



新潮體驗

2022年卡塔爾世界盃在球迷的期盼中拉開序幕。37歲的C朗、35歲的美斯、39歲的丹尼爾·艾維斯、38歲的泰亞高·施華等一眾球星因年齡即將迎來謝幕，球迷們將本屆世界盃稱為「諸神的黃昏之戰」。為此，即便是首次在北半球冬季舉辦的世界盃，球迷觀賽的熱情卻熱烈如夏。不僅酒吧、餐飲被帶旺，而且在後疫情時代，球迷觀賽解鎖了更多的「新姿勢」：「Z世代」們戴上VR眼鏡便可在元宇宙世界裏沉浸式觀賽，在各類元宇宙的足球虛擬空間和各地的球迷互動交流……「世界盃時刻」來臨，各式各樣的新消費場景湧現也帶動了「看球經濟」持續升溫。

大公報記者 曾萍



▲VR眼鏡讓人們沉浸式體驗足球帶來的樂趣。圖為2022中國國際服務貿易交易會，觀眾戴上VR眼鏡玩足球遊戲。

元宇宙萬人觀賽 球迷「身臨」卡塔爾

Z世代VR睇波 世盃近在眼前



▲咪咕打造的虛擬觀賽互動空間，用戶以虛擬身份登錄，觀看賽事，感受足球文化。

作為首次可以使用VR設備觀賽的大型體育賽事，卡塔爾世界盃為無法親自到場的球迷提供了虛擬空間，彌補了隔着屏幕缺乏氛圍感和沉浸感的不足。如今，「5G+VR」的應用讓球迷「沉浸式」觀賽的需求得以實現。戴上VR設備，用戶不僅可以創造專屬於自己的虛擬形象，在虛擬的4K屏幕上獲得更近距離的體驗，而且還可以在各類元宇宙的足球虛擬空間裏，和各地的球迷互動交流。

VR眼鏡成交額同比增50%

「樓棟被封控，只能到VR世界裏感受一下世界盃的熱鬧和激情。」剛研究生畢業的李耀陽已經看過了3屆世界盃，而這次世界盃期間李耀陽被疫情困在了家裏，於是其前段時間網購的VR設備派上了用場。「右手握着充氣的加油棒，左手拿着飲料，就可以和朋友在我元宇宙的家裏一起觀看球賽了。」李耀陽告訴記者，通過虛擬的超級大屏觀看球賽，離賽場更近，球賽看起來也「更沉浸」。

世界盃直播的「VR化」，給觀眾帶來了更強的「臨場感」，隨着世界盃賽程的不斷推進，元宇宙觀賽的新體驗也在一定程度上拉動了VR設備的銷售。據京東的銷售數據顯示，世界盃開始的上一周，VR眼鏡成交額同比增長超50%。「用VR看球實在是太爽了！」洛葉在社交平台上上傳了自己在元宇宙裏看世界盃的視頻，吸引了不少好奇的網友評論，還有不少人表示「有被種草」。「用VR在虛擬世界裏看球，每次進球還會有煙花，而且可以多人在線邊看邊聊，觀賽的氛圍感簡直是直接拉滿。」

用戶：沉浸體驗仍有提升空間

11月13日，FIFA國際足聯授權推出一系列新Web 3.0遊戲和應用程序；阿根廷足協（AFA）也在近期宣布啟用世界盃元宇宙主場……在「萬物皆可元宇宙」的熱潮下，本屆世界盃「元宇宙」「NFT」成為各大平台、商家的賽事營銷新熱點，儼然也成為世界盃的「場外狂歡」。

據了解，本屆世界盃，中國移動旗下的咪咕和字節跳動旗下的抖音兩家授權轉播平台都不約而同的選擇注入元宇宙元素。其中，中國移動打造了首款以世界盃為主題的雲原生社交互動觀賽平台——星際廣場，用戶以專屬的虛擬分身形象登錄，不僅能實現萬人同屏觀看世界盃賽事、感受足球文化，還能「穿梭」於天空競技場、激門足球場、觀賽迪廳等。字節跳動則通過去年收購的國內VR行業出貨量最大的軟硬件研發製造商PICO上線了「上PICO看世界盃球近了」活動。

