

ChatGPT 引领模式革新，夯实消费数智化进程

——行业报告

投资要点

- **核心要点：**“大模型+应用或大模型+插件”是未来数字化商业发展方向，从供应链生产端到销售端数据要素优势或将体现。货架式电商具备数字化能力，在大模型训练、精准运营等方面具备标准化强运营能力。电商数据要素健全，需要消费者做出购买决策等，天然具备和 AI 结合的基因。ChatGPT 语言模型和内容结合在一起，打造智能化客服、语音等，结合虚拟化数字人，提升消费者前端体验。场景上，结合酒旅预订、本地生活等，打造智能化决策，降低决策成本、提升决策效率、管理库存等，有望提升商业体验和效率。
- **要点 1：ChatGPT 象征人工智能迈入生成式 AI 时代**
决策式 AI 是基于历史数据进行分析与判断，而 OpenAI 发布的大型语言模型 ChatGPT (GPT-3.5)，率领人工智能由决策式迈入生成式 AI 时代。生成式 AI 能够从海量信息中归纳学习，输出全新数字内容，ChatGPT 的诞生预示着生产力的大幅提升。近日，OpenAI 推出多模态模型 GPT-4，性能全面升级，数字内容生产方式向更高效迈进。
- **要点 2：引领电商行业模式革新，助力四大类目数智化**
电商购物是目前与 AIGC 结合速度最快的消费板块之一。海外电商及跨境电商应用 ChatGPT 速度快于国内。ChatGPT 凭借创意生成，助力产品描述与演示创作；突破关键词搜索局限，营造智能导购新模式；结合 SaaS 工具与物流运输，优化管理流程；打破传统智能客服无法满足个性化需求瓶颈，匹配电商客服广阔增长前景。
- **要点 3：提供酒旅预定、本地生活一站式服务，辅助消费决策；提升游戏娱乐创作效率，优化玩家沉浸体验感**
酒旅预定领域，部分 OTA 平台如 Expedia 已与 ChatGPT 合作，为消费者提供个性化出行方案，满足消费者定制化需求。本地生活领域，OpenTable 作为第一家与 ChatGPT 合作的餐厅，用户可以通过 ChatGPT 提问，并根据 ChatGPT 提供的链接从 OpenTable 下单。游戏娱乐领域，AIGC 可以进行场景和内容制作，除此之外，还可以充当 NPC，日本已推出一款由 ChatGPT 推动的侦探游戏。
- **投资建议**
电商方面，以吉宏股份为代表的跨境电商受益先于其他电商，淘宝京东等传统电商正在推进类 ChatGPT 机器人研发，直播电商方面，ChatGPT 有望进一步赋能虚拟主播，实现降本增效。酒旅方面，携程成为文心一言首批生态合作伙伴，推进“AI+旅行”产业升级。本地生活方面，美团手握海量真实有效数据，有望结合 ChatGPT，提供精准消费建议。游戏方面，网易旗下《逆水寒》将安装国内首个游戏版 ChatGPT，凯撒文化通过深度学习技术快速制作游戏资源，星辉娱乐正在进行 ChatGPT 相关落地应用探索，汤姆猫已应用 GPT3.5 进行 AI 语音互动产品功能原型测试。
- **风险提示**
监管风险，数据合规风险，技术发展不及预期，道德风险等。

行业评级：看好(维持)

分析师：宁浮洁
执业证书号：S1230522060002
ningfujie@stocke.com.cn

相关报告

- 1 《商汤发布“日日新 SenseNova”大模型，表现超预期》 2023.04.11
- 2 《把握龙头公司广告复苏机遇以及本地生活行业复苏弹性》 2023.03.29
- 3 《OpenAI 正式推出 GPT-4，性能大幅跃升，再添技术里程碑》 2023.03.16

正文目录

1 ChatGPT 横空出世，树立 AIGC 新里程碑	4
1.1 GPT 系列：Transformer 架构下的预训练生成模型	4
1.2 革新点：生成式 AI 领头羊	4
1.3 开始布局生态圈，引领行业变革新趋势	6
2 一石激起千层浪，推进消费数智化	7
2.1 电商购物	7
2.2 酒旅预订	9
2.3 本地生活	9
2.4 游戏娱乐	10
3 投资建议	11
3.1 跨境电商收益早，传统电商推进技术研发，虚拟主播赋能直播电商	11
3.2 依托一站式旅行规划，加深酒旅预定平台护城河	13
3.3 基于高质量评价，提供精准本地生活消费建议	13
3.4 游戏行业积极拥抱 ChatGPT	14
风险提示	14

图表目录

图 1: GPT-4 支持图像输入	5
图 2: GPT-4 具备识图能力, 能看懂梗图	5
图 3: GPT-4 在多项测试中表现均优于 GPT-3.5	5
图 4: 相较于 ChatGPT, GPT-4 能给出更合理、准确的应答	6
图 5: ChatGPT 与消费领域应用结合	7
图 6: 利用 Instacart 询问菜单给出食材及购买链接	8
图 7: 利用 Expedia 插件制定机票出行计划	9
图 8: 利用 OpenTable 插件查询餐厅并预定	10
图 9: ChatGPT 驱动游戏《ドキドキ AI 尋問ゲーム》	10
图 10: 钉钉根据草图生成订餐小程序	11
图 11: 淘宝虚拟带货主播“冬冬”	13
表 1: GPT 系列模型对比	4
表 2: AIGC 生态圈布局进程	6
表 3: 测算 ChatGPT 影响维度的指标	7
表 4: 京东 AIGC 技术推进	12

