

2025

第10届中国VR/AR创作大赛闭幕式

中国VR大空间发展报告

出品单位：北京师范大学新闻传播学院

汇报人：朱毅诚

汇报时间：2025.12.13

编委会

主编：朱毅诚 李倩

编辑（按姓氏拼音排序）：

白子义：国际vr萌芽-大空间与国际案例

高硕秋：市场规模与商业模式

高欣怡：本土化概念发展-关键技术和主要厂商

刘 辉：各平台用户话题趋势分析

雷锦源：评论主题-话语特征-热度时序-情感时序-情感归因

李盈萱：内容创作与艺术探索-学术与行业话语

阮宇宁：VR大空间叙事主题

杨文芬：大空间应用场景分析与整合:文旅、教育、游戏、影视

杨文博：政策 市场 生态-中国VR大空间概念的塑造

张熙然：大空间区域发展分析

目录

CONTENTS

01. VR大空间的定义、概念发展与国内落地历史

02. VR大空间的应用场景与案例分析

03. VR大空间的发展趋势与用户反馈

01

VR大空间的定义

概念发展与国内落地历史

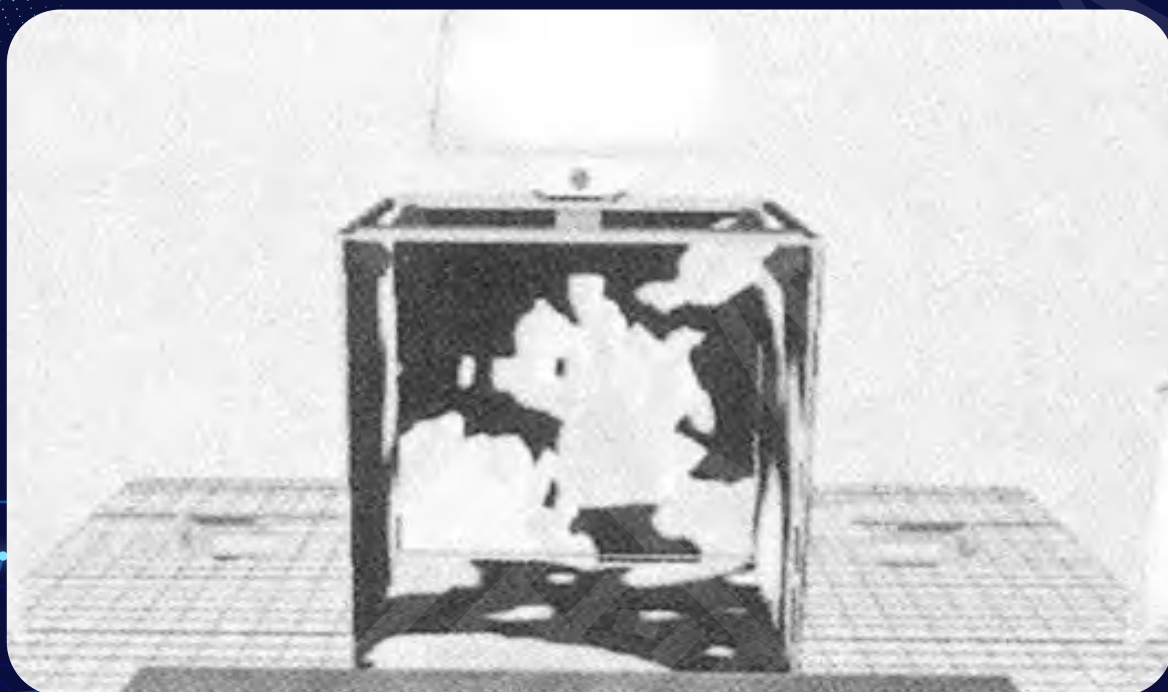
OVERVIEW OF WORK CONTENT

该章节通过梳理 VR 大空间从国际 LBE 概念萌芽、发展到中国本土化落地的完整演变路径，系统分析了概念成型、术语引入、技术驱动、内容语言、政策与资本力量等多维要素如何共同塑造行业框架，并通过典型案例、技术企业、展会与政策节点的回溯，呈现 VR 大空间在中国从实验到产业化的历史逻辑及其学术与市场话语的交汇过程。

国际VR空间体验的萌芽阶段

VR的诞生——从“独乐乐”到“众乐乐”的探索

- 起源：1960S头显设备、CAVE系统开启“沉浸式体验”
- 跨界实验：戏剧、游戏、军事——验证VR的“空间感”与“多人交互”潜力
- 核心矛盾：技术受限、成本高昂，早期商业化遇冷



cave



游戏



戏剧

从Location-Based Entertainment到VR大空间的转向

转折：
“依赖IP引流”转向“社交/文化长效价值”

用户需求：
新奇感→
社交归属/知识获得感

趋势：
技术成熟+需求分化——线
下沉浸娱乐进入“社交共
创”时代

LBExVR——线下大空间的“爆款公式”新形态

2016年The VOID首创LBVR，
线下+娱乐新生态



内容突围：

- **SandboxVR**：强社交+动作捕捉，打造团队协作爆款
- **Excurio**：文化+教育，用VR复活历史

警示：

变现渠道单一、
抗风险能力弱



Excurio作品《消失的法老》

技术推动者与关键厂商

行业萌芽，探索现行

行业成长，场景探索

行业爆发，深度融合

行业深化，创新涌现



行业发展脉络

VR大空间厂商兴盛规律及背后核心原因

技术是基础：

需精准解决行业阶段性痛点，以成本下降激活市场

内容是核心：

绑定高价值 IP，通过文化叙事提升用户付费意愿

技术突破降低门槛，
精准解决行业阶段
性痛点

内容绑定高价值IP，
打造“技术+文化”差
异化竞争力

场景聚焦高流量阵地，
跑通“轻量化+可复制”
“运营模式”

