

以“复活”名人引流，收费一百到数万元

AI“复活”已成一门生意，边界在哪儿

离世明星被AI“复活” 多位家属表示抵制

“嘿，你们好吗，我是CoCo李玟，这是一个充满爱和感激的时刻，因为我有机会通过这段视频与你们相聚，在我离开这个世界的那一刻起，我一直能感受到你们无尽的爱和支持……”近日，一条李玟被AI“复活”的视频引起广泛讨论。在她去世八个月后，有网络博主利用数字技术，还原出她生前的一颦一笑，声音和影像均由AI生成。

除了李玟，同时被AI“复活”的还有张国荣、高以翔、乔任梁等离我们远去的公众人物。他们衣着各异，面向镜头却几近统一地都是先问好，再诉说对粉丝的思念等暖心话语。

发布者自称，这是一种情感抚慰方式，利用高科技给活着的人提供情绪价值；但在视频评论区，很多网友却质疑：这种行为打着温情的名义，实则在消费已经离去的人。

3月15日，高以翔生前经纪人转达高以翔家人的意见称，不希望高以翔肖像被他人任意使用，严厉地谴责并坚决抵制该行为，若不立即停止侵权行为，家人会采取法律行动。同时，其家人也呼吁粉丝朋友们保持理智，切勿轻易相信涉事博主的讯息。

3月16日，针对儿子肖像被侵权使用一事，乔任梁的父亲告诉记者，他已经看到网上传播开来的“儿子被复活”影像，不能接受，感到不舒适，希望对方尽快下架，“他们未征求我们同意，是我侄女刷到视频发给我的，这是在揭伤疤。”

3月17日中午，江歌妈妈发文谈“AI复活亲人”，她表示，“不接受用AI复活亲人！如果能‘复活’，也仅限于我亲自来做这件事！你们懂得我们（痛失挚爱的人）逝去的亲人吗？你们懂得我们（我与逝去的亲人）的感情是什么样子吗？你们不懂我们，又凭什么为我们（我与女儿）做决定！”

此外，据媒体报道，3月16日，此前发布AI“复活”明星视频的博主发文称：“因为‘复活’已故明星，涉嫌侵犯他们的肖像权，接下来，无法随意替大家‘复活’明星了。”同时，这名博主表示，会继续服务好那些希望通过AI技术“复活”亲人的粉丝。

