

苹果 Vision Pro 中国发售不温不火

本报记者 张琪玮

6月28日,苹果 Vision Pro 如约在中国地区发售。相较于今年1月 Vision Pro 在美国开放预售时一小时即售罄、发货推迟至三月中旬的火爆场景,国行 Vision Pro “不温不火”,被认为是消费者购买欲望平淡、国行 Vision Pro 首发遇冷的表现。

然而, Vision Pro 的“遇冷”并未浇灭 XR 市场的热度。6月25日,国产 XR 厂商玩出梦想在新加坡正式发布了旗下首款空间计算设备——玩出梦想 MR,该设备被业界人士普遍认为是 Vision Pro 最具竞争力的竞品之一。此外,有消息称, PICO 的新头显 PICO 4S 将于今年下半年正式亮相, Meta 将于今年11月开始研发一款新的高端头显 Quest Pro 2, Oculus 创始人正在研发一款新的 VR 头显……

国行 Vision Pro 的“高开低走”,无形中为 XR 消费者增添了更加多样化的市场选择。

Vision Pro 销量口碑均不如预期

自今年2月2日美版 Vision Pro 发售至今,这款在空间计算领域具有革命性意义的产品销量却一路走低。

苹果针对该产品推出的14天无条件退换“尝鲜期”更被戏称为 Vision Pro 销量的“一生之敌”:今年2月16日,即苹果首次发售的14天期满后, Vision Pro 就迎来了一波“退货潮”。当时,针对这一现象,彭博社表示:“来自零售店的数据表明,与其他产品相比, (Vision Pro 的)退货率可能介于平均水平和高于平均水平之间,具体取决于地点。规模较小的门店每天有一到两次退货,规模较大的商店一天会有多达八次以上的退货。”

基于此,今年4月,天风国际证券分析师郭明錤指出,面临“严重超出预期”的需求降幅,苹果已下调了对于 Vision Pro 出货量的预测,将其由刚发售时的70万至80万部调整至40万至50万部,甚至做出了2025年 Vision Pro 出货量可能同比衰退的预期。

同时,网络上批评 Vision Pro 的声音越来越多。记者发现,这些“差评”主要集中在三个方面:舒适度差、性价比低和生态不完善。选择退货的用户评论中,“设备太重”“功能单一”“适配的视频与应用太少”成为了主流的声音。

Vision Pro 的“不受欢迎”,同样直观地体现在了其非官方交易市场的定价上。记者



观察到,2月初发售时, Vision Pro 的定价在二手交易平台“闲鱼”上的代购价远超原价,最高时甚至达到近10万元;然而,近日,这一平台上的 Vision Pro 售价已经普遍低于原价。

而在中国市场,本次发售的国行 Vision Pro 定价高达29999元,这一售价远超北美地区的3499美元。此外,有行业人士向《中国电子报》记者表示:“Vision Pro 的价格与功能定位,注定了它是一款以发烧友和开发者为主要用户群体的小众产品,而它所面向的群体往往不会等到国行发售才购买尝试,他们可能不会再次成为本次国行发售的主力购买者。”不难看出,行业对于本次国行 Vision Pro 的发售并未抱有十分积极的态度。

Vision Pro 打开了行业思路

虽然 Vision Pro 在 C 端“遇冷”,但仍然不能否认,其超前的空间计算理念和华丽的技术内核为 XR 行业带来了革命性的变化。在安信证券出具的一份行业研究报告中,以 Vision Pro 的核心功能和性能为基准对全球主要 VR 厂商进行了排名,其行业标杆地位可见一斑。

谈到 Vision Pro 的设计所表现出的空间计算理念,小派科技副总裁李杰不吝盛

赞:“空间计算所带来的计算升维,其意义在于提升人类文明的进步效率。”他指出,当前业界在设计虚拟现实交互产品时主要从两个理念出发:“一是现实虚拟化,即将现实环境输入虚拟空间中,人在虚拟环境中进行交互;二是虚拟现实化,即让用户在不脱离现实世界基本框架的前提下实现与虚拟要素的交互,又称‘增强现实’。”

从行业视角来看, Vision Pro 无疑是虚拟现实化的标志性产品。在亲身体验 Vision Pro 时,记者发现,使用这款头显时,映入眼帘的现实环境虚实难辨,好像眼前并非封闭式头显屏幕,而是一副浅色的墨镜;半透明的应用窗口隐隐透出环境背景,和谐地嵌入真实的空间中。