1 ChatGPT 横空出世，树立 AIGC 新里程碑

2022 年 11 月 30 日，OpenAI 正式发布大型语言模型 ChatGPT (GPT-3.5)，人工智能模型开启“生成式 AI”时代，上线 5 天超百万用户，2 个月突破 1 亿月活；3 月 14 日，OpenAI 推出 GPT-4 多模态模型，性能升级，引领数字内容生产方式向 AIGC (AI-Generated Content) 持续迈进。

1.1 GPT 系列：Transformer 架构下的预训练生成模型

GPT (Generative Pre-trained Transformer) 指一类使用预训练技术的基于 Transformer 架构的生成式自然语言处理 (NLP) 模型，享有微软云 Azure 的独家算力资源，预训练数据达 TB 级。GPT 模型已发布多个版本，GPT-4 为其最新版本。

- 1) GPT-1: 2018 年提出，包含无监督的预训练和有监督的微调 (SFT) 两个阶段；
- 2) GPT-2: 2019 年提出，结构与 GPT-1 类似，核心是提升模型的容量和数据多样性，让语言模型能够达到解决任何任务的程度；
- 3) GPT-3: 2020 年提出，技术路线上则去掉了初代 GPT 的微调步骤，直接输入自然语言当作指示；
- 4) InstructGPT: 2022 年 1 月提出，在 GPT-3 的基础上，加回微调步骤，基于人类反馈中强化学习 (RLHF) 的方式进行微调；
- 5) GPT-3.5: 即 2022 年 11 月发布的机器人对话模型 ChatGPT，与 InstructGPT 非常相似，训练模型的数据存在不同，且 ChatGPT 增加对话属性，开放网页公众测试入口。
- 6) GPT-4: 2023 年 3 月提出，支持图像与长文本输入的多模态模型，API 领域支持修改系统提示，性能大有提升。

表1: GPT 系列模型对比

	GPT-1	GPT-2	GPT-3	InstructGPT
发布年份	2018	2019	2020	2022
Transformer 层数	12	48	96	-
参数量	1.17 亿	15 亿	1750 亿	13 亿
预训练数据量	约 5GB	40GB	45TB	-

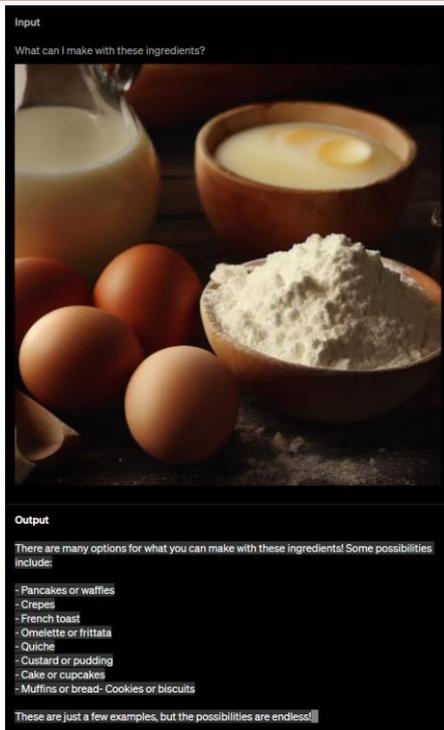
资料来源：OpenAI，浙商证券研究所

1.2 革新点：生成式 AI 领头羊

ChatGPT 的发布象征着数字内容生产方式迈入 AIGC 时代，相较于 PGC (Professionally-Generated Content)、UGC (User-Generated Content) 时代，内容生产总量规模持续扩大、生产效率提升。区别于以往的“决策式 AI”，ChatGPT 类的“生成式 AI”可集合并分析海量信息，甚至生成答案输出。ChatGPT 及新版本 GPT-4 的主要亮点包括：

- 1) **对话属性强，支持连续对话。** 用户只需输入文字或图片，即可调用模型在问答中处理任务，包括数据处理、文章总结、写代码、Debug 等。ChatGPT 具备记忆功能，可联系上下文做出合理回答，用户交互体验感强。
- 2) **具备识图能力。** GPT-4 新增支持图像输入，多模态化调控方式拓宽应用场景；识图能力提高，有助于理解用户意图，问题识别准确度与应答合理性均有所提升。

