

证券研究报告  
传媒/行业深度报告  
领先大市-A（维持）

# AI落地切实推动内容与营销产业快速增长

## AI应用落地深度分析报告

2024年10月11日

- ◆ 大模型的发展开启了AIGC时代，当前多模态发展趋势清晰，AI视频生成正在迅速发展。目前大模型已从早期的技术驱动转向生态驱动，AI技术持续商业化应用与落地。
- ◆ 在互联网各个应用场景中，移动视频、移动社交占据近6成的移动互联网用户时长，其中移动视频时长占比仍在进一步增长。2023年9月，五大新媒体平台（抖音、快手、微博、小红书、B站）去重活跃用户规模10.88亿，全网渗透率达88.9%，内容对于流量的驱动作用进一步提升。
- ◆ AIGC技术应用与落地带来的提质、降本、增效，推动内容产业供给端持续繁荣，创作门槛明显降低，创作人群扩张，互联网广告、直播电商规模呈增长趋势，内容产能和商业变现实现双提升。
- ◆ 2023年中国AI基础数据服务市场规模为45亿元。预计未来五年的复合增长率超30%。国家统计局数据显示：2024年上半年，信息传输、软件和信息技术服务业增长11.9%。AI在数据采集、分析和运营等领域发挥了更大作用。尤其在营销领域，随着AI与算力的快速发展，数据分析有望更全面的分析、预测用户行为，从而用于精准推送，并依靠自动化服务进一步降本增效，推动广告营销业务流程重塑和产品价值创新。2024年Q1和Q2，我国互联网广告市场规模分别为1649.1亿元和1864.9亿元，分别实现了12.8%和10.9%的同比增长，增速较过去几年有显著提高。2023年以来，随着AI应用带来的广告投放与销售转化效率提升，多家互联网企业广告营销收入增长加速。
- ◆ 推荐关注AI落地推动收入显著增长的互联网平台，如腾讯控股、美团-W、快手-W和Bilibili-W等。营销服务方向的蓝色光标等；AI内容应用端的昆仑万维、视觉中国、捷成股份和中文在线等。
- ◆ 风险提示：AI技术发展不及预期；AI技术落地应用进度不及预期；宏观经济与政策不确定性等。

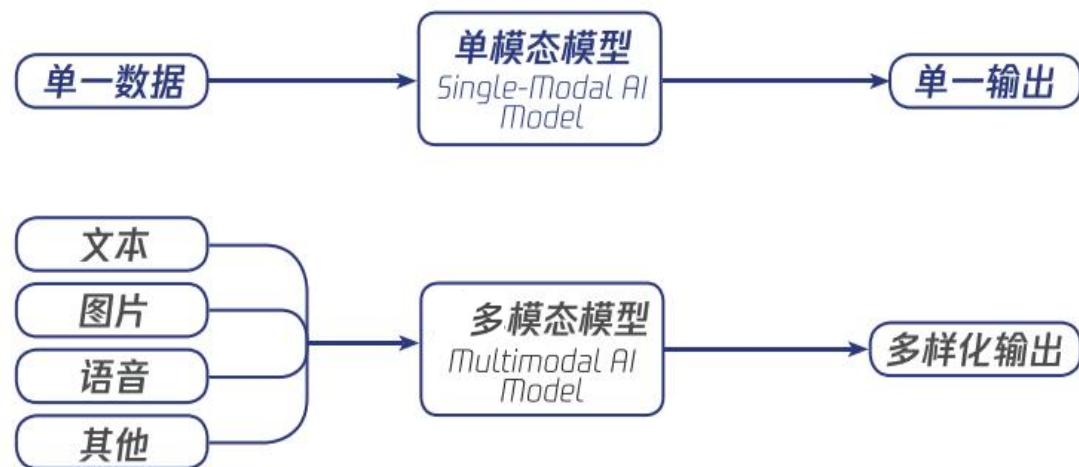
- 01 大模型和AI应用高速发展
- 02 AI推动内容丰富，创作降本增效
- 03 AI与算法应用推动营销效率提升
- 04 投资建议
- 05 风险提示



## 1.2 多模态模型对内容生产模式的影响

- ◆ 多模态模型能够提供更加全面的认知能力和丰富的交互体验，拓宽AI处理复杂任务的应用范围是其通用人工智能的重要路径之一。例如，OpenAI的Sora模型推出使得全球多模态大模型的发展得到关注。
- ◆ AI生产力提升将改善传统工作流程。大模型应用或将影响人机交互方式和机器原有的决策能力，以上两方面的提升将对原有内容生产力再次释放，结合对产业上下游链条和生态合作方式，进而改变整体数字管理体系。
- ◆ AIGC以内容生成为核心，结合商业应用的不断迭代，最终指向数字工作作业模式及治理模式的改变。

单模态模型VS多模态模型



内容生产变迁



# 1.3 各模态发展进程

◆ 多模态发展趋势清晰，文本、图像商业化规模和成熟度较高，AI视频生成正在迅速发展。

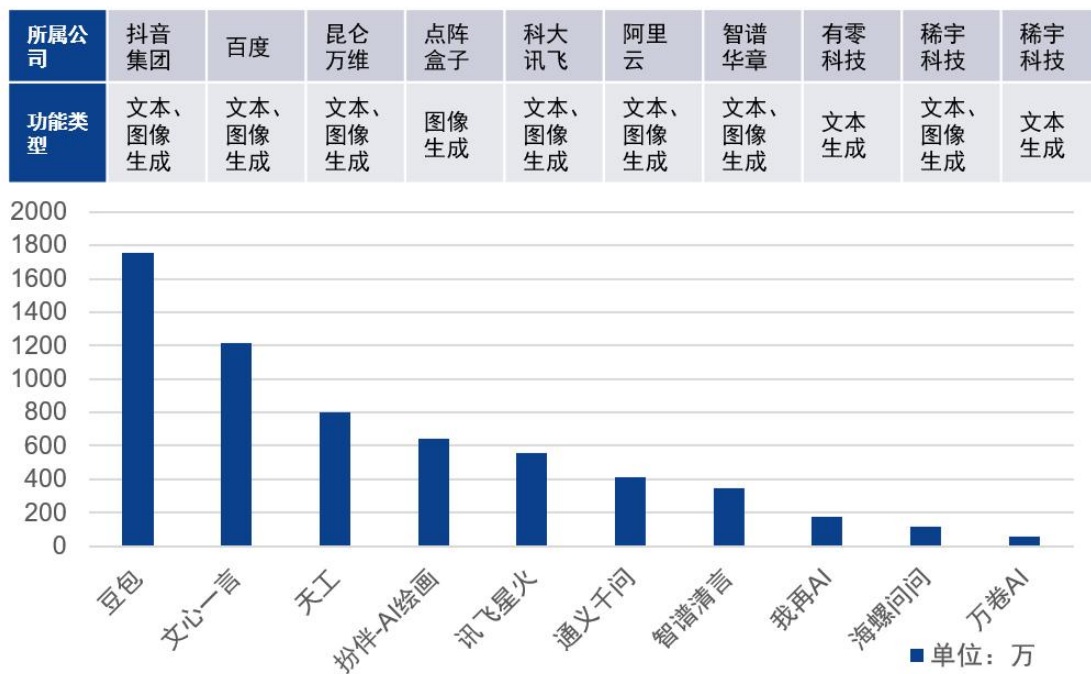
各类型商业化进程

	概况	关键节点	代表应用
文本	<ul style="list-style-type: none"> <li>大语言模型在文字处理上面的卓越表现开启了生成式AI的浪潮，基础模型能够基于语言进行推理是智能的重要表现</li> <li>在各个领域应用最为成熟，例如ChatGPT日活用户已经突破1亿，OpenAI在2024年6月ARR的达到34亿美元</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018年6月，由Alec Radford主导在OpenAI推出GPT-1</li> <li>2020年6月，OpenAI推出GPT-3，引发业界关注，验证scaling路线</li> <li>2022年11月，ChatGPT掀起技术浪潮</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ChatGPT</li> <li>Character.AI</li> <li>Gemin</li> <li>Anthropic</li> </ul>
图像	<ul style="list-style-type: none"> <li>文生图领域产生仅次于基础模型的杀手级应用，获得大量创作者和用户关注，成熟度仅次于文本模态</li> <li>Midjourney已有超过2000万用户，在无投资的情况自我造血，在2023年的营收超过2亿美元</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年1月，OpenAI发布初代文生图模型DALL-E</li> <li>2022年8月，Stable Diffusion在Stability.ai的支持下开源，推动社区在图像领域快速发展</li> <li>2023年3月，Midjourney V5发布，成为现象级应用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>StableDiffusion</li> <li>Hidjourney</li> <li>Dall-E 3</li> </ul>
视频	<ul style="list-style-type: none"> <li>视频是图像模态的进一步扩展，但由于技术复杂，对于算力、数据等资源要求较高，成熟相对文本、图像较慢</li> <li>领军企业已经做出标杆，显著加速领域发展，已出现多家视频生成领域创业公司，但商业化、产品化进展较慢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022-10月，Google、Meta发布Phenaki、Make-A-Video</li> <li>2023年下半年，创业公司推出Runway-Gen2，Stable Video Diffusion、Pika等产品</li> <li>2024年2月，OpenAI发布Sora引发全球关注</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sora</li> <li>Runway</li> <li>快手可灵</li> <li>Pixverse</li> </ul>
音频	<ul style="list-style-type: none"> <li>目前主要是音乐生成(语音识别、克隆暂不纳入讨论)，场不如图片生成、视频生成等领域热门，比视频更加早期</li> <li>明星创业公司较少，但有加速的发展的态势</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年2月，Suno.ai发布Suno V3</li> <li>2024年6月，Stability.AI推出文生音频模型Stable Audio Open</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suno</li> <li>Stable Audio</li> </ul>
3D	<ul style="list-style-type: none"> <li>技术路线目前尚不清晰，垂直明星创业公司较少，产品大多处于早期阶段，但正在加速发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年8月，NeRF论文发表</li> <li>2022年9月，谷歌发布DreamFusion</li> <li>2023年5月，OpenAI开源Shape-E模型</li> <li>2024年7月，Meta发布Meta 3D Gen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Luma. AI</li> <li>Meshy</li> </ul>

