

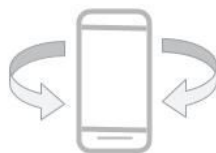
VR 视频



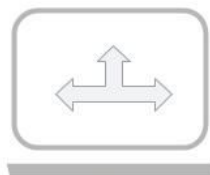
沉浸式故事讲述的全新时代

是否已准备好带您的受众进入下一个阶段？VR 视频可以让您惊叹，带您去您能想象的任何地方，甚至是您无法想象的地方。无论是在您的电脑上还是移动设备上（推荐使用转椅），VR 视频都为世界带来了新的体验，新的机会和新的故事讲述方式。鉴于目前 VR 视频的发展，现在正是进行实验的绝佳时机。

但首先请了解 VR 视频如何运作：



通过“魔窗”实现移动：
移动手机，呈现 360 度和/或 180 度视图。



桌面：
滚动浏览每个场景。



纸板/耳机：
插入手机，获取一次完整的沉浸式 VR 体验。

VR 视频在 YouTube 上本机运行，让任何人都可以获得一种沉浸式视频体验。不需要耳机或应用程序，VR 视频对每个人来说都是可访问的，可以扩展到大量受众。它可以拍摄，制作动画，CGI 等等，另外，观看者只需点击播放，无需下载。

Youtube 上提供的 VR 视频类型：

随着 VR360，YouTube 空间音频和 VR180 的实时流媒体功能的发展，YouTube 的 VR 体验得到了提升。

从本质上讲，VR180 视频聚焦于您面前的东西，同时在 VR 耳机中产生 3D 效果。通过只关注 180° 视图，这种技术使 VR 视频制作变得更加容易，并前所未有地鼓励创作更多 VR 视频。VR180 非常适合大规模，沉浸式的故事讲述和现场活动，而且它还支持实时流媒体视频，让品牌，创意者和受众可以实时聚在一起。

VR180 Creator 工具让您更快速处理素材，添加元数据和发布内容。该工具可以兼容 MacOS，Linux，并且现在能在 Windows 上使用。使用来自 Adobe 的编辑工具，编辑，添加效果和发布内容也变得更加容易。

VR 视频创建

从创造性角度来讲，这种格式仍处于萌芽阶段。品牌对它非常感兴趣，消费者开始真正理解它，其创建技术也在迅速发展。需要学习和解决的东西很多，但在开始之前，有三个问题您应该弄清楚：

用户视角

思考受众在体验中的角色。既然故事是从用户视角发生的，为什么它们会在那里，以及它们如何与故事相关？

指导故事

用户可能会觉得一切尽在掌握之中，但在现实中，但仍需努力思考如何捕捉和引导他们的注意。这可以是视觉提示，甚至是音频提示（特别是空间音频）。考虑一下如何引入和操纵兴趣点以保持人们的参与。

声音和视觉

特别注意为执行选择正确的相机和声音捕捉。在用户靠近和远离的过程中，空间音频很重要。

设计故事

通常，品牌体验比品牌传播更有影响，所以要从用户至上的角度来看待它。以下是一些思考这个问题的方式：

站在我的立场上进行思考：走进别人的世界，从他们的角度看待问题。可以是名人，体育明星，或者来自其他国家的人。

让我身临其境：把他们放在场景中，让他们知道那是什么感觉。这非常适合城市，山峰，鬼屋或夜总会等地方或活动

自己亲眼看：将普通图像或视频无法表现的细节带到生活中。试着开一辆新车，穿过房子，或者跟随场景去一个您从未去过的地方。

这才是真正的开始。一旦创意和品牌开始浸入 VR 视频中，一个全新故事讲述世界就将展现在我们面前。

考虑观看位置

另一个需要考虑的问题是：一个特定的地点是否能够激发某种想法。您可以在飞机起飞前为乘客提供谷歌纸板，在比赛前为观看者提供谷歌纸板，或者为那些耐心等待朋友从更衣室里出来的人提供谷歌纸板。找到您的品牌既相关又能增强停留时间的时刻，这可能会增加您的体验。

讨论对话

下面是一些让您快速熟悉情况的术语：

沉浸式。在 VR 视频语境中，它指的是一个完全围绕着您的虚幻环境，通常涉及多种感官（声音，视觉，空间意识）。

存在感。高质量的 VR 能欺骗大脑的原始部分，使其相信您真的在那里。存在感会让您的膝盖发抖，手心出汗，或者让您的产生条件反应，即使您的逻辑思维更清楚是怎么回事。

同理心。VR 被称为一种“同理心机器”，但同理心不是自动产生的。您可能会认同您所扮演的角色，但您是否有同理心则取决于场景，并且与媒介的使用方式有很大关系。

能动性。真正的能动性是指做出改变体验结果的决定的能力。VR 视频还未达到这个阶段，但这是一个追求目标。

丰富的体验。当您将某人带入 VR 视频时，他们便成为故事中某个人或某物的化身。他们是见证者？听众？还是环境的一部分？

创意之源

一些可以让您开始行动的想法：

- 您是否有什么特别想带您的受众去的地方？
- 是否有您可以用流媒体直播的活动？
- 什么样的体验最有效？VR360？VR180？
- 您能给观看者什么样的角色或视角？

- 您希望观看者体验什么类型的事物？
- 是否有您可以利用的感受？恐惧？好奇？兴奋？
- 是否存在观看者只有亲身经历才能体会到的特定细节？
- VR 视频会在哪些特定的时刻或地点发生？

有用的事实来支持您的创意点子

YouTube 上有超过 100 万个公共 VR 视频。

来源：YouTube 数据，全球，2019 年 4 月。

VR 视频的完成率比普通视频高 46%，并且 86% 的人与 VR 视频进行交互（即到处点击，移动他们的手机）。

来源：OmniVirt 对超过 8 亿个广告进行的研究