

2023 年 02 月 06 日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

AIGC 将如何影响传媒行业

—传媒行业深度报告

推荐(维持)

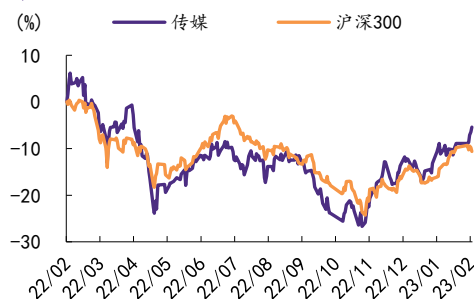
投资要点

分析师：朱珠 S1050521110001
zhuzhu@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	6.5	19.3	-5.9
沪深 300	4.0	9.9	-9.2

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

AIGC 开启内容与媒介新篇章

每一次大革新都划分一个时代，生活、体验、价值认知均会被改变，AIGC 已在实现人工智能从感知理解世界到生成创造世界的进击。AIGC 是什么？AIGC 与 ChatGPT 的关系是什么？AIGC 与元宇宙的关系是什么？AIGC 为什么现在火了？资金、技术、资本的持续涌入，从一级市场到二级市场的传导，在 2023 年开年推动 AIGC 的火热，也助力 AIGC 相关标的市值“狂飙”，AIGC 正在开启一个时代的新篇章。

多维度看 AIGC 底层技术、发展历程、市场规模、代表企业

AIGC 与多模态大模型的发展(深度神经网络的量变带来 AIGC 技术能力的质变，多模态大模型升级 AIGC 内容创作力)，AIGC 三步走发展历程中，2025 年中国生成式 AI 应用规模有望达到 2070 亿元，2030 年 AIGC 市场规模有望超万亿元；AIGC 产业生态加速形成与发展，走向模型即服务的未来。

AIGC 能带来什么？“传媒”如何到“智媒”

我们将从 AIGC 在数字营销、内容等领域的应用来探讨传媒到智媒的进阶发展。AIGC 遇见数字营销，有望打开人工智能创意的新宇宙；AIGC 有望塑造数字内容生产与交互新范式，并有望带来内容消费市场的繁荣发展；AIGC 应用在 2B、2C 角度看，2C 的应用已开启单月付费模式，长期看 2C 的付费模式具天花板，对于 AIGC 的商业边界的大展身手可在 2B。

行业评级及投资策略

给予传媒行业推荐评级。每一次技术的进步与推动均有望带来时代的红利。AIGC 应用有望带来 C 即 Content 的新变量，投资维度，**第一维度**，可关注已推出自有大模型，相对垂类的应用企业（蓝色光标、天娱数科、昆仑万维等）；**第二维度**，可关注与头部技术企业建立较好合作或战略合作，或在垂类应用领域具有数据、案例、场景优势（视觉中国、风语筑、蓝色光标、中文在线等）；**第三维度**，可关注深耕内容行业，具有丰富的内容数据厚度，若结合 AIGC，有望带来效率提升或新供给（芒果超媒、光线传媒、华策影视、掌阅科技、阅文集团、新经典、中信出版、荣信文化、浙数文化等）。AIGC 作为新技术分支，2023 年有望持续在传媒、新

营销等领域带来存量的效率提升与增量的新应用场景。旧秩序在洗牌，新秩序在建立，均为下一场传媒到智媒的繁荣在蓄力，给予传媒行业推荐评级。

■ 风险提示

新技术应用不及预期的风险、产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；突发公共卫生事件的风险；宏观经济波动的风险等。

关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2023-02-03 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
000681.SZ	视觉中国	17.22	0.22	0.21	0.24	78.27	82.00	71.75	买入
300058.SZ	蓝色光标	5.76	0.21	-0.75	0.21	27.43	-7.68	27.43	买入
603466.SH	风语筑	15.40	1.04	0.11	0.7	14.81	140.00	22.00	买入
600986.SH	浙文互联	5.62	0.22	0.06	0.19	25.55	93.67	29.58	买入
600633.SH	浙数文化	9.60	0.41	0.41	0.51	23.41	23.41	18.82	买入
300413.SZ	芒果超媒	34.45	1.13	0.96	1.19	30.49	35.89	28.95	买入
300133.SZ	华策影视	5.21	0.21	0.25	0.31	24.81	20.84	16.81	买入
300788.SZ	中信出版	22.28	1.27	1.09	1.27	17.54	20.44	17.54	买入
603096.SH	新经典	20.52	0.8	1.06	1.4	25.65	19.36	14.66	买入
603533.SH	掌阅科技	17.33	0.34	0.37	0.46	50.97	46.84	37.67	买入
300251.SZ	光线传媒	8.15	-0.11	0.06	0.31	-74.09	135.83	26.29	未评级
300364.SZ	中文在线	11.82	-0.13	0.23	0.28	-90.92	51.39	42.21	未评级
300418.SZ	昆仑万维	18.50	1.29	1.15	0.46	14.34	16.09	40.22	未评级

资料来源：Wind，华鑫证券研究（注：未评级盈利预测取自万得一致预期）

正文目录

1、 AIGC 是什么？	5
1.1、 AIGC 与 ChatGPT 的关系是什么？	6
1.2、 AIGC 与元宇宙的关系：将再造元宇宙的众创生产力	7
1.3、 AIGC 为什么现在火了？	7
2、 AIGC 底层技术、发展历程、市场规模、代表企业	9
2.1、 AIGC 与多模态大模型	9
2.2、 AIGC 发展历程：三步走	11
2.3、 AIGC 市场规模：万亿元可期	12
2.4、 AIGC 代表企业进展：Open AI VS Stability AI	16
3、 AIGC 能带来什么？	19
3.1、 AIGC 将如何影响传媒行业	19
3.2、 AIGC 新技术应用之数字营销	21
3.3、 AIGC 新技术应用之内容	23
3.4、 企业端布局 AIGC 进展	26
4、 行业评级及投资策略	28
5、 风险提示	29

图表目录

图表 1：AIGC 技术驱动三大能力（上）、AIGC 技术（下）	5
图表 2：OpenAI 官网推出的 ChatGPT 产品介绍	6
图表 3：元宇宙与 AIGC 的关系	7
图表 4：StabilityAI 的融资（上）	8
图表 5：抖音集团旗下悟空问答	9
图表 6：AIGC 按模态划分的 6 大类型	10
图表 7：AIGC 技术应用模态之文本案例 ChatGPT 方法论（闲聊文本生成）	11
图表 8：AIGC 发展三阶段	12
图表 9：2020-2025 年中国 AI 数字商业市场规模（上）2025 年各数字商业规模及占比（下）	13
图表 10：2020-2025 年中国 A 数字商业核心产业链复合增速	14
图表 11：2020-2025 中国生成式 AI 规模及同比增速（左）、2030 年 AIGC 市场规模万亿元（右）	15
图表 12：AIGC 应用场景（按模态划分）	15
图表 13：2022-2023 年 Stability AI 发展事件（上）、企业愿景（下）	17
图表 14：2022 年 Stability AI 估值	18
图表 15：2015-2023 年 Open AI 发展历程	19
图表 16：2023 年 2 月 Open AI 旗下 ChatGPT 试水单月付费 20 美元/月	19
图表 17：AI 生成内容的指标对比（上）、文心一格文字到图片 C 端生成（下）	20

