

“云+”起步 “宅生活” 激发创新灵感

疫情防控，线下商业停摆，但人们的娱乐和消费需求不会消失，压抑总会想办法找到出口去迸发。一部分人通过“云嗨”（在线上high起来）获得“诗与远方”的满足感，在特殊时期创造条件完成了正常的生活和社交。而另一部分人则看到了线上生活的更多可能性，云旅游、云竞技、云发布、云看展、云看房……各种商业上的“云+”尝试，正在火热进行中。

■无愁



前沿

云旅游 为“宅男宅女”们提供一份大开眼界的乐趣

疫情防控期间，家住浦东新区的孙小姐与男友果断半路中止了去陕西华山的旅游行程，却不想无意间在网上“云旅游”，饱览了华山的壮丽美景。

“我们是在春节后回沪的车上，无意间发现这个应用的。”孙小姐表示，当时她们的自驾车正在道口等候防疫检查，无聊中点开了百度地图想看看华山的情况，发现景区出现了一个“全景气泡”，点击进去，便可“云旅游”——华山的全景图将美景以“雄峻莲华天险峰、自古华山一条路、道家胜地玉泉院、百丈层楼西岳庙、周边景区和游客中心”等六个相册进行分类，通过手机屏幕的转动，眼前的景色也随之移动，每个角度的风光都能尽收眼底。不仅如此，AI导游功能也可以使用。通过这个功能，孙小姐了解了景区的整体概况、著名景点历史、热门游览路线和最佳拍照点等信息。

此外，携程也发起了“景区云旅游”活动，联合驴迹导游、达师解、三毛游、口袋导游、小鹿导游等8家供应商，免费开放超过3000家景区的近7000条语音导览产品，网友在携程App上搜索景区名称，就可以免费获取语音导览相关产品。

有分析人士认为，相比用脚丈量世界，用眼睛看的“云旅游”可以为“宅男宅女”们的在家休闲时光多一份大开眼界的乐趣，对于旅行社或者平台来说，“云旅游”所呈现的美景就像一份旅游攻略，不仅不会冲击旅游市场，更有利于用户在领略众多美景后“长草”，对于疫情之后的旅游业报复性反弹大有裨益。

景区有“云旅游”，动物园则推出“线上玩萌宠”服务。疫情防控期间，北京动物园、北京野生动物园开通了“线上动物园”。工作人员将动物的日常拍成短片，针对人气动物开设直播。南通森林野生动物园、东莞香市动物园还将饲养员与动物间的工作日常在抖音等短视频平台更新。奶声奶气的小狮子趴在饲养员的怀里，活脱脱一个小辛巴。最绝的，是这些被拍下的动物日常还会被配上搞笑的背景音乐和字幕，不少动物在“网红”路上一去不复返，有些还因此积累了一批自己的铁粉。

业内人士表示，相较于其他自然景区来说，动物园及动物类主题公园面临的经营压力不同。闭园以后，仍然要保证园内动物的饲养、日常护理和消毒防疫等工作，降低成本难度较大。而开设线上动物园可以借此积累人气，形成新的消费点。除了直播打赏，为今后的开园做铺垫外，动物园还可以因此储备客源、打通IP、发展衍生品、延伸产业链等。

云蹦迪

“宅在家”的无聊变成了有趣

疫情防控之下，那些在线下不能如期举办的音乐节、演唱会，换了一副面孔在线上疯狂生长。以“云蹦迪”为首的全新娱乐方式被正式打开，把“宅在家”的无聊变成了有趣。

2月4日到8日，B站联合摩登天空发起了“老草莓不是音乐节”直播项目，新裤子乐队、曾轶可等70多个乐队和歌手参与其中。为打造音乐节“一次过”的仪式感，直播选择了2019草莓音乐节全国巡演的多个现场，更展示了乐队、艺人们疫情防控期间的娱乐、家庭活动，涉及音乐制作、宅舞等多项不同内容。结果，越来越多的音乐人加入了内容自制，2月8日在B站开启的live house直播，“开箱演出”更是受到摇滚圈的追捧。

