



“618”前AI数字人主播扎堆出现

数字人直播带货，售后会“踢皮球”吗？

- 相较于传统真人直播，数字人主播不需要薪酬和福利，不会因情绪失控或人设崩塌而影响直播效果，还可以实现24小时不间断直播，为商家提供了更多的展示机会。目前在直播带货行业，数字人主播的应用越来越多
- 有消费者认为数字人不如真人主播灵活多变，也不如他们有创造力和人格吸引力；还有消费者提出，数字人主播直播间到底是谁在售卖商品？如果商品售后出现问题，企业会不会将责任推给外包的数字人技术公司
- 数字人主播在商业化进程中要打破技术壁垒，实现人机协同，重视媒介伦理，避免技术滥用，完善法律规制，加大监管力度，更好地平衡技术发展与法律、道德、伦理等因素之间的关系



2023年9月22日，第八届武汉国际电子商务“互联网+”产业博览会在武汉国际博览中心举行。图为博览会上的AI智能无人直播。

CFP供图

□ 本报记者 赵丽
□ 本报实习生 李纪凡

购物节“618”即将开启。今年的“618”“画风”显然与以往不同。近日，美腕合伙人蔚英辉宣布，从这个“618”开始，将在“所有女生”直播间测试数字人直播。他直言，数字人能够补充真人主播的空缺时段，可以实现24小时不停播，让直播间和货架电商一样在任何时段服务用户。

今年4月，由京东云言屏打造的“采销东哥”AI数字人开启直播首秀，同时亮相京东家电家居、京东超市采销直播间。京东云相关人士透露，“采销东哥”直播后引起大量品牌、企业高层排队定制，目前团队也正加紧排产，保障品牌在今年“618”期间顺利开播。

在AIGC（生成式人工智能）技术的推动下，不需要真人主播，不需要直播场地，不需要搭建直播间，只要输入直播语音便可生成直播内容，甚至可以像真人主播一样进行实时弹幕互动成为可能。

但也有不少消费者提出：数字人主播直播间，到底是谁在售卖商品？如果商品售后出现问题，企业会不会将责任推给外包的数字人技术公司？带着这些问题，《法治日报》记者进行了采访。

成本低时长不受限 数字人主播在增多

什么是数字人主播？经过六七分钟的人像视频拍摄，十几句话的声音信息采集后，将音视频信息进行预处理，再经过自动化数据标注、3D人脸重建、口唇驱动训练等，几个小时内，一个数字人主播就生成了。

在杭州一家电子商务公司从事相关业务刘震（化名）告诉记者，这些数字人主播看上去与真人非常相似。

形象有了，如何让数字人像真人一样在直播中侃侃而谈？

秘籍便是事先准备的脚本，其中囊括产品信息和引导顾客下单的语音。“直播间的消费者可能会好奇，如果在直播间的评论区打出如价格、材质、快递等词语时，数字人主播是否能应对。其实这些都是脚本中的必备内容，一旦触发关键词，数字人主播会作出对应回答。”刘震对此很自信。

记者调查发现，在直播带货行业，数字人主播的应用越来越多。

零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅介绍，目前各大互联网巨头纷纷涉足数字人直播市场，其背后的推动力正是数字人直播所展现出的独特优势。

“首先是数字人直播极低的成本，相较于传统真人直播，数字人主播不需要薪酬和福利，从而大幅降低了运营成本。其次，数字人直播的稳定性强，不会因情绪失控或人设崩塌而影响直播效果。”庄帅说，此外，数字人

还可以实现24小时不间断直播，为商家提供了更多的商品展示机会。

一位不愿具名的业内人士告诉记者，随着部分头部主播接连“翻车”，以及各大平台努力“去头部化”的进程推进。无论是平台，还是品牌方都希望用户将更多的关注度放在商品本身，带货主播仅仅是一个导购员而已。