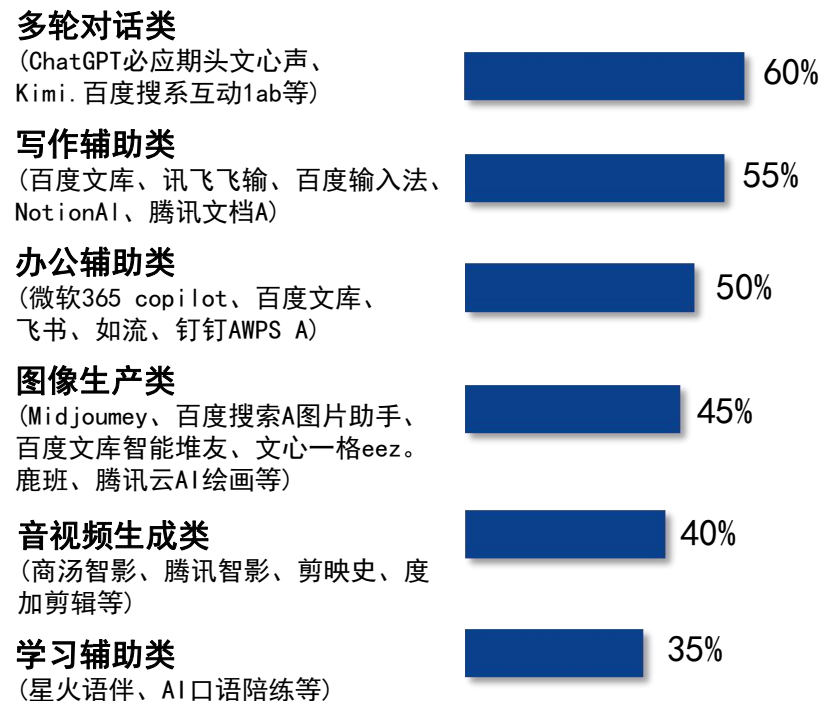
# 1.4 文本与图片生成逐步普及

- ◆ 目前AIGC相关应用中普遍围绕文本与图片生成两项功能与产品应用场景进行适配。
- ◆ 针对各类型使用场景可主要归纳为两种形态：
  - 信息生成：围绕工作场景，用户可借助AI生成所需的文本、图片等内容信息，也可生成办公文档、辅助计算，缩短工作时长，提高效率。
  - 内容总结：借助浏览器AIGC插件总结文字、视频等内容，提升阅读效率，聚焦核心信息，并以标签形式提炼，助力工作提效。

2024年1月AIGC APP活跃用户规模TOP10



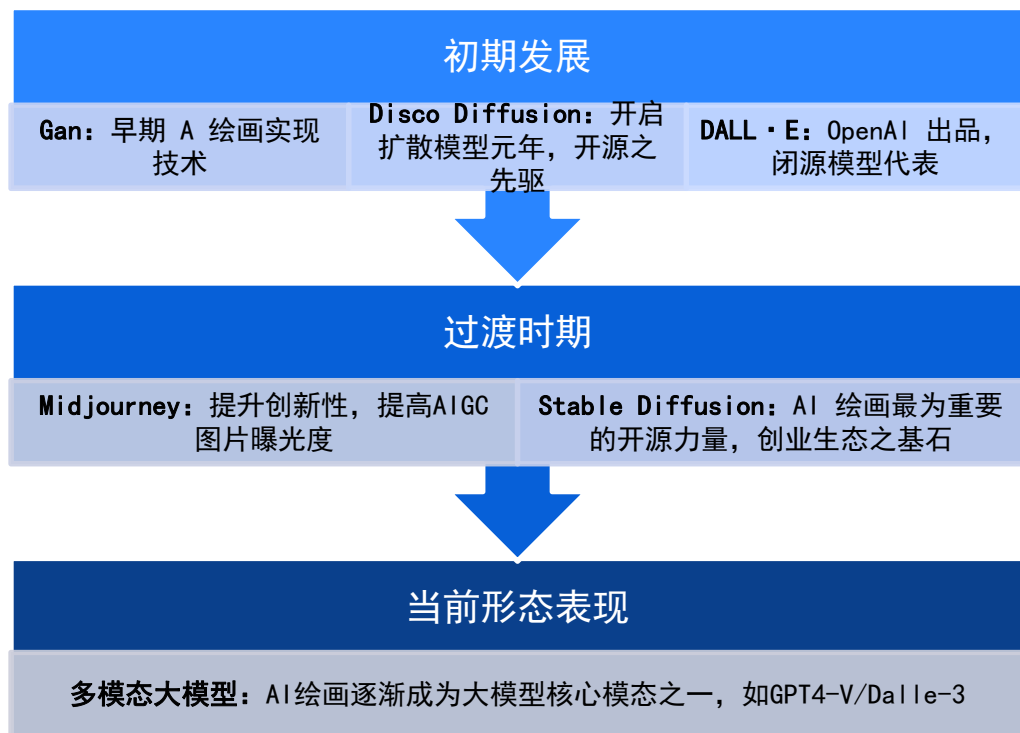
生成式AI使用情况



# 1.5 图片生成发展历程

- ◆ 在GAN、Transformer和扩散模型等技术和开源的不断升级，AIGC技术在图像领域的定位逐渐由工具向生产力升级，实用性和商业性增强，降低绘制的技术门槛和二次编辑开发成本，应用于艺术创作、美术设计、营销创意、视觉插画、泛娱乐内容等多领域。
- ◆ 2023年AIGC相关图片应用正式开启“全面商用”时刻。从多样性的艺术维度冲击多样性的行业商业，在流量平台等虚拟内容经济的加持下，互联网用户群开始将AI应用融入日常场景。早期AIGC应用以独立软件为主并产生出部分破圈产品吸引流量，随着生成技术的不断提升部分硬件厂商逐步将相关技术嵌入至产品本身。

