

潮玩风、猜谜式、宠物版、AI生成款…… 个性春联送出 演绎花样年味

◎ 宋雨迪

腊月岁寒，年味渐浓。在北京市海淀区的一间社区活动室里，白发苍苍的书法爱好者手持毛笔，凝神运腕，一张洒金红纸上“福”字渐成。在他的身旁，一名小学生正对着手机屏幕轻声念出指令：“请生成一副关于‘平安喜乐’的春联。”几秒后，AI给出了对仗工整又意蕴吉祥的联句。

千百年来，春联这红纸黑字的方正对句，始终是中国人辞旧迎新不可或缺的文化符号。它张贴于千家万户的门槛，承载着驱邪避灾、祈福纳祥的朴素愿望，也凝结着书法艺术与汉语诗律的独特美感。如今，马年春联的内容和形式不断更新，既增添年味又彰显个性表达。

变化1

年轻人爱上卡通风格春联

在过去，手写春联是家家户户筹备年货的重要一环。街坊邻里中擅书者，往往成为腊月里最忙碌也最受尊敬的人。然而，随着生活节奏变化，这种基于熟人社区的手写传统逐渐式微。取而代之的，是印刷精美、款式统一、即买即贴的工业化春联，它们虽然便利，却也带来了“千户一面”的审美疲劳。

市场最先嗅到了变化的气息，电商平台率先打开了春联定制服务。“手写春联”成为热门服务关键词，消费者可以自由选择对联内容、字体、纸张材质。在购物平台上搜索“定制春联”，能看到许多销量可观的商户。从“财源广进”“马到成功”这样的通用吉祥话，到自

己创作的专属联句，再到为单位定制的行业春联，需求多元。

除此之外，在年轻人群体中，还兴起了“潮玩风”。博主孙斯文将自己绘画的爱好融入了年味创作。“买的春联都差不多，没有突出年味，既然要贴，就贴自己最喜欢的吧。”于是，深受年轻人喜爱的潮玩IP“小马宝莉”“星人”“疯狂动物城”等卡通形象，跃然于红纸之上，与传统祥云纹样的红纸奇妙共生。

此外，材质上的创新也在同步进行。毛绒、扭扭棒、刺绣、羊毛毡等材料制作的“软萌”春联，打破了纸张的单一质感，为家居增添了别样的视觉与触觉体验。

变化2

“毛孩子”入春联增添喜气

在春联的个性化浪潮中，有一个细分领域格外温暖人心——宠物春联。

博主“腊月二八”是一名流浪猫救助者。他利用自己的书法和绘画特长，为养宠家庭提供春联定制服务，“比如画上猫咪狗狗的卡通形象，配上‘猫肥家润’‘马上有福’之类的吉祥话。”所得收入全部用于为流浪猫购买口粮和医疗救助。“腊月二八”这个名字，来源于他救助的第一只全身被烫伤的小猫，如今这只小猫已6岁。他说：“救助的路很难，但‘毛孩子’的陪伴很治愈。做宠物春联，是想让支持我们的朋友也能收到一份有意义的祝福。”购入对联的网友也以此为契机，在评论区晒出了自家的

“毛孩子”并许下新年愿望。

另一位博主“耶耶是十一耶”则分享了用AI为宠物定制春联的攻略。“快过年了，就想做个‘毛孩子’专属春联贴在门上，但是网上定制的‘毛孩子’春联大多是固定模板，就是改个名字，翻来覆去都是那几句，特别容易撞款。”于是，她开始尝试用AI生成完全专属的设计。从让AI分析春联风格并生成提示词，到将自家宠物照片智能抠图、与生成的对联背景融合，再到替换元素、添加装饰，她总结出一套详细的“保姆级”教程。

