

首屆AI選美如何舉行？

來源：WAICAs官網

主辦方

由英國社交訂閱平台Fanvue贊助，全稱為「世界AI創作者大獎」(World AI Creator Awards, WAICAs)，意在擁抱AI時代的浪潮，激發創作者的積極性和創作性，重塑傳統審美，為AI行業創造更多的經濟效益。

參賽資格

必須為AI生成的模特兒，創作者須年滿18歲，須提交作品並回答一系列問題，才能通過首輪選拔。

評審團

四名，由兩位AI網紅和兩位真人組成：AI評審分別是健身模特兒Aitana Lopez和性感美女Emily Pellegrini，真人評審為英國選美歷史學家福塞特(Sally Ann Fawcett)和公關顧問布洛赫(Andrew Bloch)。

評判標準

外表儀態以及回答問題分數；技術成熟度，對模特兒背後使用的AI技術打分，包括手、眼睛和背景的視覺細節；社會影響力，根據其與粉絲的互動數量、受眾增長速度打分。

獎勵

獲得現金、教育課程和公關推廣的獎勵，冠軍獎勵總值1.3萬美元，包括5000美元現金和5000美元的公關支持。亞軍和季軍將分別獲發價值5000美元和2000美元的獎勵。5月10日截止報名，並於當月舉行線上頒獎典禮。

人工智能打造美女 首屆AI選美引熱議



世界新潮

人工智能(AI)技術迅速發展，「人造美女」一向是熱門話題。社交網站上由AI技術生成的「美女」層出不窮，真假難辨，讓人更成為具有商業價值的網紅。有機構舉辦全球首屆人工智能(AI)選美比賽，5月10日截止報名，本月內將揭曉「AI小姐」桂冠歸屬。這場選美比賽相當抓人眼球，一是引起外界關於AI與審美的討論，二是通過AI技術的突破，讓虛擬網紅成為時尚美容業的新寵，為AI創作者開拓商機。不過，評論指出，AI生成的女性形象，仍難逃「典型美女」的刻板印象。

【大公報訊】英國社交訂閱網站Fanvue與世界AI創作者獎(WAICA)合作舉辦了一場「AI小姐」(Miss AI)的選美比賽，任何人可用AI生成工具生成女性形象的圖片參賽，報名時間在4月15日，5月10日截止，結果將於5月內公布，並舉行線上頒獎儀式。冠軍可獲得總值1.3萬美元的獎勵，包括5000美元現金。

日本AI網紅 Kimochii

• 23歲法國和日本混血模特兒；
• Ig粉絲：4.5萬。

荷蘭AI網紅 Amy Everhart

• 荷蘭阿姆斯特丹的金髮美女；
• Ig粉絲：5.5萬。

阿根廷AI網紅 Maia Lima

• 「阿根廷少女」，由西班牙The Clueless公司推出；
• Ig粉絲：2.6萬。

粉絲最多 Lu Do Magalu

• 來自巴西，Ig粉絲695萬；
• 巴西零售巨頭Magazine Luiza於2009年推出，主要提供開箱視頻、產品評論等。

虛擬模特兒 搶真人網紅飯碗

【大公報訊】綜合《金融時報》、法新社報道：隨着人工智能(AI)技術越來越成熟，由AI生成的模特兒也變身網紅，與真人網紅在Instagram和TikTok等社交平台進行競爭。AI模特兒被用於美容時裝等廣告中，效果與真人難分伯仲。

品牌喜愛虛擬網紅的主要原因是，既可以吸引大家的眼球，又可以降低成本。數據分析顯示，與傳統廣告相比，快消時裝巨頭H&M與虛擬網紅Kuki合作的廣告，受眾人數增加了11倍，成本降低了91%。

西班牙市場營銷公司The Clueless打造AI網紅Aitana Lopez。該公司項目經理諾瓦萊斯(Sofia Novales)說，推出AI模特兒主要是因為真人網紅要價高，「虛擬模特是數字化的，是更經濟的選擇。」AI模特兒另一個優勢是：可對社交平台的廣告內容實現完全控制，而無需進行實體拍攝。

人類創作者也在利用AI製作加快內容生產。法國網紅Charles Sterlings在HeyGen和Rask.ai等平台上使用不同的工具，將視頻帖子自動翻譯成英語和西班牙語，更可進行唇語同步。巴黎數字戰略機構AD Crew負責人勒熱納說，長時間把自己放在鏡頭前很難的，有些內容創作者會因此感到疲憊。相比之下，AI一天24小時都可以使用，成本要低得多，且提供了新的創作方式。

