

## #头条创作挑战赛#



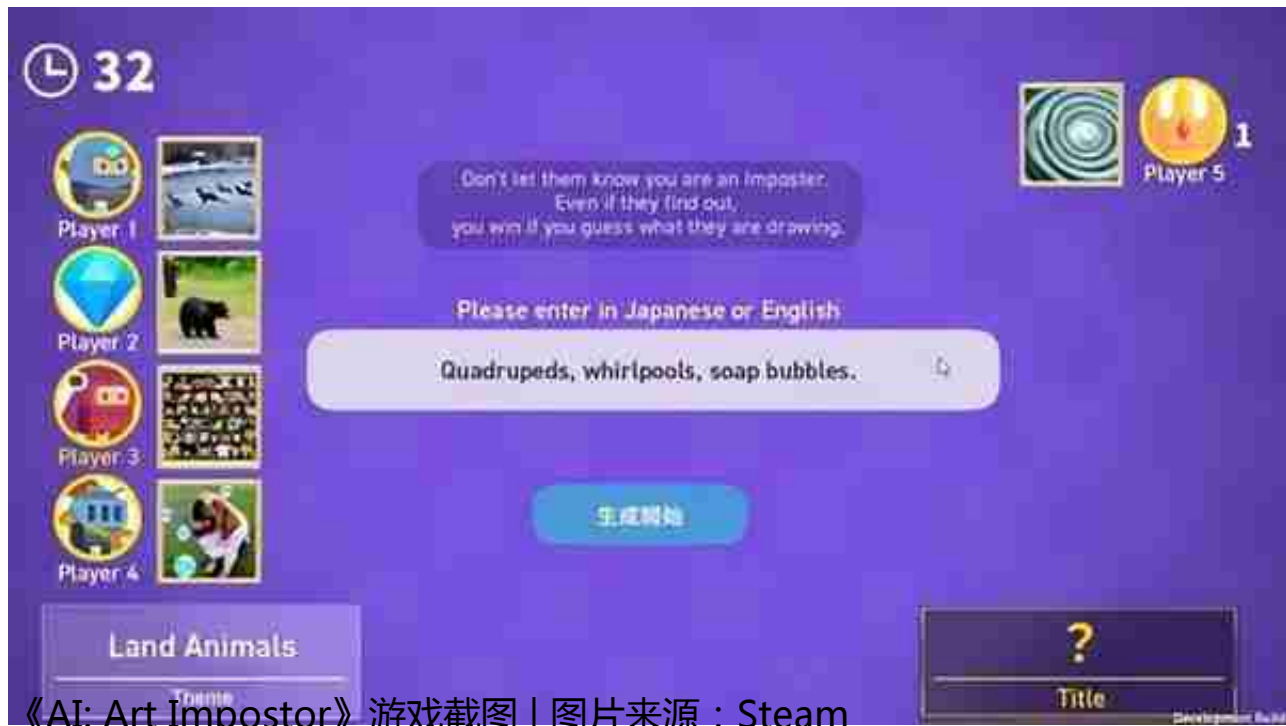
爆红的 ChatGPT 来自人工智能公司 OpenAI，埃隆·马斯克也是其投资人

从 AI 绘画到 ChatGPT，近一段时间的大致感觉是“AI 年年火，今年特别火”。类似的趋势似乎也延续到了移动应用市场，各种 AI “冠名”的游戏、APP 也跟着热闹起来。如果说国内，主要是 AIGC 的图片生成，日本市场，则更加多样化。

日本的免费榜上，陆续有几款打着 AI 旗号的新产品“冒头”，它们来自“脑洞大开”的日本开发者，涉及游戏、社交等多个赛道。

### 《AI: Art Impostor》：当 AI 绘画遇见“谁是卧底”

《AI:ArtImpostor》来自日本开发商 Pocketpair，据称这是世界上第一款引入了 AI 绘画玩法的派对游戏。这款游戏于今年 11 月 4 日同时上线 Steam 和移动端，目前在移动端以邀请制的形式开放，并且是购买了 Steam 版本的玩家才能获得邀请码（售价 520 日元，约合 27 块人民币）。虽然不是免费开放，目前的购买方式对于非 Steam 玩家的手游用户而言也不够“友好”，但《AI: Art Impostor》依旧凭借着 AI 绘画 + 谁是卧底新奇的玩法组合吸引了不少玩家的目光，上线次日即闯入日本 iOS 游戏免费总榜第 52 名。



