

加码布局生产平台

# 虚拟数字人商业化进程提速

日前,多家科技企业发布虚拟数字人生产平台,抖音旗下“虚拟数字人应用平台”软件著作权获得登记批准,芒果TV创新研究院联合腾讯云发布“虚拟人直播互动平台”。随着元宇宙升温、生产平台能力提升,虚拟人产品向直播、文旅等应用领域渗透,商业化进程正在加速。

业内人士表示,动作捕捉、AI技术有望推动虚拟人生产成本和应用门槛降低,虚拟人涉及的场景、服装、道具等增值服务需求有望迎来爆发机会,虚拟人市场未来增长潜力大。

●本报记者 彭思雨

## 生产平台密集发布

日前,抖音旗下北京火山引擎的“虚拟数字人应用平台”软件著作权获得登记批准,当前版本号为V1.0。公开资料显示,火山引擎数字人已具备标准平台的快速交付能力,为金融、大消费等行业提供涵盖客服、智慧导览、智能助理、虚拟直播等场景的细分解决方案。

8月23日,芒果TV创新研究院与腾讯云联合发布了“虚拟人直播互动平台”。这款基于实时云渲染的广播级虚拟内容生产工具能够帮助企业客户生产轻量化、异地化、专业化的虚拟内容,构建虚拟人直播间,同时观众能够以虚拟形象参与直播间,获得沉浸式的直播体验。

今年以来,抖音、快手、腾讯、百度、哔哩哔哩等多家互联网公司纷纷推出虚拟人生产平台,天娱数科、风语筑、蓝色光标等上市公司也加紧布局技术和平台建设,打造虚拟人IP形象。

中国传媒大学主流融媒体研究中心主任唐远清表示,随着元宇宙产业升温,虚拟数字人产业链逐步走向成熟,上游制作、渲染工具,中游的虚拟人驱动及运营,下游的场景应用,共同构成完整的虚拟数字人产业链生态图谱。

中国传媒大学新媒体研究院院长赵子忠告诉中国证券报记者:“虚拟人业态符合元宇宙虚实共生的特点,已成为元宇宙概念中最早爆发的产业。在Web 2.0时代,微信账号代表了每个人的IP身份,那么虚拟人将是Web 3.0用户的身份代表。”

## 未来发展前景广阔

中国传媒大学主流融媒体研究中心日前发布的《2022虚拟数字人商业化发展报告》显示,虚拟数字人的主流技术驱动路线分为人工智能驱动和动作捕捉驱动。由于技术路线不同,其适合的应用场景也有差异。人工智能驱



新华社图片

动型虚拟人应用于新闻播报、客服、讲解等场景,动作捕捉驱动型虚拟人适合于MCN机构营销、直播、虚拟主播等互动性强的场景。

STEPVR创始人、CEO郭成表示,虚拟人产业是满足精神需求的创新型产业,是未来元宇宙中赋能大众的生产工具,产业尚存在巨大的增长红利。“越能够满足情感需求,用户付费意愿就越强,真人穿上动捕设备的驱动方式是虚拟人的未来。”郭成表示。

唐远清表示,未来五年,虚拟数字人全身动捕驱动设备及虚拟人商业化还将停留在PGC(专业生产内容)阶段,用户将以卡通形象的方式出现在虚拟空间。不过,随着AI技术

深入应用在虚拟人产业中,未来低成本、快速生成虚拟人将成为现实。虚拟人涉及的场景、服装、道具等增值服务需求有望迎来爆发机会,虚拟时尚产业将快速发展。

艾媒数据显示,2021年中国虚拟数字人带动产业市场规模和核心市场规模分别为1074.7亿元和622亿元,2025年预计分别达到6402.7亿元和480.6亿元,市场规模呈现快速增长态势。

“目前各家公司虚拟人产品的应用场景以短视频平台和直播平台为主,应用场景还有待挖掘。”赵子忠认为,“未来想要在市场中独树一帜,行业公司仍需要探索和形成自家产品市场化的独特逻辑,打造差异化优势。”

## 多地“夜经济”稳步复苏

●本报记者 高佳晨

近日,多地纷纷出台相关举措,鼓励夜间餐饮、文化娱乐、旅游等活动,激发夜间消费活力,持续释放消费潜能。美团数据显示,8月全国夜间堂食订单量环比增长14%,休闲娱乐订单量环比增长11%。业内人士表示,“夜经济”的价值在于顺应消费者即时需求,延长商户经营时间,创造新的市场增量。