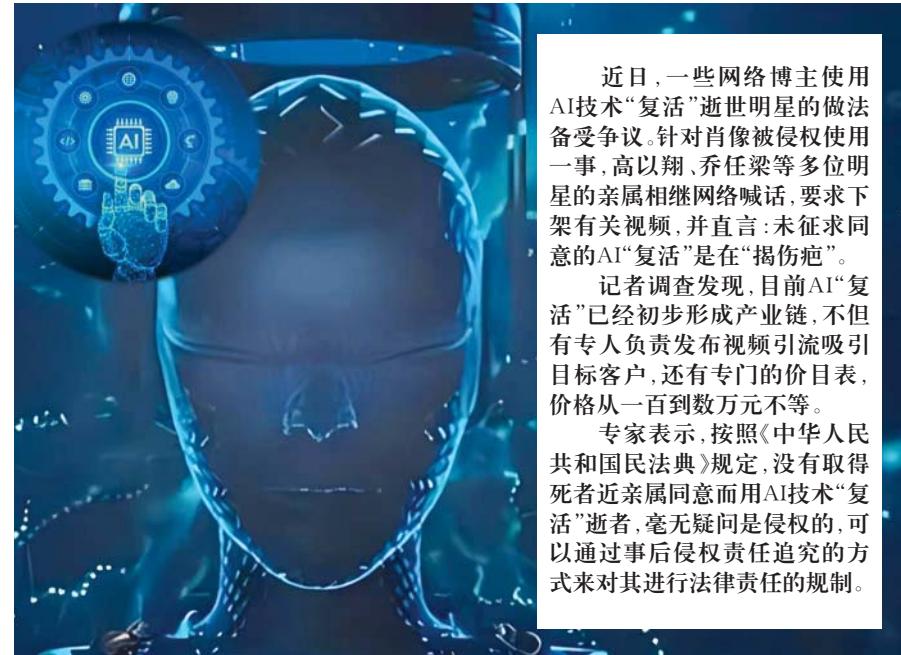
目前，该博主账号下已无此前发布的AI“复活”明星视频。

AI“复活”需求量很大 已初步形成产业链

记者曾联系采访多个AI复活类账号。采访中发现，备受关注的离世明星被“复活”事件背后，已经形成了一门以AI“复活”营利的生意，并且初步形成了产业链。这些号称用高科技治愈人心的账号，背后不少成立有专业团队，自称科技暖人心，实则打着一通精明的“算盘”，用AI换脸逝世明星，引流，收费。

打开某视频平台，以AI“复活”为关键词进行搜索，可见至少数十个含有相关词汇的账号，并有一些账号还备注“收徒”或者“招代理”。这些视频账号多的粉丝数可达数万，少的仅有个位数。

有知情人士表示，这些视频账户基本都是代理或者AI视频制作者用于发布视频引流的，目前主要以公司、团队的形式为主，也有个人在做。以“代理”模式为例，如果有人想成为代理，需要一次性缴纳980元，然后上线会提供话术，同时提供需要发布的视频，代理将视频发布到平台后，如果有人想做AI“复活”视频，就可以按照话术去沟通，成单后只需要把客户提供的照片、



近日，一些网络博主使用AI技术“复活”逝世明星的做法备受争议。针对肖像被侵权使用一事，高以翔、乔任梁等多位明星的亲属相继网络喊话，要求下架有关视频，并直言：未征求同意的AI“复活”是在“揭伤疤”。

记者调查发现，目前AI“复活”已经初步形成产业链，不但有专人负责发布视频引流吸引目标客户，还有专门的价目表，价格从一百到数万元不等。

专家表示，按照《中华人民共和国民法典》规定，没有取得死者近亲属同意而用AI技术“复活”逝者，毫无疑问是侵权的，可以通过事后侵权责任追究的方式来对其进行法律责任的规制。

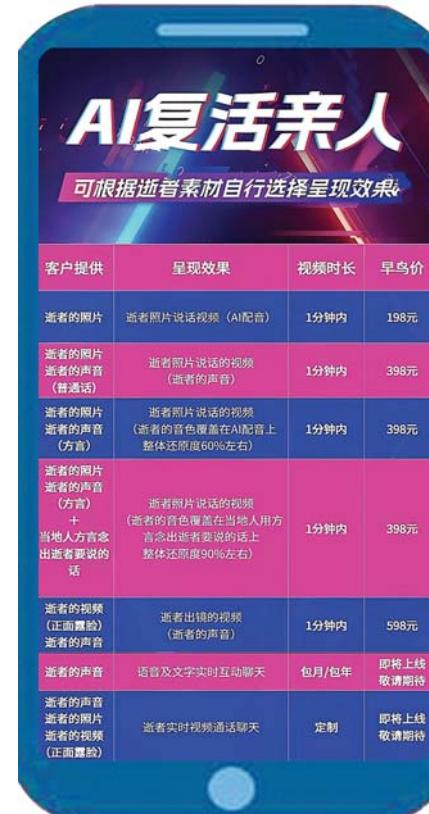
音视频提供给上线，由上线完成视频制作。

在收费方面，也有明确的价目表。以198元的基础款为例，客户提供逝者照片即可，AI生成视频后，声音由AI进行配音，时长为1分钟以内。而价目表中价格最高的为598元，客户需提供照片和逝者的声音以及一段方言念出的逝者要说的话，最终生成AI视频，逝者的声音覆盖在方言念出的话上，其宣传整体还原度为90%左右，时长也为1分钟以内。如果是代理接单，可以与公司四六分成，代理可以拿到四成。

