

“东哥”上线 半小时直播观看次数超过1200万

京东豪赌数字人带货

一场直播:

4月16日晚,采用刘强东形象的“采销东哥”AI数字人出现在直播间,“大佬”“亲自”带货草莓、玉米、大屏电视。半个小时的直播,观看次数超过了1200万。

一种契机:

业内人士分析称,京东在数字人直播的赛道上已经耕耘多年,一直在暗暗发力。而此次刘强东数字人开启直播首秀,是其切入直播电商,追赶抖音、快手的重要契机。

一个市场:

目前,京东、百度、TikTok等也都看到了数字人直播的机遇。数据显示,2022年中国虚拟人带动产业市场规模和核心市场规模分别为1866.1亿元和120.8亿元,预计2025年分别达到6402.7亿元和480.6亿元。



京东为了做直播,请出了“刘强东”。

16日晚,采用刘强东形象的“采销东哥”AI数字人出现在京东家电家居、京东超市采销直播间,“大佬”“亲自”带货草莓、玉米、大屏电视。半个小时的直播,观看次数超过了1200万。

据了解,这位“采销东哥”出自京东云言犀之手。截至目前,言犀研发的不同版数字人已被超4000家品牌直播间采纳。

业内分析师表示,传统电商模式已经面临成长瓶颈,而直播电商赛道,京东已然落后。以虚拟人直播电商为切入点,对京东超越抖音、快手等直播赛道是个机会。

“东哥”上线 半小时在线超千万

16日18点18分,刘强东AI数字人在京东App开启直播首秀,品类包括粮油、农产品、宠物用品等。

直播20分钟,直播间观看人数已超过900万;18点48分,观看次数超过1200万。19点,数字人刘强东称“谢谢大家今天的陪伴和观看,最后再给直播间的粉丝发一波福利,评论区刷起来。”然后,数字人主播表示“东哥的直播下次再见了,”结束了刘强东AI数字人的直播首秀。

直播间里,“采销东哥”复原了刘强东语速快和连音多的口头习惯,甚至复刻了搓手指、略微仰头的习惯动作和身体姿态。

据京东云言犀技术团队透露,要让数字人逼真,首先需要还原出刘强东的声音,提取出声学特征后,通过言犀语音大模型合成出人工语音。

记者了解到,言犀团队已经可以做到最短使用6秒素材复现真人声音,更长的声音素材则有助于捕捉更多丰富的细节。

复现出色以后,还需要捕捉声音的“副语言”,包括语速、语调、重音、倒吸气等。这些副语言原本分布稀疏,大模型不容易捕捉到规律,言犀团队的方法是把声音样本的重音、语调等拆解成音素,让模型能更清晰地注意到它们。在文本层面,NLP(自然语言处理)模型则会根据真人习惯添加口头语,让声音更像真人。

此外,数字人还可以实现对话。言犀团队通过“多模态话语决策模型”以NLP(自然语言处理)来判断对方语义是否完整,也通过ASR(语音识别)来捕捉语调和语气变化,综合判断何时开始发言。综合以上技术,产生一个能流畅自如交谈的数字人声音。

“东哥”带货背后 京东加码内容电商

其实,这并非言犀数字人首次在京东直播带货。今年春节期间,言犀数字人累计带货GMV超4000万元,闲时转化率提升超30%。

京东方面称,相比真人主播,京东言犀数字人的成本不到十分之一,最快两小时开播,且可以24小时不间断直播。目前京东云言犀数字人已服务超4000家品牌商。

此番刘强东的数字人形象出现在京东采销直播间,一定程度上为数字人直播带货吸引了更大规模的市场热度。同时,也是对京东内容电商战略的进一步铺垫。

上周,京东宣布将加码内容生态建设,投入超10亿元现金和10亿流量作为奖励,且上不封顶,旨在广纳优秀创作者、机构入驻。京东还在积极筹备头部达人的孵化,计划在年底选出百大达人。而光是花在储备达人阶段的钱就已经上亿元。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅表示,京东在数字人直播的赛道上已经耕耘多年,一直在暗暗发力。而此次刘强东数字人开启直播首秀,是其切入直播电商,追赶抖音、快手的重要契机。

“对于京东而言,传统电商模型已经面临成长瓶颈。接下来如何突破瓶颈?毫无疑问,从整个市场来看,直播电商是最新的模式。但客观来看,京东如果跟抖音、快手一样做直播电商,那就是在跟跑,没有太多的机会。在这样的背景下,京东既要追赶对方,同时也要超越对方。追赶对方的点在于直播电商,超越对方的举措就是做虚拟人直播电商,这对京东来说也许是个机会。”张毅说。

