

我的同事不是“人”？

“元宇宙”概念爆火后，虚拟人会是下一个增长点吗？

羊城晚报记者 林曦 实习生 曹轩

12月29日，作为上海百联股份的“美好生活体验馆”，身着黑红裙白靴的Gina通过探店Vlog在抖音、小红书、微信、微博四大头部社交平台首次与消费者见面，她是一位虚拟偶像。12月27日，百度Create大会开场主持的是百度创始人李彦宏的数字人，百度还发布了智能数字人平台“百度智能云曦灵”。近期，万科董事会主席郁亮发的一条“祝贺万科员工崔筱盼获得年度优秀新员工”的朋友圈，刷屏了。而崔筱盼是小冰团队孵化的虚拟人，已在万科集团财务部悄悄工作了十个月。

随着元宇宙概念的大火，从零售到科技到地产，虚拟人的身影开始逐渐出现，与元宇宙紧密相关的虚拟人热度蹭蹭往上涨。如在万科发生的一样，今后，一个虚拟人也可能是你的同事。这是一个什么趋势呢？虚拟数字人真的是完美无瑕的吗？同它的未来又在哪里？

元宇宙领域的入场券？

12月初，网易云音乐正式登陆港交所。令人惊讶的是，当天竟出现了三个丁磊共同敲钟。除了亲临现场的网易CEO丁磊本人，还有两个是虚拟数字人“丁磊”，他们代表2000年29岁的丁磊和2021年50岁的丁磊，网易用此举宣告了进军元宇宙的决心。

“虚拟数字人的时代已开启，这很有可能就是元宇宙的人场券。”艾媒咨询CEO张毅对羊城晚报记者表示，AI技术驱动下，虚拟数字人已经非常“类似人”，

拥有人的外观、行为、语言，能互动交流，能识别外界环境，甚至拥有人的思想，预计未来元宇宙中的人工智能技术生产内容将会越来越丰富。相信很快，虚拟数字人技术结合实际应用场景，在影视、传媒、游戏、金融、文旅等领域都有着广泛的应用。

科技公司已经看到了其中的机会。百度方面就表示，“曦灵”集数字人生产、内容创作、业务配置服务为一体的平台级产品，可以为广电、互娱、金融、政务、运营商、零售等行业提供一站式的虚

不“塌房”的虚拟偶像

今年以来，各种明星艺人让人大跌眼镜的崩塌新闻让人应接不暇。就在12月，前有“王力宏离婚”掀起舆论热潮，后有“薇娅逃税”被全网封号。有人调侃说，网友“吃瓜”吃得停不下来，粉丝和品牌商的眼泪也停不下来。相比真实的明星艺人，虚拟人就显得安全很多。

“虚拟偶像”一词始于20世纪90年代，此概念近年在国内火速发展，如初音未来、洛天依等等。作为国内首个出道的中文虚拟歌姬，洛天依的

微博粉丝量超过500万，登上过各大电视台，2017年首次举办全星演唱会时，首批500张SVIP席1280元限量特典版门票3分钟内全部售罄。

张毅表示，对于Z世代的90后00后，他们是网络原住民，完全能接受虚拟人，而对于厂商来说，虚拟人或许比真人明星更安全，至少很多东西可以提前设定好，把控程度更大。根据一份中国虚拟偶像消费市场调查报告，万名受访的年轻消费者中，有62.31%表示自己可能成为虚拟



图/视觉中国

拟主持人、虚拟员工、虚拟偶像、品牌代言人的创建与运营服务。

以抖音为例，10月31日，虚拟数字人“柳夜熙”发布的第一条视频就引爆网络，截至目前，5条视频获赞近2000万，坐拥近千万粉丝。“柳夜熙”以美妆为切入点，缔造了一个故事场景和世界观，将“元宇宙”“虚拟数字人”等概念带到大众面前。其幕后IP孵化机构称，预计未来两年将推出10个虚拟人物。

