

无锡年轻人“AI情话”细细说

情人节,作为充满爱意的节日,传统的鲜花、巧克力和珠宝似乎已经不再满足当代年轻人追求独特和个性化的需求。在无锡,一股全新的“人工智能(AI)送礼”风潮悄然兴起。越来越多的年轻人开始借助人工智能,不仅定制个性化的礼物,甚至亲自设计编程软件和虚拟产品,为心爱的另一半送上与众不同的情人节惊喜。

情人节前夕,来自无锡及周边城市的年轻人咨询AI送礼的需求增加,其中不少人通过编程软件定制个性化礼物。与传统礼物相比,AI编程礼物不仅具备独特性,还能通过技术手段增强情侣之间的互动体验。“今年的情人节,我决定送她一个‘专属世界’。”无锡本地程序员周先生一边调试着代码,一边兴奋地分享着自己的创意。通过AI编程技术,他为

女朋友设计了一个互动式界面,能够根据她的兴趣和情绪变化进行实时互动,甚至记录他们相识至今的每一分每一秒。周先生通过数字化的方式,将他们的爱情故事具象化,设计了一个倒计时功能,精确记录他们从相遇到现在的每一天。“每次节日,系统都会发送一份特别的祝福,提醒我们共同走过的时光。”周先生开心地说道,“借助AI,让情人节礼物与众不同。”

随着AI技术的普及,越来越多的年轻人开始向AI求助,希望能为另一半定制一份特别的情人节礼物。王女士便是其中之一。“往年我送男友的礼物都差不多,护肤品、服饰之类的,每次送来送去觉得没有新意。”今年,她向AI平台DeepSeek(深度求索)输入了男友的兴趣爱好,并要求AI提供一个与男友兴趣相关

且具有浪漫感的礼物。AI迅速为她推荐了多款礼物,给了男友一个特别的情人节惊喜。

“男朋友平时爱玩游戏,而我对这方面并不熟悉,AI不仅给我提供了与他的兴趣相关的礼物方案,还标明了如何购买。”王女士解释道,AI建议她利用声波纹技术,将一些文字转换成视觉图案,印在键帽上。这样,男友每一次使用键盘,都能看到她为他定制的专属图案。“与单纯购买限量版周边不同,这些礼物不仅富有纪念意义,还能通过每一次的使用,唤起共同的回忆和情感。”王女士表示。

“我今年终于不用再为选礼物发愁了。”小张笑着说。今年的情人节,他依靠AI助手挑选了女友最喜欢的定制手链。“我女朋友喜欢独特的设计,但是每年都给她买礼物,真

怕送错了。”小张输入了女友的兴趣爱好,系统立刻为他推荐了几款精致的手工作品。更有趣的是,AI还结合小张提供的社交媒体动态,从中提取了她最喜欢的颜色和风格,推荐了一款专属定制的珠宝。“这个系统不仅能精准推荐,还能从她的兴趣出发,让我选到最符合她口味的礼物,实在是太方便了!”小张欣喜地说。

通过AI来制定情人节的一日游计划;通过AI绘图软件,情侣们可以定制带有彼此故事的插画;甚至有的年轻人通过AI定制了虚拟游戏,情侣双方可以在游戏中互动,重温他们的爱情故事。AI为送礼注入了更多创意和互动性,让礼物不再局限于物质,而是转化为一种情感的传递与共享。

(晚报记者 陈怡迪)



2月14日下午,市民来到朝阳花卉市场一花店选购鲜花。昨天,锡城不少花店鲜花预订和现场选购鲜花的市民明显增多,其中也有很多外卖骑手到店取花。

(张嘉硕 摄)

鲜花市场“出新” 玫瑰不再“独霸”

本报讯 昨日,鲜花市场迎来了年后消费高峰。相比以往玫瑰花“一枝独秀”,今年多肉、风铃花等小众花束存在感颇强,成为送礼的“新秀”。

昨晚,滨湖区盒马鲜生超市的鲜花区围满了顾客,粉、红、黄、白等多种颜色的鲜花层层叠叠,缤纷色彩亮眼夺目,淡雅的香气弥漫在空气里。销售人员介绍,在节日氛围的加持下,鲜花消费需求旺盛,从元宵节开始,绿植鲜花销量增长明显,除了情侣之间赠送表达爱意外,还有女性顾客为送自己、送朋友而购花,最经典的“11朵红玫瑰花束”当天下午已经断货。