无独有偶，从2月初开始，抖音快速引入相关的内容。上海文艺界在抖音上开设的“艺起前行”专题中，舞者黄豆豆开启了“文艺进万家，健康你我他”舞蹈公益课堂，通过舞蹈给用户送来精神食粮。自称“大王王”的王渊超上传了与女儿王琦乐合录的上海童谣《病毒我不怕》，视频里他自弹自唱，还拉上女儿一起表演，非常尽兴。就连与“云蹦迪”无关的淘宝直播，也邀请了面孔乐队、许飞、阿杜、宝石GEM等音乐人，举办了一场“不见面音乐会”。

热闹酷炫的“云蹦迪”背后，是疫情防控之下线下娱乐行业的一种自救。一位直播行业资深人士认为，“云蹦迪”的短期火爆为直播、短视频行业打开了新的想象空间，不过，他同时也认为，音乐会、蹦迪等项目对于线下体验感的要求很高，“云蹦迪”之类的新玩法，只能说是疫情防控特殊时期下的“替代产品”。

本版图片 视觉中国
图像处理 王梓含

云竞技 非常时期的变通之举

这个春节，受疫情防控影响，人群集聚的电竞线下比赛一律暂停，却没想到，从业者火速更改了比赛规则！王者荣耀电竞比赛率先做出了改变。

2月18日，王者荣耀职业联盟宣布，2020年《王者荣耀》职业赛事（KPL与KPLGT）春季赛常规赛从“线下赛制”调整为“线上赛制”，这也是《王者荣耀》职业赛事首次采用线上赛制。对于“宅男宅女”来说，不出门就能免费看到激烈的“云电竞”，感觉又赚到了。

比赛从线下改为线上，意味着选手只能在各自俱乐部内完成比赛，缺少了现场与对手面对面的较量，以及观众粉丝的狂热助威，比赛的感觉会有很大不同，对部分选手的临场发挥更是一个挑战。对此，腾讯互娱移动电竞业务总经理、KPL联盟主席张易加表示，在可行性方面，“线上赛”是基于移动电竞的特点，本身具备这样的条件，当然没有了现场对决，比赛的氛围肯定会受影响。不过他认为这也是特殊时期的无奈之举。“整个行业还处于成长期，不开赛意味着停滞，这对整个产业尤其是赛事执行公司、俱乐部都会带来很大冲击。”张易加表示。

电竞从线下重新回到线上，意味着电竞产业的线下商业模式可能难以执行，最显而易见的是两大块，首先是门票收入的损失，其次是线下的品牌赞助。张易加表示，职业赛事组织方目前正在积极地与商业合作伙伴沟通，通过置换等形式，将损失降到最低。上海一直是电竞比赛的高地。据不完全统计，上海的电竞赛事场馆数量约35家，全国每年500多项具有影响力的电竞赛事中，逾40%在上海举办，包括TI9、S10等国际顶尖赛事。虽然如今电竞比赛从线下变成了线上，但上海依然发挥着重要作用，针对转播信号问题，张易加表示，KPL将启动位于上海的远程集成制作中心，这意味着前端只需要完成采集工作，借助云传输的手段，其余都可以在远程制作中心完成，“这套模式使前端可以非常的‘轻度化’，这对于线上赛来说是有力的保障。”

许多人大概从没想过，有一天“宅在家”会成为每天最正确的打开方式。Quest Mobile近日发布的《2020中国移动互联网“战疫”专题报告》显示，受疫情影响，2020年的春节成为“最长假期、最宅春节”，移动互联网日活跃用户规模、日均用户时长均创历史新高。

为了解决“无聊”这个问题，天马行空的创意出现了。相比17年前的网络购物、QQ聊天等创新，这一次，云比赛、云发布、云看展、云旅游、云看房……虽然暂时被禁锢了双脚，但并不影响“宅男宅女”们拥有一颗有趣的灵魂，工作要继续，生活要继续，一个个精灵古怪的创意，给这段特殊时期的生活，增添了一丝亮色。

云发布

让企业“大佬”当一回“网红”

