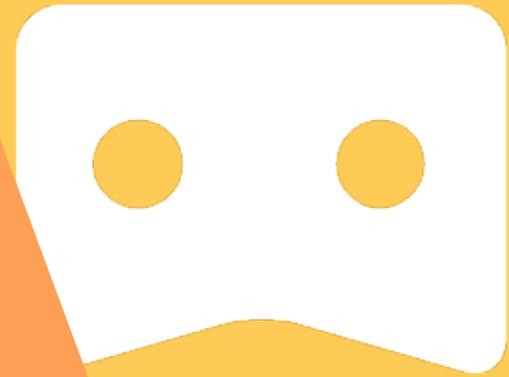


2020 VRCORE

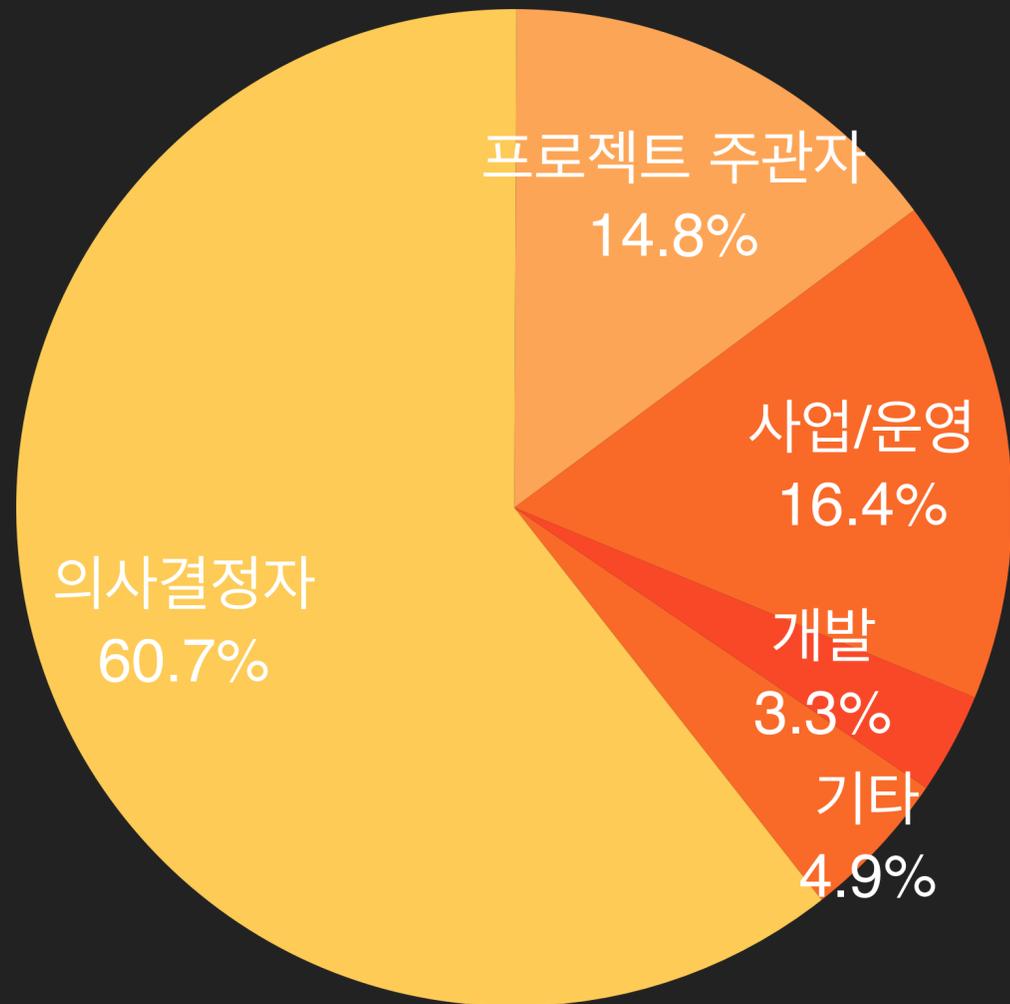
중국 XR 개발자 보고서

초록

1. 들어가는 말
2. 점차 형태를 갖추는 업계구조
 - XR 콘텐츠 팀의 생존 개황
3. 나란히 달리는 2차선
 - XR 콘텐츠 팀 업무 발전 방향
4. 새로운 기술, 새로운 자극
 - XR 콘텐츠 팀 하드웨어, 플랫폼 및 기술 선정 상황
5. 변신과 사수
 - XR 콘텐츠 팀의 발전 수요
6. 마치는 말



설문조사 응답자의 직무별 비중



들어가는 말

2019년은 XR업계에 평온한 한 해였다. 하드웨어로 보면 VR 디바이스는 점차적으로 inside-out 와 독립형 HMD 로 교체 하고 있고 , 새로운 헤드 AR 디바이스는 시장에서 등장하기 시작하면서 개발자에게 더 많은 플랫폼과 더 많은 선택을 제공 했다. 5G도 지난 1년간 VR업계의 키워드가 됐고 VR업계도 신기술이 더 많은 소비자를 창출할 것으로 기대하고 있다.

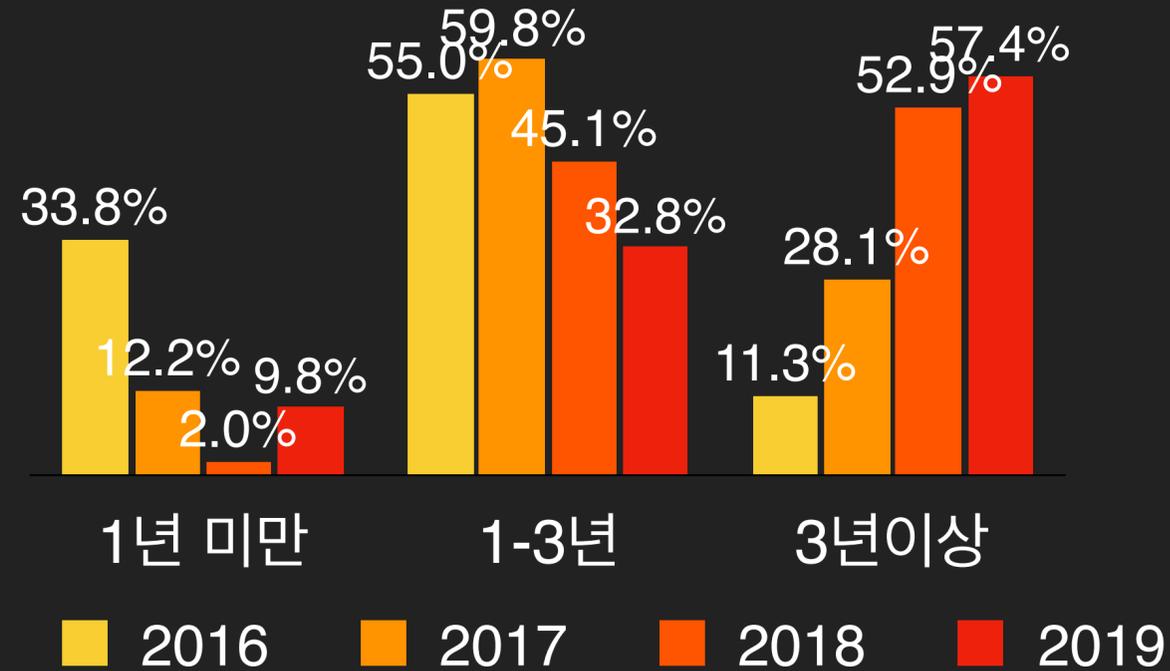
2019년 콘텐츠 개발자의 모습과 2020년의 계획을 직관적으로 전 업체에 전달하기 위해 VRCORE 는 2020년 4월에 설문조사를 실시했다. 조사 참여 인원 중에 의사결정자가 60.7% 를 차지했기 때문에 현재 중국 VR 콘텐츠 연구 개발 팀의 전체적인 모습과 발전 추세를 기본적으로 대표할 수 있다.

