

借助 VR/AR 构建泛娱乐产业生态闭环



幻维世界
MAGICAL WORLD

目录

CONTENTS

01

VR/AR产业状况

02

泛娱乐状况

03

VR/AR泛娱乐产业生态

01

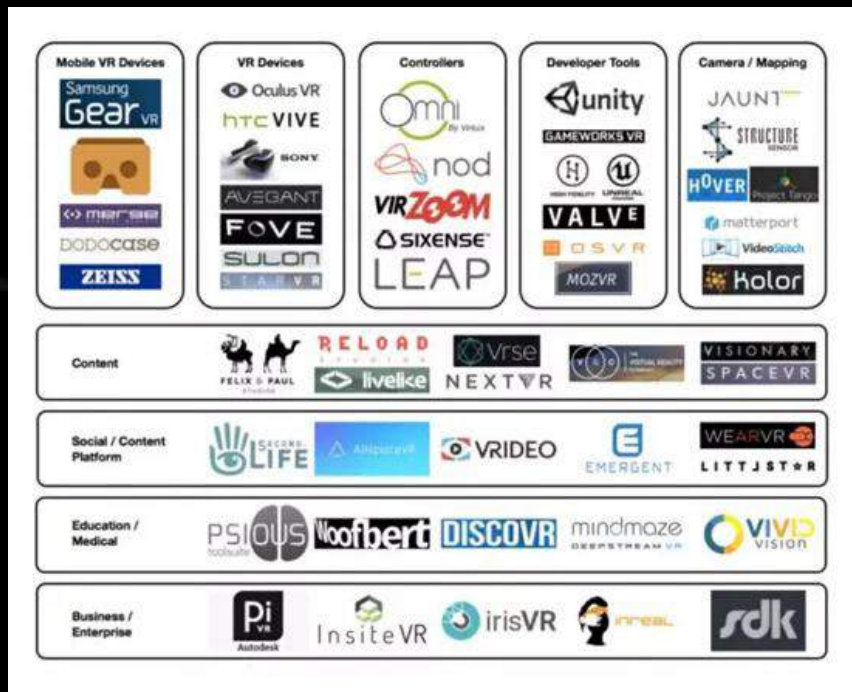
虚拟现实产业状况



- 快速发展
- 未来出路
- 资本寒冬

科技市场研究公司Digi-Capital发布的《2017虚拟现实报告》显示，2016年，全球涉及虚拟现实领域的相关投资总金额已达到**6亿美元**，该领域的投资已实现连续6个季度的增长。相关投资涉及影视、游戏、服务与解决方案、头戴显示设备、广告及市场营销、应用程序、相关技术等，其中影视、游戏及服务与解决方案位居投资额前三，头戴显示设备随后。

市场研究机构TrendForce最新发布的报告显示，2016年，全球虚拟现实市场规模将接近**67亿美元**。如果苹果公司快速进入虚拟现实领域，2020年该领域的市场规模将高达700亿美元。游戏行业分析公司Superdata预测，到2017年底，全球VR头戴显示设备销售规模将达到7000万台，带来88亿美元硬件和61亿美元软件共计约**150亿美元**的收入。



自从facebook收购Oculus开始，VR风投成型于2015年，巅峰时期为2016年第一季度。但随着VR投资越来越偏移技术驱动，而更多的看向概念与资本驱动，所以国内证监会也在去年5月紧急叫停上市公司跨界定增收购或者募集资金投向VR行业。VR行业在失去了概念与资本驱动影响下的风投之后，洗牌必然到来！但就其根源，还是出在VR的自身盈利上，如何抓住市场，收获盈利才是生存之道。



VR市场从**过热**到销量惨淡，从消费上我们可知，国内企业擅长打**价格战**，任何高科技一来到中国都会被玩成白菜价，供应链的贪婪会导致大批VR产品最终变成了电子垃圾，行业走向**恶性循环**，VR硬件都处于正式产品的初代阶段的时候，一窝蜂扎堆而上，用户显然也不会为之而买单。很多消费者首次体验之后，会发出这样的感叹“这就是VR？”

VR产业三大终极问题

- 1、用户体验
- 2、内容稀缺
- 3、人才稀缺



发力VR内容产业，尝试利用IP资源

VR的应用范围非常之广，在体育、游戏、房地产、医疗、新闻直播、旅游等众多领域都将起到巨大的作用。目前我们看到的VR的应用场景其实不到完全场景的三分之一。

视频娱乐方面的VR包括新闻直播、体育直播、娱乐直播、电影电视节目等，目前市面上除了谷歌、Facebook、三星等巨头生产的VR设备能够运用于观看视频娱乐之外，爱奇艺、腾讯视频、乐视视频、优酷土豆等一些视频网站也开始在VR视频方面排兵布阵。

虽然说王菲的演唱会有瑕疵，不可否认的是这给市场开了一个好头，相信会有更多的IP资源开始尝试进入市场。

裁员、倒闭，应该说不管2016年VR行业经历了什么，当新的一年到来时，大多数人依然对其充满信心和期待。就如文中提到的，VR行业不是伪需求，更不是“白日梦”，破冰在望，前路可期。VR行业或许就只是需要等一场风来。



