

漩渦中的 AI 復活

打開內地知名電商平台，輸入「AI復活」，香港文匯報記者得到了超過200條售賣信息，價格

從9.9元（人民幣，下同）至上萬元不等。點開商品描述，售價相差幾百倍的「復活」服務有着幾乎一模一樣的廣告詞：「我們無法增加生命的長度，但可以記錄他的高度。」由「AI復活明星」延伸出的各類「明星AI產品」正迅速在互聯網上蔓延開來。香港文匯報記者在與賣家交流時發現，有賣家甚至做起了課程生意，從兜售「明星AI產品」靈活轉變為「教你製作明星AI產品」。至於是否侵犯了明星的各項權益，商家們紛紛表示目前還未出台相應法規，「自己玩得開心就好」。有律師表示，相關法規應盡快健全，監管部門需及早介入。

◆香港文匯報記者 俞晝 杭州報道

同樣「復活」逝者，為何收費如此不同？面對香港文匯報記者的質疑，某店鋪商家如是解釋道：9.9元是引流款，無法提供視頻，只能「復活」照片，即用AI讓照片「嘴型動起來，效果並不太好。我建議你購買699元的視頻套餐，只需要提供對方的照片和音頻，就可以生成與他對話的視頻，時長在60秒以內」。或許是擔心香港文匯報記者跳單，商家不斷承諾「不滿意還可以重做」！

2980元包月 9999元定製數字人

除了699元的「一次性」服務外，該店鋪還提供2,980元的包月套餐。「在原有素材的基礎上，我們通過大模型訓練，還原逝者的簡單行動。服務部署在雲端，方便你與逝者隨時交流。」與699元的套餐相比，包月套餐需要的製作投入更多。「如果只是做一段視頻，我們可以在自己的電腦上完成。但若是訓練大模型，則需要租賃AI模盒，光這項成本就超過了1,500元。」隨後，香港文匯報記者又點開了一家標價9,999元的店鋪。「我們是包小柏同款，可以為你量身定製AI數字人。」該商家聲稱，自己店鋪的服務是目前市面上難度等級最高的，「全網都找不出幾家能做」。「我看過之前網上瘋傳的AI「復活」已故明星版本，那些明星說的話如出一轍，一看就是流水線作業，根本體現不了逝者的個性和特徵。」

「包學包會」收徒 學成即接單

除了售賣「復活」服務，香港文匯報記者在各大社交平台上，還發現了不少「老師」，他們正打着「包學包會」的旗號招收學徒與代理，企圖從產業鏈的源頭分到一杯羹。「AI復活師—阿曼達」3月15日入駐B站（內地知名的視頻社區），半月積累了200多位粉絲，而他引流的方法，是一段段「應粉絲要求，『復活』已故明星」的視頻。

「我做這行已經很久了，之前的賬號因為種種原因被封，現在重新註冊了賬號，粉絲量還沒起來。」「AI復活師—阿曼達」告訴香港文匯報記者，目前平台監管比較嚴，他無法提供已故明星的「復活」服務，不過可以賣「復活」教程。「現在行業正處於風口，你從我這裏學會操作，轉頭就可以接單，回本還是很快的。」

付費做代理 照樣有錢收

在抖音平台上，「AI復活」的教學課程也不少。聯繫上一位「老師」後，香港文匯報記者很快收到了課程介紹——只要支付980元，就可以學會AI「復活」的基礎技術原理、掌握基礎的操作工具。最令人心動的是，一旦學成即可坐等派單，很快便能賺回學費。不過，該「老師」強調，購買980元的套餐，學成後只能接售價為198元的「照片+AI配音」項目。

而另一種售價為19,800元的課程則被命名為「城市合夥人」項目，教學內容增加了更高階的克隆聲音技術，以及如何獨立運營接單的指導。「如果你實在不想學也沒事，可以做我的代理，一樣有錢收。」具體來說，需要先支付980元的代理費，成為代理商後就可以通過接業務、招學員、發展下線等手段為「老師」創收，從而獲取40%-80%不等的提成。

賺錢靠大膽 惡性價格戰

特稿

「大家好，我是kimi喬任梁，其實我並沒有真的離開，只是選擇隱退去做一個普通人，享受那份寧靜與自由。」不久前，一段已故歌手喬任梁的「復活」視頻，引發了網友們的熱切關注，梁父隨後在公開場合表達了對此的不滿。「這段視頻並沒有徵求我與愛人的同意，我看了以後很不舒服，感覺就像揭開了傷疤一樣。」

除了喬任梁，被「復活」的已故明星名單正在不斷增長：高以翔、李玟、科比、鄧麗君……甚至就連剛剛過世的知名企業家宗慶後，都被視頻博主以AI的方式「復活」於人們眼前。香港文匯報記者發現，在這些視頻的下方，發布者都用極小的字號註明「視頻和聲音均由AI生成」，並稱他的目的是「利用高科技為活着的人提供情緒價值」，但在其賬號簡介上，卻清楚地寫明了商業合作的途徑。

一周內競價低至9.9元

同樣的技術，既然能「復活」逝者，也能「克隆」生者。在此前提到的售價699元套餐的店鋪裏，「克隆」在世明星已然成爲了一條隱秘的生產線。「其實最開始我們是不接這項業務的，其中最大的隱患就是視頻影像被用於公開場所，萬一碰上較真的明星，有可能會被告。」該商家顯得有些無奈，「但其他店鋪都在做，如果我們不做，就會流失客源。」