“而数字人主播完全可以胜任产品导购员的工作，且稳定性高，不知疲倦。”刘震说。

不过，庄帅对于数字人主播的带货效果持谨慎态度。“尽管数字人主播具有诸多优势，但其技术局限性也显而易见。”庄帅说，首先数字人主播缺乏情感。尽管AI技术已经取得了巨大进步，但数字人仍然无法像人类一样表达情感，这在一定程度上限制了其在直播中的表现。数字人与实物的连接也相对较弱，无法进行试穿、试吃等实物展示，一定程度上影响了观众的购物体验。

在庄帅看来，数字人直播带货效果也不如想象般理想。数字人主播的普及确实为市场带来了新的活力，在吸引流量和扩大品牌知名度方面具有一定优势，但许多尝试使用数字人进行直播销售的企业和个人发现，尽管直播间观众很多，但下单的人较少。

“在购买决策过程中，目前仍有大量消费者更倾向于与真实的人进行交流和互动，而不是与虚拟的数字人。”庄帅直言，对于消费者来说，吸引其购物的核心在于商品的性价比和创新程度，谁在卖并不是关键。

采访中，也有消费者对数字人主播不买账，认为数字人不如真人主播灵活多变，不如他们有创造力和人格吸引力。

消费者对售后忧心 暗藏隐私泄露风险

“我真心想这些AI数字人带货的东西都是真实可靠的。但凡一商品质量不达标或存在虚假宣传，我们该如何维权？是找操控数字人主播的人，还是制造数字人主播的公司？这个问题必须明确，否则我们购物时心里都不踏实。”在四川成都工作的李铭接受记者采访时表达了自己的担忧，即使他的本职工作是一家电商平台的后台人员，但对于数字人主播带货现象，他仍感到新奇又充满警惕。

在北京市律师协会消费者权益专业委员会副主任、北京天驰君泰律师事务所高级合伙人饶伟看来，消费者在购买过程中，往往会看到数字人主播作为销售者而产生不信任感。

“如果他们看作纯粹的虚拟数字人，他们本身并非法律主体，其背后实际上是运营数字人账号的个体或公司，这些运营方利用数字人形象进行商品销售，实质上扮演了销售者的角色。因此，他们需对通过数字人销售的产品质量承担相应的安全责任。”饶伟说。

他提出，如果将数字人主播看作基于现实人物形象创建的数字人，在这种情况下，需关注该现实人物对于数字人使用的态度。如果现实人物已明确许可其使用其形象，并许可第三方进行运营或自行运营销售活动，那么该现实人物的角色类似于广告代言人。这意味着现实人物应当对其代言的产品进行合理的审查，确保产品质量的可靠性。

“如果现实人物在明知或应当知道产品存在问题的情况下仍然进行‘代言’，那就需要和平台方、运营方一起承担连带责任。如果现实人物能证明自己已经尽到了合理的审查和产品监管责任，且没有故意隐瞒或误导消费者，那么现实人物的个人责任可能会得到减轻或免除。”饶伟说。

北京德恒律师事务所合伙人、网络与数据研究中心主任张韬认为，如果商品出现问题，根据电子商务合同的相对性，首先由电子商务经营者直接向消费者承担相应的法律责任。电子商务经营者承担责任后，如果是代为操控AI数字人的经营者或者制造AI数字人的公司原因导致的问题，电子商务经营者可以向二者进行追偿；特殊情况下，消费者可以要求前三者共同承担法律责任。

“根据广告法相关规定，对于AI数字人主播在带货过程中可能出现的商品质量问题或虚假宣传，应当由广告主来承担相应的责任。同时，广告经营者、发布者以及广告代言人也可能与广告主承担连带责任。”张韬说。

受访专家认为，随着数字人主播处理和存储大量数据的能力增强，数据安全和隐私应被重点关注。用户与看似真实的数字人互动时，可能会无意中泄露信息，增加了数据被滥用或被非法访问的风险。