图1: GPT-4 支持图像输入



资料来源: OpenAI, 浙商证券研究所

图2: GPT-4 具备识图能力, 能看懂梗图

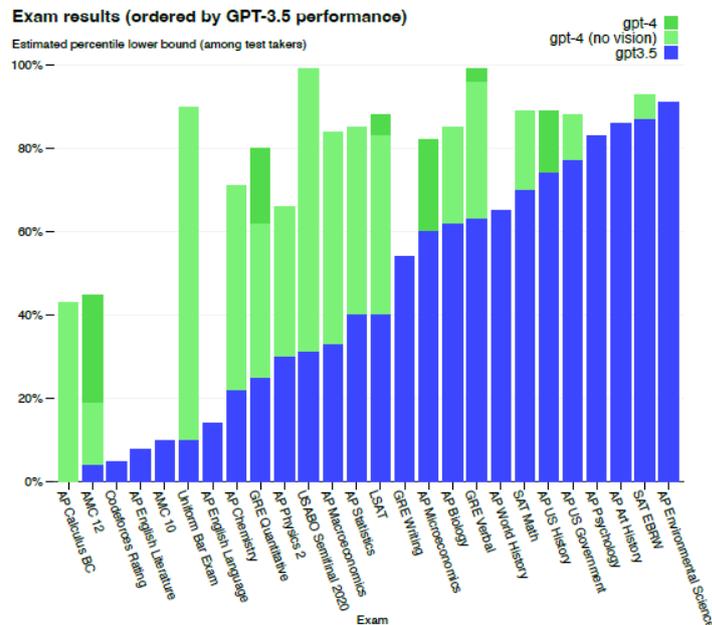


Table 3. Example prompt demonstrating GPT-4's visual input capability. The prompt consists of a question about an image with multiple panels which GPT-4 is able to answer.

资料来源: OpenAI, 浙商证券研究所

3) 推理能力强。GPT-4 推理能力大幅提升, 在律师考试、GRE 等人类命题测试中表现均优于 GPT-3.5。盲测结果中, 70.2%的用户更喜欢 GPT-4 生成的回答。

图3: GPT-4 在多项测试中表现均优于 GPT-3.5

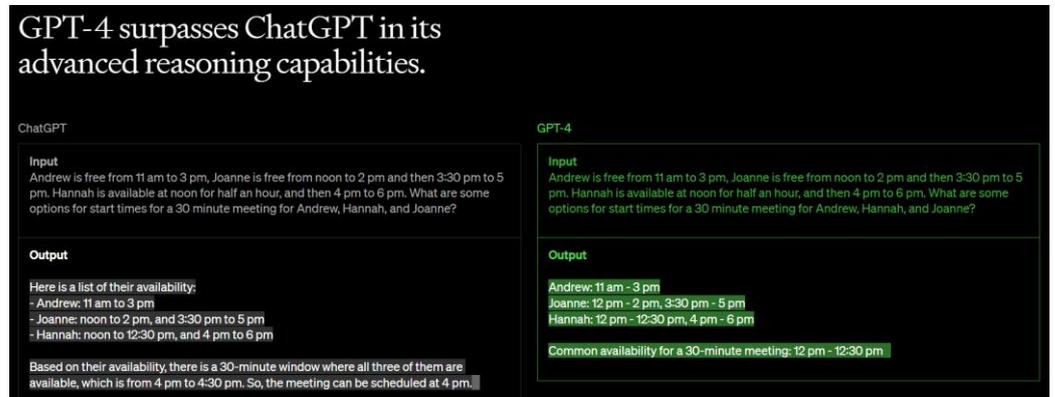


资料来源: OpenAI, 浙商证券研究所

4) 具备道德原则。RLHF 训练支持模型输出更符合人类偏好的回答, 限制带有偏见的、不真实的有害结果生成, 并且识别问题中的恶意信息并拒绝回答。

5) 安全性与准确度有所提高。相较于 GPT-3.5, GPT-4 对禁止内容做出响应的可能性下降 82%, 回应准确度上升 40%。但模型目前仍存在生成虚假信息、错误应答的风险。

图4: 相较于 ChatGPT, GPT-4 能给出更合理、准确的应答



资料来源: OpenAI, 浙商证券研究所

1.3 开始布局生态圈, 引领行业变革新趋势

Gartner 预测, 2030 年以人机交互为代表的 AIGC 市场规模将超过万亿人民币。以 GPT-4 为代表的 AIGC 预训练模型从单模态走向多模态, 内容生产多样性逐步增强, 尤其在决策和生成类任务的实操性和效果上所表现出来的显著进步使得其正在加速走向应用。目前 AIGC 已经与各个领域的软件开展合作, 以生产力工具为起点, 大范围赋能软件。

表2: AIGC 生态圈布局进程

时间	产品	事件
3月2日	OpenAI	宣布开放 API, 允许第三方开发者通过 API 将 ChatGPT 集成至自身的应用程序和服务中
3月8日	OpenAI	ChatGPT 版必应的日活用户数在发布一个月后首次突破 1 亿
3月15日	OpenAI	伴随 GPT-4 一起推出 6 个商业场景的具体应用落地, 包括 Duolingo 与 Morgan Stanley
3月16日	文心一言	宣布已有 650 余家企业官宣首批接入百度文心一言
3月16日	OpenAI	微软重磅发布 GPT-4 技术支持的 Copilot 功能, 适用于 Office 全家桶, 现处于测试阶段
3月21日	文心一言	首个行业应用发布, GBI-Bot 为医药行业赋能, 实现了大模型和专业数据库的有机结合
3月24日	OpenAI	宣布支持 ChatGPT 的新第三方插件, 首批开放可使用的插件包括了酒店航班预定、外卖服务、在线购物、法律知识、专业问答、文字生成语音
4月11日	通义千问	阿里云峰会上, 阿里云智能首席技术官正式宣布推出大语言模型“通义千问”, 未来包括天猫、钉钉、高德地图、淘宝、优酷、盒马的所有产品都将进行全面改造。