生态协同构建壁
垒，从“单点竞争”到
“产业链整合”



规律一

规律二

规律三

规律四

行业发展阶段

场景是关键：

选择高流量、高转化阵地，以标准化模式实现扩张

生态是壁垒：

整合产业链资源，避免单点竞争，形成长期竞争力

内容创作与艺术探索






叙事媒介演进：多类型项目核心特征对比矩阵






核心演进轴线：从“创作者中心”的封闭叙事，到“观众具身”的开放共创。

项目类型	叙事控制权分配	互动维度拓展	核心叙事手法
艺术展览	传统：策展人中心制→ VR：个体视角自主，核心线索预设→ VR 大空间：身体-空间协同的交互式叙事参与	传统：弱互动→ VR：视角选择型互动-个体单向共在→ VR 大空间：多感官群体协同-其他观众三维共在	传统：线性视觉建构：（作品并置+焦点-解说牌耦合）→ VR：全景沉浸营造（三维建模+物理渲染）→ VR 大空间：具身多感官共生（动作触发叙事+触觉-视觉深度绑定）
影视类项目	传统：导演垄断编码，固定叙事逻辑→ VR：视觉注意力让渡（第一人称视角，细节探索触发分支）→ VR大空间：具身群体（无固定视角，群体协同影响叙事走向）	传统：旁观解码（无介入渠道，单向信息接收）→ VR：感知参与（视觉选择触发场景/情绪变化）→ VR大空间：具身多维度协同（肢体动作+团队分工+触觉反馈，深度介入叙事）	传统：效率优先编码（精准聚焦+逻辑紧凑）→ VR：360 ° 时空连续呈现（全景沉浸式场景+视觉触发分支）→ VR 大空间：具身协同单元（物理动作绑定叙事+群体行为推进剧情）
沉浸剧	传统：编导全控舞台（固定调度+台词，封闭叙事闭环）→ VR：部分开放（移动/时间操控解锁背景，关键剧情预设）→ VR大空间：具身主导观演共构（基础叙事场域，观众路径选择+隐藏剧情解锁）	传统：单向情绪接收（被动感知剧情冲突与情感波动）→ VR：情绪互动（肢体动作触发虚拟角色情绪反馈）→ VR大空间：全流程情境响应（路径选择+虚实互动+剧情分支，互动驱动叙事）	传统：镜框式舞台表演（演员肢体+台词传递情绪）→ VR：虚拟化身场景介入（解构第四堵墙，半具身沉浸）→ VR大空间：具身虚实融合（实体空间为载体，观众行为成为叙事核心）
游戏化体验	传统：开发者垄断剧情（强引导，固定路径解锁剧情）→ VR：感知系统让渡（感官-信息联动，自主探索细节）→ VR大空间：群体叙事控制（基础目标预设，团队协作影响分支结局）	传统：单向操作触发（表层关联）→ VR：感官参与式探索（全环境元素交互，主动挖掘叙事）→ VR大空间：多感官群体协同（视觉/听觉/触觉/嗅觉+团队分工，行为生成叙事）	传统：工具化引导（UI/镜头显性引导）→ VR：道具驱动叙事（环境道具承载剧情信息）→ VR大空间：场景体验生成（叙事与场景/行为深度融合，自然建构剧情）

内容创作与艺术探索

互动维度：
单向被动接收 —>
感知参与 —> 多感官具身协同

-  创作者垄断
-  单项被动接收
-  效率线性编码
-  独白工具
-  接收者/旁观者

-  具身群体共创
-  多感官具身协同
-  体验行为生成
-  共创载体
-  共建者/生成者

观众角色：
接收者/旁观者 —>
体验者/探索者 —> 共建者/生成者

叙事控制权：
创作者垄断 —>
视觉/感知选择 —> 具身群体共创

传统叙事

大空间叙事

核心叙事手法：
效率线性编码 —>
空间沉浸营造 —> 体验行为生成

艺术语言角色：
独白工具 —>
对话桥梁 —> 共创载体

学术与行业话语融合

话语体系	核心定义/定位	内部主要分野	关键价值导向
学术话语	多学科交叉的“身体-空间-媒介共生系统”	文科vs.工科： •文科：聚焦“叙事革新”、“感官修辞”、“叙事场域”。 •工科：聚焦“定位算法”、“算力负载”、“延迟优化”。	理论创新与人文关怀 追求叙事伦理、空间公平性、认知重构。
工程/行业话语	技术导向的“物理空间+技术指标集合”	硬件vs.内容： •硬件/技术：关注定位精度、设备兼容性、无线串流。 •内容/创意：关注叙事节奏、体验设计、用户沉浸感。	商业落地与规模化 追求技术可行性、用户体验、市场坪效。
标准制定话语	“指标为纲，人文为魂”的规范框架	学术伦理vs.行业实践： •学术诉求：纳入“叙事伦理”、“无障碍设计”等软性指标。 •行业反驳：缺乏量化标准，增加合规成本，不利落地。	建立底线与引导发展 平衡技术规范与体验质量，兼顾安全与创新。
媒体传播话语	从“技术噱头”到“沉浸体验形态”的简化标签	专业复杂vs.大众通俗： •压缩机制：对前三类专业话语进行选择简化与标签化。	追求传播效率 追求话题性、易懂性。
公众认知话语	因群而异的“个人体验感受”集合	群体间认知差异： •Z世代：高端社交游戏/打卡场景。 •家长群体：教育工具/监护对象。 •从业者：技术方案/商业模式。 •老年群体：高科技展览。	实用主义与感官满足 追求新鲜感、社交性、教育性、便利性。