## 夜间堂食消费增长

连月来,全国各地均采取消费券和鼓励新业态等措施,推动城市“夜经济”发展,激活本地消费活力。美团数据显示,8月全国夜间堂食订单量同比增长35%,休闲娱乐订单量同比增长27%。其中,8月北京夜间堂食订单量环比增长18%。

日前,第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单正式公布,不少订单量增幅较大的商圈均出现在上述夜间文旅消费集聚区名单中。

“‘夜经济’的价值在于顺应消费者即时需求,延长商户经营时间,创造新的市场份额。”美团相关负责人表示,从平台数据看,随着夜间消费需求激增,餐厅、便利店等各类商户均主动延长了营业时间。

## 夜间即时需求旺盛

除了出门吃夜宵、逛商场,不少消费者在晚上还会选择点外卖,满足夜间即时需求。

美团数据显示,8月全国夜间即时零售订单量环比增长10%,超市便利、水果生鲜、植物花卉位列订单量前三;增速方面,受旅游消费热和七夕节影响,运动户外订单量环比增长51%,植物花卉订单量环比增长37%。

即时零售不仅丰富了年轻人的生活,也为本地实体商家带来增量订单。昆明某鲜花店店主告诉中国证券报记者,年轻人通过即时零售平台买鲜花,让店里生意不断,近3个月售出8200多单。为了适应年轻群体夜间的消费习惯,暑期门店店主实行两班倒,主动拉长营业时间,希望把线上线下流量转化为实实在在的销量。

休闲娱乐活动也是“夜经济”的重要项目,美团数据显示,8月全国夜间休闲娱乐订单量环比增长11%。其中,长沙市五一广场、武汉市光谷鲁巷、重庆市观音桥、武汉市江汉路步行街以及南京市新街口地区订单量排全国前五位。

“如今晚上8点去餐馆都要排队等20分钟,电影院座率也高了。”多次游玩环球影城的北京市民邓曼丽感慨道,现在环球影城工作日夜间的人气堪比以前节假日的白天时段。

业内人士表示,除拓展线下文旅产业链外,各城市也综合应用了数字经济新业态以激活本地经济发展。线下充分的本地供给为居民便利生活创造了条件,而扎根本地的线上团购、即时零售等新消费模式,则进一步激发了夜间消费需求,为实体商户创造了新的市场增量。

# 金徽酒“物归原主” 复星系投资策略或生变

●本报记者 于蒙蒙

金徽酒日前公告称,公司控股股东豫园股份及其一致行动人海南豫珠与亚特集团及其一致行动人陇南科立特分别签署《股份转让协议》,海南豫珠向亚特集团转让其持有的金徽酒8%股份,豫园股份向陇南科立特转让其持有的金徽酒5%股份,转让价格均为29.38元/股。转让完成后,亚特集团及其一致行动人陇南科立特合计持有公司26.57%股份,公司控股股东将由豫园股份变更为亚特集团。值得注意的是,复星系旗下豫园股份上述持股早前即受让自金徽酒原控股股东亚特集团。

金徽酒实控权生变背后,复星系似乎正在调整其投资策略。今年以来,复星系已密集减持多家旗下参控股的上市公司,累计减持规模超过100亿元。

## 入主刚过两年

从时间维度来看,金徽酒本次易主不同寻常。2020年5月27日,金徽酒发布公告,豫园股份以18.37亿元受让亚特集团持有的29.99%的金徽酒股份。同年9月7日,豫园股份旗下全资孙公司海南豫珠以要约收购的方式收购金徽酒8%的股份,当年要约收购完成,豫园股份的持股比例提升至38%。

“本次投资在快乐时尚消费主题下,通过投资收购获取服务中国新生代消费阶层的优质资源

源,进一步丰富、充实快乐时尚版图中的战略性品牌及产品资源。”豫园股份彼时对收购表达了较高的期许。

但时隔两年,复星系却改变了策略。9月2日,豫园股份及其一致行动人海南豫珠与亚特集团及其一致行动人陇南科立特分别签署《股份转让协议》,豫园股份、海南豫珠将其合计持有的金徽酒股份6594.38万股(占金徽酒总股本的13%)转让给亚特集团,陇南科立特持有的股份转让总价款为19.37亿元,对应转让价格为截至2022年8月31日前30个交易日的交易均价29.38元/股。其中,豫园股份向陇南科立特转让2536.3万股,占金徽酒总股本的5%;海南豫珠向亚特集团转让4058.08万股,占金徽酒总股本的8%。

