

AI照相馆让小镇居民实现“云旅游”

看见正能量
定格世间美好 汇聚凡人微光

“快去照相哦，免费‘全国旅游’！”

近日，西南大学人工智能学院的学生实践团在重庆市荣昌区直升镇开起“AI照相馆”，同学们利用自主改进的AI技术，将照片背景替换成各种风景名胜，真正实现了AI“云旅游”，让村民们足不出户就能与全国风景名胜合影留念。

7月9日，该实践团成员接受了华西都市报·封面新闻记者的采访，讲述了“AI照相馆”背后的故事。

AI技术 让村民足不出户“云旅游”

避开人流与上海东方明珠合影，站在重庆洪崖洞的最佳机位拍一张照片……“AI照相馆”都可以帮村民实现。

西南大学人工智能学院学生实践团成员介绍，这里的很多老人，一辈子都没离开过直升镇，但一直想见外面的世界，留下旅行的足迹。于是，同学们利用自主改进的AI技术，将照片背景替换成各种风景名胜，真正实现了AI“云旅游”，让村民们足不出户就能与全国风景名胜合影留念。

“一位和蔼的老奶奶拿到‘AI照相馆’生成的照片后，紧紧握住我的手激动地说，‘这是我拍过最好的照片，真的很谢谢你……’”该实践团成员说，看着老人们露出开心的笑颜，疲惫都会烟消云散，心里充满着温暖。甚至有老人主动担任起“宣传委员”，招呼其他人来感受“AI照相馆”。

同学们为村民捕捉温暖瞬间的同



村民前来参观“AI照相馆”。孙一博摄



实践团成员给小朋友们拍照。孙一博摄

学院学生王涪迪说，相比去年的老系统，今年的AI修复2.0系列确实有所更新改进，尤其是在处理老照片中的人像时，修复效果更好。

如何让AI合成的照片看起来更“真”？王涪迪介绍：“在‘AI云旅游’板块的开发中，我们通过深度学习算法，实现了高精度的人像分割与背景替换。为保证合成照片的真实感，我们对比了多种神经网络模型后，最终采用ResNet50作为主网络，它在保持计算效率的同时，提供了优异的抠图效果，即便是头发丝级的细节也能精准处理。”

“此外，我们通过控制背景复杂度并优化网络选择，系统能够自动识别并替换背景，让人物自然融入新场景，从而达到‘云旅游’的视觉体验。”王涪迪说。

用AI打开任意门 “天堂电影院”正在筹备中

连续两年用AI赋能，传统科技体验的界限被打破，AI技术也能到达田间地头，实践团队的成员们也在不断地反思创新。

西南大学人工智能本科生辅导员孙一博说：“去年团队做了老照片翻新，今年在去年的基础上增加了‘云旅游’和证件照。去年活动结束后，我们也在思考，村里的部分老人可能从来没有旅游过，为什么不能运用我们所学的知识，让他们‘身临其境’？于是，‘AI云旅游’今年成功落地。借助AI的力量打开‘任意门’，我们也想让学生明白，科技不是悬浮的，它一定是服务于普罗大众的。”

孙一博透露，明年的“三下乡”实践中，准备让老照片真正“动起来”。“像‘天堂电影院’的感觉，让大家看到逝去的年华。”

华西都市报·封面新闻记者 车家竹

时，一些感动的瞬间也被留下。西南大学人工智能专职辅导员汪易玲说：“让我印象最深的是，有一个步履蹒跚的老爷爷，有点耳背，他站在远处观望，同学们就去邀请他来拍照，他听清楚后就说要先去理个发，还特意换了一件白衬衫。”

走进乡村，走入大地，与当地村民约定来年再见，同学们用实际行动证明，科技应当服务于人。

修复技术更新 头发丝级的细节也能精准处理

去年，西南大学人工智能学院的同学使用AI技术，为村民们修复那些流淌着岁月的老照片。今年，这一美好记忆继续被延续，同学们利用最新的AI技术，对老照片进行翻新和修复，唤醒沉睡的记忆。

与去年相比，今年的AI修复2.0系列做了哪些升级换代？西南大学人工智能

数字素养与技能提升看四川

“瘾食文化”创始人徐林飞：

短视频和直播应成为每个人的标配

位于成都市成华区的万谷智慧产业园内，一幢砖红色的四层小楼里分布着大大小小多个直播间和录影棚：一楼直播间，美食博主“朵一”正在向网友推荐各种美食；三楼摄影棚，特写镜头对准厨师Neo制作的新菜品，让人垂涎欲滴。