AI绘画工具与技术三次跃迁



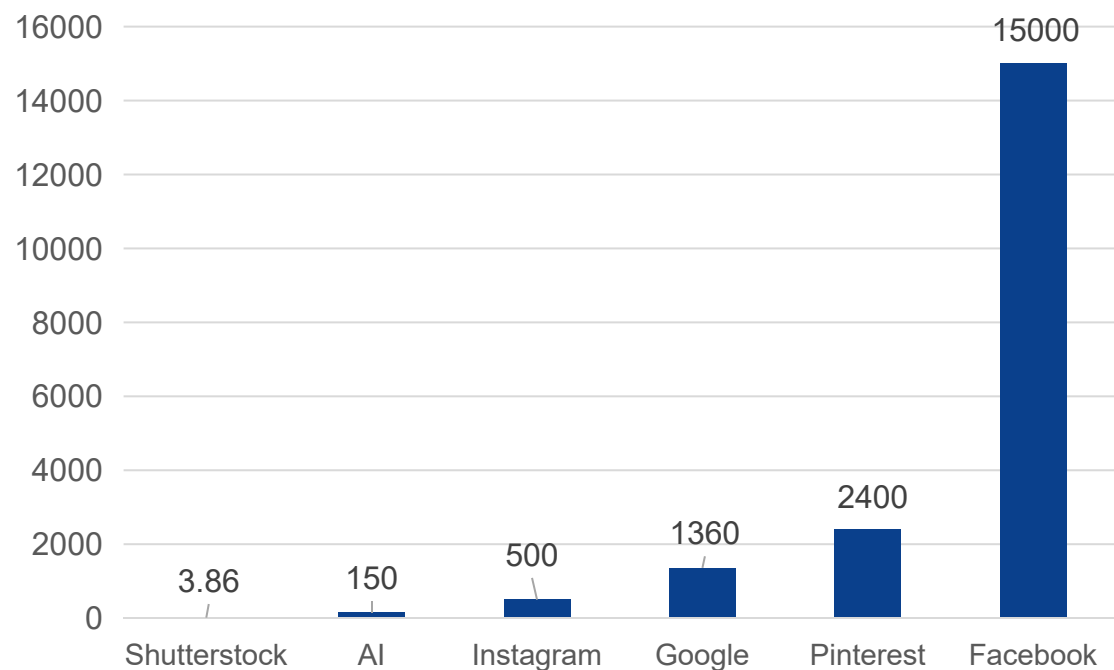
早期C端应用以及目前端侧结合



# 1.5 图片生成发展历程

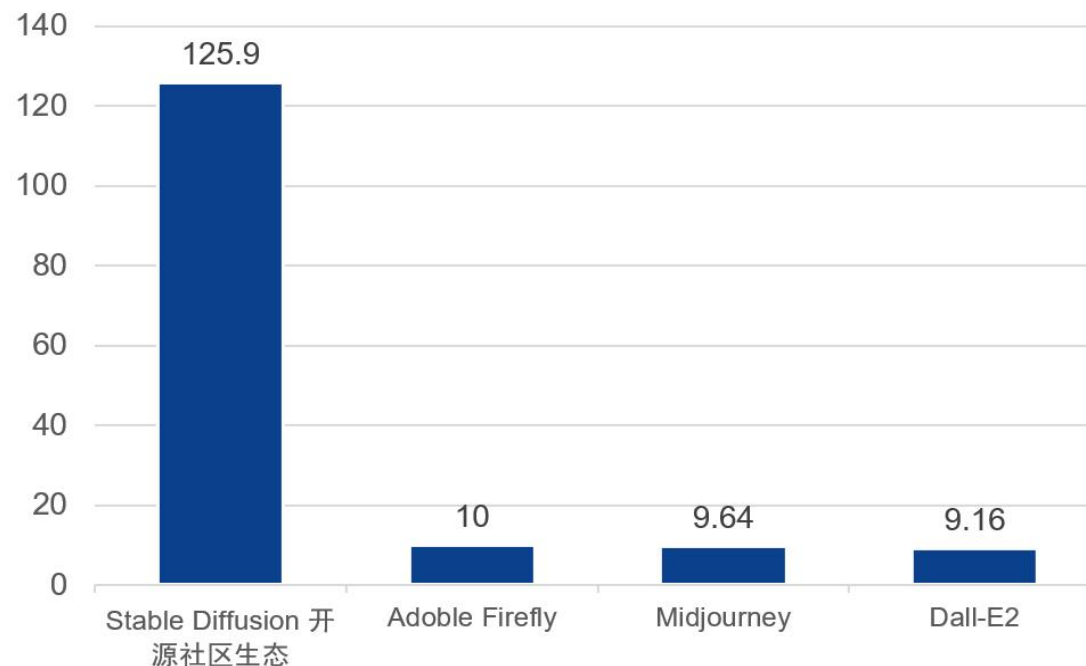
- ◆ AI生成作为图片生成工具降低用户绘制或拍摄门槛，有助于图片内容端持续繁荣。据EVERYPIXEL估算，截止到2023年8月份，AI生成的图像超过过去150年人类拍摄的所有照片数量。
- ◆ 从历史发展规律推演，AIGC创作者经济时代也必然会催生对生成式 AI 的需求，因为新经济的形成和运作离不开对新生产要素的确权。例如，当前的互联网数字经济对数字 的需求催生以视觉中国为代表的数字 内容平台。
- ◆ 未来针对AI生成图片及相关 问题将成为用户及相关平台的关注之一。

头部内容平台



■ 图片数量 (单位: 亿, 截至23.8)

AI生成图像数量 (共154.7亿张)

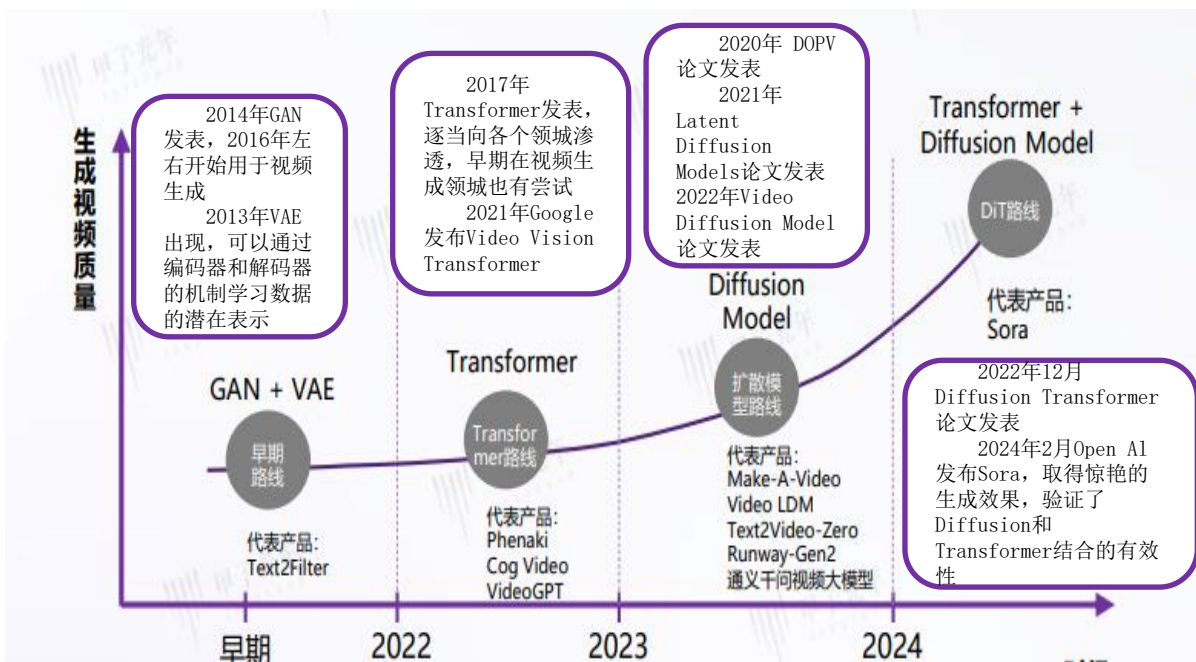


■ AI生成的图像数量 (单位: 亿, 截至23.8)

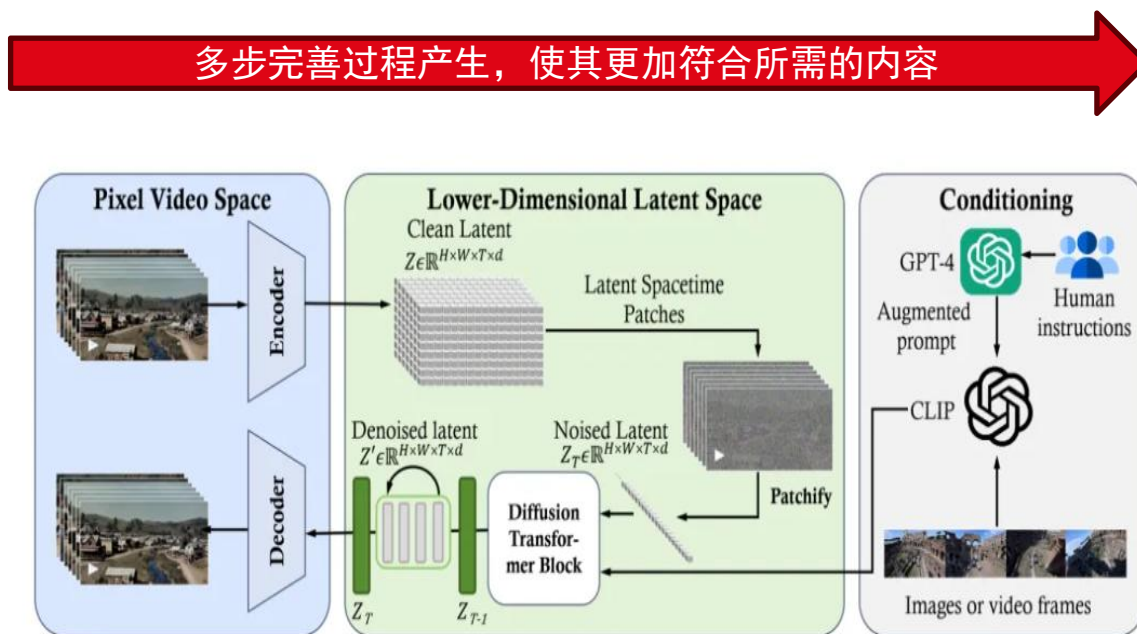
# 1.6 视频生成发展历程

- ◆ AI文本生成和图像生成相继走向成熟，Sora发布加速视频生成相关技术发展，自身展示该领域较为确定性技术范式，将Diffusion Transformer (DiT) 推向主流应用，大量视频生成凭借DiT路线并取得成功。单纯基于语言模型的路线是业界关注的另一条路径，可以更好地融合不同的模态，且可扩展性强，未来可能会有新的进展。
- ◆ AIGC已经加速迈入视频生成阶段。2024年可实现根据文本提示生成初版短视频，2025年有望实现根据文本生成初版长视频，并在视频制作环节真实使用落地。
- ◆ 视频生成正在由检索生成、局部生成走向依靠自然语言提示词的全量生成，生成内容更加灵活丰富，应用空间广阔。

视频生成模型发展



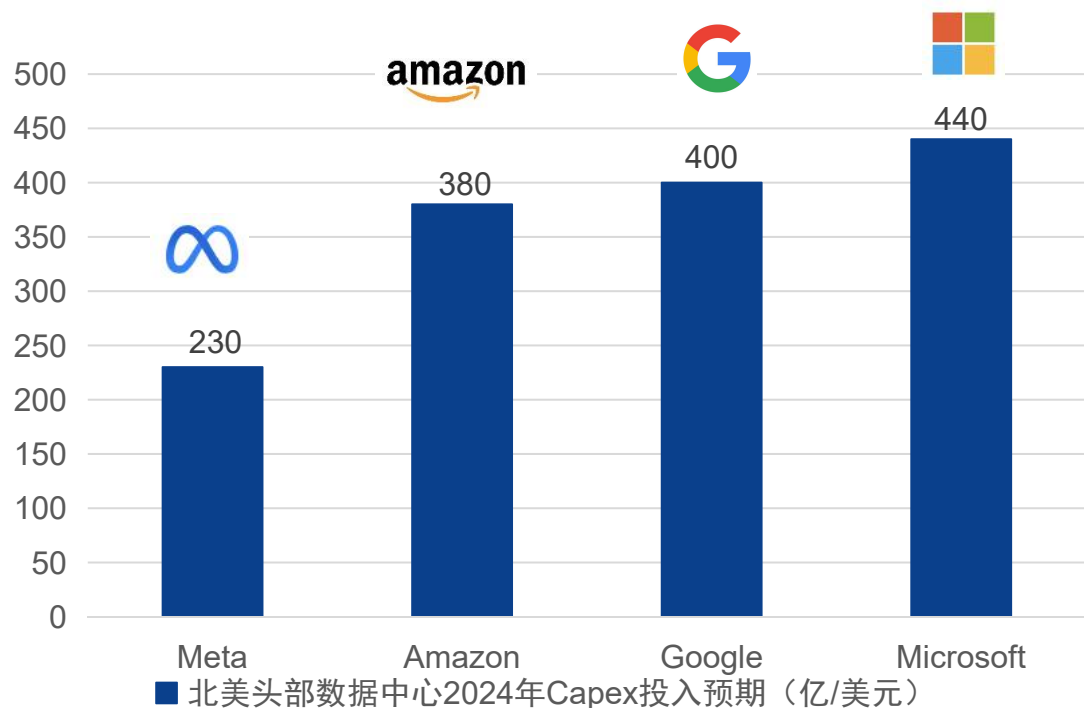
Sora技术推演



# 1.7 视频生成发展基础

- ◆ 视频生成模型发展在技术确立下，算力将驱动模型快速进步，稳定性、可控性、丰富度将持续提升，解锁更多应用空间：
  - 训练侧，视频模型发展遵循Scaling Law，需要在Scalable的模型架构上增加数据和算力来提升模型能力。
  - 推理侧，算力成本的下降和充足的供给来支撑下游的应用和商业化。以OpenAI Sora的实践成果来看，继续增加模型的数据量和相应的参数规模 (Scale up) 依然是AI发展的核心路线，算力支持是模型进步的必要能力。scale提升后可以涌现出更多高级特性。

