虚拟镜前 3D 穿着效果立即呈现

赶紧去试试隔空选衣

隔记者 孙璐

网购衣服,拿到货时发现不适合再退货,消费者和商家都会为此而发愁。随着互联网+与人们生活的密切关联,“3D 试衣间”将解决这个问题。购物者可以把自己喜欢的服饰穿戴到和自己身材一样的虚拟模特身上,直观地看到挑选的衣服、鞋帽等搭配效果,直到搭配出自己满意的风格后再购买,这样的“黑科技”正逐渐走进我们的生活。

优衣库曾在自建的B2C官网上推出了3D试衣间,消费者在输入自己的性别、身高、腰围等十几项数据后,可以选择一个跟自己体型相近的模特,然后只需要点击模特的各个部位,就可以“换上”不同款式的衣服。其目的在于解决网购的合身问题。据英国时尚媒体 BOF 提供的数据显示,线上购买服装中通常约有20%到40%都被退了回去,主要的原因就是衣服不合身,这给电商造成了数以百万计的损失。

以往消费者到商店购买衣服,需要繁琐地更换衣服进行试穿,既麻烦又浪费时间,而全新推出的试衣镜可以轻松快捷地帮助消费者试衣。消费者终于可以只需站在试衣镜前,隔空选择衣服,就能看到自己穿着衣服后的 3D 效果了,听起来是不是很神奇呢?

线上解决网购衣服不合身 线下引流降低成本

对于很多服装品牌来说,上到优衣库、ZARA等国际服装品牌,下到以服装零售为主的百货商场,都在探讨接入3D试衣的可能性。线下实体店希望借助它来达到引流和降低成本的目的,而线上网络平台则希望利用它来弥补一直饱受争议的服装尺寸不合身的问题。

进入 2016 年,VR(虚拟现实)概念大火,淘宝 Buy+的出现更是进一步激发了人们对虚拟仿真应用的无限兴趣,同时也引起了很多人的注意。目前,虚拟仿真技术已经在多个行业中达到了应用的水准。在服装行业中,除了试衣,虚拟仿真技术还被更多地应用到了设计、制版、走秀、陈列等多个方面。

不用穿脱就能试衣服 能先看效果再制衣

已在南方广泛应用的虚拟试衣技术吸引了很多人的注意,它可以通过先进的3D试衣技术进行一个临空操控,来换取自己喜欢的衣服,并且可以通过界面上的加入购物车来进行购买。然后还可以根据3D模特挑选自己喜欢的衣服,根据模特的形状来选取衣服,更换发型,或是按照身材的参数,根据自己的体型做到穿衣的搭配。

把虚拟试衣同线上线下的购物结合起来,成为更加满足消费者需求的完美闭环。如今的3D技术不仅仅再局限于电影或是视频游戏,它还改变着整个商业领域与零售模式,按照传统的方式,设计师必须等面料到了之后才能开始打样,然后经过反复的修改确定后才能定制成实物的样品。而依靠3D服装定制技术,消费者在很短的时间内就可以看到样衣。服装企业七匹狼同样也在门店安装了一款“3D试衣镜”,消费者站在“试衣镜”前,通过手的挥动可迅速换衣,既能告别穿脱繁琐程序,又尽可能多地尝试新款式。这款软件还能用大数据进行消费喜好挖掘,并集成财务、交易、生产管控、库存管理等系统。

分析喜好减少库存 商家更清晰品牌定位

对于集合了数以千计品牌的商场而言,往系统中录入每件衣服的工程将非常浩大。而在这些庞杂的数据背后,3D试衣间已能实现收集并分析录入的数据。这也就意味着,技术方可以通过用户在系统收集数据,以此来分析品牌定位,确定销售计划。“对于款式多、更新快的品牌来说是一大利好,试衣间既能帮他们展示更多款式,还能够通过数据分析,生产适合市场的产品,以减少库中输入试衣的尺码、颜色和材质,分析市场客群的消费习惯。通过数据分析,以后还可以考虑预售模式,即用户试款后先下单,商家再去生产,以提高生产效率。”

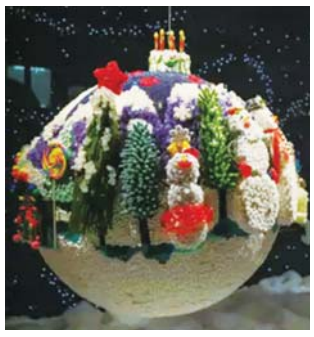
FXGear公司的FXMirror是一个3D“试衣魔镜”,已应用于服装行业。顾客只要在镜子前照一照,FXMirror立刻虚拟显示出顾客穿上衣服后的样子。顾客可以随意地搭配各式样式的衣服,并改变颜色,瞬间试穿十多件衣服,试穿以后的效果可以通过手机记录分享给其它人。而中国的“尚易”早已有了这款设备,加之VR、“魔购百货”虚拟试衣APP的应用及淘宝试衣的上线,很多服装实体、网店都开始进行大胆尝试。

现在 3D 试衣镜只存在于少数城市的少数店面,但其未来发展空间非常巨大,因为 3D 试衣镜提高了客户体验,也会成为线下商家在大数据时代扩张的利器。

世界顶尖百货里的圣诞橱窗

距离圣诞节还有不到一个月的时间,世界各大顶尖百货公司已经迫不及待推出自家的圣诞橱窗。人们都说橱窗是一家百货公司的灵魂,因此各家都卯足了劲在今年的这一场圣诞橱窗秀中各出奇招。

