

小冰“数字克隆人”要来了 AI能否影响直播电商

■ 孙华秋

虚拟人直播会否成为行业的新风向标？

5月16日，人工智能公司小冰公司宣布启动“GPT克隆人计划”，首批征集300人，将根据他们提供的3—5分钟视频和个人社交网络数据，为他们创造自己的数字生命。

“克隆人”采用大语言模型、神经网络渲染和超级自然语音技术生成，将继承真人的外貌、声音和性格，并可进行实时交互。目前静默期顺利结束，开始应用于既有产品，并将在未来两个月内集中发布一系列相关产品。

前一天，5月15日，A股“直播电商第一股”遥望科技(002291.SZ)与小冰公司宣布开展战略合作，推动虚拟人等AI产品在直播行业的持续开发和广泛应用。

作为头部直播带货机构，遥望科技在AI方面动作频频，虚拟人直播会否成为行业的新风向标？

5月18日，《时代周报》就相关内容致电遥望科技董秘办。工作人员表示，与小冰公司的合作内容没达到需公告的标准，故没有对外公告披露，相关合作内容在投资者互动平台有相应回复。

数字人要抢主播饭碗？

公开资料显示，小冰公司前身为微软(亚洲)互联网工程院人工智能小冰团队，已于2020年7月从微软拆分独立运营。目前，小冰公司拥有覆盖自然语言处理、计算机语音、计算机视觉及人工智能内容生成的完整技术框架，已孵化出数以千万计的AI Beings，既有广为人知的虚拟名人，如少女小冰、Rinna，世博会参展画家夏语冰，歌手何畅、小堂妹，人类观察者MIRROR，动漫机器人角色Roboko等。

遥望科技则在直播业务板块以“明星+IP”两手并行。据公司年报，截至2023年3月31日，已在抖音、快手等多平台构建起达人/主播/艺人矩阵，签约艺人、主播百余位，建立超过25万个国内外品牌入驻的供应链体系，覆盖美妆、生活、食品、服饰等全品类，并依托“遥望云”平台，实现直播流程标准化、分析规模化、选品智能化。

5月16日，遥望科技在投资者互动平台上回复相关合作情况时表示，双方

将主要从技术及产品层面合作与数据资源合作两个方面展开。在技术产品层面，双方将在直播电商领域研发、升级、改进新型人工智能技术和产品，包括但不限于在虚拟人、AI产品等领域进行产品创新、升级；在数据资源层面，双方将基于遥望科技在直播电商领域多年沉淀的大量真人直播素材、讲品内容、直播策划、运营思路等，对虚拟人主播进行迭代。

据媒体报道，在此次战略合作之前，遥望科技与小冰公司在虚拟人直播带货方面就已有过接触和初步合作，双方合力打造的虚拟人直播曾为品牌方创造单日直播成交额超过20万元、商品转化率达五成的成绩。

早在今年2月7日，遥望科技就在投资者互动平台上表示，“公司规划在2023年发力虚拟人直播等业务，计划利用公司过往积淀的技术优势，实现高效率低成本的AIGC内容生成，使得直播时长更长，以长尾效应进一步扩大供应链竞争优势。”

对于2018年入局直播电商领域的遥望科技来说，为何其急于推出虚拟人直播？

今年1月1日，遥望科技董事长兼CEO谢如栋曾发布全员内部信，直言“2022年，我们在年初开局给力，优势明显，但年末交出的却是一份非常不满意的答卷”。他痛斥管理层分工不合理、直播流程执行不彻底、直播时间利用率低、资源浪费严重以及公司管理层没有经营意识等。

资料显示，近年来，遥望科技抓住短视频平台崛起的浪潮，重点开展短视频及直播电商业务。目前，东方甄选(01797.HK)、世纪睿科(01450.HK)、遥望科技等三家头部直播带货机构均已在港股或A股上市，其中东方甄选的市值最高，遥望科技次之，世纪睿科最低。2022年，遥望科技的直播电商业务实现GMV约150亿元，同比增长约50%。

不过，财报显示，自2021年巨亏7亿元后，遥望科技2022年再次亏损，归母净利润为-265亿元，净利率为-67%。2023年第一季度，遥望科技实现营业收入1102亿元，归母净利润为-3804万元，仍未扭亏为盈。

在现金流方面，2021年、2022年、2023年第一季度，遥望科技经营活动产生的现金流量净额为223亿元、-249亿元、-191亿元，2023年一季度仍处于净

流出状态。

对此，遥望科技在2022年年报中表示，2022年经营现金流净额由正转负主要是公司社交电商业务规模扩大，流量采购预付款及酒水等商品采购预付款增加。

对于业绩亏损，遥望科技解释称，2022年由于国内市场环境不佳对公司经营尤其是鞋履销售业务造成重大影响，公司鞋履业务经营处于亏损状态，计提大额坏账准备及存货跌价准备；时尚媒体业务受市场环境及宏观经济下行的影响，计提商誉减值4353.42万元；以及股权激励产生的摊销费用也对公司的经营业绩产生一定影响。

