科技

厦门幻眼信息科技
福州巡航航通讯技术
福州新奇盒网络科技

数据来源：增强现实中国网，易观智库整理

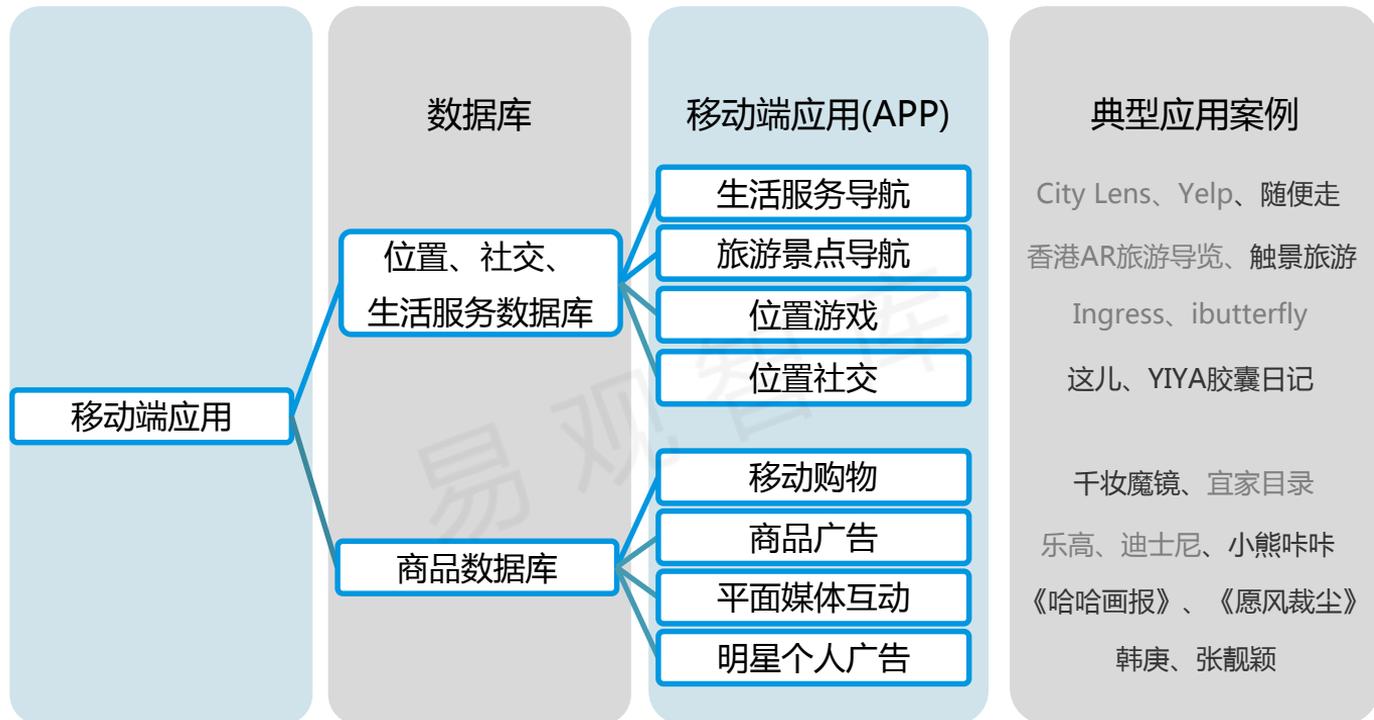
增强现实细分市场——软件市场盈利模式

- 增强现实行业的软件企业盈利模式主要分为3种：B2B、B2B2C、B2C，其中B2B是AR软件企业目前的主要盈利模式。随着智能移动终端性能提升、移动互联网的快速发展、手机网民规模攀升，以移动端应用（APP）为依托的B2B2C、B2C成为AR软件企业重要的探索领域，从应用场景来看，商品广告、幼儿教育是当前最热门的场景。

	B2B	B2B2C	B2C
应用场景：	工业仿真维修、电视节目制作、项目展示、游乐园互动	商品广告、商品展示、商品试用	儿童教育、生活服务导航、位置社交等
客户类型：	汽车、机械制造、房地产、电视台、出版社、展馆、景区等大型机构	化妆品、食品、玩具、家居建材等行业的轻工业公司	消费者
产品类型：	三维模型、三维动画、投影模型	三维模型、三维动画等多媒体内容、电脑端/移动端软件	三维模型、三维动画等多媒体内容、电脑端/移动端软件
硬件支撑：	桌面显示系统、头戴显示器、全息投影仪	计算机、智能移动终端	计算机、智能移动终端、头戴显示器、卡片/图书、玩具
代表企业：			

