



VR 投融资迎来新高潮 行业发展获得加速度

本报记者 卢梦琪

从2020年第四季度开始,多家VR内容及硬件公司完成了大金额融资。据记者不完全统计,仅2021年6月,全球范围内VR领域投融资案例就达22起,总金额高达2.67亿美元。此轮投融资热潮在游戏、体育、医疗等应用领域,以及自技术开发等领域促进VR产业发展形成一定助推力,同时,也将影响VR终端产品价格,促进游戏及内容应用向纵深发展。

投融资遍地开花

据记者统计整理,2021年6月这一轮投融资热潮涉及游戏、教育、培训、远程医疗、音频、儿童餐饮、遥控机器人、3D云平台等众多应用领域,在技术开发、应用及市场拓展等方面促进产业发展。

在技术开发方面,芬兰AR创企Dispelix融资1000万欧元以实现光波导日用,促进开发全彩色激光束扫描投影技术,将实现AR眼镜在日常的使用,即使佩戴一整天也不会感到有负担。剑桥大学拆分出来的Porotech宣布已经筹集了300万英镑,用于资助其独特的Micro LED生产技术的下一阶段发展,打造更明亮、更清晰、更生动的微型显示屏。

在应用拓展方面,游戏创作平台Game Creator完成新一轮千万级Pre-A轮融资。英国沉浸式聚会游戏提供商Electric Gamebox宣布在A2轮融资中获得1100

万美元投资;日本VR游戏开发商MyDear-est宣布获得9亿日元的融资用于加强开发和创意创作能力。

VR社交不仅是用户进行在线活动与虚拟聚会的场所,还变为了一种独特的与互联网密切相关的文化现象。VRChat近日完成8000万美元D轮融资,为VR社交增长做准备,这是本年度VR社交迎来的第二笔大额融资。今年3月,另一VR社交平台RecRoom完成了1亿美元大额融资。

美国VR/AR远程医疗提供商XRHealth宣布再获900万美元融资,通过将VR头显与沉浸式技术相结合,让患者在家中便可与医生进行互动。

在教育培训领域,爱尔兰公司VR Education宣布已通过配股融资获得900万欧元资金。VR教育社交平台Engage获

VRChat近日完成8000万美元D轮融资;今年3月,另一VR社交平台RecRoom完成了1亿美元融资。

1000万美元融资,为企业、学校和教育工作者提供了教室场景的VR平台。VR培训平台Virtu完成A轮融资,获得1000万美元的融资金额。

此外,瑞典VR/AR音频技术商Dirac通过股权融资筹集资金1773万美元,AR儿童餐饮应用公司The Village Co获得120万澳元融资用于开发儿童在就餐时可使用的AR产品,日本VR遥控机器人公司Tel-existence筹集约22亿日元融资助力零售店和物流领域开发和引入新产品。

IDC预测,在2020年至2024年的5年预测期内,VR游戏的市场占有率将持续领跑,支出总量将在2020年达到27.2亿美元;AR/VR培训被普遍应用于除消费者部门以外的其他行业部门之中,该场景的市场份额在2020年位列第二,总额达9.8亿美元。

据IDC数据,2020年中国市场在AR/VR相关产品和服务的支出总量占据了全球超过一半的市场份额。

出规模展现出了较大的市场发展潜力,5年(2020年—2024年)CAGR将达到74.5%。

IDC预计,中国AR/VR市场从2021年将开始出现大幅增长,未来5年AR/VR市场复合增长率达到77.2%。IDC中国终端系统研究部分析师赵思泉表示,当下中国VR头显厂商竞争格局今年发生了明显的变化,在过去很长一段时间内都在关注以教育培训为典型场景的商用市场。今年开始,随着低价一体机产品的问世,众多厂商已经将战略重点转向消费市场,不同厂商在新风口根据自身特点及产品定位进行了新的战略选择,必将对竞争格局带来新的变化。

Pico Neo3各项硬件参数及定价已和Oculus quest2相当,其2499元的起售价较一年前的Pico Neo2下降近45%。

Facebook强大的内容生态盈利模式的严峻压力。

赵思泉也强调,当下,配套游戏及内容应用逐渐丰富,音乐游戏之外的需求待释放。据了解,Pico Neo3发布当日在平台内上线8款VR游戏,之后Pico将继续大力引进游戏,到2021年底预计达到200余款。同时,相对应的健康健身、VR社交内容也在硬件内逐步被强调。消费市场,在游戏和娱乐之外,VR能否根据自身沉浸体验和交互优势开发出游戏和视频外的新需求如健身、虚拟社交等,也是未来消费级VR产品值得期待的新看点。

格力向鸿蒙伸出橄榄枝 背后透出哪些信息?

