

孕期四维彩超,只能看到一个模糊的人形,而利用AI技术,能提前看到宝宝长相 花10元给腹中宝宝画像,你愿尝试吗



扫码看视频

孕期所做的四维彩超,只能看到一个模糊的人形,而利用AI技术,能帮你画出孩子的长相。8月13日,记者注意到,一项名为“AI预测宝宝未来长相”的服务在电商平台兴起,吸引了不少准父母尝鲜。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 潘显璇
实习生 李颖

价格从数元到十余元不等

为了检查胎儿的生长情况,孕妇通常要在怀孕20周至26周期间做彩超。虽然四维彩超的本意是为了检查胎儿是否存在畸形、少指等先天疾病,显像并不精确,而且由于胎儿浸泡在羊水中,四维彩超所拍摄的婴儿五官也十分模糊。但对于新生儿的父母而言,这却是第一次有机会看到孩子的样貌。

有商家从中嗅到了商机。基于胎儿的四维彩超成像,利用AI绘画软件,通过AI面部算法模型运算,就可以生成胎儿的照片。这一服务被商家称为“AI预测宝宝未来长相”。

8月13日,记者在电商平台搜索发现,已有不少店铺提供这一服务,价格从数元到十余元不等。由于能极大地满足准父母的好奇心,并且价格低廉,部分商家的订单量不少,月订单量超过千单。

预测的宝宝长相与出生后的相貌是否相似呢?这似乎是个仁者见仁智者见智的问题。记者翻阅多位商家的评论区发现,反馈以好评居多,大部分用户觉得相似度很高,但也有少部分用户觉得不是很像。

AI技术帮助顾客弥补遗憾

22岁的姚欢是重庆人,目前在淘宝经营了两家提供“AI预测宝宝长相”服务的店铺。

“我们公司原先也是做AI相关的业务,例如用AI生成卡通头像、IP形象等。接触到AI预测胎儿长相这项业务后,我们发现这项技术可以帮准父母们看到宝宝的样子,觉得非常有意义,业务重心渐渐地就转到了AI预测宝宝长相方面。”姚欢告诉记者,有一次一位顾客在完成订单后很激动地向他表达了感谢,让他眼睛一酸。原来,因为一些原因,这位母亲腹中的胎儿没能保住,而通过AI技术,这位母亲“见到了自己的孩子”,也算是稍稍弥补了一些遗憾。

“和之前的AI业务相比,AI预测宝宝长相不怎么赚钱,利润很低,但我们觉得做这个事情比较快乐,所以就坚持了下来。”在姚欢看来,能用AI技术回应一个家庭对新生命的期待,为怀孕中的妈妈们带来正面的情绪,他的工作就有意义。未来他会继续在技术方面尝试突破,追求更高的相似度。



扫码看视频

8月13日,在长沙一超市,市民正在选购“生系饮品”。

“生系”饮品爆火,商店超市卖断货

业内人士:“生”概念的出现,打破了传统产品套路,有望成下一个风口

三湘都市报8月13日讯 生巧克力、生吐司、生椰汁、生可乐……这个夏天,饮品圈刮起了“生系”浪潮。凡是名字带上“生”字,仿佛就手握了爆款密码。一些品牌推出了生咖系列、生椰系列、生酪拿铁等,可乐品牌也上新了无糖生可乐,口感上的创新刷新了消费者的认知。

店里的库存几乎都售空了

何为“生系”饮品?它是指在制作过程中,尽可能保留食材原本的味道、香气、质感和营养成分的食品饮料,强调新鲜、简单、纯粹的概念。如生啤酒、生咖啡、生吐司等,都是指用非加热或低温处理的方式来保持食材的原汁原味。