점차 형태를 갖추는 업계 구조

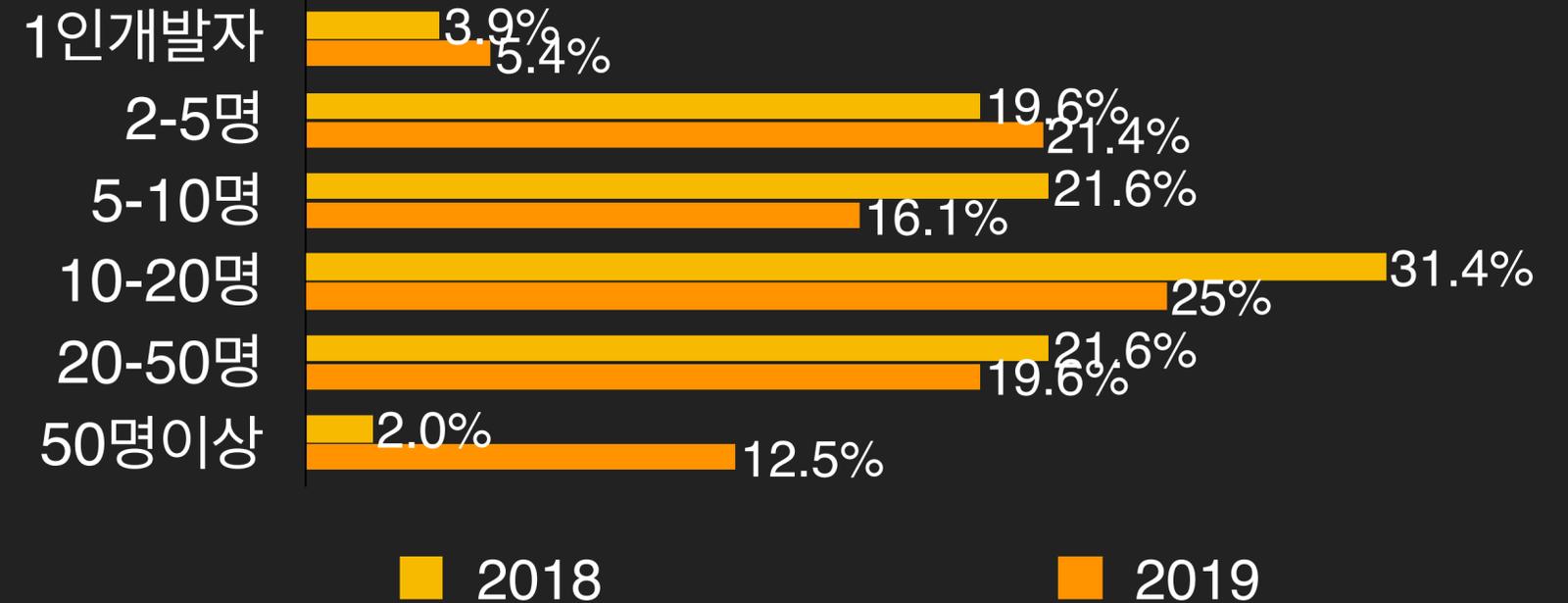
XR콘텐츠 팀 생존 개황

개발팀배경 및 규모

개발팀의 근속년수



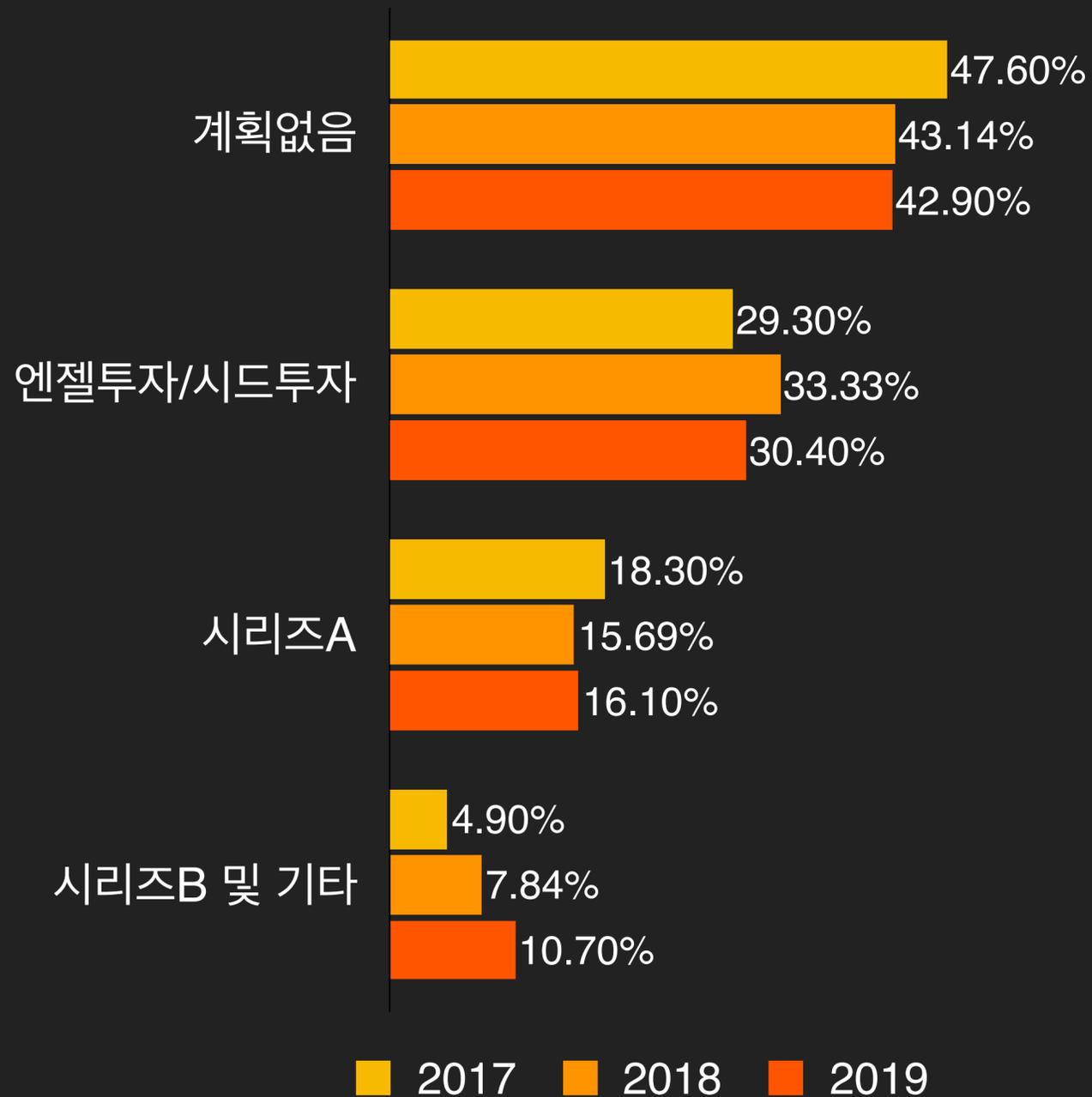
개발팀 인원 수



- 슬럼프를 겪은 후에 2019년 VR 콘텐츠 개발에 새로운 팀이 합류하기 시작했다.
- 그동안 중간 규모 (10-50명) 팀에서 안정적인 업무 지원을 받았던 팀들이 점차 팀 규모를 확대하기 시작하고 안정적인 업무 지원을 받지 못한 팀들이 팀규모가 감축되기 시작했다. 미래에는 팀 규모의 분화가 업무의 축적에 따라 점점 커질 수도 있다.

재무 현황

자금 조달 현황

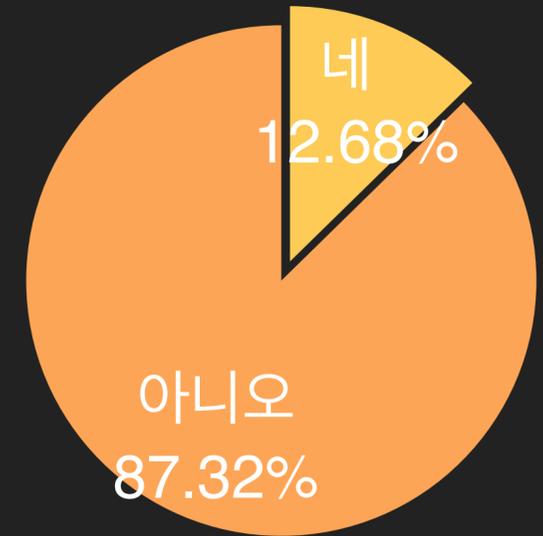


- 자금 조달 방면에서 2019년에 소량 콘텐츠 팀이 여전히 자본의 호감을 사고 주로 엔젤투자/시드투자를 받은 상황에 집중하다. 전체적으로 보면, 콘텐츠 팀의 자금 조달 상황의 전체 구조 변화는 별로 없다.

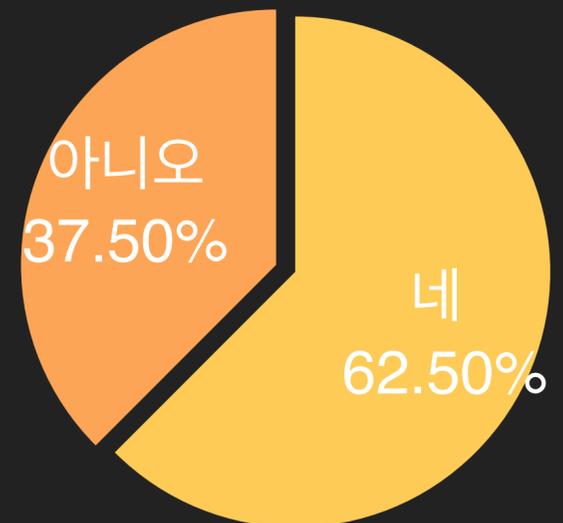
- 추세로 보면, 콘텐츠 팀이 자금 조달을 받을 확률은 점점 낮아질 것으로 보인다 ;

- 콘텐츠 팀은 2020년에 여전히 자금 조달을 유지하는 의향이 적극적인 태도를 보였다.

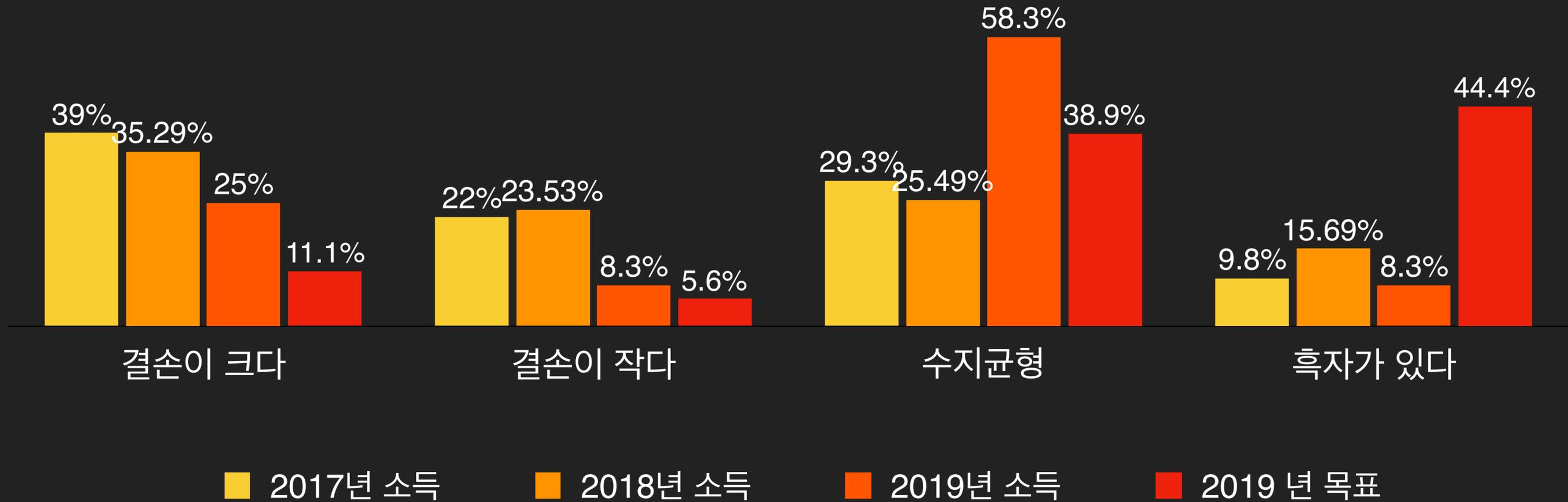
2019 투자유치여부



2020 투자유치 계획



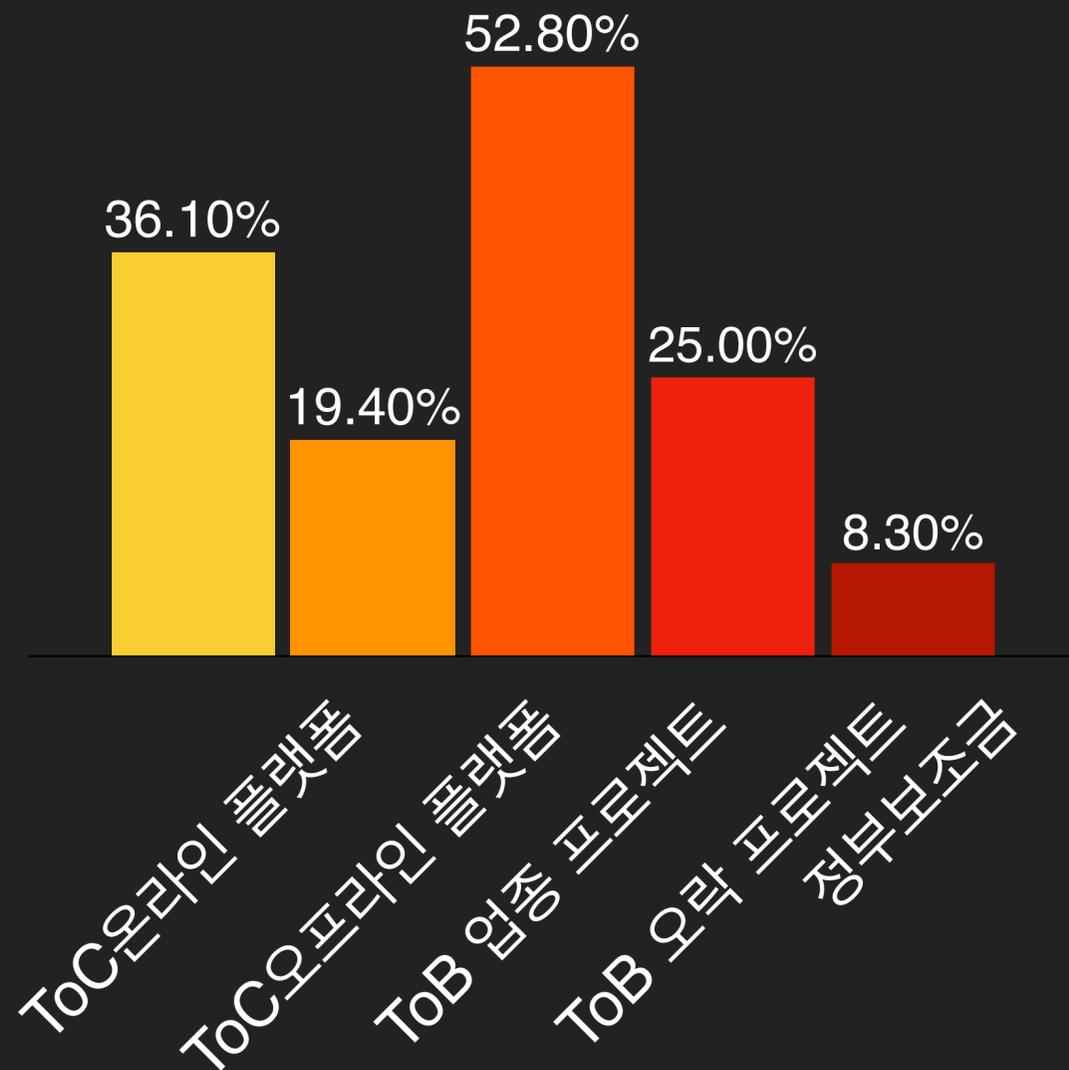
콘텐츠 개발팀 소득상황



- 비교해 보면, 2019년에 수지균형을 이루는 콘텐츠 팀이 최근 몇 년 새 가장 높은 수치로 60%를 차지했다. 반면에 흑자를 내지 못해 안정적인 업무를 얻을 수 없는 팀은 대규모로 탈락했다 ;
- 이와 동시에 이익한 팀의 비율이 다소 떨어졌다는 것을 보였다.

