

云健身、云买菜、云试衣——

数字新生活 时尚云消费

本报记者 李治国

青年说 新消费

在网上买一批“预制菜”、跟着“镜子”里的教练来一场健身，在云端实现一下魔幻“试衣”……如今，数字技术正在让年轻人的消费行为变得更有趣，造就了一系列颇具特色的潮流消费方式。

拓展AR新场景

“你知道吗？现在去得物APP买鞋，可以‘云试穿’。”上海大学的学生刘祥是得物APP的忠实粉丝。他告诉记者，在网上买鞋，总会有试穿的烦恼，寄回来的鞋子经常不太合脚，现在居然可以“云试穿”，可解决了大问题。

原来，为了还原真实的试穿场景，得物APP最新升级的AR功能实现了多项技术、外观专利的创新，在模型贴合度、运动稳定性、还原真实度等方面属领先水平。得物APP副总裁陈颖表示，数字经济持续升温，如何以数字化手段促进消费需求增长成为当下热点议题，年轻人对品质消费的需求正不断丰富。除了更多元的高品质商品，他们还注重更方便、有互动感的消费体验。“为此，得物APP通过将AR等数字技术与多元应用场景融合创新，让年轻人享受看得见、感受得到的高品质商品、优质服务体验。数字经济高速发展的大背景下，数字技术与各行业加速融合，得物APP积极探索数字化创新，希望更好地满足年轻人的美好生活愿望，助推消费升级和消费活力释放。”

自率先把AR技术应用于“云试鞋”后，得物APP的AR功能目前已拓展至AR试妆、AR试戴手表和墨镜、AR试挂艺术品等多样化的生活场景。“90后”波比之前在得物APP看中了欧米茄、浪琴等几款手表。春节期间，他通过得物APP“试戴”了5款手表后，最终购买了一款蓝宝石镜面的潜水表。“试戴效果非常真实，不用去专柜就可以直观感受手表的表盘大小、金属质感、皮革纹理，甚至表带扣等雕花细节。”波比说，“最惊喜的是，连手表指针都是实时走动，和当下时间同步，从细节百分百还原真实的精细度，让购物有非常直观的参考。”

陈颖说，AR试戴手表场景中，虚拟手表的指针能动态走动，和现实时间实时同步，此为国内首创。

打造流量新入口

在云端，鞋能穿、表能戴，衣服能不能试？答案是肯定的。

“在这个店里，拿一下衣架，就能看到自己试穿衣服的样子，真是很神奇。”“00后”姑娘马晓云给记者讲述了自己的“购物奇遇”。

创造这个“云试衣”场景的公司是上海吉沛网络科技有限公司。公司负责人陈啸告诉记者，公司的门店内都是智能衣架，只要把衣架轻轻提起，除了能看到衣服的基本信息，屏幕上方还会显示这件衣服穿在模特身上的真人效果。此外，店里还有智能拍摄间，通过采集顾客的身高等

信息，制作本人形象，就可以在这家店的APP上试穿各种衣服。“不用说十几件了，几百件衣服都可以试穿。今后，顾客不用出家门，也能试穿最新款的衣服。”陈啸告诉记者，这种科技手段主要用了真人CR技术。“这项技术我们进行了8年研发，主要原理是通过一张顾客真人照片和服装照片用统一算法进行组合，生成试穿效果。我们还可以生成视频，未来的应用场景将会更多。”陈啸表示。

相聚在云端，这一新型的流量入口，正在汇聚越来越多的年轻人。除了衣服鞋子，在“吃”这个环节，商家也动足了脑筋，纷纷主打预制菜，省去了在家制作的环节。

29岁的上海白领朱云告诉记者：“我从理象国买了10款菜品礼盒，不用花费大量时间去洗菜、摘菜、调味，回到家里就可以加热‘露两手’，省去了自己做饭的麻烦，实现了‘人在家中坐，美食网上来’的梦想。”

叮咚买菜的数据也显示，今年春节期间，预制菜的销量同比去年增长超过3倍，7天售出300万份。同时，客单价也增长超过一倍。今年叮咚买菜研发了50多道有全国各地特色的“叮咚王牌菜”，主打在家不易做的餐厅大菜，买回家简单加热，就能端上餐桌。

理象国负责人王林表示，当前预制菜行业的崛起与社会发展密不可分，社会劳动力结构的变化让中国家庭能够在厨房里的时间越来越少，消费者在寻求更为省时省力的餐桌解决方案；预制菜为人们省去了繁琐，增添了新的想象空间，消费者也期待预制菜行业能够将这种竞争活力持续下去，掀起一场久违的餐桌革新。

释放消费新活力

云端消费的“魔盒”打开之后，越来越多的人发现，在吃穿住用之外，数字技术还有着丰富的应用场景，每开启一个场景，就是释放一次消费活力。

冬奥会刚刚落幕，但热度仍在持续，健身成为年轻人每天必不可少的“打卡”内容。能不能把教练送上“云”，让健身回到家呢？答案是可以。

“90后”白领徐晓涵最近一直在智能健身镜上“云健身”。“我最爱的课程是FITURE魔镜中大山老师的格斗训练。”他告诉记者，每次都练得满头大汗。

记者了解到，通过一镜到底的竖屏4K拍摄手法，以及AI技术与“打破第四面墙”理念的结合，FITURE魔镜的交互式内容智能健身课程不局限于常规的训练指导，在视觉呈现上具备画面悬浮感，比传统在线健身课程拥有更高的代入感，给用户带来沉浸式的健身体验。