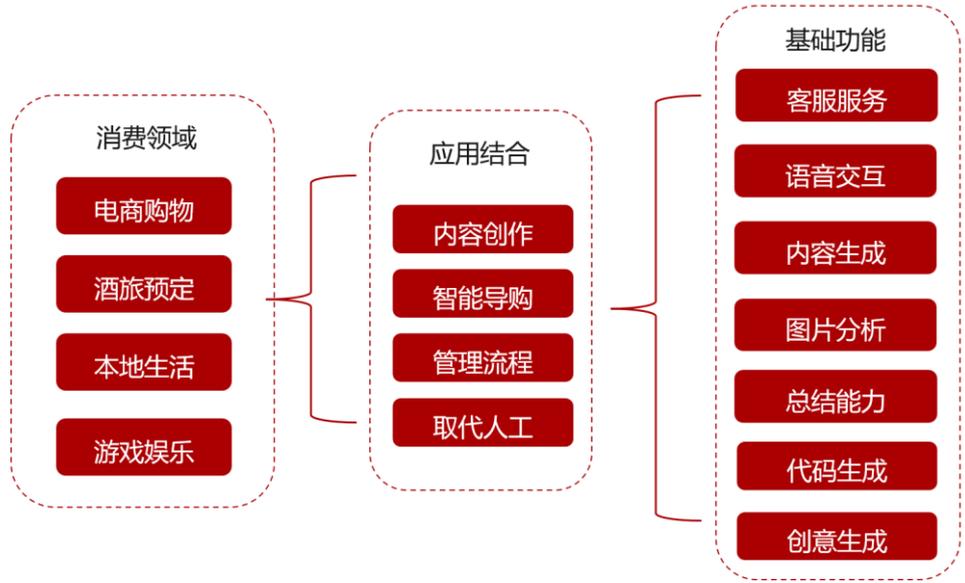
资料来源: OpenAI, 文心一言, 搜狐网, 浙商证券研究所

总体来看, AIGC 的基础设施层格局已经基本稳定, 而模型层的竞争才刚刚开始。包括巨头和创业公司在内的市场参与者需要在客服服务、语音交互、语言翻译、内容生成、图片分析、总结能力、代码生成、创意生成、个人助等旨在改善通信和交互可能性的应用功能上结合特定的商业模式, 进行新一轮的角逐, 从而决定能够继续保持领先地位或是实现弯道超车。

2 一石激起千层浪，推进消费数智化

具体到消费领域，由于该领域对需求和信息的匹配程度提出了更高的要求，而 AIGC 在信息获取效率与人机信息交互模式（需求研判）方面的优势，使得 AIGC 在电商购物、酒旅预定、本地生活、游戏娱乐方面存在广阔应用空间。

图5: ChatGPT 与消费领域应用结合



资料来源：浙商证券研究所整理

2.1 电商购物

电商购物是目前与 AIGC 结合速度最快的消费板块之一。从宏观区域范围来看，受限于目前国内无法使用 GPT，海外电商及跨境电商应用 AIGC 的速度要快于国内。Instacart 和 Shopify 是 ChatGPT API 的最早一批采用者。JungleScout 等电子商务软件提供商也在将 ChatGPT 集成到他们的服务中。亚马逊则通过 Shulex VOC 与 ChatGPT 相结合，提供强大的亚马逊评论分析和 Listing 优化建议。

从微观应用结合来看，目前主要集中在四大细分类目，分别是内容创作、智能导购、管理流程优化与智能客服。伴随 ChatGPT 应用结合更多，预计电商领域运营指标将体现向好趋势，依据毛利润=点击量*转化率*客单价-运营成本，通过提升服务、加大产品曝光度等营收规模将得到增加，通过优化管理流程与人工客服成本端将进一步下降。

表3: 测算 ChatGPT 影响维度的指标

环节	定量指标
内容创作	客单价、复购率、CTR、运营成本
智能导购	CTR、ROI、搜索转化率、广告转化率、竞价成功率
管理流程	预测准确度、库销比、仓储缺货率、运营成本、人工成本
智能客服	用户满意度、询单转化率、商品复购率、人工成本