“由于技术缺陷等原因，目前AIGC生成内容时还可能存在语言混乱、文不对题等瑕疵或缺陷，甚至可能出现生成内容违反相关规定的情形。”张韬指出，根据《网络直播营销管理办法（试行）》，直播营销平台应当加强新技术应用新功能上线和使用管理，对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事网络直播营销的，应当按照有关规定进行安全评估，并以显著方式予以标识。

升级技术完善规则 保障顾客合法权益

2023年9月，工业和信息化部等五部门联合印发《元宇宙产业创新发展三年行动计划（2023—2025年）》，提出要“创新数字人、虚拟空间开发工具组件，推动数字人制作便捷化、精细化、智能化，推广虚拟会议室、展厅、营业厅、社交空间等产品”“培育一批知名数字人，打造数字人标杆产品和品牌”。

对于AI数字人主播将如何发展，庄帅认为，数字人主播将作为一个过渡阶段存在，其主要功能在于辅助人类主播进行直播。在未来，随着技术不断进步，数字人主播可能会逐

渐升级为智能机器人，具备更强大的感知和交互能力。通过传感器、语音识别、图像识别、气味识别等技术，智能机器人可以模拟人类的感官体验，更加生动地向观众展示商品，并与观众进行更深入的互动。

受访专家指出，结合现阶段数字人主播的应用情况，保护消费者的合法权益是当务之急。

在饶伟看来，只有消费者权益得到了保护，才能促进数字人带货行业的健康发展。

“保障产品质量的首要责任在于生产者。生产者必须确保其生产的产品符合质量标准，并对任何因质量问题导致的损害承担责任。”饶伟说，销售者亦有责任对其销售的商品进行质量检查，并确保商品在流通过程中不受到损害。如果问题出现在流通环节，运营数字人账号的团队或公司同样需要承担相应的责任。

同时，饶伟强调，消费者在购买数字人主播推荐或销售的商品时，其权益应当受到充分保护，包括商品的质量、安全性、信息真实性等方面，消费者可以通过消费者权益保护法和产品质量的相应规定和保障措施合理维权。

有业内人士提出，针对数字人主播技术应用产生的各类法律问题，目前的立法只能提供框架式的解决方案，缺少具体的、针对性的治理规则。

“对于AI数字人主播运营中侵犯他人人身权、财产权的行为规制，民法典以及知识产权相关法律规定有明确的请求权基础，但责任承担的主体责任需要从具体案件中进行确定。”张韬说，实践中需要区分商品本身的生产者、经营者与AI数字人运营者在产品责任中的不同地位，划清责任边界，有效保护消费者权益。

数字人主播在商业化进程中如何更好地平衡技术与法律、道德、伦理等因素之间的关系？

对此，张韬给出了三点建议：打破技术壁垒，实现人机协同。未来，AI数字人主播要通过技术的升级，从功能简单的“玩具”，变为复刻现实的“镜子”，甚至实现现实“艺术”的飞跃。除了优化形象设计，还要重视AI虚拟主播功能的多样化，提高人机对话能力，加强情感的流露与价值观的输出，凸显个性化色彩，以此构建与受众的情感共鸣。

重视媒介伦理，避免技术滥用。随着AI数字人主播应用广度与深度的不断扩大，必须高度重视媒介伦理，坚持人在媒介技术当中的主体性地位，保障人对技术的控制权。AI数字人主播的应用也应当合理规划，加强算法流程的透明化，以主流价值观念为约束，谨防工具理性取代价值理性。

完善法律规制，加大监管力度。实现AI数字人主播的良性发展，需要通过立法，完善相关法律法规体系，明确责任边界，加大监管力度。

□ 本报记者 孙立昊洋
□ 本报通讯员 贺雪丽 许颖

陕西西安，科技资源禀赋优越，西安交通大学、西北工业大学、华为、比亚迪……知名高校、科创企业林立，共有国家级工程技术研究中心2家，国家级科技企业孵化器34家，国家两院院士69人，是发展新质生产力的理想土壤。

