

·别样年经济·

过年不躺平 年轻人开始用AI搞钱了

□ 本报记者 陈旻璐

2月14日,大年初五。迎财神是中国传统的民俗,同时也是西方情人节,但比起浪漫过节,这一届年轻人更热衷于拜“赛博财神”搞钱。

在淘宝小冰旗舰店里(小冰是一套完整的、面向交互全程的人工智能交互主体基础框架,又叫小冰框架 Avatar Framework),许多人在AI财神爷的评论区祈福与许愿:“A股红了,差点忘记来还愿了,赛博财神爷灵啊!”“收到财神爷的祝福啦,开心!”

AI时代来临,许多打工仔担忧失业的同时,有一部分人在这个春节借助AI技术寻找副业机会。

来自浙江杭州的孙怡是一位插画师,她在小红书店铺挂出20元一张的AI新年写真,这个春节期间已经售出258份,商品评价里,人们对AI写真的效果表示满意。

AI微信红包封面在这个龙年春节十分受欢迎,海财经·证券导报记者在淘宝搜微信红包AI制作红包封面,排名靠前的已售出3万+、1万+不等,价格在1.48元—12.8元不等。

可见,科技的发展,特别是AI技术的广泛应用,让过年与以往有了许多不同。

通过AI技术,人们生成个性化的拜年信息、制作有趣的春节特效视频,甚至参与虚拟的春节庙会等。这些新的娱乐方式让人们在享受传统文化的同时,也能感受到科技带来的新鲜感和乐趣。

AI副业的出现也让人们在过年期间有了更多的赚钱机会。比如,AI绘画创作与销售、AI虚拟人陪聊等,这些基于AI技术的副业不仅可以在平时进行,也可以在过年期间挖掘更契合过年的仪式感的产品,为人们提供额外收入来源。

外收入来源。

春节AI副业盛行的背后,反映了现代社会人们的压力与需求、职业观念与生活方式的变化以及对传统文化的创新与传承。

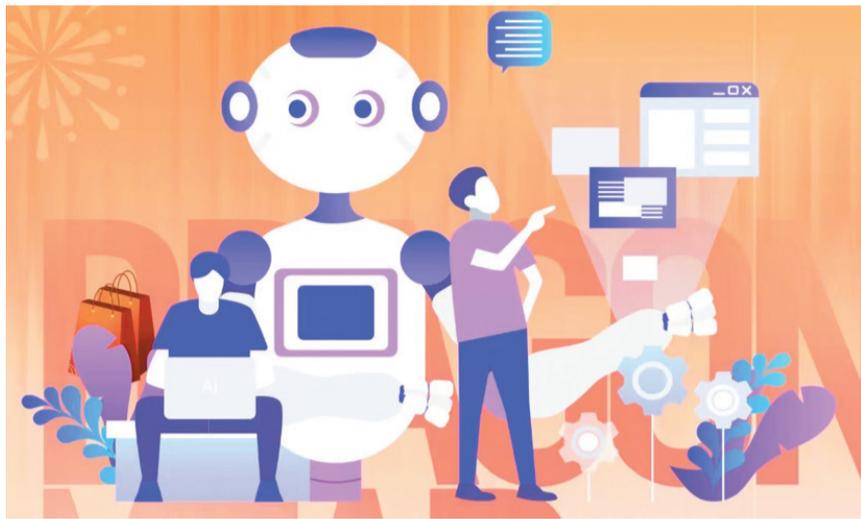
现代社会的快节奏生活使得人们在春节期间也面临着各种压力,包括工作压力、经济压力等。因此,越来越多的人开始寻求在春节期间通过副业来增加收入,以缓解这些压力。AI副业由于其灵活性、高效性和可扩展性,成为一个很好的选择。

随着科技的进步和互联网的普及,人们的职业观念和生活方式也在发生变化。越来越多的人开始追求个性化、多元化的职业发展和生活方式。AI副业为人们提供了一个展示自己才华和技能的平台,同时也为人们提供了更多的职业选择和发展机会。

春节期间AI副业的盛行也反映了人们对于传统文化的创新和传承。春节是中国最重要的传统节日之一,但随着时代的变迁,春节的庆祝方式也在不断地创新和变化。AI技术为春节庆祝提供了新的手段和形式,这些形式不仅丰富了春节的庆祝方式,也让传统文化在现代生活中焕发出新的活力。

AI技术为年轻人搞钱增添了更多途径,同时AI副业有自身的优势。AI副业主要依赖于人工智能技术和相关工具,如机器学习、自然语言处理等,来提供自动化或半自动化的服务。这类副业通常需要一定的技术背景和专业知识,但可以以较低的成本快速扩展业务,并且不受时间和地点的限制。

春节期间摆摊卖咖啡、卖手工艺品的人虽然很多,但相比之下,这类副业



更依赖于手工技能和实体产品,需要投入一定的时间和精力来制作和准备商品,同时也需要考虑摊位租赁、库存管理等实际问题。

AI副业的市场和运营方式也与传统副业有所不同。AI副业可以通过在线平台或社交媒体等渠道进行推广和销售,覆盖更广泛的受众群体,并且可以实现自动化运营和客户服务。而传统副业则更多地依赖于本地市场和口碑传播,需要更多的时间和精力来与客户面对面交流和提供服务。

