

2021年中国VR线下体验店产业分析报告- 市场深度调研与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国VR线下体验店产业分析报告-市场深度调研与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/532125532125.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

VR体验的内容包括游戏、影视、直播等形式，其中游戏占比最重，在线下VR体验馆的服务中，也是以VR游戏为主要服务项目，消费者中低龄儿童占比最重。大部分的VR体验馆通常会推出餐饮等增值服务，通过快餐和水吧等服务来减小经营的成本。在设备销售方面，VR设备销售也借鉴了新零售模式，采用线下体验和线上购买相结合的形式。

在VR线下体验店游戏题材偏好情况方面，目前不同游戏题材带来的体验和期望是有一定差距的，因此未来VR体验馆会非常倚重游戏内容的主题，战斗冒险类设备比例占比为29.5%，位居榜首；排名第二的是探索体验类，占比为28.4%；排名第三的是恐怖刺激类，比例占比为17.5%；排名第四的是密室解密类，占比12.7%；排名占比第五的是交互剧情类，占比8.2%；排名第六的是创造设计类，占比3.7%。

不同题材类型游戏需求偏好占比 资料来源：商业资料整理

VR线下体验店价格偏好占比 资料来源：商业资料整理

在用户体验VR时的实际障碍分布上，价格高是首要的问题，体验一次VR游戏可能只有十几分钟，但价格却在几十元甚至更多，因此很多用户会因价格问题对VR望而却步。目前国内VR线下体验店的价格主要集中在单次15分钟左右收费20-200元。

线下VR体验馆是近几年发展起来的新兴行业，消费者还在接触的萌芽期，各地区城市线下VR体验馆品牌种类繁多，消费者对线下VR体验馆体验馆的品牌偏好不是很看重。

相对于线下VR体验馆的品牌偏好，消费者对VR体验馆主要选择场所偏好更为突出。线下VR体验馆主要靠近流量中心，有接近七成的VR体验馆选择开在流量集中地点。但是一线城市的流量中心地点是有限的，远远不够用，因此需要实力和资源的加持，现实是，大多VR体验馆无法挤进流量中心地。

购物中心是最理想的地方，满足了两个要素，人流量巨大，而且区域内消费者乐于消费且大多喜欢尝试新鲜事物;其次是娱乐休闲场所，依附于网咖、KTV、电玩城等地，这里的消费者喜欢电子游戏，容易接受VR带来的全新游戏体验;固定人流处，比如写字楼和小区等，相对固定的人流容易培养长期用户，积累稳定的消费人群。

VR线下体验店分布消费者偏爱场所 资料来源：商业资料整理

VR外设对于使用体验的影响较大，外设的新鲜感是消费者喜爱的，新潮的外设容易引起消费者好奇。

在VR线下体验店外设类型情况方面，枪械类设备比例占比为24%，位居榜首；排名第二的是儿童类，占比为23%；排名第三的是跑步机，比例占比为20%。在外设类型的比例上，枪械类、跑步机和赛车类都是很受欢迎的外设类型，这些外设类型注重感官上的刺激，容易吸引消费者尝试和观众的观看；儿童类占比排在第二是市场因素，VR游戏对儿童有很强的吸引力，家长也乐于让孩子尝试新鲜科技。

VR线下体验店外主要设类型占比 资料来源：商业资料整理

北京身临其境文化股份有限公司是中国领先的虚拟现实娱乐商业化解决方案提供商。公司采取了直营店和加盟店相结合的连锁经营模式，通过符合中国国情的线下虚拟现实体验馆、虚拟现实游乐园等实体店向个体消费者提供丰富的虚拟现实娱乐体验。公司的发展目标是成为国内最大的虚拟现实硬件设备与技术提供商、内容提供商和平台运营商。

身临其境产品主要以中小學生研学旅行营地\基地、安全教育科普基地、VR娱乐主题公园等多种形式进行落地，能够高效地与旅游景区、文旅地产、农旅地产、特色小镇、商业综合体、田园综合体、产业园区等项目进行定制化结合,可持续为各类客户提供集课程内容、专题教室、规划建设、软硬件技术、资质申报及运维管理一站式智慧化整体解决方案。

北京身临其境文化股份有限公司是中国的虚拟现实娱乐商业化解决方案提供商。公司专注于虚拟现实娱乐内容开发及周边硬件外设研发，采取了直营店和加盟店相结合的连锁经营模式，通过符合中国国情的线下虚拟现实体验馆、虚拟现实游乐园等实体店向个体消费者提供丰富的虚拟现实娱乐体验。

2019年北京身临其境文化股份有限公司主要经济指标走势

经济指标

资产总额（千元）

10529.6255

营业收入（千元）

4709.3348

利润总额（千元）

-17237.2834

流动资产（千元）

10033.5383

负债总额（千元）

40560.3689 数据来源：公司财报

2019年北京身临其境文化股份有限公司盈利指标走势

盈利能力

资产收益率 (%)