该人士说,虽然各种颜色的玫瑰依旧是节日消费的主力品种,但小苍兰、多肉、相思豆等小众创意花束人气也颇为高涨。“如今消费者审美日趋多元化,不再局限于传统审美范式。比如小苍兰花香清幽,花型小巧玲珑,颜色更淡雅;相思豆寓意相思,情感传达文艺含蓄。它们凭借独特的造型和色彩搭配,赢得了消费者的青睐。”95后市民孙菲菲为自己选购了一束无土多肉花束,价格不到80元,“玫瑰的确是好看,但是花期太短,最多一周就会枯萎。多肉不用费心思打理,花期长,价格也更便宜。”

“立春节气已过,本就是时令鲜花扎堆上市的季节,加上消费观念转变,节日送礼花束变得多元化。”玉兰花园附近一家鲜花店经营者胡女士说,传统情人节花束的主要品种有玫瑰、郁金香、百合,其中玫瑰销量近九成,今年情况大不一样,像绣球、洋甘菊这类以往不太起眼的花束,预订量比去年多了一倍。

胡女士说,每逢情人节,玫瑰价格涨势最为凶猛,平时一枝单头玫瑰花的价格在5元左右,近日几乎翻倍涨,用来搭配玫瑰的洋桔梗、满天星价格也有轻微上浮,“狂飙”的身价促使消费者不仅仅盯着玫瑰这一种。“现在95后、00后已经是消费的主力军,他们会觉得能表示美好感情的不只玫瑰,比如梦香兰寓意‘忘记烦恼和不开心’,这些以往的小众花束花语独特,可以更精准地传达感情。”

(陈婧怡)

邀单身来“狂欢”—— 这波“反向操作”吸睛

情人节,在这个本该属于情侣们的浪漫节日,却兴起了一股“反向潮流”。一群年轻人正将情人节转变为“单身狂欢节”,商家的“反向营销”也取得了不错的效果。

单身狗“反向行动”

情人节当天,微博、小红书等社交平台被寻找单身搭子逛景区的帖子占据。这些帖子数量庞大,互动频繁,不少单身男女积极响应,相约共度这一特别的日子。元宵晚会后,惠山古镇的寄畅园成为单身狗们的热门打卡地。“早就听说寄畅园风景如画,这次情人节正好有机会,就想约几个同样是单身的朋友一起去逛逛。”小赵是一名90后白领,在无锡一家外企从事财务

工作。前几日在微博上发了一条招募帖,没想到很快就收到了多个回复。“我从小就喜欢看戏,听说寄畅园情人节有《珍珠塔》《白蛇传》《梁祝》等戏剧演出,就来听听。”李慧是一名戏迷,她表示,这次情人节能和志同道合的朋友一起欣赏戏曲,感觉非常惬意。在寄畅园的“超级月亮”下,她们还拍了许多美照,定格了独特的浪漫。

“反向营销”吸引人

如今,情人节这样的节日已不再只是情侣们的专属,越来越多的景区和商家开始推出单身套餐,以满足单身群体的需求。

位于新吴区的某景区策划部员工告诉记者:“去年情人节

推情侣套票卖了100多张,今年单身活动却吸引了300多人购票。”记者发现,无锡的一些餐厅和咖啡厅也推出了单身套餐和主题派对,在有的餐厅,如拼桌成功,可直接享受五折优惠。位于清名桥景区的一家餐厅老板告诉记者,年轻人对这样的“反向操作”活动表现出了极大的热情和认可。“在2月初,店里就发布了情人节套餐的视频,但无人问津。后来又发布了一个单身套餐的视频,没想到当天就接到了七八个咨询电话。”“我觉得这种活动很有意思,既避免了被情侣‘虐’,又能和志同道合的朋友一起过节。”小张是一名95后大学生,她表示这次情人节,她早就和朋友们约好了一起参加单身派对。

(璩璐)