虚拟人带动产业市场规模有望超6000亿元

除了京东,百度、TikTok等也都看到了数字人直播的机遇。百度电商已经推出了自主研发的“AI全栈式数字人直播解决方案”慧播星。百度副总裁、百度电商总经理平晓黎认为,数字人已然成为直播电商行业的新变量。数字人相比真人的最大优势,就是大幅降低了商家直播的运营成本,并且实现24小时日不落开播,带来增量GMV。

据外媒报道,TikTok也在开发一项基于AI的虚拟数字人功能,旨在更好地帮助电商平台的商家进行推广和销售。消息人士称,TikTok内部已经测试过这一AI功能,不过还处于早期阶段,具体何时上线还无法确定。

艾媒咨询数据显示,2022年中国虚拟人带动产业市场规模和核心市场规模分别为1866.1亿元和120.8亿元,预计2025年分别达到6402.7亿元和480.6亿元。虚拟主播行业存在较大的商业空间,其中包括销售衍生品周边、品牌代言、作品打赏、直播带货等,在未来有36.7%的受访者对虚拟主播的消费意愿将增加。随着ChatGPT、“文心一言”的发布,基于深度学习的自然语言生成技术与虚拟人结合成为可能,虚拟人的智能化水平有望得到极大的提升,将在不同领域的应用发挥效果,例如直播带货领域,可以帮助实现24小时与客户无障碍沟通。

“从整个行业来看,数字人应用已经没有了太大的屏障。”张毅认为,“尤其经历了元宇宙、AI赋能等多波市场教育后,整个行业不管在技术层面,还是市场接受程度上都具备了爆发的机会和空间。”目前,数字人的应用场景还是比较多的,数字娱乐、企业代言、数字员工、直播电商等等,都有比较多的广泛应用落地。据《成都商报》报道

女子发朋友圈拒绝加班被解雇

法院:公司违法,赔偿4.9万元

如果是周末休息时间,突然接到领导电话要求加班,你会怎么办?

重庆的刘女士周末在家休息就突然接到了公司电话,让她去加班。刘女士心生不满,发了一条朋友圈,表示“周六周日我休息,不用给我打电话”。而正是因为这条朋友圈,刘女士被公司解雇了。这是怎么回事?

发朋友圈拒绝加班被解雇 公司称该员工行为违反相关规定

刘女士是重庆一家教育培训公司的员工,一个周五的晚上,刘女士突然接到公司领导电话,要求她马上对接客户,而刘女士认为她之前已经和客户谈好,没必要再占用周末的休息时间来对接工作。

刘女士说,当时自己一下子有一点情绪不稳,在朋友圈发了一条信息:“各位领导,我周六周日休息不上班,有什

么事情,到时候留言就可以了。”

发了这条朋友圈之后,刘女士就接到了公司领导的电话,和她说不周一不用来了。两天之后,刘女士接到公司通知,因为她在朋友圈发布的言论违反公司规章制度,影响团队氛围,损害公司形象,对公司造成严重负面影响,因此要解除和刘女士之间的劳动合同。

公司拒绝按劳动合同赔偿 被诉至法院

刘女士和公司沟通后,要求按照劳动合同进行赔偿,但公司认为错在刘女士,因此拒绝了她的要求。在经过当地劳动仲裁调解无果后,刘女士将公司告到了法院,要求公司支付赔偿金。

重庆市九龙坡区人民法院受理了这起案件,民三庭副庭长林宝珍表示,用人单位行使解除权,这是一种非常严厉的处罚手段。

劳动合同法对用人单位行使单方解除权作出了严格的限制,依据的规章制度必须合法制定,而且经过民主程序告知或者进行了公示,组织劳动者进行学习。

同时,劳动者的行为必须要达到严重违反规章制度的程度,才能进行解除。

法院经审理认为,刘女士的行为虽然欠妥当,但无法看出对公司造成严重影响,并未达到消极怠工、玩忽职守、不服从管理和工作安排的程度。

林宝珍表示,本案中刘女士的行为不仅不利于解决矛盾,反而有可能引发新的纠纷,这种做法不提倡。但从刘女士发在朋友圈的内容来看,她这个行为其实并没有达到严重违反规章制度的程度。

综上,法院认为公司据此解除劳动

合同缺乏事实和法律依据,构成违法解除。

法院判决被告公司 支付赔偿金四万九千余元

依据劳动合同法相关规定,法院最终判决由被告公司支付原告刘女士违法解除劳动合同的赔偿金四万九千余元。一审判决后,双方均未上诉,判决已发生法律效力。因公司未履行支付义务,刘女士已向法院申请强制执行。

法官表示,随着经济快速发展,在追求企业的用工管理权以及保障劳动者合法权益之间如何平衡,对现代企业提出了更高的要求。

作为劳动者,要通过合理方式表达诉求,通过合法的途径进行维权。作为用人单位,也应当合理行使自己的用工管理权,才能使企业持续健康发展。

据央视报道