疫情防控还在“进行时”，企业的运营却不能一直按“暂停键”。线下的各种发布活动，如何快速而不失优雅地把企业信息高效传达出来，“云发布”成立很多企业的首选。

2月13日，小米10手机发布会如期举行，但形式却非常特殊：发布会现场舞台上只有雷军一个人，为了效果，镜头里采用了合成的掌声，但屏幕前的“围观群众”却以

千万计。过去半个月，多家企业或上市公司先后以线上直播的“云发布”形式，进行了新品发布会、财报发布会等等。

“既紧张又激动”——“云发布”后雷军这样形容当“网红”的感觉，他直言，“应该在线下讲的内容，在线上讲了两个小时，现场又没有互动，我特别担心看直播的人觉得无聊就不看了，从而影响到产品的口碑和后续销量。”

云看展

一站式“云游”艺术海洋梦想成真

被疫情防控阻挡了脚步的人们，却拥有一颗耐不住寂寞的心，想云游四方，想在每一座城市“打卡”博物馆……如今，一站式“云游”梦想成真。

在抖音平台上，在家云游博物馆活动已经上线，用户只要检索“博物馆”即可进入活动页面。据介绍，首批参与合作的有国内九大一级博物馆，包括中国国家博物馆、敦煌研究院、南京博物院、湖南省博物馆、浙

江省博物馆等，这些博物馆珍藏的音视频、VR将提供广大网友在线浏览，就像一本视频版的“博物馆百科全书”。

线下博物馆傍晚关门，“云看展”还有夜间直播。国家博物馆的官方讲解员带来了“证古泽今—甲骨文文化展”的直播，知名主持人张泉灵选择湖南省博物馆直播讲解马王堆、山西、浙江等省市博物馆的讲解员则介绍壁上乾坤、越王时代等展厅，解锁“夜

云看房

线上看房是未来的大趋势

孙芸（化名）从来没有想过，自己的换房计划，竟然全程实现了“云看房”“云买房”。她看中的是上海的一套万科房源，“去年底我已经将自住的老房子卖了，约好春节过后买新房，没想到疫情防控来了，楼盘也封了。”孙芸说，由于全家人目前都是租房状态，必须尽快买房，无奈之下，最后尝试了在线上售楼处进行“云买房”。

与孙芸一样，来自居理新房的数据显示，近两周以来，上海地区纯线上买房已实

现了数十套认购，认购项目涉及万科、龙湖等多个知名开发商。而在全中国范围内，已经有超过200套房源进行了纯线上认购。

疫情防控之下，由于不少房产经纪企业延迟复工、以及居民小区谢绝中介带客看房，对房产中介的线下服务带来巨大影响。企业被迫通过数字化以及智能化转型，来应对“宅家”挑战。从2月中旬起，58同城、安居客在北京、上海、广州、深圳等近50个城市陆续上线房产经纪人“直播讲房”功

另一位负责策划了“云发布”的企业负责人透露，这种类似直播的发布，由于台下没有观众，演讲者在台上容易找不到感觉，因此在直播时，在“舞台”正对面不仅要放上提词器，更要放上直播画面，时刻提醒发布者这是直播。

上述策划人士表示，从成本上来看，由于是“云发布”，发布会的场地成本和一些综合成本能够节省下来，但策划团队却会碰到大量新的问题，比如前期的准备工作就比线下发布会更多，包括带宽、收音设备等。此外，云发布的不可控因素很多，包括网络信号卡顿、“围观”人数太少或者负面信息等，都会让人捏一把汗。

游”博物馆的新姿势。

不少城市的博物馆也争相上“云”。故宫博物院微信公众号发布了《“云游”故宫指南》，涵盖“全景故宫”“V故宫”“数字文物库”“故宫名画记”等多款应用，让用户从家中直接穿越到皇宫。此外，上海博物馆的线上展览拉近了人们与文物的距离，而成都武侯祠博物馆更提供了一键穿越到三国的体验。

业内人士认为，疫情防控的特殊时期，中国众多的博物馆通过虚拟技术打开展馆大门，在线资源为文化爱好者提供了机会，也将推动新一代互联网技术发展成果应用于中华优秀传统文化的传播。

