



跟着 DeepSeek 游福州, 靠谱不?

DeepSeek 正成为旅行“利器”, “DeepSeek 推荐”也成为一些商家的营销手段, 利用 AI 做旅游攻略, 要警惕“AI 带货”打“软广”

■ 海都记者 吴雪薇 文/图

最近, DeepSeek 因性能卓越和良好的用户体验火爆出圈, 逐渐成为人们生活的必备工具。如果想去旅游, 每次只需要输入一个关键词, 系统就能推荐一堆让人眼前一亮的旅行目的地、餐厅或者住宿, DeepSeek 正成为我们个性化旅行的“利器”。

随着近年福州成为热门旅行地, 基于互联网信息抓取和语料投喂的 AI 推荐, 让福建文旅推广“事半功倍”。那么, 用 DeepSeek 做旅游攻略靠谱吗? 记者采访发现, DeepSeek 成为新晋“旅游管家”的同时, “DeepSeek 推荐”也正成为一些商家的营销手段, 利用 DeepSeek 做攻略的同时, 要警惕“AI 带货”打“软广”, 影响旅行体验。



跟着 AI 游福州, 游客在“爱心树”下找到最佳打卡位

跟着 DeepSeek 旅游, 也逛热门也踩坑

“福州两天一夜特种兵旅行怎么玩?” “规划一个福州小吃路线。”…… DeepSeek 的精准旅行规划, 甚至让不少本地人都觉得“还不错”。三坊七巷打卡爱心树、小黄楼、林觉民冰心故居, 逛烟台山、上下杭, 游“小众景点”中国船政文化城, 观看沉浸式

演出《最忆船政》……“我觉得 DeepSeek 列的旅行攻略八九不离十吧, 我按照需求改改就能用。”拿着三坊七巷周边文创的黄小姐, 按照 AI 指引来到爱心树前, 找好“最佳机位”开心打卡。

“AI 的回答不掺杂感情因素, 不会故意欺瞒什

么。”与女朋友一同前来福州旅行的赵先生说, 来福州是两人一个“说走就走”的决定, 来不及做太多功课, 干脆直接“跟着 DeepSeek 游福州”。

当记者问及旅行计划是不是真的都没有“踩坑”, 两个人想了一下, 觉得还是有的。有一晚两个

人临时起意, 决定在住处附近喝咖啡。通过询问 DeepSeek, 找到的咖啡店却不尽如人意。后来他们在大众评分网站查询, 才发现店铺的差评其实甚多, 但善于营销的店家在社交网站上刷了许多“水帖”, 引导 AI 阅读了相关内容后向他们推荐。



DeepSeek 助推文旅热, 带火文旅周边产品

小心 AI 推荐背后的大数据陷阱

大部分普通人对 AI 助手的朴素印象是客观、直观, 因此天然带着信任, 认为 AI 不像主播或商家, 可能带着别样目的。这也让“AI 营销”成为互联网新商机。记者在购物网站注意到, “DeepSeek: 戴水晶转运”甚至冲上购物网站热搜, 带火了一波相关商家水晶饰品的销量。

引“DeepSeek”为权威的营销, 也成为不少商家的惯用手法。记者在社交平台看到一个以“跟着 DeepSeek 逛福州购物中心”为名, 实际推荐自家购物中心的商业管理机构。“如果直接制作广告投放, 消费者看一眼可能很快就关掉了。通过 DeepSeek 推荐来回答, 观感上比较有可信度, 大家会多关注一点。”一名

宣传可以使用 DeepSeek 进行营销的商家在后台告诉记者, 想要 DeepSeek 给出期望的回答, 可以在提问引导词中加入自家产品特色, AI 会搜索到此前的广告宣传投放, 达到更好的宣传效果。

“DeepSeek 推荐”正成为新的营销手段。尽管 DeepSeek 等 AI 工具为旅行规划带来了前所未有的便捷, 个性化的建议和精准的推荐方便了游客, 也带火了文旅, 但 AI 推荐背后的大数据陷阱也需时时警惕。在享受 AI 带来的便捷时, 消费者应学会辨别信息来源, 避免盲目信任。毕竟, 科技的进步固然让生活更高效, 但只有理智使用, 才能真正把握住 AI 带来的好处。

中式香成年轻人“心头好”