图表 18: AIGC 与营销的关系（左）、AIGC 如何重构营销效率（右） 22

图表 19: 蓝色光标旗下 AIGC 工具 22

图表 20: 浙文互联旗下 AIGC 工具米画 23

图表 21: 2022 年 3 月阿凡达特效公司 Weta Digital 更名为 Weta FX（因 Unity 收购） 24

图表 22: AIGC+Video（AI+视频）左、AIGC 三层发展之应用层 25

图表 23: Netflix 首支 AIGC 动画短片 25

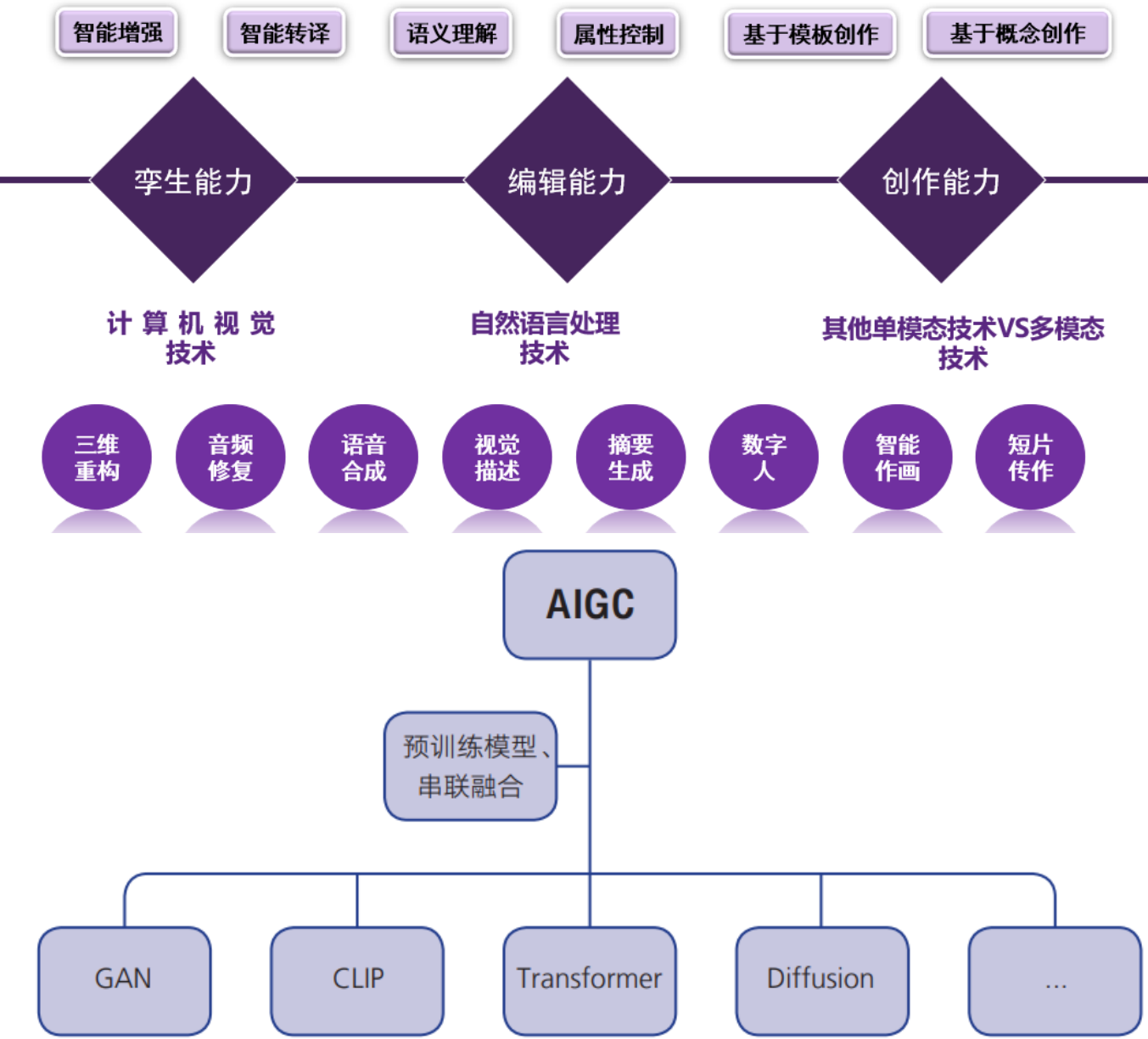
图表 24: 2023 年上海厦门 AR 新年祝福 26

图表 25: 关注公司及盈利预测 29

1、AIGC 是什么？

AIGC (AI-Generated Content, 人工智能生产内容)，狭义概念是利用 AI 自动生产内容的生产方式，但广义上 AIGC 已在实现人工智能从感知理解世界到生成创造世界的进击，AIGC 代表 AI 技术发展的新趋势，过去传统人工智能偏向分析能力，而现在人工智能正在生成新内容，通过大量的训练数据和生成算法模型，自动生成文本、图片、音乐、视频、3D 交互内容等各种形式的内容，换言之，AIGC 正在加速成为 AI 领域的商业新边界；AIGC 也会带来内容创作的变革，如智能数字内容孪生能力、智能数字内容编辑能力、智能数字内容创作能力。

图表 1：AIGC 技术驱动三大能力（上）、AIGC 技术（下）



资料来源：中国信通院、京东探索研究院、腾讯研究院，华鑫证券研究绘制

AIGC 产业生态加速形成与发展，走向模型即服务的未来，目前应用主要三大层，分别为基础层、中间层、应用层，第一层主要是由预训练模型的技术投入，美国英国企业为代表的上游基础设施如 Open AI、Stability.ai 等；中间层是垂直化、场景化、个性化的模型和应用工具；应用层即面向 C 端的用户的文字、图片、音视频等内容生成服务等。伴随数字技术与实体经济的深度融合、互联网企业数字化场景拓展至元宇宙，人类对数字内容的总量和丰富程度的需求不断提高，AIGC 作为当前重要的内容生产方式，已率先在传媒、营销、影视、电商、娱乐等领域取得进展，伴随 AIGC 在各个行业的渗透，有望带来中国在 AIGC 领域发展的新增量。

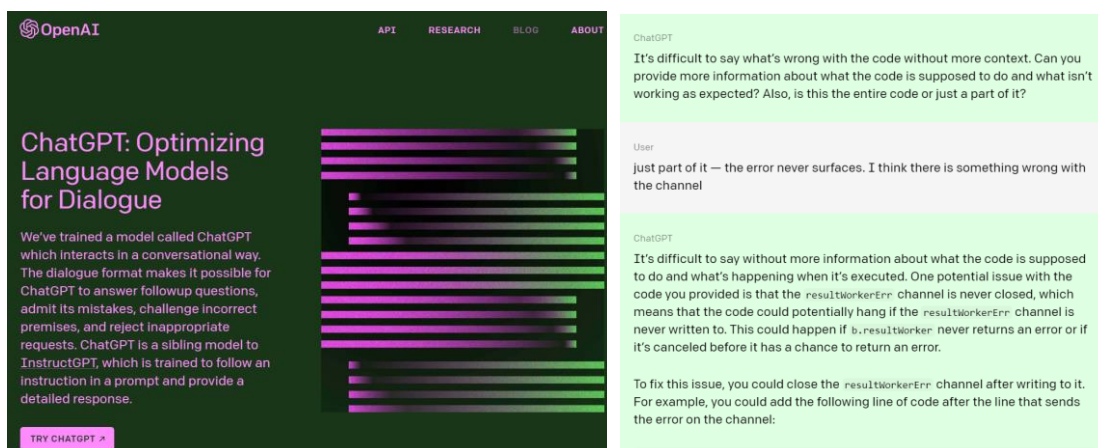
赋能产业，AI 数字商业加速传统产业升级，传统商业时代，驱动力是产品本身，互联网商业时代，驱动力是用户流量，数字商业时代，消费升级（场景要素、体验要素、服务要素）和数字技术同步驱动，以互联网、物联网、大数据和人工智能等数字技术为核心，加速商品、营销、服务、供应链数字化改造，以更高的效率、更好的体验为用户提供商品和服务。AIGC 作为 AI 数字商业的探路者，有望开启下一场数字商业模式的新篇章。

1.1、AIGC 与 ChatGPT 的关系是什么？

在 AIGC 技术应用的模态中，有一种模态是文本生成，而 ChatGPT 是文本生成模态应用模型的代表产品之一，该产品是由 Open AI 这家公司推出。

ChatGPT 是由人工智能研究实验室 OpenAI 在 2022 年 11 月 30 日发布的全新聊天机器人模型，一款人工智能技术驱动的自然语言处理工具，能够通过学习和理解人类的语言来进行对话，且能根据聊天的上下文进行互动，类人化进行聊天交流，且能完成撰写邮件、视频脚本、文案、翻译、代码等任务。OpenAI 成立于 2015 年 12 月，成立之初的目标是以安全的方式实现通用人工智能（AGI），使全人类平等收益，近几年推出的自然语言处理大型预训练模型 GPT-3、AI 图像生成器 DALL-E 两大代表性研究，引领了业界新的技术潮流。

图表 2：OpenAI 官网推出的 ChatGPT 产品介绍



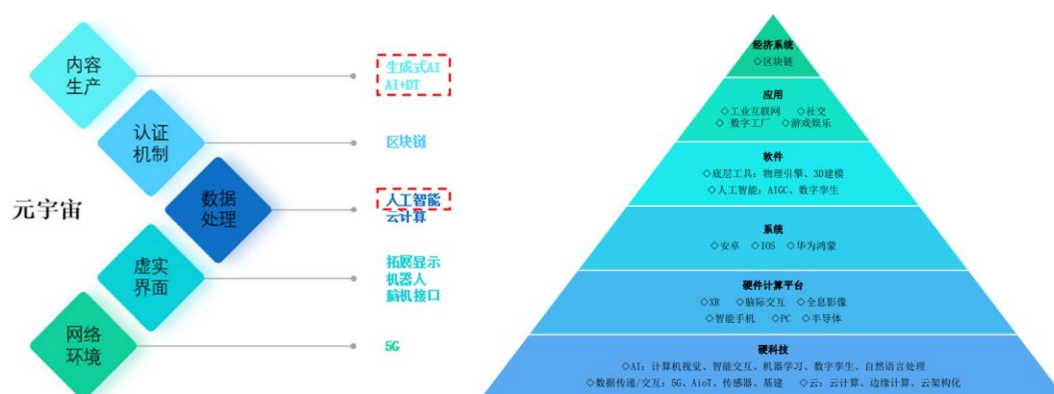
资料来源：OpenAI 官网，华鑫证券研究

1.2、AIGC 与元宇宙的关系：将再造元宇宙的众创生产力

每一次大革新都划分一个时代，生活、体验、价值认知均会被改变。工业 2.0 时代，其核心是能源生产和传递方式的改变；互联网时代，变革是由无数技术、应用落地的节点们组成；元宇宙时代雏形已现，在元宇宙中人工智能以及数字孪生等也是其核心技术支撑，也是形成及完善元宇宙商业内容体系的重要推动力。

