

拟数字人指

数字人IP打造/短视频/直播/多元商用场景



入门-实战
长期有效

随着AI技术发展,“数字人直播”在电商平台迅速走红。数字人直播是指利用人工智能技术生成的虚拟人物,在直播平台上进行实时互动与内容传播的一种新型直播形式。它凭借“低成本、24小时在线”成为AI技术在商业应用中的新风口。然而,随着越来越多的商家入局,数字人售卖中的货不对板、夸大宣传、隐形收费等问题频发,许多商家在追逐技术红利的同时,陷入了“技术掘金”的陷阱。

「数字人直播」能躺着赚钱?

平台已封禁,商家还推广

“无需真人出镜,一部手机就能做”“24小时不间断干活,躺着赚钱”“仅需几句话的时间,打造你的数字分身”……这些极具诱惑力的宣传话术,频繁出现在数字人直播的推广视频中。许多售卖数字人的企业通过短视频平台发布所谓的“成功案例”,展示自己的收益数据,还在标题处打上“日赚600元”“1个月赚5万”等标签,吸引大量有直播需求的商家入局。

然而,数字人落地的效果往往与宣传大相径庭。李先生经营着一家个人IP孵化公司,2024年12月他在互联网上看到关于数字人直播的推广,几番沟通后便采购了一家公司的数字人服务,该服务还可以无线克隆数字分身。没想到的是,开播不到一周直播间已因“直播违规”被平台封禁好几次,李先生无奈地表示:“当时公司宣传的无人直播技术很牛,实际上抖音和视频号已限制和禁止无人直播,对方明知这种情况还推广。”

李先生的遭遇并非个例,消费投诉平台上,不少商家反映数字人直播总被封禁,且大部分合同存在“退款限制条款”。商家冯先生加盟了上海一文化传媒公司所提供的数字人直播技术,签订了《AI智能系统联营商合作协议》并支付了65000元加盟意向金,加盟商还承诺如果成功邀请新商家入驻抖音平台,一单能再奖励200元。但这条“致富之路”还没开始就断了,“从最初几个小时的禁播,到后来的十分钟不到就被禁播,完全无法进行正常直播”。冯先生希望可以退费,但该公司称“可通过短视频或转移到另一App平台等方式继续提供服务”。最后,双方只能通过法律途径解决。法院受理了这起合同纠纷案件,法院认为合同的主要内容是数字人直播技术服务,但被告所提供的服务未能达成协议目标,认定被告未能履行合同约定的义务,判定解除合同并要求被告返还冯先生45500元。

记者查询发现,不同平台对数字人直播

的态度不一。腾讯视频号在《视频号橱窗达人“发布低质量内容”实施细则》中明确指出,“使用虚拟数字人等非真人直播的代播内容”属于违规情况;抖音平台允许适当使用虚拟人技术,但必须遵循规范。比如使用虚拟人进行直播必须对相应的虚拟人形象在平台注册,直播时须由真人驱动进行实时互动,不允许完全由AI驱动进行互动;但京东平台却相反,不仅推出了采用创始人刘强东形象的数字人主播“采销东哥”,还建立了自己的数字人平台“京东云言犀”。

虽然部分平台已在规范中表明数字人直播是违禁行为,但不少销售人员在售卖产品时仍会强调数字人直播的可靠性。商家林先生在购买数字人直播产品前曾多次向销售人员杨某确认产品是否能实现24小时不间断直播,并且是否会面临被平台封号的风险。杨某明确称“可以做到,不会封号”,于是林先生便签订了《AI智能数字人系统采购合同》并支付20000元。然而,收到产品后,林先生发现交付的数字人效果与展示时差距大,并且使用40分钟就被平台封禁。林先生多次与代理商沟通,但对方一直推脱,甚至要求他支付额外费用来重新录制内容。最终,林先生选择起诉。

购买服务后还有隐形收费

除了平台的封禁政策影响外,数字人直播服务的隐形收费也被吐槽。许多代理商在销售时并未明确告知后续费用,商家在购买后才发现需要额外支付声音克隆、云储存、技术服务费等多项费用。

商家李先生表示,他在购买数字人服务后,才发现声音克隆需要额外收费。“销售解释说可以选择平台上已经有的音色,但我们生成真人的数字分身,都是强调个人IP特质的,肯定要用自己的声音,销售这才表示声音克隆按字数计费。”此外,技术上也存在差距。在演示时,销售展示克隆一个数字人的时长仅几分钟,但李先生操作时,克隆一个数字人的时长却要半天到一天的时间。

代理商称是因为本地算力服务器慢,如果绑定云端就会更快些,但李先生额外花费两万元购买云端服务后,依然效果不佳。

记者以商家身份咨询了几家售卖数字人直播服务的公司,发现数字人普遍售价不菲,有几千元一年的包年式服务,也有几万元终身使用并声称可以“无限克隆”的买断服务。然而,许多潜在的收费服务并未在合同中标明,如声音克隆服务需另外收费,云储存服务器也大多只提供30日免费期,后续仍需购买相关配套服务。有商家算了一笔账:购买数字人服务后,每年还要支付数千元的云储存和技术服务费,综合成本远超预期。

业内人士指出,目前从事数字人直播源码开发的科技企业不多,但天眼查数据显示,截至2024年,中国与数字人相关的企业数量已达114.4万家,其中不少是采购了原厂商的模型后从事贴牌代理和分销的企业,在销售时演示的是原厂模型,但实际卖出的却是另一套粗制滥造、技术不精的模型。这种代理模式导致行业良莠不齐,许多商家在购买服务后发现问题,却因合同中的模糊条款维权无门。

面对数字人直播行业的乱象,平台、企业和监管部门正在采取一系列措施,试图规范市场秩序。过去一年内,与数字人直播相关的法律案件和相关规范越来越多,如浙江省市场监管局出台《浙江省网络直播营销行为规范指引》,首次对AI数字人直播进行规范,并列明对相关经营者的合规要求。

数字人直播技术的出现,为电商和本地生活领域带来新的可能性。但对于商家而言,盲目追逐风口可能带来巨大风险,数字人直播若不能回归工具本质,终将沦为投机者的短期掘金游戏。因此,在入局之前,商家应充分了解技术和平台的局限性,并通过正规渠道在知名商家购买服务,避免陷入代理商的消费套路。

来源:解放日报

守护金融安全 传承文化匠心

2月15日,徽商银行淮南分行携手淮南非遗烙画传承人,在热播剧《六姊妹》拍摄地——九龙岗时光小镇,开展了一场别开生面的“反假货币”“防赌反诈”宣传活动。活动以“守护金融安全,传承文化匠心”为主线,将金融知识普及与非遗文化体验深度融合,吸引众多游客和市民参与。

活动中,徽商银行淮南分行工作人员详细介绍了人民币的各种防伪标识和辨别方法,帮助群众掌握识别假币的技巧,同时向市民发放防诈宣传折页,内容涵盖了常见的电信诈骗手段、防范措施

以及应对策略。活动设置了趣味竞答、假币识别实操等互动环节,并结合淮南非遗烙画特色,特别定制烙画葫芦作为竞答礼品,将金融知识融入非遗艺术,既传递了金融安全理念,也弘扬了传统文化。

此次联合宣传,是徽商银行淮南分行落实“金融为民”理念的又一生动实践。下一步,徽商银行淮南分行将持续推进反假货币和防赌反诈工作,通过网格化宣传、常态化服务,筑牢金融安全防线,为构建和谐金融生态贡献力量。

本报通讯员

