

## 擴增實境

過去只出現在大銀幕上的擴增實境，如今已在日常生活中實現

### 05-14

「擴增實境」乍聽之下也許像是令人難以理解的科技術語，但這個科技背後的概念，其實對任何看《魔鬼終結者》系列電影的人來說，都不算陌生。

在該科幻電影中，半機械人能掃描周遭環境，然後把數據添加到所見到的事物上，讓它能取得有關人類的背景資料。如今，擴增實境在學術界和工業界使用多年之後——科幻界就更不用說了——也開始普及到消費大眾了，大家可以預期將在日常生活中見到它的芳蹤。

透過即時影像傳輸來觀察真實世界時，這種科技會把電腦數據重複加在真實世界上。消費者可以在娛樂、互動購物經驗、雜誌，或甚至是行動電話應用中，見識到主流擴增實境的初期成果。

不過，二〇〇九年可說是擴增實境的「真正引爆點」，全然沈浸公司北美部總經理葛雷格·戴維斯表示，「我們已經見到這種技術在多螢幕、電腦和行動螢幕上的應用激增，無論是在家裡，或在家門外都不例外。」

## 網路攝影機和虛擬化身

在二〇〇九年，全然沈浸公司為托普斯公司設計了棒球交換卡，如果手持這種卡在網路攝影機前面，就能在螢幕上顯現出球員的三度空間虛擬化身。該公司也為麥當勞和美泰兒等公司設計出電影《阿凡達》的相關商品，例如在大麥克漢堡的包裝和公仔上內嵌特殊技術，以致於經由網路攝影機掃描之後，就能讓動畫三度空間風景和人物變得栩栩如生。

這類以消費者為導向的應用之所以成真，是因為網路攝影機已經是大多數新型桌上和筆記型電腦的標準配備，而這些應用的軟體也適用於現行的網路瀏覽器，所以不需要麻煩的下載。

### 05-15

下一波新的程式運用很可能會是智慧型手機。針對如蘋果的 iPhone 系統和 Google（谷歌）Android 等行動軟體平台的第三方應用的成長，意味著獨立研發商已經能實驗性地運用擴增實境了。

「你不但得到了諾基亞和其他廠商夢寐以求的東西，還可望令數以千計的人不禁心想：『我能用這來做什麼？』」顧能公司副總裁及研究員傑基·芬恩表示。

Yelp 在二〇〇九年 iPhone 3GS 推出了擴增實境運用程式，稱為 Monocle。當使用者持著手機的攝影機來觀看市內的街道時，有關附近公司的資訊就會跳到螢幕上顯現。最新款 iPhone 問世之後，Yelp 研發人員就開始從事 Monocle 的研發，iPhone 擁有包括羅盤、攝影機、大型顯示螢幕和其他處理這種應用程式所必需的功能配備。

## 更多互動

業界人士表示，擴增實境的下一步，就是更高的互動性。

增高的互動對擴增實境的商業運用有助益，像是視訊會議科技。

「大家不喜歡輪流顯示數據，」思科網真視訊會議事業部門的查爾斯·史塔基表示，「我們看到的一個重要現象就是，這些（會議）室裡的人有能力去操弄、註釋和分享數據資料，然後把這些都拋在一旁，開始繼續工作。」

互動行銷的祖加拉公司執行長馬修·席姆柴克表示，擴增實境所面臨的挑戰是，要能確保應用程式並非只是純粹使用這種科技而已。「有好多品牌和行銷人員都希望搶食這塊市場，」他表示，「重要的是要往後退一步，然後看看消費者會如何使用它。」