재무 현황

콘텐츠 팀의 수입원(복수선택)

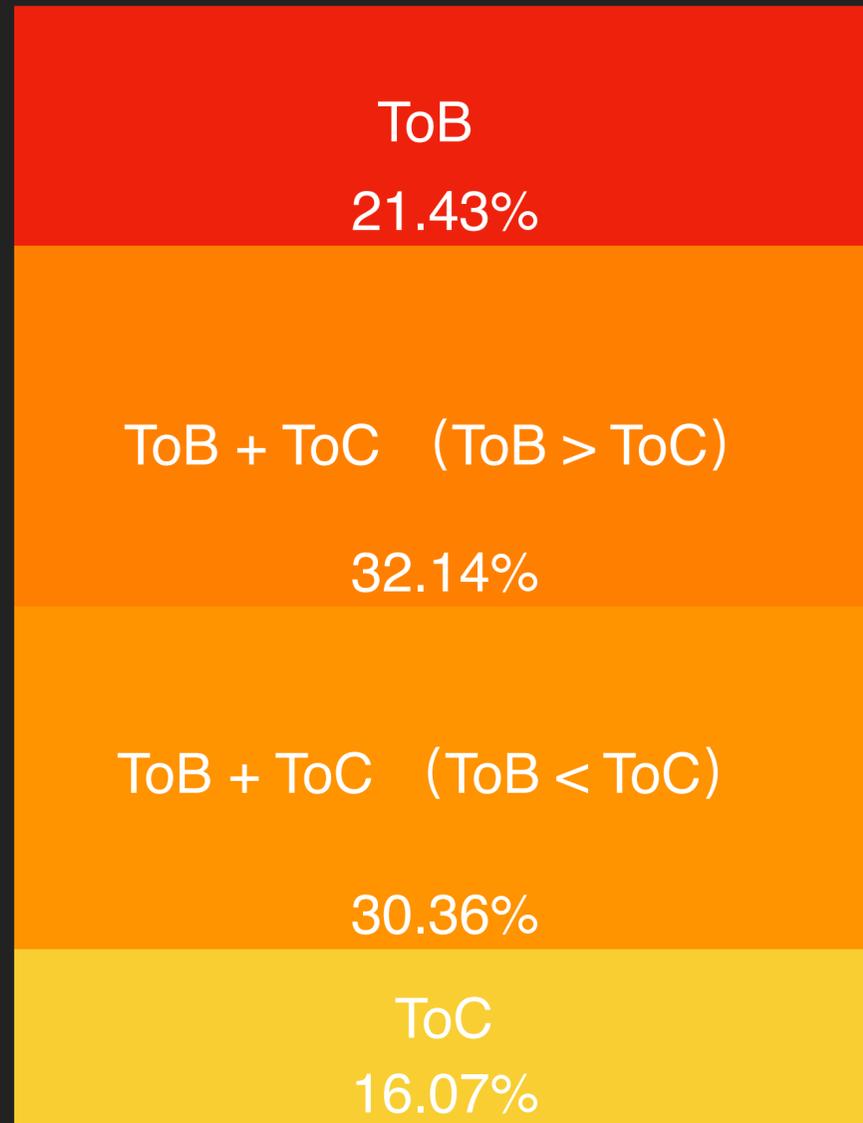


- 현재 ToB업무는 여전히 팀의 주요 수입원이며, 그 중에서 ToB업종 프로젝트가 주요 위치를 차지하고 있다 ;
- ToC 방면에서 온라인 플랫폼은 오프라인 플랫폼보다 더욱 중시되어야 한다. 온라인 이용자 수가 점점 증가하여 시장이 점점 확대되고 있을 뿐만 아니라, 오프라인 플랫폼이 빠른 속도로 미니체험점에서 대형 체인 체험점으로 바뀌어서 오프라인 시장도 점차 쇠퇴하기 때문이다.

나란히 달리는 2차선

XR 콘텐츠 팀 업무 발전 방향

업무 방향

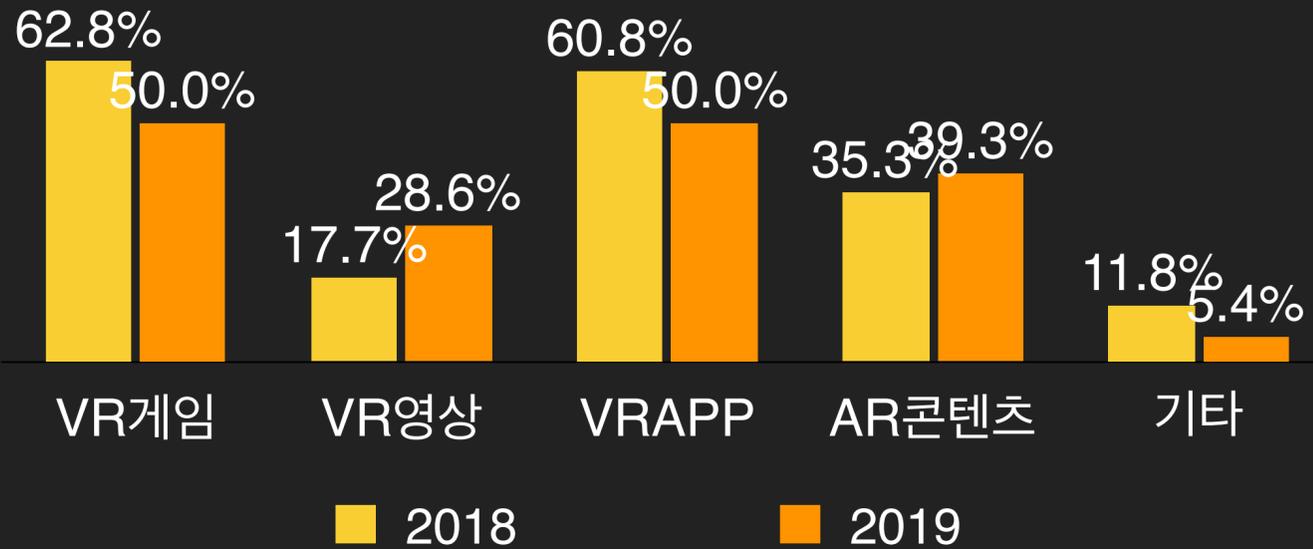


- 2019년에 재무 상태가 좋아지면서 일부 콘텐츠 팀은 여력이 있는 상태에서 ToC 콘텐츠의 개발 시도를 다시 시작했다. 하지만 전체적으로 ToB 콘텐츠가 가져오는 현금흐름은 팀에 아주 중요해서 ToC 콘텐츠만 연구하는 팀은 2018년(22%)보다 다소 하락한다는 것을 나타냈다 ;

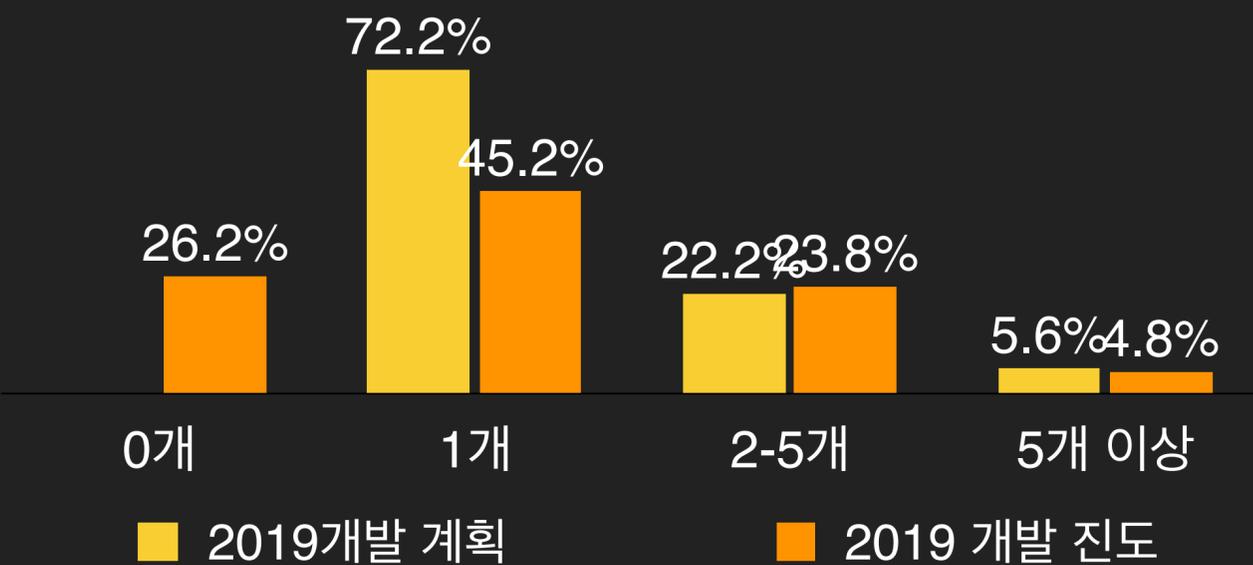
- 앞으로 시장과 업계가 더 성숙해지고 업무의 분화가 더 명확해지면 ToB 와 ToC 업무도 더 분리될 것으로 예견할 수 있다.

TOC 업무 방향

ToC 콘텐츠 카테고리(복수선택)



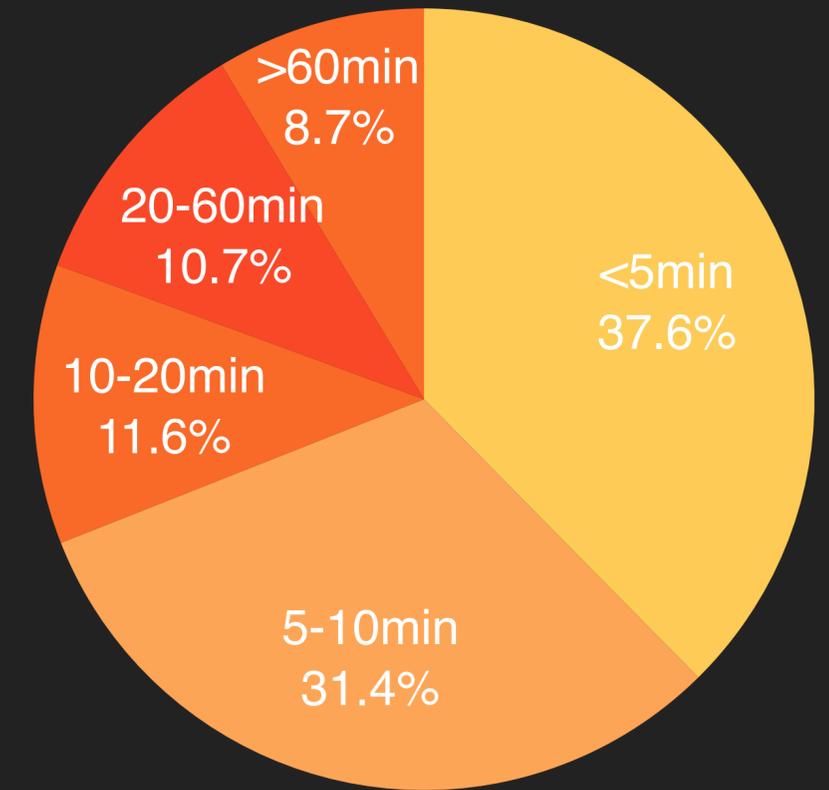
2018년 ToC 콘텐츠 수량



- 지금은 ToC 콘텐츠 중에 게임 콘텐츠가 여전히 주류를 이루고 있는데 2019년에 영상 콘텐츠의 비율이 높아지고 있다. 한편으로는 원래의 게임 콘텐츠 개발팀이 쉽게 ToB콘텐츠로 변신하기 때문이기도 하고, 또 다른 한편으로는 영화 콘텐츠 중의 실제촬영의 예산은 낮은 편이어서 동시에 돌보기 쉽기 때문이기도 하다 ;

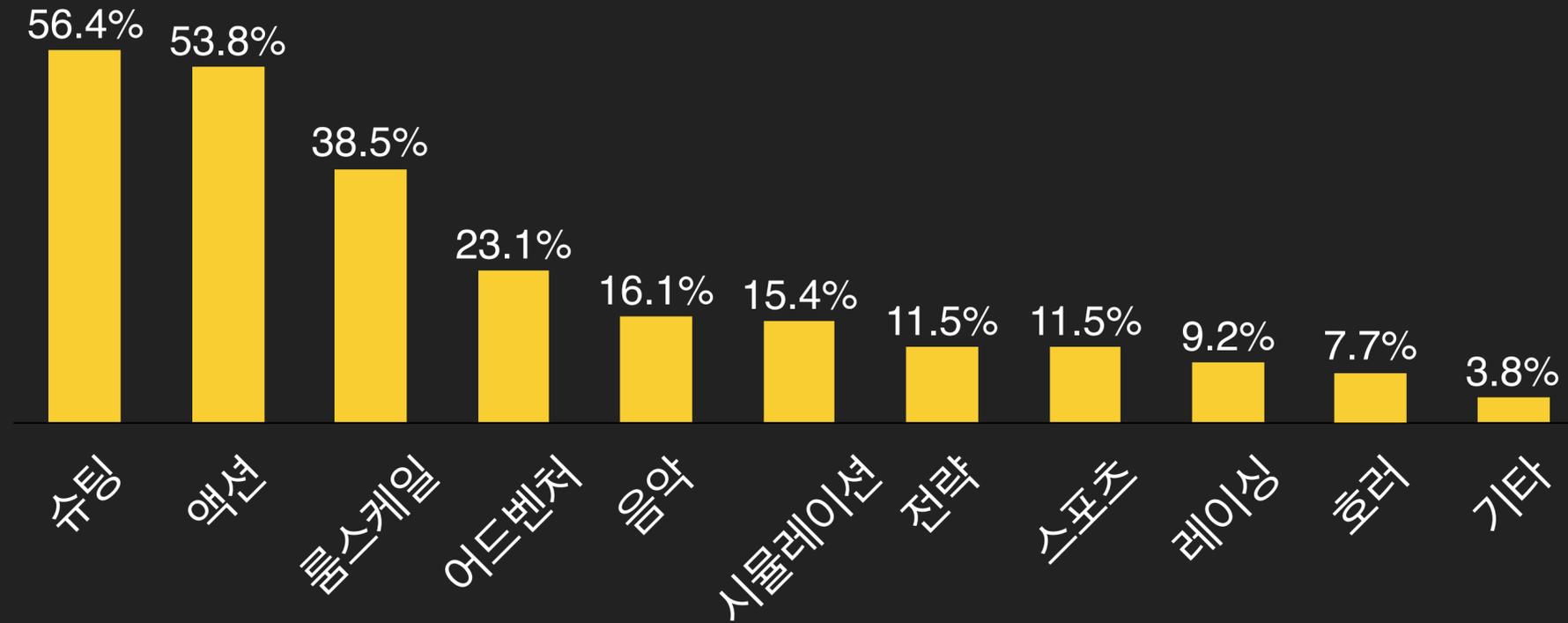
- 영상 콘텐츠의 수량이 상승했기 때문에 작품의 평균 체험시간도 2019년에 비해 다소 단축하다.