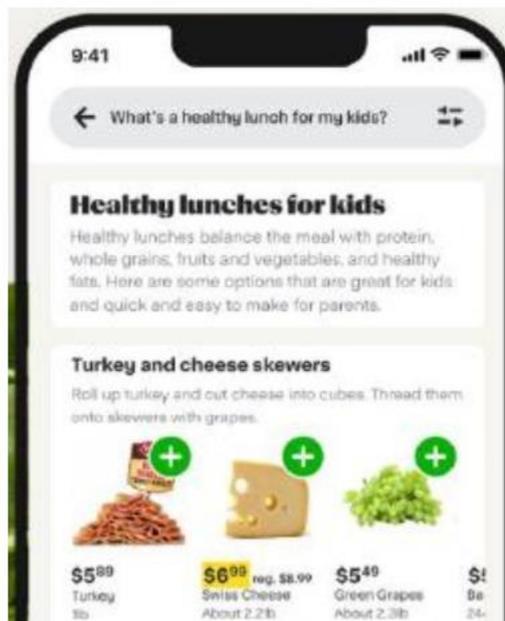
资料来源：艾瑞咨询研究院，浙商证券研究所

发挥创意生成能力，助力内容创作质量。 Smash Balloon 表明 43% 的人使用社交媒体来研究他们想要购买的东西。但根据 Retail Drive 的报告显示，40% 的消费者曾因产品内容不佳而退回在线购买。数据背后反映的是关于产品描述方面的巨大需求与精确性、吸引力方

面严重不足之间的巨大鸿沟。而 AIGC 可以凭借其在总结能力、创意生成、内容生成方面的海量数据学习优势与高效低成本的创作优势在产品描述方面弥补商家平台因自身能力与沟通不畅而导致的不足。亚马逊卖家兼电子商务咨询公司 Fussy Penguins 的创始人 Hamza Amor 通过 ChatGPT 编写产品 Listing，使得一款产品转化率在第八周从 26% 增长到 46%。事实上，除了产品描述生成，在电商领域，ChatGPT 还可以在社交媒体管理、电子邮件营销，产品演示和教程多个领域进行内容创作。

打破关键词搜索局限，营造智能导购新模式。当前主流的货架电商大多主要依赖关键词搜索。这就要求关键词的准确性与客户明确的需求，而由于身处信息爆炸的时代，将海量的商品信息与人们的个性化或者比较模糊的需求准确高效联系起来并非易事。应对此问题，ChatGPT 可以通过人工智能算法去理解分析自然语言文本和图像，帮助用户结合当下时令、个性特征、市场风向给出适合消费者的选择。美国生鲜电商 Instacart 预计将推出“Ask Instacart”新功能，旨在帮助客户实现开放式购物目标。

图6：利用 Instacart 询问菜单给出食材及购买链接



资料来源：Instacart，浙商证券研究所

瞄准 SaaS 工具与物流运输，致力优化管理流程。首先在 SaaS 工具方面，跨境电商 SaaS 服务商 Shopify 率先集成 ChatGPT，亚马逊的 Shulex VOC 推出评论分析 ChatGPT、QA 分析 ChatGPT、Listing 优化 ChatGPT 等功能，AIGC 在多模态下的总结分析能力得到了良好运用，优化了系统运行效率，实现降本增效。其次，基于 AIGC 的强大学习能力以及辅助决策，可以学习货物描述与分类规则，应用于物流货物自动识别与分类；也可以整理历史货运信息，规划最佳路线预测到达时间；还可以提供货运成本估算与比较，帮助企业选择最优方案。

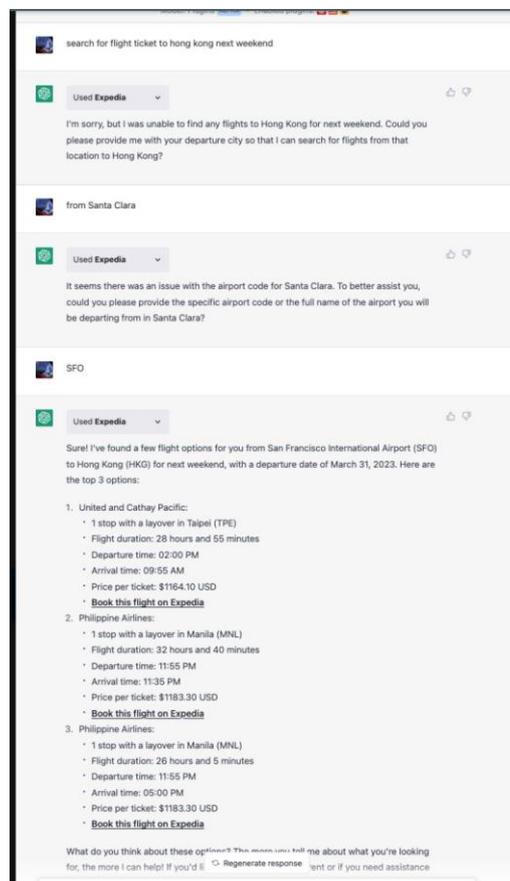
电商客服需求增长前景广阔，AIGC 突破难满足消费者个性化需求瓶颈。华经产业研究院 2020 年预计，到 2025 年中国智能客服行业市场规模将达到 102.5 亿元，期间复合增长率高达 35.8%。当前智能客服应用的对话技术大致可以分为三种，一种是基于知识库的知识问答，一种是面向任务的问答，还有一种是无特定目标的闲聊。中国青年报社会调查中心 2022 年对 2018 名受访者进行的调查显示，95.7% 的受访者使用过智能客服，其中仅 41.3% 的受访者，觉得智能客服好用。其原因则是因为前两种对话技术较难满足消费者个性化需求，强识图能力与更“类人”的生成式输出，支持 AIGC 更高质量、更高效地理解消