金徽酒表示,本次股份转让完成后,豫园股份持有公司股份1.27亿股,占公司总股本的25%,不再作为公司控股股东。亚特集团及其一致行动人陇南科立特合计持有公司股份1.38亿股,占公司总股本的26.57%,亚特集团成为公司控股股东。

“本次出售金徽酒部分股权有利于促进解决同业竞争问题,有利于公司把更多资源聚焦于重点发展战略及重点项目。”豫园股份在公告中称,本次股权转让交易完成后,豫园股份计划未来6个月内继续减持5%以上金徽酒股票。

## 积极布局省外渠道

回顾复星系的入主,金徽酒的渠道变革最

受市场关注。

复星系入主之前,金徽酒聚焦西北市场,根据自身地理区位和发展特点制定了“立足甘肃、发展西北,有序推进、重点突破”的市场发展策略。

复星系入主后,一定程度上改变了金徽酒的发展逻辑,公司积极借助复星系的资源走出西北,布局华东。一方面,在复星系内部生态体系内,金徽酒积极开展兄弟公司的内部用酒、礼赠采购等合作;另一方面,金徽酒计划以卡位500元以上价格带的酱香型产品陇南春切入华东市场。

在2020年,金徽酒便与复星系旗下企业开展相关业务合作,比如推出“我为金徽代言——喝绿色金徽,中金钞银币”活动,即利用复星系旗下的老庙黄金作为宣传物料,活动覆盖宝鸡、西安等省外主要市场区域。

“公司正加快推进西北、华东及北方市场的开拓工作,通过打造样板市场,以点带面,逐步提高省外市场销售收入。2022年上半年,公司省外及其他地区实现营业收入2.78亿元,同比增加30.34%。”金徽酒近期在接受机构调研时介绍,截至今年6月末,公司共有经销商701家。其中,省内经销商257家,省外及其他地区经销商444家。

金徽酒表示,本次股份转让不会影响公司的正常生产经营。公司将继续按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径,聚焦主营业务,加强资源投入,保持发展战略的持续性和稳

定性。公司将继续保持核心管理团队的稳定性,确保公司经营管理业务的正常开展,保证本次控股权变更的平稳过渡。

## 复星系密集减持

无独有偶,复星系在同一时间还减持了复星医药。

复星医药9月2日晚披露,控股股东复星高科技拟减持不超过公司总股本3%的A股。此次减持是复星医药1998年上市以来,复星高科技作为控股股东的首次主动减持。以公司最近收盘价计算,复星高科技本次减持将套现约32亿元。

值得注意的是,复星系今年还分别减持了海南矿业、青岛啤酒、中山公用、泰和科技的相关股份。若结合上述减持和转让的复星医药和金徽酒的股份,复星系的减持规模超100亿元。

复星系的密集减持背后或与自身的债务压力有关。今年8月23日,评级机构穆迪发布报告将复星系旗下公司复星国际的企业家族评级调至B1,评级展望为负面,并将Fortune Star(BVI) Limited所发行债券的高级无抵押债务评级从Ba3下调至B1,该债券由复星提供无条件及不可撤销的担保。穆迪将上述所有评级的展望从评级观察调整为负面。

复星国际回应称,复星国际经营情况平稳,账面资金充裕,和金融机构关系稳定,多元化融资渠道畅通,本次评级调整不影响复星的偿债能力。

**2022 CHINA (ZHENGZHOU) INTERNATIONAL FUTURES FORUM**

**中国(郑州)国际期货论坛**

2022 CHINA (ZHENGZHOU) INTERNATIONAL FUTURES FORUM

9月6日 上午 主论坛 稳中求进促发展 法治引领开新局——期货助力全国统一大市场建设  
下午 分论坛一 期货法治建设论坛

9月7日 上午 分论坛二 对外开放论坛 分论坛三 上市公司风险管理论坛  
下午 分论坛四 聚酯产业论坛 分论坛五 白糖产业论坛

9月8日 上午 分论坛六 金融科技论坛

## 稳中求进促发展 法治引领开新局 ——期货助力全国统一大市场建设

指导单位:河南省人民政府  
主办单位:郑州市人民政府 郑州商品交易所 芝商所  
支持单位:河南省地方金融监管局 河南证监局 大河网络传媒集团  
承办单位:郑东新区管委会 郑州市金融工作局 《期货日报》社有限公司

请  
扫  
码  
观  
看



09.06-09.08

本次论坛主论坛为受邀观看,分论坛可直接扫码观看  
更多论坛相关资讯请浏览: <http://www.qhrb.com.cn/complexSpecials/305297>