-163.70

销售利润率 (%)

-366.02 数据来源：公司财报

2019年北京身临其境文化股份有限公司负债指标走势

偿债能力

资产负债率 (%)

385.20

流动资产比率 (%)

0.25 数据来源：公司财报

2019年北京身临其境文化股份有限公司运营能力指标走势

经营能力

总资产周转率 (次)

0.45

流动资产周转率 (次)

0.47 数据来源：公司财报

2019年北京身临其境文化股份有限公司成长能力指标走势

成长能力

销售增长率 (%)

-64.32

利润增长率 (%)

-11.07 数据来源：公司财报

合作优势：2019年5月22日，身临其境应邀参加在北京市元大都城垣遗址公园的北京朝阳区公共安全馆广场开展的全国性的防灾减灾日系列活动启动仪式。活动现场，身临其境向公众和学生们展示和提供了消防安全、交通安全、校园安全、安全隐患排查等安全教育科普展项。助VR、AI、AR、全息互动、多媒体互动、裸眼3D等技术，使公众和学生获得一种身临其境的感官效果，并通过培训学会在自然灾害和人为灾难发生时可以自救与互救。

2019年6月27日至29日，身临其境创始人刘宣付受邀参加以“VR融合发展 创新引领未来”为主题的2019国际虚拟现实创新大会。来自国内外的1,000余家虚拟现实领域知名科研机构和企业齐聚青岛国际会展中心，共同开启一场聚焦行业前沿的虚拟现实产业盛会。会议上，身临其境创始人刘宣付与青岛崂山区政府签订战略合作协议，双方围绕安全教育、智慧研学旅行等产品、市场资源要素精准对接、深度融合达成共识。

管理优势：北京身临其境文化股份有限公司深耕多年，积累的了技术、人才、管理等优势。身临其境以首创的智慧型研学综合解决方案为核心，遵循“装备课程化”、“课程场馆化”、“课程视频化”研发理念，秉承“课程先行”原则，为各类行业客户提供研学旅行营地课程建设、营地建设、资质申报及项目运营管理于一体的系统服务。身临其境以研学旅行智慧云平台为载体，(由云数据、云管理、云课程、云安全、云营销等组成)，以行业大数据为支撑，帮助中国研学旅行营地（基地）提档升级。

技术优势：哇噻虚拟现实体验馆是虚拟现实商业化解决方案供应商（身临其境全资子公司北京太阳系传媒技术有限公司）旗下品牌。虚拟现实技术是利用电脑模拟产生一个三维空间的虚拟世界，提供给用户关于视觉、听觉、触觉等感官的模拟，让用户有身临其境的感觉。“哇噻快乐吧”严格按照国际标准ISO9001进行生产和产品控制，以工匠精神打造业界良心品质。核心技术自主研发，全方位线上线下售后服务，保障设备维护、内容更新、系统升级、尊享专业服务，使得放心经营毫无后顾之忧。

“身临其境互动影院”集多项高新技术于一身，使用了中国领先的3D立体成像、动漫制作技术、光电技术等技术,是高科技文化娱乐项目也是现代系统集成科技的典范。“身临其境互动影院”院线联盟，按照院线运营标准运营的互动影院。仅收取低额的票房分成盈利，所有片源独家提供。运用PC互联网、移动互联网、微博等媒体推广影片内容，真正实现线上推广线下消费。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国VR线下体验店产业分析报告-市场深度调研与发展动向预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国VR线下体验店行业发展概述

第一节 VR线下体验店行业发展情况概述

- 一、VR线下体验店行业相关定义
- 二、VR线下体验店行业基本情况介绍
- 三、VR线下体验店行业发展特点分析
- 四、VR线下体验店行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、VR线下体验店行业需求主体分析

第二节 中国VR线下体验店行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、VR线下体验店行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国VR线下体验店行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国VR线下体验店行业生命周期分析

- 一、VR线下体验店行业生命周期理论概述
- 二、VR线下体验店行业所属的生命周期分析

第四节 VR线下体验店行业经济指标分析

- 一、VR线下体验店行业的赢利性分析
- 二、VR线下体验店行业的经济周期分析
- 三、VR线下体验店行业附加值的提升空间分析

第五节 中国VR线下体验店行业进入壁垒分析

- 一、VR线下体验店行业资金壁垒分析
- 二、VR线下体验店行业技术壁垒分析
- 三、VR线下体验店行业人才壁垒分析
- 四、VR线下体验店行业品牌壁垒分析
- 五、VR线下体验店行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球VR线下体验店行业市场发展现状分析

第一节 全球VR线下体验店行业发展历程回顾

第二节 全球VR线下体验店行业市场区域分布情况

第三节 亚洲VR线下体验店行业地区市场分析

- 一、亚洲VR线下体验店行业市场现状分析
- 二、亚洲VR线下体验店行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲VR线下体验店行业市场前景分析

