

数字人：破圈与破防

数字人作为今年最“时髦”的概念之一，从被谈论到已经开始在一些行业里试水，发展速度用“日新月异”来形容丝毫不为过。但对于传统行业来讲，对数字人还是有些“雾里看花”，尚不能深刻领会它作为一项创新技术和工具，对自身发展能起到何种作用，更谈不上实际应用场景的具化。随着各家大模型相继涌现，技术推动产品快速迭代，这股AI的力量已将越来越多的数字人推到我们眼前。

不断地破圈与破防，在这场由AI大模型引领的新一轮生产力变革中，各种新产品形态突飞猛进。大模型强大的内容理解和生成能力，促进了AIGC(生成式AI)技术的发展，让更为智能和个性化的AI数字人成为可能。

顺应趋势，才可能领跑时代，不断向前。正值《北京商报》创刊38周年之际，日前，由北京商报社、《中外企业文化》杂志社共同主办，西街传媒承办的这场以传统行业数字人应用为研讨专题的智库沙龙在新闻大厦艺术馆举行，沙龙旨在通过相关领域的专家带来前沿技术方面的最新发展动态，联动企业、媒体、使用者等不同视角，一起探索数字人在传媒、咨询等传统行业中实操的可能性和应用场景。

每个人都可以拥有人工智能分身

北京清博智能副总裁、清博创新院执行院长 李祖希

从人工智能到大模型，堪称颠覆式的技术升级。原来的人工智能只能回答已知的被录入的信息，而现在的大模型经过大量的知识学习和训练之后，可以自己生成内容，它可以随时根据用户需求撰写一篇文章，这篇文章可以是各种类型，也可以模仿各种风格。

人工智能在内容生成方面正在替代人类。未来我们每个人都拥有一个人工智能的分身，不只是形象的虚拟人而已，是真正意义上的人工分身。这是我们在元宇宙或者AIGC时代标准的方式，我可以随时上传我的一张照片，告诉它我的年龄、社会身份，把我的语音上传，把我每天看到的东西扔给它，日积月累它就变成我的数字人分身。虚拟人是一个数字生命，他可以对大家说话，一群数字人也可以像人类一样对话。

从企业层面来看，原来请一个形象代言人很贵，只能拍几张照片和视频，现在用人工智能生成一个虚拟偶像作为企业的代言人，它可以拍视频、海报，也可以当客服，而且永远不会有负面新闻。人工智能一旦完成人格设定之后就可以贯通整个流程，可以极大提升IP价值复用程度，提高效率、准确度。

我们甚至在尝试做一个“无人公司”——公司里只有老板是真人，员工全是AI。我们给不同的AI设定不同的角色，比如财务、营销、客服等，他们承担各自



的任务，他们甚至可以制定出让老板认可的方案和计划。

其实随着大模型的发展，线下很多服务场景也会被它提升或替代，它接入硬件和软件之后，各种东西也会和它一样进行升级。我们把大模型称为互联网的重工业时代，因为“没有十个亿”做不了大模型，它的门槛非常高。相应的其发展也特别迅速，我们所处的是互联网重工业时代，是一个技术急速变革的时代，它比过去十年二十年变化都要更快。

数字人辐射多元化场景应用

百度智能云高级售前经理 程爱宏



专家，根据不同人员的需求，提供如政策解读、保单检视等服务；第三种是更感性一些的情感陪伴型数字人。

百度与浦发银行合作，推出了数字人小浦；与光大银行合作打造线上虚拟展厅和虚拟数字员工；冬奥会期间为央视打造了AI手语主播……除了这些行业落地案例，百度也有端到端解决方案，也可以通过多模态对话方式，让数字人在各种企业里面应用。

数字人的出现相当于把之前的文字交互和图片交互，提升到包括语音和肢体语言在内的人与人的交互，通过数字人模拟人的形态和动作，通过丰富的肢体语言实现与客户的无障碍交流。数字人让用户的接受度和理解度大大提升，可以很大程度上提升交互的温度和便捷度。

