

传媒互联网产业行业研究

买入（维持评级）

行业深度研究

证券研究报告

传媒与互联网组

分析师：廖馨瑶（执业 S1130522060005） 分析师：陆意（执业 S1130522080009）

liaoxinyao@gjzq.com.cn

luyi5@gjzq.com.cn

AI+电商：选品、营销、客服为重点方向，关注应用逐步落地

投资逻辑

一、AI+电商：选品、营销、客服为应用重点布局方向

- 分功能：素材生成、数据分析为提效工具，购物助手或颠覆传统搜索及推荐逻辑。多元化的素材生成应用目前相对较为成熟。实证表明，AI 在营销专业性上略逊于人类，但在消费者层面感知不明显。分析研究内容的产出成熟度次之，仍需要加入人的辨识和判断来做最终决定。购物助手或颠覆传统搜索及推荐逻辑，随着技术的成熟，聊天框或成为除了搜索框之外另一个重要的搜索及推荐入口。
- 分区域：技术成本及效率迎来优化，跨境电商或更为受益。垂类模型技术门槛逐渐降低。OpenAI API 降价，接入其 API 的公司有望直接受益。

二、重点关注应用逐步落地的企业

- 值得买：公司在机器生成内容上已有多年深耕，AIGC 将进一步提升内容制作效率、丰富平台内容生态，且消费内容数据储备丰富，为训练垂类模型提供素材库。2022 年平台上机器贡献内容（MGC）发布量占比约 20%，为第二大内容来源，内容发布量 417 万，同比 40.73%。2016 年至 2022 年值得买平台累计内容发布量超 5500 万条，2022 年公司月平均活跃用户 3889 万人，互动内容总次数约 23.6 亿次。公司商品数据库已经收录了 21 万+品牌、978 万+聚合商品。公司自 4Q2022 更多探索通过 AIGC 产生图片、产品亮点提炼等内容，未来希望引入对话式机器人助手的方式，提升商品匹配结果、消费决策效率。
- 焦点科技：公司主营业务为 B2B 跨境电商中国制造网业务，深耕 26 年，积累了大量数据沉淀 AI 外贸助手“麦可”于 23 年 4 月 25 日推出试用，产品能力比肩外贸业务员；5 月 15 日对外正式发布，产品能力可及 10 年外贸专家；预计于 7 月 26 日发布迭代版本，迭代方向向“AI 营销团队+24 小时客服”发展，打造企业的 AI 管家。长期向“企业私域数智大脑”发展。目前定价 1980 元/月，随着技术成熟及用户粘性增加有望提升客单价。
- 吉宏股份：公司跨境电商为在社媒平台精准投放独立站广告进行 B2C 销售，主要模式为单品投放，在广告中仅向客户推荐 1-2 款商品，突出卖点，降低用户选择成本、提高转化率。营销广告投入在 AI 赋能后降本空间大，互联网业务的销售费用率近两年为 47%。公司自 2023 年 1 月接入 ChatGPT，国内与华为盘古大模型紧密合作，主要应用包括人工智能选品、图文和视频广告素材制作/广告语智能输出及翻译、广告智能投放、智能客服回复等。
- 易点天下：公司主营业务为全球效果广告服务，是国内首批全面接入大模型的营销服务商，采用了多种大语言模型和视觉大模型，通过微调闭源模型和重训练开源模型的方式，开发了一系列适用于自身业务场景的小模型，包括营销数字人模型、企业知识库模型、素材生成模型、AI 问答客服模型和 AI 垂直电商模型。为客户提供媲美棚拍精度的 AI 产品展示图、视频，可以达到 10 倍以上的交付效率和拓展能力，而成本只有以往的 1/3。公司旗下 CyberCreative 创意平台，自研自测实现了多项商业化应用测试，主要包括：视频人脸融合、多图视频生成、文本+绿幕生成多语种视频、单文本生成数字人多语种视频等。

投资建议与估值

重点关注应用布局与业务场景深度结合，产品逐步迭代，推进应用落地的企业，包括以消费数据及内容为壁垒，AI 助力内容生态丰富的值得买，AI 外贸助手增加平台粘性、打开商业化空间的焦点科技，AI 全方位赋能广告及选品的吉宏股份，以及 AI 助力降本增效，作为微软广告一级代理商有望受益于 New Bing 增长的易点天下。

风险提示

海外基础软硬件使用受限风险；行业政策及技术迭代的不确定性；竞争加剧风险；应用端商业化落地不及预期风险等。

内容目录

一、AI+电商：选品、营销、客服为应用重点布局方向.....	4
1.1 分功能：素材生成、数据分析为提效工具，购物助手或颠覆传统搜索及推荐逻辑	4
1.2 分区域：技术成本及效率迎来优化，跨境电商或更为受益	5
二、重点关注应用逐步落地的企业	6
2.1 值得买：消费内容+消费数据为壁垒，AI 赋能内容生态及用户互动.....	7
2.2 焦点科技：AI 外贸助手贴合场景、快速迭代，打造外贸企业数智大脑	9
2.3 吉宏股份：AI 全方位赋能广告内容生产到投放、选品到推荐.....	10
2.4 易点天下：AIGC 数字营销创作平台即将发布，微软广告一级代理商受益于 New Bing 增长.....	12
风险提示.....	14

图表目录

图表 1： 电商运营各环节 AIGC 应用成熟度——商品上架及营销素材生成上相对成熟.....	4
图表 2： AI 营销文案在创造性、消费者洞察、商业洞察上表现弱于人类	5
图表 3： 阿里达摩院推出 MaaS	5
图表 4： 华为大模型开发使能平台.....	6
图表 5： 百度飞桨产业级深度学习开源开放平台	6
图表 6： 相关企业 AI 应用布局、研发投入.....	6
图表 7： 值得买内容发布量（万条）	7
图表 8： 值得买内容发布来源占比.....	7
图表 9： 值得买机器贡献内容（MGC）及 AI 卖点提炼	7
图表 10： 值得买消费数据库.....	8
图表 11： 值得买月平均活跃用户数量.....	8
图表 12： 值得买内容互动总次数.....	8
图表 13： 值得买 AI 发展规划.....	9
图表 14： 值得买研发人员数量及占比.....	9
图表 15： 值得买研发费用率.....	9
图表 16： 焦点科技 AI 应用布局.....	10
图表 17： 焦点科技研发人员数量及占比.....	10
图表 18： 焦点科技研发费用率.....	10
图表 19： 吉宏股份收入及增速.....	11
图表 20： 吉宏股份互联网业务销售费用.....	11

