

数字人直播市场火热,服务质量良莠不齐

■青岛财经日报/首页新闻记者 张海涛

2023年,“数字人直播”妥妥地霸占各内容平台的年度关键词,也是备受关注的数字化应用新风口。

随着今年新春伊始,OpenAI最新的技术成果——Sora视频模型的炸裂登场,再一次拓展了人们对数字人的应用设想,让本就热了一年的数字人继续升温。

目前,数字人的应用尚处于发展初期,更多地应用于直播带货等电商领域,实现数字人代替真人进行24小时直播,记者了解到,“数字人直播”已经形成了技术研发、技术转让及代理、运营培训及辅助、配套软件研发及销售等产业链式的生态。

从“空档期”看数字人直播的价值

栩栩如生的数字人,作为备受关注的新兴领域,基于计算机图形(CG)技术与人工智能技术创造出来的、与人类形象非常接近的数字化虚拟形象,在多个使用场景为人们提供更加便捷、高效、个性化的服务。

其中,数字人直播是较早尝试且得以应用的使用方式,在多个平台上,数字人主播越来越多,不仅“照片级别”复刻真人表情动作,还能24小时直播带货、推荐多种省钱团购……目前,有的行业数字人主播数量已经多于真人主播。

在刚刚过去的春节档期,COACH京东自营旗舰店直播间正式上线数字人,在持续到大年初十的主题直播中以24小时全天候直播,带货托特、山茶花、nolita、tabby、cally等热门品牌。春节期间COACH直播间的成交渗透率达10%,情人节前夕达到峰值,直播间成交转化率高达13.28%,带动店铺成交转化率整体提升10倍。

数字人市场鱼龙混杂

数字人直播受关注以来,市场上提供数字人技术服务的企业越来越多,其中一类企业定位为“源头类企业”,主要是研发和维护数字人技术,然后发展代理或贴牌,这类企业很少针对“散户”销售;一类是从“源头企业”拿到代理或贴牌,然后开拓市场,主要针对“散户”商家。另外,围绕数字人直播而诞生的软件、运营培训等业态也是越来越多。

“现在市场上能提供数字人服务的企业很多,有‘百家争鸣’之势,但提供的技术内容、售后服务、运营配套等服务良莠不齐,因此尽量选择有品牌影响力和背书的服务商,会在使用过程中免除很多烦恼。”业内人士告诉记者。

运营“配套”十分关键

记者采访中发现,数字人技术只是数字人直播的硬性基础,并不是拥有了该技术就能“躺赢”直播



某数字人直播公司里,十几个直播间使用数字人直播带货。

市场。“数字人只是一个工具,可以代替真人出境进行直播带货,但选品、运营,甚至如何符合各平台‘封控规则’也是非常关键,只有都具备了,才能真正实现销售效果。”青岛青岛财经日报数字人业务工作人员韩先生告诉记者。

今年新春伊始,OpenAI最新的技术成果——Sora视频模型的炸裂登场,再一次拓展了人们对数字人使用场景设想。随着技术的逐步升级,数字人的应用场景会越来越广,就目前的数字人直播领域而言,正处于发展初级阶段。

目前,青岛财经日报与国内一线技术研发企业合作,推出数字人服务。据介绍,数字人是一项技术,更是一套综合化的数字解决方案,青岛财经日报推出的数字人服务可以从数字人定制,形象克隆、声音克隆,数字人直播、运营培训辅助及AI短视频矩阵等多维度,提供“数字人服务”。

“将来,我们还会组织针对行业特性、企业需求的论坛、培训等,共同探讨和提升市场数字化营销方案,在即将到来的AI智能时代,切实为企业提供帮助。”韩先生说。

新能源车“价格战”将引发车险降价?

如何让上亿部废旧手机不再“吃土”?

3月份以来,龙年车市“价格战”持续升温,为争夺新能源车行业的市场份额,多家新能源车企业宣布对部分品牌进行降价或开启限时优惠,这引发市场对新能源车行业上下游产业链的广泛关注。其中,保险业及消费者颇为关注的是,新能源车广泛降价是否会拉低新能源车险的价格?

