

數字平台

過去的兩期「3C科技」，筆者盤點了疫情期間較常使用的生活與工作軟件。這些軟件為人們在疫情中的生活或多或少帶來了便利。但是宅在家中，疫情已然成為了人們生活的一部分，戴着口罩的相見成為了見面的新常态。在這種「常态」背景下，生活方式又有哪些變化？本期，一同來看看，疫情下的生活方式變遷。

杜若

疫情改變生活模式 「無接觸」概念 深入人心

非接觸式取貨

代表：菜鳥快遞櫃、豐巢

在疫情前，買菜、購物，是生活的重要組成部分，但疫情之後，購物的常態或許被永久地改變了。與現實中購物僅需要與售貨員溝通對接不同的是，網購時，往往需要與速遞員，或是同自提網點的工作人員對接。疫情期間，這些接觸不僅降低了網購效率，也增加了一定的風險。順豐、阿里巴巴等公司基於此痛點，推出非接觸式取貨的物流模式。這種物流模式在打通最後一公里的同時，也提升了快遞小哥的工作效率，降低了疫情的風險。

以阿里巴巴推出的菜鳥驛站智能櫃為例，它是菜鳥驛站「最後一公里」包裹服務的組成之一，覆蓋了全國大中型城市，作為上門服務的補充，為消費者提供多元可選的



▲2021年，10個菜鳥驛站及60個菜鳥自提點落戶香港。



▲順豐速遞在香港推出順豐智能櫃服務，逾800個順豐智能櫃遍布全港各大小屋邨、屋苑商場及工廈等。

取快遞服務。如今菜鳥驛站還推出了「刷臉取貨」功能，消費者可以在智能櫃上自主選擇、授權，使用刷臉取件功能。

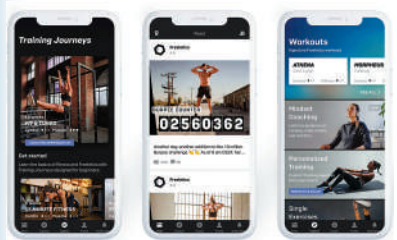
豐巢致力於構建24小時無人自助的物聯網解決方案，形成智能軟硬件服務、末端服務、增值服務、廣告服務、電商服務的生態平台。豐巢基於「智能快件櫃+代收服務站點」雙重組合運營體系，以及日漸完善的物聯網技術，通過利用平台大數據，為政府機關、地產/物業公司、電商企業、社區等不同的需求方，提供包括雲技術、終端支持等安全的、便利的、多元化的智能末端解決方案。

在香港，順豐也推出了順豐智能櫃服務，順豐智能櫃的服務可為終端客戶提供全天24小時隨時隨地輕鬆取件等物流體驗。此外，智能櫃同時支援 AlipayHK、WeChat Pay HK、銀聯二維碼及雲閃付 App、BoC Pay、PayMe、八達通運到付服務，為顧客省卻零錢找換帶來的煩惱，直接讓客戶極速付費取件。順豐智能櫃僅在香港就有超過800個網點。

智能櫃也有其明顯的缺點：超時付費機制。這讓許多用戶心生不滿，在內地，智能櫃的免費寄存時間往往只有24小時，超時之後便需要適當付費，有時購買比較「白菜價」的商品，需要支付一定的超時費，無疑讓消費者對此頗有微詞。與超時付費機制相對應的，也有許多速遞員為圖省事，將快件往智能櫃「一鎖了之」，有時消費者並不能及時收取閱讀短訊，導致貨件遺失的風險。

遠程健身

代表：Keep、Freeletics



▲Freeletics有超過5800萬用戶。

疫情對健身房造成巨大影響。如今有許多健身軟件讓人宅家就體會健身的快樂，Keep與Freeletics就是其中的代表。而其中，Keep打着「自律給我自由」口號，與實際生活結合，助力用戶形成健身的生活習慣。

除了軟件本身之外，Keep還推出了各式各樣的健身商品，有跑步機、動感單車、瑜伽墊、筋膜槍、體脂儀等等商品。幾乎每一項都可以與本身的軟件深度結合，例如動感單車中植入Keep的實時動感單車課，可以遠程加入專業私教課的訓練進程中，享受宅家中動感單車揮汗如雨快感。

與Keep高度商業化的模式類似，Freeletics是在中國內地以外較為盛行的健身軟件。在健身行業

發達的歐美國家，Freeletics已經有超過5800萬用戶，不僅有完整的訓練課程，還提供個人訓練計劃，可依照用戶所需量身打造適合的練習。針對每一個訓練動作，也有詳細的影片教程。但是個人量身打造的訓練與飲食計劃必須升級成付費版才能使用，免費版僅能練習一些既定的課程以及部分訓練。這款App還不支持中文界面，或許會讓一些用戶望而卻步。