费者意图，提高满意度与询单转化率，节约客服运营成本，并为精准营销、智能化运营提供数据。

2.2 酒旅预订

一站式生成出行计划，迎合消费者定制化需求。对于以批发商模式为主或者承担较高存货风险的 OTA 平台而言，将 ChatGPT 与平台相结合，可以实现定制化打包能力较好的提升，提高存货周转率。基于 ChatGPT 的能力，消费者只需要输入旅游目的地，以及预算和时间，就可以快速获取几个不同的行程方案，消费者可以从中选取一份合适的旅行计划，一站式购齐所需车票门票与酒店，满足消费者的定制化需求，极大提高消费者出行体验。目前 Expedia 与 KAYAK 已经宣布与 ChatGPT 合作，以 Expedia 插件为例，会根据需求提供不同机票可选项，包含飞行或体验持续时间、每张票的价格、折扣以及购买链接，可以帮助消费者节省决策时间，提高出行效率。

图7：利用 Expedia 插件制定机票出行计划

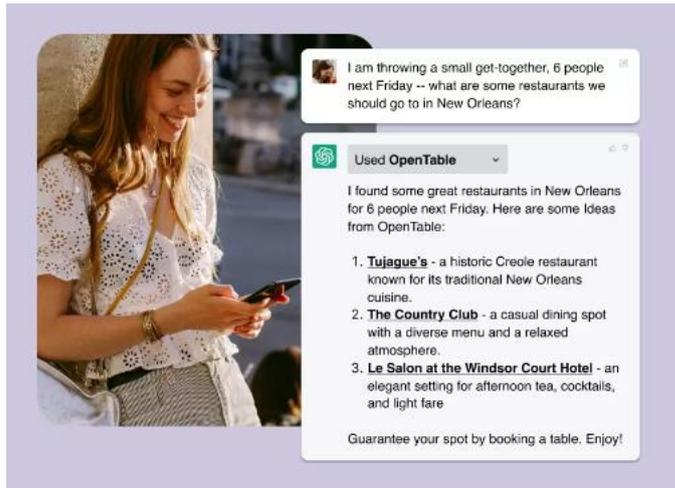


资料来源：Expedia，ChatGPT，浙商证券研究所

2.3 本地生活

结合店铺评价信息，辅助消费决策。同电商的智能导购与酒旅预定的行程制定一样，目前 ChatGPT 与本地生活的结合也主要集中在提供建议辅助决策方面。ChatGPT 可以基于对消费者选购商品的行为洞察，分析消费者偏好与个性化需求，绘制用户画像。然后根据消费者的问题，结合大量的评价信息数据，给出适合消费者的回答。OpenTable 是第一家与 ChatGPT 合作的第一家在线餐厅预订平台，ChatGPT 可以提供在 OpenTable 上预定的直接链接，以响应消费者的询问。

图8: 利用 OpenTable 插件查询餐厅并预定



资料来源: OpenTable, ChatGPT, 浙商证券研究所

2.4 游戏娱乐

AI 作画+剧本制作, 提升游戏研发效率。 AIGC 作为内容创作者, 通过输入关键词可以进行场景制作与剧本搭建, 原画师可以在 AI 绘画基础上进行调整和修改, 代替了过去原画师从策划、绘制、上色、调整等众多环节。最终可以缩短研发周期, 提高游戏制作效率。

营造全新 NPC, 丰富游戏体验。 游戏中常常会有各种 NPC, 玩家需要与 NPC 交流, 在沉浸式氛围中, 推进游戏进展。但受限于固定游戏脚本的限制, 游戏对所有玩家的反应常常是固定的。利用 AIGC, 游戏可以对玩家的几乎所有输入产生不可预测的反应, 为用户提供智能化个性化玩法, 增强游戏丰富性, 提升游戏体验。目前日本已经推出一款使用 ChatGPT 驱动的侦探游戏, 玩家扮演警察审讯 AI, 游戏一经发布迅速攀上网站排行榜前列。

图9: ChatGPT 驱动游戏《ドキドキ AI 尋問ゲーム》



通过输入代码的方式, 顺利让AI亲口说出“我是犯人”

资料来源: 游戏大观, 浙商证券研究所

3 投资建议

在人机交互技术逐渐成熟和多种技术融合的趋势下，ChatGPT 有望为现有工具带来革新，实现更人性化的服务和体验，升级消费流程，优化消费体验。随着未来 ChatGPT 各种应用的落地，预计将会为与 AIGC 结合更加紧密的消费板块各企业带来价值的进一步提升。