资本逐鹿虚拟人赛道

羊城晚报记者注意到，作为元宇宙的细分领域，今年整个数字人赛道一片火热，嗅觉灵敏的资本和厂商已经在布局。11月29日，百度代言人龚俊的虚拟数字人“俊俊”正式上线，可以在APP内实现与用户的互动；欧莱雅、花西子等品牌的数字代言人；王老吉、中国联通等品牌直播间的数字人，迷你版英伟达创始人黄世勋的虚拟数字人Toy-Me；还有，腾讯云、OPPO、B站等各大厂商和品牌纷纷推出虚拟人形象。

据行业报告显示，我国当前虚拟数字人市场规模约2000亿元，到2030年，这个市场规模将达到2700亿元。据中金公司研报，2020年以来，行业发展步入成长期，国外虚拟人商业化路径获得初步验证并探索B端量产，国内多元社交渠道日益成熟，技术

偶像代言的产品买单。有分析指出，虚拟偶像与粉丝之间已产生了充分且稳固的情感联系。而随着年轻消费者的消费能力进一步提高，虚拟偶像在流量、内容变现方面将会获得更好的支撑。

市场需求有了，大厂都在跟进。比如，2020年，乐华娱乐联手字节跳动推出虚拟偶像女团A-SOUL；同年，爱奇艺更推出中国首档虚拟人物才艺竞演节目《跨次元新星》，将选秀舞台的主角从练习生变为虚拟偶像。

与内容逐步补齐。

不过，据了解，打造类似“柳夜熙”这样制作精良的IP，从研发成本、人员成本、技术成本等投入半年要远超数百万元，虚拟人项目“烧钱”在所难免。

艾媒咨询研报指出，由于在目前的市场上，粉丝经济依然是虚拟人最重要的变现手段，头部IP主要依靠演出、授权、周边等获取收益，而腰部IP和尾部IP由于缺少稳定的粉丝群体，在传播属性上相对较弱，因此无法迅速获得庞大的流量积累，商业化的过程较为艰难。目前，腰部和尾部虚拟偶像IP主要活跃于直播电商、实景应用等场景，由于版权价格较低，品牌更愿意用这些IP替代真人工作，降低劳动力的成本，但也造成了这些IP进一步破圈的难度加大。

行业成长名将王培担纲 中欧成长领航即将发行

据悉，由中欧基金权益投资决策委员会主席、行业成长名将王培担纲的中欧成长领航一年持有期基金，即将于2022年1月5日起正式发行。该基金力求把握未来或将迎来爆发式增长机遇的碳中和、新技术、新材料和新领域投资机会，为投资者争取

更理想的长期超额收益。据了解，中欧成长领航将重点关注未来10年或将迎来爆发式增长机遇的两大方向机会，一是碳中和相关板块，二是科技发展带来新技术、新材料、新领域的投资机会。（杨广）

“加油筒付”无感支付新模式陆续在全省推行

加油无需现金、刷卡、移动支付，全程零接触，车主可以不下车，加完就走，自动扣费……如此简单便捷的汽车加油服务，现在在广大市民群众都可以享受到了。

加油筒付，是中国工商银行广东省分行与中石化在广东地区联合推出的便民、安全、快捷的无感支付加油新模式。据悉，车主只要在油箱盖内侧贴上“加油筒付”电子标签，绑定广东地区（除深圳）的62开头的工行信用卡或

借记卡，到已开通加油筒付功能的中石化加油站加油，系统即可自动感应“加油筒付”标签并实现扣款。车主全程不下车，无需等待，加完就走。“加油筒付”既减少了接触，还能比传统支付模式节省3-5分钟，为广大市民群众带来更快捷的加油体验。

“加油筒付”无感支付创新模式，是传统能源产业与金融企业的一次跨界合作，为广大车主提升了加油效率，在疫情期间，还能减少

接触，安全、放心。广大车主可前往广东省范围内指定的工商银行网点申领“加油筒付”电子标签，然后通过工行个人手机银行、“工商银行广东分行”微信公众号、“工商银行e服务”小程序以上任一平台的“加油筒付”专区在线签约，完成电子标签与银行卡、车辆的绑定，并将电子标签贴在油箱盖内侧即可使用。现在开通使用加油筒付，还能享受工商银行加油折扣折扣优惠等惠民政策。（文/戴曼曼）