北美头部数据中心预算情况



计算量对结果影响



# 1.8 视频制作流程及行业现状

- ◆ AIGC视频生成工具可对视频生产流程进行重塑，由传统视频制作范式进化到“提示交互式”场景，以用户提示为基础，将生成结果与用户反馈相结合不断迭代，进而生成最终结果。
- ◆ “提示交互式”相比传统范式具有三方面的重塑：1、压缩制作过程2、提升创意和剪辑自由度3、节省制作成本和时间。
- ◆ 传统制作与AIGC工具在行业发展中相互合作共同磨合。2024年9月18号，Runway和狮门影业开启合作；2024年9月24日，詹姆斯·卡梅隆官宣加入Stability.AI，成为董事会成员。

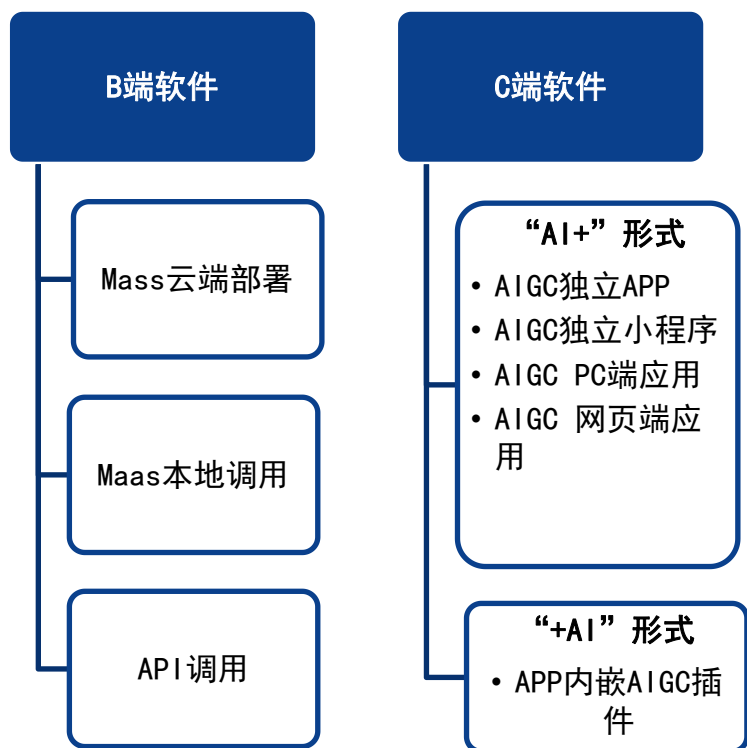
视频制作方式对比图



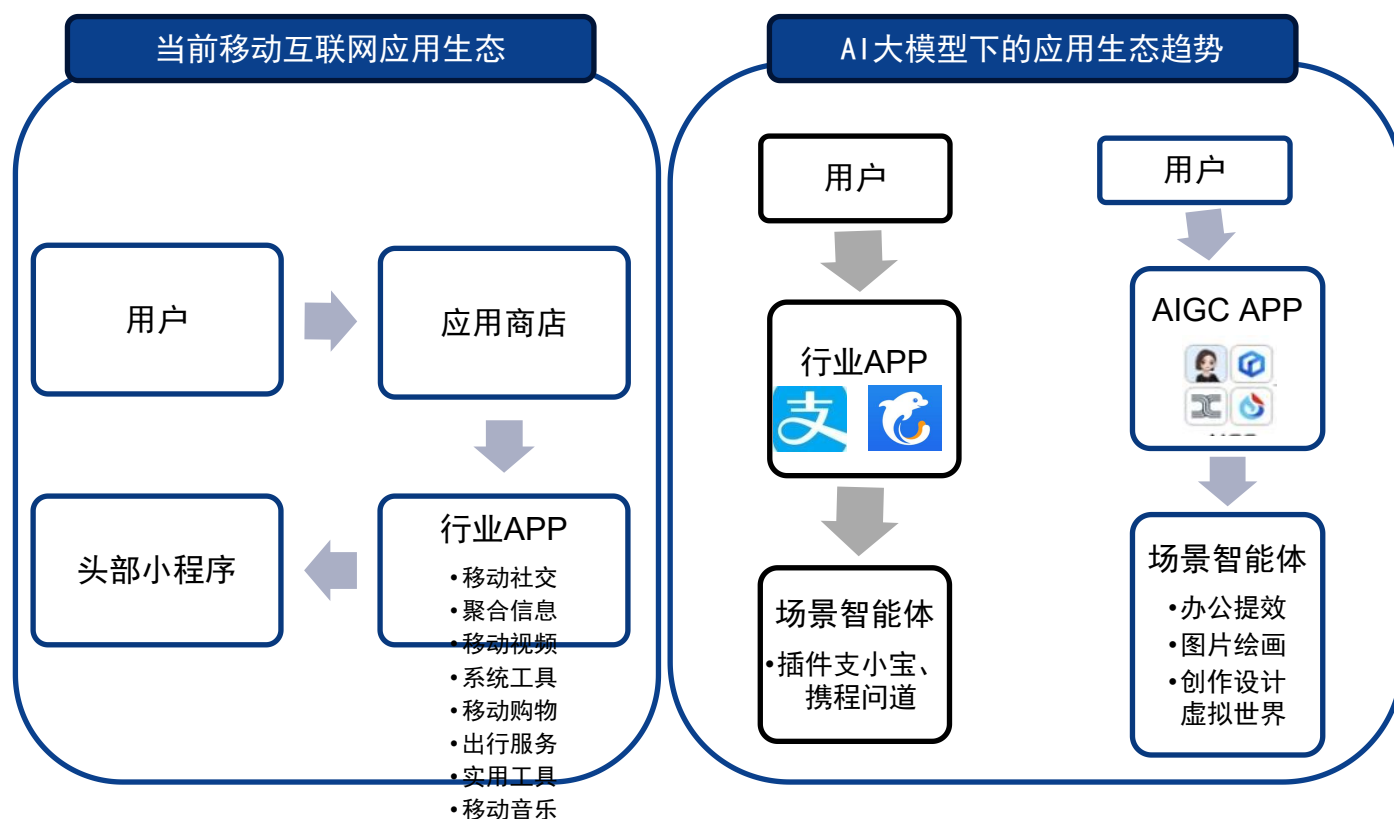
# 1.9 AI应用产品形态

- ◆ 目前大模型已从早期的技术驱动转向生态驱动，商业落地大致可分为软、硬件两种形态，相信未来产业会出现大幅升级甚至重构C端软件形态亦可进一步分为” AI+”（原生应用）和 “+AI”（原有核心业务增强/赋能）。
- ◆ 近期大模型厂商在智能体领域的战略动向，预示着未来用户可能从过往APP使用模式转向与智能体互动的方式；智能体相比APP自身更轻量化，在场景定制化与对原APP进行智能化升级等方面更具优势。

大模型在软硬件的典型应用和服务形态



当前移动互联网应用生态 vs AI模型下的应用生态趋势



# 1.9 AI应用产品形态

- ◆ APP内AI嵌入式应用在现有互联网生态中结合度以及用户接受程度更好更具有发展优势。
- ◆ 从现有APP应用场景，可分为AI工具和AI社交/娱乐两大赛道；包含有场景聚焦型APP与多场景覆盖的综合型APP。
- ◆ QuestMobile数据显示，2024年6月，月活跃用户规模在100万以上的APP占比达13.1%，10-50万量级、10万以下量级占比分别为27.6%、55.3%。

