

# AR市场“冰火两重天”：多个巨头受挫 消费级风起

本报记者 陈佳岚 广州报道

近日，谷歌公司在其官网上宣布，已停止销售Glass Enterprise Edition(谷歌眼镜企业版)，其作为专门针对商业用户推出的增强现实(AR)设备将于今年9月份停止软件支持。此举标志着谷歌眼镜产品线的终结。

而近段时间，AR行业似乎也遇到了寒流，AR隐形眼镜厂商 Mojo Vision 宣布裁员75%，并将市场转向研发MicroLED技术。微软则传出公司AR眼镜团队受到

了裁员影响。国外的AR产业发展仿佛蒙上了阴影。不过，《中国经营报》记者注意到，国内AR品牌热情高涨。在B端AR项目遇冷的同时，消费级智能眼镜仍在异军突起。

眼镜厂商 Mojo Vision 宣布裁员75%，并将市场转向研发MicroLED技术。微软则传出公司AR眼镜团队受到

了裁员影响。国外的AR产业发展仿佛蒙上了阴影。不过，《中国经营报》记者注意到，国内AR品牌热情高涨。在B端AR项目遇冷的同时，消费级智能眼镜仍在异军突起。

国内AR品牌热情高涨。在B端AR项目遇冷的同时，消费级智能眼镜仍在异军突起。

## 多家巨头的AR项目受挫

2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台，同比下滑20.9%。

谷歌是业界最早推出智能眼镜的一批厂商，早在2012年就推出了第一款AR眼镜Google Glass。但由于价格昂贵、功能鸡肋、侵犯隐私等一系列争议，Google Glass的普及率并不高，2015年，Google Glass基本停止向消费者销售，此后，谷歌将智能眼镜市场瞄准企业客户。Glass Enterprise也成为Google Glass的后续产品。

“这并不是一个令人惊讶的消息，谷歌最初的眼镜产品距今已经10年了，而这个最新版本只是对原始设计的增量改进，已经有4年的历史了。”TechInsights执行总监David MacQueen对记者表示，谷歌未跟上步伐，主要有两个原因：首先，与竞争对手相比，谷歌眼镜是一款功能有限且过时的产品；其次，其在市场增长快速的中国市场影响力有限。

有业内人士向记者指出，谷歌这款产品正式停售前其实早就没什

么水花，业内这两年基本没什么人谈论，不是这两年XR(扩展现实：虚拟现实VR、增强现实AR、混合现实MR的总称)产业发展的亮点，也不是目前AR品类主流的形态了，发展至今是产品定价、定位、内容等多种原因共同导致的。

而谷歌并不是个案。2023年1月，致力于为医疗领域以及日常使用开发的AR隐形眼镜厂商Mojo Lens宣布裁员75%，未来将专注于MicroLED技术。Mojo Vision首席执行官Drew Perkins表示：“全球经济下滑、资本市场极度紧张以及先进AR产品的市场潜力尚未得到证实，这些都导致Mojo Vision无法找到额外的私人资金来继续开发Mojo Lens。”

另一边，微软似乎也遇到了麻烦，据彭博社报道，微软计划裁员万人，其混合现实硬件HoloLens团队受到很大影响，其中包括AR眼镜HoloLens业务，原因与军方减少对

微软AR设备的采购相关。

不仅如此，据媒体爆料，Meta将在2024年推出其首款AR眼镜，但后续因裁员等种种原因目前该项目进展不明。

国外多家AR厂商发展似乎也逃不过经济下滑等带来的连锁反应。

David MacQueen指出，几乎所有科技公司一样，微软已经裁员，包括其混合现实部门的员工。然而，大多数裁员都在虚拟现实方面，微软的虚拟现实社交网络Altspace已经关闭，“混合现实”平台(实际上是虚拟现实)也已经结束。微软继续开发Mesh平台，该平台更侧重于AR功能。

根据IDC研究报告，2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台，同比下滑20.9%，其中全球VR出货量同比下滑了21.4%，全球AR出货量同比下滑了2个百分点左右。