对此,多位业内人士对记者表示,理论上,新能源品牌车型的广泛降价,会带动新能源车险价格的相应下降。但实际上,新能源车险价格还受出险率、赔付率、保险公司的风险评估及定价能力等因素影响。



多因素影响车险价格变化

3月份以来,多家车企宣布降价。公开数据显示,自比亚迪、特斯拉两家新能源头部车企在3月1日推出品牌降价和优惠降价政策以来,截至3月4日,已有十余家车企宣布降价或开启限时优惠。

新能源品牌车型的降价引发了保险业和车主对于新能源车险是否会跟进降价的关注。对此,新能源车企保险服务商车车科技CEO张磊对记者分析称,理论上来看,新能源品牌车型的广泛降价,会带动新能源车险价格的相应下降。因为车险的价格往往与车辆的价格紧密相关,车辆价格降低,相应的保费也可能会有所减少,这是因为车险保费通常是基于车辆的价值、维修成本等因素来计算的。

但新能源车险价格的实际变化则受多种因素影响,具有不确定性。张磊进一步表示,需要注意的是,车险价格不仅仅取决于车辆价格,还受到其他多种因素的影响,一是受新能源车的出险率和赔付率变化的影响,如果出险率和赔付率降低,则车险价格有可能会降低;二是保险公司风险评估和定价能力是否有所提升,如果提升,则有可能降价。张磊坦言,目前,整个新能源汽车市场成熟度和数据积累不够,保险公司很难更精准地进行风险评估和定价。这些问题也导致了大部分保险公司难以在承保端实现盈利,从而造成新能源车主在投保时遇到了诸多困难以及高保费的困境。总之,新能源品牌车型的广泛降价可能会对新能源车险价格产生一定影响,但具体的影响程度和趋势还需要综合考虑多种因素。

实际上,由于理赔数据积累不够、险企风险定价能力有待提升等诸多原因,目前不少险企在新能源车险领域存在承保亏损现象。而车主则认为目前的新能源车险的保费偏高,“投保不起”。数据也显示,与传统燃油车不同,新能源车险的价格较传统商业车险高出不少,2023年新能源车险的车均保费高达4003元,而传统商业车险车均保费为2209元,前者是后者的约1.8倍。

新能源车险是机遇也是挑战

尽管面临诸多承保痛点,但新能源车险的发展已然成为行业增长点。

近年来,新能源汽车市场发展迅猛。中国汽车工业协会发布数据显示,2023年,新能源汽车产销分别完成958.7万辆和949.5万辆,同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达到31.6%;新能源汽车国内销量829.2万辆,同比增长33.5%。

新能源汽车市场的快速发展,也引发头部财险

公司新能源车险保费的快速增长。数据显示,2023年上半年,人保财险新能源车承保数量达282.4万辆,同比提升54.4%,车险保费收入约126亿元,同比增长了54.7%,保费占比9.4%;太保产险新能源车险原保险保费收入同比增长65.1%。

从趋势来看,新能源汽车销量的持续增长将促使新能源车险成为车险行业发展的重要方向。张磊表示,从增长前景看,随着新能源汽车的不断普及,车险市场格局有望迎来新的变化。预计2024年新能源车险市场达到1000亿元,2025年达到2000亿元。到2025年底,至少有四分之一的车险市场份额将由新能源车险贡献。

方正证券分析师许旖珊也认为,未来随着新能源汽车渗透率持续提升,车险保费规模或将持续提升。

尽管业内公认新能源车险市场潜力巨大,但由于保险公司对新能源车险的经营经验不足,目前新能源车险的出险率、赔付率均维持高位,保费也相较传统燃油车更贵。

基于此,不少保险公司,尤其是中小型险企对布局新能源车险的兴趣减弱,部分险企甚至对新能源车车型采取“一刀切”地拒保、限制承保等措施。

也是由于上述原因,今年1月份,监管部门下发《关于切实做好新能源车险承保工作的通知》,明确交强险不得拒保,商业险愿保尽保;不得在系统管控、核保政策等方面对特定新能源车车型采取“一刀切”等不合理的限制承保措施,调整对新能源车险设置的不合理考核目标。