元宇宙需要大量内容创作、填充，打造 Web3-AIGC 数字创作者经济联合体来赋能文化消费品牌元创力。从 PGC 到 UGC，内容产业得以繁荣，AIGC（人工智能生产内容）的兴起，给内容产业、创意行业带来新发展。AIGC+WEB3.0，在元宇宙中，需要海量的优质“内容”填补，AIGC 可实现专业创作者与个体自由的发挥创意，降低内容生产门槛，带来大量内容供给。作为元宇宙中创建目标的重要技术之一，生成式 AI 有望在元宇宙中得到广泛应用。AI 数字商业内容制作也有望护航元宇宙更高的创作效率。因此，元宇宙的日益普及将进一步推动 AI 数字商业的发展，AI 数字商业的进步也将加速元宇宙的虚实演变。

图表 3：元宇宙与 AIGC 的关系



资料来源：《元宇宙通证》 Matthew ball、清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心，华鑫证券研究

1.3、AIGC 为什么现在火了？

供需两端看，技术迭代、资本加持驱动、元宇宙需求。2022 年技术上从 Stable Diffusion 到 Open AI 旗下的模型进步，技术迭代带来新应用产品如 ChatGPT 人机对话，C 端口碑快速传播发酵，随后资本加持再次助力，从一级到二级延续其热度。技术供给端，技术进步驱动 AIGC 可用性不断增强，底层基建逐步完善，AIGC 也正在降低内容创作门槛且释放创作能力（不断创新的算法、预训练模型、多模态等技术融合带来 AIGC 技术变革，拥有通用性、基础性、多模态、参数多、训练数据量大、生成内容高质量稳定等特征的 AIGC 模型成为自动生成内容生产的工厂与流水线）；应用需求端，海量需求牵引 AIGC 应用落地，伴随数字经济与实体经济融合加深，同时元宇宙在 2021-2022 年快速被科普与探索，人类对数字内容总量与丰富程度的整体需求不断提升，数字内容的生产具有门槛，创作制作的内容供给缺口下，对实时的数字内容的需求不断提升。AIGC 有望成为数字内容创新发展的新引擎，为数字经济发展注入新动能，AIGC 能够支持数字内容与其他产业的多维互动、融合渗透辐射较多领域从而有望带来新业态、新模式。同时，作为数字融合的下一阶段重要

载体之一元宇宙持续发展，元宇宙需要实时性、可创性的需求下，也带来 AIGC 的刚性需求。

供给侧如何提升，也成为企业探索 AIGC 赋能主业的核心驱动力。企业端持续探索，从微软、谷歌、百度、腾讯、抖音等中外企业资本动作不断，从一级市场的企业 Stable Diffusion 背后公司的 StabilityAI 致力于 AI 开源的平台，在 2022 年 10 月融资 1.01 亿美元（Stable Diffusion 是免费且开源的文本到图像生成器，开放其图片版权且开放了源代码，并允许用户免费使用该工具，允许后继的创业者们使用开源框架构建内容生态），另一家企业 Open AI 估值也节节高（2019 年微软投资后 2023 年年初拟再次加码），到上市企业 BuzzFeed 在二级市场 2023 春节期间取得较好涨幅，均吸引市场关注度，企业布局不断，资金、技术、资本的持续涌入，从一级市场到二级市场的传导，在 2023 年开年推动 AIGC 的火热，也助力 AIGC 相关标的市值“狂飙”。

图表 4: StabilityAI 的融资（上）

Stability AI Announces \$101 Million in Funding for Open-Source Artificial Intelligence



NEWS PROVIDED BY
Stability AI →
Oct 17, 2022, 11:15 ET

SHARE THIS ARTICLE



资料来源: Cision、stability.ai 官网，华鑫证券研究

2022 年 10 月，Stability AI 获 1 亿美元融资（估值达到 10 亿美元），Stability AI 发布的开源模型 Stable Diffusion 可根据用户输入文本自动生成图像（即文生图 Text to Image），在 2022 年 10 月 Stability AI 被定位为元宇宙及数字媒体工具开发公司，该工具可以在元宇宙中设计应用程序，也可能创建 PowerPoint 演示文稿，用户可以在其代码的基础上构建与设计、电影、增强现实、视频游戏、广告、电子商务相关的应用程序；2022 年 12 月，Open AI 大型语言生成模型 ChatGPT 将人机对话推向新高度，在用户中快速传播，得益于 ChatGPT 的热度 2023 年 2 月抖音集团旗下悟空问答也开启复活（2017 年上线，2021 年下线），2023 年“悟空问答”APP 有望将择机再次上线，并会启用全新的产品 LOGO。

图表 5：抖音集团旗下悟空问答



资料来源：今日头条，华鑫证券研究

2、AIGC 底层技术、发展历程、市场规模、代表企业

2.1、AIGC 与多模态大模型

在技术端，有长或开放式文本生成、NeRF 模型、Diffusion 模型、跨模态大型预训练模型、小样本学习及自监督算法、强化学习及环境学习，基于以上技术带来的场景有如闲聊式文本生成、个性化营销文本、富情感及细节 TTS、拼凑式视频生成、基于文本的 AI 绘画、语音复刻。在技术端，深度神经网络的结构升级是推动 AIGC 快速发展的另一主要因素。深度神经网络的量变带来 AIGC 技术能力的质变。

按模态区分，AIGC 可分为音频生成、文本生成、图像生成、视频生成及图像、视频、文本间的跨模态生成，细分场景众多，跨模态生成也成为关注重点。同时，不同之前 AI 的分析功能，AIGC 可对不同模态元素进行二次拆解组合，改变内容生产逻辑及形式；和其他 AI 系统或数据库进行联动，进而可实现高度个性化、高频优化。

AIGC 的价值释放需要与不同行业的特异性场景深度融合。深度学习技术的快速发展带来了深度神经网络技术在大模型和多模态两个方向的不断递进，为 AIGC 的技术能力的升级提供强力支撑和全新的可能性。

图表 6: AIGC 按模态划分的 6 大类型

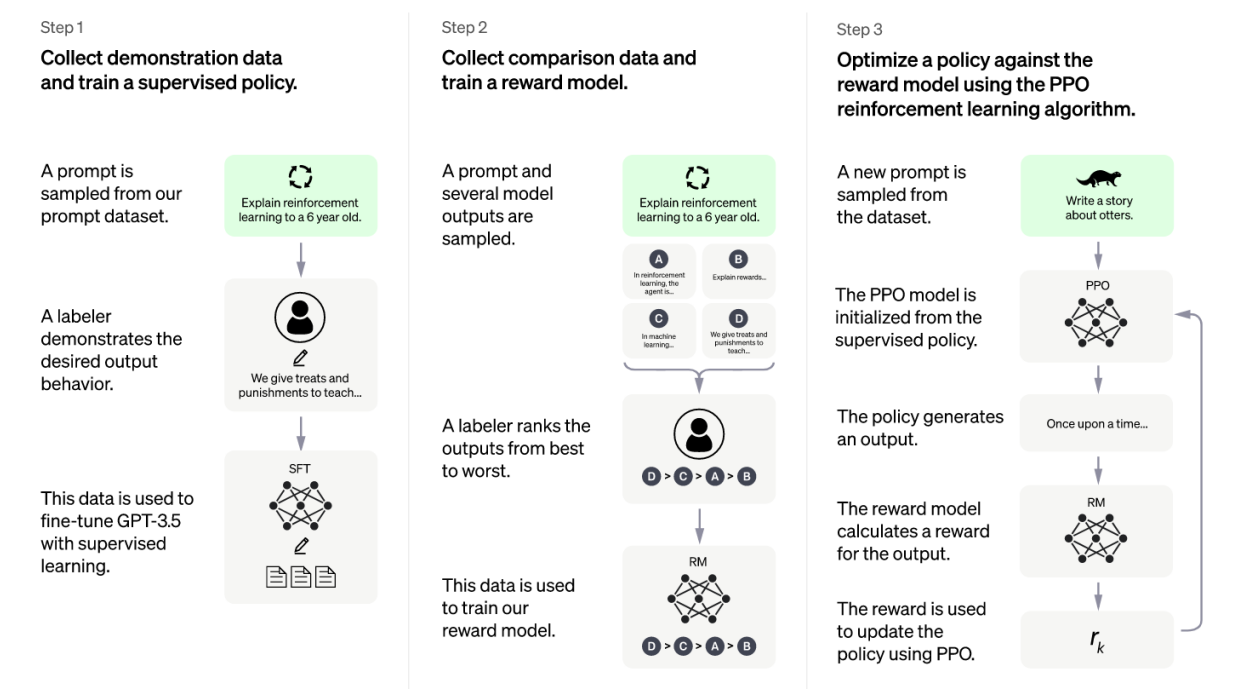
AIGC 按模态划分	如何生成	产品或算法模型
图像生成	发展较快+落地产品较多。根据使用场景，可分为图像编辑工具和端到端图像生成。图像编辑包括图像属性编辑（如去水印、风格迁移、图像修复等）和图像内容编辑（如修改面部特征、换脸等）。端到端图像生成包括基于图像生成（如基于草图生成完整图像，根据特定属性生成图像等）和多模态转换（如根据文字生成图像等）	产品或算法模型包括 EditGAN、Deepfake、DALL-E、MidJourney、Stable Diffusion、文心·一格等。
视频生成	视频生成与图像生成在原理上有一定相似性，可分为视频编辑（如画质修复、视频特效、视频换脸等）、视频自动剪辑和端到端视频生成（如文字生成视频等）	产品或算法模型包括 Deepfake、videoGPT、Gliacloud、Make-A-Video、Imagen video 等
文本生成	基于 NLP 技术的文本生成，是 AIGC 中发展较早一部分技术，功能也较为多样。据使用场景，可分为非交互式文本生成和交互式文本生成。非交互式文本生成包括内容续写、摘要/标题生成、文本风格迁移、整段文本生成、图像生成文字描述等功能。交互式文本生成包括聊天机器人、文本交互游戏等功能。	产品或算法模型包括 JasperAI、Copy.ai、彩云小梦、AI dungeon、ChatGPT 等。
音频生成	音频生成可分为 TTS (Text-to-speech) 场景和乐曲生成两类。其中 TTS 包括语音客服、有声读物制作、智能配音等功能。乐曲生成包括基于开头旋律、图片、文字描述、音乐类型、情绪类型等生成特定乐曲	产品或算法模型包括 DeepMusic、WaveNet、Deep Voice、MusicAutoBot 等
游戏生成	游戏生成主要包括游戏元素生成和游戏策略生成，其中游戏元素生成包括游戏场景、游戏剧情、NPC 角色等元素的生成。游戏策略生成主要指对战策略，一般基于深度强化学习的技术	产品或算法模型包括 rct AI、超参数、腾讯 AI Lab 等
3D 生成	与图像生成和视频生成相比，目前 3D 内容生成还处于较为初级阶段。现有的 3D 生成基本为基于图像或文本生成 3D 模型。	产品或算法模型包括 Magic3D、DreamFusion、AVAR 等。