## 消费级智能眼镜市场异军突起

2022年全球AR/VR头戴式设备出货量仅有880万台，同比下滑20.9%。

但这并不意味着AR市场不被看好。相反，自去年以来，国内智能眼镜品牌发展迅猛，甚至不少AR初创企业仍在近期完成了融资。在AR市场，消费级智能眼镜正在异军突起。

2022年，国内Nreal、亮亮视野、雷鸟创新、李未可、Rokid等初创品牌先后推出了自家的AR眼镜。其中，Nreal在2022年以近10万台的出货量占据了全球AR市场榜首。

IDC的报告指出，往年AR产品主要为高价位的商用型号，新品涌入使得2022年AR产品的平均单价大幅下滑。到2022年第四季度，500美元(约合人民币3450元)以下的AR产品出货占比已经接近90%。

除了初创品牌之外，手机厂商们也跃跃欲试。2022年9月，联想T1智能眼镜发布。12月，OPPO发布了重量仅约38克的双目AR眼镜OPPO Air Glass 2，华为也推出了智能观影眼镜Vision Glass。小米在2023年MWC世界移动通信大会上发布了小米无线AR眼镜探索版，荣耀观影眼镜(HONOR Vision Glass)也在2023年3月6日亮相。

“我们有一个非常大胆的判断，这一次平台更迭，中国会跑在世界的最前面。”对于中国AR品牌在过去一年的表现，Nreal创始人兼CEO徐驰表示，15年前，智能手机出来的时候，无论是硬件端还是系统端、交互端，中国相关人才储备、知识储备都不够；但15年后，供应链以及移动互联网培养的巨大人才储备，庞大的市场已经让中国完全有机会在这波新浪潮下更快创新和引领行业。无论对美国还是欧洲，在快速迭代过程中，中国完全具备优势，能够冲在最前面。

这种“冷热不均”不仅表现在国外厂商遇冷、国内厂商却积极布局，也表现在企业级和消费级

市场的发展差异。

在过去很长一段时间里，商业用户在AR领域的培训和现场服务应用一直处于领先地位，但这类情况在2022年有所转变，消费级AR眼镜成为各大厂商争相布局的重点方向。

IDC增强和虚拟现实研究团队的研究主管Ramon T. Llamas指出，“随着更轻的外形、更明亮的显示屏、清脆的声音和越来越多的游戏列表的出现，早期采用者已经把目光投向另一个方向。再加上VR游戏的广泛流行，即使商业市场依然在不断增长，但消费市场将会引领AR/VR领域。”

“以国内市场为例，2022年AR品类中有82.9%的出货量均为消费级产品。2022年可以说是国内智能眼镜发展非常迅速的一年，低价位段的产品已经快速占领市场。”IDC中国高级分析师赵思泉对记者表示，2022年全球AR消费级市场同比增长121.1%，商用级市场同比下滑50.9%。

记者了解到，以B端市场为主的影创科技(Shadow Creator)2022年曝出大规模欠薪、遭遇市场困境等，也影响到了商用级AR市场的表现。

赵思泉也提到，微软HoloLens 2022年在国内商用市场还是有相对稳定的出货，但其定价及应用范围等都使得用户数相对有限。

对于未来，根据Wellsenn XR的推测，到2024年全球AR头显出货量可能从2019年的42万台飙升至150万台。

IDC方面向记者预测，2023年，全球消费级AR出货预计同比增长82.3%，企业级AR预计同比增长43.3%。

赵思泉对记者表示，企业级AR市场目前仍存在产品价格居

高不下、技术门槛较高、工人的学习成本高等行业难点，目前来看主要是制造业用AR产品更多，仍有较多场景可开拓。

“现在的消费级AR更像是智能穿戴眼镜，真正增强现实的应用很少，所以技术门槛不高。”赵思泉同时也提醒道，国内厂商们也还是面临融资环境不稳定、初创企业在消费市场知名度较低、整体消费市场较为低迷、产品同质化严重等诸多现实问题。

