



看一眼2022世界杯用球 踢一场虚拟足球赛

进博会上刮起世界杯“绿茵风”

提到历届进博会上的体育元素,你会想起什么?是NBA展台的投篮比赛,是去年“四叶草”内的冬奥滑雪体验,还是消费品专区里特设的体育用品?

第五届进博会上,馆内的运动氛围依然拉满。第四届进博会上“劲吹”的“冬奥风”,今年依旧在展品上有所延续。记者在优衣库展台看到,一件世界滑雪冠军平野步梦的同款“智”暖衣正穿在模特的身上。“这件‘智’暖衣在进博会中国首秀后,将于12月在门店上新。”工作人员告诉记者,北京冬奥会成功举办后,与冰雪运动相关的保暖防风衣物及手套等配件的销量均明显上升。因此,今年优衣库在此基础上继续升级,除了在人体核心区域填充优质羽绒外,还在肩部、袖子和腋下这些需要频繁活动的部位填充吸湿发热功能性材料。

再过十来天,世界杯即将在卡塔尔拉开帷幕,足球元素也在本届进博会上时时可见。

消费品展区内,阿迪达斯作为世界杯连续14届的官方赞助商,在本届进博会特设世界杯主题互动区域,隆重展出历届世界杯比赛用球,细数这一世界性体育盛会的光辉岁月。其中,一只特大号足球最为吸睛,这是阿迪达斯特别定制的国际足联2022年卡塔尔世界杯官方全新比赛用球——“AL RIHLA”逐梦之旅。此外,展区内还设有VR世界杯游戏互动体验,球迷可以在虚拟赛场上体验竞技体育的乐趣。尽管国足未能参加2022年卡塔尔世界杯,但在展台上可以看到其昔日光辉。除了展出2002年中国男足登顶巅峰时刻的同款战服,日前,阿迪达斯还与中国足球前辈崔根宝和范志毅相约进博会,通过一场与中国足球巅峰一代的对话,共同探讨中国足球“没有不可能”的发展愿景。

在展台上亮出球衣的不止一家。位于8.2馆的渣打银行是英超利物浦的主要赞助商,他们将利物浦队的签名球衣带到了现场。而为了复刻今年利物浦夺得英格兰足总杯的荣耀时刻,渣打银行还在进博会现场重现了决赛点球大战的精彩瞬间。利物浦展区的守门员互动游戏更是吸引不少观众驻足体验,通过游戏传递足球的热血瞬间。此外,渣打银行将于明天在进博会现场连线利物浦传奇球星格伦·约翰逊,与会场内外的利物浦球迷互动。

这样的互动游戏还有很多。

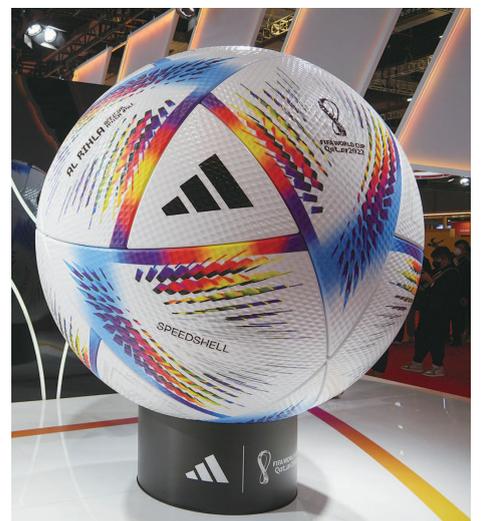
在技术装备展区的高通展台,为了体验一把足球守门员的竞技乐趣,很多观众排起了长队。戴上虚拟现实(VR)头显设备,双手持手柄,体验者就能“置身”球门前,迎接足球赛守门员考验,与元宇宙世界中的运动员们一较高下,互动感十足。

除了足球守门员,这个体验项目还设有羽毛球运动员的选项。其背后的技术支撑,是元宇宙相关的数项核心技术——5G、XR和边缘云计算的结合,从而成为一项充分运用5G设计的功能、概念和灵活性,通过5G创新增强大众体验的成功实践。

而有一种足球训练,体验者甚至都不需要穿戴任何智能设备。那就是爱普生的“足球大玩家”沉浸式光影秀。这一项目被推选为本届进博会人工智能专区创新展品的代表。体验者只要步入一个“小黑屋”,就仿佛置身于一个真实的足球场内,用一个真实的足球传球、盘带、射门……这里,爱普生运用的是原创的3色液晶显示激光投影技术,以及视觉捕捉和软件辅助,从而打造出数字化沉浸式足球训练体验。

源自新加坡的高端健康生活方式领军品牌OSIM傲胜已连续参展4年,今年在进博会上首发一款联名新品——融合健康养生与体育竞技双重基因的2022世界杯系列电竞按摩椅V。这次联名囊括巴西、法国、阿根廷等5支人气球队,新品的记忆海绵头枕与背垫支撑上有专属队徽和配色,极具辨识度,彰显主队球迷身份。

本报记者 杨硕 张钰芸 金志刚 钱文婷



- | | | |
|---|-------------------------------------|------------|
| ① | 进博会世界杯元素吸引观众 | 本报记者 刘歆 摄 |
| ② | 爱普生带来足球训练模拟器 | 本报记者 陈梦泽 摄 |
| ③ | 2022年卡塔尔世界杯官方全新比赛用球——“AL RIHLA”逐梦之旅 | 本报记者 刘歆 摄 |
| ④ | 渣打银行带来利物浦队签名球衣 | 本报记者 陈梦泽 摄 |
| ⑤ | 在高通展台当一回足球守门员 | 本报记者 陈梦泽 摄 |