

“用户每次花费在VR游戏上的时间接近
手游时间，并每月玩VR游戏超过40
次。”

2016是VR实验年

2017将会是VR实践年。

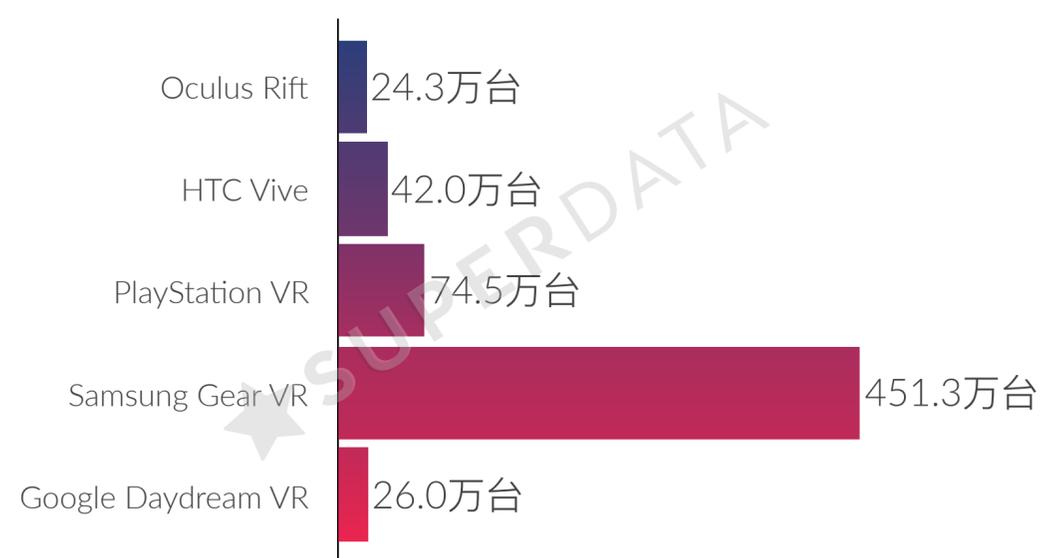
2016年VR总收入

18亿美元



2016年总出货量

630万台



商业化第一年，VR收入达到18亿美元

尽管消费者对于VR这一新兴媒介接受略显缓慢，但由于Facebook, HTC, PlayStation, 三星及谷歌等巨头们的推动，2016消费者总计收到630万台VR头显。

三星GearVR稳坐销量冠军

在谷歌Daydream推出之前，三星头显凭借价格和适配度上的亲民度称霸2016销售榜。通过三星S7预售期的大手笔随机赠送头显，三星成功的让消费者首先体验到了Gear VR，抢得先机。Google新品Daydream虽然未能拔得头筹，并且局限于只支持Pixel，但随着更多手机型号支持Daydream，加上价格方面20美元的优势，谷歌头显将在2017年成为三星的头号竞争对手。

索尼PlayStation VR超越其他非手机头显，销量接近百万。

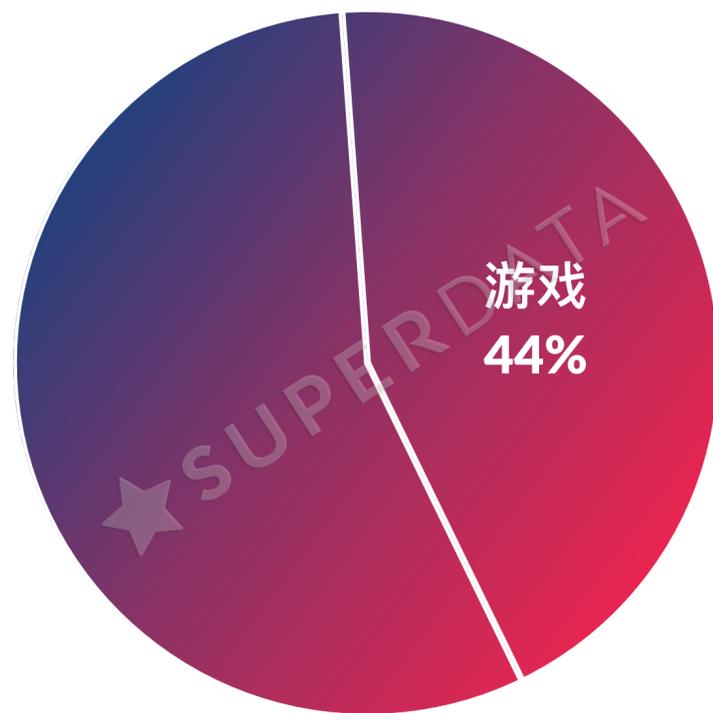
索尼PSVR上市初期即断货，可谓有喜有忧。滞后的发货暴露了索尼对情况的估计不足，与此同时竞争对手HTC和Oculus正在马力全开生产PC端设备。Oculus在游戏和社交应用方面显露出强大兴趣，意味着对用户的渗透将对Rift而言至关重要。售价高达800美元的HTC正在逐渐成为商用开发者的首选，并在2016年销售超过40万台。

*出货量不包括盒子及赠品

短小精悍，质量为王

用户偏好短VR体验；内容质量是留住用户的关键。

2016年VR 消费者应用收入



每月使用次数

48次

36次

每次使用时间 (分钟)

7

12

游戏收入占到VR市场全年收入的44%

81%的美国VR用户在2016年里体验了沉浸式游戏，促使游戏厂商们纷纷推出VR游戏内容。Schell Game的*I Expect You to Die* 以及ustwo的*Land's End*等一系列革命性的创意体验昭示了VR在各平台上的潜能。*Job Simulator*作为2016年的VR游戏中的战斗机，在部分HTC Vive上赠送一波之后依然劲收300万美元。

平均单次VR使用时长约等于单次手游游戏时长；用户平均每月使用超过40次

尽管单次游戏时间仅为10分钟左右，数据上看似乎短暂，但却足够精彩让玩家成为VR游戏常客。用户平均每天使用VR多于一次，其中手机VR用户每月使用头盔次数达到近50次。进入2017，更加丰富和深度的内容会延长用户每次使用VR的时间，加深互动体验。

*访问<http://unity3d.com/analytics> 查看更多手机端用户数据