这一要求也对中小险企承保新能源车险领域提出了挑战。张磊认为,中小险企在承保领域中,面临最大的难点是,相较于头部财险公司来说,更缺乏数据的积累,在面对新能源车技术不断迭代的情况下,保费定价难度加大,同时也很难获得好的承保标的。

“从目前的市场格局来看,财险‘老三’(人保财险、太保产险、平安产险)无论是在传统燃油车还是新能源车方面,优势确实非常明显,短期很难撼动。”张磊进一步表示,但如果中小险企能够找到好定位,在细分市场上还有机会增强自己的竞争力。例如,在客户种类、渠道和区域布局上,都存在差异化布局的机会。关键是要“动起来,不要怕”,要在细分市场上集中资源投入形成核心竞争力。

燕梳新学堂创始人施辉也表示,新能源车险既是机遇又是挑战。新能源车险的成本结构发生了很大变化,以传统车险方式经营新能源车险可能面临很大的亏损风险压力。因此中小险企必须依靠数据驱动、科技驱动,打磨完善自身产品的竞价模型,从而增加在新能源车险市场中的竞争力。

据《证券日报》苏向泉/文

当手机达到使用寿命,或者不能满足我们需求时,就会被淘汰,变成废旧手机。中国循环经济协会数据显示,目前一部手机的平均寿命在2.2年左右。我国平均每年产生4亿部以上废旧手机,废旧手机存量超过20亿部。

该协会研究数据还显示,手机废弃后,约54.2%被消费者闲置留存,只有约5%能够进入专业的废旧手机回收平台、“以旧换新”新型回收渠道。

“这说明人们目前还没有形成相关意识。当然,这也意味着废旧手机回收处理作为‘朝阳产业’,拥有很大的发展潜力。”湖南省循环经济研究会会长周傲说。当前,受回收价格较低、不够方便快捷、数据安全难以保障等问题困扰,消费者对废旧手机回收的信任度不高、回收意愿较低。“行业的透明度和标准化是行业发展的关键。”

废旧手机回收处理作为“朝阳产业”,拥有很大的发展潜力。但与手机保有量和报废量相比,我国手机回收率仍然较低。专家建议,应加大政策扶持力度,激发回收企业主观能动性。

“城市矿山”

“我和妻子都不算数码产品爱好者,但家里的废旧手机加起来也超过10部。”长沙90后小伙王杨告诉记者。打开抽屉,映入眼帘的是各种型号的智能机和功能机。因为卡顿、掉电快或内存不足,这些手机不得不放在家里“吃土”。“卖掉吧,一来卖不上价,二来呢,也担心个人信息被泄露。即便是格式化处理后或者恢复出厂设置,也难保不被专业人士恢复。”王杨说。

没有垃圾,只有放错地方的资源。废旧手机便是放错地方的“城市矿产”。“一部手机配件有超过60种元素材料,包含金银钨钼等多种稀贵金属,手机材料也可以回收再利用。”周傲介绍说。据估算,每吨废旧手机可提炼约200克黄金、2200克白银、100千克铜。

相关报告显示,到2030年,我国废旧手机总量将达37万吨。根据测算,只要中国的手机回收率保持在33%左右,到2030年,回收金属总价值便可达251亿元,比通过原始开采的方式节省近56亿千瓦时能源,相当于中国2022年可再生能源发电量的20倍。

废旧手机的资源价值和环境风险并存。手机材料中有包括汞、铅、镉等重金属在内的多种有害物质,如果进入土壤、地下水中,在生态系统中累积,就会带来生态环境和人体健康风险。手机材料本身也难以自然分解,如不规范处置,会对环境造成长期影响。