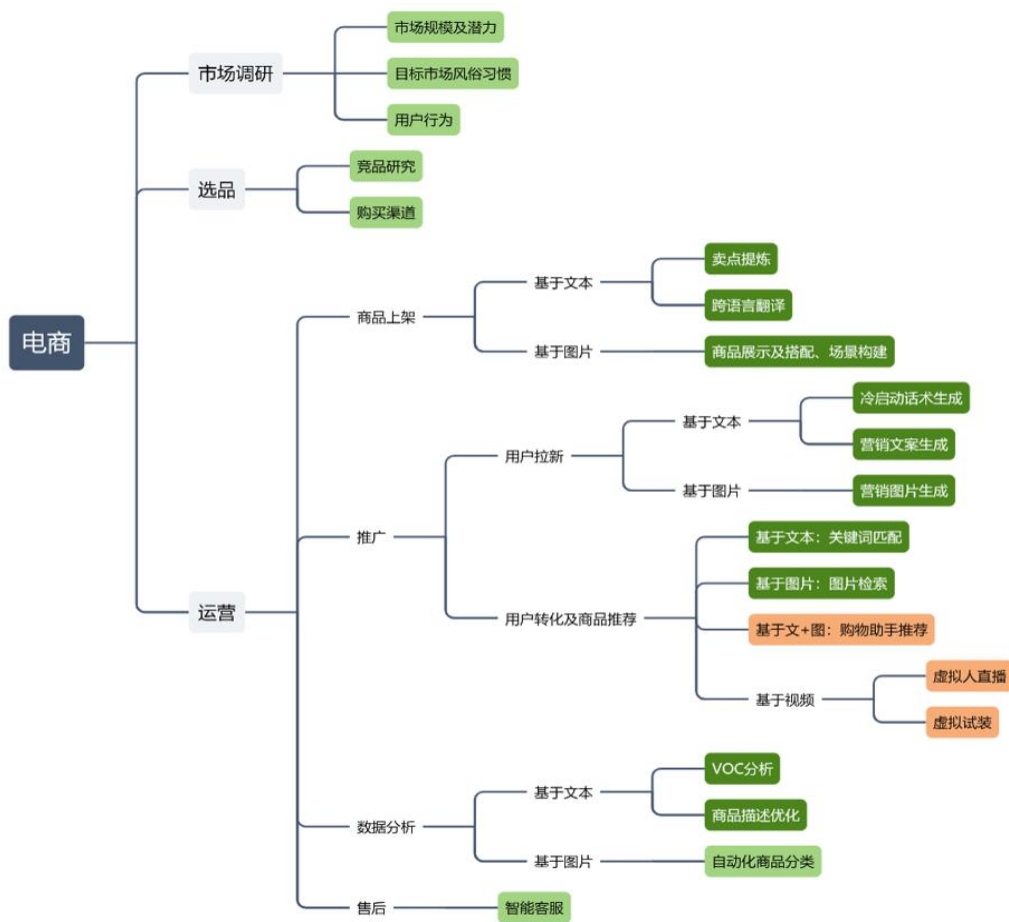
图表 21: 吉宏股份跨境电商业务流程及 AIGC 相关应用	12
图表 22: 吉宏股份研发人员数量及占比	12
图表 23: 吉宏股份研发费用率	12
图表 24: AIGC 推动内容营销进入 3.0 时代	13
图表 25: 大模型优化易点天下营销体验	13
图表 26: 易点天下 AI 大模型于业务的结合	13
图表 27: 易点天下研发人员情况	13
图表 28: 易点天下研发费用及研发费用率	13
图表 29: KTC NEWS 数字人	14
图表 30: 2023 年月度 Bing 全球访问量 (十亿人)	14
图表 31: 微软一级代理商名单	14

一、AI+电商：选品、营销、客服为应用重点布局方向

1.1 分功能：素材生成、数据分析为提效工具，购物助手或颠覆传统搜索及推荐逻辑

电商领域，AI 在素材生成、数据分析为提效工具。多元化的素材生成应用目前相对较为成熟，分析研究内容的产出成熟度次之，仍需要加入人的辨识和判断来作最终决定。购物助手或颠覆传统搜索及推荐逻辑，随着技术的成熟，聊天框或成为除了搜索框之外另一个重要的搜索及推荐入口。基于 ChatGPT 的问答，在电商领域的市场分析、选品推荐、宣传文案及产品描述撰写、拉新冷启动或售后客服等话术的生成、跨语言翻译等方面均有所帮助。

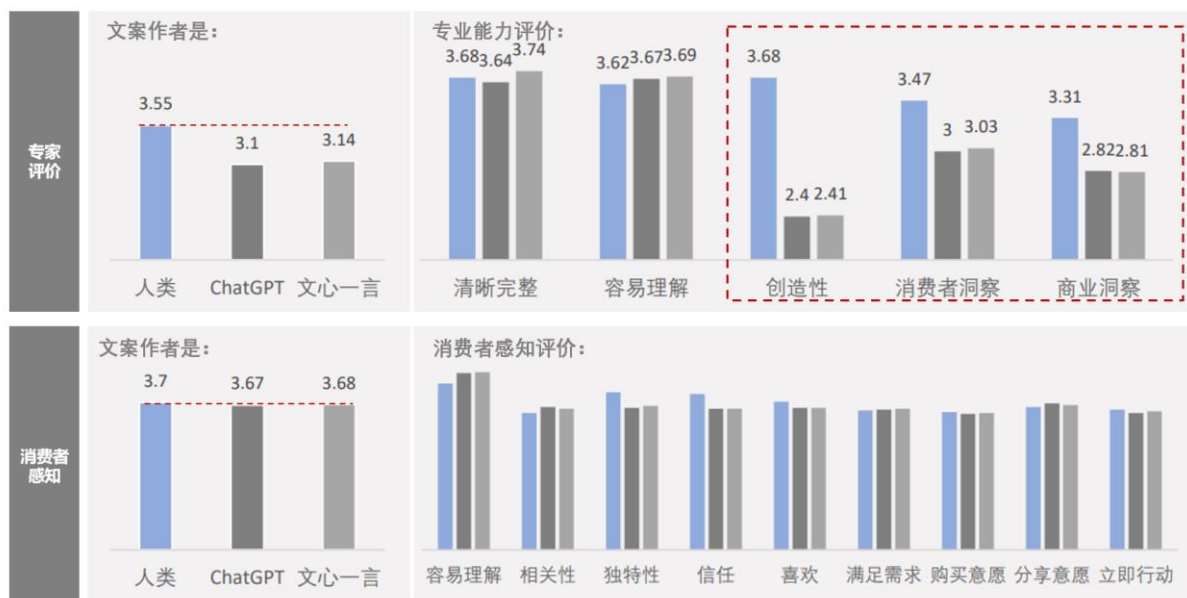
图表1：电商运营各环节 AIGC 应用成熟度——商品上架及营销素材生成上相对成熟