资料来源：信通院，华鑫证券研究整理

AIGC 技术如果只能生成单一模态内容，即其能影响的内容将是有限的，也难以推动内容生产力的变化以及生产方式的革新，但多模态大模型的出现与发展，让 AIGC 技术可应用的广度不断拓展，进而带来 AIGC 不同场景下的新的创作需求。视觉大模型提升 AIGC 的感知能力，语言大模型增强 AIGC 的认知能力，利用人工智能技术对海量内容语言、文本数据进行信息挖掘和内容理解是 AIGC 技术的关键一环。基于大规模预训练的语言模型不仅能在情感分析、语音识别、信息提取、阅读理解等文本场景中表现出色，且可用于图片描述生成广告生成、书稿生成、对话生成等文本生成场景，视觉与语言是常见的两种模态，视觉

大模型可构建环境感知能力，语言大模型可构建认知能力，多模态大模型升级 AIGC 内容创作能力。企业端，Open AI 提出的 DALL-E-2 即是多模态大模型之一，基于多模态大模型，AIGC 具备了更加接近人类创作的额能力，具备了进一步解放生产力的潜力。

图表 7：AIGC 技术应用模态之文本案例 ChatGPT 方法论（闲聊文本生成）



资料来源：Open AI 官网，华鑫证券研究绘制整理

多模态大模型具有两大能力，其一是寻找不同模态数据之间的对应关系，其二是实现不同模态数据间的相互转化与生成，寻找不同模态数据间的对应关系，多模态大模型将不同模态原始数据映射到统一或语义相似空间之内，进而实现不同模态的信号之间的相互理解与对齐，类似文字搜索与之相关的图片，多模态大模型可进一步实现不同模态数据之间的转化与生成，这一能力也成为 AIGC 原生创作的关键。多模态 AIGC 大模型通过自行总结客观规模，发展出认知与常识，进而帮助人类打开新的数字宇宙

2.2、AIGC 发展历程：三步走

伴随人工智能发展演进，AIGC 发展可分为三阶段，早期萌芽阶段（20 世纪 50 年代至 90 年代中期）、沉淀累积阶段（20 世纪 90 年代至 21 世纪 10 年代中期）、快速发展阶段（21 世纪 10 年代中期至今）。

第一阶段，早期萌芽阶段（1950s-1990s）

AIGC 由于技术限制仅限于小范围实验，1957 年已出现首支以计算机传作的音乐作品（弦乐四重奏《依利亚克组曲（Illiatic Suite）》），80 年代末至 90 年代中由于高成本及无法商业化进而资本投入减少致 AIGC 无较多较大成绩。

第二阶段，沉淀累积阶段（1990s-2010s）

AIGC 从实验性转向实用性，2006 年深度学习算法取得进展，同时图形处理器等算力设

备不断提升，互联网快速发展，也各个类人工智能算法提供海量数据进行训练。2007 年首部人工智能装置完成的小说《I The Road》问世；2012 年微软展示全自动同传系统，主要基于深度神经网络 Deep Neural Network, DNN) 自动将英文演讲者内容通过语音识别等技术生成中文。

第三阶段，快速发展阶段（2010s-至今）

2014 年深度学习算法之生成式对抗网络（Generative Adversarial Network, GAN）提出并迭代更新，助力 AIGC 新发展。2017 年微软人工智能少年“小冰”推出世界首部由人工智能传作的诗集《阳光失了玻璃窗》，2018 年英伟达发布 StyleGAN 模型可自动生成图片；2019 年，DeepMind 发布 DVD-GAN 模型可生成连续视频。2021 年 Open AI 推出 DALL-E 并推出迭代版本 DALL-E-2 主要用于文本、图像的交互生成内容。

我国 AIGC 在 2022 年年底开启市场较大关注，2023 年开年企业端跃跃欲试，虽行业仍处于刚刚起步阶段，距离大规模证明和体系化发展仍有距离，但从资本的加码到应用场景的探索，距离的缝隙有望逐步填补，同时，“模块分拆+个性化推荐”的“泛 AIGC”形式有望持续发展。