增强现实细分市场——软件市场移动端应用图谱

- AR移动端应用依靠位置、社交、生活服务、商品数据库，实现数据、场景与人的连接，带来全新的位置导航、游戏模式、广告形态、社交方式。AR浏览器APP将多种应用内容进行整合，实现平台效应。



说明：为分析体系的完整性，部分应用为大陆地区以外的应用，使用灰色字体。

梦想人科技：着重发展教育出版领域的增强现实应用

- 梦想人科技是国内较早从事增强现实软件项目开发，也是较早推出增强现实软件开发平台（梦想编辑器）的公司之一。该公司在展览展示、数字出版行业方面项目开发经验丰富，在互动营销方面也有成功案例，近几年，着重发展教育出版领域的增强现实应用，初步形成围绕4D书城的增强现实阅读平台。

梦想人科技SWOT分析

S

梦想人掌握AR底层核心技术，AR阅读平台——4D书城已经初具规模。

W

梦想人正从企业级市场拓展消费级市场，后者更加考验公司的内容开发、创意能力。

O

移动智能设备普及，AR技术得到市场认可。

T

教育出版AR市场进入壁垒较低，商业模式容易被模仿。

梦想人科技业务布局



技术层

- 软件开发工具包
- 梦想编辑器
- 梦想库（AR教室）



内容层

- 4D绘本/认知卡
- 定制化AR教育内容
- 其他定制化AR内容



终端层

- 智能手机
- 平板电脑
- 计算机
- 4D魔镜



应用层

- 展览展示
- 智能导览
- 互动营销
- 数字出版

精耕教育类AR内容, 增强现实阅读平台初步形成

梦想人科技教育出版AR产品体系



央数文化：融合AR与教育，搭建早教领域完整生态

- 央数文化公司成立初期为CCTV10科教频道合作单位，推出过少儿英语学习游戏软件。目前，该公司主要产品为儿童早期教育AR产品，在国内同类产品销量较高。截止2015年11月，央数文化公司是国内单笔融资额度最高的AR公司。未来该公司将致力于将动漫、高科技和儿童早期教育融合，从产品走向平台化，围绕着早教领域搭建一个完整的生态。