“与手机保有量和报废量相比,我国手机回收率仍然较低。”周傲说。据介绍,目前,我国仅规定在电视机、电冰箱、洗衣机、空调器4类家电产品中鼓励生产企业实施回收目标责任制,对于废旧手机尚未明确责任或制定回收率目标,难以对生产商形成有效约束。同时,对手机回收的补贴也难以落到实处,使相关企业的回收积极性大打折扣。

“朝阳产业”

“我国的废旧手机回收利用产业正进入发展机遇期。”周傲判断。据介绍,目前我国废旧手机回收渠道主要有三种:一是生产商回收,如国内一些手机厂商开展的“以旧换新”活动;二是销售平台回收,如京东等一些电商平台提供

的废旧手机报价和回收服务;三是企业回收,如一些企业通过自建平台、与生产商合作等方式回收废旧手机。天眼查专业版数据显示,目前我国现存手机回收企业4500余家,其中湖南以1400余家位列区域首位。从成立时间来看,50.3%的企业成立于1—5年内。

被回收的废旧手机,大致有两种去向:上市时间短、功能完好的手机经翻新后,低价流入二手市场;损坏无法使用的,拆解零部件再利用,或直接提炼原材料。

处理废旧手机,需要经过预处理、回收和精炼提纯等步骤。其中,预处理主要是将电子废弃物中的金属与非金属分开,实现金属的初步富集;回收主要是将稀贵金属进行提取富集;精炼提纯则是从回收的贵金属浸出液中,得到纯度较高的稀贵金属。

位于湖南汨罗的万容电子废弃物处理有限公司,是国家首批家电“以旧换新”试点拆解企业。该公司相关负责人表示,看好废旧手机资源化利用前景,公司也拥有相关技术手段。“目前还在观望,一方面是盈利模式还不是很明显;另一方面,对于作为‘新九类’的废旧手机,目前国家还没有出台补贴激励政策,大家积极性不够。”该负责人直言。

2010年,我国发布《废弃电器电子产品处理目录》(第一批),将电冰箱、洗衣机、房间空调器、微型计算机等五类产品(简称“四机一脑”)的回收处理管理纳入法制化轨道,并实施基金补贴制度。后续《废弃电器电子产品处理目录(2014年版)》新增了手机、传真机、打印机、复印机等九个品类(简称“新九类”),但目前尚无基金补贴。

“若‘新九类’纳入基金补贴范围,行业肯定会迎来大幅抬头。”周傲说。

打通堵点

近年来,《废弃电器电子产品回收处理管理条例》、循环经济促进法、固体废物污染环境防治法等一系列法律法规的出台实施,促使废旧手机回收利用产业有了政策保障,发展逐步规范。不过有业内人士认为,产业仍面临综合能力不足、消费者回收废旧手机意愿不高、回收流程长、回收成本较高等堵点。

智研咨询发布的相关报告显示,2023年全国共回收手机约2.8亿部,其中2.5亿部以上用于直接/翻新销售,占总回收量的90%左右,是0.26亿部报废拆解手机量的近十倍。能否在回收品中“掘金”,事关企业“入场”信心。

隐私泄露和信息安全,无疑是制约废旧手机回收利用的痛点。“国家应从法律层面和监督执法层面着手,保障消费者的信息安全。要鼓励机构和个人对企业的手机回收和二手交易进行监督,建立奖惩制度,促进手机回收和安全处置。”民建长沙市委副主委、长沙理工大学法学院副教授黄周炳认为。

“大家在换新手机的同时,也应考虑旧手机的去向。”周傲建议消费者处理废旧手机应尽量选择正规渠道,既保护个人信息安全,又为环保作贡献。而对于回收行业,他建言通过加强监管、提升技术、规范操作流程,探索制定统一的行业标准,实现回收全流程标准化、规范化,确保“物尽其用”。

“应加大政策扶持力度,激发回收企业主观能动性;推动手机厂商设定回收率目标,提高二手市场回收效率。”他说。

据《工人日报》王鑫 方大丰/文