图表 8：AIGC 发展三阶段



第一阶段

早期萌芽（20世纪50年代-90年代中期）

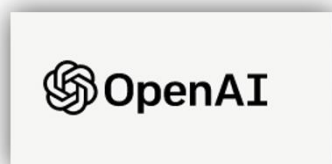
技术限制+资本缺席，AIGC小范围实验



第二阶段

沉淀累积（20世纪90年代中-21世纪10年代中）

AIGC从实验室向实用性转变，无法直接进行内容生成



第三阶段

快速发展（21世纪10年代-至今）

深度学习算法迭代，人工智能生成内容百花齐放

资料来源：中国信通院，华鑫证券研究绘制

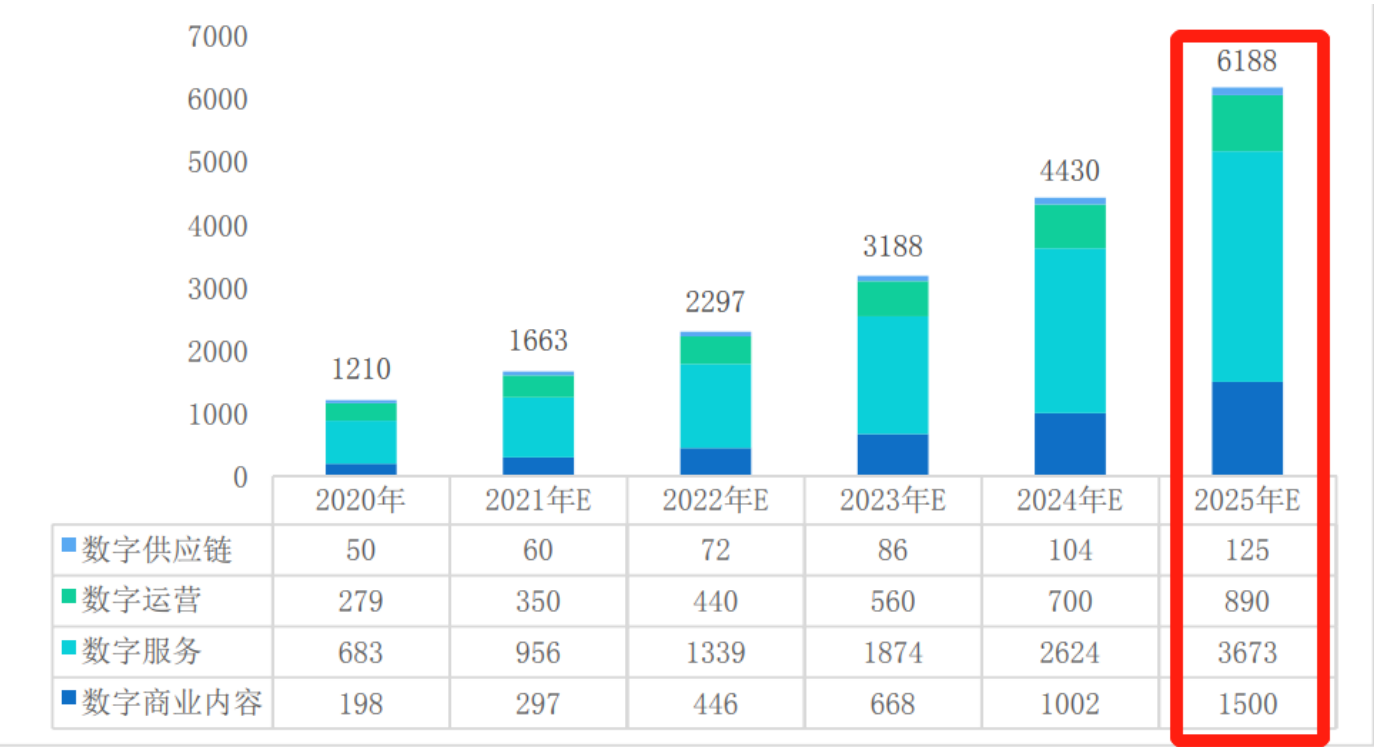
2.3、AIGC 市场规模：万亿元可期

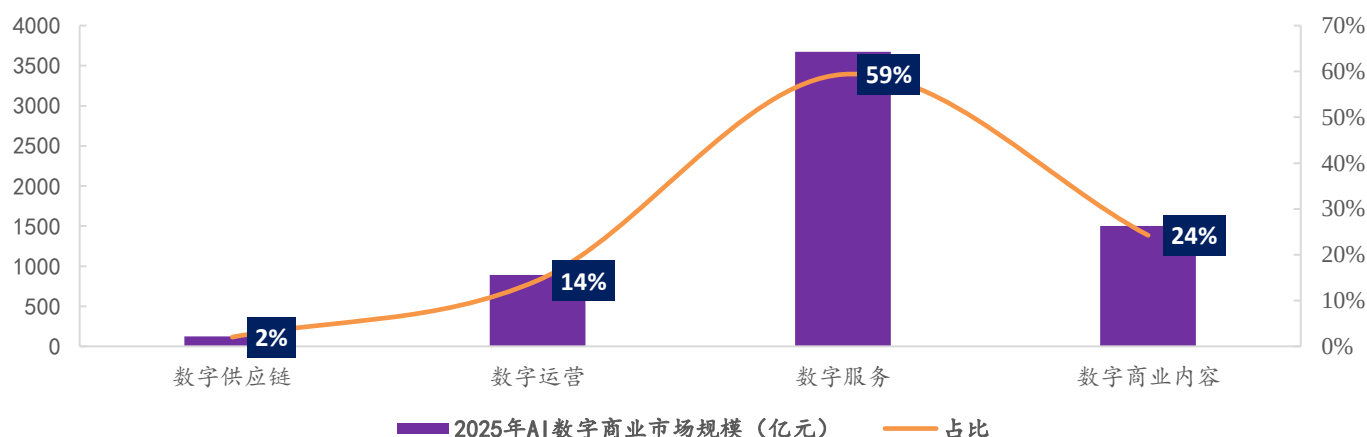
讨论市场规模离不开商业化，商业化的前提是场景的应用，新技术只有应用场景才能带来生产力的变化。AI 技术的进步和融合，是数字商业发展的核心驱动力之一，AI 技术已经在 4 个方面表现出了和商业生态融合发展的潜力，语音识别（通过让商业设备获得语音

能力，提高人机交流效率，目前已在智能翻译、智能医疗、智能汽车、智能客服等多个场景中规模应用）；聊天机器人（基于自然语言处理技术，使计算机程序能模拟人类的对话）；计算机视觉（在人脸识别、图像识别等领域，计算机视觉早已大规模应用，而在医疗影响诊断、视频监控、三维视觉等领域，该技术也已替代人眼）；生成式 AI（让 AI 自动生成内容，有计算机自动创造文字、音乐、图像、语音等）。

在 AIGC 的应用场景中，率先看到商业化的是 2C 的订阅。从现有技术成熟度结合现有的需求成熟度看，从实时互动内容、直接生成内容、个性化内容、2C 内容生成工具、2B 内容生产工具、合成数据生成等维度看，2020 年 AI 技术在数字商业核心产业链综合商业规模达 1210 亿元，伴随 AI 技术应用延展，在数字商业的渗透率也将不断提升。到 2025 年，AI 数字商业市场规模或将达 6188 亿元（年均增速 38.6%），2025 年预计中国 AI 数字商业中数字服务与数字商业内容市场规模分别占比 59%、24%（如下图所示），从复合增速看（2020 年-2025 年维度）数字商业内容与数字服务分别为达到 49.9%、40%，而该部分均集中在 B 端，数字商业正成为继互联网商业后的重要形态与力量。

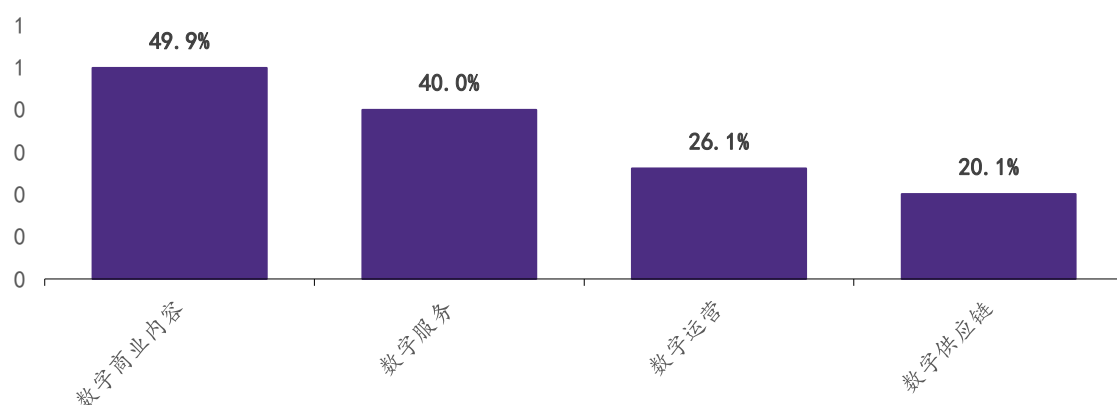
图表 9：2020-2025 年中国 AI 数字商业市场规模（上）2025 年各数字商业规模及占比（下）





资料来源：前瞻研究，华鑫证券研究绘制整理

图表 10：2020-2025 年中国 A 数字商业核心产业链复合增速



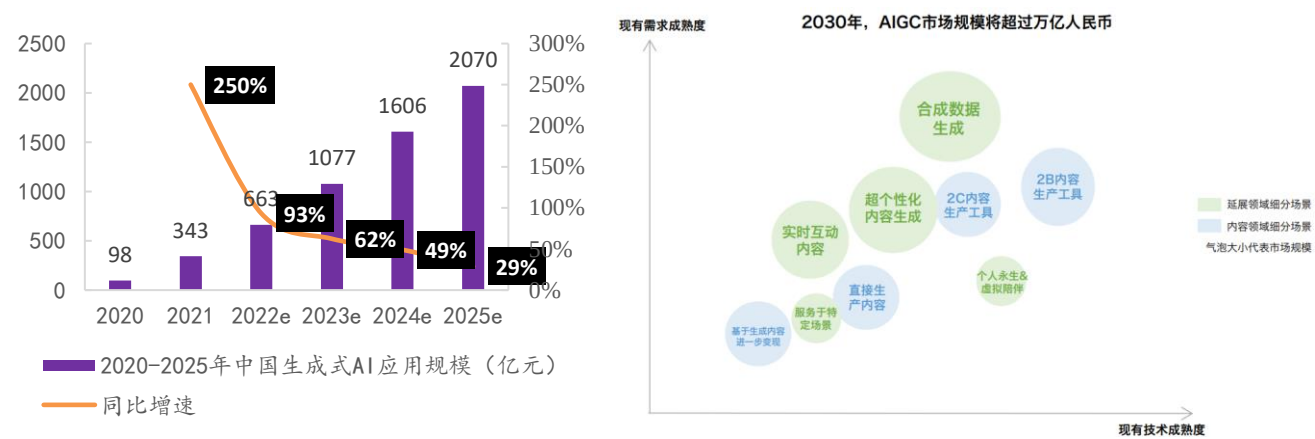
资料来源：前瞻研究，华鑫证券研究绘制整理

➤ **2025 年中国生成式 AI 应用规模有望达到 2070 亿元，2030 年 AIGC 市场规模有望超万亿元**

2023 年人工智能从学术研究逐渐走向产业化，商业与 AI 技术的融合形成互为支点的发展格局，进入产业规模商用期。人工智能技术将不断地对 AI 数字商业的各个领域进行渗透。据量子位预测，2030 年 AIGC 市场规模有望超过万亿元（如下图）。在内容领域，人机协同，对于存量业务，AIGC 的价值在于降本增效，对于增量内容其价值在于跨模态的内容生成等。

据 Gartner 的“人工智能技术成熟度曲线”，生成式 AI 仍处于萌芽期，但其广阔的应用场景和需求空间吸引大量资本和技术的投入，预计将在 2-5 年内实现规模化应用。AIGC 有潜力产生数万亿元的经济价值，AIGC 繁荣发展，将促进资产服务快速跟进，通过对生成内容合规评估、资产管理、产权保护、交易服务等构成 AIGC 完整生态链，并进行价值重塑，充分释放其商业潜力，至 2025 年中国生成式 AI 商业应用规模至 2070 亿元。

