

空气架子鼓、无弦吉他、亮灯钢琴……容易上手售价高

智能乐器“整活”，学起来就像玩游戏



一名小朋友体验智能弹唱琴。



长沙一市民正在体验无弦吉他。



扫码看视频

敲打空气就能发出声音的架子鼓、没有琴弦但能模拟多种音色的吉他、亮灯即可引导新手精准按键的钢琴……如今，随着AI技术与传统乐器的深度融合，乐器正在从手动挡向自动挡演变。不少曾因“看不懂谱、按不准弦”而卡在入门门槛的小白直言：“终于摆脱了只会弹do re mi的尴尬，AI让学乐器变得像玩游戏一样简单！”

与传统乐器相比，这些融入科技的智能乐器有何亮点？当前，AI智能乐器的市场发展空间又有多大？9月18日，三湘都市报记者对线下和线上智能乐器卖场展开了走访和调查。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 全若楠

自动生成鼓点、和弦伴奏，帮助快速入门

9月18日，长沙国金街的微缤礼物店内，一把形似吉他却无琴弦的“特别乐器”成了现场的“人气焦点”，有顾客主动背上身体验弹奏。据店员介绍，这款吉他无需按弦，可自动生成实时和弦与鼓点伴奏，“即便是零基础，只需轻轻拨弄琴身上的扳手，也能轻松体验弹唱的乐趣”。

无弦吉他旁，还有一款智能电子钢琴“the one弹唱琴”，蓝牙成功连接App与钢琴后，琴键上会亮起小红灯，跟随亮灯按键即可演奏自带伴奏的旋律，“无需掌握乐理知识，就像自己小时候在玩钢琴玩具一样简单。”一旁的顾客告诉记者。

万象城的娱非凡潮玩体验中心同样摆放有一款拿火精灵智能吉他。吉他旁的使用手册显示，软件中的和弦谱与拿火精灵系统自动同步，会以互动的方式引导用户如何弹奏。“每个数字和颜色指引了你的左手位置，你可以用右手在大或小敲击垫上轻敲弹奏，跟随指引灯学习。”

微缤礼物（万象城店）店员付女士告诉记者，近期店内又上新了一款空气乐队智能吉他，“可以像无弦吉他一样自动伴奏，适合有一定基础，想要创作的人群。”付女士演示了自动演奏过程，在配套App上随机选择一首歌曲后，歌词上部分字标注有和弦及不同颜色的方块，对应到吉他侧面，会有相应的灯亮起，“看到哪个灯亮，就拨哪里，熟悉之后会找到歌的乐感，帮助度过新手期”。

一件卖到上千元，售价高于传统入门琴

“目前这款空气乐队吉他是新品，活动后价格为2699元，还配套有耳机等设备，过一段时间会涨至2899元。”付女士告诉记者，店内的一老

款无弦吉他在2000元左右，有很多顾客购买。

在线上电商平台，记者以“智能吉他”“无弦吉他”为关键词检索发现，这类产品的到手价格从900元到3000元不等，大部分在千元以上。对比来看，普通品牌的入门级民谣吉他价格多集中在600元至1000元，入门款电吉他价格则在1500至2000元左右，整体而言，智能吉他的售价普遍高于传统入门级吉他。

调查发现，除了专做智能吉他的品牌，一些传统吉他品牌也加入这一赛道，例如恩雅推出了赛博吉他，将钢琴琴键和吉他结合，音色还拓展至了二胡、唢呐等民族乐器。

业内人士：智能乐器无法替代音乐深度学习

“以往学吉他需要同时按住多根手指，甚至需要大横按，时间久了手很疼很难坚持下去，自动挡吉他只需拨动和弦垫就能伴奏，对小白来说很友好。”学民谣吉他一年左右的吴思（化名）坦言，智能乐器可以保持住他对音乐的兴趣。也有消费者对这类自动挡乐器嗤之以鼻，康女士认为自动挡乐器和直接手机播放伴奏没有太大区别，“无法实现真实的创作”。