至于收入方面,AI副业由于可以快速扩展业务和降低运营成本,因此有可能获得较高的收入,但也需要具备一定的技术实力和市场洞察力。而传统摆摊等则收入相对稳定,但受限于市场规模和竞争情况,可能较难实现快速增长。

记者手记:

互联网教父凯文凯利说:“我们不会被AI取代,但我们确实有可能会被那些使用AI的人取代,所以AI不会淘汰我们,但那些学会使用AI的人。”

越来越多的人开始探索将AI应用于副业的可能性,科技的发展确实让过年变得更加丰富多彩和便捷高效,也让年轻人可以按照自己的意愿过年。

然而,我们也要注意科技发展的双刃剑效应,合理利用科技的同时也要保持对传统文化的尊重和传承。

年货“新三样”走俏 消费市场绿意浓

□ 本报记者 郭静瑜

满当当的新春“购物车”,热乎乎的年味“烟火气”。

龙年春节,从线下到线上,从城市到乡村,火热的消费场景透着浓浓的年味。许多年轻人不仅从年头买到年尾,还将“买买买”的热潮延续到节后。

2月19日是大年初十,不少商家已经开门营业,商场里、街道上的顾客络绎不绝。海财经·证券导报记者在海口市苏宁易购吾悦广场店看到,不少顾客在咨询家电产品。记者发现,消费者购买家电都会提到一些关键词:绿色、节能、环保、健康。

“外形简约时尚,还节能。”在美的电器卖场中,刘洋相中了一款柜式空调。这台3匹的变频空调是1级能效,但能效比高达4.55,远超1级能效标准的3.6能效比,非常节能环保。“听店员介绍,这款空调每小时用电不到0.5度,每天开10个小时也就才5度电而已,很划算。”刘洋说。

该店员告诉海财经·证券导报记者,空调是非常耗电的家电,过去由于技术原因,很多空调都是定频的,能耗高、不

环保,现在大部分品牌的家电都是变频的。店里节能环保的产品更容易受到消费者的喜爱。

“年前给父母换了新房,现在正挑选一些家电家具,主要是洗地机、洗碗机等操作比较简便的电器。”在电器卖场准备置办家电年货的张女士说。

该店的另一位工作人员则对海财经·证券导报记者表示,今年春节期间,家居“新三样”也较受消费者欢迎。“洗地机、洗碗机等产品一直以来较受消费者欢迎,春节前后来购买清洁产品的消费者明显增多。”

此外,该工作人员还表示,洗碗机、扫地机器人等自清洁产品不仅受到年轻人的喜爱,也获得越来越多老年人的认可。这也符合当下中国家庭中的健康需求之一。

通过连续几天走访,海财经·证券导报记者明显感受到,越来越多消费者将环保、健康等因素纳入消费决策。苏宁易购2023年数据显示,消费者偏爱选购带有“一级能效”标签的家电。同时在全国各地绿色家电消费节能补贴政策的带动下,

一级能效产品成为用户消费首选。

绿色、节能、环保,当然离不开新能源汽车。海财经·证券导报记者在海口宜欣广场一层看到,极氪、小鹏、零跑、欧拉等新势力新能源汽车的门店林立,也不乏广汽丰田等传统车企门店。

在极氪门店里,“00后”冯林看中了一款新能源车007,他早已对这款车的配置烂熟于心。“新能源车节能环保,使用成本低,很适合上下班开。并且配置丰富,比传统油车有更好的体验感。”冯林告诉海财经·证券导报记者,他早就盯上了这款车,今天来门店预约试驾。

该门店负责人向海财经·证券导报记者表示,现在新能源汽车是大势所趋,在造车新势力的持续市场教育下,消费者逐渐接受了辅助驾驶、OTA、大沙发、大冰箱等配置,汽车智能化深入人心。

乘联会近日发布汽车市场月度数据,2024年1月新能源汽车零售66.8万辆,同比增长101.8%。渗透率方面,1月新能源车国内零售渗透率32.8%,较去年同期25.6%的渗透率提升了7.2个百分点。

海财经·证券导报记者注意到,今年

春节期间,各大车企抓住时机,都推出相对应的优惠政策,吸引消费者看车、购车。值得一提的是,线下给出优惠的同时,车企在线上更大力宣传“引流”。各直播间对多款车型进行详细解说的同时,一些高管也现身直播间与消费者互动。

记者手记:

窥一斑而见全豹。在“别样年经济”系列采访过程中,记者能明显感觉到,越来越多的人在绿色环保方面更加重视,这样的理念和行为已经在消费领域铺开。

消费者不再拘泥于单纯地“享受”便利,而是有意识地使用、购买绿色环保的家电、家居用品,齐心协力向着建设绿水青山迈进。

在日常生活中,我们也可以明显感觉到,不少的奶茶店已经不提供塑料吸管,取而代之的是纸质吸管,餐厅中的一次性筷子也被公筷所取代。

环保观念已深入人心,低碳生活渐成新风尚。