学术与行业话语融合

上游：标准制定场域的话语博弈

学术话语与行业/工程话语共同参与标准制定：
学术话语聚焦“理论、伦理与深度技术问题”；
行业/工程话语提供“技术方案、商业诉求与体验案例”。

核心节点：媒体的“话语压缩与转译”

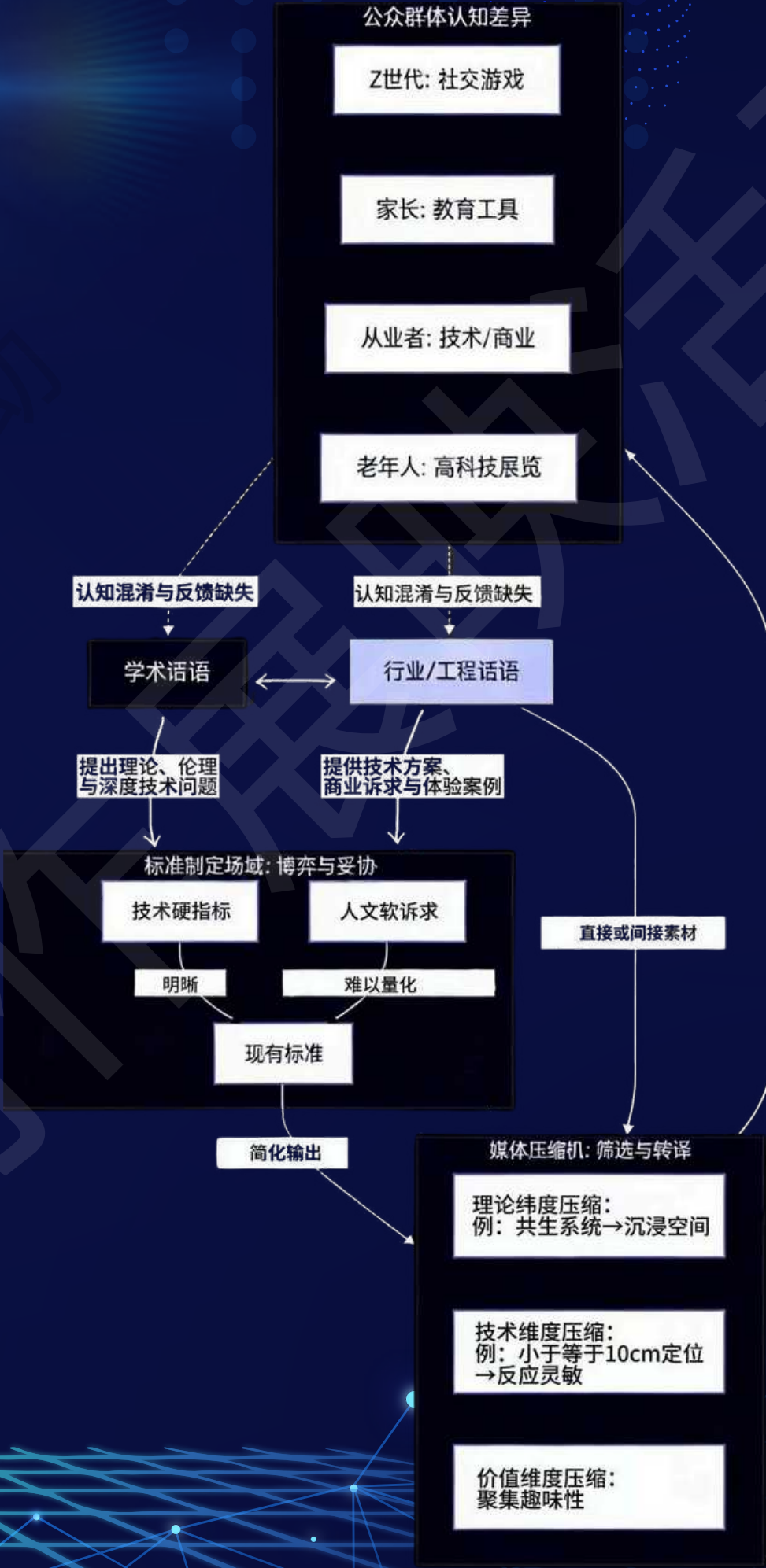
媒体作为上游专业话语与下游公众认知的中间枢纽，承担“筛选-转译”功能，对上游复杂话语进行三维简化压缩（理论、技术、价值），输出易于传播的简化标签。