来源：国金证券研究所整理，注：底色体现应用成熟度，从高到低为：深绿>浅绿>橙色>红色（NULL）

营销实证表明，AI 在专业性上略逊于人类，但在消费者层面感知不明显。据明略科技与复旦大学、秒针联合发布的《2023 人工智能与营销新纪元》的实证分析，AI 的文案能力在专业评价上略逊于人类，但在消费者感知层面表现无显著差异。人类撰写的文案与人工智能撰写的文案在“清晰完整”、“容易理解”上表现相当，在“创造性”、“消费者洞察”、“商业洞察”上表现逊于人类。

图表2: AI 营销文案在创造性、消费者洞察、商业洞察上表现弱于人类



来源: 明略科技, 复旦大学管理学院, 秒针营销科学院, 国金证券研究所

1.2 分区域: 技术成本及效率迎来优化, 跨境电商或更为受益

模型的开发、适配及部署均向易用方向发展, 降低AI落地应用的门槛。MaaS模式下, 科技巨头开发出一套预训练大模型作为通用底板, 通过对外开放这些AI模型的调用接口吸引规模较小、但是深耕行业的企业, 由细分垂直领域的公司对模型进行微调, 使之成真正满足行业需求的应用。MaaS以其通用性、自监督学习能力和强大的智能能力福恩能够垂类模型开发。1) 大模型的通用性提升AI开发的效率, MaaS体现了All For everyone的概念, 数据集仓库、模型仓库、算力平台通过提供零门槛模型体验、快捷的模型使用、完整链路的模型定制和云端模型部署向每个人开放, 包括AI爱好者、使用者、开发者和研究者。2) 大模型的自监督学习能力可以取代传统的人工标注数据完成模型训练的模式, 显著降低AI开发及训练成本。3) 多模态大模型融合了文字、图像、三维物体等多维度数据, 使得可交互的信息类型更多, 通用性更强, 且适用的场景更广泛。垂直领域厂商可以通过调用多模态大模型的API实现对既有应用的快速智能化升级。

图表3: 阿里达摩院推出MaaS



来源: 阿里云栖大会, 国金证券研究所

图表4：华为大模型开发使能平台



来源：华为伙伴暨开发者大会 2022, 国金证券研究所

图表5：百度飞桨产业级深度学习开源开放平台



来源：2023 世界人工智能大会，国金证券研究所

OpenAI API 降价，接入其 API 的公司有望直接受益。6 月 13 日，OpenAI 发布更新，其中：1) 嵌入式模型 Embedding Model 下调 75%；GPT-3.5-Turbo 输入下调 25%；发布 GPT-4-16K 平替版 GPT-3.5-16K 模型，价格为每输入 1000tokens0.003 美元，相当于降价 95%；2) 发布函数调用功能，开发者可以向 GPT-4-0613 和 GPT-3.5-Turbo-0613 两个模型描述函数，并让模型智能选择输出一个包含参数的 JSON (JavaScript Object Notation, 一种数据交换的文本格式) 对象来调用这些函数，这种方法使 GPT 功能与外部工具或 API 进行连接更可靠。OpenAI 首席执行官 Sam Altman 在新加坡管理大学演讲时表示，OpenAI 每三个月左右就能将推理成本降低 90%，未来将继续大幅削减成本。我们认为，此次更新利好已经或潜在能够在海外应用 GPT 模型的公司，成本端和效率均迎来优化。

二、重点关注应用逐步落地的企业

图表6：相关企业 AI 应用布局、研发投入

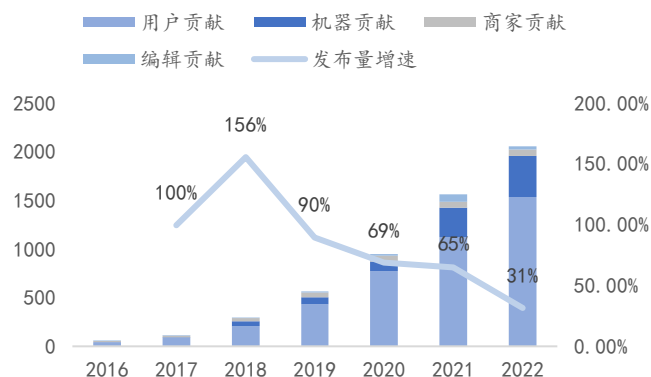
公司名称	2022年费用情况						AI相关应用布局									
	销售费用 (亿元)	销售费用率	研发费用 (亿元)	研发费用率	研发人员数量 (人)	研发人员占比	供给侧运营		营销及投放					用户互动		
							商品审核 选品	内容审核	文字内容 生成	图像素材 生成	视频素材 生成	翻译	广告投放	客服	营销数字 人	购物/询盘 助手
值得买	2.41	19.7%	1.43	11.7%	445	23.6%		√	√	√	√					√
焦点科技	5.57	37.7%	1.78	12.0%	603	25.0%		√	√	√		√		√		√
吉宏股份	15.75	29.3%	1.49	2.8%	579	13.8%	√			√	√	√	√	√		
易点天下	0.37	1.6%	0.97	4.2%	223	27.3%			√	√	√	√	√	√	√	

来源：wind, 国金证券研究所整理

2.1 值得买：消费内容+消费数据为壁垒，AI 赋能内容生态及用户互动

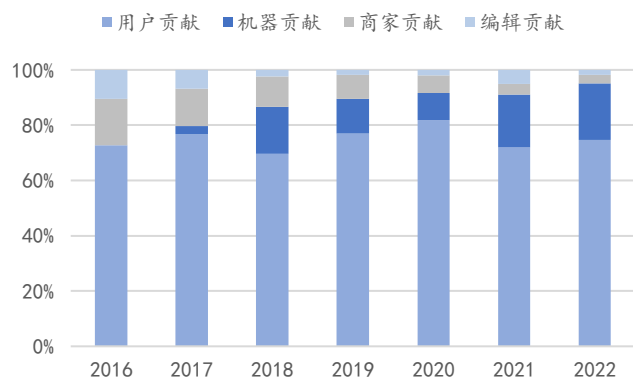
公司在机器生成内容上已有多年深耕，AIGC 将进一步提升内容制作效率、丰富平台内容生态。2022 年，“什么值得买”内容发布量为 2,055.84 万，同比增长 31.50%，其中，超七成由用户贡献，作为社区型平台，平台重视与创作者、值友之间的沟通与互动。2022 年机器贡献内容（MGC）发布量占比约 20%，为第二大内容贡献来源，内容发布量 417 万，同比增长 40.73%。MGC 内容自 2017 年 10 月 1 日上线，目前在网站及 App 上标示该条信息为“小小值机器人”，在此基础上，公司 4Q2022 更多探索通过 AIGC 产生图片、产品亮点提炼等内容，未来希望引入对话式机器人助手的方式，提升商品匹配结果、消费决策效率。3C 数码产品为值得买平台贡献 GMV 比例最高的品类，据明略科技、复旦大学及秒针联合发布的实证调研显示，相比于信任型产品（如保健品、营养品），当企业使用 AIGC 推荐搜寻型产品（如电脑、手机、相机等电子产品）时，消费者会更想了解该产品，并表现出更强的购买意愿、点赞和评论意愿。