如何在新质生产力形成和发展的关键时期，当好防范风险的稳定器、发展创新的推动者？开辟发展新领域新赛道，是以科技创新为主的新质生产力推动高质量发展的必要途径。西安法院以司法智慧，助力城市经济在“新赛道”上行稳致远。

明晰司法边界 优化营商环境

在一起商标权纠纷案件中，原告A信息公司、被告B技术公司先后上线了各自研发的软件，作用均为通过智能互联技术，为客户企业改进质量控制水平，提升生产管理质效。

原告的软件名称为“xymes兴企云（xy为软件名称中字母的化名）”，其中，“xymes”为商标。而被告的软件名称是“Bxymes制造赋能平台”，且使用了蓝色“缺口齿轮+xymes”标识，原告认为其商标权被侵犯，遂诉至法院。

西安市雁塔区人民法院法官孟元元翻阅原告背景资料时注意到，原告的研发成本近亿元，产品应用覆盖了装备制造、绿色能源等重要领域，客户包括“装备中国功勋企业”“创建世界一流专精特新示范企业”等，帮助客户实现提高生产管理效率20%以上，降低品质异常率3%以上。

“这样一家在提升核心制造业生产效率方面硕果累累的科创企业，如果被告的行为侵犯了它的商标权，就意味着其强大的品牌优势可以被轻易混淆冒用，无疑会挫伤其研发动力。”孟元元说，因此判断被告有没有侵权非常关键。

“我们的软件叫作‘Bxymes制造赋能平台’，其中含有我们公司名称B，就是用来识别的，没有和原告混淆。”被告辩称。法院经审理认为，被告在产品名称中使用“xymes”标识，且同时使用蓝色“缺口齿轮+xymes”标识，构成突出使用，其所称的识别内容“B”反而被弱化。

“这样的商标使用方式，让公众注意力更多在‘xymes’标识上，而‘xymes’与原告商标高度相似，且并非通用名称，这种带有擦边性质、自作聪明的混淆冒用，应当被纠正。”承办法官说道。

最终，法院判决被告侵犯了原告的商标权，依法纠正侵权行为，并赔偿相关损失。个案能否得到公正审理，不仅关乎当事人能否得到公平正义，更影响创新创业者的动力、信心，西安法院为新技术的发展提供了清晰的司法边界，为数字技术与实体经济深度融合营造了健康法治环境，也为创新创业者提升了法治底气。

在新质生产力发展中，知识产权可以赋能生产要素，促进核心制造业高质量发展，是人民法院实施精准司法保护的重要领域。”西安中院副院长段红军说。

极力保护创新 打击不当行为

在另一起涉新质生产力企业案件中，被告瞄准的，不仅仅是知识产权本身，还有背后的“衍生福利”。

被告吴某甲在某通信公司任职期间，将该公司研发的北斗系统领域的某技术秘密，泄露给了西安某技术公司负责人及其子吴某乙，某技术公司利用该技术申请了发明专利，专利第一发明人为吴某乙。原告公司发现后，将其诉至法院。

“海洋广阔无边，且受潮汐和洋流影响，所以在海洋环境中投放设备，防止遗失是很重要的。我们的定位技术在一定程度实现了‘大海捞针’。”原告公司相关负责人说，“我们集中了全部骨干力量长期研发生产，才有了这项看家本领，结果被被告窃取，还申请了专利，我们没法向客户交待。”

按照法律规定，一旦申请专利，必须对专利技术方案予以公开，原告公司的客户企业因为技术门槛而形成的“护城河”优势，现在可以被竞争者轻而易举地“攻陷”。

“申请专利后，在哪些领域有应用？”西安中院法官助理王维君询问被告。

“没有应用。”

“拿到怎么不用呢？”

“为了拿补贴。”

按照税法规定，如申请高新技术企业认定成功，企业所得税率则可从25%降到15%，研发投入也可在税前扣除。认定为高新技术企业，还能享受专项奖金补贴等奖励政策。经法院查明，被告正是为了获取高新技术企业认定，高新人才认定，以及相关优惠政策，才利用职务之便，非法窃取原告公司技术并申请专利，最终，法院判决支持了原告的诉讼请求。

