



未來科技 虛實應用伴隱憂

2015-10-02 記者 謝萱穎 文



電影【鋼鐵人】(Iron man)中,小勞勃道尼(Robert Downey Jr.)揮一揮手就能移動空中的面板資訊,這種不再需要緊盯電腦的高科技,令人目不轉睛。而未來五年,看似遙不可及的想像將實際出現在生活周遭。

擴增實境(Augmented Reality,以下簡稱AR),早已不是新穎話題,但近年越趨成熟,成為各科技大廠之間的當紅炸子雞。擴增實境為虛擬實境(Virtual Reality,以下簡稱VR)的應用與延伸,最廣泛的定義由羅納德·阿祖瑪(Ronald Azuma)在一九九七年提出,功能包含:結合虛擬與現實、即時互動與3D定位。想像虛擬遊戲的場景被帶到日常生活中,在特定的建築物或是地點出現名稱等資訊,虛實融合,就是擴增實境。

擴增實境 應用層面面觀

早從二〇〇九年開始,AR技術便以旋風之姿襲捲全球,針對消費者互動的AR應用如雨後春筍興起,範圍橫跨衣食住行育樂。舉凡速食連鎖餐飲、化妝品、服飾穿搭、汽車、主題樂園都曾推出相關服務。AR在當時不僅是最當紅的科技素材,也是最吸睛的前衛科技,服務推出後,都能為產業帶來可觀效益。

不久,電玩遊戲開始加入擴增實境的戰場,Ingress就是二〇一二年由谷歌(Google)推出的AR遊戲。利用GPS定位系統,讓玩家在現實生活也能享受刺激的虛擬遊戲,至今仍被視為AR遊戲的最佳範例,經官方統計在全球甚至已經有超越一千二百萬的下載量。



Ingress是一款熱門的跨國擴增實境遊戲。

(圖片來源/Ingress影片截圖)

因此在AR穿戴式裝置問世之前,許多分析預測指向AR將以電玩遊戲所占比重最大,其次則為廣告行銷類,讓消費者能實際進行體驗式行銷。然而穿戴式裝置的出現是AR的一大里程碑,打破其只能作為娛樂或是商業的藩籬,擴大到更實用的工業、醫療等用途。二〇一五年,由微軟(Microsoft)推出的HoloLens就強調AR的實用性:建築師透過AR可以清楚看見3D的建物模型;醫師不用解剖人體就能觀察人體的內部構造。居家方面,HoloLens不須透過任何媒介就可以與他人視訊。

除了穿戴式裝置上的應用,智慧型手機也是AR的主攻市場。利用手機應用程式進行各項服務,臺灣的AR新創產業We Jump就以設計與AR相關的應用程式為主,其與食品業合作推出的應用程式透過AR讓使用者清楚知道食品來源。研調單位Future Market Insight也指出,雖然二〇一四年手機與AR相關的應用程式連五億美金的產值都不到,但預期在未來幾年內年均複合成率(CAGR)將高達35%。

擴增實境 未來主要趨勢

AR與VR話題早在數十年前就被提及,但卻並非曇花一現,各式各樣的應用在市場上不斷被發掘,讓這項技術發燒至今。市調Marketing Charts在調查478位營銷總監與資深市場研究者中,就有26%的比例將AR與VR列為二〇二〇年影響市場的主要趨勢。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 印度的女兒 反思性侵暴力
- 跨界 古典與流行交響
- 刻劃愛情的二十六種面貌

總編輯的話 / 楊淑斐



本期為二二三三期,共三十三篇稿件,其中以評論類文章及文化現象居多。本期側欄廣告以交大網路電臺goto&Play為題,帶大家鎖定即將開播的節目內容,令人十分期待。

本期頭題王 / 胡浣莊



懶惰,卻有深如溪壑的慾望,我不在意開心快樂,我只要抵達目標,我是胡浣莊。

本期疾速王 / 羅宛君



逃不過3.14的大臉 躲不過比胸部還大的肥肚 懇求我的眼睛 可以流的不是淚 而是油

本期熱門排行



平凡的故事 不平凡的音樂
趙廣潔 / 影評



斷尾求生 陣前拔柱驗民心
胡浣莊 / 社會議題



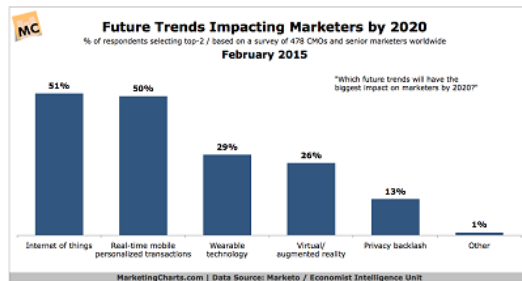
再年輕一次 追尋青春夢想
姚煒琪 / 影評



馬頤 孤島上的音樂詩人
唐宜嘉 / 樂評



十字架的開端 贖罪的終點
呂安文 / 書評



AR是未來的科技趨勢。(圖片來源/Zugara)