图表7：值得买内容发布量（万条）



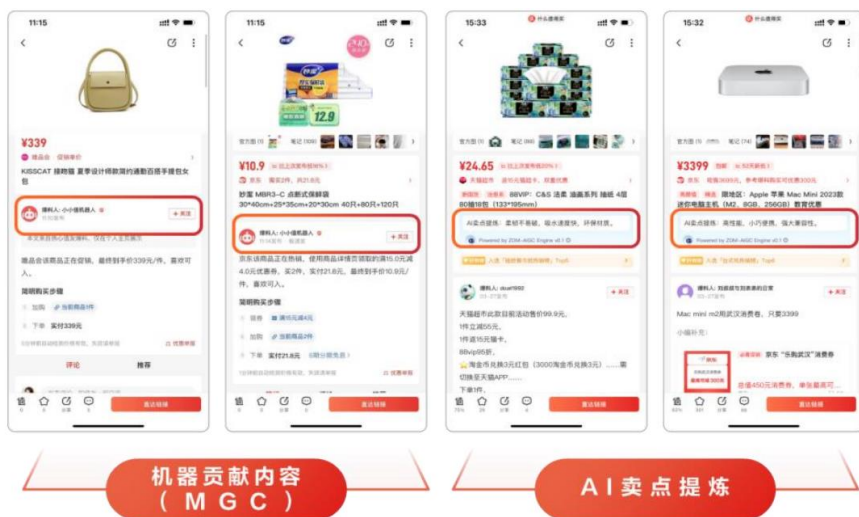
来源：值得买公司公告，国金证券研究所

图表8：值得买内容发布来源占比



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

图表9：值得买机器贡献内容（MGC）及 AI 卖点提炼



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

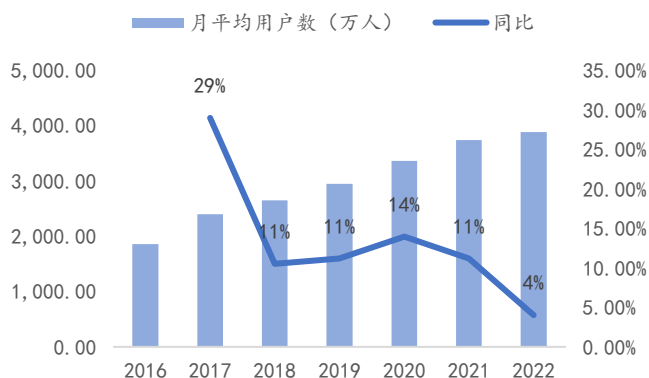
公司消费内容数据储备丰富，为训练垂类模型提供素材库。2016 年至 2022 年累计内容发布量超 5500 万条，2022 年公司月平均活跃用户 3889 万人，互动内容总次数约 23.6 亿次。公司商品数据库已经收录了 21 万+品牌、978 万+聚合商品。这些数据一方面提升了“什么值得买”平台结构化展示商品信息的能力，提升了平台搜索与推荐内容分发的效率，同时也是 AI 技术做内容生产的基础和素材库。

图表10：值得买消费数据库



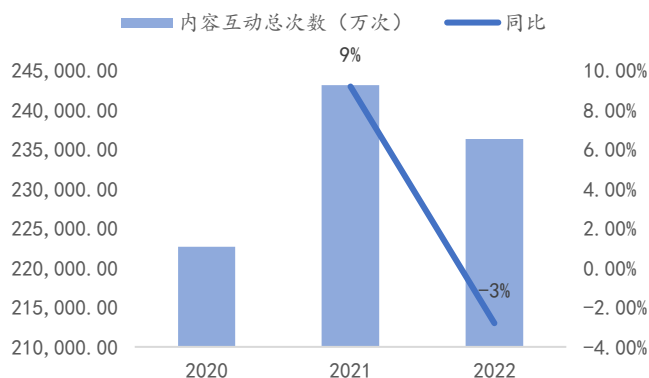
来源：值得买公司公告，国金证券研究所

图表11：值得买月平均活跃用户数量



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

图表12：值得买内容互动总次数



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

AI 对公司业务的赋能主要体现在内容赋能及用户互动上。目前公司已与国内头部大模型企业达成合作，通过平台积累的优质消费内容和消费数据训练垂类模型，并储存了一定算力资源。AI 相关应用在业务上的渗透先从对内的内容治理、编辑提效等方面落地，随着基础大模型的迭代及垂类模型训练的成熟度提升，未来应用将面向用户端。

面向内部运营的功能包括社区治理和智能编辑器工具。AI 在社区治理中，可以更高效且精准地识别违规内容、图片等，维护良好的社区氛围，帮助内容分级，鼓励社区内真实、优质、原创的内容。智能编辑器的功能包括营销文案生成·文生图等功能，助力内容生产过程提效，也有望提升内容转化率。

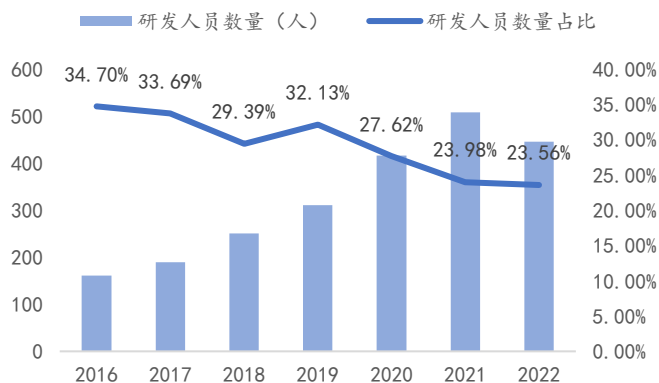
面向用户端的应用包括内容创作工具以及 AI 购物助手。AIGC 能力相对成熟后，内容创作工具有望开放给用户，提升用户创作内容的数量和质量，降低用户创作门槛，扩大创作者规模。AIGC 内容对于 UGC 内容并不是取代，而是 AI 作为工具对 UGC 创作进行赋能。公司作为内容社区，重视 AI 生成内容的质量及用户间的交流互动。AI 购物助手方面，由于购物场景目的性相对明确，应用的成熟需要建立在 AI 购物助手对于用户需求、产品特征有更好的理解和匹配的基础上，相关能力成熟后，AI 购物助手未来商业化空间可体现在①基于用户场景式需求，推荐产品组合，相比仅推荐单一产品，有望提升用户 ARPU。②商品的推荐排序或带来广告收入增量。