「用VR眼鏡體驗了卡塔爾世界盃的第一場比賽，整體體驗很不錯，不過眼鏡續航不太夠。」在有上百人的PICO VR眼鏡交流群裏，進行完首場「元宇宙」觀賽的雪兒忍不住在群裏和群友們分享。而當群裏有人問是否值得購買時，雪兒也中肯的回答：「單純為了看世界盃買一副VR眼鏡沒必要，畢竟目前的VR只是包裹眼球的視覺體驗的提升。未來如果能進一步提升或增加設備的功能，讓觀眾能有更深度的虛擬交互體驗及沉浸感，那才真的值得專門購買。」



▲2022中國國際服務貿易交易會上，工作人員展示工體元宇宙技術在足球遊戲中的運用。中新社

露營直播賽事 狂歡不擾人



▲露營看球成新的時尚。圖為南寧球迷在露營地觀看世界盃球賽。受訪者供圖

在燈光搖曳的天幕帳篷中，一塊巨大的幕布正播放着世界盃比賽直播，而一眾球迷坐在露營摺疊椅上時而惋惜地嘆氣，時而興奮的吶喊。近兩年來，城市露營風潮以一種前所未有的速度「闖」進大眾生活，讓球迷有了新的選擇。廣西南寧市暮野城市露營地的負責人張小姐告訴記者，隨着世界盃的開賽，營地工作日的預訂量比平時上漲約一倍。

「世界盃揭幕戰當晚，我們的營地就滿座了，而工作日往常我們的預訂量不算非常多，但是這幾天工作日的比賽，預訂量與到店顧客人數大約翻了一倍。」暮野城市露營地坐落在南寧的鬧市區內，為了營造世界盃的觀賽氛圍，營地內還懸掛了各參賽隊的小彩旗。「露營活動正逐漸成為人們推崇的生活方式，越來越多的人喜愛露營這種放鬆、悠閒的氛圍，而世界盃也是一種放鬆娛樂的方式，特別適合城市白領下班後約三五好友一起，在露營的氛圍下盡情地觀賽、吶喊。」張小姐補充道。



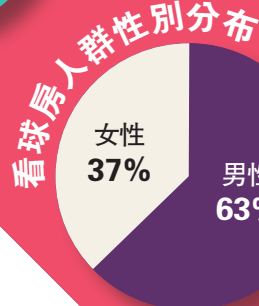
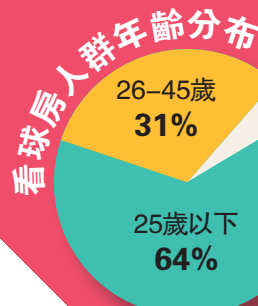
▲世界盃比賽期間，內地「看球房」預訂量激增。

「看球房」受捧 預定量漲30倍

世界盃正在如火如荼地進行，對於無法到達現場觀賽的球迷而言，提升觀賽體驗也尤為重要。根據同程旅行統計的數據顯示，11月20日開幕賽當晚，內地「看球房」預訂量環比上漲超過30倍。

妮子和閨密都是足球迷，為了有更好的觀賽體驗，幾個好朋友相約預定了一間「看球房」。「酒店內有超大的投影儀，看球氛圍真的拉滿。」除了酒店的「影音房」，年輕球迷則更願意選擇電競房、民宿等來觀賽。記者在美團酒店預定頁面看

2022世界盃 開房看球數據



90%以上開房女球迷在25歲以下

資料來源：同程旅行

宅家享足球美食雙盛宴

布置好世界盃彩旗，從外賣袋裏拿出提前點好的啤酒、小龍蝦、炸雞等「觀賽小吃」，南寧「85後」陳秋才心滿意足地背靠沙發，開始等待世界盃小組賽的開始。「宅家看比賽也要有氛圍感和儀式感，而看世界盃必不可少的當



▲世界盃開賽前夕，平台不少外賣餐飲商戶都上線了「世界盃套餐」。圖為外賣小哥在餐廳取餐。

然是炸雞和啤酒。」作為首次在北半球冬季舉辦的世界盃賽，還有不少像陳秋一樣「怕冷」的球迷選擇宅家看比賽，開着暖氣吃火鍋、喝啤酒、點外賣，成為不少球迷的觀賽新選擇。

據餓了麼和美團統計的數據顯示，開賽前夕，夜宵時段奶茶、龍蝦、燒烤和咖啡等品類的訂單環比增長近三成。開幕前一周，上線世界盃觀賽相關的菜品、套餐的商家，與上周相比增加超一倍，世界盃觀賽相關套餐的日均銷量增速明顯提升。賽前點單、即買即得、即時享受成為本屆世界盃期間的消費新趨勢。部分球迷為了獲得更好的觀賽體驗，還會在外賣平台下單投影儀等設備。