第四节 北美VR线下体验店行业地区市场分析

- 一、北美VR线下体验店行业市场现状分析
- 二、北美VR线下体验店行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美VR线下体验店行业市场前景分析

第五节 欧洲VR线下体验店行业地区市场分析

- 一、欧洲VR线下体验店行业市场现状分析
- 二、欧洲VR线下体验店行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲VR线下体验店行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界VR线下体验店行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球VR线下体验店行业市场规模预测

第三章 中国VR线下体验店产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品VR线下体验店总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国VR线下体验店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国VR线下体验店产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国VR线下体验店行业运行情况

第一节 中国VR线下体验店行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国VR线下体验店行业市场规模分析

第三节 中国VR线下体验店行业供应情况分析

第四节 中国VR线下体验店行业需求情况分析

第五节 我国VR线下体验店行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国VR线下体验店行业供需平衡分析

第七节 中国VR线下体验店行业发展趋势分析

第五章 中国VR线下体验店所属行业运行数据监测

第一节 中国VR线下体验店所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国VR线下体验店所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国VR线下体验店所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国VR线下体验店市场格局分析

第一节 中国VR线下体验店行业竞争现状分析

一、中国VR线下体验店行业竞争情况分析

二、中国VR线下体验店行业主要品牌分析

第二节 中国VR线下体验店行业集中度分析

一、中国VR线下体验店行业市场集中度影响因素分析

二、中国VR线下体验店行业市场集中度分析

第三节 中国VR线下体验店行业存在的问题

第四节 中国VR线下体验店行业解决问题的策略分析

第五节 中国VR线下体验店行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国VR线下体验店行业需求特点与动态分析

第一节 中国VR线下体验店行业消费市场动态情况

第二节 中国VR线下体验店行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 VR线下体验店行业成本结构分析

第四节 VR线下体验店行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国VR线下体验店行业价格现状分析

第六节 中国VR线下体验店行业平均价格走势预测

一、中国VR线下体验店行业价格影响因素

二、中国VR线下体验店行业平均价格走势预测

三、中国VR线下体验店行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国VR线下体验店行业区域市场现状分析

第一节 中国VR线下体验店行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区VR线下体验店市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区VR线下体验店市场规模分析

四、华东地区VR线下体验店市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区VR线下体验店市场规模分析

四、华中地区VR线下体验店市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区VR线下体验店市场规模分析

四、华南地区VR线下体验店市场规模预测

第九章 2017-2020年中国VR线下体验店行业竞争情况

第一节 中国VR线下体验店行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国VR线下体验店行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国VR线下体验店行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 VR线下体验店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国VR线下体验店行业发展前景分析与预测

第一节 中国VR线下体验店行业未来发展前景分析

- 一、VR线下体验店行业国内投资环境分析
- 二、中国VR线下体验店行业市场机会分析
- 三、中国VR线下体验店行业投资增速预测

第二节 中国VR线下体验店行业未来发展趋势预测

第三节 中国VR线下体验店行业市场发展预测

- 一、中国VR线下体验店行业市场规模预测
- 二、中国VR线下体验店行业市场规模增速预测
- 三、中国VR线下体验店行业产值规模预测
- 四、中国VR线下体验店行业产值增速预测
- 五、中国VR线下体验店行业供需情况预测

第四节 中国VR线下体验店行业盈利走势预测

- 一、中国VR线下体验店行业毛利润同比增速预测
- 二、中国VR线下体验店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国VR线下体验店行业投资风险与营销分析

第一节 VR线下体验店行业投资风险分析

- 一、VR线下体验店行业政策风险分析
- 二、VR线下体验店行业技术风险分析
- 三、VR线下体验店行业竞争风险
- 四、VR线下体验店行业其他风险分析

第二节 VR线下体验店行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国VR线下体验店行业发展战略及规划建议

第一节 中国VR线下体验店行业品牌战略分析

- 一、VR线下体验店企业品牌的重要性

二、VR线下体验店企业实施品牌战略的意义

三、VR线下体验店企业品牌的现状分析

四、VR线下体验店企业的品牌战略

五、VR线下体验店品牌战略管理的策略

第二节 中国VR线下体验店行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国VR线下体验店行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 VR线下体验店行业竞争力提升策略

一、VR线下体验店行业产品差异性策略

二、VR线下体验店行业个性化服务策略

三、VR线下体验店行业的促销宣传策略

四、VR线下体验店行业信息智能化策略

五、VR线下体验店行业品牌化建设策略

六、VR线下体验店行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国VR线下体验店行业发展策略及投资建议

第一节 中国VR线下体验店行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国VR线下体验店行业营销渠道策略

一、VR线下体验店行业渠道选择策略

二、VR线下体验店行业营销策略

第三节 中国VR线下体验店行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国VR线下体验店行业重点投资区域分析

二、中国VR线下体验店行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/532125532125.html>