图表13：值得买AI发展规划



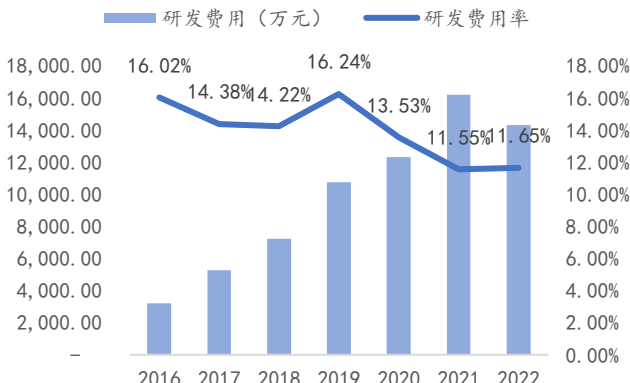
来源：值得买投资者问答，国金证券研究所整理

图表14：值得买研发人员数量及占比



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

图表15：值得买研发费用率



来源：值得买公司公告，国金证券研究所

2.2 焦点科技：AI 外贸助手贴合场景、快速迭代，打造外贸企业数智大脑

公司主营业务为中国制造网业务，是B2B跨境电商平台，为国内出口型中小企业提供电子商务服务长达26年，积累了大量数据沉淀。公司研发AI外贸助手“麦可”，于23年4月25日推出试用，产品能力比肩外贸业务员；5月15日对外正式发布，产品能力可及10年外贸专家；公司预计于7月26日发布迭代版本，迭代方向向“AI营销团队+24小时客服”发展，希望塑造企业的AI管家。长期来看，AI数字员工预计在技术侧整合图像处理、语音处理、文本处理等能力，向“企业私域数智大脑”发展。

功能模块包括分为信息发布、产品优化、商机跟进。交互形式在供应商的后台，右下角以机器人的形式在页面露出。

- 信息发布：包括AI美工、AI业务员和AI运营员等功能，可以一键抠图、多语翻译、智能润色；
- 产品优化：包括SEO及关键词优化、描述撰写及优化功能，未来预计在现有功能基础上，优化多轮互动能力，对文本进行个性化调整，形成产品描述上的用户的偏好。以及增加人工语音的交互方式进一步完善，以及多轮互动的功能。
- 商机跟进：包括社媒创作、开发信、买家背调、商机解析、智能回复等功能。麦可以①社媒创作来触达用户，覆盖6大主流国内外社媒，包括Facebook、LinkedIn、Ins、Twitter、微博、小红书。依据社媒平台特征创作文案。②获得用户询盘后，通过买家背调了解是否值得进一步沟通。结合平台积累的数据、全球贸易数据及互联网数据多方联动，梳理买家画像，包括访问路径、所处行业、采购偏好等。全网挖掘会在几分钟内分析更深层信息，包括公司地址、联系方式、是否上市等信息，相比过去的搜索引擎查询的方式大幅提效。③商机解析，迅速生成中文的询盘要点提炼，了解买家需求。④智能回复，依据买家需求自动生成回复，确认后即可发送。⑤针对已经

取得联系方式的买家做客情维护，可以撰写新的开发信来再次触达。

今年的业务布局重点聚焦新应用的市场教育，目前麦可定价为定价为 1980 元/月，5980 元/半年。由于 B 端业务属性，从销售人员清晰的理解并介绍商品，到买家试用并认可功能，到说服外贸企业或工厂采购需要一定时间周期，对于客单价提升的传导或需要一定时间。公司持续收集客户的用户体验反馈，不断更新迭代，随着应用的成熟度提升及供应商使用平台的粘性增加，长期有望拉升客单价。

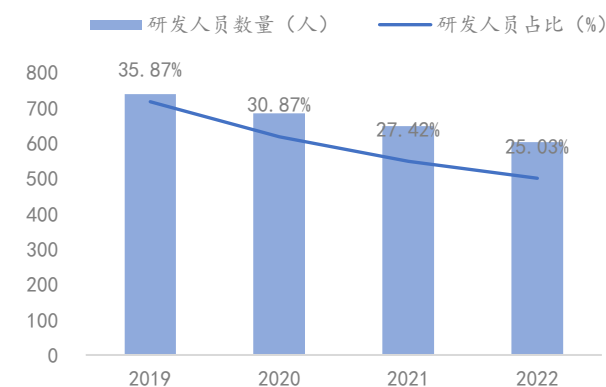
图表16：焦点科技 AI 应用布局



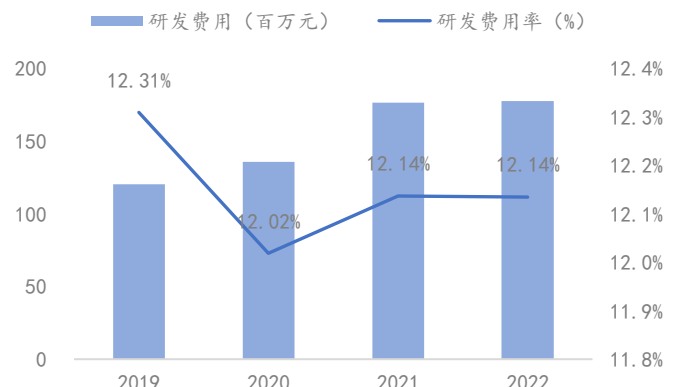
来源：中国制造网视频号，国金证券研究所整理

图表17：焦点科技研发人员数量及占比

图表18：焦点科技研发费用率



来源：焦点科技公司公告，国金证券研究所



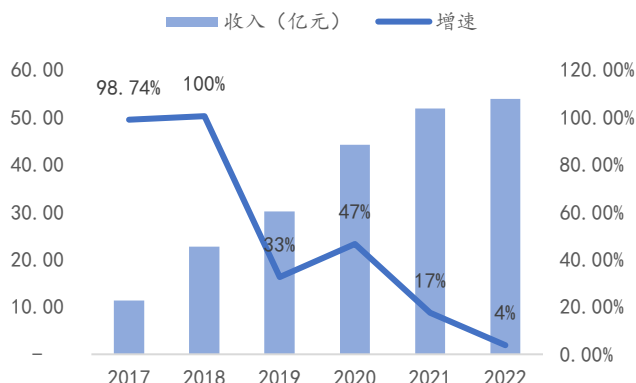
来源：焦点科技公司公告，国金证券研究所

2.3 吉宏股份：AI 全方位赋能广告内容生产到投放、选品到推荐

结合主业，在广告内容生产到投放、选品到推荐各流程均有 AI 赋能。公司聚焦跨境社交电商业务，在 Facebook、TikTok、Google、Instagram 等社交网络平台精准投放独立站广告进行 B2C 销售，公司赚取商品买卖差价。东南亚电商市场分散，六个主要国家语言、文化、风俗、货币、宗教信仰各不相同，因此在精准营销、数字化运营、供应链管理、仓储物流管理、智能翻译等各方面有更高的数字化运营要求。公司的销售模式为单品投放，在广告中仅向客户推荐 1-2 款商品，突出产品卖点，迅速打动客户，降低用户选择成本、有效提高转化率。互联网业务的销售费用率近两