创新越靠近前沿，风险和不确定性越高，西安法院以涉北斗导航技术应用的典型案例判决，表明了司法机关对“真创新”提供“强保护”的鲜明态度，以及对不当获取政策优惠行为进行坚决打击、维护市场秩序的坚定立场。

扩大“朋友圈” 推动协同治理

近年来，涉新领域、新业态案件增多与法院案多人少的矛盾不断突出，如何打通堵点让各方力量向服务新质生产力顺畅流动？

记者了解到，西安中院不断扩大大解纷“朋友圈”，与省、市知识产权保护中心建立“纠纷诉调+专家咨询对接”机制；与市司法局打造“一带一路”涉外商事纠纷诉调对接中心、“一站式”满足涉外解纷需求。党委领导、政府负责、社会参与、法治保障、系统治理的知识产权纠纷多元化解纷体系形成。

2023年，西安中院与市场监管局等单位联合选聘了西安市首批知识产权技术调查官，共计36人，涉及光电技术、机械、金融、医药生物等领域。

“技术调查官制度将有效提升技术事实认定的中立性、科学性，提升审判专业化水平。”西安中院知识产权法庭庭长王泉说。

西安市高新区人民法院法官李东坡对此深有同感。他和团队成员在走访科技企业时发现，专家的重要性越来越凸显。“以违约金问题为例，企业在违约金履行中产生纠纷时，专家给出的建议，往往能比市场行情、利润、成本、长期合作等因素出发，更容易让双方信服，再加上法官从释法析理，很快就能化解。”

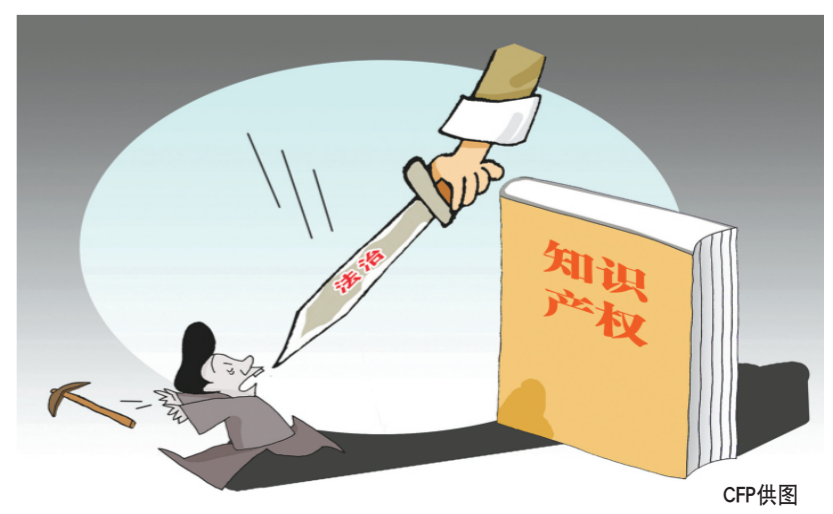
记者注意到，在《西安市首批知识产权技术调查官名单》中，技术调查官的个人信息赫然在列：“王雄伟，男，西安灞桥区园艺技术推广站，专业领域：植物新品种”“郭强，男，西部超导材料有限公司，专业领域：新材料”……

数据显示，2023年，西安法院共受理知识产权案件8010件，审结7486件。其中，西安中院受理技术类案件498件，审结386件，让优质高效的司法保护，持续为发展新质生产力蓄势赋能。

“找准保障新质生产力的发力点，为技术创新、产业创新、制度创新提供精准、有力法治支撑，是我们必须答好的时代命题。”西安中院院长赵雷说。

让「真创新」受到「强保护」

西安法院加强知识产权保护赋能新质生产力



CFP供图