遥望科技强调，未来只保留公司电商及线下渠道中少量必要的存货。2023年鞋履业务对公司业绩的影响有望大幅降低。

无独有偶，另一头部直播带货机构东方甄选的业绩增速明显放缓。海通证券研报数据显示，2023年1—3月，东方甄选月均GMV跌出2000万元，月均观看人次跌破千万，低于2022年6—2月的业绩表现。

从直播平台来看，快手的业绩也不容乐观。快手2022年财报数据显示，2022年，快手的营业收入为941.83亿元，较上年增长16.2%；净调整净亏损57.51亿元，较上年的188.52亿元净亏损有所收窄；不过，日活与月活数据增速呈现放缓趋势，其2022年电商GMV增速也从2021年的78.41%降低至32.52%，达到901.57亿元。

另外，今年3月，信达证券在研报中测算，2021年中国直播电商市场规模将近2万亿元，并预计2022年全年中国直播电商市场规模达到284万亿元，同比增速大幅放缓，从2020年的197%降至42%。

虚拟主播成发展新动能

以ChatGPT为代表的生成式AI开始影响人类社会，这是自2023年春季以来颇热的一个说法。

财经作家吴晓波在《发光吧，勇敢者》跨年演讲中直言：2023年每家公司都可能需要一个数字人，可以用它来做本地生活、做客服、做品牌直播、做短视频等。

信达证券在研报中表示，近几年来由于AI等技术不断迭代，我国的虚拟人产业高速发展，虚拟主播未来可期。根据艾媒咨询调研数据，相较于2021年，

2022年中国网民对虚拟人的了解和关注程度更高，从2021年的63.6%的关注度上升至2022年87.8%。其中超过六成的网民更关注虚拟主播，这说明虚拟主播正在释放巨大的商业价值。同时47.5%的受访用户认为未来真人主播和虚拟主播将共存，45.7%的受访用户认为虚拟主播将会替代某些领域的真人主播。随着消费群体的需求多样化和虚拟现实技术迅速发展，未来虚拟主播的应用将更加广泛。

遥望科技在2022年年报中也表示紧密关注行业变化和技术发展趋势，通过孵化内部/外部创业团队，为公司业务的持续发展培育新动能。

据官网资料，“孔襄”是遥望科技的首款数字虚拟人，是遥望参与研发的超级AI程序，具有深度学习功能。

4月3日，遥望科技公司在投资者互动平台上表示，公司数字虚拟人孔襄目前是市场上较为成熟的数字虚拟人，同时孔襄在商业化代言广告等方向上进行了商业化变现，是目前市场承接广告代言最多的数字虚拟人之一。虚拟数字场景在短视频、长视频等领域也均有较好的应用，如孔襄的视频内容制作即是在公司自有的数字虚拟棚中完成。公司目前在研究虚拟人直播等业务，目前仅处于研究阶段，未来能否稳定实现商业化尚没有定论。

无独有偶，同月，另一家头部直播带货机构“谦寻”在媒体开放日向外界展示近年来其在数字化平台打造、虚拟偶像带货等业务探索上的最新成果。在开放日，谦寻控股合伙人陶亚冬介绍道，随着元宇宙和AI成为行业风口，IP虚拟人成为直播电商行业迎接风口的利器。在直播场景中，通过虚拟偶像直播带货具有真实呈现、即时互动和粉丝经济效应，能进一步放大商业价值。

同时，陶亚冬还透露，2023年下半年，针对消费者，谦寻将推出更多流量虚拟主播，满足IP粉丝购物需求；针对品牌方，谦寻也将推出虚拟人创新业务，协助品牌带货降本增效。

谈及数字人在直播电商行业的发展前景和优势，私募基金经理林进叠表示，数字人在直播电商的发展具有很大的潜力，可以为直播带货提供更多的创新和可能性。与传统的明星直播带货相比，数字人可以更好地适应新型的媒体平台，利用互动性和个性化的内容，提高用户的参与度和黏性。特别是二次元的虚拟

主播应该更受到一些零零后的喜爱。

对于虚拟主播会否冲击明星直播带货，林进叠认为，“虚拟主播也有可能冲击明星直播带货，特别是在一些领域，例如游戏、体育等，数字人的虚拟形象和高水平技能可以提供更加生动、身临其境的体验，吸引更多的用户。此外，数字人可以更好地适应不同的场景和受众，降低主播和品牌的营销成本，提高营销效果。”