除了传统的熏燃香, 福州非遗冷凝合香也受到不少年轻人的喜爱

■ 海都记者 梁展豪

焚香、点茶、插花、挂画……这些传统文人士大夫的生活雅事, 如今也被年轻人所追捧。近年来, 随着国潮风和养生热的兴起, 中式香以其独特的感官体验和文化魅力逐渐走入大众视野, 并迅速俘获了年轻一代的心。除了传统的熏燃香, 福州市级非物质文化遗产代表性项目冷凝合香也受到不少年轻人的喜爱。

“00后”恋上中式香

对于 2000 年出生的福州女孩淑彬而言, 点香不仅仅是一种气味的体验, 更是一种情感与文化的连接。她第一次接触到中式香是在观看《甄嬛传》时, 剧中人物使用的鹅梨帐中香激发了她的好奇心。“当时看到剧里那些精致的香

炉和袅袅升起的烟雾, 就觉得特别有韵味, 然后就上网买了。”

淑彬提到, 每次点燃鹅梨帐中香时, 都会有一种穿越时空的感觉, “仿佛自己也成为了古代宫廷中的女子, 周围的一切都变得优雅而从容”。这种独

特的体验让她更加热爱香品, 同时也促使她去探索更多关于中国传统香文化的知识。

除了个人享受之外, 淑彬还将这份爱好分享给了身边的朋友。每逢节假日或特殊的日子, 她都会邀请朋友们来家中聚会, 并亲自

演示如何正确焚香。

此外, 在社交平台上, 许多年轻人也会通过网络平台记录并分享他们的“寻香之旅”。从挑选原料到亲手制作成品, 再到最终呈现出完美的效果, 整个过程都被详细地记录下来, 吸引了粉丝的关注与互动。

福州非遗“香”飘年轻市场

除了传统的熏燃香, 福州市级非物质文化遗产代表性项目冷凝合香也受到不少年轻人的喜爱。冷凝合香, 是用纯天然香药和上品中药材等原料, 加上天然植物黏合剂制作而成的香品的总称。其可制作成的产品包括香佩、香珠、香粉等。

作为福州冷凝合香制作技艺代表性传承人, 陈卫平对于中式香的热销态势并不感到意外。他表示, 在古代“香”备受欢迎, 拥有特定的受众群体。如今, 随着国潮风的蓬勃兴起, 中式香凭借其独特的感官体验与迷人魅力, 再度成为众多消费者的“心头好”。

在陈卫平看来, 曾经主要面向中年人群体的中式香, 如今正逐步在年轻消费者市场中崭露头角。他告诉记者, 今年定制香的量较去年同期上涨了 2~3 倍。“我经常会在一些地方开设体验课, 发现参加课程的人群越来越年轻, 以前都是 40 岁左右的中年人,

现在加入了很多 20 多岁的年轻人。”

陈卫平说, 他销售的雪中春信、二苏旧局、鹅梨帐中香等都是热门味道。除了香佩、香珠等经典冷凝合香产品外, 他还推出了与之相关的杯子、茶具等文创产品, 以及以历史人物为原型的香塑产品。



▲陈卫平制作的香佩

◀冷凝合香香珠 (受访者供图)

电商平台, 中式香订单大幅增长

数据显示, 2月以来, 淘宝平台上中式香订单量环比增长 280%, 而与之配套的香薰炉、香插等工具订单量更是大涨 480%。从地域来看, 广东、江苏、浙江、山东和上海的消费者更爱买中式香。在成交金额排名前十的省份中, 南方省份占据了 6 席。

从用户群体来看, 以“95后”“00后”为代表的年轻用户群体数量同比增长超过 300%, 年轻化趋势明显。芽庄沉香、老山檀香、鹅梨帐中香成为他们最爱

的三大中式香味。年轻人对传统文化的认同感和对生活品质的追求推动了中式香市场的快速发展。

据淘宝香氛行业小二介绍, 中式香的使用场景从原来的祭祀、仪式等, 逐渐拓展到了日常生活中。中式香品牌正在通过非遗制香技艺、IP 联名等方式, 让中式香脱离“陈旧”标签, 戳中年轻人的喜好。

根据艾媒咨询发布的数据预测, 2025 年中国香薰行业市场规将达到 254.4 亿元。