

硕果累累！鼓楼智能社会治理按下发展“快进键”

■海都记者 刘文辉
通讯员 彭辉

在数字化浪潮的推动下,智能社会治理已成为新时代的发展趋势。5月25日,福州市鼓楼区在朱紫坊30号院举办了“有福之州·对话未来”鼓楼论见——“数字新引擎 智治新未来”智能社会治理主题活动,活动会聚各界人士,共同探讨智能技术如何助力社会治理的创新与变革。让我们共赴这场思想的盛宴,感受鼓楼区如何在数字化的征途上,绘制出一幅智慧治理的新蓝图。

打造“数字中国”县域新样板

作为数字中国的策源地与实践先锋,鼓楼区始终坚持创新驱动发展战略,以数字化为杠杆,全面提升经济活力、社会治理效能与民生福祉,打造“数字中国”县域实践样板。鼓楼区致力于高质量发展,发力新一代信息技术等“5+2”重点产业链,依托科创走廊,发展壮大福州软件园、人工智能产业加速中心等平台,吸引超8000家数字经济企业汇聚,2023年区内数字经济产值逼近1900亿元,占GDP比

重高达66%,彰显了数字经济的强劲动力。

在社会治理方面,鼓楼区依托国家智能社会治理实验综合基地,深耕智能社区等六大实验领域,已完成21项社会实验,收获25项阶段性成果,推动治理体系和能力现代化。同时,致力于打造高品质生活圈,促进数字技术与公共服务深度融合,如教育、养老等领域,实现公共资源的高效共享,跨越时空界限。

目前,鼓楼正积极谋划,计划建造算力达1000P的智算中心,全力推进千亿级参数量级的多模态与科

学计算大模型的研发应用,为未来发展蓄势储能。

展示智能治理新成效

2年多来,鼓楼区在国家智能社会治理实验综合基地建设总结输出了25项阶段成果,其中在活动上发布了《福州市鼓楼区数字化发展白皮书》和智能社会治理基层效能提升智慧套件2项重要成果。

据介绍,《数字化发展白皮书》由鼓楼区政府与北京大学城市治理研究院携手推出,是全国首个县级区域的数字化发展蓝图。而

智能社会治理基层效能提升智慧套件成果卓越,不仅消除了数据孤岛和壁垒,还解决了多系统重复填报的问题,为基层治理效能的提升开辟了新路径。

人工智能已成为新一轮产业变革的核心驱动力。鼓楼区抢占新赛道发展先机,聚焦人工智能产业赋能服务,于去年打造人工智能产业加速中心。人才是人工智能产业发展的基石,活动上,鼓楼区人工智能人才驿站正式揭牌。该驿站打造人才互动交流与创新创业服务平台,吸引人才融入鼓楼,为创业人才开

展创业培训、项目路演、创投评估、产品推介、合作洽谈等创业对接活动,形成鼓楼人工智能人才集聚的“强磁场”,助推人工智能领域的创新和发展。

共创智慧治理新图景

汇聚顶尖智慧,共绘未来图景。现场,中国科学院院士,中国科学院软件研究所研究员、博士生导师,计算机科学国家重点实验室主任林惠民,中国联通人工智能总规划师吴浩然,京东方集团科学家冷长林等专家学者作主旨演讲,探讨人

工智能引领产业融合发展,构建智能社会治理图景,应答数智新机遇。

现场还围绕“智能技术驱动下的社会治理创新与变革”主题开展圆桌对话,探讨智能技术在社会治理中的应用、数据驱动的社会决策及未来发展趋势等前沿热点问题。

展望未来,鼓楼区将持续推进国家智能社会治理实验综合基地建设,以数字化牵引经济发展,深化数智治理赋能、强化创新能力培育,发展新质生产力高地,努力打造国家智能社会治理实验综合基地全国标杆。

“6·18”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?

法治日报

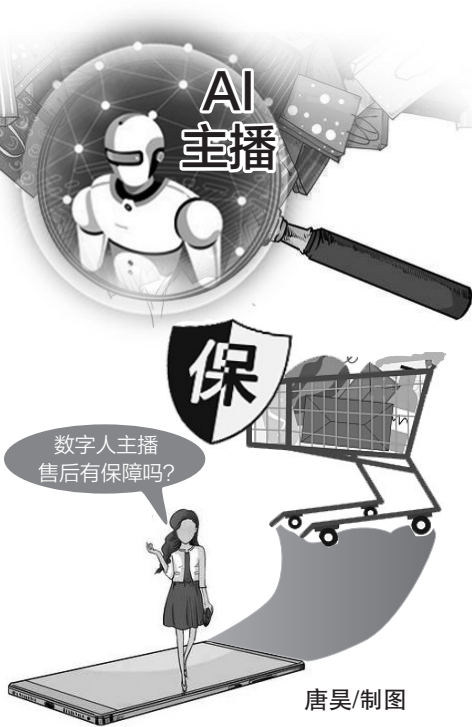
购物节“6·18”即将开启。今年的“6·18”“画风”显然与以往不同。

近日,美腕合伙人蔚英辉宣布,从这个“6·18”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,由京东云言犀打造的“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“6·18”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。

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?



成本低时长不受限 数字人主播在增多

经过六七分钟的人像视频拍摄、十几句话的声音信息采集,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的刘震(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。

“首先便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。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅说,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。

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。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。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。

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

“我真心希望这些AI数字人带货卖的东西都是真实可靠的。但万一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。

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,往往会因看到数字人主播作为销售者而产生不信任感。

“如果将他们看作纯粹的虚拟数字人,他们本身并非法律主体,其背后实际是运营数字账号的个体或公司,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前二者进行追偿;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。

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。

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、针对性强的治理规则。

“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,有效保护消费者利益。