央数文化SWOT分析

S

拥有优秀的内容资源研发能力，产品已有相对稳定的盈利。同时具有IP、渠道优势。

W

业务领域聚焦于早教AR产品，AR底层核心技术积累较少，将影响其软硬件开发。

O

面向消费级早教市场，早教行业投资回报前景被认可。

T

公司核心产品为增强现实识字卡片，差异化竞争优势较小，容易被模仿、超越。

央数文化业务布局



内容层

- AR识图卡片
- 神笔立体画



终端层

- 智能手机
- 平板电脑
- 计算机
- 梦境盒子点读机
- Magnifier NEO



应用层

- 儿童教育AR APP
- 小熊尼奥动画片和大电影



渠道层

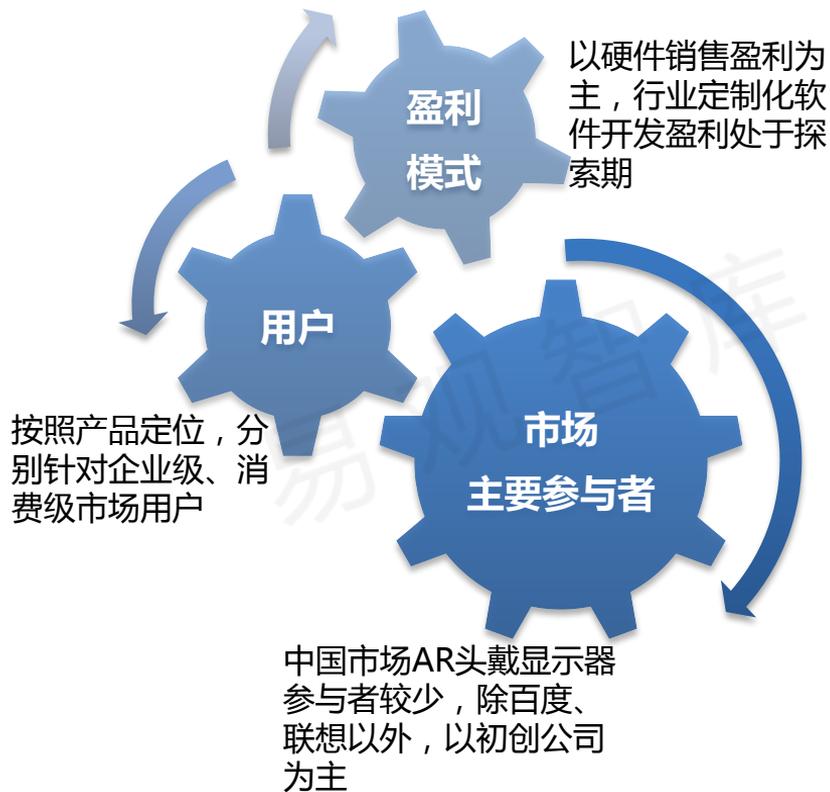
- 天猫官方旗舰店
- 微店
- 线下代理店
- 品牌合作

探索IP价值、拓展渠道，建造早教王国护城河

央数文化早教AR产品体系



增强现实细分市场——头戴显示器市场现状



国内与国外市场比较

- 总体来看，中国AR头戴显示器市场处于行业初期，相比国外市场，价格具有优势，但自主创新能力不足。

硬件配置	国外AR头戴显示器配置全息处理器、景深摄像头、高精度传感器等超越Google Glass的硬件。中国大部分AR头戴显示器是在Google Glass基础上，改进交互方式、佩戴方式、电池容量、分辨率等。
特色功能	国外AR头戴显示器可实现实时环境扫描、实时三维建模、与全息图像交互等超越手机的功能。中国AR头戴显示器功能基本是：拍照、摄像、发短信、通话、导航、上网，仅Baidu Eye具备基于深度学习的推送、识别功能。
应用场景	国外AR头戴显示器可应用于三维设计、三维游戏、辅助医疗教学等领域。中国大部分AR头戴显示器由于功能与Google Glass相似，应用场景基本相同。

增强现实细分市场——头戴显示器市场主要参与者

- 中国增强现实头戴显示器市场参与者主要由初创企业构成，多数产品尚处于研发阶段。从产品功能来看，初创公司的产品与谷歌眼镜功能相仿，价格具有优势，但自主创新能力不足。

公司名称	公司类型	产品名称	市场定位	上市情况	产品功能细节
百度	互联网公司	Baidu Eye	企业级市场	即将上市	实时信息推送；室内导航；视频分享；APP端信息同步；个性化商品推送；基于深度学习的图像识别；手势交互。
联想 (与Vuzix、云视智通合作)	电子科技公司	Vuzix M100	企业级市场	接受预定，定价8000元人民币	拍照；摄像；语音识别；九轴传感器；GPS定位；四种控制方式（语音控制、手势控制、APP控制等）；左右眼佩戴；定制APP。
蓝斯特科技	初创公司	EPW、PMD、MG1	企业级市场	N/A	可显示文字、图像及视频短片；支持定制化开发；PMD、MG1配置微型摄像机。
百宣微云软件	初创公司	Rui Glass G1	企业级市场	即将发售	视频通话；人脸识别；语音导航；信息推送；传感器（温湿度等）；功能定制。
联想	电子科技公司	new glass	消费级市场	众测阶段	拍照；摄像；支持语音控制、触控板控制以及指环控制；主机、电池与光机头分离设计。
奥图科技	初创公司	Cool Glass ONE	消费级市场	即将发售	语音控制（拍照、摄像、发短信、通话、导航）；位置导航；骨传导耳机；多种颜色镜架。
创玄微科技	初创公司	创玄眼镜	消费级市场	已发售，定价1499元人民币	拍照；摄像；GPS导航；语音控制（拍照、导航、视频互动、唤醒）；手机控制；蓝牙鼠标键盘控制；加速度、地磁传感器。
亮亮视野科技	初创公司	GLXSS	消费级市场	已发售，定价1999元人民币	拍照；摄像；人脸识别；可拆换镜片；手势控制；触摸板；重力传感器/陀螺仪/光线传感器；定制APP。
云视智通科技	初创公司	云瞳	N/A	N/A	拍照；视频通话；语音控制；触摸控制；手势控制；位置导航；上网。