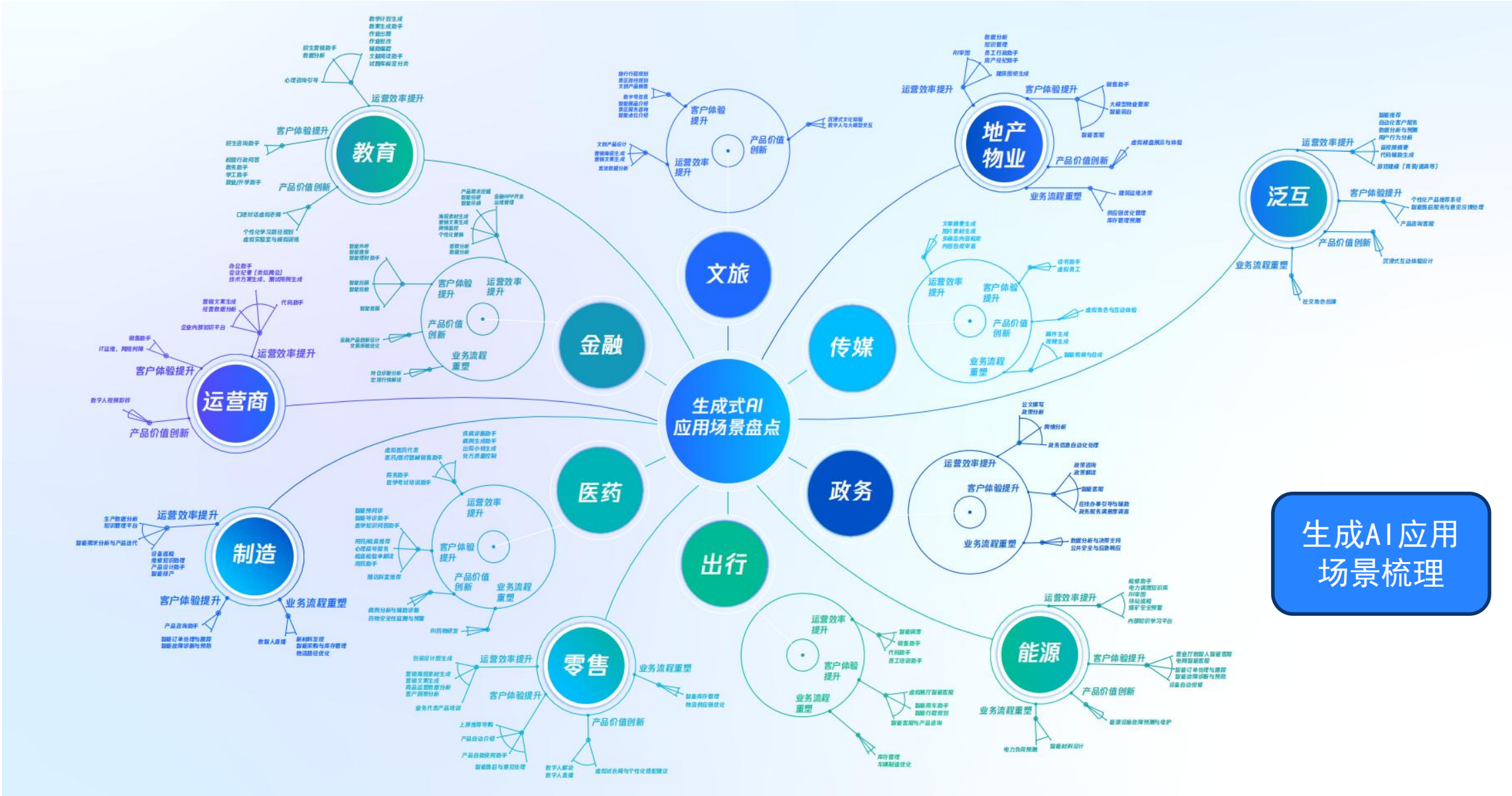
AI应用形态

	独立应用（APP、小程序）	APP内插件形式
应用研发	➢ 以模型厂商自研为主	➢ 基于闭源/开源LLM精调
产品设计	➢ 以各类智能体(细分场景的AI应用)吸引用户	➢ 以核心场景功能增强为主
发展现状	➢ 尚处早期发展阶段，千万级流量仅2家，8成流量低于50万	➢ 头部APP中，9成已完成内嵌的初步探索
优势	➢ 基于通用模型，多领域支持	➢ 依托生态流量池，低成本触达经营用户 ➢ 可快速与同生态内其他业务融合
挑战	➢ 智能体生态表现同质化 ➢ 需要渠道买量获取新增用户 ➢ 用户需求的适配性及粘性有待进一步挖掘及培育	➢ 可靠、可控、稳定的模型 ➢ 精调语料安全性

AI应用场景



# 1.10 生成AI多领域加速落地



生成AI应用  
场景梳理

- 01 大模型和AI应用高速发展
- 02 AI推动内容丰富，创作降本增效
- 03 AI与算法应用推动营销效率提升
- 04 投资建议
- 05 风险提示

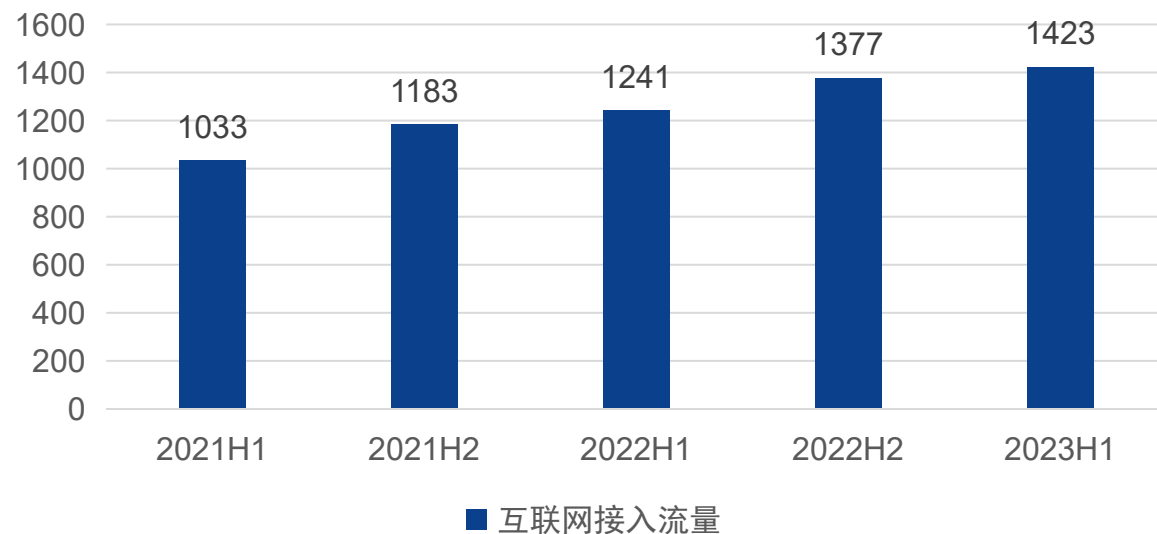
## 2.1 我国互联网发展优势显著

- ◆ 海量数据及用户多元化需求，驱动场景应用不断迭代以满足当前需求。中国自身具备海量数据及旺盛的互联网使用需求，驱动AIGC应用场景快速发展。在消费端中国的互联网使用量约为美国互联网使用量的两倍，其主要原因可划分为两点：1、网民数量上的绝对优势；2、快速提升的移动网民渗透率。仅2023年上半年，中国移动互联网接入流量已达1423亿GB。中国较美国在数据体量上的优势，未来将持续扩大。
- ◆ 互联网红利充分释放，需求与消费持续回暖，根据《中国网络视听发展研究报告（2024）》报告：
  - 网民规模方面继续保持增长态势，将近11亿人；
  - 社交、视频娱乐用户规模庞大，网络视听用户使用率高达98.3%；
  - 泛娱乐领域用户时长均实现了增长，线上消费强劲。