콘텐츠 체험시간

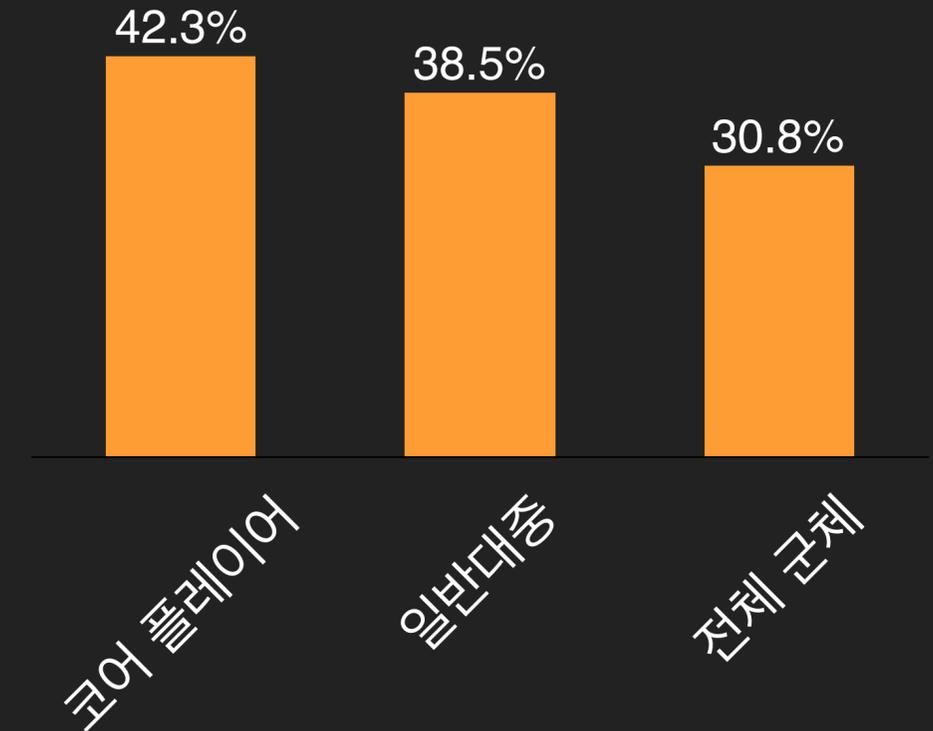


TOC VR 게임

ToC 게임 콘텐츠 장르(복수선택)



ToC 게임 콘텐츠 목표군체(복수선택)



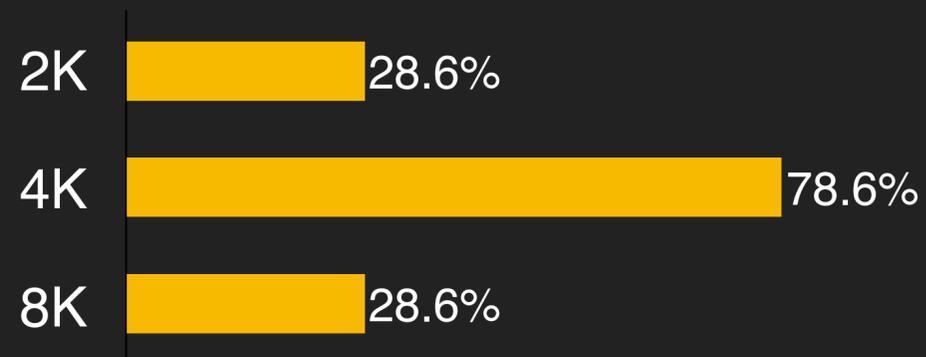
- ToC 게임 콘텐츠 속에 슈팅 및 액션 장르는 여전히 안정되어 1,2위를 차지하고 있다 ;
- 2019년에 룸스케일 게임 체험점이 급속히 확장되어서 40% 콘텐츠 팀이 룸스케일 게임의 개발에 착수하였다 ;
- 아직도 많은 게임이 목표군체를 구분하지 않았다. 이에 우리는 개발자가 될수록 빨리 목표군체를 구분하여 자기 게임의 목표고객을 정확하게 찾을 것을 건의한다. 이는 경쟁이 치열한 온라인 플랫폼에서 두각을 나타낼 수 있도록 도울 것이다.

TOC VR 영상

ToC 영상 콘텐츠 장르(복수선택)



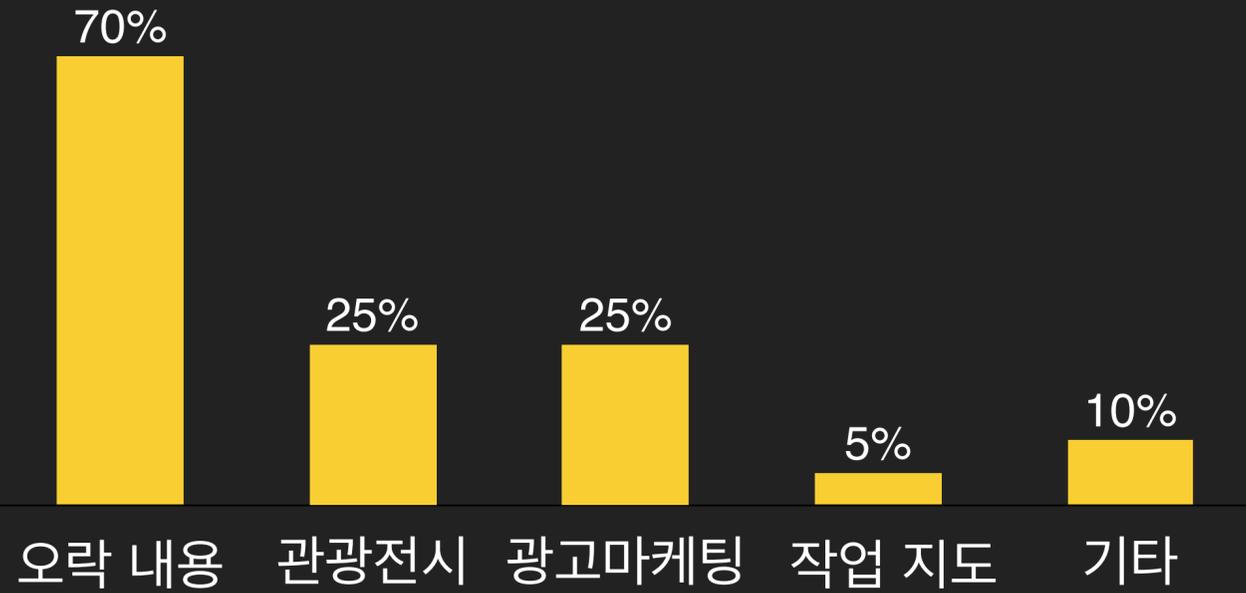
ToC 영상 콘텐츠 해상도



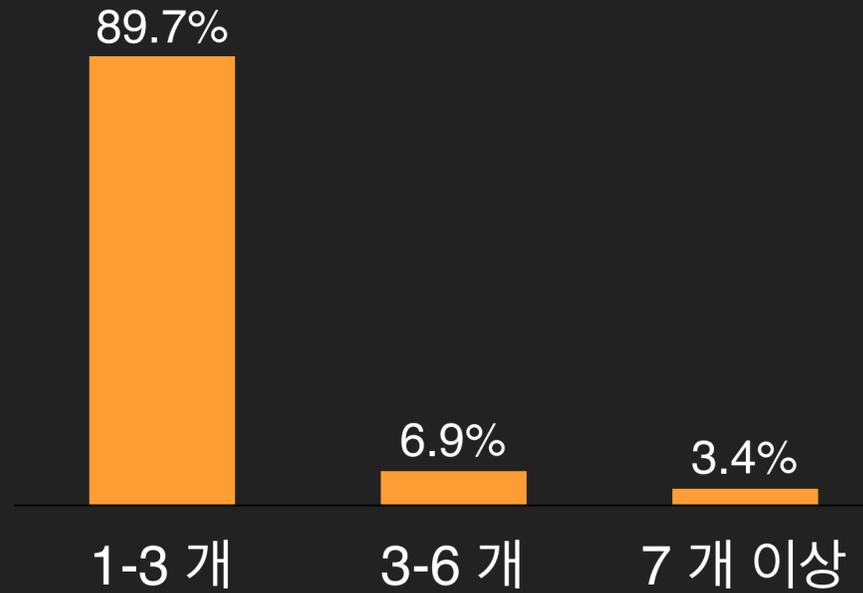
- ToC 영상 콘텐츠중에 아직 각종 장르의 차이는 크지 않다.
- 영상 콘텐츠는 현재 주류인 하드웨어가 지원할 수 있는 4k 해상도를 위주로 한다. 하드웨어가 업데이트에 따라, 미래 영상 콘텐츠의 해상도가 반드시 동시에 증가할 것이다.

TOC AR 콘텐츠

AR 콘텐츠 장르(복수선택)



