

【編者按】本文作者姚剛（Allen Yao）在3月6日的「3C科技」裏向大家整體介紹了虛擬實境（Virtual Reality，簡稱VR）的前世今生，並暢想了一下VR未來對於我們生活的影響。本期姚剛想通過這篇文章，與大家深入聊一聊VR在未來可能改變我們生活的一個重要領域——社交。

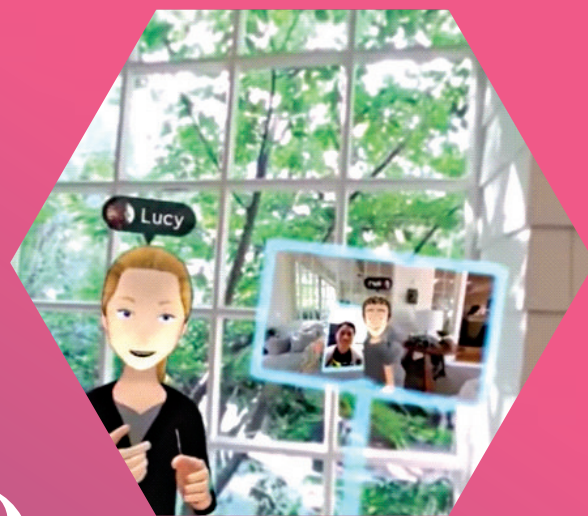
姚剛

未來社交平台會什麼樣??

▼ Altspace主打陌生人社交。其主要應用場景是讓全球的陌生人通過VR相聚



▼ Facebook 2016開發者大會現場截圖



VR/AR被公認為下一代的計算平台，為了搶佔先機，VR社交也就成了各大公司的必爭之地。由於VR本身有「空間感」和「立體感」的特性，在VR裏，未來社交會擺脫目前我們熟悉的發送圖片和文字的方式，而以更加神奇的交互方式進入我們生活。在VR社交領域較早發力的是Facebook公司。早在2016年，Facebook的CEO朱克伯格就在其開發者大會上向全球展示了他們對VR社交的理解，他們把這款VR社交軟件叫做「Facebook Space」。其強調的就是打造一個把朋友們聚在一起的空間的概念。朱克伯格的這次展示在當時可謂震驚了全球，讓大家對VR的應用前景有了全新的認識。

Facebook的VR社交夢

那麼微軟為什麼收購了一家瀕臨破產的VR社交公司？如果說Facebook Space主打的是VR熟人社交，那麼Altspace則是主打陌生人社交。其主要應用場景是讓全球各地的陌生人一起在VR裏面舉行聚會和活動。

這家公司從2015年開始備受矚目，但因為沒有成功的收益模式和融資問題導致公司資金出現斷流，不得不在2017年7月停止了服務。無疑，Altspace的關停對整個VR產業帶來了不小影響，也給VR社交領域蒙上了一層陰影。但就在短短的三個月後，微軟聯合幾大PC生產商發布了微軟平台的混合現實HMD（頭戴式顯示器），在發布會上微軟宣布了一個讓人意外的消息。微軟收購了Altspace，整個Altspace團隊已經在幾天前加入了微軟。

Altspace在當時僅支持谷歌的Daydream，Oculus Rift，HTC VIVE和三星的Gear VR。很顯然，微軟收購Altspace是希望在自己的硬件平台上打造一款主力的VR社交軟件，從而幫助其進一步吸引用戶。

騰訊嘗試VR社交

作為內地社交行業的霸主，騰訊一定不想也不會錯過VR社交這個風口。騰訊曾在2015年末公開了自己在VR領域的宏偉計劃。首先，

他們發布了Tencent VR SDK以及開發者支持計劃。並計劃在2017年下半年推出其研發的VR硬件。但，直到2018年的今天，回看騰訊在2017年的動作，不禁讓人覺得騰訊的VR事業好像遇到了一些阻礙，原來的計劃沒有被實現。目前騰訊VR平台（vr.tencent.com）網站則已經徹底無法打開了。

在2017年7月騰訊很低調地在Steam上上線了一款VR社交遊戲，叫做Lucky Night VR。它主打輕互動，讓用戶在遊戲中互動交流。而從遊戲切入VR社交，也算是符合騰訊公司本身的特點了。從用戶的評價可以看出，大多數用戶對這款VR社交遊戲本身評價很高，但苦於沒有可以一起玩的遊戲玩家。最近看到Lucky Night VR發布了公告，表示為了對產品進行大的改進，所以他們將於2018年5月關停服務。這個通知讓人對騰訊的VR社交未來既感到憂慮，又有些期待。

目前可以嘗鮮的社交VR

下面為大家簡單介紹一下目前已經可以體驗到的社交VR應用。現在VR分為很多種硬件平台，我會在每個應用後標明其支持的平台，大家可以根據自己擁有的VR硬件去選擇嘗鮮相應的VR社交。

