

【台灣智慧解決方案協會 智慧部落格】

台灣智慧解決方案協會 × AI 戰略洞察 2025 年 3 月 | 數位品牌資產系列

AI 虛擬人戰略全書

從零打造高價值數位品牌資產的完整指南

#AI 虛擬人 #數位資產 #品牌戰略 #LoRA #台灣智慧解決方案

你有沒有想過，你的品牌代言人可以 24 小時不休息、永遠不會爆出醜聞、形象百分百受你掌控，而且隨時可以多語言切換出現在全球市場？

這不是科幻小說，而是 AI 虛擬人 (AI Virtual Human) 正在為全球企業實現的商業現實。

韓國虛擬網紅 Rozy 年收超過新台幣 4000 萬元；日本虛擬模特兒 Imma 代言 IKEA 與 BMW；巴西的 Lu do Magalu 擁有超過 3000 萬粉絲。這些數字不是噱頭，而是品牌資產化的新典範。

台灣智慧解決方案協會為你拆解這場革命的核心戰略、技術路徑與商業變現邏輯。

一、為什麼現在是佈局 AI 虛擬人的臨界點？

很多品牌還在把 AI 虛擬人當成一個「好玩的趨勢」觀望，卻沒意識到這場卡位戰正在悄悄展開。三股力量正在同時成熟，形成不可錯過的黃金交叉：

- ▶ 技術成熟 (Technology)：生成式 AI 已從實驗室進入穩定商用，圖像、影音、語音的一致性輸出不再是技術挑戰。
- ▶ 世代認同 (Adoption)：Z 世代將虛擬互動視為日常，對「真人」與「AI 角色」的信任邊界正在模糊化。
- ▶ 品牌需求 (Demand)：企業急需「高可控、零風險」的代言解決方案，傳統真人網紅的公關地雷讓品牌疲於奔命。

這三者的交匯，就是 AI 虛擬人的戰略甜蜜點 (The Sweet Spot)。

AI 虛擬人不是動畫角色的延伸，而是「數位角色 × AI 系統 × 社群人格」的全新資產。

二、真人網紅 vs. AI 虛擬人：你選對工具了嗎？

很多品牌把 AI 虛擬人和真人網紅放在同一個預算池裡比較，這是戰略上的根本性誤解。兩者的本質完全不同：

真人網紅的本質是「租借影響力」——你支付的每一分錢都在換取短暫的曝光，對方的情緒、私生活、意外言論都可能隨時讓投資歸零。風險高、可控性低、資產歸屬不在你手中。

AI 虛擬人的本質是「建構品牌資產」——你打造的是一個形象永恆穩定、24/7 隨時待命、多語言多地部署、且 IP 所有權完全歸屬於你的數位員工。

真人網紅是行銷費用，AI 虛擬人是品牌資產。這個認知差距，決定了企業在數位時代的競爭高度。

三、3D 戰略架構：賦予虛擬人靈魂

一個成功的 AI 虛擬人不是靠精美圖片堆出來的，而是靠縝密的戰略設計。我們提出「3D 戰略架構」作為建構指南：

第一層：Define (定義)

鎖定你的利基市場 (Niche) 與目標受眾 (TA)。你的虛擬人是服務哪個產業、說話對象是誰、解決什麼問題？沒有清晰定義，所有技術投入都是空中樓閣。

第二層：Design (設計)

建立視覺識別系統 (Visual Identity)：臉孔、髮型、穿搭風格、色彩計畫、技術規格。每一個細節都是後續 AI 訓練的「錨點」，必須在動筆之前就完全確定。

第三層：Desire (渴望)

賦予角色情感連結 (Connection) 的能力——世界觀、性格缺陷、個人喜好。記住：不完美的角色才真實。一個完美無缺的 AI 讓人感到距離，有溫度的缺陷讓人想靠近。

四、角色 DNA 藍圖：視覺一致性的核心密碼

AI 的最大天敵是「臉盲症」——每次生成圖像都像是全新的陌生人。解決這個問題的核心是建立「角色 DNA 藍圖 (Character Blueprint)」，讓 AI 有明確的視覺錨點可以遵循。

你的角色 DNA 必須包含以下十大固定特徵：

- ▶ 年齡範圍 (如 28-32 歲)：決定專業權威感與親和力的黃金比例
- ▶ 身高與體型：鎖定全身構圖的物理基礎
- ▶ 臉型幾何比例：心型臉、高顴骨等幾何分析基準
- ▶ 五官特徵：眼型、鼻樑立體度、標誌性的痣或雀斑
- ▶ 膚色與膚質：確保不同光影下的一致高級感
- ▶ 固定髮型描述：長度、捲度與顏色
- ▶ 專屬妝容風格：避免隨機性產生廉價濾鏡感
- ▶ 穿搭與服裝風格：強化品牌專業標籤
- ▶ 標誌性配件：增加視覺記憶點
- ▶ 氣質與神韻：賦予角色生命力的靈魂核心

這份 DNA 說明書是後續所有 AI 訓練的「唯一標準」，不可隨意更動。

五、工具選擇：三種生產引擎各有所長

市場上的 AI 圖像工具各有戰略定位，選錯工具等於事倍功半：

✓ GenApe / OpenArt — 快速上手 (Speed)

一站式介面，操作門檻極低，適合社群小編的日常快速產出與原型概念測試。缺點是對極端視角的臉部控制較弱，難以資產化。

✓ Midjourney (--cref 參數) — 風格美學 (Aesthetic)

視覺質感目前業界最強，指令相對簡單，適合高端時尚品牌形象圖的快速產出。--cref 功能可鎖定參考圖進行臉部一致性控制。

✓ Stable Diffusion + LoRA — 極致控制 (Control)