下游：公众群体的认知分化

媒体信息抵达公众，因不同群体的背景与需求差异，形成多元化但较为浅层的认知。

闭环断裂：话语反馈的失效

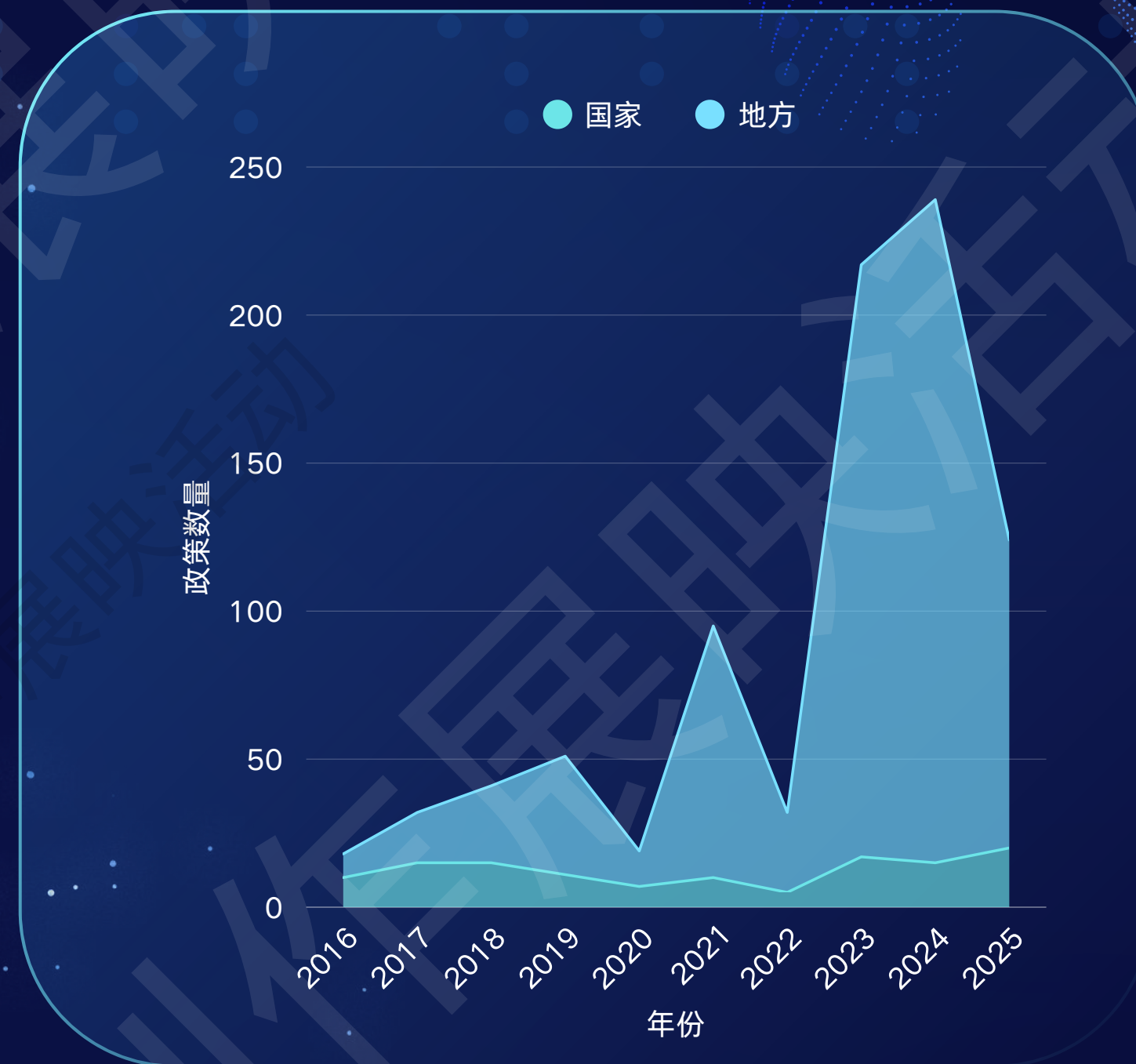
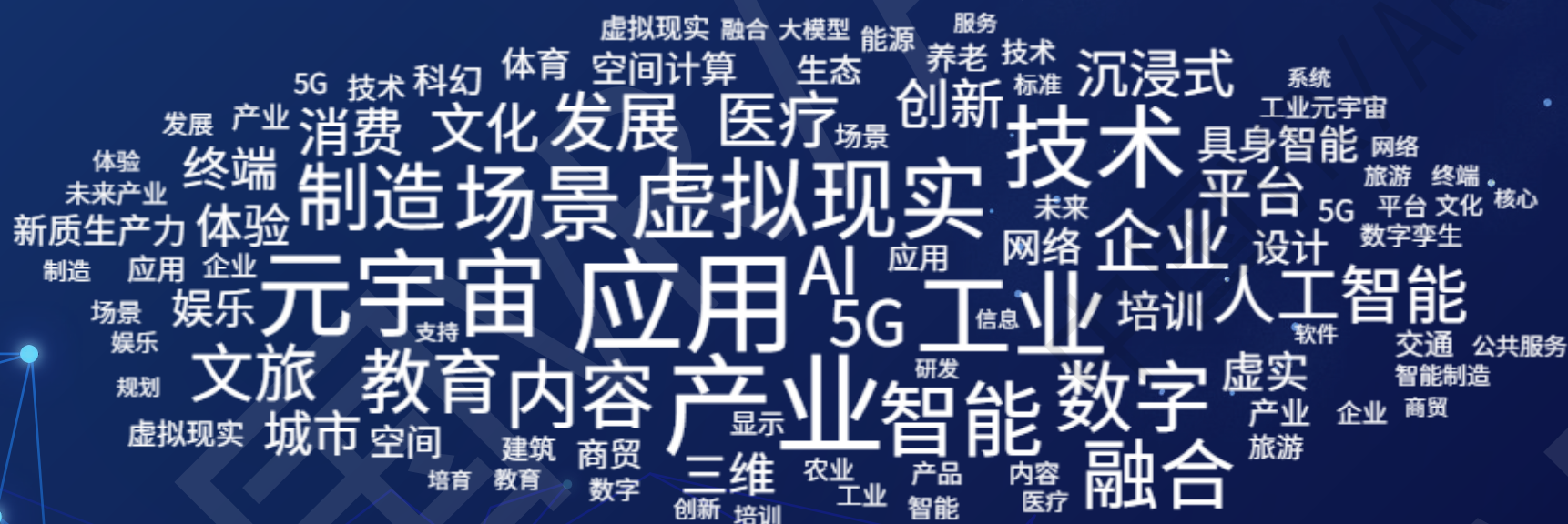
公众的浅层认知难以形成有效的深度信息回流，导致学术、行业、公众三者间的话语隔阂固化，不利于形成深度对话与诉求共振。