相关公司人员表示，有的代理刚刚做了不久，一周就接了20多单。“需求量很大，短视频爆了之后订单就来了”。

“收徒模式”则更为昂贵，学员需要缴纳近两万元的学费，然后公司或团队负责教会学员如何用AI制作视频，在购买相关硬件和软件后，可以独立接单。

此外，一些有专业基础的人将此类视频制作当成副业，收费一百到数万元不等。



某视频账号AI“复活”价目表。 图源网络

随着AI技术的发展，通过AI合成照片和音频，让已逝亲人重新“开口说话”的愿望已可初步实现。但与此同时，这样的技术背后的伦理问题和法律风险也需要引起重视和关注。

未经逝者亲属同意，擅自利用AI技术数字“复活”已逝去的明星，需要承担哪些法律责任？北京市高朋(南京)律师事务所魏增律师告诉记者，自然人享有肖像权。除法律另有规定外，任何组织和个人不得丑化、污损，或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。未经肖像权人同意，肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。

逝者的姓名、肖像、名誉、荣誉、隐私、遗体等受到侵害的，其配偶、子女、父母有权依法请求行为人承担民事责任；逝者没有配偶、子女且父母已经死亡的，其他近亲属有权依法请求行为人承担民事责任。

除非AI制作者已经在逝者生前获得本人授权，或者在其逝世后获得其全体近亲属的授权，擅自通过AI技术制作逝者形象并公开的行为将构成对其近亲属的侵权。此时侵犯的不是逝者本人的肖像权，而是其近亲属的人格利益。

需要警惕的是，倒洗澡水不要连孩子一起倒掉。“AI‘复活’亲人”与“AI‘复活’明星”具有本质区别，前者是逝者亲属主动所为，而后者则是网友、机构擅自为之，且未征求明星亲属同意，违反了民法典的相关规定。

AI“复活”虽在技术上已没有障碍，但并非谁都可以毫无顾忌地使用AI技术，随心所欲地“复活”任何人物。该项技术应用毕竟是新生事物，不可避免地遇到法律、社会道德、传统观念、科技伦理等诸多问题，需要厘清边界，对技术加以规制，避免滥用侵害他人合法权益，衍生“二次伤害”。

同时，“AI复活逝者”在商业领域亦有一定的市场空间，能够满足部分消费者的情感需求，对此也应给予理解和重视，不宜一棒子打死。因此，从促进市场规范发展的立场看，监管部门需要及早研判，权衡利弊，拟定合理的标准，督促商家有序经营，保护数据安全。

长远来看，相关法律法规要适时更新，顺应AI技术的高速发展，有效规范、约束相关行为，让AI技术为公众服务和谋利，而非沦为投机者作恶的帮凶。

“我们呼吁，对数字复活技术进行行业监管、明确行为底线的相关法律体系和实施细则以‘打补丁’的方式早日细化和完善，让科技进步既能起到慰藉人心的作用，又不至于超越道德和法律的边界。”北京市华一律师事务所律师杨晓说。

综合央视网、红星新闻、扬子晚报等

擅自AI『复活』要担责，应避免滥用带来『二次伤害』

编辑:魏银科 美编:杨晓健 组版:侯波

报料电话:13869196706 欢迎下载齐鲁壹点 600多位在线记者等你报料

报纸发行:(0531)85196329 85196361 报纸广告:(0531)85196150 85196192 文字差错投诉:(0531)85193436 发行投诉:4006598116 (0531)85196527 邮政投递投诉:11185 全省统一零售价:1.5元

邮发:23-55 广告许可证:鲁工商广字01081号 地址:济南泺源大街2号 大众传媒大厦 邮编:250014 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷(济南市长清区玉皇山路1678号)