“AR仍然存在很多挑战，关键的技术战场之一是镜头技术。苹果、谷歌、微软、Meta和Snap的研发预算都相当大，它们都花费了额外的资金收购拥有AR镜头技术的公司，这显示了创建高质量AR显示器的重大挑战。对于消费市场来说，挑战甚至比企业市场更大。因为对于消费市场来说，挑战不仅在于制造有用的东西，还在于制造好看的东西。”David MacQueen举例，Magic Leap和HoloLens都拥有令人惊叹的技术，但消费者不会佩戴如此笨重的设备。这不仅与镜头有关，还与其他组件有关，这需要形式与功能之间的潜在权衡。

尽管谷歌暂停了Glass Enterprise Edition，也并不意味着谷歌放弃了AR。谷歌方面称仍然致力于增强现实技术。谷歌发言人Patrick Seybold表示：“多年来，我们一直在将AR构建到许多谷歌产品中，我们将继续寻找在我们的产品组合中带来新的、创新的AR体验的方法。”

David MacQueen对记者表示，他也期待谷歌未来会有AR产品。值得注意的是，自上一版谷歌眼镜发布以来，其已经收购了North、Raxium等AR显示公司。为此，在不久的将来，很可能有一款来自谷歌的、显示屏得到大幅改进的产品。



2022中国国际服务贸易交易会期间，AR游戏体验区“围观”。

视觉中国/图

## AI 2.0是什么？李开复押注筹办新公司

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

3月19日，创新工场董事长兼CEO李开复发朋友圈称，“我正在亲自筹组Project AI 2.0，一个致力打造AI 2.0全新平台和AI-first生产力的全球化公司，这是一家由技术愿景驱动，拥有卓越中国工程底蕴的创新企业，在全球范围号召世界级的人才，加入我们一起打造这个世界的公司！”

就相关问题，《中国经营报》记

者联系采访创新工场方面，对方引用李开复的话表示，“AI 2.0是绝对不能错过的一次革命。我们之所以称为AI 2.0，而不是某些产品的代号，因为这些产品其实有多种的内涵，它带来革命的机会大家远远没有看到。我知道在网上都在谈一些很酷的国外的产品，但那些产品只是冰山一角，以后的机会将远远更大，它会是一个平台级别的趋势。”

盘古智库高级研究员江瀚告

诉本报记者，AI从起步到全面普及将是一个非常长的过程。AI这个概念从上个世纪的二三十年代就已经开始了，然后AI的应用从上个世纪的六七十年代就开始提出了，上世纪90年代又有过一次大的风潮。然后到了21世纪的今天，可以说几轮风潮下来，人们会发现AI从提出概念到应用是需要大量的技术进行支撑的，目前应该是人类离应用AI最近的一次，但是能否实现完全的落地还是一个问

### Project AI 2.0是什么？

“Project AI 2.0不仅仅要做中文版ChatGPT。我认为AI 2.0不仅仅是个高能聊天工具，也不仅仅是图文创作的AIGC生成。(微软)Copilot和如今看到的应用都还是AI 2.0能力的开端。Project AI 2.0是创新工场塔尖孵化的第7家公司，同时我们也积极寻找AI 2.0技术和应用相关的投资机会，加速打造AI 2.0的全新创业生态，对于AI 2.0的未来，我们具有更多更大的想象空间。”李开复在朋友圈说。

创新工场方面告诉记者，在新的2.0时代，会诞生比移动互联网大十倍的平台机会。比如既有的软件、使用界面和应用都会被重写一次(如微软刚发布的Copilot功能，把Office全家桶工具变成“动嘴”就能用)，也将诞生新一代AI-first的应用，并催生由AI主导的商业模式。

江瀚对记者表示，“AI在C端应用场景非常多，比如监控设备、自动制作生成视频，这些都是偏视觉类的AI。还有自然语言类的AI，你看到的ChatGPT，包括文心一言，这些都是自然语言类的AI。另外在金融领域、客服领域、市场营销领域，都有比较多的应用。”