变化3

图案代替文字 春联成谜题

当春联不再只是规整的对仗诗句，而是变成一副需要解读的视觉谜题，会发生什么？在社交平台上，人们正用独特的创意，把贴春联变成了“猜灯谜”。

博主“芜湖”晒出了孩子画的图案对联，这副对联彻底抛弃了汉字，取而代之的是由小鸡、星星、钱币、棒冰、灯泡等图案排列组合而成的“上联”与“下联”。它像一副视觉谜题，邀请观者解读其吉祥寓意——“吉星高照年年好，学业有成步步高”。

更“硬核”的谜题来自学科领域。一名博主晒出了一副令人称奇的“化学春联”。上联：“Ag Zn Na F Ga Hf Mg”（谐音“迎新纳福家和美”）；下联：“Re Sg Tc Au As Sc Ti”（谐音“来喜得金身康泰”）。横批：“F Cl CHO CHO”（谐音“福禄双全”）。

这些看似“离经叛道”的创作，增添了节日的欢乐气氛，赋予春联新时代的“语言”。

变化4

老人迷上AI生成专属春联

每年春节前夕，遍布城乡的文化馆、公益组织、高校书画社团以及非遗代表性传承人，都会举办形式多样的“写春联、送福字”活动。他们现场挥毫，将墨香与祝福送入千家万户。而今年，这些传统的送福活动中也悄然融入了新的元素。

近日，在海淀区甘家口街道进口社区举办的“邻里聚福 墨香迎春”活动中，一个“AI助写春联”的环节吸引了各年龄层居民的目光。在书法教学与亲手写“福”之外，许多老年人第一次体验到如何用人工智能生成一副专属春联——只需输入心愿或家人名字，一副对仗工整、寓意吉祥的对联便能瞬间呈现。

“用我的名字结合马年寓意，一下就生成出来了，速度又快又简洁！”居民王凤芹兴奋地展示着手机里生成的联句——“凤羽生辉添喜气 琴弦妙曲奏华章”。AI不仅提供了文字，还为她配上了彩色骏马图案与精美的边框设计。“现在科技进步太快，我们老年人学完就忘，但是我们要努力地学，追上年轻人。”她笑着感慨。

AI技术作为一种强大的辅助工具，降低了创作门槛，激发了居民的参与热情，让定制化的、富含深情的祝福得以轻松实现。

2026年“送文化·惠职工”专项行动启动

中华全国总工会近日在北京CBD骑士驿站举办2026年“送文化·惠职工”专项行动启动仪式暨“迎新春·送万福”职工书法公益活动新业态劳动者专场，拉开各级工会2026年春节文化“送温暖”序幕。

活动现场，书法家们现场书写春联“福”字赠予新业态劳动者，主办方向劳模工匠和职工代表赠送了新春“福包”、专属“最美微笑照”，并邀请劳模工匠代表参与红包拓印、手机贴膜等志愿服务。骑士驿站内同步举办新春集市，设置助农产品年货市集摊位、提供会员服务政策介绍等综合服务。

随着启动仪式的举行，各省、自治区、直辖市总工会及相关产业工会将联动跟进，在春节期间把形式多样、内容丰富的文化服务送到千企万厂、千家万户。（据2月8日《光明日报》任欢）

四川德阳市召开2026年道德模范新春座谈会

本报讯(赵萍)2月9日下午,2026年四川省德阳市道德模范新春座谈会召开。

全国道德模范郭汉忠,四川省道德模范张昆,第六届德阳市道德模范代表伍涛、张标强、宇晓、陈刚、王磊先后发言,分享自身坚守初心、践行善举的感人故事和在传递正能量过程中的感悟与体会。

座谈会上,德阳市委常委、宣传部部长黄怡代表德阳市委、市政府,向各位道德模范和所有推动德阳发展的榜样,致以崇高的敬意和衷心的感谢。会议指出,新的一年,希望大家继续坚守初心、勇担使命,积极践行社会主义核心价值观,始终保持道德标杆的先进性,继续发挥示范引领作用,带动身边更多的人明大德、守公德、严私德。希望大家积极投身城乡精神文明融合发展的生动实践,不仅要在榜样舞台上当好主角,更要成为城市发展各条战线、各个领域里鲜活的正能量。

公共文明如何“泊”稳?