图表 11：2020-2025 中国生成式 AI 规模及同比增速（左）、2030 年 AIGC 市场规模万亿元（右）



资料来源：前瞻产业研究、量子位，华鑫证券研究绘制整理

图表 12：AIGC 应用场景（按模态划分）



资料来源：量子位，华鑫证券研究绘制整理

2.4、AIGC 代表企业进展：Open AI VS Stability AI

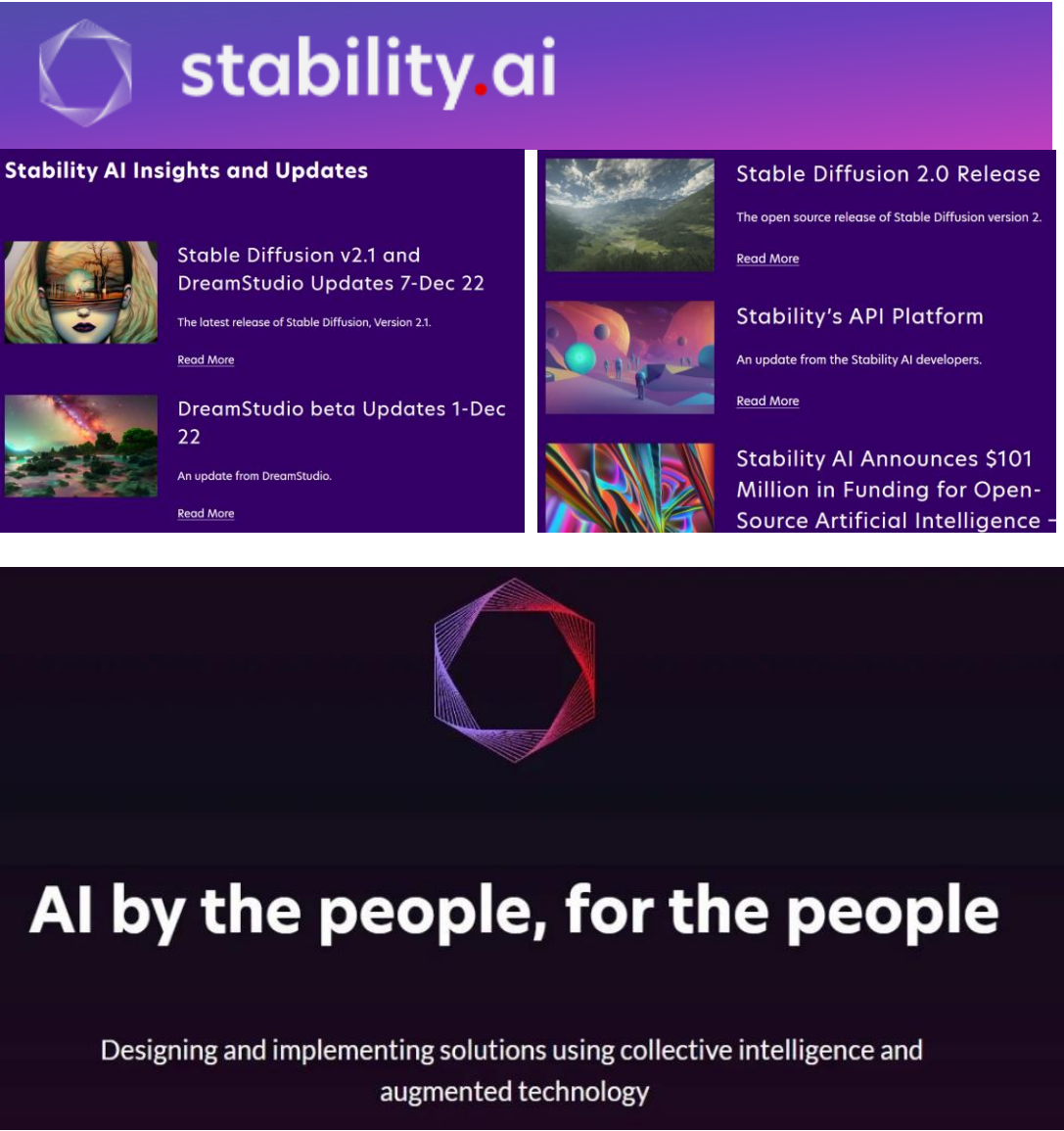
AIGC 的火热离不开 Stability AI、Open AI 的发展与助攻。2022 年 10 月 Stability AI 融资后，Open AI 在 2023 年年再获融资，虽定位为 AI 应用，但再 2022 年其产品工具定位为元宇宙中的创作工具，2023 年 1 月 31 日 Open AI 模型再次更新，2 月 1 日即开启订阅收费商业模式，单月 20 美元，可享受登录 ChatGPT 更加顺畅，优先使用功能等，不订阅的用户仍可免费使用。两家一级企业获得融资后，二级企业 BuzzFeed 涨幅也再次吸引资本关注。

➤ Stability AI：2022 年获融资，估值达 10 亿美元

2022 年 10 月，英国开源人工智能公司 Stability AI（Stable Diffusion 背后的公司）宣布获得 1.01 亿美元融资，由 Coatue、Lightspeed Venture Partners 和 O'Shaughnessy Ventures LLC 投资，Stability AI 将利用这笔资金加速开发面向全球消费者和企业用例的图像、语言、音频、视频、3D 等开放 AI 模型。Stability AI 创始人兼首席执行官 Emad Mostaque 指出，稳定性 AI 将权力交还给开发者社区，并为开创性的新应用打开了大门。在该领域支持这些社区的独立实体可以创造真正的价值和改变。Stability AI 正试图使 AI 民主化，并利用其潜力“唤醒人类的潜力”，Stability AI 在其官网标注其愿景即“AI by the people, for the people”。

Stability AI 公司旗下的 Stable Diffusion 是一款功能丰富、免费且开源的文本到图像生成器，开放了图片版权且开放了源代码，并允许用户免费使用该工具。Stability AI 指出还在进一步探索商业模式，包括在研发用 AI 做短视频和动画片。

图表 13：2022-2023 年 Stability AI 发展事件（上）、企业愿景（下）



资料来源：Stability AI 官网，华鑫证券研究绘制整理

图表 14: 2022 年 Stability AI 估值

2022-10-18

Stability AI 是一家元宇宙及数字媒体工具开发商，构建了可制作数字艺术的 AI 工具“Stable Diffusion”，该工具可以在元宇宙中设计应用程序，也可能创建 PowerPoint 演示文稿。Stable Diffusion 是一款可被大众使用的开源软件，用户可以在其代码的基础上构建与设计、电影、增强现实、视频游戏、广告甚至电子商务相关的应用程序。Stability AI 宣布完成 1.01 亿美元种子轮融资，Coatue Management 和 Lightspeed Venture Partners 领投。

轮次	融资金额(美元)	股权占比	投后估值(美元)
种子轮	1.01 亿	未透露	10 亿

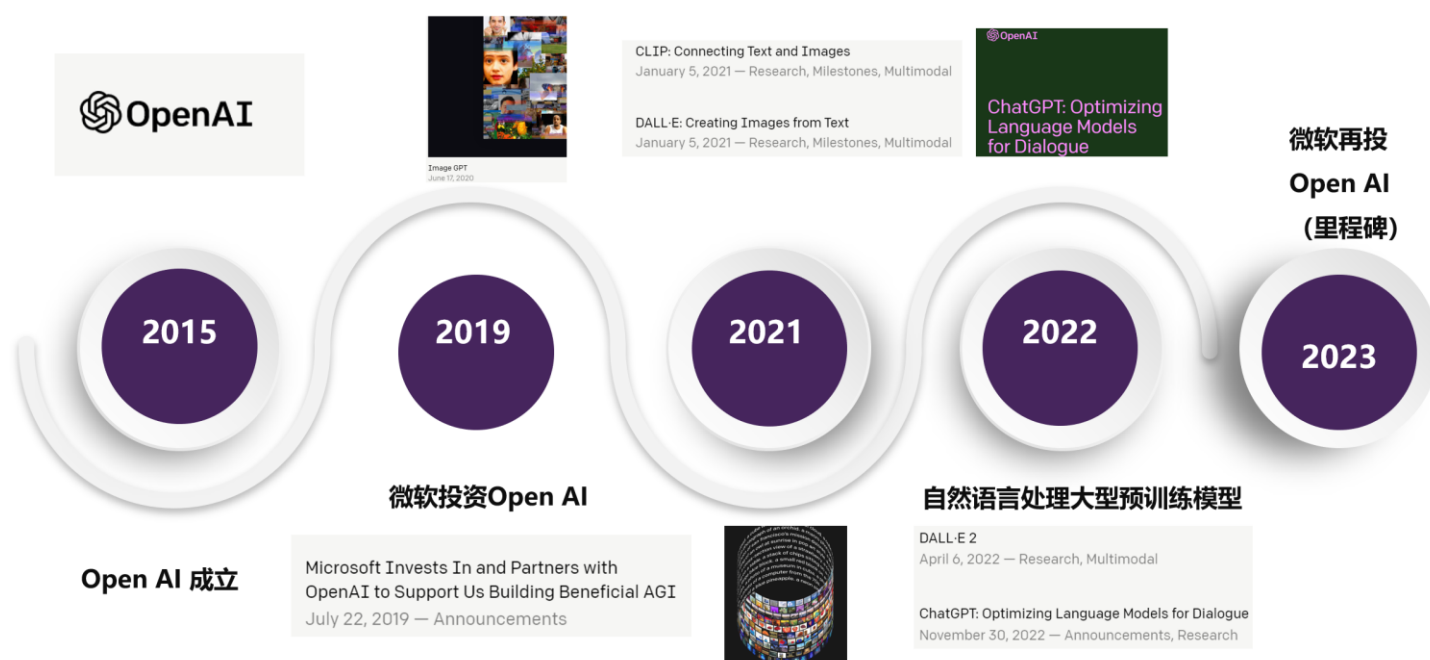
资料来源：IT 桔子，华鑫证券研究绘制整理

➤ Open AI：2023 年估值有望达 290 亿美元

2015 年 OpenAI 在美国成立，公司核心宗旨在于“实现安全的通用人工智能 (AGI)”，使其有益于人类。其创始团队是由 Elon Musk（马斯克）、美国创业孵化器 Y Combinator 总裁阿尔特曼、全球在线支付平台 PayPal 联合创始人彼得·蒂尔等硅谷人才一起创立，也说明为何在 2022 年年底 OpenAI 推出的新的人机问答产品 ChatGPT 能够快速获得用户关注及注册，也离不开 Elon Musk（马斯克）在其社交媒体中为其站台营销。