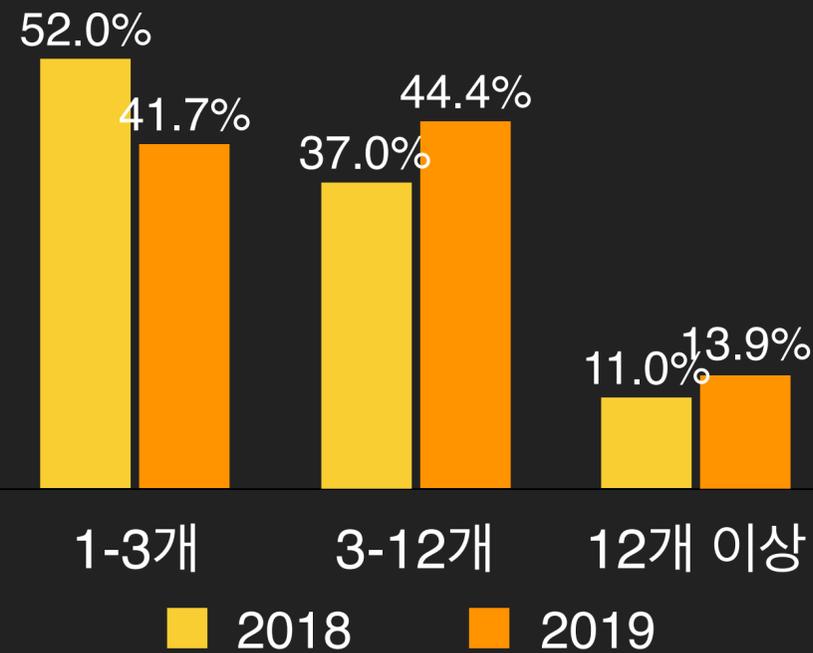
AR 콘텐츠 수량



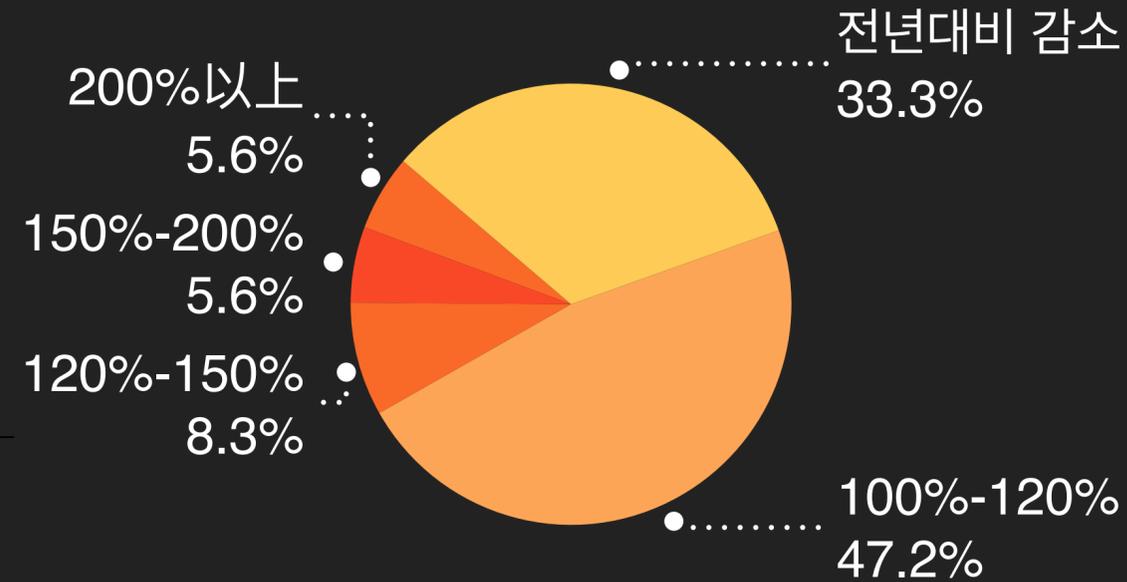
- 많은 오락성 AR콘텐츠가 ToC 를 시작하면서 AR 콘텐츠는 이미 ToC콘텐츠의 중요한 일부가 되었다 ;
- 대부분 ToC 를 연구한 AR콘텐츠 팀은 지난 1년 동안 1-3개 콘텐츠를 완성하였다.

TOB 프로젝트 개황

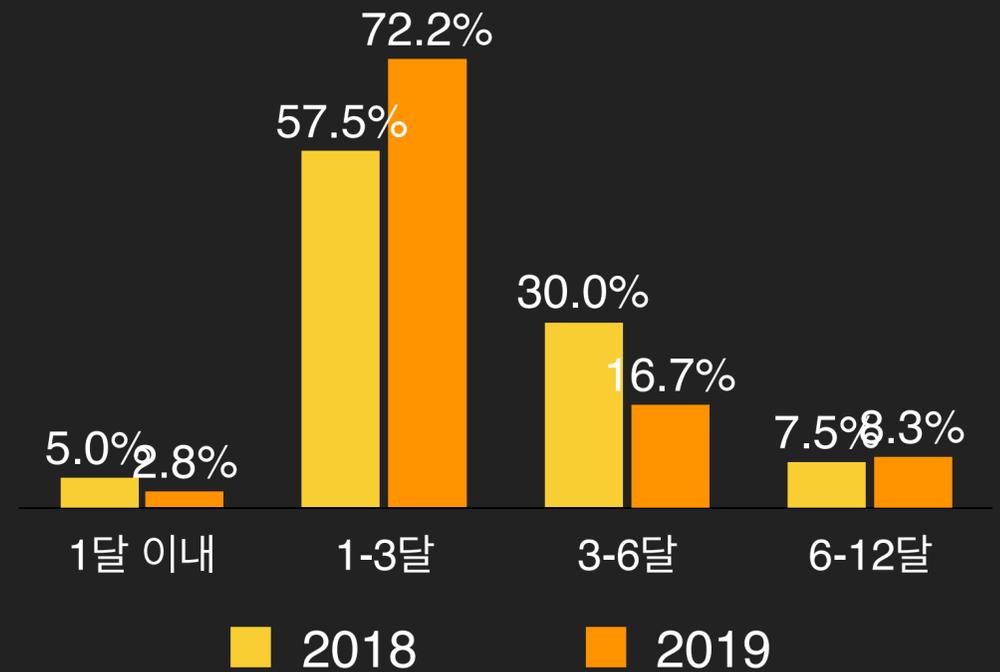
ToB 프로젝트 수량



TOB프로젝트 수량의 연간증감률



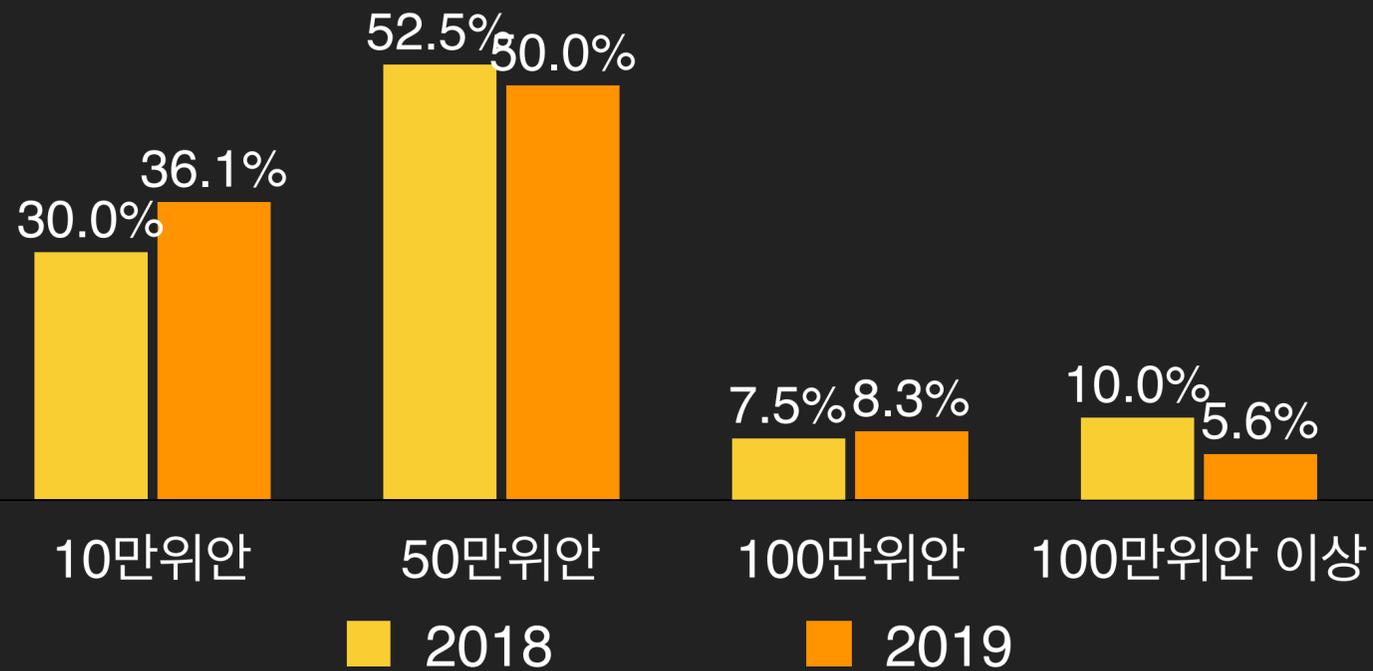
ToB프로젝트의 연구개발 주기



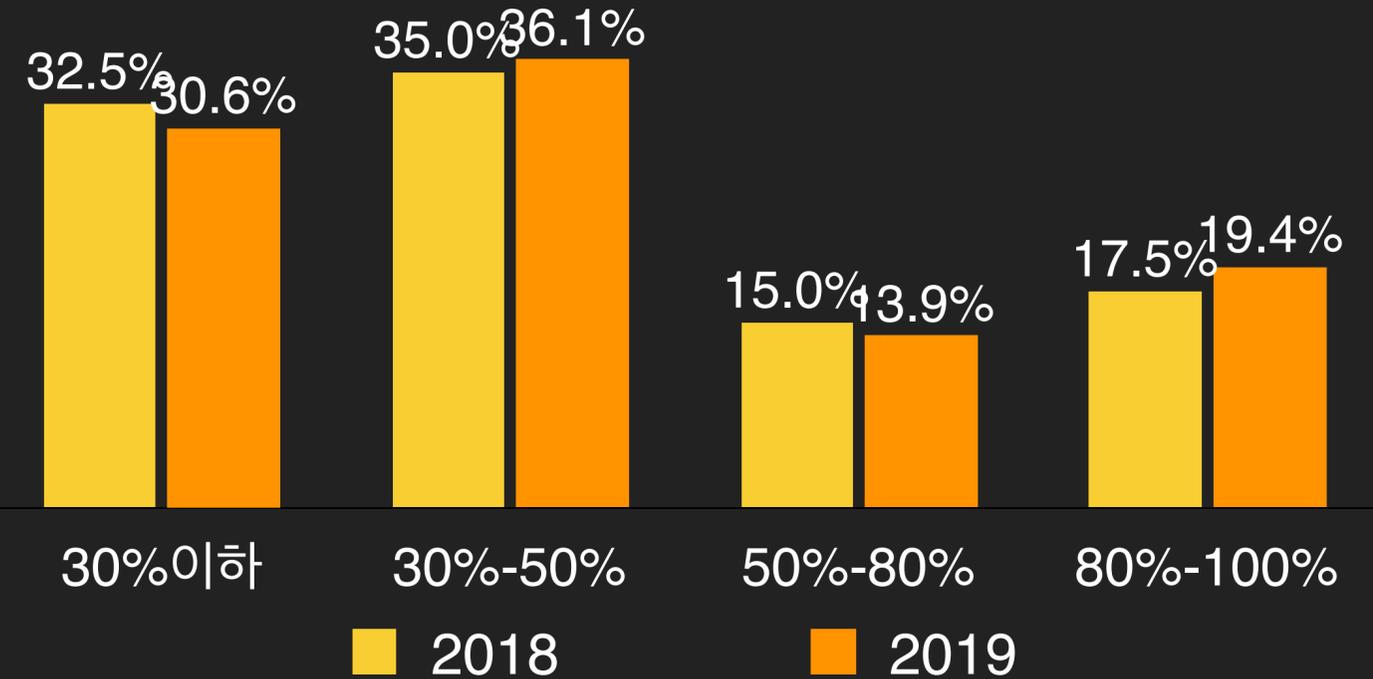
- ToB방면에서 전체적으로 볼 때, 2019년에 콘텐츠 팀의 수주량이 보편적으로 증가하여, 30% 정도의 콘텐츠 팀만 프로젝트 수량이 감소하는 상황이 나타났다 ;
- 이와 함께 ToB프로젝트의 연구개발 주기도 단축되어, 3개월 이내인 프로젝트가 75%를 차지했다.

TOB프로젝트 개황

ToB프로젝트의 평균 사업비



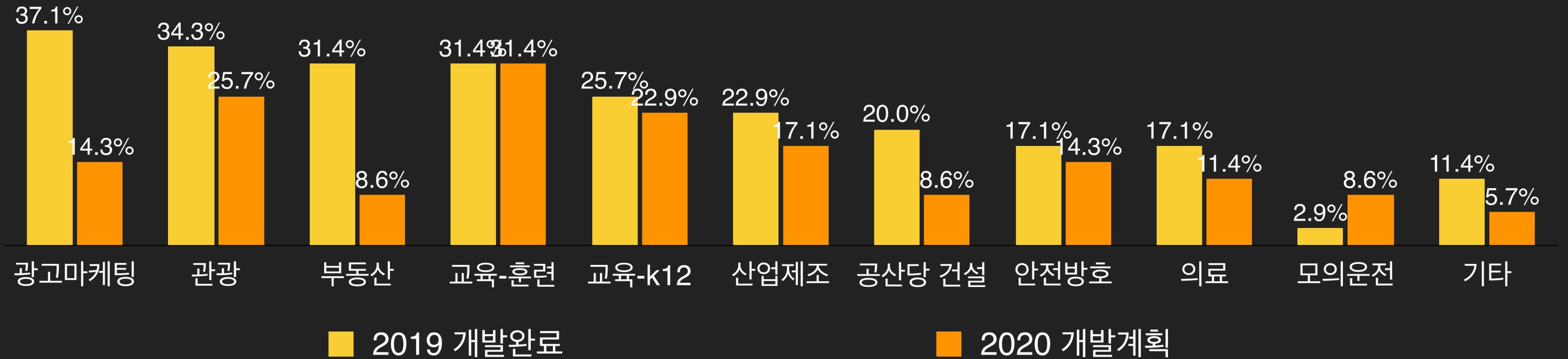
프로젝트당 XR(콘텐츠및 하드웨어 포함)의 사업비 비중



- 사업비로 보면 XR프로젝트의 사업비는 여전히 소수이며 2018년보다 더 낮아진 상황이다 ;
- ToB프로젝트로 보면 XR프로젝트는 주체 부분이 아니었다. 단지 30% XR프로젝트의 사업비가 전체 사업비의 절반을 초과한다. 더 많은 프로젝트에서 XR부분은 여전히 멀티미디어로서 존재 일 뿐이다.