说明：“产品功能细节”来源于产品官网，请以企业最新发布功能为准。

来源：根据公开资料整理 易观智库2016

Vuzix M100：联想探索国际智能硬件本土化、定制化

- Vuzix M100智能眼镜由联想与美国智能眼镜创业公司Vuzix合作推出，Vuzix提供硬件技术支持，联想提供软件应用、系统rom和中文操作环境，产品定位于企业级市场，可以定制行业专属APP。相比谷歌眼镜，Vuzix M100在图像、传感器、佩戴方式等方面提升，并进行了本土优化。Vuzix M100的不足之处是：作为手机的辅助设备，无法独立于手机。

Vuzix M100 SWOT分析

S

在中国，联想具有丰富的IT产品生产、营销经验，并拥有渠道、资本优势。

W

产品定位于企业级市场，考验企业软件定制化能力，应用场景亟待探索。

O

中国AR头戴显示器厂商以初创企业为主，自主创新能力有限。

T

产品无法替代手机，实用性受考验。同时，定价较高，受到国内竞争者的低价威胁。

Vuzix M100 发布时间轴

原型产品公布

- Vuzix在2013年的国际消费电子展上公布了AR智能眼镜M100，将M100定位为Google Glass的竞争对手。

2013年1月

合作发布

- 联想与Vuzix在中国联合推出的M100，联想在“NBD”大会上发布该产品，并宣布即将预售开发者版本。

2014年7月

产品上市

- Vuzix M100正式发售，在亚马逊接受预定，售价为999.99美元。

2014年11月



硬件配置

- 双核处理器和图像引擎
- WQVGA分辨率彩色显示屏
- 500万像素拍照、1080p 摄像
- 手势引擎、九轴传感器，15°可视角度
- Android 4.0.4系统
- Wi-Fi 802.11b/g，蓝牙 4.0
- 内置600mAh电池



特色功能

- 语音控制发短信、接电话
- GPS定位，使用者运动追踪
- 语音、按键、手势、APP控制
- 定制化行业操作指引
- 左右眼佩戴
- SD存储扩展



应用场景

- 第一视角直播
- 远程医疗
- 物流配送
- 设备运行监测
- 操作指引
- 人脸识别
- 物品识别

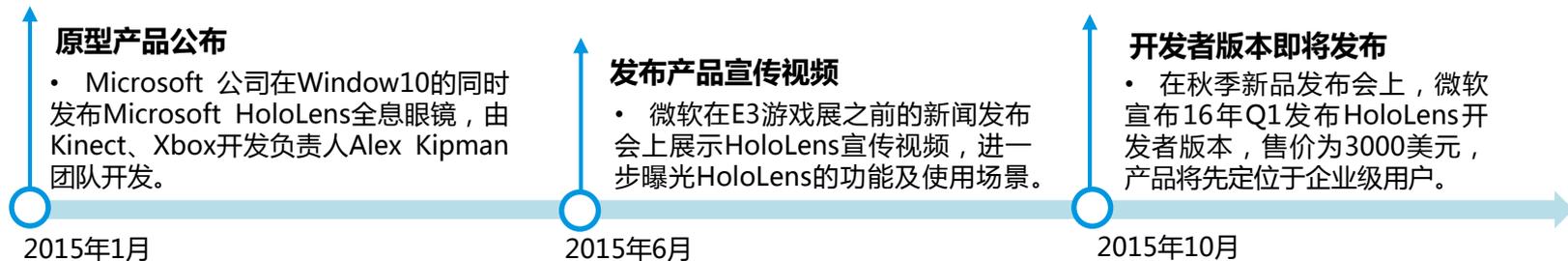
HoloLens：微软革新AR技术，产品未发期待高

- HoloLens是由Microsoft公司于2015年1月发布的全息眼镜，融合了CPU、GPU和全息处理器，通过内置传感器将虚拟内容投射成3D全息图像。相比Google Glass，它带来全新的全息视觉和人机交互体验，是一款独立于手机的增强现实设备。由于硬件技术、内容生态不足，该产品现仅针对企业级市场，正与行业机构、Autodesk、Unity等合作开发。

HoloLens SWOT分析



HoloLens 研发时间轴



HoloLens：产品看点多，升级人类超现实体验



硬件配置

- 内置CPU和GPU、全息处理芯片（HPU）
- 全息透明、HD镜片
- 内置立体音效
- 景深摄像头，视角120*120度
- 分布于两侧四个摄像头



特色功能

- 直观的三维建模方式，可多角度展示、缩放全息图像，并通过3D打印制成实物
- 更加自然的交互方式，可使用声音、手势、眼动与全息图像进行实时交互
- 创新协作方式，通过安装Skype画笔，进行实时远程指引



