



消费电子行业点评报告：AR 销量增长 28% 关注大厂消费级产品开发进度



核心要点:

WellsennXR 公布 AR 出货量数据, 二季度同比增长 28%根据 WellsennXR 的最新数据, 二季度全球 AR 销量为 8.6 万台, 同比增长了 28%, 2 季度增长的主要贡献来自于国内投屏显示类的消费级 AR 眼镜, 例如 RokidAir、NrealAir、雷鸟 Air 以及影目 Air 等产品均取得了一定的市场销量。预计 2022 年全球 AR 出货量为 36 万台, 同比增长 28%, AR 市场整体仍以 B 端为主, 其中 Hololens2 达成 10 万台销量, Realwear 实现 5 万台、爱普生实现 3 万台, Rokid 实现 3 万台, Nreal 实现 2 万台的销量, 四季度上市的 Magicleap2 预计有望实现超 1 万台的销量。

多家厂商推出 C 端产品, 消费级 AR 起步

2022 年 AR 行业最大的变化是企业从 B 端走向 C 端。随着 2000-3000 元之间的多款以 Birdbath、阵列光波导光学为主的产品发布上市, 以大屏观影、信息提示为主要场景的面向消费端的产品撬开了消费市场的切口。近一年来, 雷鸟创新、OPPO、Rokid、亮亮视野、影目等厂商均首次发布 C 端 AR 产品。国产厂商 Rokid、FFALCON、OPPO 等均在上半年发力于 2000-3000 元人民币价格段的消费级 AR 眼镜市场, Nreal 在 8 月发布的新品标志其产品正式进入国内, 单日销量即达到数千台。目前, Nreal 在全球消费级 AR 市场一家独大, 根据 StrategyAnalytics 的数据, 2021 年, Nreal 在消费级 AR 市场的销量份额达到 75%, 到 2022 年上半年, 其市场份额更是上升到 81%。

Nreal 的成功之处主要在于定价、产品定义和体验，但是当前产品对手机的适配度不足，产品仍有较大提升空间。

国内厂商积极布局供应链，产业成熟度需关注大厂终端开发进度苹果公司多次表达了对于 AR 技术的看好：AR 对于苹果的未来极其重要，苹果在 AR 领域进行了大量的投资。自 2010 年以来，苹果已经收购十余家 AR 领域公司，包括 AR 内容生态、软件平台和 AR 镜片等领域，同时，苹果已经申请了大量的 AR 专利。据 Digitimes 的报道，有苹果供应链人士透露，客户首款头戴设备于 6 月底已经完成 Pre-EVT(工程验证前置)，新品最快可能会在 2023 年第一季度亮相。在消费级 AR 的起步期，苹果 AR 产品的开发进展成为行业的风向标。我国企业在 AR 供应链上已经积极布局，在整机代工、声学、连接器、结构件、功能件、摄像头、电池等环节具有国际竞争力，有望受益于终端大厂消费级 AR 产品的量产。

投资建议

建议关注 AR 供应链相关标的，给予消费电子行业“增持”评级。

风险提示

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_46658

