

跨越虚实

的

数字魔法



AI宠物走红网络

你的社交媒体上有关注宠物博主吗?有没有因为那些令人心动的小猫小狗按下“赞”呢?互联网上热衷于“云吸宠”的用户不计其数,许多博主便是依靠家中的萌宠一跃成名。近来,真宠物热度不减,而由AI创造的虚拟宠物也开始走红。最近,小红书上的AI小猫、小狗便吸引了数以万计的点赞和收藏,它们的形象生动有趣,引发了网友的热烈讨论。

■采写:新快报记者 梁贤安 陈慕媛

现象

提供治愈与快乐 AI宠物快速“吸粉”

社交平台上,无数通过AI创作的动物账号如雨后春笋般涌现,从猫、狗到熊猫乃至鸭子和鸡,种类繁多。仅在小红书上,记者直接搜索“猫”这一关键词,就能发现大量关于AI猫的笔记,其点赞数与真实猫咪的帖子不相上下。

许多内容创作者利用AI技术塑造个人品牌,例如博主“空一凉”创作的AI猫“中秋”,在小红书上已拥有5.6万粉丝和19.9万点赞,其置顶笔记中,一只胖乎乎的银渐层猫穿着白色风衣在花园中自拍,这只AI生成的猫毛色均匀且有光泽,眼睛大而圆,清澈明亮,逼真程度极高。

在另一账号“是壮壮丫”的笔记中,壮壮是一只啤酒肚的柴犬,它的日常

包括减肥、熬夜、上班摸鱼等,这些生活趣事和人性化的表现赢得了众多粉丝的喜爱。

在社交媒体上,AI宠物的形象多变,创意无限。无论是经历人生低谷的剥壳小猫,还是偷喝奶茶逃跑的小偷猫,或是练习传统武术的小猫,它们的故事丰富多彩。有的AI宠物甚至化身时尚博主,一天一个造型,从洛可可风格的长裙到古典汉服,每天都有新惊喜。

谈及创作的灵感来源,壮壮的作者告诉记者:“其实壮壮减肥、熬夜、上班摸鱼等内容都是源于我的日常生活,可以说是在像发朋友圈一样发它”。博主“空一凉”也表示,自己在创作时通常会

代入自己本身的场景,想到自己在生活中也有同样的行为,才会描绘出有趣的故事。“根据我对粉丝反馈的观察,通常能带来治愈感和快乐的内容比较容易引发共鸣。”“空一凉”说。

目前,大部分AI宠物博主给自己的定位是艺术创作者,这些作品也标注上了AI生成的标签。有些博主属于随机制作,风格各异;有些博主则是系列制作,即以AI宠物为主角进行不同的场景制作。AI宠物中已经诞生了非常多的爆款帖子,点赞量三五万的有不少,小红书上一条标题为“小猫咪都在练八段锦”的笔记甚至收获了16万赞和2.4万收藏,显示出网友对AI宠物的极大兴趣。

支招

如何拥有一只AI宠物?

在AI技术广泛应用之前,已经存在技术可以生成逼真的小猫图像。例如,“这只猫不存在”的网站,用户可以生成各种品种和花纹的猫咪,外观与真实猫咪难以区分。然而,由于该网站随机生成的猫咪只有头像,并且因其过于逼真而不够可爱。

随着AI绘画技术的成熟,人们开始使用Midjourney、ChatGPT等工具创造猫咪图像,网上也出现了许多教程,指导如何制作AI宠物。

在多数教程中,创作者首先启动ChatGPT,并输入指令,如:“你是一个社交媒体运营者,正运营一个分享猫咪穿搭的账号。”接着让ChatGPT提供图片灵感和具体描述。如果对生成的内容满意,他们会让ChatGPT将描述翻译成英文,然后将这些指令复制到Midjourney中,从中生成并选择喜欢的图片。若要制作视频,就将这些图片上传到AI视频生成工具PixVerse AI,再让ChatGPT撰写视频描述,一键生成。

壮壮的创作者向记者分享道,这项工作的主要挑战在于训练AI。“技术上的困难主要来自于AI对某些指令的误解,导致生成效果与预期不符,例如将柴犬误认为柯基,因此需要不断尝试和调整。”她补充说,目前技术主要限制在图片生成,要制作高质量视频还有待技术进步。



■博主“空一凉”创作的AI猫。

计划将自己的账号进一步发展成为一个独立的IP,探索从文创产品到绘本出版等多种可能。

观察

AI宠物热潮之中 商业机遇随之而来

有了粉丝基础和流量之后,广告变现便成了自然而然的下一步。

当前,一些AI宠物博主已经开始接受广告合作。数据显示,顶级AI宠物博主的广告报价并不低,例如一位拥有5.7万粉丝的博主,其图文报价可达15000元,比小红书“千粉百元”的报价要高。

从各个AI宠物作者的笔记中时常可以看到产品露出,不仅有猫粮、猫罐头等宠物用品,也有眼镜、汽车、奶茶等。

从商业角度看,AI宠物的就业前景似乎更为广阔。他们可以适应各种广告需求,无论是服装展示、汽车代言还是餐

饮推广,AI都能轻松应对,同时省去了实际场景搭建的成本。而且,AI宠物还可以规避传统宠物博主可能面临的多个难题。以广告为例,当使用真实宠物进行商业推广时,为了营造可爱形象,博主可能会给宠物穿戴装饰或服装,或者操控宠物做出非自然动作,这样的内容常引发非议。这些问题对于虚拟的AI宠物而言则根本不存在。

AI宠物博主“空一凉”对此表示:“AI宠物的优势在于能创造出真实动物无法实现的场景。许多人都梦想过自己的宠物能像人类一样行动和交流,AI技术可以完美呈现这些想象。”未来,她还

说法

AI宠物的版权归属仍存模糊地带

地带。此外,如何界定AI创作与人类创作者之间的版权归属,尤其是在商业化过程中,也成为了一个复杂的法律问题。

蔡佳峻表示:“当AI生成的宠物成为商业盈利的对象时,版权归属问题尤为复杂。一方面,可以考虑将AI生成作品的版权归属于AI的开发者或使用者,但这需要明确合同约定或通过法律修订明确规定。”

关于AI宠物在社交媒体的流行对真实宠物的影响,蔡佳峻分析称:“AI宠物的流行可能会吸引更多人对宠物(无论是真实的还是虚拟的)的兴趣,从而间接提高对真实宠物的关注和养护意识。”同时,“如果AI宠物能够在某种程度上满足人们对养宠的需求,可能会减少一部分人对真实宠物的需求,尤其是对于无法承担真实宠物养护责任的人群。”



■AI柴犬壮壮。

广东诺臣律师事务所蔡佳峻律师在接受记者采访中提到,AI创作的宠物图像在版权和知识产权领域引发了关于作品原创性和创作主体的争议。

根据著作权法,作品必须具备独创性并能以一定形式表现才受保护,但AI生成的作品在这些方面仍存在法律认定的模糊