(上接1版)

“我们还考虑过搭建房车车牌号精准识别系统,对房车进行针对性管控,但发现现有条件无法满足系统的运行要求。”朱玉玮说,所以,最终只能采取折中方案,采取张贴告示的方式,禁止房车过夜、晾晒衣物等行为。“目前,违规过夜的情况有所改善,但房车占用公共车位的核心问题还是没有解决。”

房车旅游市场快速扩张与配套设施建设滞后的矛盾,也是重要原因。

“我们出去旅行,经常跑几十公里都找不到一个合规营地。”房车车主李靖表示。数据显示,全国房车保有量逐年上涨,但专用营地数量远不能满足需求。

北海市旅游文体局相关负责人表示,北海目前开放的房车停车点数量较市场需求仍有一定差距。而且部分营地虽已配备卫生间、淋浴间等基础设施,但在污水处理、消防设施、专用烹饪区建设等方面仍有较大完善空间。

资深媒体人、评论员一鸣则表示,部分房车车主公共意识淡薄,是不文明行为频发的重要诱因。他指出,一方面,社会与媒体对文明出行的宣传引导存在不足,未能有效引导车主树立规范、文明的出行观念;另一方面,专业的房车安全操作指引匮乏,也让车主难以规范自身行为。

看未来

需多维治理让文明成为共识

房车出行的“诗与远方”背后,是一场关乎公共意识和智慧管理的“文明大考”。要让其健康发展,还需多维协同推进。

完善配套设施是基础。当前,多地科学规划、加快推进房车营地建设,健全配套服务体系。广西北海计划提升营地质量和数量,在推动现有营地升级改造的同时,科学规划闲置土地资源,在需求集中区域建设一批规范营地;海南则探索“营地收费+线路开发”模式,计划2030年前建成规模化营地网络。

云南西双版纳自驾游与房车露营协会会长易骏建议,结合各地特色文旅资源,打造差异化的主题营地,并在自驾游干线途经的乡村,打造标准化临时停靠点。

加强行业自律与培育公共文明意识同样至关重要。北京房车露营自驾游协会副秘书长刘燕表示,协会将联合多家头部营地共同推出《文明露营公约》,通过行业规范与自我约束,引导车主树立文明出行、文明旅游意识,实现“自律”与“他律”的有机结合。

一鸣则认为,治理房车出行乱象要做到机制建设与文明意识培育同步推进:“一方面,各地应结合旅游资源与城市承载力,制定差异化的管理细则,理顺文旅、城管等多部门职责,推动建立联动执法机制。另一方面,要注重文明意识培育,通过公益宣传、案例警示、营地提示等多种方式,让‘文明用车、无痕旅行’成为车主的自觉行为。”

赶大集 购年货

2月5日至9日,2026第三届安徽供销社年货大集在合肥滨湖国际会展中心举行。东北玉米、浙江手剥粽子、山核桃、宿州符离集烧鸡等农特产品,让市民大饱眼福、口福,现场供销两旺,人气满满。图为活动现场。 方好摄



“悦己感”让“低耗游”圈粉年轻人

◎ 王羨茹

清晨6点,吉林延吉的东方水上市场在薄雾中渐渐苏醒。空气中交织着刚出锅的黏豆包的香甜、江鱼的鲜腥,还有泡菜坛里飘出的微微发酵的味道。游客胡淼没有去打卡网红景点,而是在浓浓的市井烟火气里,体验这座城市的真实和温热。

在北京房山区的一座山脚下,都市白领陈朵儿正与同伴进行登山前的最后检查。她们的背包里装的不只有水和干粮,还有一份逃离城市喧嚣的期待。每逢周末,陈朵儿都会选择一座山徒步,“没有门票、没有购物,只有双脚与山径的真切对话”。