2019 年 7 月，微软投资 OpenAI 10 亿美元，双方携手合作替 Azure 云端平台服务开发人工智能技术。2020 年 6 月 11 日，OpenAI 宣布了 GPT-3 语言模型，微软于 2020 年 9 月 22 日取得授权，2023 年 2 月 2 日，OpenAI 宣布推出 ChatGPT Plus 订阅服务，2023 年年初微软拟再次加码百亿美元，Open AI 估值有望达到 290 亿美元，截至 2023 年 2 月 5 日，微软与 Open AI 的交易谈判尚未正式公告，但从谈判的新闻角度看，若微软再次入资，2023 年 Open AI 的估值有望达到 290 亿美元。

图表 15: 2015–2023 年 Open AI 发展历程



资料来源: Open AI 官网, 华鑫证券研究绘制整理

图表 16: 2023 年 2 月 Open AI 旗下 ChatGPT 试水单月付费 20 美元/月

Introducing ChatGPT Plus

We're launching a pilot subscription plan for ChatGPT, a conversational AI that can chat with you, answer follow-up questions, and challenge incorrect assumptions.

February 1, 2023
1 minute read

The new subscription plan, ChatGPT Plus, will be available for \$20/month, and subscribers will receive a number of benefits:

- General access to ChatGPT, even during peak times
- Faster response times
- Priority access to new features and improvements

ChatGPT Plus is available to customers in the United States, and we will begin the process of inviting people from our [waitlist](#) over the coming weeks. We plan to expand access and support to additional countries and regions soon.

We love our free users and will continue to offer free access to ChatGPT. By offering this subscription pricing, we will be able to help support free access availability to as many people as possible.

资料来源: Open AI 官网, 华鑫证券研究

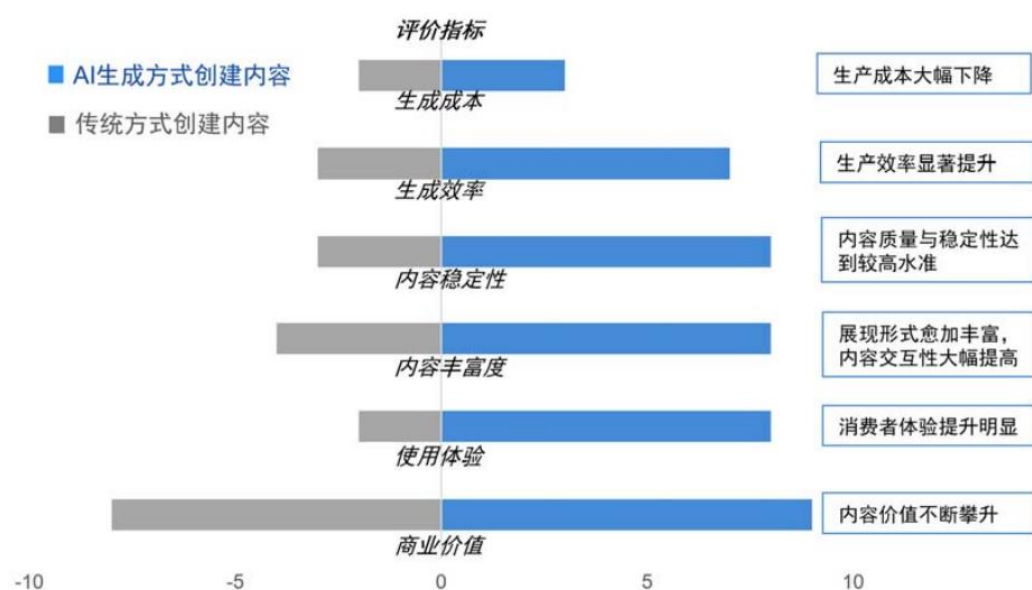
3、AIGC 能带来什么？

3.1、AIGC 将如何影响传媒行业

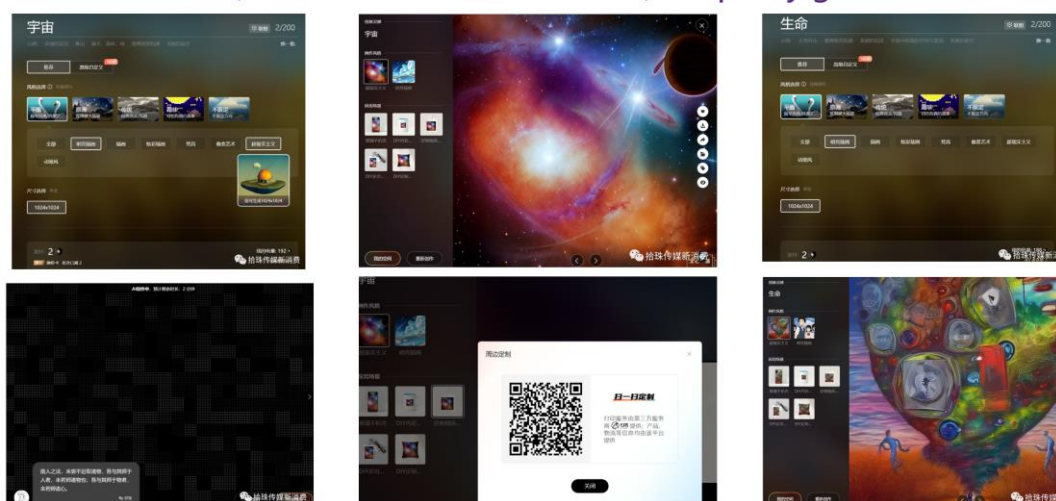
AIGC 有望带来数字营销、内容生产的价值重估，推动传媒向智媒转变。由于内容行业对新、快、差异化等需求较大，急需降低生产门槛，提升生产效率，为 AIGC 的应用带来较

好的内在需求。护航内容的持续的、实时的供给，从移动互联网进入元宇宙后其需求更加显著，在元宇宙中需海量内容来填充数字世界，进而推动了数字人、数字藏品、展览施工队等创作技能的发展，通过借力 AIGC 有望提升原有人力的产出效率以及赋能非专业人士。**在供给角度下**，内容行业的消费是持续的升级，AIGC 的加持后，有助于提升数字内容的感官体验，从文字、图片、视频、短视频、沉浸式、互动式等媒介的演变，均说明，新技术可带来内容新创新红利。内容生成的关键评价指标看，传统的内容创建方式成本高、生产效率低下，且产出不稳定、内容片面、晦涩难懂等问题，生成式 AI 技术有望大幅提升数字商业内容生成效率、降低生产成本，自动化同时也达到工业化门槛，AI 方式比传统方式在效率及成本方面大幅提升，打开增量市场；**从创作角度看**，伴随内容生成的个性化，也会促使 UGC（用户自己生成内容）的发展。作为传媒行业重要组成部分营销、内容与媒介，AIGC 有望带来其价值重估（内容的生产与消费、内容辅助生产工具、数字新营销等）。

图表 17：AI 生成内容的指标对比（上）、文心一格文字到图片 C 端生成（下）



■ 登录文心一格（首个 AI 艺术和创意辅助平台）<https://yige.baidu.com/>



资料来源：信通院、百度旗下文心一格官网，华鑫证券研究绘画

➤ 长期看 2C 的付费模式具天花板，对于 AIGC 的商业边界的大展身手可在 2B

AIGC 应用在 2B\2C 角度看，2C 的应用已开启单月付费模式（该模式类似视频会员付费，市场规模也可参考视频付费市场规模，参考全球头部视频付费企业奈飞（Netflix）财务数据，其核心收入来自用户付费，Netflix 营收从 2020 年的 1631 亿元人民币增加至 2022 年的 2202 亿元人民币，预计 2023-2024 年 Netflix 营收将达到 2327 亿元、2648 亿元，即用户付费市场可达千亿人民币市场规模），在 2C 中利于 UGC 领域中实现低门槛灵感转化，扩大 UGC 可覆盖的领域和潜在人群，利于构建良好的 UGC 生态，但长期看 2C 的付费模式具天花板，对于 AIGC 的商业边界的大展身手可在 2B，在 2B 领域体现在数字营销、内容生产、媒介迭代等。在内容生产中如 PGC 领域实现内容创作工业化，提高 PGC 内容生产的活跃度进而带来存量市场价值上的再开发，换言之，2B 的内容创作是相对较为清晰的落地场景且商业模式成长性较好；在数字营销领域，AIGC 也已逐步在落地中，内容创作与数字营销两大场景是目前 AIGC 对其存量、增量均有望较大赋能的领域，其商业价值的新增量可期。