政策 市场 生态：中国VR大空间概念的塑造

政策：从战略布局到应用深化

从“前沿技术”到“数字经济重点产业”，从“元宇宙入口”到“文旅消费新场景”，技术创新、产业融合、场景驱动、生态构建逐渐成为贯穿始终的四大核心主题，VR也开始走向规模化应用。

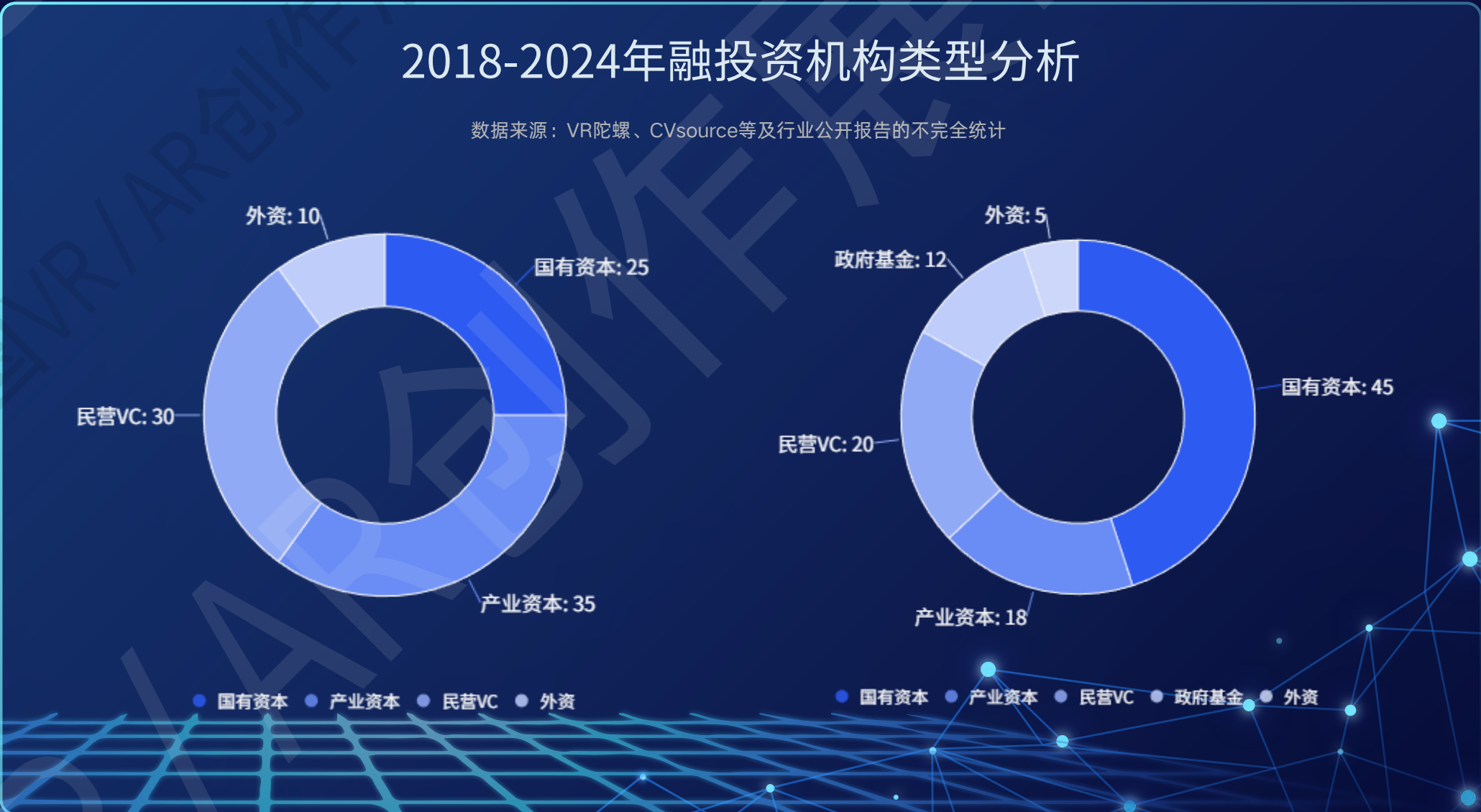
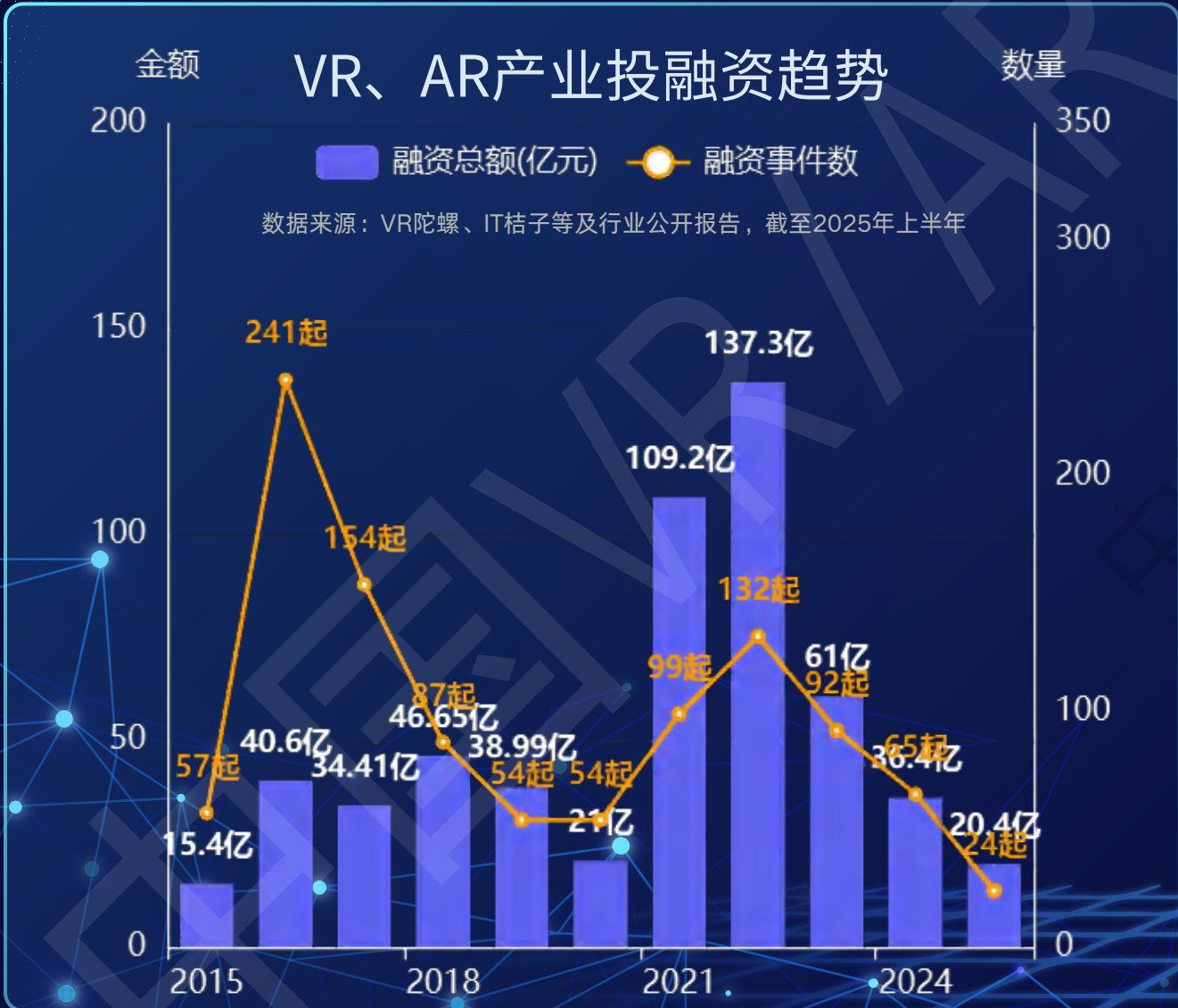