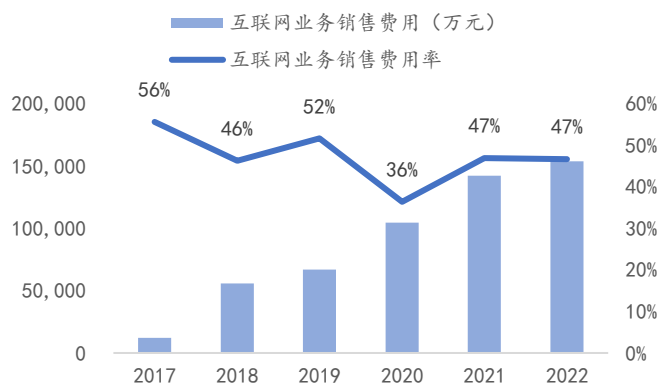
年为 47%，营销广告上需要较多资源，AI 的赋能有望提高投放效率。

图表19：吉宏股份收入及增速



来源：吉宏股份公司公告，国金证券研究所

图表20：吉宏股份互联网业务销售费用

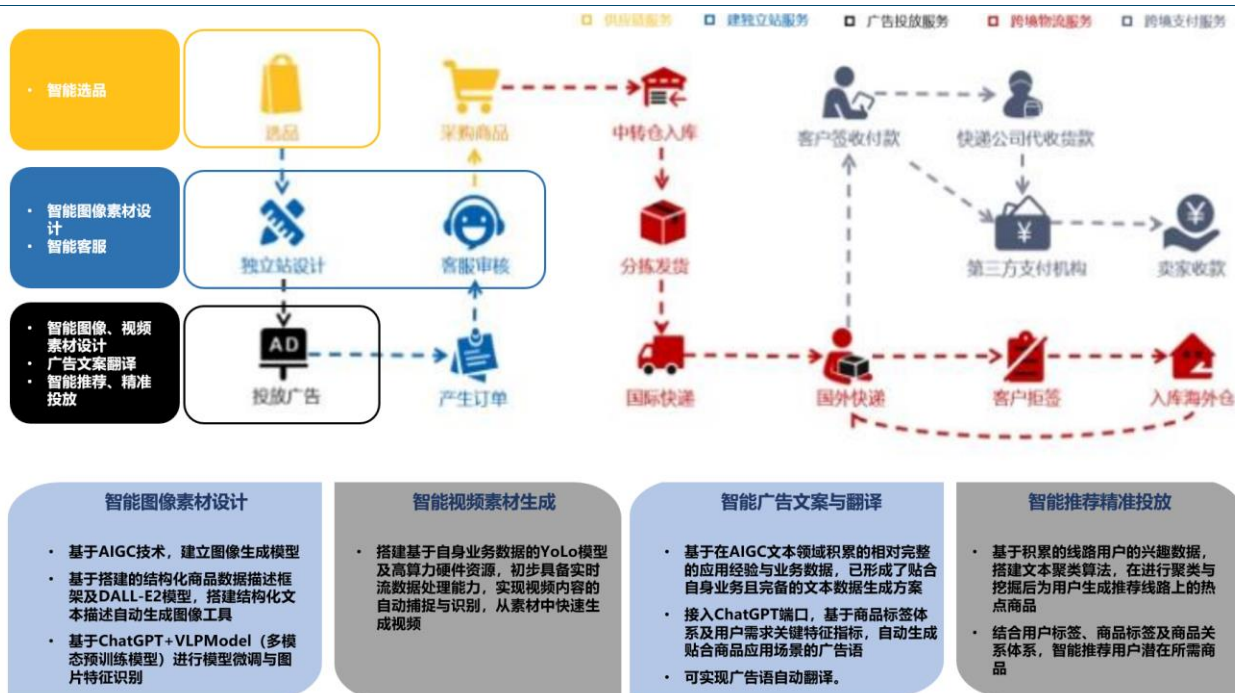


来源：吉宏股份公司公告，国金证券研究所

公司自 2023 年 1 月接入 ChatGPT，通过 API 集成于自研电商系统，对数据库进行训练及优化，并且 GPT Plugin 申请已通过。主要应用包括人工智能选品、图文和视频广告素材制作/广告语智能输出及翻译、广告智能投放、智能客服回复等。2023 年 6 月 5 日，公司与华为云签署人工智能大模型联合创新协议，启动跨境电商平台 AIGC 赋能的第二阶段。此次合作是在 2021 年 7 月，吉客印与华为云签署全面合作协议后的再一次深度合作。

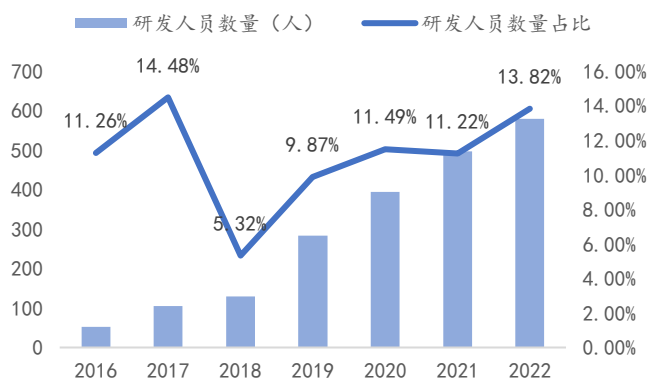
- 人工智能选品：公司通过 ChatGPT 对于商品标签体系数据进行训练，优化模型在线路、平台、时间、商品特征四个维度上的匹配，提升选品效率和选品质量，截至 2023 年 5 月已累计帮助业务上线新品 2 万多件。
- 图文、视频广告素材制作：基于结构化的商品数据描述及 DALL-E2 模型，通过文本描述生成图像。搭建基于自身业务数据的 YoLo 模型，初步具备实时流数据处理能力，实现视频内容的自动捕捉与识别，从素材中快速生成视频。
- 智能广告文案与翻译：基于商品标签及用户需求的关键特征指标，自动生成贴合商品应用场景的广告语。智能翻译上，过去公司通过 Google 翻译及小语种人才来完成翻译，后续借助 Google 翻译等软件的基础上自主研发智能翻译系统，结合各类社交媒体收集本地化广告语言，以及公司数年积累的广告翻译库数据进行反复训练后，实现广告文案/短视频的多国小语种智能翻译，帮助公司投放师与翻译人员提升广告文案的吸引力和翻译的精准度。
- 广告智能投放：基于线路用户的兴趣数据，搭建文本聚类算法，为用户生成推荐线路上的热点商品。结合用户标签、商品标签、商品关联关系，为用户推荐潜在所需的商品。通过 ChatGPT 对于千万级商品中挖掘出 150 万种商品之间的关系，推动现有产品之间的关系发展，丰富公司的关联关系推荐能力。

