



元宇宙系列深度报告之二： VR/AR 行业报告：软硬正循环 奇点已至



核心要点

VR/AR 定位下一代终端，VR 拐点已至，AR 在 B 端已有进展，C 端待落地。当前以 Oculus2 为代表的 VR 设备率先实现市场爆发，主要系疫情及元宇宙概念下 VR 需求增加+当前主流设备参数已满足基本体验要求，设备价格下探叠加 VR 巨头内容生态建设成效凸显。AR 在 B 端领域已有明显进展，等待消费级产品带动出货量。

产业链视角，当前 VR/AR 处于何阶段，未来向何处发展？1) 上游：当前 VR/AR 设备已达基本体验水准，长期看仍有提升空间。VR 硬件中，CPU 模组、光学显示器件在成本中占比较高，国内公司光学显示优势明显。AR 硬件中，光学价值量占比最高，当前仍有关键点等待突破。2) 中游：设备形态受限于技术，当前一体机+分体机并存，长期一体机是更佳方案；组装方式 ODM+OEM 并存，头部厂商优势明显。3) 下游：VRC 端应用率先落地（游戏为主要应用，游戏类型与质量迅速提升），B 端企服应用场景逐渐增多。AR 应用 B 端先行，如军事训练、工业制造业远程协作、安防红外测温等；C 端等待 AR 硬件起量带动应用发展。

如何看待 VR/AR 市场空间？供给端看，长期 VR/AR 市场空间可对标智能手机级别。短期 1) 类比智能手机出货，VR/AR 出货量有望在 2025 年首达 1 亿台；2) 关注大厂供给创新及上游元器件技术突破带动出货增长，短期看点包括 22/23 年 Oculus3、PSVR2 及苹果 MR 发布。需求端看，1) VR 应用市场广阔，始于游戏，不止于游戏。其中 VR 游戏率先爆发，技术

并非制约传统游戏厂商转型的关键因素，核心是研发思路的转变，传统游戏厂商仍具备优势。2) AR 短期关注 B 端应用拓展，长期仍需等待 C 端落地。

竞争格局：互联网公司凭借资金及内容优势市占率领先，但亦有硬件大厂、小型综合厂商成功突围，本土品牌在国内表现更优。VR 市场，Meta 绝对领先（全球市占率超 80%），国内市场 CR3 高，除字节旗下 Pico 外，HTC 与 DPVR 亦占据一定份额。AR 市场，微软绝对领先（全球市占率超 50%），国内市场本土品牌 ShadowCreator 一枝独秀。

投资分析意见：当前处于巨头硬件放量刺激用户需求及激活应用阶段；中上游关注核心供应链公司（歌尔股份、舜宇光学科技、京东方 A 等），有技术优势的整机厂商，创维数字（弹性票）；应用端仍在探索期，下游关注各细分场景公司（腾讯控股、网易、芒果超媒、三七互娱、风语筑、明源云等）。其他关注移远通信、广和通、广联达、虹软科技、超图软件等。

风险提示：VR/AR 技术进展不及预期；VR/AR 设备及内容发布不及预期；VR/AR 出货量不及预期；监管及政策变化

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41108