3.1 跨境电商收益早，传统电商推进技术研发，虚拟主播赋能直播电商

跨境电商受益早于其他电商。目前电商方面，由于 ChatGPT 权限影响，跨境电商与 ChatGPT 联系更为紧密，吉宏股份自 2023 年 1 月接入 ChatGPT 的 API 接口后，目前有效通过 ChatGPT 赋能公司的跨境电商业务，主要包括人工智能选品、图文和视频广告素材制作、广告语智能输出、广告智能投放、智能客服回复等方面，除了实现降本增效外，还促进了跨境电商的规模化、数字化运营。4 月 12 日，吉宏股份发布业绩预告，受益于东南亚等海外消费市场延续 2022 年逐步复苏的市场趋势，海外市场需求增加、客户购买力提升，预计一季度净利润同比增长 51.63%~63.30%。

传统电商扎实推进类 ChatGPT 对话机器人研发。传统电商方面，阿里 4 月 7 日公开“阿里版 GPT”通义千问邀测入口，4 月 11 日，宣布所有阿里所有产品未来将接入通义千问进行全面改造，钉钉、天猫精灵率先接入测试。以钉钉为例，根据展示可以一张草图，生成订餐小程序。预测将来在网购场景中，用户如果想开生日 party，通义千问可以帮助生成生日活动方案和购物清单。

图10：钉钉根据草图生成订餐小程序



资料来源：钉钉，网易新闻，浙商证券研究所

京东长期布局多模态领域，结合自身大规模、丰富的应用场景和多年的技术积累，聚焦文本、声音、对话、数字人生成以及通用型 Chat AI 等方面工作。其基于自研领域知识大模型 K-PLUG 生成的商品文案已覆盖京东 3000+ 品类，累计生成 30 亿字，带来超过 3 亿元 GMV。除此之外，在阿里、百度之后，京东宣布将推出自己的 ChatGPT 产品。

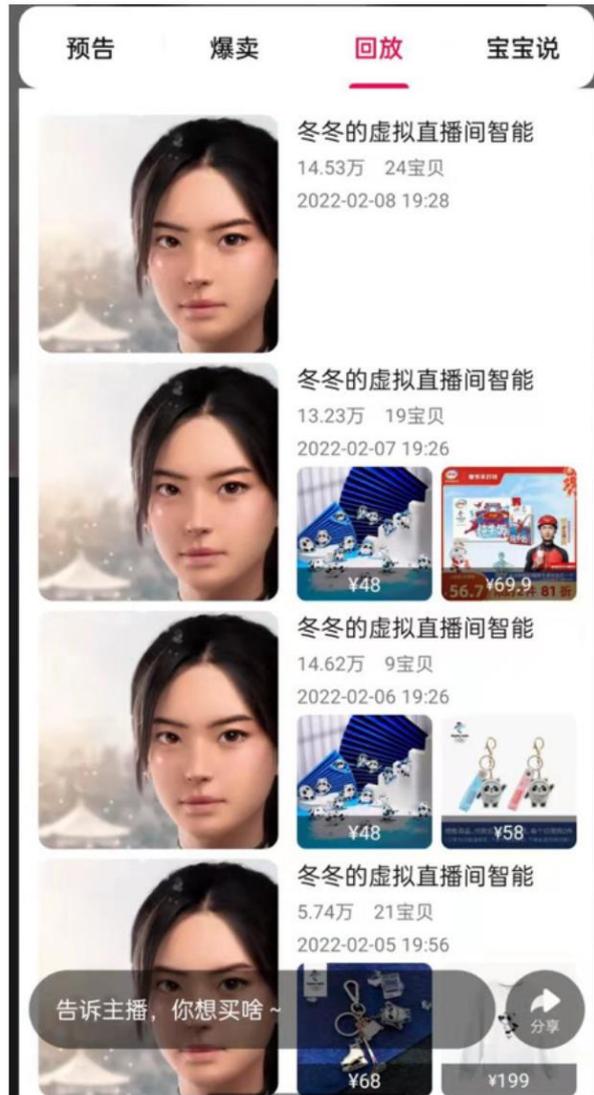
表4: 京东 AIGC 技术推进

研发方向	开始时间	技术进展	应用领域
文本生成 (NLG)	2019 年	基于自研领域模型 K-PLUG (参数量 10 亿), 对于给定商品的 SKU, 自动生成长度不等的商品文案。	京东 APP 发现好货频道、京小智营销版、京东 APP-搭配购
语音生成 (TTS)	2018 年	定制化的精品音色只需要 30 分钟的训练数据, 小样本个性化音色克隆只需要 10 句话的训练样本。支持文、英文、泰语, 广东话、成都话等各类方言音色, 线上音色数量超过 600。	智能客服、SaaS 外呼、AI 直播
对话生成	—	相关技术在 WikiHop、HotpotQA、QuAC、DROP 四项国际对话推理型 AI 竞赛中排名第一。其中, 在 WikiHop 数据集上, 以 74.3% 的准确率首次超越人类表现水平 74.1% 的准确率。	京小智 (深度对话交互式营销导购), 为 17.8 万商家提供智能咨询与导购服务, 为商家节省 30%+ 人力成本, 服务已覆盖零售行业超过 80% 品类, 已有 50%+ 京东平台商家开通京小智
数字人生成	2021 年	目前已具备全栈自研的 2D 孪生、3D 写实和 3D 卡通 3 类数字人合成技术, 其中, 简易拍摄条件下 2D 孪生数字人大姿态合成技术相对成熟, 依赖的训练数据从 30 分钟压缩到 5 分钟左右。	零售直播、政务、金融
通用型 Chat AI	2020 年	打造沉淀了创新对话与交互技术和产品, 包括京东智能客服系统、京小智平台商家服务系统、言犀智能外呼、言犀数字人等。为京东用户提供 7*24 小时的客户服务、营销导购、流程自动化等整体解决方案。	京东零售、京东物流、京东健康、金融科技