本报记者 张一迪

过去两天,华为鸿蒙又迎来了两则好消息:更多机型即将接入鸿蒙;家电巨头格力向鸿蒙伸出橄榄枝。

7月7日,华为官方团队公布第四批鸿蒙系统内测公告,预计将于7月中旬陆续推送,华为Mate RS保时捷设计、Mate 10系列、Nova4、荣耀X10等一批新机型即将接入鸿蒙。据了解,截至目前已有多达69款机型适配了新版系统,并且已有多达2500万的用户完成了升级。

除了自家手机外,家电企业成为了鸿蒙生态伙伴中最重要的一个行业群体。华为公布最新内测机型后不久,有消息曝出,董明珠宣布格力将接入鸿蒙系统,鸿蒙大家庭又添“新丁”。此前,美的、创维、九阳等众多家电企业均已向鸿蒙伸出橄榄枝。

从华为“1+8+N”战略中可以明确地看出,智能手机是生态核心,PC、平板、耳机、智能家居、运动健康、智慧出行是围绕这一核心展开的终端产品及应用场景。

作为核心,智能手机至关重要。华为将鸿蒙接入自有机型是一方面,另一方面,

App弹窗广告骚扰防不胜防 工信部专项整治效果凸显

本报记者 齐旭

打开App,广告扑面而来,想要手动关闭却连按钮都找不到,一不小心还会点进弹窗链接,成功为广告流量“+1”。存在该现象的App并不在少数,且花样频出,严重影响了用户的使用体验。

近日,记者从工业和信息化部获悉,工信部近期针对用户反映强烈、投诉较多的APP开屏弹窗骚扰等违规行为进行了集中整治。特别是,近期对用户反映强烈投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为进行了集中整治,督促企业重视用户诉求,解决好开屏信息页面中存在利用文字、图片、视屏等方式欺骗误导用户跳转等问题。截至目前,百度、阿里、腾讯、字节跳动、新浪微博、爱奇艺等68家头部互联网企业已按要求完成整改。

数据显示,经过一系列整改活动,2021年第二季度,开屏弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,误导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%,专项整治效果凸显。

《App广告消费者权益保护评价报告(2020)》显示,在调研的600款App中,58%的App含有广告,其中69.7%的广告找不到“关闭键”。

记者在应用商城随机下载了十余款APP,在使用过程中发现,APP广告弹窗骚扰乱象十分多样,主要有以下几种:一是开屏广告,大多数会在角落里出现几秒钟的倒计时,通常无法按返回键退出界面,要想继续使用APP,只能被迫观看广告;二是插屏广告,当使用某些功能时,或游戏完成闯关时,会弹出插屏广告——有的是弹出一

(上接第1版)“仅一次攻击就可以同时获得多个企业的核心数据;与攻击最终用户相比,攻击成本更低,收益更高;与普通用户相比,受到危害的企业数量更多、范围更广、后果更为严重。”刘权分析称。

另一方面,来自众多企业用户的不满会导致遭受网络攻击的云托管服务商压力倍增,从而加速推动洽谈支付赎金事宜。业内人士分析称:“用户满意度是云托管服务商的立身之本。发生网络安全事件通常会对客户签单率或者续约率造成很大影响。且事件发生后,云托管服务商的响应速度、应对方法及处理效果也会直接影响到用户满意度。”此外,包括法律咨询、危机沟通谈判、额外IT支持、数据备份、系统升级等在内的潜在损失难以评估,因此云托管服务商更容易迫于多方压力而选择向黑客妥协。

然而,越来越多的妥协导致黑客组织的犯罪行为变本加厉。根据Sophos发布的2021勒索软件报告,过去12个月中,恢复勒索软件攻击的平均成本已经从2020年的76万美元增加到2021年的185万美元,平均增加了一倍以上。而支付赎金的组织数量也从2020年的26%增加到2021年的32%。

安全管理能力是重中之重

尽管国内云托管服务市场已进入快速发展阶段,但由于上层缺乏相应的标准,导致云托管服务商的能力和服务水平参差不齐,给企业选择合适的云托管服务商就带来

也在积极拓展其他手机厂商。不过到目前为止,魅族是唯一一家与华为鸿蒙达成合作的手机厂商,然而,魅族接入鸿蒙系统的设备也并不是手机,而是他们旗下的智能家居品牌所生产的物联网设备。

