



进博会体育展区互动游戏玩不停 和教练学滑雪,和球星全息“合影”



见习记者 王琛

藏在进博会四叶草的消费品展区一隅,体育用品专区并没有逊色半分。运动品牌 FILA 和迪卡侬都带来了滑雪机,搭配教练陪伴观众上板体验;NBA 赛事展台科技感十足,提供了全息投影、虚拟换衣、体感摄影等互动体验;亚瑟士展台提供“心火指数测试”,检测运动前后情绪和认知水平。滑雪、羽毛球、足球、篮球各种运动齐上阵,不禁让人感慨,这怕是四叶草最“好玩”的展区了!

和专业教练体验室内滑雪

在 FILA 展台滑雪体验区,记者看到了两台滑雪机并排等候,教练一身橘色滑雪服,从头盔到雪板全副武装,正在演示室内滑雪。转身,跳跃,落地,一套动作一气呵成,不禁让人摩拳擦掌跃跃欲试。
据了解,在进博会期间,FILA 展台其中一台滑雪机会请专业滑雪教练对体验者进行指导,观众可以在现场排队预约体验,体验滑雪需要穿好全套装备,从着装到体验结束全程大约需要 10-20 分钟。
首次入驻进博体育展区,FILA 带来的惊喜多多。今天,FILA 还将带来全球首发的一款滑雪服,由 VIST 意大利总部研发,设计上使用色彩拼接与字母主题,功能上采用了防水、透气、弹力和抗结露的面料,可满足极端气候环境下的室外滑雪穿着需求。

魔力橱窗前“召唤”球衣

去年的 NBA 展区面积可观,投篮、电竞等多个互动区人气十足,今年也不例外。还没走进展台,路过的人们就已经被展区的外墙吸引了。
原来这不是一面普通的墙,而是一面“魔力橱窗”,球迷在橱窗前站立,大屏上就会出现自己的身影。摆出一定姿势即可“召唤”球衣:比如双臂伸直展开,一件球衣就“降落”在身上了,如果想要更换自己喜欢的款式,只需要举起一只手即可。如果一直举手不放,球衣就会自动更换。这些虚拟球衣都是当前上市的产品。
不过,记者发现这个“黑科技”虽然可以虚拟体验,却不能留下和球衣的合影。仿佛这个小小的心思被偷听到一样,走进展区,遗憾就瞬间得到了治愈——还有一个虚拟体验,可以留下和球星的合影。
在“巨星同台 SHOW”的大屏前,球迷可以通过体感摄像的方式,身临其境地与 NBA 或者 WNBA 球星同台竞技,而这一次,你的一记绝杀可以被记录下来!互动结束后扫描二维码,即可在手机上收获合影。
在展区内,还有 5G 全息投影区,NBA 球星同步“现身”活动现场与球迷隔空对话,现场感十足;和去年一样,篮球公园仍然在现场为球迷提供了投篮体验,按照场地的 LED 地板和 IMAX 巨幕指引,可以体验不一样的“三步上篮”,还有趣味问答。
在游戏体验区,最受欢迎的 NBA 手游、NBA 中国出品的动漫人物也出现在现场,一场为 Z 时代打造运动乐园已拉开帷幕。

一前一后载上两个娃 这辆中国首发电助力自行车越骑越轻松

记者 谢靖

晨报讯 轻便的自行车车身上前一后安装了两个车座,刚好能够同时坐上家中“一大一小”两个孩子。自行车采用的电助力模式也能够尽可能环保的前提下,让使用者更轻松地完成整段骑行路程。
进博会开幕首日,随记者一起来消费展区日本丸石展台找找日常出行领域的“进博好物”!
棕色的坐垫,略小一些的车轮,在第四届进博会消费展区丸石的展台上,一辆仿佛从日剧里走出来的复古自行车吸引了很多人的注意。戴上 VR 眼镜,眼前展示的 360°画面来自沪上各大地标性经典,可以让身在进博会的观