数字人的融入可以让我们的日常工作的诸多方面变得更高效，形式也更丰富，以一场会议活动为例，比如通过数字人给企业做宣传视频，会议之后的报道总结等相关事项也可以通过数字人来进行整理汇总。包括专家在不同的平台提供不同服务的时候，专家的数字分身也可以帮忙“分忧”，能克服档期冲突以及远距离物理空间上的实际问题。

数字人的概念其实由来已久，最初我们是从动漫影视作品中的人物开始了解，比如《灌篮高手》里的樱木花道和流川枫，《阿凡达》里的纳美人……慢慢地数字人已经进入我们的日常生活，可以看到数字人在拍广告，做直播、视频、企业宣传等相关内容。

企业级数字人应用发展的趋势大致分为三种：第一种是服务型数字人，作为企业的数字员工可以提供前台迎宾、智能咨询服务，也可以提供智能业务办理服务；第二种是专家型数字人，可作为垂直领域服务

对数字人技术发展持辩证思维

中国金融政研会副会长兼秘书长 濮旭

对数字人技术的发展我们要有辩证的思维。

数字人从简单的影像模拟到能自主生成内容，从技术层面是巨大的进步，也会为人类带来诸多便利，但同时也要看到潜在的风险，毕竟个体自主意识增强不一定是好事。

从微观层面来看，数字人可能替代一些工作，对中产阶级冲击会比较大，但也还是有些工作无法被取代，比如保姆，家长不会放心让机器人抱着婴儿。从宏观层面看，或许关乎企业发展，比如提升效率、降低成本。从宏观层面看，数字人和人工智能的发展关乎国家和民族的竞争，关乎国家未来的发展，必须未雨绸缪。

今天讲AIGC人工智能，不能只看到对社会运力成本、社会进步的推动，更要看长远的影响。



技术发展到哪，规范就得跟到哪

北京市国资委研究室处长 马会春

技术发展到哪，规范就得跟到哪，否则就容易出现问题。

将来随着数字人的发展，数字人可以做到“分身有术”，比如专家可以同时多个企业讲解企业文化。不过我也有些担心数字人代替真人讲的会不会是同样的内容，而且一旦有人把数字人分离出来让它“说点别的”，谁来担责？这就比较复杂了。可能将来会在数字安全、伦理、版权、法律等各方面出现背后的隐患和问题。

数字人的发展应该考虑到将来有可能带来的社会问题，需要尽早地去进行规范，让数字人的发展相对可控。



数字人可以让历史资料发挥更大价值

中国企业文化促进会副秘书长 赵国斌

之前，比如我本人来讲企业文化、安全文化等内容，原来是用摄像机花45分钟提前录制好，这是很传统的形式，可以作为公司宣传、企业介绍。但毕竟是人的行为，会有状态、临场发挥等等各种问题发生，这个过程可能会很麻烦，删改成本也高，数字人的出现就有可能有效解决这些问题，并且提升内容制作的整体效率。

另外，听完数字人技术的最前沿的分享，我感觉很受启发，这种应用形式完全可以把很多企业里留存的大量历史静态图片变成影响真正感官的东西。让很多有意义的平面的历史资料重获新生，发挥更大价值，可以起到更好的宣传效果，这也是一种有效的升级。



大数据+人工智能将颠覆管理咨询行业

仁达方略董事长 王吉鹏

即使经历了技术大爆炸的三十年，管理咨询对于技术使用仍然停留在三十年前。移动互联网时代，产品服务都在快速迭代，对颠覆式创新有着极高的要求。大数据、物联网、云计算、人工智能等技术应用的日新月异，为传统咨询业服务方式带来前所未有的挑战。因此，仁达方略也在2016年快步走起，投资了管理大数据业务，管理大数据+互联网+人工智能，也许将彻底颠覆传统的咨询模式，用开放共享的互联网模式，通过“管理大数据+人工智能”，让科学的管理普及到每一个企业。同时，也在开发并不断迭代我们自己的人工智能机器人，请它对咨询管理方面的问题予以分析解答，逐步引领客户进入更精准的空间。

北京商报记者 范科峰 杜娟/文 张笑嫣/摄