业内分析人士认为,鸿蒙“不吸引”手机厂商的原因,一是考虑到业务范围存在竞争关系,二是鸿蒙系统才刚刚启动,还不成熟,很多厂商都处在观望状态。

不过,格力宣布合作华为鸿蒙的消息一出,给鸿蒙在智能手机上的推进带来了新的可能。智能手机赛道上,格力手机尚未与其他手机厂商形成竞争关系;智能家电领域内,齐聚了海尔智家、美的、长虹、云米等传统家电企业。智能家电新势,格力的竞争优势尚不明显。

如果格力的智能手机与鸿蒙结合意味着什么呢?对于格力来说,鸿蒙的影响力,可能会为格力手机在市场上带来增值空间,这可以解释为是格力在传统家电转型大潮下的新思路,是格力向下一阶段发展的一次探路。对于鸿蒙来说,搭载格力手机,已经意味着打通了格力智能家电这条路,是在华为自有智能手机机型外,再打造一个新的“核心”,这能够为华为“1+8+N”开辟出新的道路,华为完善鸿蒙生态再添一把火。

个对话框,有的则是跳转到一个新界面;三是横幅广告,常出现在游戏类或小说阅读软件中,出现在屏幕的顶端或者底部,占据一定的高度,填充宽度,这类的广告弹窗后会始终在那里,直到退出软件。无论哪种广告弹窗,如果想手动“关闭”或者“跳过”,用户需要仔细寻找那些“小如蚂蚁”难以分辨真假的关闭按钮,甚至一不留神还会触发更多垃圾弹窗。

赛迪智库网络安全研究所所长刘权在接受《中国电子报》记者采访时表示,应用商店责任意识不是很强,相关审核机制也不完善,所以对App的商家把控不够严格。

小小弹窗背后蕴藏着巨大的商业利润。对于那些免费使用的App来说,广告是最主要的收入来源之一。“App通过利用自身流量进行‘变现’,为了使利益最大化,往往不择手段,对用户狂轰滥炸。”中国人民大学网络犯罪与安全研究中心秘书长谢君泽指出。

据中国信通院产业与规划研究所消费与服务研究部主任工程师马慧介绍,应用开发者在App中植入广告SDK,实现在App的广告弹出功能,这样开发者就可以从广告联盟获得一定比例的推广提成;同时广告联盟利用App申请获得的权限,大量读取用户信息,如电话号码、地理位置、软件信息等,用于进一步精准推送广告。

近期,工信部针对用户反映强烈、投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为,集中整治,严打App该违规现象,取得了明显效果。下一步,工信部表示,将一如既往地把整治App侵害用户权益作为“我为群众办实事”重要举措,不断加大工作力度,扎实推进App专项整治往深里走、向实里去,强化提升用户感知,为广大群众营造更安全、更健康、更干净的App应用环境。

了一定的挑战。为规范行业秩序,贝斯平、南洋万邦、上海云权、信诺时代、安畅网络、华云数据、紫光云、数梦工场、富通云腾、网银互联等多家云托管服务商编写了国内首个云管理服务提供商能力要求。安全管理能力被列入其中,重要性毋庸置疑。

刘权指出,对于云托管服务商而言,首先必须保证其自身的安全治理符合等保2.0规定。其次,在技术、管理、咨询等方面要具备为客户提供安全可靠托管服务的能力,保证客户的网络安全能力和信息安全能力。“一方面,运维人员要具有基本安全意识,强化工程师基于安全体系操作的认知;另一方面,管理平台要有严谨的运维规范和管理章程,可采用双因子身份验证,访问权限限制在他们需管理的资产或完成工作所需的信息上,监视其在网内的连接活动。”

与此同时,对于企业用户而言,做好企业内部安全防护,不让黑客有机可乘也非常重要。对于核心数据做好保密处理,定期运用安全软件检查是否存在漏洞,及时更新补丁、修补漏洞;资源访问强制实施最小权限策略;经常审核并及时更新服务提供商的服务水平协议。

根据IDC发布的最新报告,2020年中国第三方云管理服务市场规模为6.8亿美元,增速为21.4%。IDC预测,中国第三方云管理服务在2020年到2025年间将保持40.6%的复合增长率,2025年市场规模预计达到37.4亿美元。采用云托管服务已成大势所趋,知“危”才可杜渐,防“患”始得安全。