2016-2025年间，中国VR产业政策经历了从“概念引入”到“战略定位”再到“融合应用”的系统性演进。政策推动呈现“中央定调、部委执行、地方创新”的三级联动格局。2016-2018年以中央战略规划为主导，2019年后地方政府积极响应。

政策 市场 生态：中国VR大空间概念的塑造

从寒冬走向复苏

2016年“VR元年”融资暴涨至49.8亿元、企业数激增至3.5万家，但仅一年后70%倒闭。2021年字节跳动90亿收购PICO重燃市场信心，但投资逻辑已从“概念炒作”转向“商业验证”——存活企业从3.5万降至千余家，淘汰率超90%。资本主体也从民营风投转向国有资本，投资阶段从早期冒险转向成熟稳健，资金也主要流向了大空间体验、文博数字化等基础设施和消费内容。



政策 市场 生态：中国VR大空间概念的塑造

生态：从零散到体系

中国虚拟现实产业的快速发展，离不开日益完善的**行业联盟与展会生态系统**，通过搭建交流平台、整合产业资源、促进跨界协作，为VR技术创新和商业应用提供了重要支撑。

行业展会和专业奖项构成了生态系统的表层。世界VR产业大会、CHINAJOY等展会覆盖全产业链条，成为技术展示和商业合作的集中窗口。XR产业金V奖、金翎奖等奖项体系则建立起行业评价标准，引导产业高质量发展。背后支撑的是从国家到区域的产业联盟网络 and 高校-科研院所-企业的产学研协同机制，它们将分散资源有效整合，加速技术创新与市场转化。

VR技术与文旅、影视、游戏、教育等领域的跨界融合不断拓展应用边界。从专业媒体到主流媒体再到社交平台的多层次传播网络，构建起立体化影响力矩阵。这些要素形成“展示-评价-协作-创新-应用-传播”的完整闭环，为中国VR产业的持续发展奠定了坚实基础。