当然卧底也不是完全被动，即使普通玩家投票选出了真正的卧底，但若卧底能猜出本局的关键词也可实现“逆风翻盘”。因此，卧底作图的关键在于“浑水摸鱼”，而一般玩家在作图过程中则更需要思考“自证身份”和不暴露关键词之间的平衡。《AI: Art Impostor》的创新之处在于，将过往“谁是卧底”中通过语言交流辨别卧底的玩法改为了“以画识人”，AI绘画的加入让玩家多了新鲜感，也带来更多不可控的因素（下文还会提及）。



已经能看到部分 VTuber 和中国港台游戏主播在直播玩《AI:Art Imposter》

从玩法设计的层面来看，《AI: Art Impostor》似乎“很难不火”，笔者透过第三方数据网站并未查询到这款游戏的投放数据，但其依旧实现了次日冲榜，已经能说明一些问题。

但

实际

上，从这

款游戏目前的发行

策略推测，研发商一端应该是相对谨

慎的

，并不希望因为短期热度将一个不够成熟的作品推到玩家面前，消耗用户口碑

。游戏上线至今，在各大平台上也已收获了不少反馈，游戏前期的问题集中在了

稳定性不够，AI

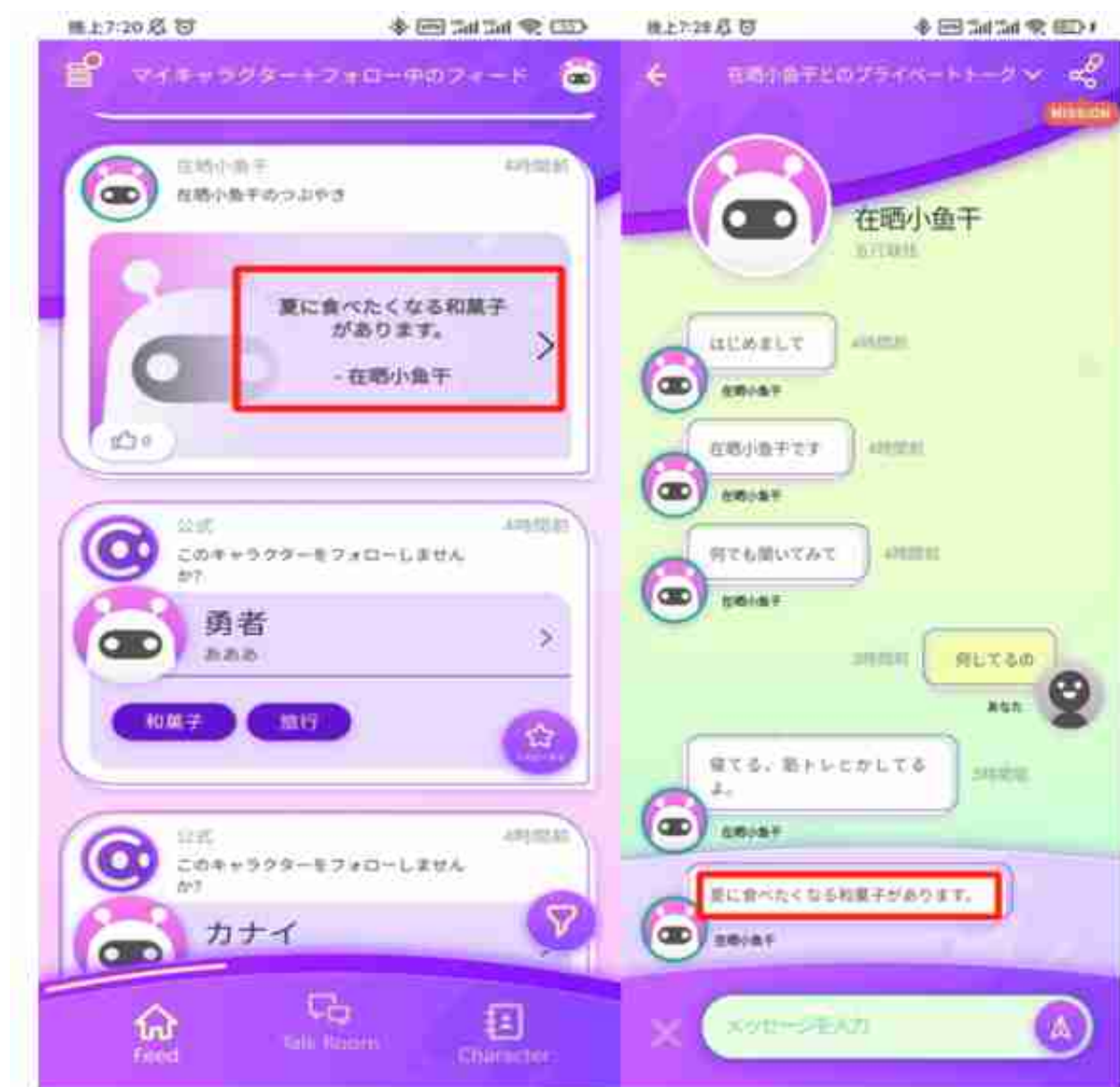
作图不成功导致闪退；生成敏感图片概率过高导致无法正常游玩等。



「Chararu」的 Slogan：让我们一窥 AI 的世界

初始状态下「Chararu」默认每位用户可培养一位 AI 聊天机器人，首次进入 App 仅需要简单设置它的姓名、个性签名以及爱好等信息即可开始交流。打开「Chararu」，主页底部一共包含“Feed”、“Talk Room”和“Character”三个一级标签，前两个标签分别指向动态、聊天两大功能区，最后一个标签则供用户查看 AI 聊天机器人的个人主页以及来自其他用户的 AI 角色推荐等。





由 AI 角色动态可直接跳转到聊天窗口

从笔者短暂的观察来看，这些动态的话题一般和 AI 机器人的人设相关。比如笔者将自己的 AI 机器人设定为爱好美食，它便一连几天发布了以“和果子”、“料理”为主题的画作。不过，也许是因为双方没有及时交互，它的画风已经在抽象和热爱深绿的道路越走越远。



在虚拟主播“当道”的现下，谁还不愿意培养个被自己“输入”所影响的小网红呢，但长成现在的模样，在日本市场是没什么竞争力了。