能，帮助经纪人足不出户为买房、找房用户直播带看。

相比“云旅游”“云竞技”，“云看房”遭遇的挑战更大。居理新房创始人、CEO王鹏表示，目前平台主要通过VR看房、视频讲盘、直播带看等各种技术手段提高看房效率。相比线下实地看房，它的好处在于快速挑选及对比多套房源，而且线上对楼盘信息的介绍，也比线下宣传更为全面、精准，随着各种看房模块的成熟，未来线上看房一定会是大趋势。经济学家、空白研究院创始人杨现领认为，疫情防控是企业能力提升的一次“大考”，也是繁荣之后的自我回归，线上交易将为整个行业带来阶段性的结构性变化。

互联网医疗站上风口

“慢病云诊室” 火线上阵

■罗杰

疫情期间，除了疫区的患者们需要救助，还有大量的慢病患者也因为此次疫情的影响，面临科室停诊而陷入“无医可就 无药可用”的困境。为此，国内领先的慢病管理平台医联推出大型慢病公益义诊活动——“慢病云诊室”，召集包括糖尿病、心血管、慢性肾病、呼吸哮喘等在内的九大慢病科室的数百位专家开展线上问诊，续方开药，药品配送到家等服务，解决慢病患者们的就医断药难题。

据介绍，患者可以通过关注微信公众号“医联健康”，点击底部“慢病用药”按钮，选择进入“慢病云诊室”活动专区。此次公益义诊活动主要面向糖尿病、心血管、肿瘤、慢性肾病、呼吸哮喘、精神心理、肝病、儿科等相关病种的慢性病患者，为他们提供线上医疗健康服务。以HIV为例，已有50位分别来自首都医科大学附属北京佑安医院、广州市第八人民医院、中山大学附属第



三医院等全国各大知名医院的临床专家入驻医联“慢病云诊室”，为患者提供一对一专属医疗咨询问诊服务。同时医联还向HIV患者提供1000份免费的HIV安心咨询服务包，领取服务包的患者可在保证就诊私密性下享受专科医生团队一对一提供的包含免费健康咨询、免费用药提醒、每日患教卡片知识等贴心服务，让患者的病情得到稳定和控制。

“治病救人”是每位医生心中的信念所在，疫情期间，全国数万名医护人员奔赴武汉一线支援抗疫，但还有很多不在一线的医生心系疫情，希望能用其他方式贡献自己的力量。据介绍，只要是相关科室的医生，都可以通过下载医联App，完成相关注册认证流程后，参与“慢病云诊室”公益义诊，医联为每位参与义诊的医生提供一个安全便捷的工作平台，在线为需要寻医问诊，续方开药的患者提供实时帮助。

2月初，国家卫生健康委接连发文，鼓励开展互联网诊疗进行疫情防控，要求针对发热患者组织呼吸科、感染科、急诊医学科、重症医学科、精神卫生科及全科医生开展互联网诊疗咨询，从而精准指导患者有序就诊，缓解医院救治压力。而在此之前，医联携手人民日报、健康时报，组织专家推出线上7x24小时免费问诊救助平台，截至2月28日11时，已经累计有近4000名呼吸科、感染科医生加入到此次抗疫战役中，共帮助超过27万名患者，页面浏览量超1100万。

不仅如此，疫情期间，平台还迅速上线了“慢病守护与用药福利计划”，截至2月28日11时，共集结全国慢病医生近5万名，提供肝病、肾病、心脑血管病、糖尿病、肿瘤、艾滋病、呼吸哮喘、儿童多动障碍、精神心理等九大病种慢病管理服务、累计服务慢病患者近6万人。与此同时，联合健康时报、人民日报健康客户端，紧急开通了“全国慢病救助通道”，为那些不便去线下医院进行诊疗，即将面临断药的慢性病患者提供线上公益救助。

作为国内领先的慢病管理平台，医联成立于2014年，是国内首批获得互联网医院牌照的企业。医联一直致力于通过互联网技术的力量与手段，赋能线下医疗，以此来帮助到更多医生和患者。目前平台上已有超70万名实名认证医生和3.5万余名签约医生，通过AI健康机器人、专属健康社群、智能穿戴设备、智能用药提醒等来为患者提供全方位的慢病管理服务。