02

泛娱乐状况



- 泛娱乐的定义
- 泛娱乐的政策支持
- 泛娱乐成功案例A
- 泛娱乐成功案例B

泛娱乐，指的是基于互联网与移动互联网的多领域共生，打造明星IP的粉丝经济，其核心是IP，可以是一个故事、一个角色或者其他任何大量用户喜爱的事物。

2014年，“泛娱乐”一词被文化部、新闻出版广电总局等中央部委的行业报告收录并重点提及。随着国内各大巨头等纷纷将“泛娱乐”作为公司战略大力推进，“泛娱乐”被业界公认为“互联网发展八大趋势之一”。





自2014年习近平总书记提出建设网络强国的重要目标以来，作为“**内容强**”的重要载体，网络游戏、网络视频、网络动漫、网络文学、网络音乐等传统业态蓬勃发展，以IP（知识产权）为核心，探索出了一条多种**业态互联融合**发展的“泛娱乐”产业发展模式。

随着虚拟现实涉及的领域越来越广，2016年底，国务院将其写入“**十三五**”国家信息化规划国家也开始将VR写入《**十三五**国家信息化规划》，并推出VR/AR的**百亿**基金计划，想必2017年虚拟现实行业前途一片光明。



2015年优质IP剧《花千骨》的全产业链开发，诠释了泛娱乐多领域共生IP的全新模式，打通剧集、电影、动漫、电商、游戏的内容IP开发完整链条。

这意味着国内巨头已破局互联网大剧运营模式，充分让行业看到了一种优质的泛娱乐生态布局的前景，对整个视频行业良性发展具有可借鉴性。

据《2016年中国游戏产业报告》数据显示，2016年，“影游融合”移动游戏市场实际销售收入**89.2亿**，占总移动游戏市场实际销售收入的10.9%。



ORGRIM PLAYED BY ROB KAZINSKY

WARCRAFT

《魔兽》大电影最终中国内地总票房收入14.7亿元人民币，占比全球票房的53%。此次《魔兽》宣传由腾讯互娱旗下的腾讯影业作为营销主阵地，通过浏览器+腾讯手机（电脑）管家达到曝光量9亿，微信+广点通广告曝光量6320万，微信朋友圈用户触达1640.9万。

电影《魔兽》公众号图文营销活动用户触达1200万，QQ钱包覆盖影院3000家，QQ空间互动用户达到1200万，QQ兴趣部落曝光量10亿，QQ魔兽表情发送量一亿，QQ会员互动用户达到400万。

03

VR/AR泛娱乐产业生态



- 《变形金刚5》VR游戏
- 《醉玲珑》电视剧
- 打造VR/AR泛娱乐产业生态



《变形金刚：最后的骑士》

全互动式 VR 游戏，适用于 HTC Vive
全球知名IP，迈克尔·贝亲自监制，电影级画面和特效出场角色包括电影中经典角色，同时包括为 VR 新制作角色。

泛娱乐IP4.0概念战略宣发 引爆VR+IP新营销模式，全媒体、全渠道轰炸式推广

打通影院VR体验渠道，目前已落地全国100多家影院。



擎天柱 Optimus Prime



大黄蜂 Bumblebee



威震天 Megatron



全新神秘角色

改编自十四夜同名小说的《醉玲珑》用新颖的“双时空”结构讲述了冥衣楼圣巫女凤卿尘与西魏明君元凌出生入死相爱相伴的故事，既有权谋争斗，又不乏俊男美女的甜宠情节。

幻维世界与爱奇艺联合出品的首款线下双人协作**VR游戏**《醉玲珑》。

在集结了2015年现象级大剧《花千骨》原班制片人、导演和编剧的基础上，《醉玲珑》还在各项细节上配置了最强团队。





图1 《量子行者》

- 第一人称射击+动作冒险
- 采用Unreal 4引擎制作
- 单人或者以合作模式挑战关卡
- 适配HTC Vive、Oculus Rift
- 2016“金翎奖”玩家最期待的VR游戏；
- 2016“海角奖”最佳VR游戏

图2 《危险时刻》

图3 《变形金刚》

数十款国际3A标准游戏

图4 《神话》

- 第一人称射击+动作
- 采用Unreal 4引擎制作
- 2v2或者3v3多人合作对抗
- HTC Vive

图5 《机甲纪元》

图6 《激战传说》



《混合反抗军》

《黑盾》

《梦幻垂钓》



《妹子真爱打篮球》

《VR过山车》

《创世美猴王》

VR舞台剧



VR剧情片



VR全景旅游



VR商业活动



打造原创精品影片**20**余部 **超150**集

- 投资优秀拍摄团队及影视公司，技术水平处于国内领先地位
- 范围涉猎影视、游戏、教育、旅游、体育、娱乐、地产等领域

VR影院以颠覆传统观影体验为目的，集观影、演唱会、直播于一体，打造全球顶尖VR影院；通过全球VR电影节整合内容资源，进行版权合作，线上线下联动，推广VR电影新体验；幻维世界拥有国内顶尖的VR游艺设备生产能力，拥有独家逆向定制、重交互式VR游艺设备上百款，拥有12项软件著作权和5项发明专利，幻维世界独立开发生产的VR座椅，具有主动观影功能和被动式内容引导功能，该技术处于行业领先地位，极大地提升了消费者的观影体验。

目前幻维世界已在北京铺设第一家VR影院，预计8月份面向大众开放，第二家VR影院也在准备中。





幻维世界

MAGICAL WORLD