应用场景

- 三维设计
- 远程教育
- 远程协作
- 远程医疗、辅助医疗教学
- 三维游戏

目录

1

增强现实技术定义及发展历程

2

增强现实行业市场环境分析

2.1 整体市场环境分析

2.2 细分市场环境分析

3

增强现实行业未来趋势分析



增强现实行业发展阻碍因素



技术

- **核心技术**：跟踪定位技术（含计算机视觉技术）、用户交互技术等核心技术尚未成熟，影响AR技术推广。
- **标准**：图像渲染技术和数据库建设标准不统一，数据共享存在阻碍。

产品



- **软件应用**：AR手机应用创意性不足、内容容量有限，导致消费者粘性低。
- **硬件**：智能手机在数据处理能力、GPS、镜头、电池等方面不能满足AR技术需求；AR眼镜功能实用性亟待提升。

行业



- **参与者**：市场参与者以中小企业为主，行业因缺少互联网巨头参与而热度较低。
- **盈利模式**：中国增强现实行业处于市场启动期，以企业级用户的盈利为主，面向消费级用户的盈利模式有待进一步探索。

用户



- **消费者教育**：消费级用户对增强现实技术的认知有限，对网络安全和实用性的顾虑，影响增强现实软、硬件产品推广。

移动端增强现实软件应用场景日益丰富



针对女性用户的试妆、试衣APP助推AR技术在消费级市场落地。

- 案例：巴黎欧莱雅“千妆魔镜”APP；手机淘宝“试妆魔镜”功能

基于位置、多用户参与的增强现实游戏将成为手游新亮点。

- 案例：谷歌 Ingress



图片美化APP借助AR技术探索盈利模式。

- 案例：Camera360



增强现实浏览器日益成熟，将形成新的广告营销生态圈。

- 案例：Junaio AR浏览器

手机原生摄像软件结合增强现实功能，将成为图像搜索新入口。

增强现实硬件技术不断演进，与行业紧密结合

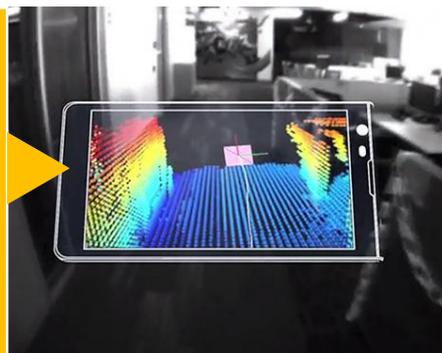


未来1-3年内车用HUD产品将不断推向市场，成为互联网巨头的新战场。

- 案例：Navdy车用HUD

透明液晶面板、景深摄像头、计算机视觉处理器推广后，将从产业链上游改变增强现实应用格局。

- 案例：谷歌Tango；三星镜面屏幕与透明屏幕



增强现实教育类智能硬件不断涌现，提升用户体验与用户粘度。

- 案例：小熊尼奥 “AR放大镜”



增强现实眼镜将向实时运算、环境感知、小型化、便携化进行演进，改变人们接入互联网的方式。

附录：

易观智库长期致力于互联网、物联网、大数据、云计算、制造业等领域的深度研究，物联网是其中最为重要的研究领域之一，研究报告包括以下：

- 中国**智能可穿戴设备市场**专题研究报告2015
- 中国**智能家用医疗健康检测设备**市场研究报告2015
- **工业4.0**专题研究报告2015
- **汽车工业4.0**专题研究报告2015
- 中国**智能家居市场**专题研究报告2015
- 中国**SaaS市场**专题研究报告2015
- 中国**民用无人机市场**专题研究报告2015
- 中国**乘用车OBD产品**专题研究报告2015
- 中国**乘用车UBI市场**专题研究报告2015
- **工业机器人市场**专题研究报告2015
- **服务型机器人市场**专题研究报告2015
- 中国**3D打印市场**专题研究报告2015
- 中国**智慧城市**专题研究报告2015
- 中国**智慧医疗**专题研究报告2015
- **智能汽车市场**专题研究报告2015
- 中国**增强现实市场**专题研究报告2015
- 中国**沉浸式虚拟现实设备**专题研究报告2015

欲了解物联网、工业4.0等更多领域的内容，
请访问易观智库官网：www.analysys.cn 或致电客服：4006-515-715

大数据 大价值



- 易观干帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅
- 易观司南