资料显示，随着大语言模型的密集涌现，生成式AI将在移动互联网诸多领域有发展机会，实现商业化落地。例如，结合生成式AI技术的数字虚拟人将出现在更多应用场景，实现多元化变现。

目前，虚拟主播展现出的行业竞争优势有：一是成本，长期来看，虚拟主播比真主播成本要低，虽然转化效果不如真主播，但整体性价比要高。二是虚拟主播的人设稳定，且24小时不停播，降低了品牌直播带货的风险。三是AI大模型技术的助推，实现了其智能化水平的提升，是虚拟主播真正走向直播带货“高转化率”的开始。

《中国AI数字商业展望2021-2025》中提到，到2025年中国生成式AI技术应用规模预计上升至2070亿元，2020—2025年年均复合增长率高达84.1%。

据澎湃新闻报道，5月初，网红Caryn Marjorie最近推出了一个基于自己声音、行为和个性的AI语音聊天机器人，名为Caryn AI。用户只需支付每分钟1美元的费用，就可以与Caryn AI进行“沉浸式AI体验”。短短一周内，Caryn AI就创造收入超7万美元。

那么，未来会否有小企业通过AI产品在直播电商行业实现弯道超车呢？

林进叠认为，一些直播平台已使用AI技术来提高直播的互动性和趣味性，从而吸引更多的观众和用户。未来，随着AI技术的不断发展和普及，可能会有更多的小型带货机构通过AI产品在直播带货行业弯道超车。这些机构可能会通过更好的用户体验、更高效的商品推荐和个性化服务等方面来吸引更多的用户和提高销售额。

同时，随着直播带货行业竞争格局的变化和技术的不断升级，未来可能会有更多的平台加入使用AI技术的行列中。因此，AI技术有可能会冲击现有的直播带货行业竞争格局，并为行业带来新的变革和机遇。E

(文章来源：《时代周报》)

从巡电机器人看转型：人工智能带动电网转型升级

■ 施钱贵

在贵州省铜仁市松桃苗族自治县的220千伏太平变电站，定期监测着站内设备的智能机器人，被工人亲切地称为“小白”“小黄”。“机器人对站内3800多个巡视点和测温点进行核查，不需要人工参与，准确率达100%。”太平变电站站长周敬余说，智能机器人的运用，真正做到了为基层员工减负。

周敬余口中所说的南方电网贵州电网公司铜仁供电局投放的新一代5G智能

机器人，搭载了28个高精度传感器和4组高清摄像头，具备视觉识别、图像算法识别、红外测温等功能，可代替人工完成“自动巡检+智能分析+风险等级+处置方案”一体化作业。

“智能员工”的加入，解决了变电站分布广、路程远的运维难题。如果人工对变电站进行一次巡视，运维人员仅从班组赶到变电站就需40分钟左右，完成巡视则需要12小时左右。周敬余告诉记者：“如果采用智能机器人巡视，从下达指令到完成工作，只需要50分钟。”

“智能机器人不但可以代替人巡视，还能对巡视结果进行分析和判断，并自动生成巡视报告。”铜仁供电局生产技术部有关负责人介绍，智能机器人具有技术稳定、简便易用、功能丰富等特性，铜仁供电局不断探索智能机器人的应用场景，有效减少停电时间，提高了供电可靠性，用数字化转型实现了用户满意度提升。

智能机器人的应用，是贵州电网通过数字电网建设助推服务转型升级的一个缩影。近年来，贵州电网公司依托贵

州大数据产业发展的区位优势和电力大数据领域的优势，大力推进数字电网建设。目前，在贵州全省多个220千伏及以上变电站，已投入使用55台智能机器人，变电设备巡视工作效率大幅提升。

“让数据多走路，让客户少跑腿”，人脸识别等人工智能技术的应用，让用户办电更加方便快捷。打开南方电网公司的“南网在线”APP，居民用户可通过“刷脸办电”报装用电；小微企业用户只需输入企业名称，后台自动获取相关办电信息，免去用户证件整理、上传、核对等，办电效率显著提升。

“通过数据分析，我们着力提高供电服务的针对性、时效性和客户满意率。”贵州电网公司贵安供电局“云上贵安”电力服务队队长邵倩文介绍，为更好地服务当地企业，服务队根据用电客户的服务器数量、设备容量、用电负荷等情况精准画像，保障用电。在助力精准研判优化错峰用电上，大数据、人工智能等新技术的应用，让企业合理优化用电时间、科学用能，创造更多收益。E

(来源：新华网)