2023年中国与美国消费端互联网使用情况对比



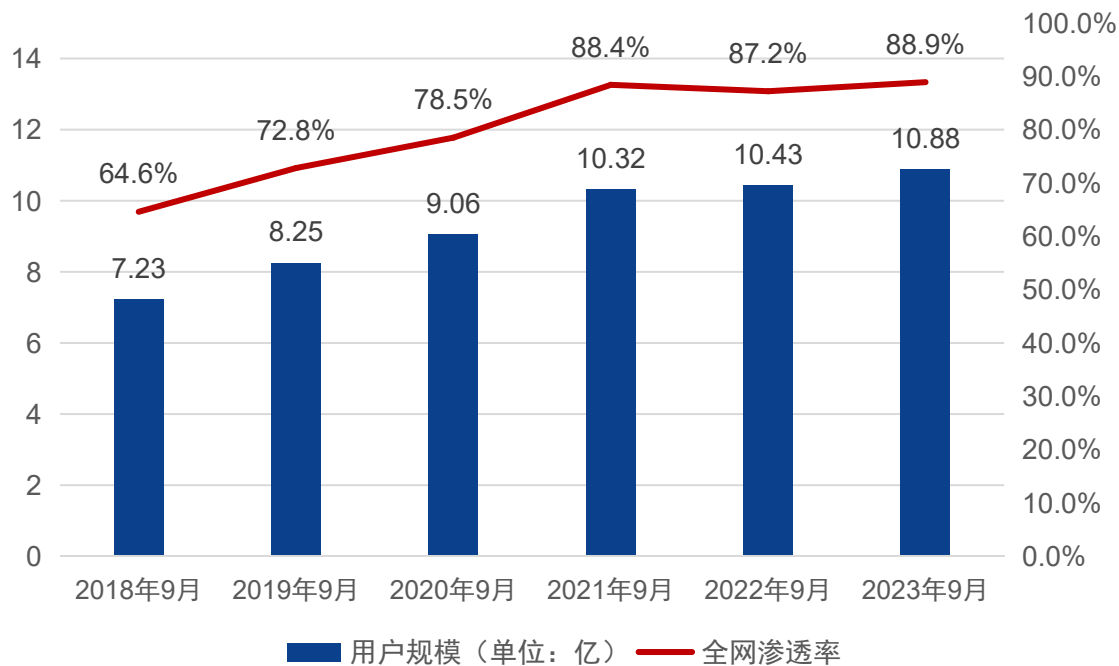
2021H1-2023H1中国移动互联网接入流量（单位：亿GB）



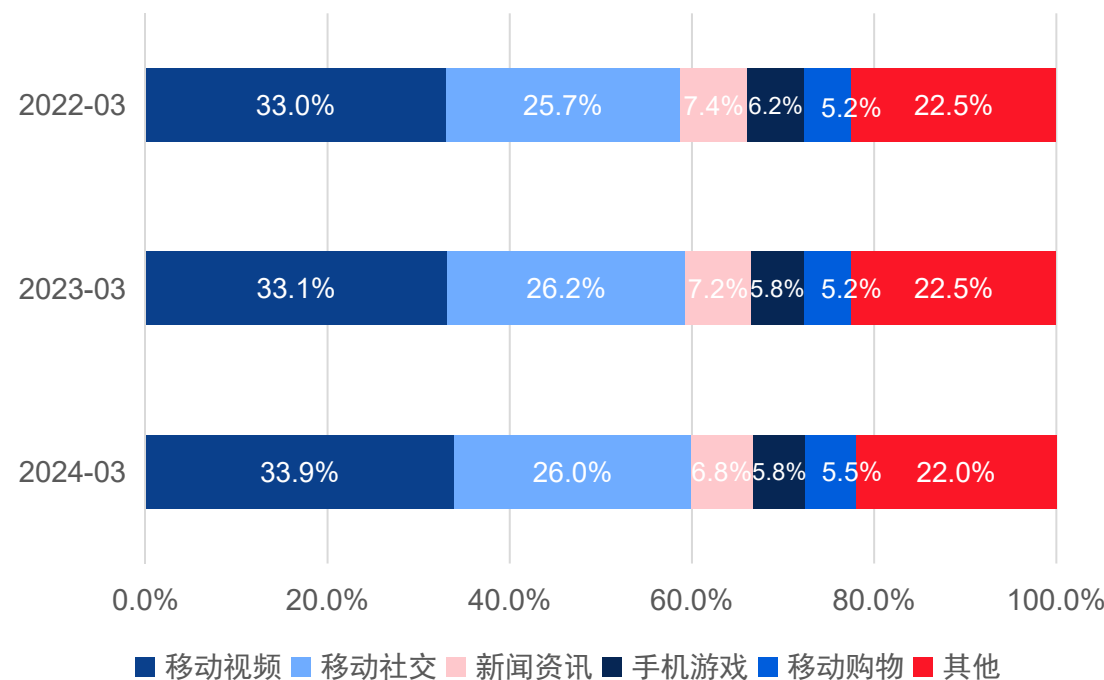
## 2.2 互联网应用场景现状

- ◆ 我国数字经济规模蓬勃发展，互联网大盘流量同步稳定增长。2024年上半年，围绕数据要素、数字经济、数字社会等领域，国家发布多项政策，推动数字经济高质量发展。国家统计局数据显示：2024年上半年，信息传输、软件和信息技术服务业增长11.9%；实物商品网上零售额同比增长8.8%，占社会消费品零售总额25.3%。
- ◆ 在互联网各个应用场景中，移动视频、移动社交占据近6成的移动互联网用户时长，其中移动视频时长占比仍在进一步增长。QuestMobile数据显示，2023年9月，五大新媒体平台（抖音、快手、微博、小红书、B站）去重活跃用户规模10.88亿，全网渗透率达88.9%，新媒体平台用户规模持续攀升，内容对于流量的驱动作用进一步提升。

典型新媒体平台去重活跃用户规模及全网渗透率



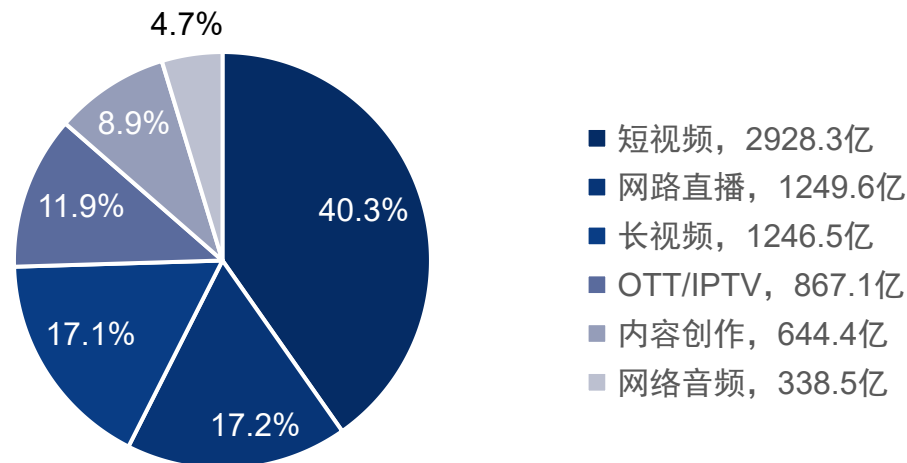
互联网各行使用情况



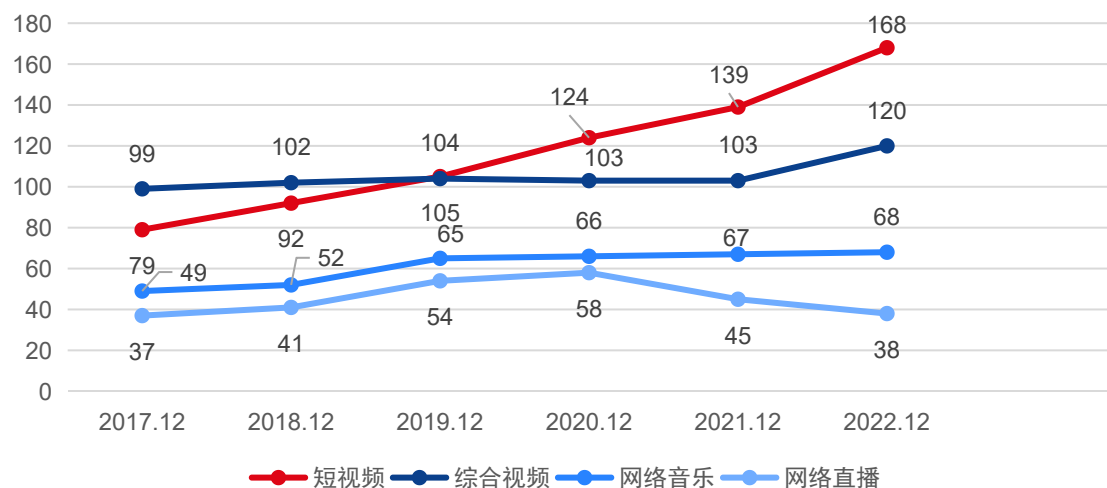
## 2.3 网络视听市场高速发展

- ◆ 短视频用户规模持续增长。截止2022年12月短视频用户规模达10.12亿，在网络视听市场中占比最高。与2021年相比各类用户群里对短视频使用率均有所上升，短视频进一步向各类网民群体渗透。
- ◆ 短视频人均单日使用时长超2.5小时。2019年人均单日使用时间综合视频与短视频时间近似，随后几年保持20%增速，逐渐与其他各类网络视听细分应用拉开差距。Quest Mobile发布《2022中国移动互联网报告》显示，抖音、快手两大短视频App月活分别为7.26亿、5.13亿，远超同期长视频平台。

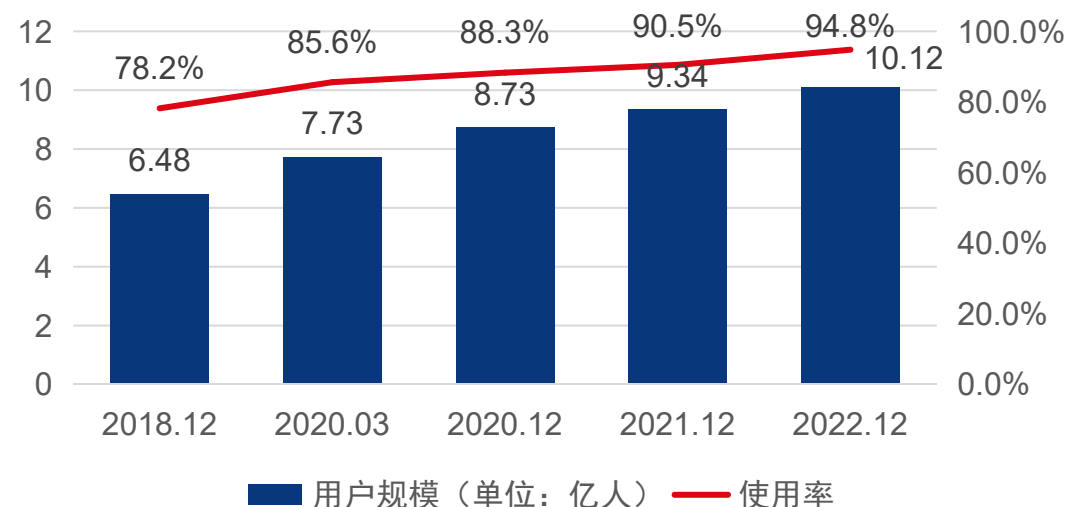
2022年网络视听行业市场规模及构成



网络视听细分应用人均单日使用时长 (单位: 分钟)



