

商汤科技 AR 商业化落地初探

厉行、翟耀

案例摘要：随着人工智能、大数据等技术的不断发展，增强现实技术（Augmented Reality，简称 AR）正在被逐步应用到各类商业场景中，潜移默化地影响着社会生活的方方面面，同时也吸引着越来越多科技界、资本界乃至政界人士的关注。

商汤科技是我国人工智能领域的知名企业，其 AR 团队从 2016 年开始尝试技术的商业化落地。经过一系列探索和实践，他们已将 AR 技术应用到手机、视频、文旅等多个行业，并取得了令业界瞩目的成果。

本案例通过对商汤科技的访谈与调研，回顾商汤 AR 的发展历程，重点展示技术在各个商业领域的落地，揭示背后的原因与动机，进而让读者了解 AR 在商业化实践中的机遇与挑战。

本案例适用于商学院创新战略、创业规划、互联网科技等相关课程，同时也同人工智能、AR 等专题相关。

关键词：人工智能、增强现实、AI、AR、商汤科技

本案例由北京大学光华管理学院厉行，北京大学管理案例研究中心研究员翟耀根据企业访谈整理编写。案例仅用于课堂讨论，而非管理决策或活动是否有效的证明。

本案例版权归北京大学管理案例研究中心所有，如申请使用本案例请联系：casecenter@gsm.pku.edu.cn。未经北京大学管理案例研究中心授权许可，禁止以任何方式复制、保存、传播、使用本案例或者案例正文中的任何部分。

Copyright©2020 北京大学管理案例研究中心

2016 年 7 月，由谷歌和任天堂合作开发的手机游戏 Pokemon Go（中文译名：精灵宝可梦）上线，随后全世界范围内很快出现了一批手持智能手机抓捕小精灵的“魔法师”。这款游戏的火爆程度空前，在其上线仅一个月后便一举获得五项吉尼斯世界纪录认证：“上线一个月以来收益最多的手游”、“最快取得 1 亿美元收益的手游（耗时 20 天）”、“上线一个月后下载次数（约 13000 万次）世界之最”、“上线一个月后在最多国家下载次数排行第一（约 70 多个国家）”、“上线一个月后的收益额在最多国家排行第一（约 55 个国家）”¹。

¹ 新浪网游戏频道.《口袋妖怪 GO 获五项吉尼斯世界纪录认证》



图 1 精灵宝可梦游戏截图

在疯狂的玩家背后，更受科技界和资本界关注的是增强现实（Augmented Reality，简称 AR）技术在商业领域的落地——AR 终于冲出了实验室，来到了人们的日常生活和商业场景中。AR 技术通过模拟仿真处理，将虚拟世界的内容在真实世界中呈现，保证虚拟世界能够被人类感官所感知，从而给用户带来基于现实又超越现实的感官体验。简而言之，AR 是促使真实世界和虚拟世界相融合的技术。例如在《精灵宝可梦》游戏中，玩家手机中呈现的游戏背景就是现实生活中的真实场景，而与小精灵相关的道具、战斗等游戏内容则都是 AR 渲染²的结果。

五年后的今天，尤其在中国，随着各项新技术的演进和资本的不断加持，以及国家政策的积极引导，AR 技术在各行各业的丰富应用已司空见惯。当你拍视频配上各种炫酷特效，抑或是打开美颜相机准备自拍时，AR 已经在为你服务。

而为这些服务提供背后技术支持的公司，很可能便是商汤科技。

一. 商汤科技 AR 简介

商汤科技成立于 2014 年 10 月。作为人工智能软件公司，商汤科技以“坚持原创，让 AI 引领人类进步”为使命，“以人工智能实现物理世界和数字世界的连接，促进社会生产力可持续发展，并为人们带来更好的虚实结合生活体验”为愿景，旨在持续引领人工智能前沿研究，持续打造更具拓展性更普惠的人工智能软件平台。

² 渲染是指在电脑绘图中将三维场景中的模型，按照设定好的环境、灯光、材质及渲染参数，最终通过二维投影成数字图像的过程，被广泛应用于计算机与视频游戏、模拟、电影或者电视特效以及其它的可视化设计领域

商汤科技拥有深厚的学术积累，并长期投入于原创技术研究，其人工智能科技涵盖感知智能、决策智能、智能内容生成和智能内容增强等关键技术领域，同时包含 AI 芯片、AI 传感器及 AI 算力基础设施在内的关键能力。商汤科技落地的商业化业务包括智慧商业、智慧城市、智慧生活、智能汽车四大板块，相关产品与解决方案在业界处于领先地位，科研成果在国内外屡获殊荣。

商汤科技正式涉足 AR 商业化是从 2016 年开始。商汤 AR 团队秉承公司技术领先的发展理念和一以贯之的平台战略，推出了 SenseAR 开发者平台（以下简称 SenseAR 平台）。该平台主要针对手机、直播、短视频、在线教育等行业提供完整的特效解决方案，包括美颜、2D/3D 特效贴纸等具体场景应用，也包含轻量级二维和三维渲染引擎、图片序列帧渲染等专业功能。

二. 商汤科技 AR 的商业化历程

1. 2016 年，抓住短视频的风口

早在 2015 年，AR 就已被列入商汤的战略规划中。然而，由于商汤 AR 选择“实验室路线”——把主要资源投入到实验室研发中试图在技术层面取得突破，因此在最开始的一年，他们没有任何商业化项目的落地。不过，商汤很清楚，纯粹走实验室路线是不可持续的，其原因有二。首先，商汤的愿景“让 AI 引领人类进步”意味着商汤必须将技术扎根于人类社会与商业中，纯粹的实验室研究不是公司的初衷；其次，新技术的验证与迭代需要和具体的场景结合，因此商汤只有和行业深度融合，其 AR 部门才能有长久的发展。

2016 年，商汤 AR 抓住了一个商业化落地的契机——当时正处于萌芽阶段的短视频。在 2016 年之前，人们在社交媒体上分享的内容主要是文字或图片；2016 年起，随着 4G 网络的广泛普及和智能手机的升级换代，短视频的即时传播蔚然成风，这自然也带动了相关行业的发展。

短视频的风口来了，商汤 AR 意识到走出实验室的机会到了。作为以技术见长的公司，商汤在调研后，选择了一条理性的路线——积极寻找合作方，并由此发现了同样对短视频行业充满野心的 F 公司。F 公司的团队曾于 2013 年 11 月上线过一款同时运营在 iOS 和 Android 两大手机平台上的拼图软件，其特色功能是可以让用户在手机上为自己制作卡通头像，而短视频时代的到来催生了 F 公司的新创意：让用户头像的卡通形象在视频中动起来。