TOB프로젝트 방향

ToB 업종 콘텐츠 장르(복수선택)



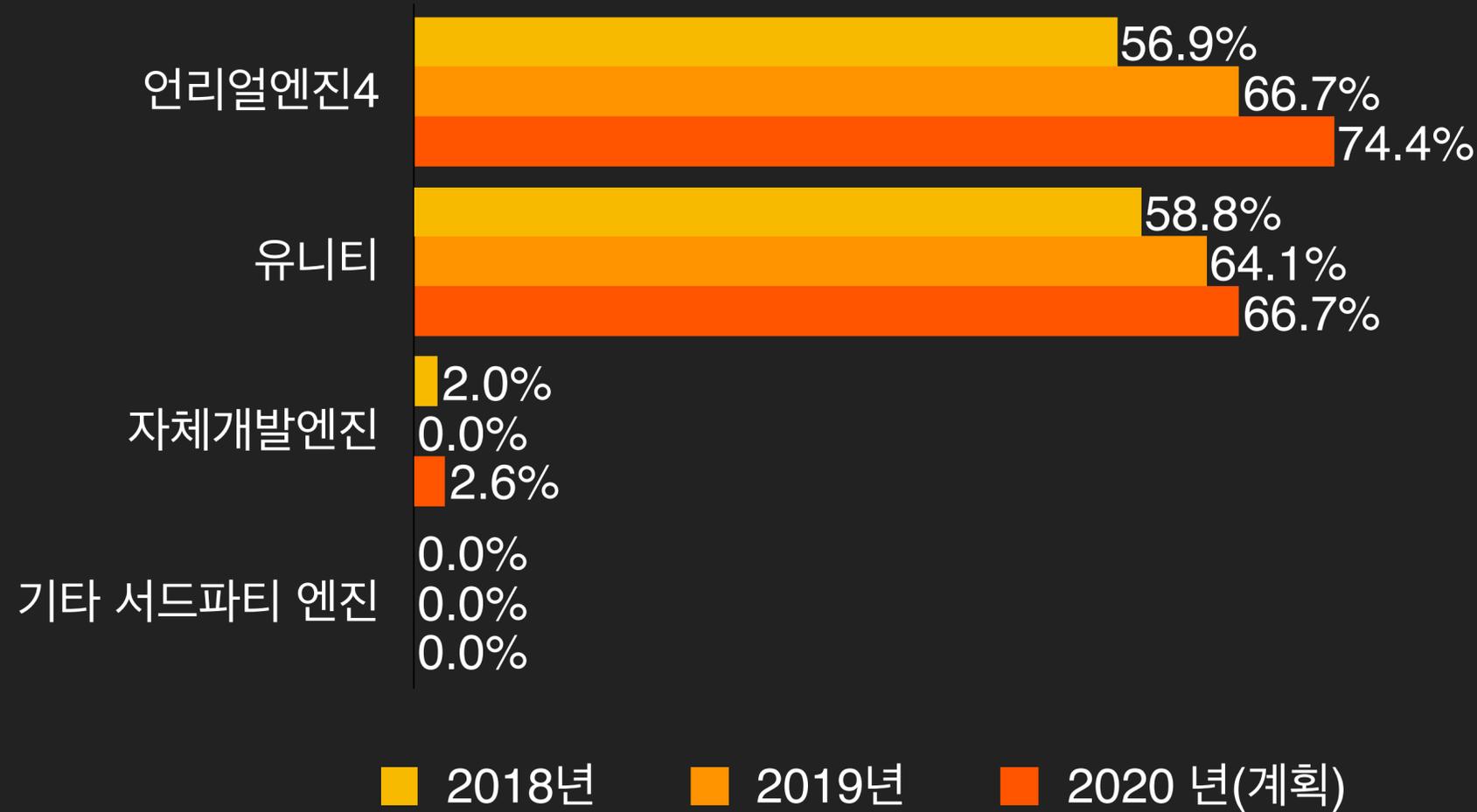
- 업종으로 보면 마케팅, 관광, 부동산, 교육은 주요 프로젝트의 장르인데 2020년의 개발계획속에 마케팅, 부동산은 계속 선두를 차지하지 않다 ;
- 개발팀은 교육과 산업제조등의 분야를 확대하기를 원했다. 이런 분야는 콘텐츠 제작량이 적고 상품화가 쉬워 더 높은 이윤을 가져올 수 있기 때문이다.

새로운 기술, 새로운 자극

XR 콘텐츠 팀 하드웨어, 플랫폼 및 기술 선정 상황

개발툴의 선정

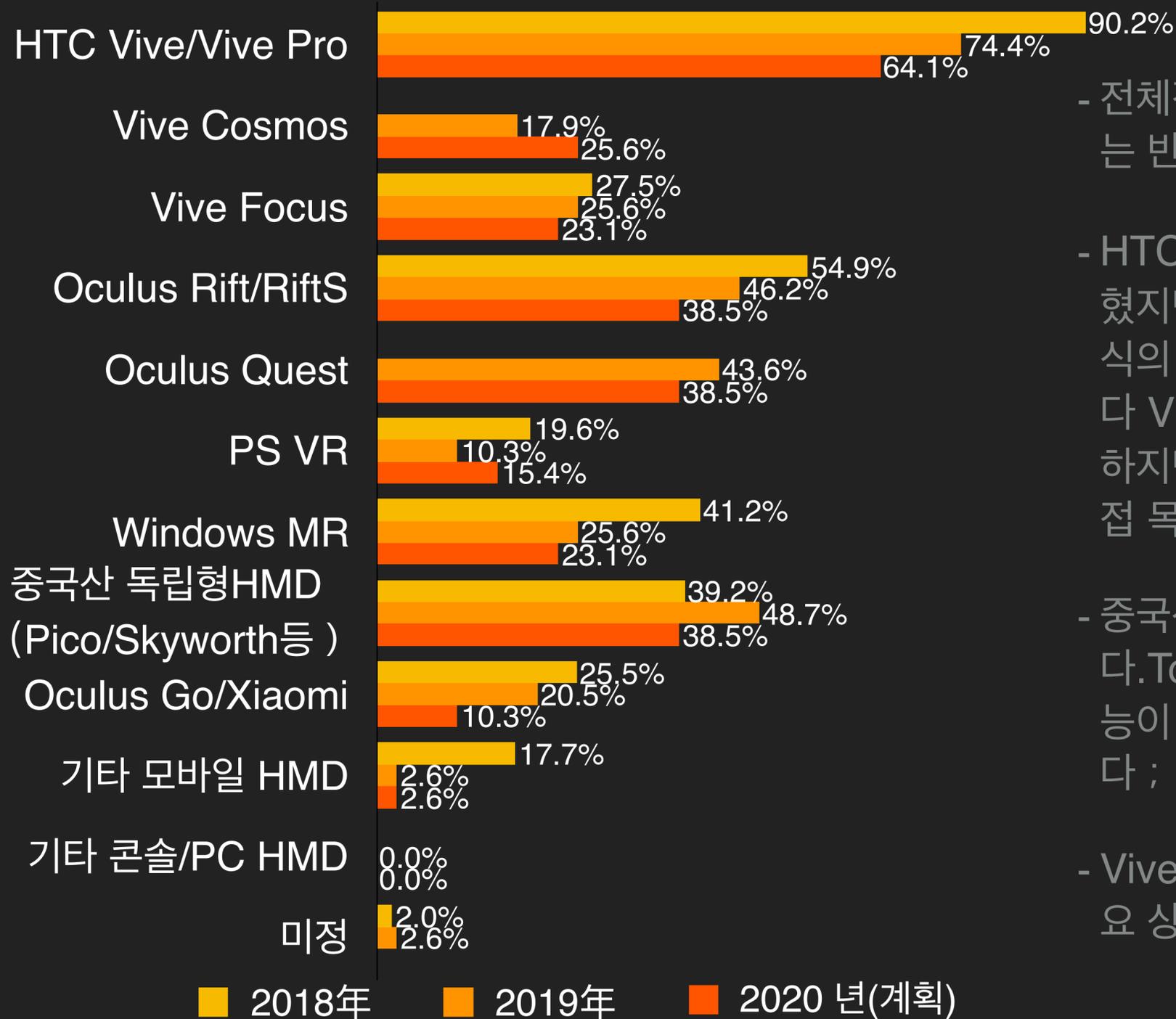
개발툴의 선정 상황



- 언리얼엔진4와 유니티의 사용상황은 뚜렷한 차이가 없지만 2020년의 계획중에 유니티가 선두적인 우세가 있는 것을 보여준다 ;
- 두 엔진 작업을 선택한 팀의 비율은 2018년 15%에서 2019년 30%로 빠르게 상승하고 2020년에 40%로 지속적으로 끌어올리는 것을 계획이다. 두 엔진의 사용은 팀의 기술력을 풍부하게 할 수 있을 뿐만 아니라, 다양한 요구에 대처할 때도 유연한 솔루션을 제공함으로써 ToB 프로젝트에서 팀의 경쟁력을 높일 수 있다.

VR 디바이스의 선정

VR 디바이스의 선정(복수선택)



- 전체적으로 보면 콘솔/PC HMD의 사용률이 떨어지고 있는 반면에 독립형 HMD의 사용률이 상승하고 있다 ;

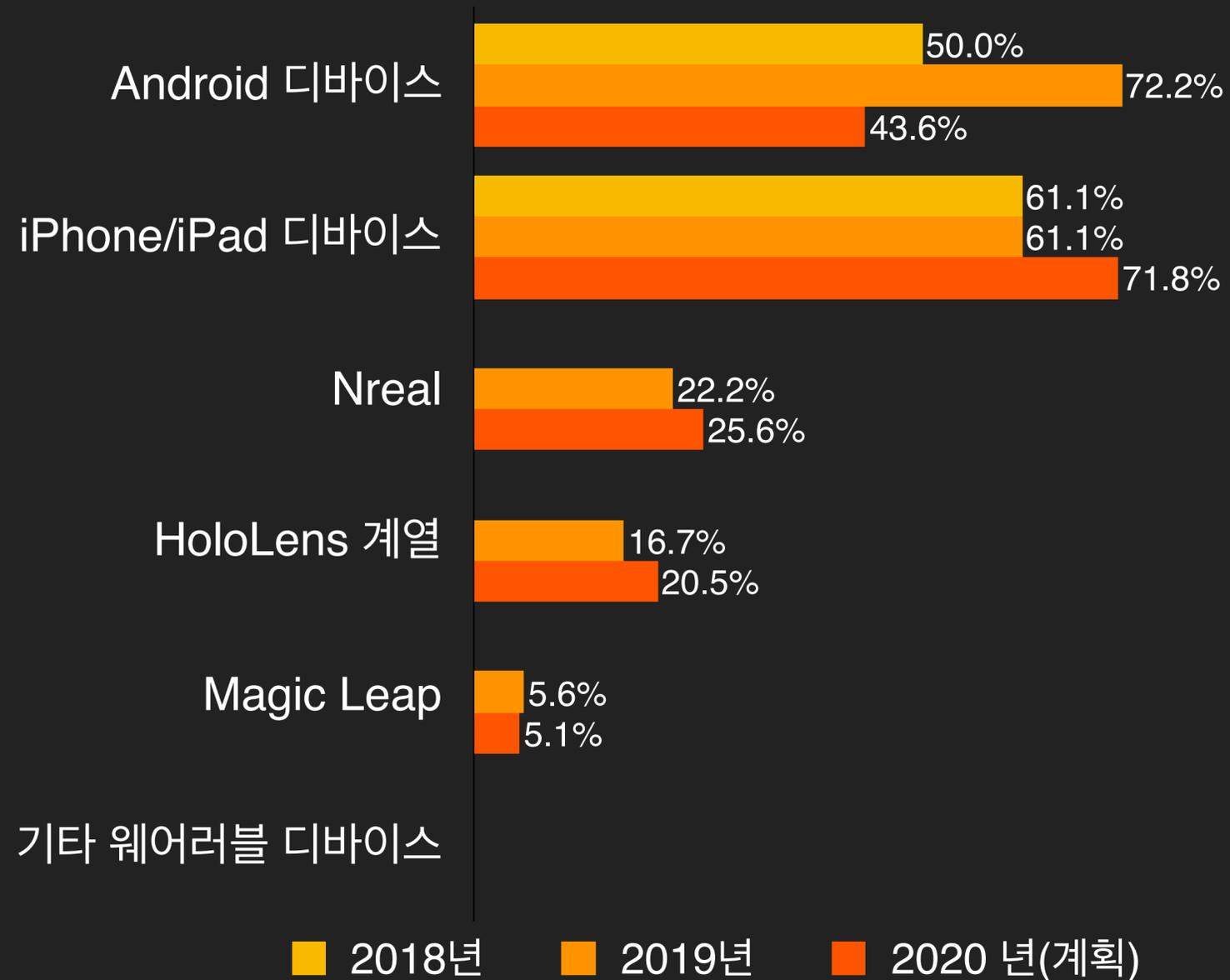
- HTC Vive계열 (CE&Pro) 여전히 개발자의 1순위로 꼽혔지만 점유율이 크게 떨어졌다, 그 원인은 개발자 개발 방식의 변경과 관련 있을 수 있다. 이 전에 개발자들이 거의 다 Vive로 개발 후 목표 디바이스에 이식하는 방식을 활용 하지만 기술이 쌓인 후에 개발자들이 Vive를 건너뛰고 직접 목표 디바이스를 개발하는 방식을 활용하기도 한다 ;

- 중국산 독립형 HMD의 사용률이 2019년에 2위를 차지했다.ToB 프로젝트의 늘어난 데다 중국산 독립형HMD의 성능이 향상돼 이런 디바이스의 사용이 촉진됐다고 나타났다 ;

- Vive Cosmos 및 Oculus Quest 는 2019년 발매된 중요 상품으로 시장의 주목을 받았다.