众现场逛遍魔都。
相比普通自行车的“前筐后座”,这辆中国首发的电助力子母车明显进行了大升级。家长在骑车的时候可以让“大宝”坐在后座,再把“二宝”用五点式安全带固定在前面的车篮里。前车篮最大承重可达 15 公斤,后座上除了安全带,还有提升乘坐舒适度和安全性的脚踏。
若是家有“毛孩子”,则可以考虑另一款宠物车,车篮前设计了专门的宠物包,后座上同样可以载上家中年龄偏大一些的孩子,实现另一种“一大一小”的共同出行。
从手柄的设计上来看,这两款自行车似乎还都是带电的,可调节的动力档位应该可以减轻骑行时的负担。
“虽然是用电的,但这并不是一辆电动车,而是电助力车”,展台负责人甘霖告诉记者,这辆自行车在启动电助力后并不能

直接前行,而是需要在骑行者踩踏的过程中才提供辅助助力,简单来说就是不“踩没电,但越踩越轻”。
记者获悉,今年首次参加进博会的丸石株式会社共带来了 10 款自行车,其中有 9 款均为中国首发。这一系列新品也将展现“绿色、低碳、环保”的主题发挥得淋漓尽致,“在日本,这样的骑行模式已经较为普及,我们也希望借助进博会的平台,将环保的理念进一步与中国消费者分享”。
值得注意的是,就在本届进博会开幕前,丸石刚刚将一场为期 3 个月的快闪展设在了距离“四叶草”不远的虹桥品汇,常设门店也已在洽谈的过程中。无法亲临进博现场的市民游客,可以通过进博会“6 天+365 天”常年展销平台,同步体验“进博首发”的独特魅力。



最贵跑车 阿波罗又来了 这次更酷炫

记者 林劲楠

晨报讯 还记得去年进博会上那台数千万元的阿波罗跑车吗?今年阿波罗又来了,而且跑车家族也有了新成员——阿波罗最新一代酷炫超跑阿波罗 EVO。车商透露,去年参加进博会后,大量消费者来询问新车,这个不为人知的小众跑车知名度大增,所以今年要拿出更好的车来上海。
阿波罗 EVO 售价还很神秘,据展商介绍,售价将为数百万美元,也就是差不多 2000 万人民币左右。也就是说,本届进博会阿波罗又拿下了全场最贵豪车的名头。
站台上的这辆跑车外观特别另类、特别酷,六角形的尾翼可以变幻尾灯的颜色,忽闪忽闪。飞翼形的车门沿袭了跑车的一贯特点。据透露,这辆车并非新能源,但加速性能非常了得,2 秒加速到 100 公里,4 秒加速到 200 公里。目前该车底盘调教只适合赛道。
不过要买车,还有点难度。“这辆车也已经卖掉了,我们计划 2024 年新车上市,限量版仅十台,只是在赛车爱好者的圈内销售。”车商透露,如果想买这款车,现在能做的就是赛车圈里积攒口碑。
图片/见习记者 王琛
晨报记者 谢靖 林劲楠
受访对象供图
制图/潘文健

【进博人物】

今年的“小叶子”多了一个新工种 00后“小叶子体验官”用视频带你逛进博

晨报记者 荣思嘉

“小叶子”又上新啦!除了往年的岗位之外,今年的“小叶子”多了一个新工种——“小叶子体验官”,上海市团市委招募了一支 1000 名“小叶子体验官”队伍,他们绝大多数都是“00 后”,在志愿服务之余,围绕志愿者日常、进博会展台介绍、进博心得体会、建党百年、防疫宣传、志愿者风采、高校特色展示、多语种分享八个主题,以志愿者视角在非上岗时间拍摄短视频,用“小叶子”的视角记录进博会的方方面面。
来自同济大学大三的刘姿彤也是一名“小叶子体验官”,她和搭档们用镜头展示了他们眼中精彩的进博会。

一级体验官的一天是怎样的?