VR大空间

应用场景与案例分析

OVERVIEW OF WORK CONTENT

第二部分聚焦 VR 大空间的实际落地与应用扩展，围绕区域格局与场景类型展开系统分析：一方面，通过区域对比揭示资源禀赋、政策扶持与内容创新如何塑造不同发展路径；另一方面，展开案例解析，总结商业逻辑、用户特征与运营效果，并进一步提炼主题生态的叙事实验与媒体关注度，呈现 VR 大空间从区域增长到内容生态成熟的扩张轨迹与未来潜力。

VR大空间区域发展分析



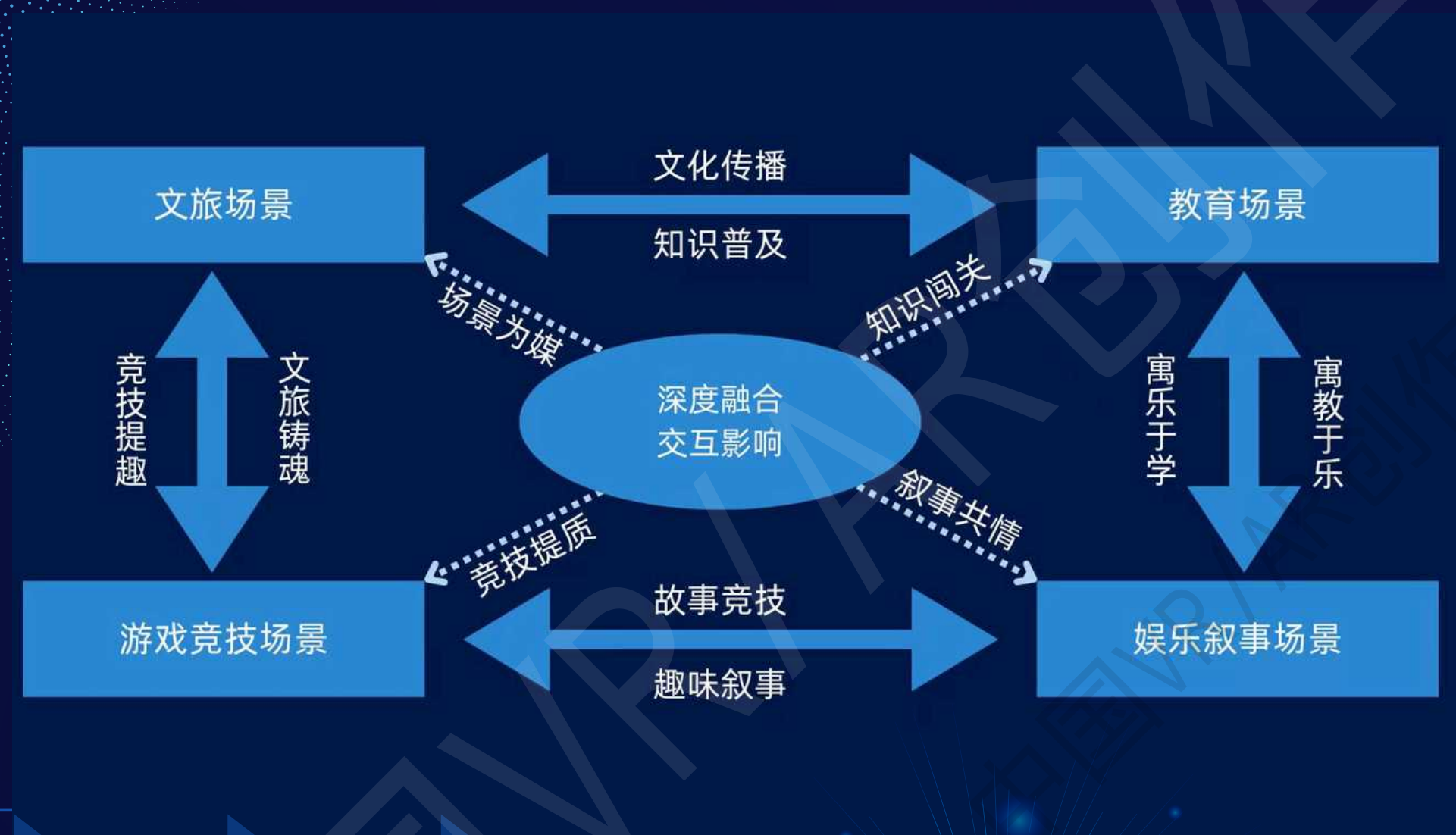
中国 VR 大空间产业正从高速扩张迈向品质驱动增长，形成以**内容 IP 策源地、创新要素集聚地与对外交流先行地**为核心支点的三元结构；在政策、技术、资本与国际化多维力量叠加下，生态正由分散供给走向协同联动，但内容同质化、商业模式脆弱与出海适配仍构成关键瓶颈。