不過，人工智能的興起，加劇了外界對深度偽造照片和視頻氾濫的擔憂。Meta表示從5月份開始，在Facebook和Instagram等平台上為AI生成的內容上，貼上「AI創作」的標籤。

►瑞典時裝巨頭H&M與虛擬網紅Kuki合作的廣告。
網絡圖片

【大公報訊】英國社交訂閱網站Fanvue與世界AI創作者獎(WAICA)合作舉辦了一場「AI小姐」(Miss AI)的選美比賽，任何人可用AI生成工具生成女性形象的圖片參賽，報名時間在4月15日，5月10日截止，結果將於5月內公布，並舉行線上頒獎儀式。冠軍可獲得總值1.3萬美元的獎勵，包括5000美元現金。

AI網紅當評判

有趣的是，四名評判由兩名AI和兩名真人評審組成：AI評判分別是虛擬模特Aitana Lopez和Emily Pellegrini，兩人在Instagram上分別有30多萬和20多萬粉絲。真人評審則是英國學者福塞特(Sally-Ann Fawcett)和公關專家布洛赫(Andrew Bloch)。

自稱「23歲的法國和日本混血模特兒」的AI網紅Kimochii已參賽，「她」在Ig上有4.5萬粉絲。另一位參賽者，則是標記為「荷蘭阿姆斯特丹的金髮美女」Amy Everhart，在Ig上擁有5.5萬粉絲。

根據官網介紹，評判根據形象、人工智能技術和社交影響力等，對參賽的「AI佳麗」進行打分。比如，參賽者會被問到一些必答題：你將如何實現世界和平？你的夢想是什麼？「AI選美」看似選人造美女，實際上是在考驗創作者的理念。技術主要評比穿幫的地方，比如手、眼睛和背景等AI技術難點。至於社會影響力，即粉絲互動和增粉速度，考驗的也是創作者的公關和商業推廣能力。

評判成員之一、著有《輕罪：選美皇后醜聞》一書的歷史學家福塞特強調，這個AI選美大賽不是談論「身材」，而是要挖掘「AI女性」超越傳統美學標準的機會。

審美單一 AI美女太「完美」

這個比賽號稱挖掘「AI美女」身上的非典型意義的美。但是，從評判成員和「AI佳麗」看來，審美的單一性未被打破。首先，兩位AI評判都憑藉美貌和身材「出圈」，職業為「模特兒」，毫無突破傳統。參賽者的外形都非常「完美」，並沒有顛覆傳統的審美標準，而是誇大了這些標準，網友表示，這樣的選美只會加劇「不切實際的審美觀」。

有評論指出，在網絡時代，社交媒體影響女性心理和身體形象的例子屢見不鮮，AI選美比賽會加劇這種負面影響。美國女明星喬丹(Claudia Jordan)忍不住哀嘆：「在這個社會，當女人已經很難……現在還得跟美到不可思議的AI美女比美。」

►歌手Katy Perry出席Met Gala的AI假照片瘋傳。
網絡圖片

▲西班牙公司The Clueless打造AI網紅Aitana Lopez。
網絡圖片

Met Gala盛典 明星AI假圖瘋傳

【大公報訊】據BBC報道：美國時尚界盛會、一年一度的紐約大都會博物館「時尚盛典」(Met Gala)6日舉行，明星名人在現場花枝招展，而在社交平台上，人工智能(AI)所生成的假圖同樣氾濫。

Met Gala都有主題，今年為「時光花園」。在社交平台X，知名女歌手Katy Perry身穿裝飾着立體花卉禮服以及青銅緊身胸衣花裙濕發的兩張照片瘋傳，其中第一張照片在X上的瀏覽量超過1000萬次，點讚超過30萬。很多網友和粉絲

信以為真，甚至認為應該被評選為「本屆最佳時裝」。Katy Perry實際上並未參加今年的Met Gala，連Katy Perry的媽媽也被逼真的AI技術欺騙，給女兒發消息稱讚着裝很美。Katy Perry馬上回覆稱，「媽，AI也抓到你了，小心點！」

另一張在社交平台流傳的圖片顯示，歌手Rihanna身着以花園為主題的禮服，瀏覽量達到了260萬次，也是造假圖片，Rihanna因感冒而缺席今年盛會。

西班牙AI網紅 Aitana Lopez

• 來自西班牙巴塞羅那，Ig粉絲31.4萬；
• 由市場營銷公司The Clueless推出，廣告帖每個收費1000美元。

(大公報整理)