图表21：吉宏股份跨境电商业务流程及AIGC相关应用



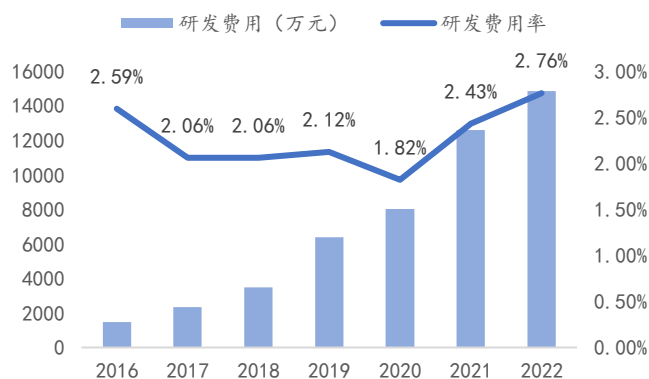
来源：吉宏股份公司公告，国金证券研究所

图表22：吉宏股份研发人员数量及占比



来源：吉宏股份公司公告，国金证券研究所

图表23：吉宏股份研发费用率



来源：吉宏股份公司公告，国金证券研究所

2.4 易点天下：AIGC 数字营销创作平台即将发布，微软广告一级代理商受益于 New Bing 增长

公司主营业务为全球效果广告服务，公司智能业务系统将产品图片生成图片或视频等广告素材，并通过 API 接口传输至头部媒体广告管理平台（如谷歌、Meta 等）。公司是国内首批全面接入大模型的营销服务商，采用了多种大语言模型和视觉大模型，通过微调闭源模型和重训练开源模型的方式，开发了一系列适用于自身业务场景的小模型，包括营销数字人模型、企业知识库模型、素材生成模型、AI 问答客服模型和 AI 垂直电商模型。为客户提供媲美棚拍精度的 AI 产品展示图、视频，可以达到 10 倍以上的交付效率和拓展能力，而成本只有以往的 1/3。对外合作上，作为华为云在 AIGC 领域合作的首家出海营销合作伙伴，公司与华为云就出海营销 AIGC 大模型的深化探索达成战略合作。

图表24: AIGC 推动内容营销进入 3.0 时代

	1.0时代	2.0时代	3.0时代
工具	上世纪70年代: Adobe/ AutoCAD等辅助设计工具, 图形设计工具诞生	Google AutoDraw等辅助设计工具, 服务内容智能化, 创意工具	Microsoft Designer等AI智能软件快速发展, AIGC工具赋能内容营销, 降低成本, 提高效率
展现形式	以文字/图片为主的静态内容, “瀑布式”内容展示	以音频/视频体为主的动态内容, 短视频/网络直播/信息流服务/互联网服务成为主流, 实时生成内容生成	借助AI/3D/AR/VR等工具, 融合定制化内容策略, 建立使用不同渠道/场景的多维内容, 多场景内容生成
内容策略	只读模式, 占有内容 通过视觉传达, 帮助品牌找到“对的人”	分享内容, 双向传递 人脑内容不能满足整体的营销需求, 内容营销“对的地方”, 快速向用户传递营销内容	共创内容, 多向传递 不同渠道, 不同的人对于内容的理解不同, 内容更偏向于“创意人”“内容”“渠道”对应的关系

来源: 易点天下公众号, 国金证券研究所

图表25: 大模型优化易点天下营销体验



来源: 易点天下公众号, 国金证券研究所

公司研发和技术部门储备了相应的 AIGC 人才和技术, 公司旗下商业智能化数字营销平台 Cyberclick 推出了基于 AI 能力的 CyberCreative 创意平台, 自研自测实现了多项商业化应用测试, 主要包括: 视频人脸融合、多图视频生成、文本+绿幕生成多语种视频、单文本生成数字人多语种视频等。基于生成式 AI, 公司将电商产品的视觉设计成本降低 50%, 点击到达率提升 35%, 每次点击成本降低 45%, 显著提高了制作广告和营销内容的节奏、速度和质量。

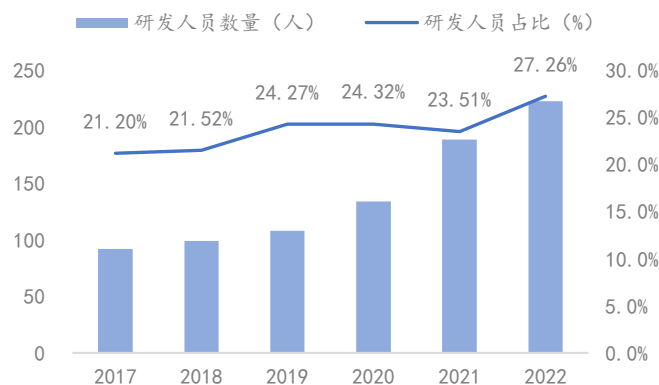
2023 年 7 月 12 日, 公司将发布首个 AIGC 数字营销创作平台 KreadoAI。KreadoAI 的 AI 模特功能, 已支持为包括假发、服装、眼镜等细分行业的电商客户, 生成不同地域国家、肤色、年龄、表情等媲美棚拍精度的 AI 产品展示图; 在将客户广告 CTR 点击率提升 35% 的同时, 可将单次点击成本降低 45%; AI 数字人口播视频功能, 已实现通过唇形融合、语音音色克隆、TTS 智能配音、AI 换脸等技术, 以 1% 的成本, 实现 95% 以上的真人视频效果呈现, 大幅降低营销成本支出。

图表26: 易点天下 AI 大模型于业务的结合

大语言模型	GPT-4	用于内部 AI 助理, 日常文案工作、工作信息整理、营销文案生成
	ChatGLM	用于私有化部署 AI 客服和企业知识库以及隐私数据大语言对话场景
视觉大模型	Midjourney	用于设计师创意生成, 宣传图、背景图等设计环节增效, 提高整个创意生成流程
	StableDiffusion	用于素材生成模型, 针对电商部分场景进行素材批量生产替换

