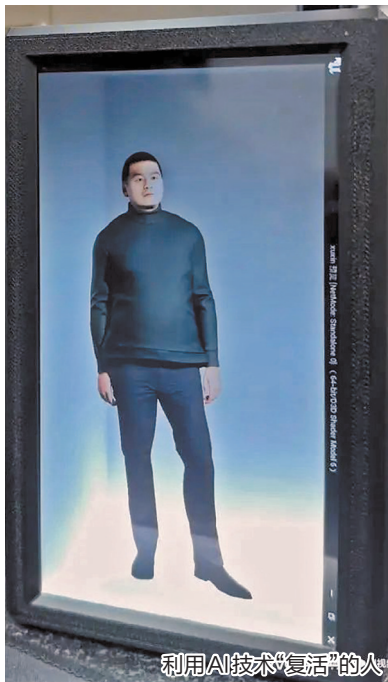


花几千块 就能和死去的亲人对话

## “AI复活”在争议中前行



利用AI技术“复活”的人

乘着这波AI浪潮,“AI复活”的产业正在悄悄萌芽。

2023年12月中旬,一则“失独父亲用AI复活病逝儿子”的新闻在海内外引起了广泛关注,故事里的这位中国父亲因ChatGPT、文心一言的技术工具的出现而看到希望,在辗转了多个团队后,最终收到了一段AI生成的儿子的视频。

这是一类依赖生成式AI的底层技术,复现逝者的形象、声音、言谈举止,甚至是性格情感的产品,业内人更愿意将其描述为“数字陪伴”或“AI数字永生”。一家去年3月份开始涉足相关领域的团队告诉我们,截至目前,他们已经为超过600个家庭提供了相关服务,其中大部分来自因疾病、事故或自然灾害而失去孩子的父母。

## B “本质是AIGC的一条细分赛道”

在聊到技术实现时,几乎所有的受访者都认为,所谓“AI复活”其实就是当前大热的生成式AI,或者说AIGC领域的一个细分赛道,本质上是利用图像、语音、视频、文字等多个领域中已经成熟的技术去生成个人形象、声音、知识库、思维方式、语言风格等内容,再逐步将这些不同内容“拼接”成一个完整的产品。

“……‘数字复活’是多种AI技术的融合体,很难说其本身存在底层技术上的护城河。可以将其看作是数字人领域的一种应用创新更为准确。”国内数字人底层技术基础设施服务商,数字栩生的CTO翁冬冬这样

说。

在具体的实现上,曾经火热到“百模大战”的大模型市场,就为AI复活提供了动力。

张泽伟就表示,在做那些具有交互功能的AI复活项目时,他们会先收集逝者的生平资料、语言习惯,然后把把这些数据输入服务器上,再基于他们细分领域的一个模型去做本地化的训练和部署。如果用户问到了数据库里没有的信息,底层就会跳转到当前市面上已有的超大模型的付费接口,换文心一言、星火大模型等继续完成对话,这样,就可以持续进行多轮对话。

## C 产业规模很小 仍是“需求寻找市场”

在张泽伟看来,2022年年底的一波技术大爆发,使得大家都开始探索技术的具体落地和应用,“AI复活”就是应运而生的这样一个产业。而他们也从逐步尝试,到现在整个团队All in这个细分领域。

“作为中小团队,我们其实做不了太多东西,进入这个领域,也是我们整个团队都觉得它的社会价值和意义比较大。这个行业目前还在早期萌芽阶段,规模很小,短时间或许也难以推进,但观察到国内甚至是全球的庞大的市场需求,我认为未来可能是万亿级别的市场。”张泽伟说。

对于主做AI名人复刻的数字栩生团队来说,目前出于商业方面的考

虑,并没有在“AI复活”方面有什么业务开展,而创始人翁冬冬个人认为,“AI复活”这个概念本身是有需求的,但现在市面上已有的呈现形式,比如让逝者照片可对话,可能并不是一个特别清晰或者真实的需求。

不过,从长期来说,数字栩生提到了另一个有所重合的概念——数字陪伴。

比起“AI复活”的交付一段视频、一个产品的“短时间内的再次相见”,“数字陪伴”更强调一个有自己的基本逻辑,能长期且深度地去了解被陪伴的人的需求的数字智能体,能作出更合理的反应,提供更加细腻的希求,技术底层类似一种定制的AI聊天大模型。

## D 争议仍无定论 可能造成“二次创伤”

无论如何,“AI复活”这一产业的诞生,就意味着大众在情感方面的一种朴素的需求——无论是对亲人的缅怀,还是对自身的慰藉,“AI复活”都远比一般的技术场景承担了更复杂的感情。

