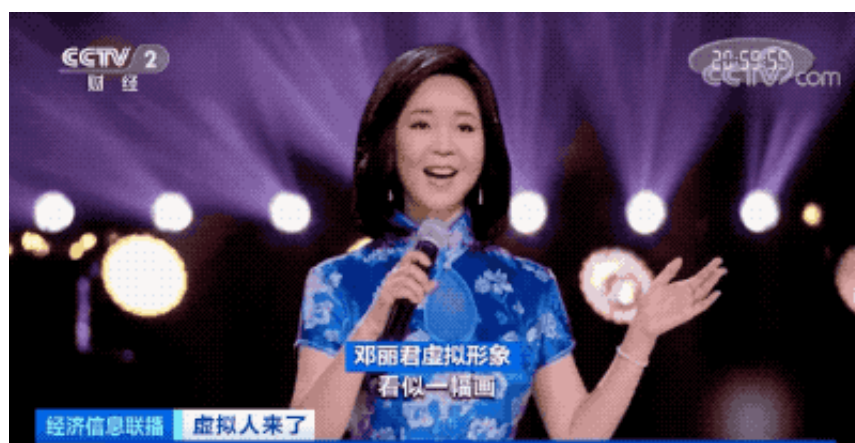


说到虚拟人，大家的脑海中会浮现出怎样的形象呢？今年开年以来，无论是跨年晚会，还是各大网络平台，“虚拟人”的频繁亮相，都在不断刷新着观众的认知，而除了演艺事业，虚拟人也正在扮演着越来越多的社会角色。如今，他们已经从简单的“纸片人”进化到了更高精、更智能的虚拟形象。

打破虚实，穿越时空

虚拟人的“进化”之路



前不久，江苏卫视跨年演唱会上，已故著名歌手“邓丽君”与歌手周深实现同台对唱。据了解，邓丽君的虚拟形象是整合了全球领先的面部捕捉、动作捕捉及顶级特效技术。从形象到声音都表现得惟妙惟肖。



如今越来越多的虚拟形象正在走入大众视野。冬奥会前夕，央视首位AI手语主播正式亮相，为听障人士提供专业赛事解说。嗅觉灵敏的资本和互联网企业早已在虚拟人赛道上进行了布局，各大品牌商也纷纷推出自己的虚拟偶像代言人。据不完全统计，2021年，“数字人”融资事件合计20起，金额超20亿元。预计到2030年，我国虚拟人整体市场规模将达到2700亿元。

全球首个虚拟歌手，40年前已出道

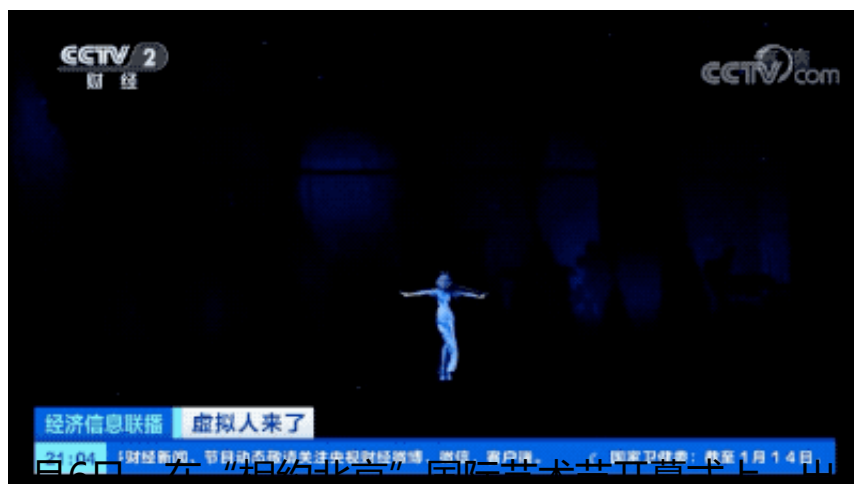
事实上，早在40年前，全球第一位虚拟歌手就已经横空出世，经历了40年的迭代，虚拟人为何在近两年再次吸引了全球的目光？他们的应用场景、商业化潜力又在哪儿呢？



近40年来，虚拟人经历数次技术革新，形态越发丰富。“美妆达人”柳夜熙被网友们赞誉为虚拟人的天花板。2021年10月31日，它首次上线，便凭借“元宇宙虚拟偶像”的身份，一夜涨粉300万，两个月粉丝数量直逼800万。



现阶段，品牌代言是偶像型虚拟人最重要的商业变现手段。虚拟偶像AYAYI面世至今仅半年，就已经与娇兰、安慕希、保时捷等知名品牌合作。据统计，此前四年，全球范围内与虚拟人物相关的合作案例，已覆盖到100家奢侈品、时尚、美妆零售商。



月6日，在“相约北京”国际艺术节开幕式上，出道近10年的虚拟歌手洛天依现身演唱，再次引发网友热捧。数据显示，以哔哩哔哩网站的虚拟主播群体为例，2021年11月的总收入达到了5466万元人民币，付费人数达到25.5万人。其中排名第一的虚拟主播珈乐，单月进账便高达214万元人民币。

无眠无休无薪酬

虚拟人来“抢饭碗”了

近年来，越来越多的企业开始启用虚拟数字员工，来进行一些标准化、重复性的工作，他们出色的业务能力，也让不少人开始担忧，虚拟人是否会侵占更多的劳动力市场，和人类抢饭碗呢？



清华大学新闻学院教授

沈阳：

随着生产效率的提升，一些重复性的劳动，完全是可以由虚拟人来做。但虚拟人要完全替代人，有赖于人工智能技术的进一步进步，所以在短期内还不可能实现，至

少我估计还要几十年的时间。



2021年11月，上海国际进口博览会上，虚拟人中小雅登台亮相，她的主要工作是电视新闻采访和大型活动主持。



随着“虚拟人”概念的火热，目前相关领域的软硬件工程师已成为热门职缺。

虽然研发艰难投入巨大，但随着元宇宙概念的爆发，虚拟人正在被赋予更多的希望。在科技手段的加持下，他们的高智商，使得社会运转更加高效；他们的不知疲倦，使得企业利益最大化；他们的人设与个性，为人类带来不一样的情感寄托和精神陪伴。

2021年被称为“元宇宙元年”，而通向元宇宙这个“大世界”的“小切口”便是“虚拟人”。正是他们在慢慢推开元宇宙的大门。