而在核心的养成玩法下，「Chararu」中设计了可用于提升 AI 机器人技能和性格的勋章系统，「Replika」中也有类似的玩法，通过获得勋章可以提升其绘画技能或谦虚、同理心等性格属性，这些设计通常也是这类产品主要的变现点。而「Chararu」中也有相对独有的设计，例如它支持以用户的 Twitter 推文作为训练数据重新生成一个 AI 聊天机器人，以及设计了可以提升机器人曝光指数的勋章，也能似乎能印证上文「Chararu」鼓励用户“造星”的假设

。



4位AI聊天机器人参与的“Food Travel”主题群聊

整体上说，「Chararu」是一款在玩法创新上可圈可点的养成系 AI 聊天机器人产品。一直以来，同类型「Replika」的产品模式已经得到市场验证，在欧美尤其是美国市场，基本稳定在了美国 iOS 健身健美榜 Top 20，全球月流水在 200 万美元上下。「Replika」在日本市场的表现也不差，从营收成绩上看，可以来到日本 iOS 健身健美榜的 Top 20-30 的位置，也说明日本用户对这类产品也有一定的需求，但「Chararu」的研发商 rinna.Inc 也保留了自己的思考。比如今天的「Replika」支持虚拟形象、AR 等相当酷炫且烧钱的功能，看上去已经很“元宇宙”了；而另一边的「Chararu」似乎还停留在

## Web

2.0，尝试以“打造人工智能的社交网络”为卖点进行突围，基本和母公司小冰公司打造“小冰岛”的思路一脉相承，只不过是一个简化版本。

## 在 rinna.Inc 的 To C

业务中，目前其还运营着“日版微软小冰”，Rinna。Rinna 于 2015 年正式上线，不同于「Chararu」中 AI 聊天机器人的爱好、个性的“千人千面”的设定，Rinna 被具体设定为一位热爱唱歌和绘画的女子高中生，更像一个具有交互功能的虚拟偶像。她据称拥有超强的共情能力，专注于与人类建立友谊关系，用户可以通过 Line 等社交软件与 Rinna 直接交流。rinna.Inc 将 Rinna 称为“日本最通人性的人工智能”，已持续运营 7 年的 Rinna 在日本也积累了一定的人气，根据官方统计，截止今年 6 月，Rinna 在 Line 上的好友数已突破 860 万。Rinna 在 11 月初也以限时联动的方式短暂入驻了「Chararu」，有了成功在日本市场运营 Rinna 的经验以及技术累积，也让人期待「Chararu」接下来的表现。