- 1、Facebook Space(Bata) (目前支持硬件:Oculus Rift) 目前還在公測階段，但神奇的體驗會讓你看到VR社交的未來。
 - 2、Altspace (Daydream, HTC VIVE, Oculus, Gear VR, Windows Mixed Reality) 支持大多數的平台，可以讓更多人體驗社交VR，可以在很大的空間內自由移動，找個陌生人聊聊人生什麼的。
 - 3、VRChat(HTC VIVE, Oculus) 目前活躍用戶最多的社交VR應用，場景非常多，可以扮演各種各樣的虛擬形象，在裏面有「群魔亂舞」的感覺。
 - 4、BigScreen (HTC VIVE, Oculus, Windows Mixed Reality) 可以把各自的電腦屏幕共享出來，很適合需要一起工作或者和朋友一起看個電影這樣的情況使用。
 - 5、Rec Room (HTC VIVE, Oculus, Windows Mixed Reality, PSVR) 主打社交遊戲，可以和朋友在VR裏面一起快樂地玩耍。
 - 6、陪伴星球VR(手機VR) 國產軟件，用手機安裝即可體驗，設計風格比較二次元，支持市面上廉價的VR眼鏡，也支持非VR模式。可以在裏面一起看二次元動漫和玩遊戲。
- 對於一般消費者VR社交意味着什麼？
 虛擬現實的空間裏面，我們可以接近甚至超越現實。也許有人會覺得這樣的VR社交更像是3D遊戲，這也是VR社交的一個特點——社交與遊戲將沒有界線。就如史提芬史匹堡最新的電影《挑戰者1號》(Ready Player One)裏展示的一樣，戴上虛擬現實，全世界的玩家都聚集在了一個個不同的虛擬空間，在裏面，我們可以玩遊戲，可以聚會，甚至可以戀愛。
 如果你是一個VR社交的創業者，市場還有多少機會？
 前面我們講到，VR社交一定是大公司的必爭之地，但是，就如當年初生的Facebook和微信，市場還是會給新生的公

司成為獨角獸的機會的。

VR社交的本身是「社交」，我們應該研究人們在社交方面的心理需求，用VR去滿足這樣的需求，就能找到機會。

在移動互聯網時代，出現過一些讓人眼前一亮的社交產品：比如主打以家族親人為圈子的社交產品「path」，還有主打一對一情侶社交的「Between」，當然還有陌生人社交「Tinder，探探」等。我們可以研究一下這些產品所把握的用戶心理需求，然後將之移植到VR裏面，以全新的交互體驗去創造新的VR社交產品。

VR社交還有哪些機會？

首先，VR社交產品的研發流程和傳統的移動互聯網產品有很大的不同，產品的設計、交互和開發的環節都不盡相同，而且工作量會多出幾倍，開發的周期會被拉長。

其次，選擇支持的目標硬件很重要。如果選擇適配高端的Oculus和VIVE，可以提供更好的用戶體驗，但高昂的硬件成本無疑會把潛在用戶拒之門外；又如果選擇為低端的手機VR眼鏡用，那麼，可能給不了用戶最好的體驗，用戶也會離開。

因為是實時的社交，所以多人語音傳輸，和其他信息傳輸的數據量是很大的，為了保證數據同步沒有延遲，在數據的壓縮和網絡優化方面也需要做些考慮。

目前大多數的VR企業尚未有盈利，而且用戶少，用戶黏性低的情況明顯。這個階段以利潤導向，還是用戶量導向去打造自己的商業模式，的確是一個類似於「先有雞還是先有蛋」的哲學問題。我們還是應該從自己的產品能夠滿足用戶的何種剛需出發去設計商業模式。如果是內容型的服務，那麼可以考慮硬件免費，內容訂閱的模式。如果是遊戲型的服務，那我們可以考慮遊戲免費，道具和周邊產品收費的模式。當然，在這個階段也可以軟件硬件捆綁銷售，只要價格合理，用戶也有需求，那麼還是可以賺得一桶金的。

▲作為內地社交行業的霸主，騰訊一定不想也不會錯過VR社交

▼國產軟件「陪伴星球VR」用手機安裝即可體驗，支持市面上廉價的VR眼鏡，也支持非VR模式



▲VRChat是目前活躍用戶最多的社交VR應用，可以扮演各種各樣的虛擬形象

本文圖片由作者提供。下期「3C科技」將於4月17日刊登。



▲「Rec Room」主打社交遊戲，可以和朋友在VR裏面一起快樂地玩耍



▲「Facebook Space」目前還在公測階段，但神奇的體驗讓讀者看到VR社交的未來