早上 6 点,刘姿彤就被闹钟唤醒了,新一天的志愿服务时间又到了,她赶忙起床梳洗,准备好进入进博展区的拍摄仪器,等待 7 点准时从同济大学四平路校区开往青浦“四叶草”的班车,路上的路程需要近一个半小时。
这样早起准备,路上奔波的日子,刘姿彤已经适应了将近 2 周。出于防疫的要求,从 10 月 23 日开始,刘姿彤就住进了学校单独安排出来的“隔离楼”,26 日作为最早一批进驻场馆的志愿者,开启“小叶子”征程。
刘姿彤的岗位名称叫做“小叶子体验官”,这是上海市团市委今年首设的“小叶子”岗位,共有 1000 名体验官上岗,往年是没有这个岗位的。
“这个岗位就是让我们用视频记录我们志愿者眼中的进博会。”刘姿彤说,他们会关注好玩、有趣的展品,也会用镜头记录下有爱、有温度的事件,还会把镜头对准其他岗位的“小叶子”,帮助大家一起记住这个共同经历的、意义非凡的体验。“我们的视频可能技术上不比官方专业的内容,但是形式会更加活泼,更加有年轻人视角。”
从选题策划,再到脚本设计,实施拍摄再到剪辑成品……全流程都需要刘姿彤他们自己完成,她和同校的另外四名同学,组成了一个五人小分队。
每天早上到达“四叶草”场馆之后,刘姿彤需要和同伴们商定今日的拍摄任务,探寻“四叶草”里面哪些地方适合拍摄,同时也需要和其他岗位上的“小叶子”沟通,收集可以拍摄的线索,和拍摄对象敲定志愿服务休息的空档,日行 2 万步已经是基础打底了,在拍摄剪辑中身体也很疲惫,但刘姿彤说:“我们累并快乐着。”

一个爆款视频是怎样出炉的?

“我是来自上海的朱开明,我手中之的是进博会吉祥物进宝。”“我是来自河南郑州的王旭雯,我现在身处国家会议中心前,这里将作为进博会开幕式举办地。”《同济“小叶子”方言 show time》这个 2 分钟不

到的短视频目前占据“小叶子青春体验官”视频号活动的榜首,收获了上千点赞,这个视频就是出自刘姿彤所在的团队。
刘姿彤他们团队都是来自同济大学的各个专业,刘姿彤是数字媒体与视觉传达设计专业的学生,平时学的学科和传媒相关,这次担任“体验官”,进博会展台介绍、进博心得体会、建党百年、防疫宣传、志愿者风采、高校特色展示、多语种分享八个主题,以志愿者视角在非上岗时间拍摄短视频,用“小叶子”的视角记录进博会的方方面面。
来自同济大学大三的刘姿彤也是一名“小叶子体验官”,她和搭档们用镜头展示了他们眼中精彩的进博会。

“联系同学比较花时间。”刘姿彤回忆,完成视频的拍摄了不少其他“小叶子”的支持,劝说他们出镜花了不少的时间,另外协调好时间、不能打扰志愿服务也需要注意。
最后,视频耗时 4 个小时拍摄完毕,再加上 10 多个小时的后期制作,刘姿彤他们以“小叶子体验官”视角看进博会的作品就诞生了。
“我们对我们的作品还是很满意的,虽然有上升空间,但是在‘小叶子’和同学之间,

这个视频的评价都还不错。”说起自己的作品,刘姿彤有些小得意,“好多同学看到之后,都说以后也要来进博会做‘小叶子’志愿者”。
在 11 月 5 日进博会开幕前,他们团队平均日产一个视频,而开幕之后,他们的计划是每天产出三个视频。“希望我们的视频可以越做越好,能成为我们的一个纪念,也能成为第四届进博会的一个纪念。”