AR強調的3D定位重要性，也讓這項未來科技更容易落實於社會，不需要再透過Google Map才能定位，一般路面就會自動顯示前往目的地的方向。研調單位Digi-Capital更大膽預測在五年之後，AR將有近乎一半的比例被應用在硬體設備上，例如穿戴式裝置或是智慧型手機，而電玩遊戲只占其中的一小部分。反而在VR的應用上，電玩遊戲更能占有一席之地，從二〇一五年初，臉書(Facebook)收購VR科技公司Oculus VR，開發出遊戲載具Oculus Rift就可以推估虛擬遊戲已經成為趨勢。

Digi-Capital總監提姆·梅雷爾(Tim Merel)指出，AR與VR的獲利將在二〇二〇年達到一千五百億的產值，其中VR就佔了一千二百億。雖然VR有其主要的利基市場，包括盛行的機上或網路遊戲以及3D電影特效，但AR的應用層面更廣泛，加上其主攻手機市場，因此目標群眾更是普及至「手機在手，AR就有」。



AR未來五年將達到近一千二百億的產值。

(圖片來源/Techcrunch)

AR的時代來臨，象徵網路的世界將與現實越來越模糊。微軟今年推出HoloLens時曾提到，未來資訊的取得將不再需要透過其他平台，成為一個沒有PC的時代。屆時，擴增實境才能真的有所發揮，造福人群。

然而，Resolution Games的執行長湯米·帕姆(Tommy Palm)在今年的台北國際數位內容交流會中提到關於AR時表示，VR有很大優勢能夠快速打入市場，並在五年內達到成熟狀態，反觀AR的市場發展需要再更長時間的觀察。

擴增實境裝置 價格成限制

其實，湯米·帕姆對AR的保守態度是可以理解的。即使AR的應用現今已經非常廣泛，技術也越趨成熟，但AR穿戴式裝置仍然只在一些尖端科技大廠及特定的科技愛好者手中普及。高價位的限制是這些裝置無法實際應用在生活周遭的主因，二〇一三年的Google Glass除了侵犯隱私權的顧慮之外，不被市場看好的另一原因便是對民眾而言近乎天價的數字。

新創的社群媒體Tribemix提到時表示：「穿戴式裝置的唯一限制就是我們的想像力，當然還有預算。(On a smaller scale, the only limit is your imagination—or ours—and your budget.)」當一項產品風光上市，價格永遠是影響產品熱銷與否的關鍵因素。

高科技 安全性仍須考量

二〇一五年初，微軟與索尼(Sony)紛紛推出與AR相關的穿戴式裝置，而蘋果(Apple)於二〇一四年收購AR新創公司Metaio也是對此未來科技的重大投資。

穿戴式裝置雖然再度引發話題熱潮，但安全疑慮也隨之出現。在穿戴式裝置上投影過多的虛擬影像或資訊，將影響使用者的注意力；時常游移在實際與虛擬間導致無法專注於交通狀況，提高發生危險的機率。能不能快速上手、適應AR，也讓這些穿戴式裝置面臨更大的挑戰。

高德納諮詢公司(Gartner)表示，不如智慧型手機能夠精準抓住消費者需求，AR穿戴式裝置針

對特定的使用功能也是普及率緩慢的原因之一。例如，HoloLens 著重居家使用的便利性以及涵蓋領域能夠橫跨建築業與醫療產業。明顯的市場區隔導致此裝置無法迅速普及。

虛虛實實、真假不分究竟帶來的是更大的便利還是更多的危險？這是人類在面臨未來科技時需要面對的考驗。AR 可以帶來許多的娛樂與商業綜效，未來的商機潛力無窮；科技的進步也將帶領產業發展到更高的層次。然而能不能創造大眾的真正需求，並落實於生活仍是一項未知數。



逆光記憶 憶留台北

介紹《逆光的臺北》在敘事上的特別和故事裡的意涵。



被遺忘的故事 亞洲的碎片

由西班牙記者報導，三十則來自亞洲底層人物的故事，道盡許多人與地之間幸福與不幸福的關係。

0則回應

排序依據 **熱門** ▼



新增回應……

Facebook Comments Plugin

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2015 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0