那么，AI公司最重要的能力是什么？李开复表示，在人工智能的时代，数据是新的石油，谁数据多谁就占了大的优势。AI 2.0时代是一样的，但还需要精准、自动标注。精准的标注就是，做人脸识别要把张三、李四标注出来，做语音识别要把里面讲了什么话标注出来，这个标注很重要，因为AI靠标注学习。另外，还要有大规模计算能力以及AI专家。

“抖音为什么火呢？虽然抖音更多的视频是人拍的，但这些视频

用AI的推荐引擎精准地推给每个用户，所以每个人看的是不一样的，这就是‘千人千面’的。进入今天的时代，AI 2.0可以产生内容，最大的好处是可以针对每一个人最想看的去推送。”李开复说，“游戏就很清晰了，用AI的方法来创造各种人物、场景、工具等。而且AI 2.0造的不只是3D模型，甚至可以做代码，做音效，产生游戏的内容，可以写游戏的剧本。我们可能知道很早之前GPT的应用是一样，比如到什么房间，前面有三个出口，有一把刀要做什么事情，GPT在三年前就做这个了，它完全可以做各种游戏剧本。还有最近特别不火的元宇宙，其中一个原因就是产生元宇宙内容是很贵的，但AI 2.0可以大大使成本下降，AI在未来可以大大推动元宇宙的发展。”

### 竞相入局

人工智能和ChatGPT火了，多家企业纷纷入局。

数据显示，目前排队申请百度智能云文心一言企业版API调用服务测试的企业用户已突破10万，与百度智能云基于文心一言展开合作咨询已达6815条，文心一言已有超85万人申请测试。

百度为什么要急着推出文心一言？百度董事长兼首席执行官李彦宏表示，是需求推动了文心一言的面世，“百度的很多产品，从搜索到智能云，再到自动驾驶，到小度，大家都有需要，更重要的是我们的客户需要、合作伙伴需要”。

同时，李彦宏认为，文心一言是一个新一代的大语言模型、生成式的AI产品。这是一个非常典型的、要靠“反馈”才能不断提升的模型，这也是为什么很希望及早把它给发出来。

此外，从美团退休的王慧文也要在AI领域创业了。美团董事长兼首席执行官王兴将以个人身份参与王慧文创业公司“光年之外”的A轮融资，并出任董事。王兴说，“AI大模型让我既兴奋于即将创造出来的巨大生产力，又忧虑它未来对整个世界的冲击。老王和我在创业路上同行近二十年，既然他决心拥抱这次大浪潮，那我必须支持。我个人将参与老王的创业公司光年之外的A轮融资，并出任董事。”



AI和ChatGPT火热，引各方竞相入局。

视觉中国/图

金沙江创投董事总经理朱啸虎最近表示，ChatGPT太强大了，对创业公司很不友好。创业公司基于ChatGPT能够创造的价值非常单薄。ChatGPT太强了，不利于创业公司，但反而利好每个行业中的现有玩家。现在，已经拥有使用场景的玩家，通过ChatGPT很容易就能为自己的产品加上人工智能的功能。比如HR部门里，有几个人是专门回答员工福利问题的。今天，这些人全部可以被ChatGPT替换掉。

“AI 1.0的时候，人类还能做很多事情。AI 2.0是一个巨大的源泉，能做的东西比人类多太多了，但它也不能完全覆盖所有的事情。AI 3.0会更大，但也不会覆盖人类全部的事情，因为人类

的创造力、思考和自我意识、同理心和爱是AI不能取代的。”李开复说。

江瀚认为，AI公司最主要的力量实际上还是模型构建能力、算力能力以及AI长期的一个基础构建。与此同时，AI公司当前面临的主要挑战就是人工智能发展到今天，如果没有足够实力的话，如何构建起一个强势的具有优秀服务能力的AI产品模型，这是一个很大的问题。OpenAI虽然是一家创业公司，但它背后是微软持续给它输血，才有我们今天能看到的ChatGPT。文心一言也是互联网大厂百度十年如一日的投入，才投出来的一个产品。其他的普通创业公司哪里有这样的实力去进行大规模的AI建设，其实这可能是最大的难点。