业内对于这种“自动挡”乐器有何看法？开福区一家吉他私塾老师洪亮认为，“智能乐器的确降低了新手学音乐的门槛，但过度依赖智能辅助，会削弱演奏者对音乐的深度理解与掌控能力，让演奏少了几分灵魂与温度。”

洪亮表示，AI智能乐器的市场规模正在迅速扩张，或将成为音乐消费领域的新增长点，但同时也需在科技赋能与音乐本质间找到平衡，“比如通过优化产品设计，在保留智能辅助功能的同时，引导用户逐步探索音乐本身的规律，让智能工具真正成为提升音乐素养的‘阶梯’，而非替代深度学习的‘捷径’”。

多平台抢滩“礼物市场”推“惊喜送”“无忧送”服务



扫码看视频

三湘都市报9月18日讯

“以前给外地的朋友送水果，就怕路上磕坏了他们不好意思说，自己也没法售后。现在用百果园的‘礼品无忧送’，朋友收到坏果直接自己申请售后，太省心了。”在长沙工作的邱女士近日分享了自己的消费新体验。

9月17日，三湘都市报记者走访发现，百果园、顺丰、得物等多平台纷纷瞄准礼品消费市场，推出针对性增值服务，从售后保障、配送体验到个性化需求全方位破局，让礼品消费更贴心。

水果店推出“礼品无忧送”

“收到老同学送的中秋礼物，里面有一张‘礼品售后无忧卡’。”9月17日，长沙市民易女士打开大学同学赠送的水果礼盒后，用手机扫描了上面的二维码，显示自己可以提交换货等售后申请。“感觉很新奇。”

记者走访了解到，临近佳节，“礼物市场”开始活跃。作为赠送亲友的首选商品之一，水果礼盒多少存在果品不满意、配送体验差等问题。而这也成为商家在竞争日益加剧的水果零售市场打开新市场的突破口。

长沙百果园小林子冲店店长何女士介绍，“消费者无论在门店选购水果礼盒，还是通过微信小程序等线上渠道下单，只要勾选‘送好友’选项，服务就会自动激活，收礼人可通过售后无忧卡，发起水果退货申请，退回会员账户钱包，另选其他水果。”

她介绍，百果园该业务九月初上线，前几天还有顾客进行尝试，“反馈体验很好，解决了送水果的尴尬售后需求”。

配送保密、个性定制

三湘都市报记者走访了解到，不止百果园，物流巨头顺丰从配送环节切入，为送礼体验增添惊喜。早在2021年，顺丰就推出“惊喜送达”服务，选择该服务后，顺丰会保密礼物邮寄过程，不会立即弹出快递相关信息通知。2024年双节前夕，顺丰再次升级服务，将AI技术应用于惊喜送达贺卡。用户通过AI生图功能，上传个人照片，选择喜欢的风格生成AI图，制作专属个性化贺卡。

顺丰官方客服告诉记者，下单时可选择贺卡祝福语。“我们发现，节日礼品对‘仪式感’要求极高，为了营造浪漫惊喜的氛围，惊喜达服务会将邮寄过程进行保密，不给收方发送任何快递相关的信息通知，待派送时，才会通知。”

得物平台则将增值服务与“潮流属性”结合，提供“贺卡定制”“惊喜送礼隐藏物流信息”等个性化选项。“送球鞋时附上定制贺卡，收到礼物的人能感受到满满的仪式感。”家住长沙雨花区的杨先生告诉记者，他最近使用了得物的“送礼下单”功能，与朋友们进行互赠礼物。“挑选支付好后，分享给好友让对方填写收货地址就可以完成惊喜送礼，好玩又有趣！”

从水果生鲜到潮流单品，从售后保障到情感赋能，多平台的服务升级正悄然改变礼品消费生态。有业内人士指出，礼品消费的核心竞争力已从“商品本身”转向“服务体验”。“随着消费升级，这类‘精准匹配情感需求’的服务或将成为平台差异化竞争的关键”。

■文/视频 全媒体记者 龙思言