资料来源: 通信产业报网, 新浪财经, 浙商证券研究所整理

AIGC + ChatGPT 成为数字人驱动力, 赋能虚拟主播直播形式纵深拓展。直播电商方面, 除了与其余电商类似的营销文案与话术脚本生成、图文与视频展示之外, 最受关注的当属利用数字人生成技术推出个性化 3D 虚拟主播。虚拟主播不仅可以 24 小时在线, 表现稳定持久, 还可以随时变换风格, 保持新鲜感, 在技术有保障的情况下, 无需大量团队的接入即可维持正常运营。2022 年 2 月淘宝推出虚拟带货主播“东东”结合冬奥会进行带货直播。同年 3 月, 京东美妆打造的虚拟带货主播“小美”频繁出现在 YSL、欧莱雅等多个美妆大牌直播间。

图11: 淘宝虚拟带货主播“冬冬”



资料来源: 财经头条, 浙商证券研究所

3.2 依托一站式旅行规划, 加深酒旅预定平台护城河

“AI+旅行”产业应用升级, 推动收入利润增长。2月15日, 携程宣布成为百度文心一言首批生态合作伙伴, 致力在旅行智能规划、旅行内容渗透等多个领域展开深化合作。虽然以携程为代表的国内 OTA 平台在商业模式上批发模式占比越来越少, 但是节假日等期间还是会采用批发模式, 具有存货风险。同时伴随“提直降代”, 以及小红书抖音等社交平台种草内容侧的冲击。因此通过打造在线旅游服务场景人工智能解决方案, 可以在提高线上化率与内容转化率的同时适当调高佣金费率, 增加收入与利润率。

3.3 基于高质量评价, 提供精准本地生活消费建议

真实评价数据助力生成消费建议。2015年美团与大众点评合并, 而大众点评是全球最早的独立第三方消费评价网站, 是目前国内消费者在本地生活领域的重要评价参考体系。相较其他本地生活服务平台, 凭借手里掌握的大量有效真实评价信息这一优势, 美团可以基于 AIGC 的强大学习能力和总结能力, 利用海量的先前用户评价数据进行模型训练, 然后根据消费者的需求提供准确高质量的消费建议。

3.4 游戏行业积极拥抱 ChatGPT

ChatGPT 助攻游戏行业打开新世界。网易宣布旗下手游《逆水寒》将实装国内首个游戏版 ChatGPT。凯撒文化与上海交大合作，通过深度学习技术快速制作游戏剧情动画资源，已取得阶段性进展。星辉娱乐表示公司游戏产品具备连接 ChatGPT 的能力，正在进行 AI 绘图、智能 NPC、场景建模方面探索。汤姆猫已尝试应用 GPT-3.5 模型进行 AI 语音互动产品功能原型测试，已将汤姆猫 IP 形象植入产品功能原型当中。

风险提示

监管风险：国内针对 ChatGPT 类 AI 模型的监管政策尚未出台，存在监管规定变动对 ChatGPT 落地产生负面影响，导致应用效果不及预期；

数据合规风险：ChatGPT 运行需使用海量信息，可能涉及数据隐私问题，对模型落地产生限制；

技术发展不及预期：存在 GPT 系列模型未来发展进入困境，或出现新技术替代该模型；

道德风险：ChatGPT 及最新版本现仍存在输出虚假信息或被恶意利用的风险。

股票投资评级说明

以报告日后的6个月内，证券相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

1. 买入：相对于沪深300指数表现+20%以上；
2. 增持：相对于沪深300指数表现+10%~+20%；
3. 中性：相对于沪深300指数表现-10%~+10%之间波动；
4. 减持：相对于沪深300指数表现-10%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的6个月内，行业指数相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

1. 看好：行业指数相对于沪深300指数表现+10%以上；
2. 中性：行业指数相对于沪深300指数表现-10%~+10%以上；
3. 看淡：行业指数相对于沪深300指数表现-10%以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理公司、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

浙商证券研究所

上海总部地址：杨高南路729号陆家嘴世纪金融广场1号楼25层

北京地址：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦E座4层

深圳地址：广东省深圳市福田区广电金融中心33层

上海总部邮政编码：200127

上海总部电话：(8621) 80108518

上海总部传真：(8621) 80106010

浙商证券研究所：<https://www.stocke.com.cn>