但是簡單、純粹的操作界面與專業的訓練模式，也令宅家的專業健身訓練成為了可能。



代表：得物、Farfetch

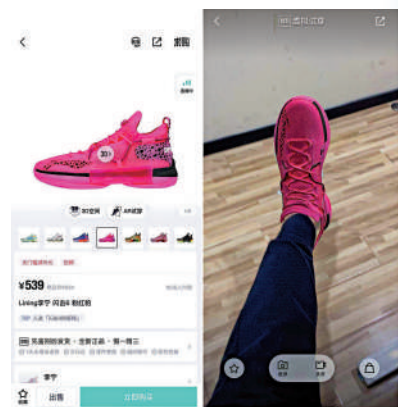
虛擬試衣

電商平台推出的「虛擬試衣」服務因為尺寸不準、上身效果差異較大廣受吐槽，概念滿分的功能淪為「雞肋」。不過，在疫情背景之下，該服務在海外再度受到推崇，購物平台與科技公司正在做新的技術嘗試。

近年來，多家電商平台和「快消」服飾品牌推出虛擬試衣間的功能。雖然噱頭十足，但真實體驗並不好。主要問題集中在服裝版型和尺碼不準確，上身效果差異較大。另外系統推薦的搭配比較基礎和大眾，不能夠滿足對服飾穿搭有個性化需求的人群。經過幾年試水，目前在內地包括淘寶、京東在內的電商平台上，這些虛擬試衣間的入口基本關閉，而品牌自己的虛擬試衣服務也形同雞肋。在內地，得物App仍然在鞋類產品的醒目位置開通試衣功能，利用手機攝像頭，伸出腳可以看到鞋子的上腳效果，不過無法看到全身效果。

早在2005年，虛擬試衣間的概念就被當作一種「超前的高科技展望」在國際科技論壇上提出。這項技術主要是通過結合增強現實技術（AR）、虛擬現實技術（VR）和3D演算畫面，利用視頻實時採集、圖片文件等途徑，自動生成3D全方位立體化視覺效果的隔空試衣工具，讓消費者可以在虛擬環境下將「買前試穿」變成現實。

但最近，歐美主攻奢侈品的電商平台Farfetch就宣布聯合Zeekit推出動態虛擬試衣間，讓消費者在平台上購物時能預覽自己穿着產品的樣子，以更好地感知尺寸、比例和顏色，獲得真正身臨其境的個性化購物體驗。在初始階段，部分客戶有機會將自己的形象數字化，並能夠選擇多種服裝系列產品。



▲得物App推出的AR虛擬試鞋功能。



▲Farfetch將聯合Zeekit推出動態虛擬試衣間。

網上醫療諮詢

代表：丁香醫生

疫情期間，人們對健康的的需求不斷增加，越來越多人關注自己的健康狀況，這時醫療諮詢App就成為了香餡餅，遠程諮詢，也成為了部分用戶的生活常態。

丁香醫生於2012年上線，由專業醫學網站丁香園團隊開發，是一個為大眾用戶提供健康信息科普、在線問診購藥、健康管理等服務的醫療類App。丁香醫生依託互聯網技術，在當今醫療資源空間分布不平衡、醫患關係緊張，部分地區看病難、看病貴背景下，為有看診



▲丁香醫生App於2012年上線，由專業醫學團隊開發。

需求、買藥需求、健康管理需求、日常健康信息科普需求的用戶，提供專業、權威、可信賴、精準化、隱私化的醫療信息與服務。

但是遠程醫療諮詢的缺點也頗明顯，依靠線上的互聯網醫療模式，不能達到望聞問切的全方位診斷，尚未開發視頻問診等功能，因此醫生也不敢輕易作出診斷。或許未來，隨着科技的發展與人們觀念的變化，網上醫療諮詢與問診會更為成熟。

結語

疫情至今已逾兩年，人們的生活有了翻天覆地的變化。曾經的應酬變成在家買菜軟件團購，曾經健身房揮汗如雨，如今變成在家踩動感單車……擁抱變化，迎

接科技，享受生活，或許是疫情後，我們共同的關鍵詞。但是，變與不變之間總有平衡。或許，如果在這困難的時候有什麼是我們堅守不棄的東西，那應該不是我們

對常態的定義，而是堅持回歸常態的決心。對生命的尊重和敬畏，與堅強的決心，必將與我們共同戰鬥。疫情總會過去，科技卻依然能陪伴我們身邊。