记者了解到, Vision Pro 采用 VST(视频透视)的技术路线,即将外部环境采集到非透明的屏幕上显示。在 Vision Pro 的成功案例支持下,李杰更加笃定了“VST是实现现实虚拟化唯一之选”的观点。在他看来, MR 头显选择 VST 的原因有四:首先,要实现完美的虚实融合,需要对视野中的每个像素点进行精确管理,这一点只有 VST 能做到;其次, VST 支持对真实环境的加工和增强,通过降噪、替换背景等手段增强用户的沉浸感;再次, VST 能确保数字空间中的内容二次传播与本人视觉保持一致;最后, VST 技术能够兼容 VR 和 AR 模式,让用户自主选

择现实与虚拟世界的融合程度,更加契合空间计算的理念。

对此,行业专家向记者表示:“相较于让真实的现实环境透过屏幕映入人眼的另一条主流技术路线 OST(光学透视), VST 虽然技术相对成熟、成本更低,在体验感上却仍显逊色。”要突破 VST 技术在体验感上的“先天缺陷”, Vision Pro 给出的答案是“提高屏幕素质”: Vision Pro 显示屏的双眼分辨率高达2300万像素,而行业主流产品的分辨率平均水平仅为900万像素左右。正如李杰所说:“要实现虚拟现实化,‘卷像素’是必由之路。”

“卷像素”,国产厂商说到做到。4月16日,小派科技发布 Crystal Super 新品 VR 头显,显示屏像素数高达2950万;6月25日,玩出梦想发布最新头显产品“玩出梦想 MR”,屏幕像素总数达到2700万。

一大波 MR 新品正在酝酿

小派科技和玩出梦想推出的头显只是2024年 XR 头显新品规划中的冰山一角。继今年2月 Vision Pro 首次发布后,行业始终保持活跃,各大厂商纷纷布局, XR 头显新品的消息更是层出不穷。

索尼宣布将于今年推出其首款 XR 头显,官方将其定义为“沉浸式空间内容创作

系统”。据了解,该头显面向3D工作的专业场景,配备高通公司的骁龙 XR2+Gen 2 处理器、索尼生产的1.3英寸 Micro-OLED 显示屏,达到单眼4K分辨率,55PPD。

三星与谷歌、高通合作开发的代号为“Project Moohan”的 MR 头显也有望于今年年底前上市发售。记者注意到,在早些时候举办的 CES2024 上,三星曾展出一块用于 XR 头显的 OLEDoS(硅基 OLED)屏幕,这也是世界上第一块具有 RGB 子像素结构的 OLEDoS 显示屏。行业人士推测,该屏幕可能会被应用于三星的 MR 头显产品上。然而,今年3月,市场调查机构 Omdia 公布的最新报告显示,三星已经决定放弃使用自家技术,改用索尼的 OLEDoS 屏幕。据悉,目前三星公司已经向索尼公司下单,内屏尺寸为1.3英寸。该款 MR 头显也已经开始量产,预估售价为2000美元(约合人民币14420元)。

创维也早早放出了其最新的混合现实头显 MR PANCAKE 2 的消息。据了解,该头显采用 Micro-OLED 屏幕,单眼分辨率达到4K 标准。创维方面表示,该头显将于2024年第三季度上市。

此外,一大批尚在研发中的 XR 头显也纷纷于近日放出“风声”: Pico 的新头显 PICO 4S 将于今年下半年正式亮相; Meta 同时布局高低端两条产品线,其 Quest 3 下位产品“Quest 3S”目前已经完成部分应用程序适配,另有新的高端头显 Quest Pro 2 将于今年11月开始研发;魅族科技前 CMO、现怒喵科技创始人李楠透露称,华为正在开发其首款头显产品,将采用华为自研芯片,并配备索尼 4K Micro-OLED 屏幕,预估售价15000元;华硕旗下的玩家国度(ROG)品牌正计划开发一款以“高性能游戏”为主要使用场景的头显;联想着眼于“生产力、学习和娱乐”领域,计划推出新型 MR 设备; Oculus 创始人也将投入到新 VR 头显的研发当中……

面临着激烈的市场竞争,许多尚未上市的头显产品都进行了有针对性的布局。行业专家向《中国电子报》记者表示,中国 XR 企业要在激烈的行业竞争中打出品牌差异化,应从三方面入手:一是重视应用场景特点,根据影视、教培、文旅等不同场景的需求,打造定制化产品;二是优化供应链体系,在关键部件研发、提升软硬件适配度等层面发力,提高产品竞争力;三是探索产品生态,开拓 MR 与手机、平板电脑、笔记本电脑、车载抬头显示(HUD)等的联动效果,吸引用户关注,从而增加产品的用户黏性。

大力推进现代化产业体系建设 加快发展新质生产力