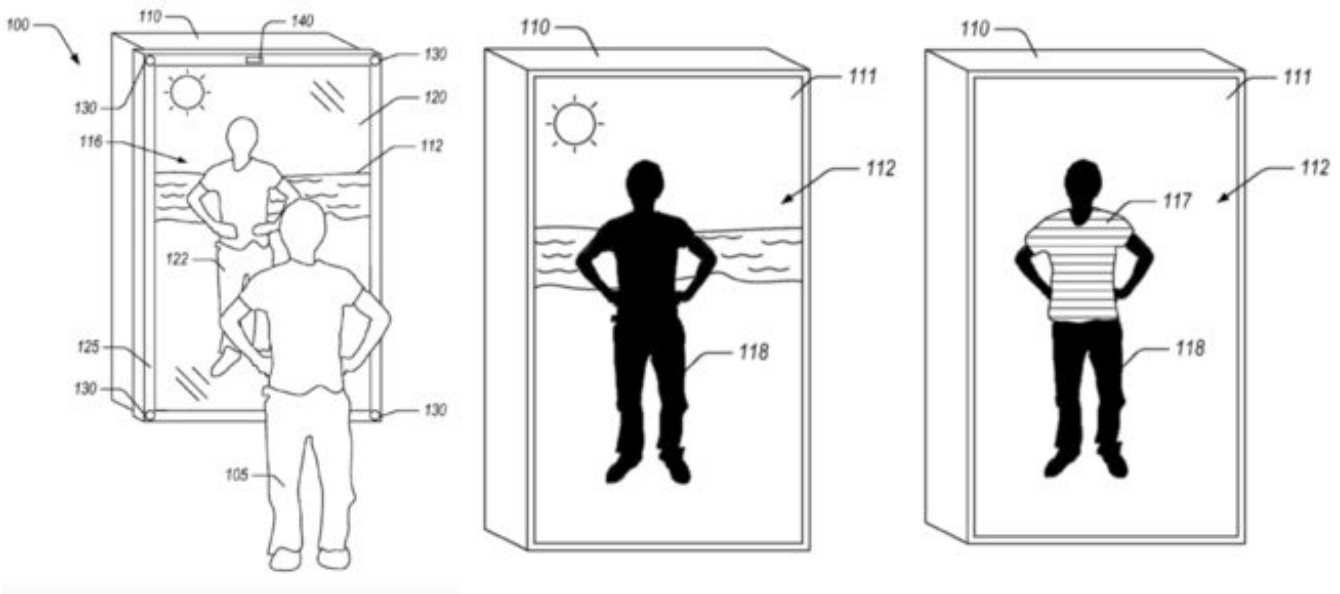


电商巨头亚马逊为“魔镜”申请专利：从纯商品购物体验转型沉浸式体验

2018年1月8日

虚拟试衣技术是不少服装电商争相追捧的对象，美国电商巨头亚马逊（Amazon）当然不能落于人后。

据悉，亚马逊近期向美国专利和商标局提交了一项虚拟现实镜子（俗称“魔镜”）的专利申请，据称该技术能为顾客提供混合虚拟与现实的图像，可供“娱乐和其他目的”，如试衣。专利申请文件指出，独特的视觉呈现能提高用户体验，混合现实与虚拟能让顾客不试衣上身的情况下，提供产品的可视化展示。



据悉，这款魔镜配备了显示器、相机和投影仪，用于扫描周边环境及创建图像，利用“Pepper’s ghost”虚拟技术，将多个虚拟物件图层重叠。也就是说，照镜子时，顾客能看到自己穿着所选服装在特定场景的画面，同时，顾客还能调整灯光和视角，享受“精准的虚拟试衣间体验”。

该专利技术可谓是亚马逊时尚帝国路的又一里程碑事件。零售技术咨询公司 Photon 市场营销副总裁 Michael Levine 指出：“这次的专利加上去年收购 Body Labs，亚马逊从纯商

品购物体验转型沉浸式体验的意图不言而喻。让消费者看到在（利用AR）预设的环境中的试穿效果，（这项技术）很可能打造高端时装设计师所渴求的体验，颠覆时尚行业的现行游戏规则。”

2017年10月，亚马逊以未知价格收购纽约 3D人体建模初创公司 Body Labs。创立于2013年，Body Labs 旨在创建逼真的3D人体模型，支持各种B2B应用程序，如虚拟试衣、游戏人物模型等。

据 One Click Retail 统计，亚马逊为美国电商行业贡献了44%的销售额，去年的销售额占零售行业销售总额的4%。研究公司 Instinet（极讯）零售分析师 Simeon Siegel 表示，亚马逊停止增长的可能性为零，并大胆猜测，截止至2020年，亚马逊的服装销售额最高可达850亿美元。

由此可见，亚马逊有足够的经济能力支持其深耕时尚产业。事实上，亚马逊也一直在不遗余力的加强与时尚产业的联系。具体措施包括：

邀请知名品牌入驻平台和打造多个自有品牌

提供“先试后买” Prime Wardrobe 服务

推出可帮助使用者360度拍摄自己在家挑选着装的照片，通过机器算法推荐最佳穿搭的

Echo Look 摄像机

推出可将图像实时传输到带屏幕的智能音箱的 Echo Show

在东京开设最大的时尚摄影工作室

利用人工智能深度学习技术 GAN，研发能通过分析大量图像并模仿其风格来设计服装的新算法

| 消息来源：综合自美国网站 WWD、Fashion Network

| 图片来源：美国专利和商标局