事實上，在「包小柏用AI復活女兒」的新聞出現以前，全網從事「AI復活」業務的商家並不多，雖

然客戶也不多，但相應的競爭仍比較小。「如今大家都在一窩蜂地往上衝，我每天起來刷網站，都能看到比昨天更低的報價。以讓照片『開口說話』這項引流服務爲例，一周前的報價還是59元，現在直接被擊穿到9.9元，甚至還有再往下降的趨勢。」

公開至網絡或會被起訴

那麼，如果客戶在公開場所發布在世明星的「克隆」影像，商家需要承擔後果麼？「這個誰也說不準，但就目前的情況來講，法律法規仍有缺失，只要你膽子夠大就沒事。」隨後，該商家以一個相對較低的折扣，爲香港文匯報記者定製了60秒的王一博「走心告白」。視頻中，王一博含情脈脈地注視着鏡頭，先念出了香港文匯報記者的姓名，隨後動情地「表達了」他對記者的好感。

雖然「告白」以王一博的名義進行，但內容需要由消費者自己提供，這就降低了聽到告白時的驚喜與感動。「像你這樣給自己定製的客戶，我還是第一次碰到，其他人大多是爲朋友生日定製的，當禮物贈送。」該商家坦言，每次他將視頻製作完成後，都會強調不能應用於公開場合。「至於對方收到後會不會發在朋友圈，會不會一傳十、十傳百地被明星看到，只能賭運氣了。」



「AI復活」服務及收費情況

價格：9.9元及以下
內容：只有照片，沒有視頻
提供服務：讓照片裏的人物「動起來」，包括眨眼睛和動嘴型

價格：198-999元

內容：60秒以內的視頻
提供服務：在原有照片的基礎上，還原逝者的聲音音色，製作「一次性」的對話視頻，支持普通話和方言配音

價格：1,980-3,980元

內容：包月服務
提供服務：通過大模型訓練還原逝者的簡單行動，部署在雲端，可隨時與其進行文字、語音的簡單交流

價格：5,000元及以上

內容：定製AI數字人
提供服務：通過深度學習對逝者進行建模，在不斷優化的基礎上，逐漸形成逝者的溝通習慣，可隨時與其進行日常的對話交流

▲定製AI數字人難度最高，需租賃AI模盒訓練大模型，能夠更加真實還原逝者的個性和特徵，因而收費也較爲高昂。圖爲部分AI數字人定價。網絡截圖

野蠻生長 隱憂多

來者不拒叫價隨意 法規與監管均待完善

律師：逝者近親可訴訟維權

臨近清明節，由AI「復活」引發的爭議愈演愈烈。在一個有7,257人參與的「你贊成用AI復活逝者嗎」的投票中，55%的網友選擇中立，認爲「AI復活逝者必須經過家人同意，並符合法律」；36%的網友表示不贊成，因爲「這種行爲是揭傷疤」；另有8%的網友表示贊成，認爲這是「以慰思念之情」。

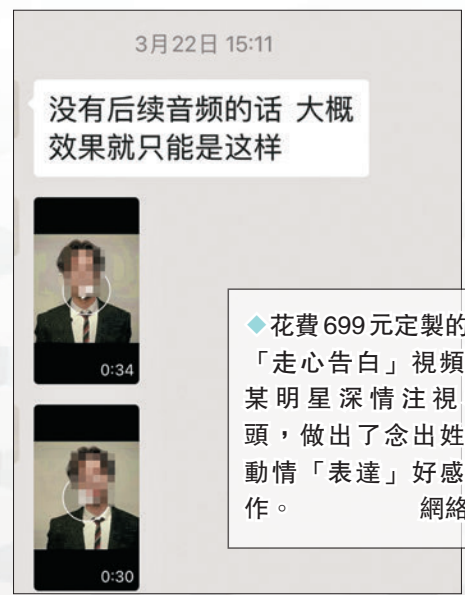
「根據《最高人民法院關於確定民事侵權精神損害賠償責任若干問題的解釋》第三條規定，死者也是享有姓名權、肖像權、名譽權、榮譽權、隱私權的。」針對已故明星未經家屬同意被「復活」的情形，浙江澤鼎律師事務所律師夏謹言表示，AI「復活」的不當使用可能會侵害死者的肖像權、名譽權，死者的近親屬有權提起訴訟、進行維權。

那麼，作爲近親屬，應該如何維權？「首先家屬可以與涉嫌侵權人進行協商，要求其停止侵權行爲並賠償損失；如果協商無果，可以向相關網絡平台投訴，要求其刪除侵權內容。其次，家屬可以委託律師提起民事訴訟，要求侵權人承擔民事責任，包括賠償損失、消除影響等。最後，如果侵權行爲構成犯罪，家屬還可以向公安機關報案，追究侵權人的刑事責任。」

不可放任 也勿一棍打死

需要釐清的是，「AI復活親人」與「AI復活明星」具有本質區別，前者是逝者親屬主動所爲，而後者則是網友、機構擅自爲之。「對於科技進步，我們應該持客觀態度，既不可放任，也不要一棍子打死。」在夏謹言看來，針對AI「復活」所引發的種種爭議，監管部門應及早入場，不斷完善相應的法律法規，既要支持與呵護技術的創新，也要保障人類的價值和尊嚴。

「此外，平台、商家也有責任守住底線，避免技術濫用。」夏謹言建議道，在定製AI「復活」或「克隆」視頻前，權利歸屬方（一般爲本人或親屬）應先簽訂合同再進行定製，明確規定「數字人」的權利屬於個人。「合同還應包含對違約責任的詳細規定，一旦發現合作企業存在違法違規行爲，可及時向主管部門進行舉報和投訴，保障自己的合法權益。」



▲不少「老師」在社區發布已故明星的AI「復活」視頻來吸引粉絲、兜售「復活」教程。網絡截圖