事实上,在“AI复活”于去年刚刚兴起时,就有人认为,这是一种结合了AI的新型心理疗愈方式,将AI技术用在沉湎与亲人分离痛苦中的用户身上,能够缓和他们内心的波澜。

但一位业内的心理咨询师对此持保留态度。她提出,哀伤有相对固定的过程,其中确认亲人死亡的“承认”是很重要的步骤,AI复活的片段可能使未亡人丧失现实感,无法完成哀悼,死者那么生动的存在还有可能给未亡人造成二次创伤。而如果模仿得有差错——这对最亲近的人来说是必然的——又可能从另一种角度“污染”真人原本的回忆,使得死者需要艰难地确认亲人已死,同样可能造成创伤。

更何况,AI生成内容如果从技术层面被“投毒”,使得最终生成了不受控制的片段呢?使用了“AI复活”的生者是否可能因为社会舆论层面的

不理解和偏见,从而产生巨大的精神压力呢?如果用户可能永远无法面对丧失,反而彻底失去了心理疗愈的可能呢?

而不仅是这样的道德和伦理方面的争议,一旦涉及人,法律层面的风险同样也无可回避。

肖像权侵犯、隐私数据保护、AI诈骗……底层技术的进步也催生出了巨大的灰色地带,“AI复活”甚至于数字人都仍是新兴产业,目前既无专门的监管条例,也没有自发形成的行业标准,因此,从业者们整体都处于审慎探索的状态。

超级头脑团队在进行相关业务时,如果要“复活”逝者,必须由直系亲属提供能证明关系的材料,而如果要“克隆”没有去世的人的数字人形象,也必须由本人现场进行声明。

而翁冬冬则透露,北京朝阳区已经出台了数字人备案系统,目前正在试运行阶段,如果产生版权纠纷时,系统上的备案声明就能够作为一个证据。除了北京、上海、广州等地区也在推动类似系统的落地,只是由于背后涉及版权局、大数据局等多个单位,所以实际推行起来问题不少。

(《南方都市报》杨博雯)

## A “AI复活”一单多少钱

对于初次接触“AI复活”这个概念的人来说,难以想象的东西还是太多了。最直观的疑问就是——AI“复活”某人之后,我们到底会以什么样的形式与TA相见?

一段视频?一个可互动的程序?抑或是某种可真实触碰的全新产品?

来自上海的超级头脑团队从2015年进入AI游戏开发、VR、数字人等领域,在2023年3月份开始涉足“AI复活”这个崭新的应用场景。团队的创始人张泽伟详细介绍了他们当前主要的三类业务:

## AI疗愈

呈现形式为通过微信视频的实时通话。团队会基于生成合成类的AI技术克隆相关人物的真实形象、声音,然后再由团队专业的心理咨询导师“换上”这个形象,扮演这个人物与客户进行沟通。这一业务本质是由专业心理咨询师驱动的,结合了一种心理疗愈手段。

## 数字遗照

呈现形式为搭载了大语言模型且拥有真实人物形象的相册。团队同样基于相关AI技术合成一种数字照片,照片具有真实形象,可以有简单的动作和表情,还可以用逝者的声音进行实时的交流和对话。这一业务本质则是一种软硬件结合的AI聊天机器人。

## 3D超写实的仿生数字人

底层技术逻辑与第二种基本相同,但最后会以3D的全息仓呈现出来,相当于一个3D建模出来的立体的逝者形象与人进行互动。

张泽伟表示,目前第一种“AI疗愈”已经做了600多单,后两种还没有

大量铺向市场,仍在进行内部的细节优化和版本迭代中。整体来讲,就算“安排上顶格的技术”,一单的价格也不会超过五位数。

不过,由于“AI复活”本身就是一种从需求寻找市场的特殊行业,因此,团队碰到的更多是为“带着需求找上门”的客户的一对一定制版服务。2023年12月中旬时,海内外有媒体报道过一位中国父亲用AI复活自己病逝的儿子,引起了不少讨论,而其最终的产品正是由超级头脑团队完成的。张泽伟对他的故事记忆犹新。

而事实上,涉及业务层面,或者说产品的具体呈现上,“AI复活”的形式并不相同。

对于2017年成立的硅基智能来说,“数字永生”属于他们的几大业务板块,知识生产(视频)、知识传播(直播)、生命克隆和知识创作(文娱)中的其中之一。在类似领域,他们最出名的是将全网千万粉丝的科技博主@严伯钧“AI化”,让“AI严伯钧”能以原主风格形态自主创作有真人出镜的科普视频,时至今日,严伯钧的粉丝们仍在孜孜不倦地观察,今天发现视频的到底是AI还是严伯钧本人。

其中,“AI复活”相关业务属于他们的“生命克隆和数字永生”版块,目前已经形成了标准化的产品线。硅基智能创始人兼CEO司马华鹏表示,目前这部分业务来自他们自研的“炎帝大模型”以及一个名叫“DUIX”的APP完成。

炎帝大模型基于用户提供的人物影像、语音、形象资料进行训练,1:1克隆出具备情感、个性、独有风格的Agent数字人,然后将其绑定在用户的DUIX APP账号上,这样就可以通过DUIX APP去与数字人进行影像式的实时交互了。