AR 디바이스의 선정

AR 디바이스의 선정(복수선택)

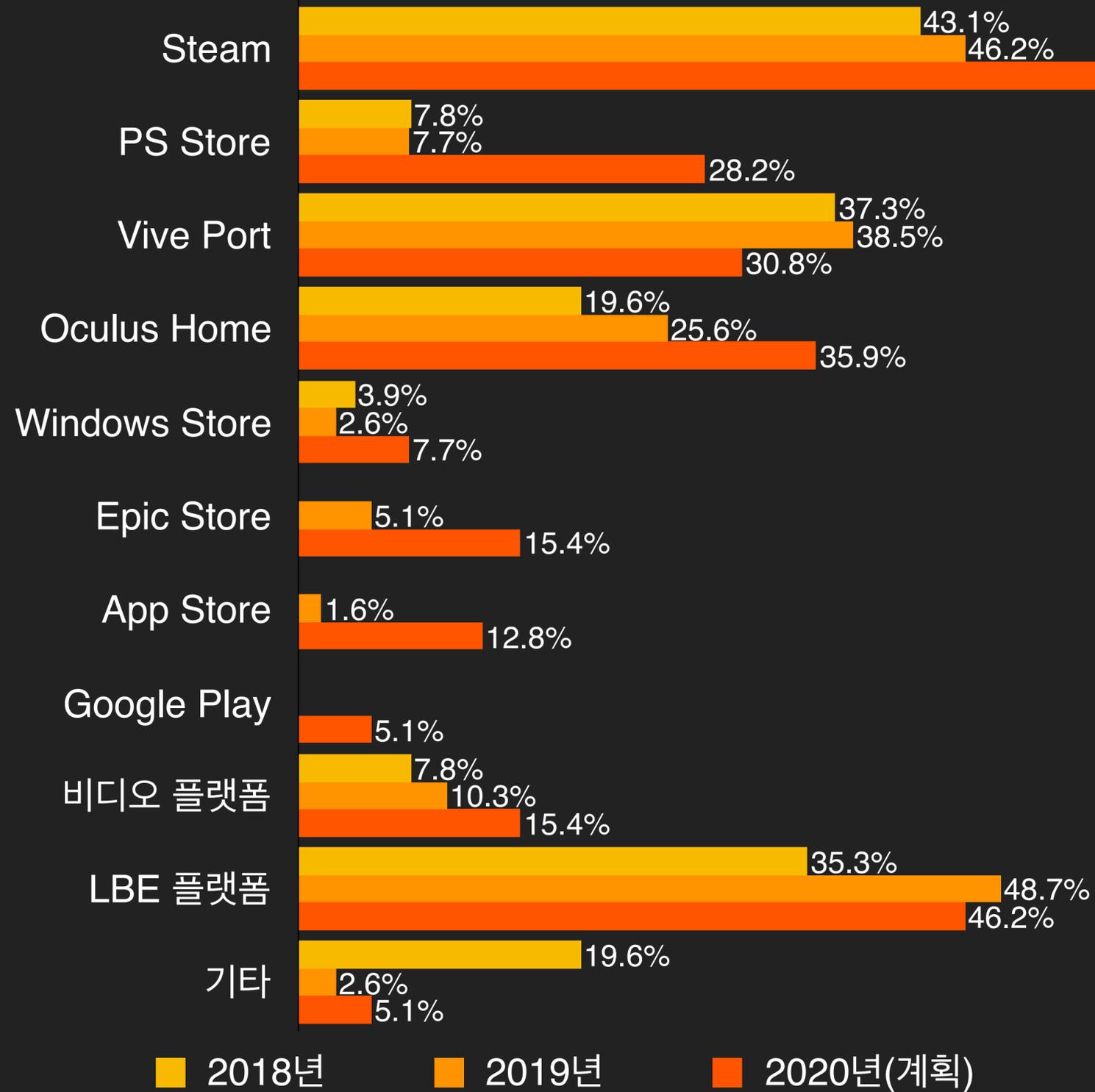


- 상속한 핸드헬드 디바이스는 (Android 디바이스 및 iPhone/iPad 디바이스) 현재 AR콘텐츠 개발자의 주요 디바이스이다. 이런 디바이스의 방대한 기초는 개발자에게 더욱 넓은 시장을 제공할 수 있다 ;

- 웨어러블 디바이스중에 Nreal 및 HoloLens 계열은 콘텐츠 개발자들에게 더욱 인기가 있다. Nreal 는 중국 현지 기업으로서 경쟁력 있는 디바이스를 제공할 수 있을 뿐만 아니라 중국 개발자들에게도 폭넓은 지원을 해줄 수 있다. HoloLens 계열은 ToB분야에서 좋은 입소문을 타고, 많은 업계 사용자들의 1순위가 되었다.

플랫폼

플랫폼별 출시률(복수선택)



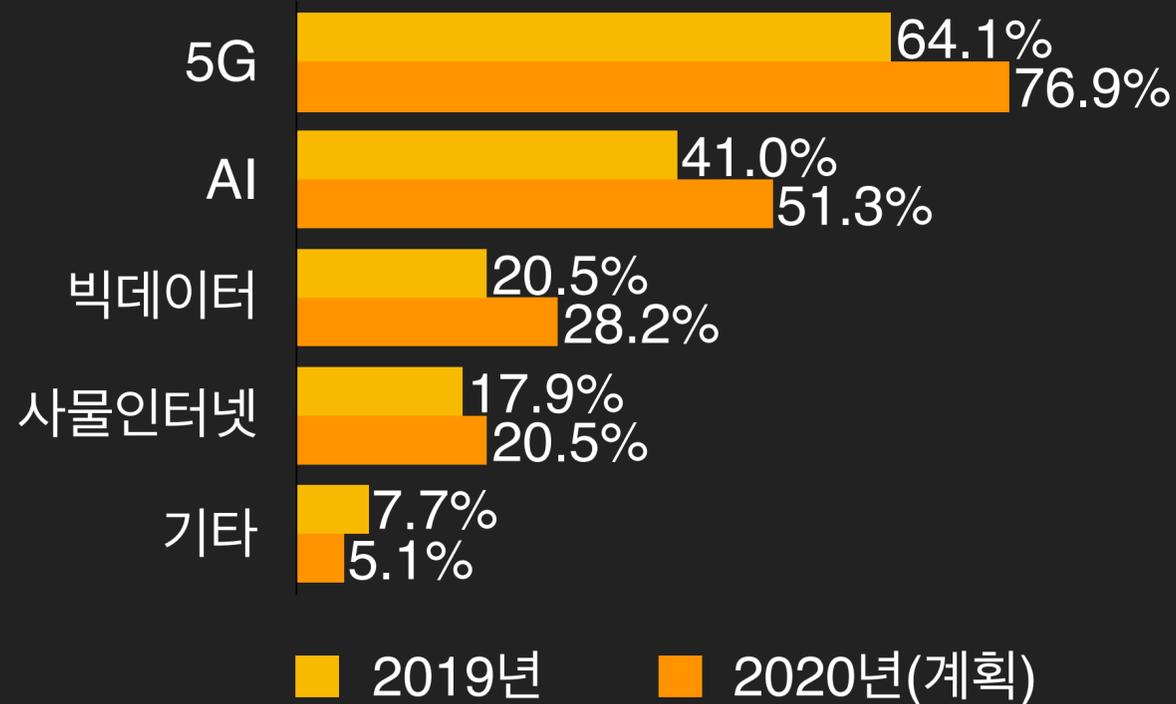
- Steam는 여전히 개발자의 으뜸가는 플랫폼 이고《반감기 : Alyx》의 성공은 개발자들이 이 플랫폼에서 게임을 로그인 하도록 더욱 자극할 것이다.;

- Oculus Quest 의 좋은 표현은 개발자들이 Oculus Home에게 시선을 다시 돌리게 하였다. 따라서 Oculus Home 는 2020년의 의향 플랫폼에서 2위를 했다 ;

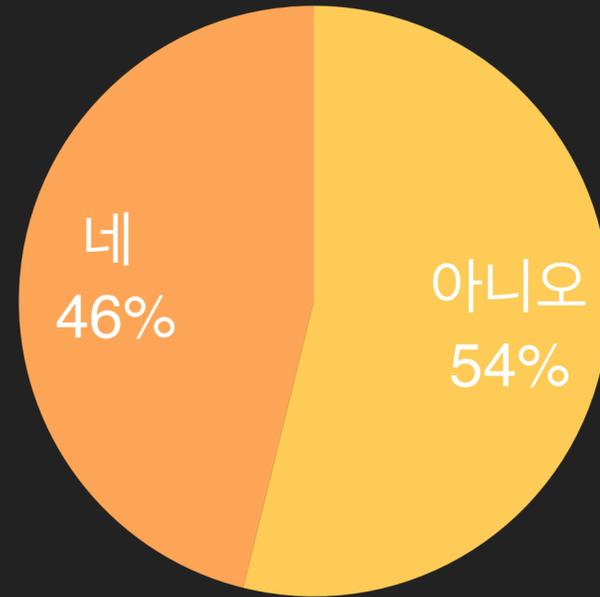
- 2019년 새로운 오프라인 체험점의 확장은 개발자들이 오프라인 플랫폼에 로그인의 의향을 이끌었다. 그러나 2020년 초에는 전염병 발생 상황은 오프라인 플랫폼 확장에 중대한 영향을 미칠 것이다.

기술 크로스오버

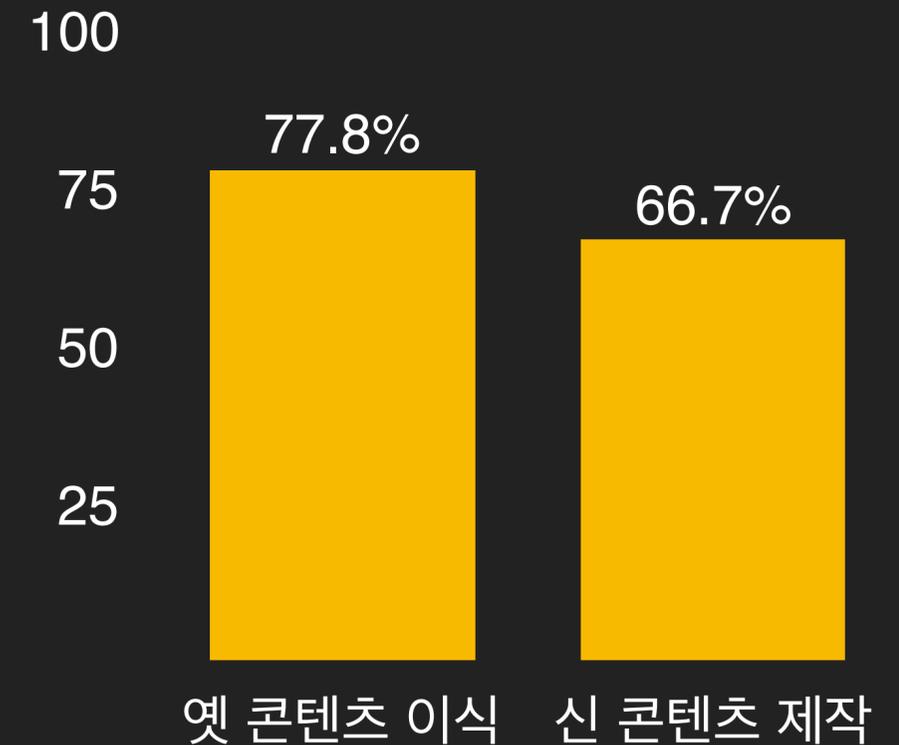
타분야 기술제휴



5G통신사와 협력여부



통신사와 협력모델



- 2019년 XR기술은 점차 외부로 확장되기 시작하여, 더 많은 기술과 결합하기 시작하였다. 그 중에 5G와 AI가 주요 결합점이 되었다 ;
- 통신사가 들어서면서 콘텐츠 개발자와 통신사는 5G 기술에 대해 폭넓게 협력하고 있고 2019년에는 이미 절반 정도의 개발자가 통신사와 손을 잡았다. 개발자는 콘텐츠를 통신사 플랫폼에 등록시키는 것으로 원래의 콘텐츠 이식을 통해 통신사 콘텐츠의 확충을 신속하게 완성하도록 협조하다.