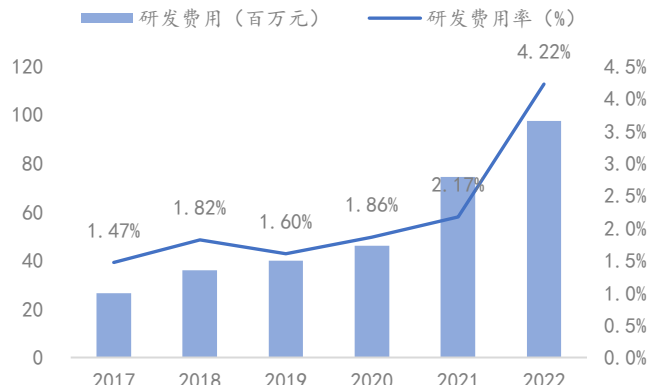
来源: 易点天下公众号, 国金证券研究所

图表27: 易点天下研发人员情况



来源: 易点天下公司公告, 国金证券研究所

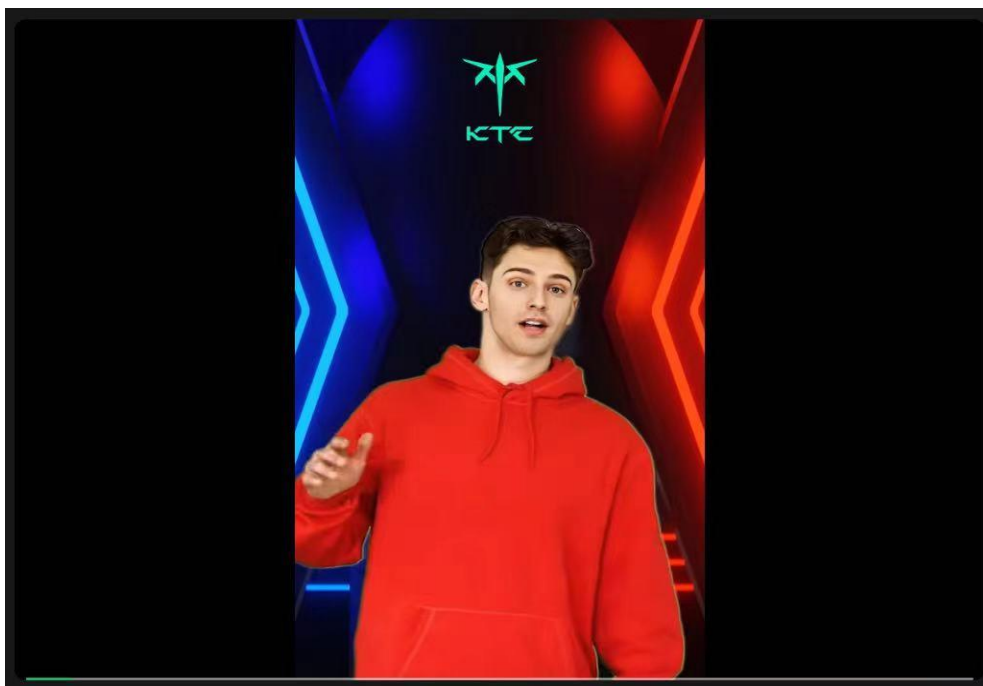
图表28: 易点天下研发费用及研发费用率



来源: 易点天下公司公告, 国金证券研究所

数字人视频直播产品已经完成内测, 并且在多语种开拓全球营销新场景方面取得了成功。目前, 该款多语言数字人可提供 140 余种语言和近 100 位数字人物形象模板, 只需输入营销文本或关键词, 即可生成数字人口播视频, 极大节省了视频制作的时间。在内测案例中, Trip.com 在 AI 的赋能下视频制作效率从此前的 12 小时/个缩短至 6-8 分钟/个。此外, 公司为康冠科技等客户快速实现了人脸融合、多语种视频生成、多图片视频生成和虚拟人视频生成等功能, 为其实现了创意内容生成的降本增效。融合了“电竞基调”元素的数字人形象 KTC NEWS, 帮助 KTC 快速切入美国市场, 广告效果 KPI 完成度单月达 123%。

图表29: KTC NEWS 数字人

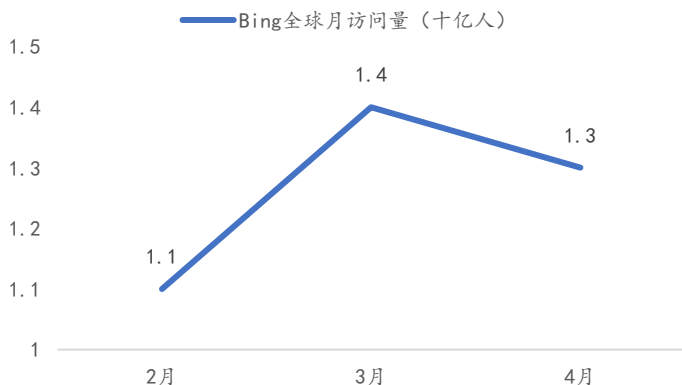


来源：易点天下公众号，国金证券研究所

公司作为微软的广告媒体一级代理商，也将受益于 BING 的起量。New Bing 搜索在应用 ChatGPT 一个月之后，日活跃用户突破 1 亿。

图表30: 2023 年月度 Bing 全球访问量 (十亿人)

图表31: 微软一级代理商名单



来源：Statista，国金证券研究所

蓝色光标	BlueMedia
易点天下	Cyberclick
木瓜移动	木瓜移动 papaya
西窗科技	Westwin 西窗科技
易诺	YinLink 易诺

来源：微软公司官网，国金证券研究所

风险提示

海外基础软硬件使用受限风险。若因国际关系等原因，高算力 GPU 等基础硬件或计算框架等基础软件使用受限，可能会对国内人工智能算法应用产生影响。

行业政策的不确定性。当前行业处于发展初期，行业政策的不确定性可能会对相关公司的业务开展产生一定影响。

技术迭代的不确定性。目前 AIGC 正处于发展初期，也处于快速发展的阶段，未来 OpenAI 的版本更新时间存在一定的不确定性，AIGC 行业市场增长也存在着一定的不确定性。

行业竞争加剧风险。OpenAI 开放 API 端口，大量企业和资本涌入 AIGC 赛道，行业竞争可能进一步加剧。

应用端商业化落地不及预期风险。ChatGPT 在应用端的落地以及其商业化进程有可能受到测试成本、数据语料等的限制，商业化模型目前尚不明确，需要进一步探索。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；

增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；

中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；

减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明：

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告反映撰写研究人员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-85950438	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	地址：北京市东城区建内大街 26 号	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址：深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心
紫竹国际大厦 7 楼		18 楼 1806