可訓練專屬模型、微調所有細節，適合需要商業授權、長線品牌資產建構的專業 IP 團隊。學習門檻較高，但控制精準度無可比擬。

戰略建議：快節奏社群選 OpenArt，高端形象選 Midjourney，長線商業資產唯有訓練專屬 LoRA。

六、LoRA 模型訓練：打造一致性角色的四步驟

對於認真經營數位資產的品牌，LoRA (Low-Rank Adaptation) 模型訓練是不可繞過的技術核心：

Step 1: 選定聖杯圖 (The Holy Grail)

選出 1 張完美符合角色 DNA 的基準高畫質肖像 (Reference Image) , 這是整個訓練的「北極星」。

Step 2: 建立數據集 (Dataset)

收集 15-30 張涵蓋多角度 (正臉、側臉、俯仰)、多情緒、多場景的高品質圖像, 統一裁切為 1:1 比例、最低 512×512 解析度。背景和動作必須多樣化, 臉部特徵必須百分百一致。

Step 3: 模型訓練 (Training)

透過 Tensor Art 等雲端平台進行訓練, 設定專屬觸發詞 (Trigger Word, 如 AriaAdvisor) , 訓練輪數建議 10-20 次。訓練完成後, 務必設定 Private 私有權限保護企業資產。

Step 4: 場景生成 (Generation)

使用觸發詞搭配場景提示詞生成內容, 務必刪除原本描述外貌的冗餘詞彙——特徵已烘焙在觸發詞中, 重複輸入反而導致視覺崩壞。

七、從靜態到動態：讓品牌資產「活」起來

靜態圖像是基礎, 但讓虛擬人「動起來」才能真正佔領粉絲的心。初期策略建議: 以高品質靜態圖文為主, 短秒動圖為輔。

- ▶ Runway / Pika: 將靜態圖片轉為 3-5 秒氛圍短片 (B-roll) , 強化存在感
- ▶ HeyGen / D-ID: 讓靜態照片開口說話 (Talking Head) , 適合品牌介紹與產品解說
- ▶ HitPaw Edimakor: 結合 CGI 與 AI 剪輯, 適合進階影片產出

關鍵洞察: 影片生成不是要取代圖像, 而是補強角色的「存在感」——讓粉絲感受到一個真實活著的人格, 而不只是一張漂亮圖片。

八、商業變現路徑：四條 IP 獲利軌道

AI 虛擬人的終極目標是從「工具成本」轉變為「被動資產收入」。台灣智慧解決方案協會建議以下四條變現軌道同步佈局:

- ▶ 品牌代言 (Endorsement) : 產品置入、形象拍攝, 最直接的初期收入來源
- ▶ 數位產品 (Digital Products) : AI 寫真集、語音包、NFT 數位收藏品
- ▶ 知識變現 (Knowledge) : 以虛擬人角色扮演 AI 講師、顧問諮詢服務
- ▶ IP 授權 (Licensing) : 遊戲角色、周邊商品、影視漫畫授權——迪士尼模式的數位版

目標明確：從單次勞務收入（代言費）轉向被動資產收入（授權金）。這才是真正意義上的數位資產建構。

九、風險管理：透明才能建立信任

AI 虛擬人的商業部署不能忽視倫理與法律層面的風險控管：

- ▶ 版權歸屬 (Copyright)：確保使用的 AI 模型允許商業使用，避免潛在的版權糾紛
- ▶ 肖像權風險 (Likeness)：嚴格避免生成酷似真實名人的臉孔
- ▶ 標示義務 (Disclosure)：遵守平台規範，在發布內容中標示 #AI #VirtualHuman 標籤
- ▶ 深度偽造防護 (Anti-Deepfake)：建立品牌聲明機制，防止你的 IP 被惡意盜用

Transparency builds trust. (透明建立信任) 這不是口號，而是 AI 品牌時代的生存法則。

十、執行路線圖：從 0 到 1 的四個月啟動計畫

以下是台灣智慧解決方案協會建議的標準啟動時程，可依企業規模與資源彈性調整：

- ▶ Month 1：定義與設計 (Design) ——市場分析、DNA 企劃、原型概念測試
- ▶ Month 2：訓練與優化 (Train) ——數據集建立、LoRA 模型訓練、一致性測試
- ▶ Month 3：內容堆疊 (Content) ——累積 9-12 篇高品質貼文、定義品牌風格、試營運社群
- ▶ Month 4+：發布與變現 (Launch) ——全面社群推廣、尋求品牌聯名、啟動數位產品發布

記住最重要的原則：先決定路線，再決定工具。戰略清晰度永遠優先於戰術執行速度。

結語：最好的種樹時間是現在

AI 虛擬人不是遙遠未來的技術，它是今天就可以開始部署的商業工具。當你的競爭對手還在觀望時，先行者正在悄悄建立無法被複製的數位護城河。

台灣市場正處在這場革命的早期佈局視窗。無論你是品牌行銷人、創業者，還是企業決策者，現在都是開始思考「你的第一位數位員工」的最佳時機。

「最好的種樹時間是 20 年前，最好的 AI 虛擬人佈局時間是現在。」

台灣智慧解決方案協會持續追蹤 AI 虛擬人產業的最新發展，並為台灣企業提供戰略諮詢與技術落地支援。如果你對本文有任何問題，或希望深入了解如何為你的品牌打造專屬 AI 虛擬人，歡迎透過以下管道與我們聯繫。

☎ 合作洽詢：info@smartcitiesgroup.net

© 智慧城市股份有限公司版權所有，未經允許，禁止以任何形式直接或間接商業使用。

#AI 虛擬人 #數位品牌資產 #台灣智慧解決方案協會 #AIVirtualHuman #LoRA #虛擬 IP

+886 920-208-020

info@tss-association.org

<http://www.tss-association.org>