目前，FITURE正式上线的课程已覆盖HIIT、力量塑形、瑜伽、普拉提、有氧舞等16大类2000多节课程，拥有近百个专题，能满足全年龄段、不同目标和兴趣的用户需求。

近年来，体育健身休闲活动发展保持着高位增长。结合“十四五”时期体育产业发展方向看，智能体育产业前景广阔。“全民健身+科技”成为市场增长点与突破



图① 在2021中国预制菜产业大会上，参展商正在介绍快熟菜品。

新华社记者 魏培全摄

图② 钟薛高旗下理象国预制菜专业生产设备应用场景。（资料图片）

图③ 消费者正在通过FITURE魔镜进行健身活动。（资料图片）

市场瞭望

共享经济近年来蓬勃发展，给人们的生产生活带来许多方便。不过由于产品质量、服务品质等方面参差不齐，共享经济领域的消费投诉、商务纠纷时有发生，制约了其韧性和潜力的发挥。

国家信息中心前不久发布的《中国共享经济发展报告(2022)》显示，2021年我国共享经济市场交易规模约36881亿元，同比增长约9.2%；直接融资规模约2137亿元，同比增长约80.3%。可见共享经济市场空间巨大。但是如果不能满足消费者的消费需求，相关卖点就很可能变成槽点，进而挫伤消费信心，甚至影响产业发展。

相关企业必须压实运营责任，为消费者提供良好而稳定的消费体验，这也是产业健康发展的基础。强化底线思维和问题意识，确保硬件真正过硬。无论是共享单车、共享充电宝还是共享汽车，其实都是基于商业模式创新的产物，主要靠各种技术手段将传统产品的使用频率大幅提升，进而有效压缩单次消费的支出形成竞争优势。使用强度的增加，不可避免会加剧相关产品零件的老化和各方面性能的下降。运营企业应该通过严格采购标准、强化标准化管理、及时摸排保养等手段，让相关产品始终保持良好的运行状态。

树立消费者至上的理念，把服务短板补起来。共享经济的产生和发展，与移动互联网、全球定位等信息技术的广泛应用密不可分。因此，很多共享经济公司依靠技术起家，构建起聚集庞大用户的互联网平台，一度处于挣快钱、在资本市场讲故事的“野蛮生长”状态。但是，在服务业要想行稳致远，只靠技术和讲故事远远不够，必须回归初心、做好内功，通过优质服务满足用户的需求。比如，可以通过在线迅速回应消费者的问题、根据消费者的使用习惯提供个性化服务等，让技术为维护消费者的合法权益服务。

杨开新

CBA激发辽宁球迷运动与消费热情——

赛事升温篮球热

本报记者 温济聪



在丹东冠冠篮球馆，小朋友正在训练。本报记者 温济聪摄

两岁的小哥哥们一起打篮球丝毫不逊色。于哲凌的妈妈曲安琪告诉记者，于哲凌每周一至周四的傍晚都在篮球馆学习篮球。“我给孩子办了年卡，平均每次50元。”卢俊楠是丹东冠冠篮球馆的合伙人，去年7月他和朋友一起合开了这家篮球馆。“我们这里有3片标准成人篮球场，2片儿童场地。我们的经营主要有两个方面：一方面是成人篮球包场，2个小时600元；另一方面我们请了专业教练给儿童学员上课，平均一节课50元。”

“正式开业不到一年，来篮球馆的消费者越来越多。去年暑假儿童学员有300人，今年寒假就涨到了700人。而且他们还在场馆购买篮球、速干衣、毛巾、篮球袜子、水杯等。我对今年的营业收入很有信心。”卢俊楠说。

“两个小时包场，600元！”虽然价格有点高，但丹东市民李皓林仍是这家篮球馆的常客。“我特别喜欢打篮球，去年暑假我还在这里的‘幼儿园’组，现在我已经升‘小学组’啦。”3月2日，在丹东冠冠篮球馆，6岁的于哲凌小朋友告诉记者。他和比自己大

不发滑、不容易受伤，他和朋友经常来这里打球。

不只在丹东，被称为首批“全国篮球城市”之一的阜新，群众的打球热情也很高涨。

阜新项目冯冕就是一名篮球爱好者。虽然平时工作非常忙碌，但他在加班之余会抽空去阜新市体育中心的室内篮球馆与“健康队”的队友打篮球。

“篮球运动是集体运动，打篮球既可以锻炼身体，也能增进团队协作的能力。我平均一周至少会去打两次篮球，每次大约两个小时。近年来，国产体育用品发展迅速，我和队友一般都会选择国内品牌的篮球鞋和相关的篮球装备，如护膝、篮球袜、速干衣等。”冯冕说。

在阜新，冯冕只是众多篮球爱好者之一。阜新正培育产业基础，推动篮球产业快速发展。目前，全市经常参加篮球运动的人数已达70万，成为该市各类体育消费的重要人群，有力支撑了城市篮球产业的快速发展。“天天有活动、周周有比赛、月月有大赛”的赛事格局，营造出浓厚的体育氛围，更带动了阜新宾馆、餐饮、旅游等行业的发展。

本版编辑 康琼艳 美编 王子莹