未来 AI、云渲染与跨场景落地将进一步重塑行业边界，使 VR 大空间从文化消费场景成长为数字经济时代的基础设施，在全球 XR 版图中形成更具竞争力的中国路径。

大空间应用场景分析与整合

不同场景融合趋势



VR 大空间技术落地初期，文旅、教育科普、游戏竞技等应用场景呈单一聚焦状态，分类明确且边界清晰。2024年后，随着技术迭代与用户需求升级，多场景深度融合成为主流，不再是简单功能叠加，而是基于需求的功能互补与价值升级。典型案例如《奇遇三星堆》《唐宫夜宴》，实现文化传播、知识普及与互动体验的多重价值。这一转变依托 **5G 与边缘计算的技术支撑，以及政策层面的规范引导**，不仅提升了用户体验丰富度、拓展了产业边界，更使其成为连接多领域的综合载体，为数字经济发展注入新动能。

大空间应用场景分析与整合

场景需求下传统线下、普通VR、VR大空间的体验共性对比

在沉浸式体验技术尚未成熟的年代，人们对场景化需求多依赖传统线下体验，逛博物馆只能隔着玻璃看文物、听讲解员单向讲解。后来普通 VR 的出现打破了地域限制，用户在家就能看到虚拟场景，但体验多局限于1-2平方米的小空间。如今VR大空间的成熟，让三者**在空间自由度、交互自然度、沉浸感**等核心维度形成鲜明对比，推动体验从**“被动接收”向“主动参与”**持续升级。

体验对比				
	传统线下体验	普通VR	VR大空间	核心差异总结
空间自由度	· 严格受物理空间束缚 · 固定路线，区域受限	· Inside-Out追踪，约1-3m移动范围 · 超范围易漂移，依赖手柄“瞬移”	· 激光/视觉定位，支持数百m ² 自由移动 · 毫米级定位误差，虚拟场景同步映射位移	从“固定受限”到“小范围移动”再到“大空间自由行走”
交互自然度	多为单向接收	· 以手柄操作为主 · 缺乏真实触觉反馈	身体交互 + 多感官反馈	从“被动接收”到“简单操作”再到“身体参与的多感官互动”
沉浸感与社交属性	· 场景真实但有限，难以还原历史场景 · 社交局限于面对面	· 多为单人体验，场景为简化模型 · 沉浸感主要在视觉，缺乏社交	1:1还原复杂场景，支持多人实时协作	从“个人局限现实”到“单人浅层沉浸”再到“群体深度沉浸”
体验本质与演进	真实可感，但受时空、物理规则严格限制	突破时空限制，但交互浅、沉浸弱，存在感知割裂	继承现实感知 + 突破虚拟时空，实现“既真实可感，又自由可控”	推动从“被动接收”到“主动参与”，从“小众娱乐”到“多元生活载体”的转型
缺点	· 受时空与物理规则严格限制 · 体验内容与形式固定，难以扩展	· 交互单一，沉浸感浅 · 易产生眩晕感，体验不连贯	· 需专用大场地，部署成本高 · 目前普及度与便捷性仍受限	从“真实但受限”、到“便捷但浅层”、再到“沉浸但较重”

VR大空间叙事主题

维度一：身体

定义：用户的物理身体如何介入虚拟空间。

精彩设计：“重定向行走”让有限空间在感知上无限大；“体感叙事”利用风、热、震动欺骗大脑。

维度三：协作

定义：多用户之间如何互动。

精彩设计：神话类的“仪式性分工”（共同补天）；科幻类的“非对称博弈”（灵魂模式干扰战局）。

VR大空间四大叙事主题—四维特征雷达图



维度二：身份

定义：用户在故事中是谁，拥有什么权限。

精彩设计：从“旁观者”转变为“时代亲历者”；甚至在科幻中通过信息不对称（指挥官VS驾驶员）强化身份差异。

维度四：认知

定义：体验如何影响用户的理解与情感。

精彩设计：历史类的“环境叙事”（建筑本身在说话）；科普类的“试错学习”（坠毁后修正数据）。

VR大空间叙事主题

VR大空间叙事通过文旅历史、神话史诗、科幻冒险、科普探索四大叙事主题，在身体、身份、协作、认知四个维度上重构了人类体验故事的方式。

维度	文旅历史类	神话史诗类	科幻冒险类	科普探索类
核心叙事目的	文化复原与共融；唤醒集体记忆，连接过去与现在	仪式体验与崇高感；重现神话仪式，连接集体意识	未来想象与生存博弈；满足对未知的焦虑与好奇	知识内化与技能实训；从“被告知”转向“主动发现”
身体	“以足代笔”；漫步、凝视、触发叙事节点	“全感体感”；大幅度动作、受击反馈、仪式手势	“战术动作”；跑动、闪避、物理掩体互动	“尺度变换”；微 / 宏观视角切换、精细操作
身份	亲历者 / 时空旅人；打破“玻璃墙”，作为场景一部分	英雄 / 神选者；强宿命感，通过仪式确认身份	战士 / 幸存者 / 指挥官；强危机感，非对称的信息掌握	实习生 / 研究员；职业化身份，强调流程严谨性
协作	弱协作；并行体验，各自感悟，偶尔分享	强协作（仪式）；命运共同体，高同步完成任务	强协作（博弈）；策略制定，资源分配，互救互助	职业协作；流水线式作业，数据共享与确认
认知	环境叙事与情境学习；建筑与细节本身即叙事，构建有温度的情感记忆	通过生理反馈让大脑“相信”超自然；连接潜意识	将抽象概念具象化；预测未来的技术伦理困境	从“告知真相”转向“验证规律”；在失败中深度学习
典型案例	《消失的法老》、《长安三万里》、《风起洛阳》	《临境·山海经》、《封神·朝歌》	《三体游戏》、《鱿鱼游戏 VR》	《无界星标》、《绿野奇遇》