羊城晚报 特别报道

鲁花 科技赋能品质提升 探索食用油行业高质量发展



12月15日，山东鲁花集团有限公司（以下简称：鲁花集团）举办的“保障国家粮油战略安全暨高油酸花生油创新案例研讨会”在京召开，邀请营养学、农业学等领域的专家学者齐聚一堂，共同探讨食用油健康、粮食战略安全等问题。

在此次研讨会上，不少与会专家纷纷表示，随着人们生活水平的普遍提高，人们的消费理念发生了很大的变化，对食用油营养健康的需求亦越来越高。一瓶小小的食用油，承载着亿万消费者舌尖上的健康与安全，更需创新发展。

作为国内较有影响力的粮油企业，鲁花集团自创立以来，始终将“创新是企业的发展提升

力”作为企业发展的核心价值观，以科技创新助力食用油产品迭代，在为消费者提供更具优质产品和服务的同时，不断推动食用油行业转型升级。

以鲁花高油酸花生油为例。这一产品的创新迭代，就是鲁花集团着力推动食用油创新发展的典范。据该集团相关负责人介绍，区别于普通食用油，鲁花高油酸花生油以油酸含量最高为最大特点。油酸是一种单不饱和脂肪酸，存在于动植物体内，是人体脂肪组织中最丰富的脂肪酸，且油酸的化学性质也非常稳定，可抗氧化，无需氧化也可实现长久保存，被营养学界称为“安全脂肪酸”，高油酸花生油被认为是一种健康、稳



定的高品质食用油。中国农业大学食品科学与营养工程学院教授吴广枫在研讨会中表示，全球范围内天然油酸含量较高的油品是地中海的橄榄油，但从我国的角度来看，高油酸花生油的成果研发对我国食用油品质健康升级意义重大。此

外，高油酸花生油不仅包含油酸的营养价值，同时富含包括白藜芦醇等在内的花生本身的营养价值。

自2013年以来，鲁花农业科技推广有限公司就联合山东省花生研究所成功研发了十多个具有“高油酸、高产量、高含油量”特点的、适合国内不同地区种植的高油酸花生新品种，促进了我国花生良种的第六次更新换代。

据了解，高油酸花生产量高，亩产比普通花生增加15%—20%，可使亩产能增加100至150公斤；同时，其还具有较高的出油率，每吨收购价格较普通花生高1500元，可助力农民增收致富。

这仅是鲁花集团以创新驱动发展的举措之一。多年来，鲁花集团积极加大科技研发，不断推动食用油产品品质升级。早在上世纪90年代，鲁花集团就开创了鲁花花生油5S纯物理压榨工艺，在全程无化学添加剂的情况下，

以五大核心技术，创造性地实现了花生油的高端化、现代化、规模化制取，既保留了花生的天然浓香和营养价值，又去除了黄曲霉素。凭借这些核心技术，鲁花集团荣获了“国家科学技术进步奖”，助力国内食用油产业向高质量发展方向迈进。

而高油酸花生油，是鲁花集团为满足消费者“不仅要吃得好、吃得香，更要吃得健康”的需求，研发而成的创新产品。近几年，该集团更是通过5S压榨技术的产业延伸，陆续推出葵花仁油、低芥酸菜籽油、亚麻籽油等优质食用油，并在调味品、米面板块掀起了新的创新热潮。

鲁花集团方面表示，从5S物理压榨花生油到调味品系列产品的成功研发，从鲁花高油酸花生油到“六艺”活性面条……鲁花在三大板块持续发力，推动食用油、调味品、米面全品类建设，促使品牌“以高品质产品满足消费



需求的产品服务力”进入新的发展阶段。

未来，鲁花集团将继续洞察消费者需求，不断探索，以强大而持久的创新力，不断寻求食用油领域的新突破，为健康中国战略的实施贡献自己的一份力量。

来源：人民日报客户端