近年来，短视频、直播电商等新型数字平台的发展，为众多年轻人提供了新的就业机会，也为不少打工仔提供了创业转型的契机。2017年，在传统媒体干了近十年的徐林飞投身短视频领域创业，成立MCN机构（专门为网络视频创作者提供服务的机构）“瘾食文化”，并先后孵化了多个粉丝量过千万的达人IP。之后，公司又转战电商赛道，逐渐发展出直播带货、本地生活直播、自建品牌电商等多项业务。

“当下，短视频和直播应成为每个普通人的标配，每个人都应该去学习和掌握这些新的社交技能。”徐林飞说，下一步，公司将发挥自身优势，面向“新农人”开展电商直播相关技能培训，同时旗下达人也将持续输出优质内容，讲好天府之国的文化故事。

从达人孵化到入局电商 他敏锐捕捉到“流量”风向

“最近几天，我们正在忙一件大事，

帮助永辉超市打造本地生活直播电商店铺，包括搭建直播间、打造货架等。”徐林飞介绍，所谓本地生活直播，简单来说就是“直播卖券”，通过线上直播展示，吸引消费者线上下单、线下消费。

之所以把它当作一件大事，在徐林飞看来，当前，消费品、美妆、服饰、酒水等各行各业都在争相入局电商，而类似永辉这样的商超百货，拥有最大的零售消费场景，它们的相继入局也意味着电商行业的竞争已进入下半场。经历了头部主播带货到品牌下场自播，在电商直播已“卷”成一片红海的当下，本地生活直播将是重要的发展趋势。

做出这样的判断，主要还是基于多年的行业浸润，徐林飞已深谙“流量”的巨大能量。

在公司刚成立之初，徐林飞和团队专注于网红孵化，通过持续输出短视频内容，先后打造了“朵一”“魔鬼厨房”“总裁来了”“小西加点甜”等知名达人，之后凭借积累的过亿粉丝，与超过1000家品牌进行合作，实现了商业模式变现。

但仅靠接广告的方式并不长远。随着移动短视频爆发式发展，短视频平台的“流量”变现方式也在不断发生变化。例如，从一开始单依靠广告赚钱，到内容

的商业化，再到布局直播电商业务，不少品牌也乘着东风实现弯道超车。

跟随平台发展步伐，徐林飞敏锐捕捉到流量风向，并在2020年开始试水电商直播。

“并不是架个相机或摄像机就能马上开播，真正要跑出商业模式还是挺难的。”徐林飞坦言，从做内容转型电商直播，中间也入过不少坑，但在不断地试错中，团队也逐渐积累起了在电商领域的优势。

从业者应用新技术 讲好四川故事

在数字技术飞速发展的当下，短视频与直播已逐渐成为内容创新、技术创新、商业模式创新及业态创新的代表性产业之一。正因如此，徐林飞认为，短视频和直播也应该成为每个普通人的生活标配。

“以前大家见面就说加个微信，以后可能会是加短视频号，通过视频来进一步了解对方。”在徐林飞看来，短视频和直播作为一种新的社交技能，大家都应该去主动学习和掌握。

作为从业者，也需要保持对新技术的学习和更新。“对于内容创作者来说，AI大模型将有助于提升产能、提高管理

效率。我们应是最早一批对AI产生应用需求的人，要去拥抱这种改变。”徐林飞说。

随着直播电商不断下沉，“瘾食文化”也充分利用其在直播电商领域的经验，参与乡村振兴。2022年，公司通过和平台共同打造的蒲江水果电商直播基地，助力当地农特产品销售。“如果把电商比作是一场运动会，主播等从业者都是运动员，我们更多的是作为教练，帮助大家更好地了解平台的机制政策，同时做好直播培训服务。”徐林飞说。

如今，在网红孵化和直播电商两个不同赛道，徐林飞仍在不断触摸行业“天花板”。谈及下一步规划，他想讲的故事还有很多：一是通过“瘾食文化”孵化的美食类达人IP，不断输出优质内容，讲好四川美食故事；二是通过自己开发的服饰品牌，讲好四川的传统文化和时尚故事；三是持续做好产业电商，讲好“新农人”故事。

同时，公司将在本地生活直播领域持续深耕。“我们已经做到了生活服务类的全国头部服务商，希望竞争壁垒还能更高一点，帮助更多品牌建立起电商模型，把这条路跑通。”徐林飞说。

华西都市报·封面新闻记者 熊英英 姚瑞鹏