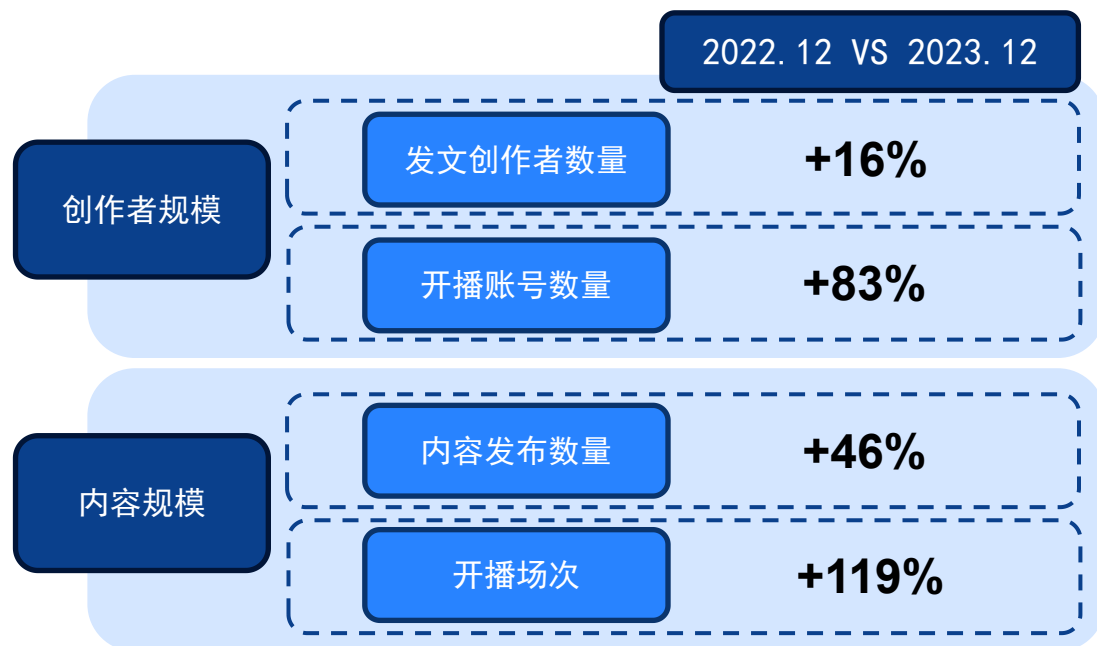
短视频用户规模及使用率



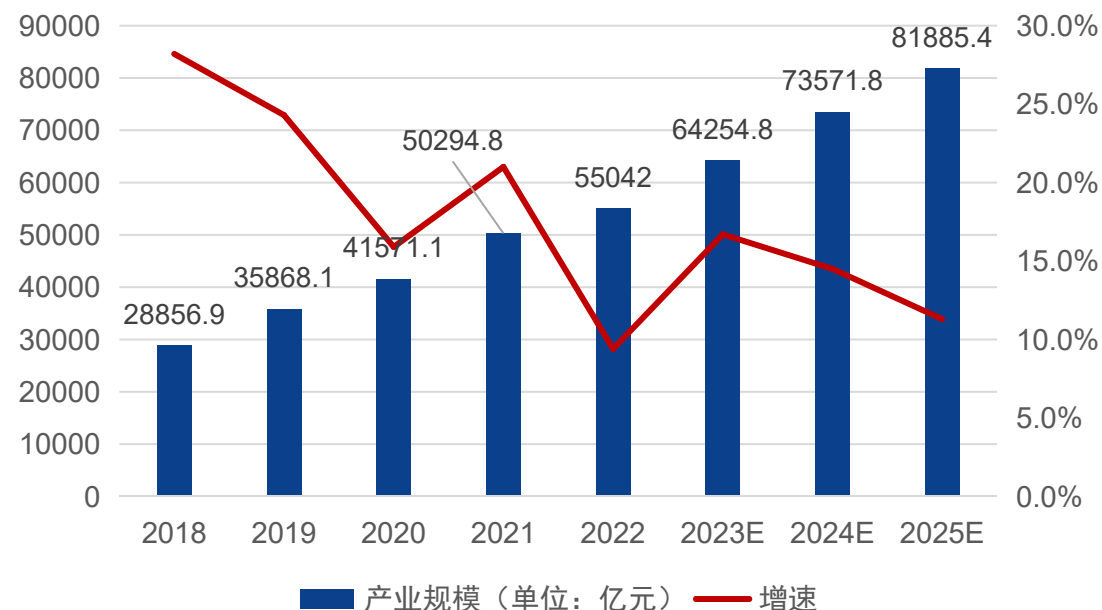
## 2.4 内容产业供需两端变化

- ◆ 内容产业供给端持续繁荣，变现规模与内容大盘数据呈现向上发展趋势，创作积极性明显提升，互联网广告、直播电商规模整体呈增长趋势。内容产能和商业变现实现双提升。
- ◆ 内容行业催生新职业群体，以精细化分工赋能产业。内容生态发展催生大批新职业，衍生出更多就业机会，同时加速行业内部的分工细化。2024年7月30日，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局正式增设网络主播为国家新职业。
- ◆ 随着数字基础设施的不断完善以及AIGC等新技术对内容生产的颠覆，红人新经济生态将加速对传统产业的升级与改造，在充分发挥现有平台、流量和商业增长优势的同时，延伸服务场景，将现有的互联网人口红利升级为数字经济驱动下的数字化红利。

创作者规模、内容规模情况（2022.12 VS 2023.12）



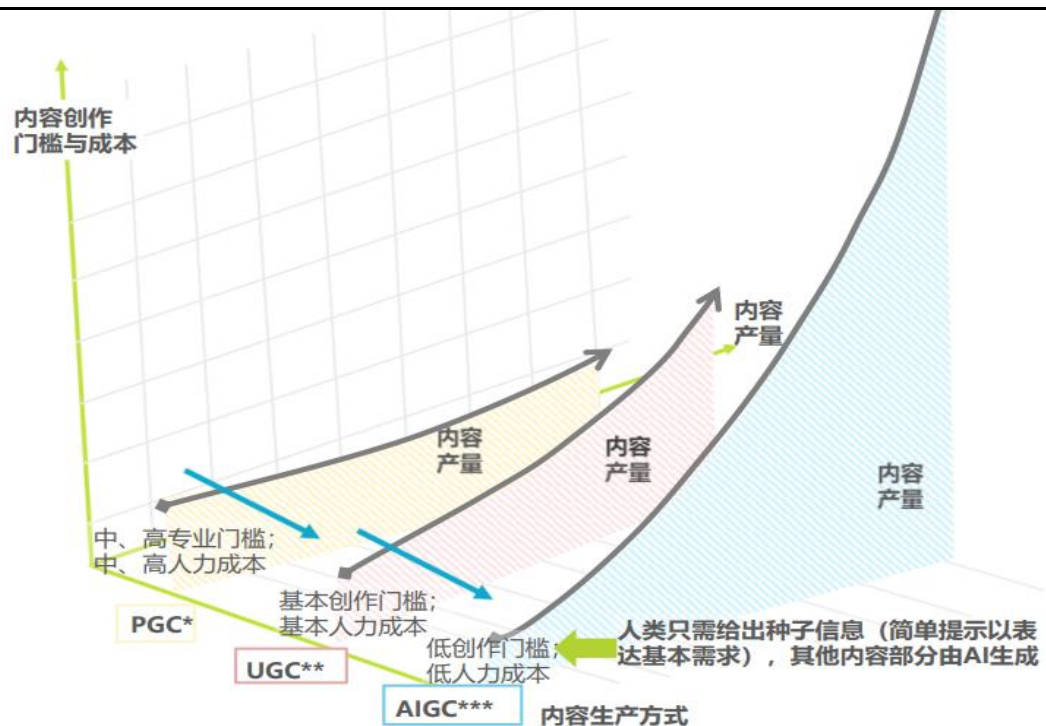
中国红人新经济关联产业市场规模



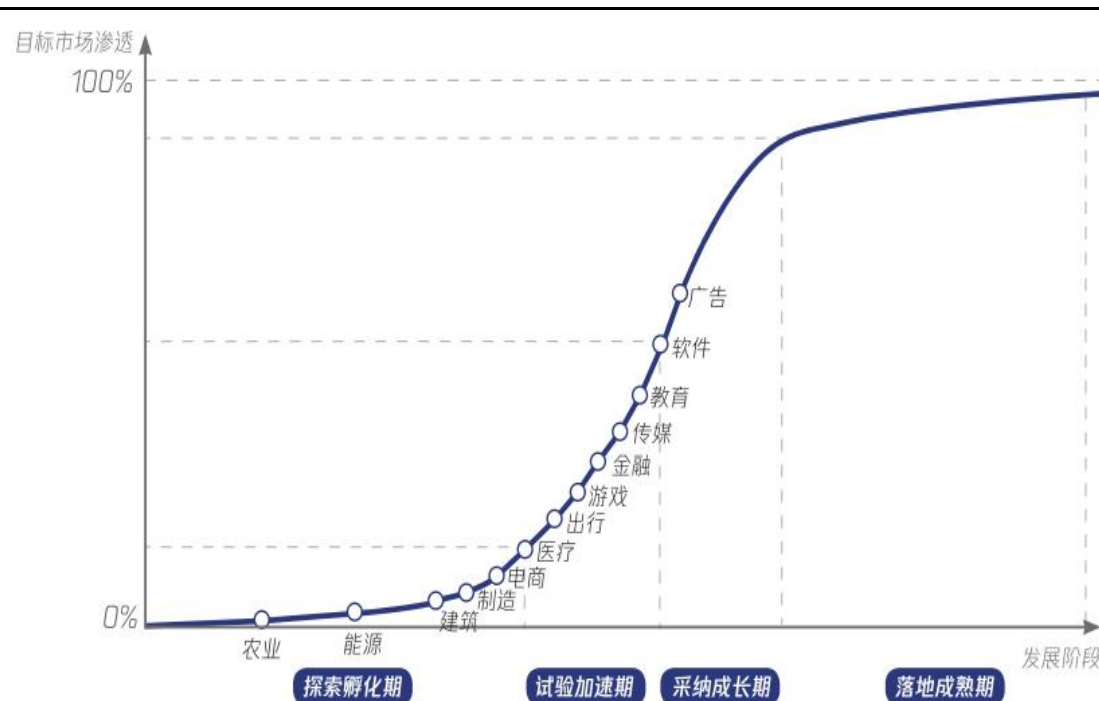
## 2.5 内容创作方式逐步变革

- ◆ 随着互联网环境及技术的发展，为适配不同的社会背景及用户需求，多种内容创作方式顺势而生，经历从PGC、UGC到AIGC的演变历程。
- ◆ 在具备一定内容生产基础条件如通讯技术、硬件设备等，AIGC相比其他内容生产形式，其覆盖基础素材到最终产品的一体化流程。AI技术将有内容生产相结合，从成本与创作门槛等方面为突破口，吸引新创作者的同时提高原有产量。
- ◆ 内容生产将不再只是专业内容创作者才可实现，我国10亿多互联网用户均有可能简单、快速的进行包含但不限于：文字、图片或长、短视频等多种形式内容的创作。2023年，发文创作者数量同比增长16%、开播账号数量同比增长83%；内容发布规模同比增长46%。