梅西百货



美国纽约曼哈顿梅西百货(REEBONZ)旗舰店当地时间5日推出了今年的圣诞橱窗,以糖果为主题的各式装饰品吸引了很多孩子围观。

路易丝百货

位于英国伦敦牛津街的约翰·路易丝百货(John Lewis)展出了以一群小动物为主角的圣诞橱窗。这当中的拳师犬、臭鼬、刺猬、小松鼠就是他们家今年圣诞广告的主角。在经历了脱欧、首相更替等大事件后,约翰·路易丝今年的圣诞宣传走起了欢乐路线。

夏菲尼高

英国高级百货夏菲尼高(Harvey Nichols)今年的圣诞橱窗尽显意式风格,以意大利歌剧为主题。橱窗中有10万颗仿制冰球、700只手工星星以及1英里长的毛线。不过,深夜经过这样的橱窗不免有些毛骨悚然。

哈洛德百货

以贩售奢侈品闻名的英国哈洛德百货(Harrods)在圣诞橱窗中运用了运动传感器,当顾客经过橱窗时,玻璃里面会有音乐响起,灯光变幻场景。

Henri Bendel

纽约第五大道的Henri Bendel是纽约零售业历史上一家非常有传奇色彩的百货。他们今年的圣诞橱窗上喷绘了满满的爱心,主题为“寻找爱”。

圣诞还未到 商家提前嗨起来

隔记者 刘丽娜

进入十二月份,圣诞、元旦的脚步又近了。要问即将到来的圣诞节哪里节日氛围最浓,毫无疑问一定是商场,虽然距离圣诞节还有一段时间,但商家们早已开始行动,全面推出狂欢活动,不仅有参与感十足的主题活动,还有最给力的年终大促,用精美绝伦的装饰美陈渲染着欢乐喜庆的气氛。

点亮圣诞 主题活动提前打响

当餐饮、娱乐、儿童游乐场等在济南的商场里司空见惯时,主题活动由于能够同时满足大家娱乐、社交、消费等多重需求,便逐渐成为商场吸引消费者的一种新方式。向来重视节点造势的商家们却早早地较起了劲,刚进入十二月份就开始推出主题活动。

今年圣诞,恒隆广场以“点亮圣诞”为主题,位于西翼中庭一颗高达 12 米的“摘星圣诞树”将全面贯穿这一主题。这是一棵圣诞树,也是许愿树,当来往购物的人们步入其中时,伸手触碰,即可点亮星星,许下心愿,12 种浪漫的光影变换组合,折射出最甜蜜的圣诞愿望,顾客即可发现蕴藏其中的浪漫内涵。不仅在西翼,东翼 1 楼、外围草坪等地均设有不同的寻愿之路、星海灯河等,均暗藏智能装置——礼物盒,给顾客打造出浪漫惊喜的节日气氛。

世茂国际广场则在每个角落都为顾客准备了圣诞参与方式指南,有趣的动漫展将开启圣诞季的活动,从现在开始就可以感受圣诞的浓厚氛围了。

高新万达近期举办亮灯仪式以开启圣诞季的活动,联合多个品牌商家推出促销活动,举办“最美圣诞装饰”评比活动,让顾客在享受优惠的同时,也能参与评比,通过线上投票渠道,带动圣诞的时尚氛围。

最低 4 折 圣诞血拼很划算

到了年底,有些商场才送走店庆月就迎来圣诞狂欢月,推出的优惠幅度一波大似一波,无论是四折起售,还是多倍积分,抑或送购物卡等大礼,这些促销活动总能勾起消费者的购物欲望,“一年就一次圣诞节,打折都这么狠,不买东西都觉得自己亏了!”消费者李女士说。

据记者了解,目前贵和、银座等泉城一众品牌商家纷纷发力,推出各种促销活动,让消费者购物得实惠。银座商城泉城广场店推出冬日温情月,部分品牌限时抢 4 折起,探路者 5 折起,新百伦部分 7 折,大嘴猴部分 5 折,思凯乐特供品 2.5-5 折。

12 月 1 日起,恒隆广场推出节日礼遇活动,当日单笔消费满 800 元即可获赠圣诞定制灯饰,单笔消费满 1500 元即可获赠 100 元 Ole’超市购物卡。恒隆广场内部分品牌从现在开始打出圣诞节的折扣,范思哲 Versace 推出全场 7 折,MAX &Co 推出 16 年秋冬货品全场 7 折,一单多件还有额外惊喜的促销手段。Coccinelle 甄选秋冬季精品 6-8 折,Tranoi 部分产品 5 折起。

贵和商厦 PRICH 专柜全场 5 折的活动,La Chapelle 冬季新品 7 折,欧莱雅专柜复颜系列购满 780 元立减 100,金致系列第三件产品6折,青春密码系列任意消费可85折换购,彩妆系列任意购两件以上,立享88折。

圣诞节元旦相近,又临近春节,商家势必借机掀起年底最后一波促销狂潮,据了解,平安夜,多家商场都把营业时间延长到次日零点,这个时候血拼点年货还是非常划算的。