这并非传统意义上的“穷游”,而是一场在年轻人中悄然蔓延的“低耗旅游”新风尚——不求奢华、不赶景点,只为在旅行中寻找更真实的自己。

从热衷于打卡到与自己对话

“花最少的钱,得到的却是极致体验。”陈朵儿这样形容她的徒步哲学。对她来说,徒步是“最贴近本质的旅行方式”,消耗的是体力,收获的是心灵的富足。

近日,在棺材山12公里、爬升900米的徒步中,陈朵儿经历了身体的极限挑战。“站在山脊上,看着连绵的远山,那一刻的成就感是任何消费都无法替代的。”她特意摘下耳机,让自然的声音涌入耳中。

胡淼的“低耗旅游”则体现在对城市肌理的深度探寻上。“旅游对我而言,是与一座城市对话的过程,而非简单的景点消费。”去年夏天,她与朋友完成了一次长达24天的新疆自驾之旅,人均花费控制在8000元以内,除了必要洗澡要住酒店外,剩余时间她们选择“车顶帐篷+车内拼接床位”的住宿方式。

胡淼的旅行没有固定剧本。在四川乐山,她偶然拐进长征社区,当看到废弃的老厂房时,她感到:“这里藏着城市未说完的话,行走其中,就像在阅读一本生动的城市传记。”

“不经意的发现,比任何规划好的景点都更有生命力。”在泰国旅行时,胡淼选择乘坐本地公交车,虽然语言不通,却能观察窗外的街景,感受车厢内当地人的日常节奏,获得一种“沉浸式的文化体验”。“当你听不懂语言时,其他感官会变得格外敏锐。”

“悦己”是低耗旅游的核心

“‘低耗旅游’的本质,是一种‘悦己旅游’。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰分析道,这一旅游趋势的兴起说明年轻人不再满足于外在的炫耀与打卡,转而追求旅行中的情绪价值、心灵疗愈与内在成长。

陈朵儿的经历是这一转变的缩影。作为一名终日穿梭于写字楼与地铁间的都市白领,她通过徒步重新找回了与自然的联结。“平时每天困在格子间里,周末和节假日的徒步让我重新感受到自己是自然界的一部分。”在她看来,“旅行的意义不在于去过哪里,而在于哪些瞬间真正触动了人心。”

熊海峰指出,“低耗旅游”趋势的兴起既与经济环境有关,也折射出年轻一代价值观的演变。“年轻人正在重新定义旅游,即从大众化的观光打卡,转向个性化的体验获得。他们在旅行中寻求自我认同、情绪释放与心灵成长。”

值得注意的是,“低耗旅游”并不等同于“苦行”。胡淼认为,随着阅历与收入增长,自己的旅行方式也在不断调整:“年轻时通宵坐

硬座的经历成了‘限量版回忆’,如今会更注重平衡,但核心始终不变,即用合理的成本,换取更有深度的体验。”

新趋势带动产业变迁

“低耗旅游”的兴起正潜移默化地改变着旅游产业形态。熊海峰认为,这对行业提出了新要求:“传统标准化、观光式的旅游产品将面临挑战,而具有互动性、沉浸感与文化深度的体验产品,将越来越受欢迎。”

一些敏锐的市场主体已开始行动。部分民宿推出“技能换宿”计划,旅行者可通过教授语言、分享知识等方式抵扣房费;景区开始减少对门票收入的依赖,转而设计更多参与式、沉浸式活动;旅游平台也加大了对小众目的地文化体验等内容的推广。

熊海峰预测,“低耗旅游”或许不会成为市场的主流形态,但它所代表的“悦己”理念将深刻影响行业的发展方向。“旅游归根结底是为了满足人们对美好生活的向往。当这种向往变得更加内向、多元、重体验,旅游业也必然要随之创新和改变。”