内容生产的主要模式变化



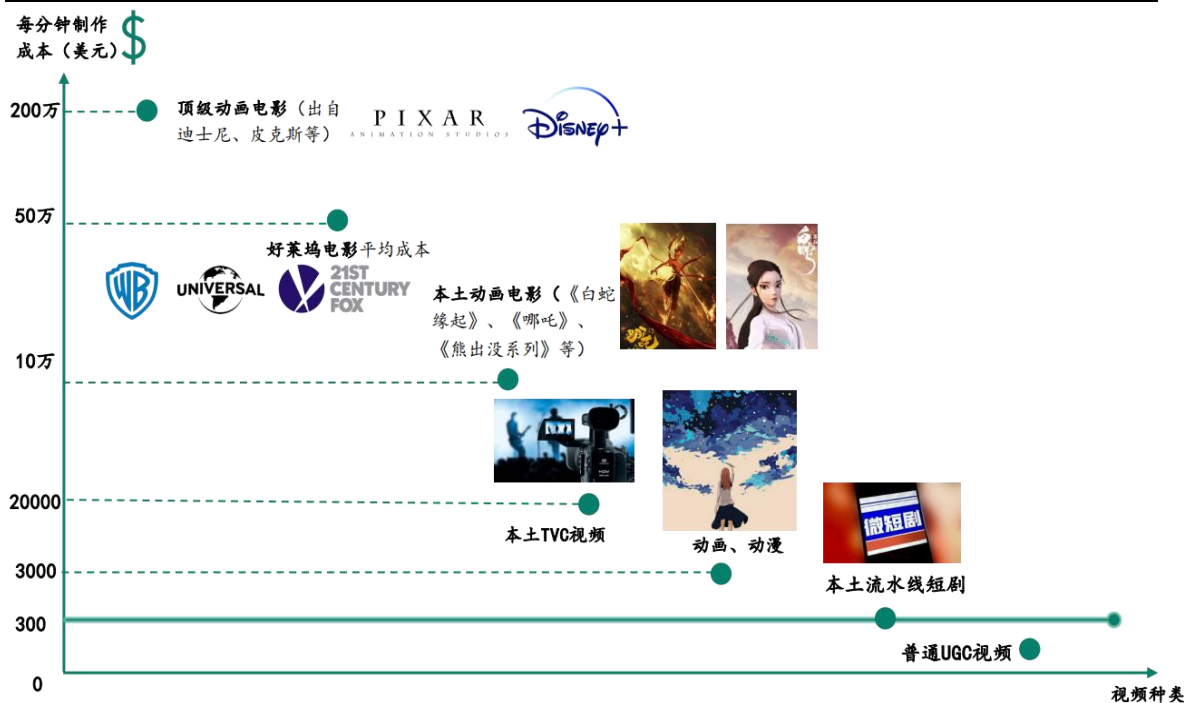
主要大模型应用阶段



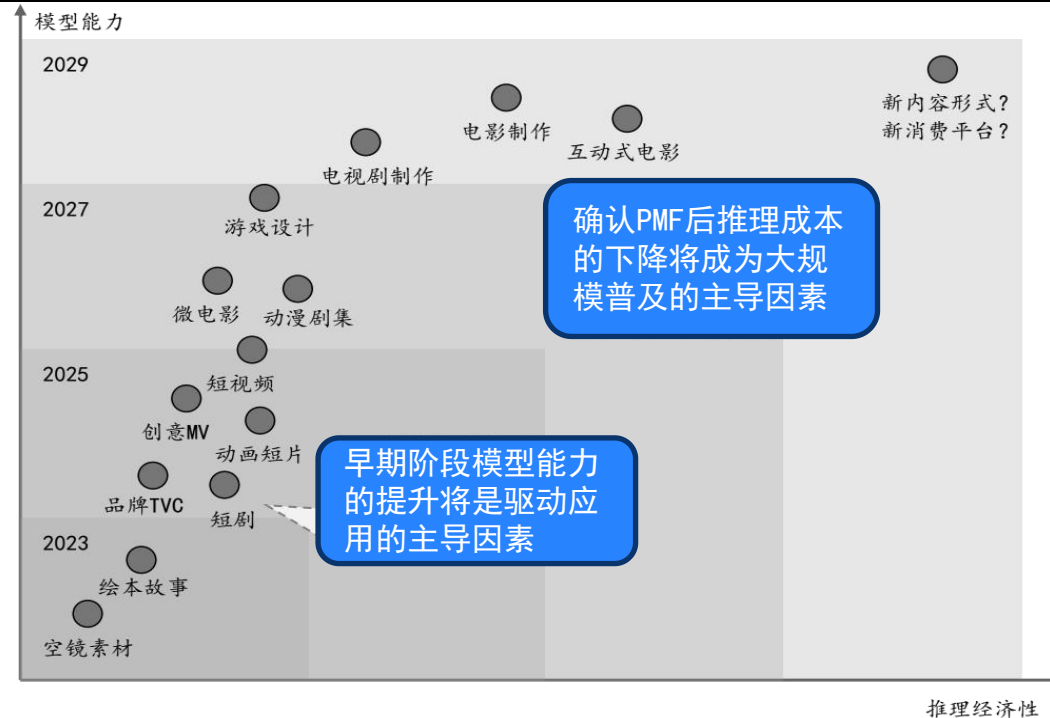
## 2.6 视频创作或将迎来革新

- ◆ 2023年以视频为媒介的内容形式渗透率进一步提升，视频化浪潮不可阻挡，需要图文互为补充、共同发展。
- ◆ AI生成视频的成本远低于各类现有视频内容的制作成本。局部应用已经开始：对于制作质量要求较低、制作方式和内容较为模板化的短剧行业，已经出现AI短剧生成的应用。
- ◆ 模型的性能仍是制约商业应用的主要因素，产出效果与可控性尚未达到商业级标准。为实现商业化，需要专业的提示词技巧和后续的处理步骤。随着未来模型性能的提升，预计相关产品和交互方式将得到进一步优化，从而在模型和产品两个层面提高可控性。
- ◆ 2024年将成为AI视频的应用元年，未来3-5年更多应用场景将随着模型能力提升和推理成本下降逐步解锁。

不同类型视频制作成本



模型能力



## 2.7 AI参与部分视频制作流程

- ◆ 海外本土原创微短剧成本高达15万至30万美元，而采用“AI翻译+校对字幕+AI配音”的国内微短剧，1分钟的技术成本约50元，加上换脸技术后，总成本可降至10万元人民币以内，效果显著。
- ◆ 目前，长短视频等产业正将AIGC应用于内容制作。微短剧《柒两人生》使用虚拟拍摄技术使特效周期缩短了10个月，实现生产成本减半。细类模型的整合运用可以令高品质短剧单集成本下降到1000元左右，制作时间缩短到一周1集，显著实现降本增效。

松江×上影推动“AI+影视基地”深度融合



《异人之下》数字人演员厘里



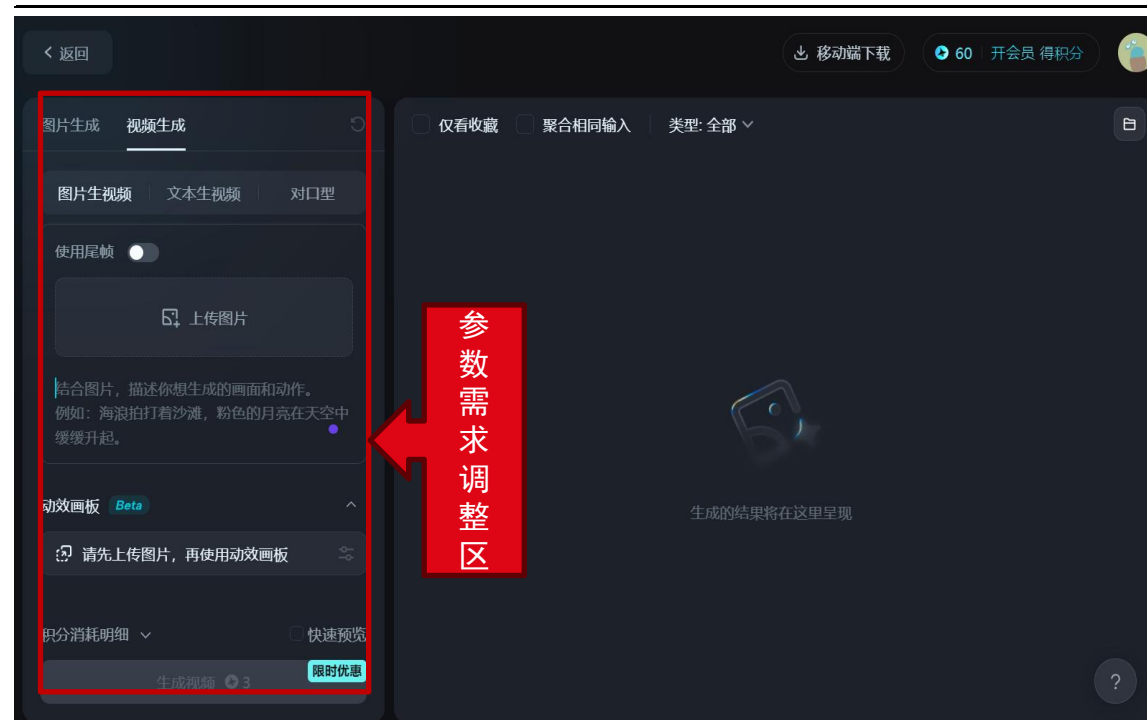
## 2.8 AI技术助力微短剧制作

- ◆ AI技术应用于“文生剧本”环节，将导演创意变成剧本和分镜头脚本，承担传统编剧的工作职能；“文生图像”“图生视频”和“文生视频”环节，从艺术风格、画面主体、场景设置、画面景别等维度，将文字提示转换成视觉画面，并取代传统视频拍摄、表演、制作等多个工种；最后是“文生音频”环节，文生配音和文生配乐的方式简化传统配乐、配音的工作内容。
- ◆ 在传统影视当中，奇幻和科幻两大赛道受制于CG特效的高成本和长周期，虽然有着坚实的观众需求基础，但发展受限。而AI的加入，让奇幻短剧的整个创作过程变得高效。7月12日，快手发布首部AIGC原创奇幻微短剧《山海奇镜之劈波斩浪》其仅制作时间只花费2个月。

《山海奇镜之劈波斩浪》



即梦视频生成界面展示



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/867012163105006161>