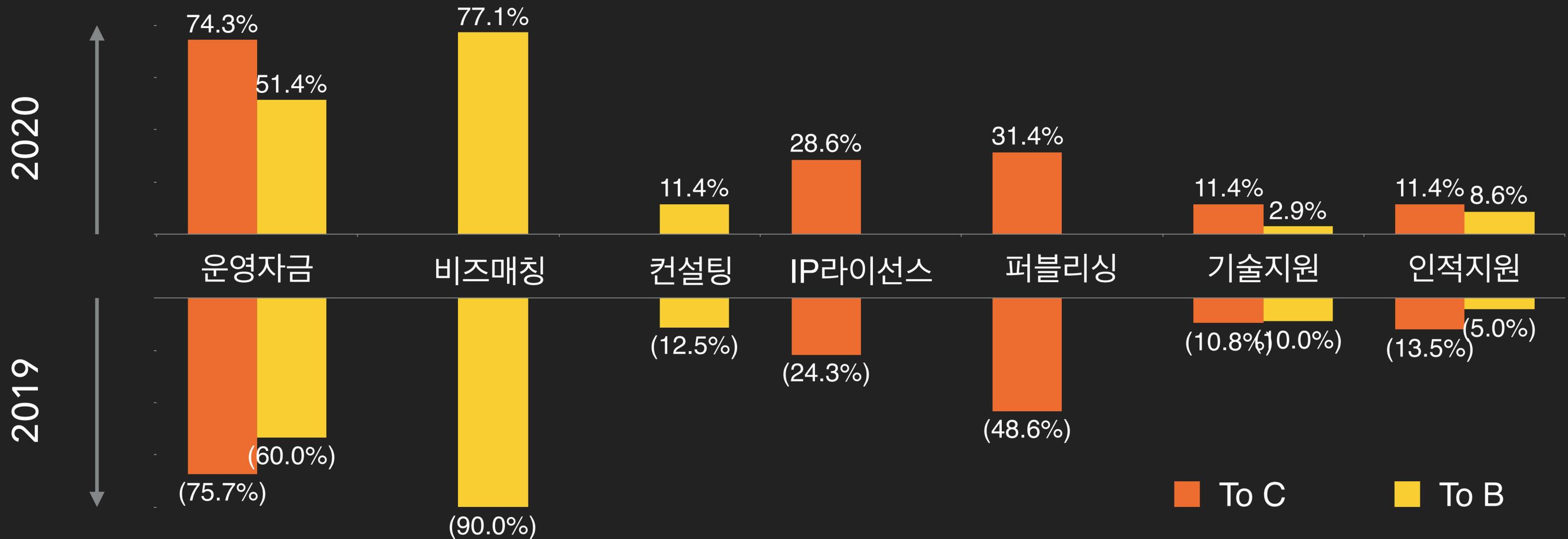
5

변신과 사수

XR 콘텐츠 팀의 발전 수요

업종 지원

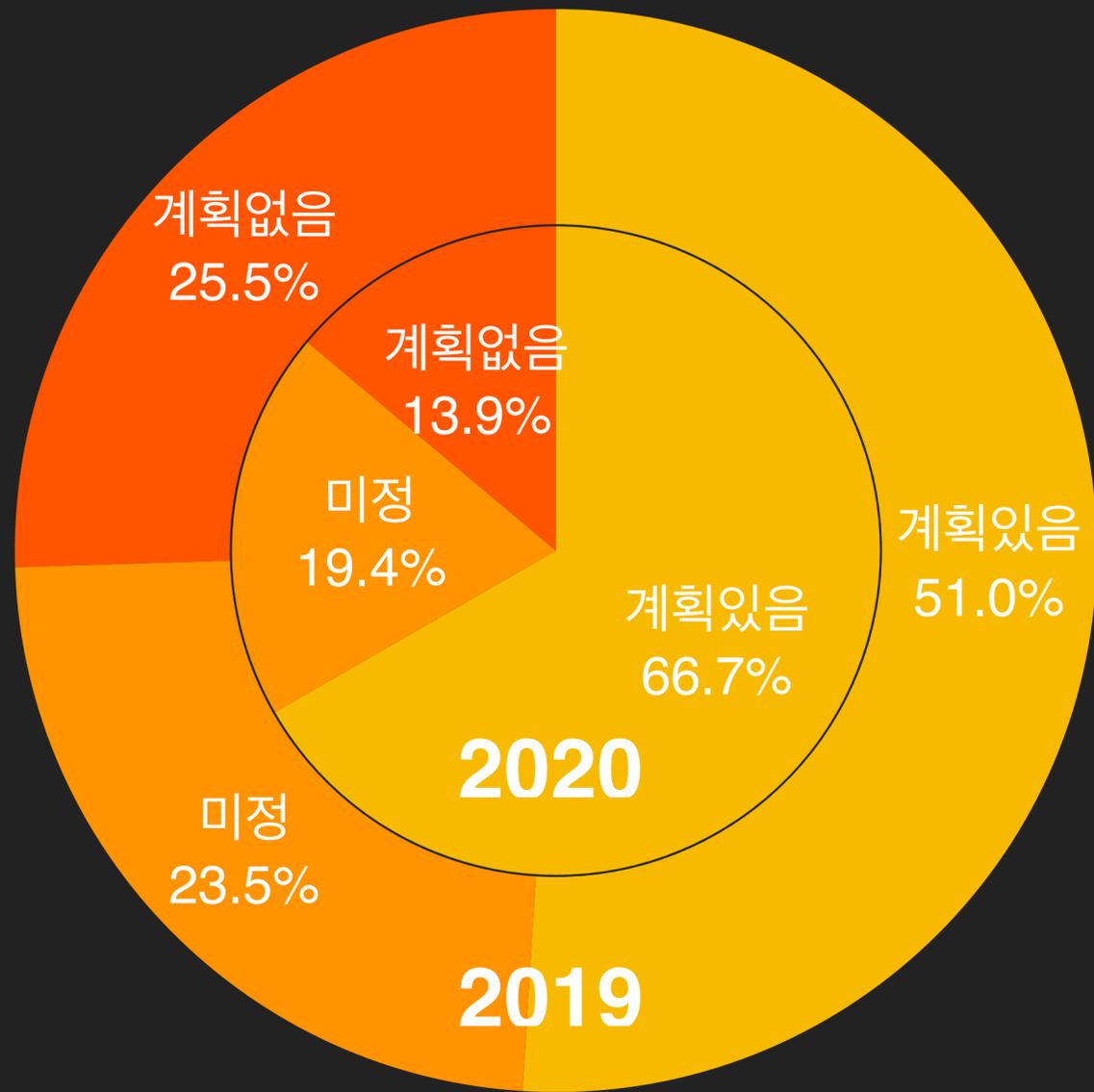
개발팀 필요한 지원사항(복수선택)



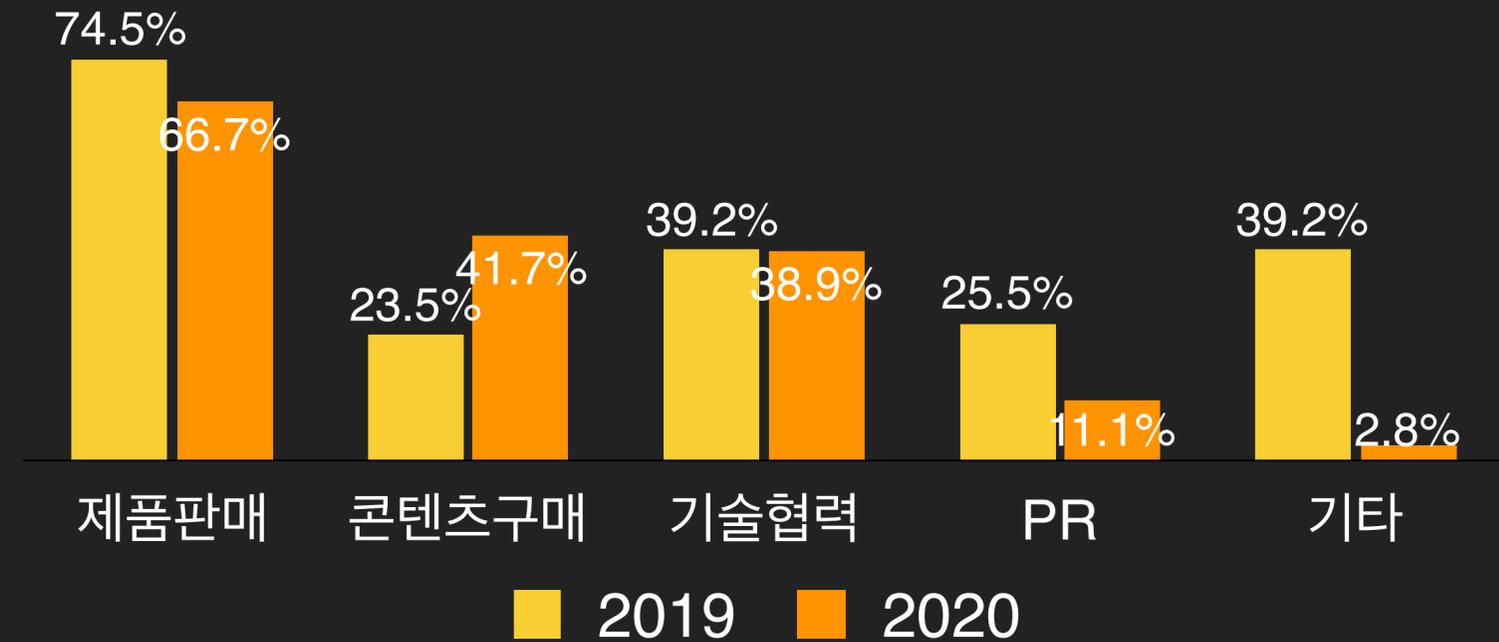
-콘텐츠 팀으로선 2019년 재정상황이 나아졌지만 생존의 압박은 여전히 심하고 운영자금과 비즈매칭은 아직도 팀의 주요 요구 사항이다.

해외 확장

해외 시장 진출 의향



해외 진출 목적(복수선택)



- 2020년에는 콘텐츠 팀의 해외 시장 진출 의향이 크게 높아졌고, 1차적인 목적은 역시 제품 판매를 위한 것이다 ;
- 동시에 콘텐츠 구매 수요도 늘고 있다. 많은 콘텐츠 팀이 ToB 업무에서 점차 변신하고 자체 연구 개발 외에도 콘텐츠 구매의 협력 방식을 통해 서비스도 제공하기 때문이다.

마치는 말

- 전체적으로 2019년 XR 콘텐츠 개발 팀의 재정 압박은 좀 개선하지만 여전히 거대하다. 2020년에는 현금흐름의 선순환과 더 많은 수입을 올리는 것은 가장 큰 도전이다 ;
- ToC시장은 지난 1년 동안 약간 좋아지긴 했지만 앞으로 발전하려면 아직도 시간이 필요하기 때문에 ToB 업무는 여전히 대부분 개발팀들이 주요 방향으로 나아갈 수밖에 없다. 그러나 2020년에는 ToC 콘텐츠의 개발이 2019년보다 더 증가할 것으로 예상된다 ;
- 2020년 하드웨어 분야에서 획기적인 돌파와 업데이트가 있는 것은 어려워질 수 있어서 독립형 HMD 와 Inside-out 디바이스의 점유율이 점진적으로 상승할 것으로 예상된다 ;
- 5G, 룸스케일등은 2019년 콘텐츠 개발팀에게 더 많은 선택과 기회를 제공했다. 2020년 전염병에 직면한 상황에서는 개발팀에 많은 영향을 미치기 때문에 미래시장의 변수가 더 크다.

VRCORE

THANKS