“生可乐在制作过程中保留了更多的二氧化碳,喝起来气足、口感更丰富。特别是冷藏后,喝起来更加生爽刺激。”长沙市民小颜是忠实的碳酸爱好者,他对生可乐有着极高的评价。

8月11日,在长沙绿地中心的Today便利店,记者发现售价为4.5元的百事无糖生可乐已经所剩无几。“生可乐自今年4月中旬上架以来,持续畅销,需要每天补货,今天店里的库存几乎都售空了,卖得只剩下货架上的那几瓶。”店员指着冰柜里仅剩的几瓶生可乐无奈地说。

在芙蓉中路附近的一家瑞幸咖啡店内,记者发现,短短十分钟内,10位顾客中就有6位选择了生椰拿铁。“生椰拿铁是店内的主推饮品,也是卖得最多的一款,一天能卖出200杯。”此外,该门店店员还向记者推荐了生酪拿铁,“因为加入了新西兰经典生干酪,使芝香、奶香和咖香巧妙融合,同样深受顾客的喜爱。”

“生系”饮品的风潮,也吹到了茶饮品牌,统一旗下的“茶里王”品牌,于今年上半年推出了“高山生榨绿茶”。统一旗舰店客服介绍:“这款绿茶添加了生榨鲜茶浓缩液,更加还原茶本味,保留了茶香气。目前该产品月销超过一百单,还在持续上涨中。原价79.9元的15瓶500毫升的生榨绿茶,在88活动期间折后售价72元,折合4.8元一瓶。”

“生系”饮品顺应健康理念

据统计,瑞幸的“生椰拿铁”销量在今年4月就已突破3亿杯;奈雪的茶则在今年推出了“生酪”细分品类,搭配新鲜水果,上线3天就卖了超60万杯;在淘宝百事可乐旗舰店,百事生可乐月销高达1万多单。“生系”饮品为何如此火爆?

有食品研究机构发布的调查数据显示,85%的亚太消费者会查看包装食品或饮料的配料表,其中近九成中国消费者会倾向于更短、更简单的配料表。

“‘生系’饮品的爆火体现了当下消费者对于食品饮料健康化、天然化、个性化的需求和追求。”业内人士指出,随着消费能力的提升和知识经验的增加,人们不再只关注食品的味道和价格,而是更关注食品的配料表和营养标签,倾向于选择更短、更简单、更透明的产品方案。

该业内人士表示,“生”已经成了自然健康新鲜的代表,而且在食品市场同质化越来越严重的当下,“生”概念的出现,打破了传统产品的套路,做出了让消费者可以感知的差异化产品,让人眼前一亮,有望成为下一个消费风口。

■文/图/视频
全媒体记者 卜岚 实习生 颜菁杉 周绮梵



全民享健康 新华爱相伴 新华交响乐团在衡阳奏响华章

8月12日,新华保险第二十三届客户服务节湖南站开幕式在衡阳市广播电视台举行。国家金融监督管理

总局衡阳监管分局、衡阳市保险行业协会等单位领导,新华保险湖南分公司党委班子成员及管理干部代表、公司业务精英、现场客户等600余人出席并参加开幕式暨交响音乐会。

下午6时,开幕式暨交响音乐会正式启动。四位一线保险业务员分享的温暖服务故事;一位新华保险客户讲述她为父亲申请理赔款获得安稳治疗的动情经历;两位客户的孩子为新华保险送上萨克斯合奏表演……现场动人的经历与生动的表演,深刻诠释着新华

保险“诚信、责任、创新、共赢”的价值观,以及对社会的责任与对客户的承诺。

23年来,新华保险客户服务节已经成为公司最闪亮的品牌名片之一。本届客户服务节除了开幕式上的特色活动,围绕“全民享健康 新华爱相伴”的主题,在整个暑假的活动期间,客户还能通过积分兑换参与线上专家互动、健康咨询以及体检、洁牙等“享健康、向未来、悦生活”三大主线九大系列丰富多彩的活动,将百姓对健康的需求与自身保险服务深度结合,持续陪伴客户与健康同行。 ■通讯员 吴文捷