人机协同生产，**推动媒体融合**（智能新闻写作，提升新闻资讯的时效+智能视频剪辑，提升视频内容的价值，如 AI 合成主播（冬奥会手语播报数字人），内容构建上，从支持 SaaS 化平台工具构建向智能化生产探索；**提高生产效率**，并带来新的视觉化、互动化体验，推动传媒向**智媒**转变。

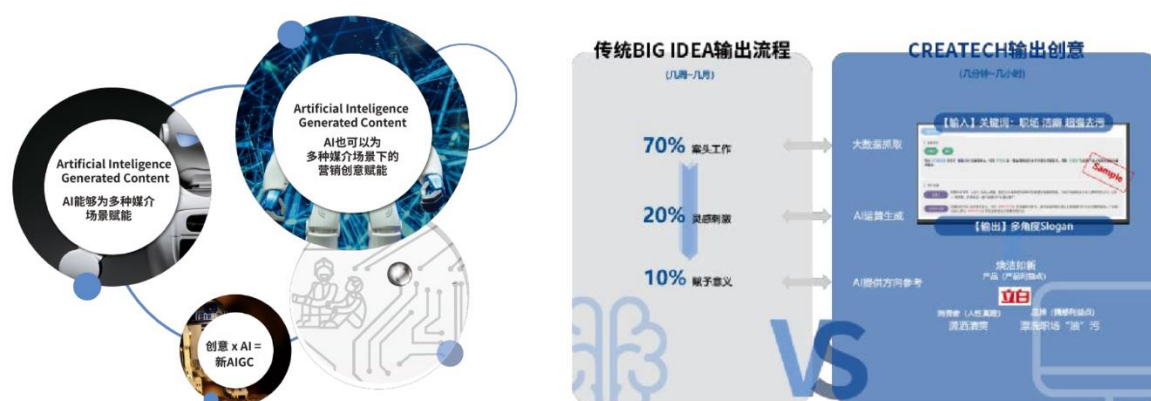
3.2、AIGC 新技术应用之数字营销

➤ AIGC “创策图文” 重新构想 Web 3.0 内容营销

自然语言生成技术 NLP 和 AI 模型的逐渐成熟，AIGC (AI Generated Content 即人工智能创作内容) 逐渐受到关注。AIGC 是继 PGC（专业生成内容）、UGC（用户生成内容）之后产生的新型创作模式，其能力远不止于画画本身，其特点是高效的自动化生产；具有智能数据内容孪生、编辑、创作三大能力。目前可实现自动生成文字、图片、音频、视频；这种颠覆性的内容生产模式无疑给内容营销带来挑战及机遇，AIGC 对营销领域将带来如何重构？在广告、CRM 等可以通过数据来完成用户触达的情况下，内容创意场景变得越发重要，营销领域的内容生产即创意部分，是否也能够在 AI 的辅助下完成？

AIGC 遇见数字营销，有望打开人工智能创意的新宇宙。之前产出一个 BIG IDEA 需要分三部分，70%的资料收集、整理等案头工作；20%的调研访谈、头脑风暴产生灵感；最后 10%的时间产出创意策略，在 AI 技术的支持下，70%的资料收集整理等案头工作可通过抓取大数据缩短耗时；20%的调研访谈、头脑风暴产生灵感可以通过 AI 运算快速实现；其中，主要涉及到的多种 AI 技术能力（生成式对抗网络、深度学习下的自然语言处理以及词向量技术）会在白皮书内分别讲解。整个 BIG IDEA 的输出只需要几分钟，较大提升时间效率。

图表 18: AIGC 与营销的关系 (左)、AIGC 如何重构营销效率 (右)



资料来源: 蓝色光标官网, 华鑫证券研究

➤ AIGC+营销案例: 销博特推出 AIGC “创策图文” 营销套件

以蓝色光标销博特推出 AIGC “创策图文” 营销套件为例: 从策划生成、创意生成、图片生成、文本生成, 内容营销是创作出让用户怦然心动的内容, 品牌主通过有价值的内容吸引受众, 本质上是一种价值实现的过程, 传受双方通过新型关系的建立, 在互动过程中达到一种价值共创, 这需要内容创作源于用户、创于用户、利于用户、回馈用户。当下正是营销创意与 AI 碰撞, 创造出新的营销机会、提升营销效率的关键节点。蓝色光标销博特模型主要融入五感六素等创意工具的规律, 加入机器学习的模型, 当 NLP (词向量构建行业知识图谱, 自动识别竞争对手) 将关键词的语义解析出来即可根据微标签匹配目标人群, 从而提取出感性和理性的需求。另外, 基于人群特征识别内容倾向, 用语料训练提升创意质量, 通过把广告营销内容按人群心理属性分类, 不断提升内容生产模型的高精度。

图表 19: 蓝色光标旗下 AIGC 工具

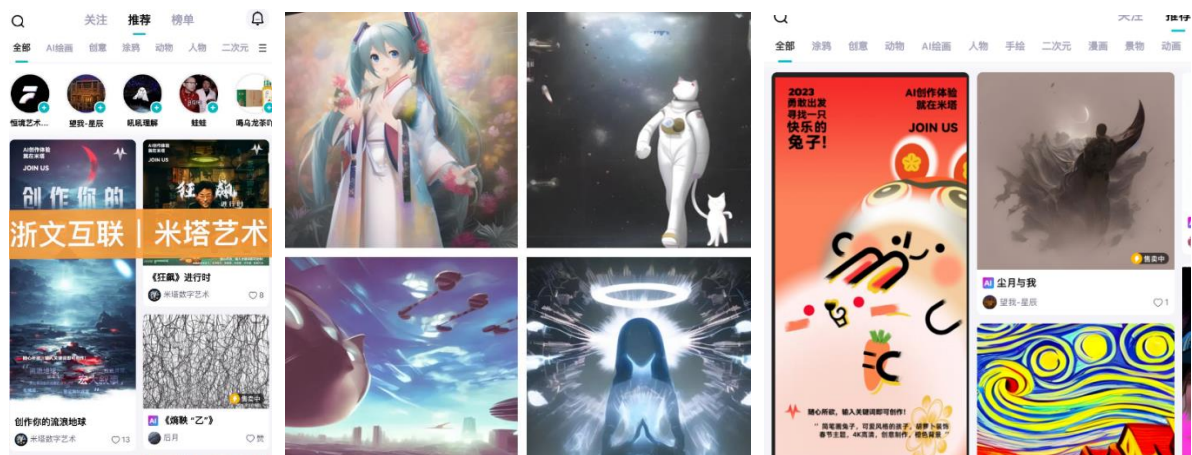
AiG 创策图文	
获得三个软件著作权 (创意机、品牌主张、国风文案); 品牌定位支持向量机专利正在受理过程中; “康定斯基”模型的相关专利和软件著作权也正在申请。	
营销场景	营销套件
AI生成创意	创意风暴: 通过NLP技术获得启发短语来捕获创意火花, 组合相关元之间的关联性进行创意概念推荐。 创意罗盘: 用户通过人群和卖点来获得创意启发。
AI生成策略	智能策划: 用户输入Brief, 策划后台15分钟生成策划案。 人群画像: 结合行为心理学, 通过社群数据和调研数据一键生成用户画像。
AI生成图片	一键海报: 输入关键词或句, 基于营销热点生成每日打卡海报; 创意画廊: “康定斯基”一键抽象画平台。
AI生成文本	AI易稿: 基于新闻稿模板的辅助写作; 品牌主张: 用户输入品牌名和关键词、调性, 来写slogan。 国风文案: 基于品牌、调性和核心句子来写品牌写真。

资料来源: 蓝色光标旗下 AIGC 工具销博特, 华鑫证券研究

➤ AIGC+营销案例：浙文互联旗下米画升级引领 AIGC 应用

浙文互联旗下米塔数字艺术社区率先推出米画创作工具升级版“AI 绘画”，历经多轮算法升级，米塔“AI 绘画”工具取得较快进展引领 AIGC 创作潮流，全面支持当下流行的绘画类型，准确度持续攀升，成为数字艺术创作领域的明日之星。。目前，米塔“AI 绘画”对于二次元动漫等绘画形式已经有了高准确度的支持。下一阶段，米画 AIGC 算法还将持续升级，对于全彩 CG、国风、插画、蒸汽朋克等流行绘画类型做出进一步优化，带来更加专业的 AI 绘画创作体验。米塔“AI 绘画”功能是米画创作者工具融合 AIGC 打造的明星产品，更是浙文互联不断突破数字营销场景的新物种之一，进入 Web 3.0 时代，虚拟数字人的规模化生产、数字藏品的批量发布，以及虚拟发布会、虚拟演唱会、元宇宙办公环境的快速搭建，都离不开 AIGC 的参与。浙文互联元宇宙人、物、场的构建效率正在借助 AIGC 的加入而大幅攀升，以适应快速变化的市场需求，推动集团数字营销升维，服务更广泛的客户群体。

图表 20：浙文互联旗下 AIGC 工具米画



资料来源：浙文互联旗下 app 及官网，华鑫证券研究

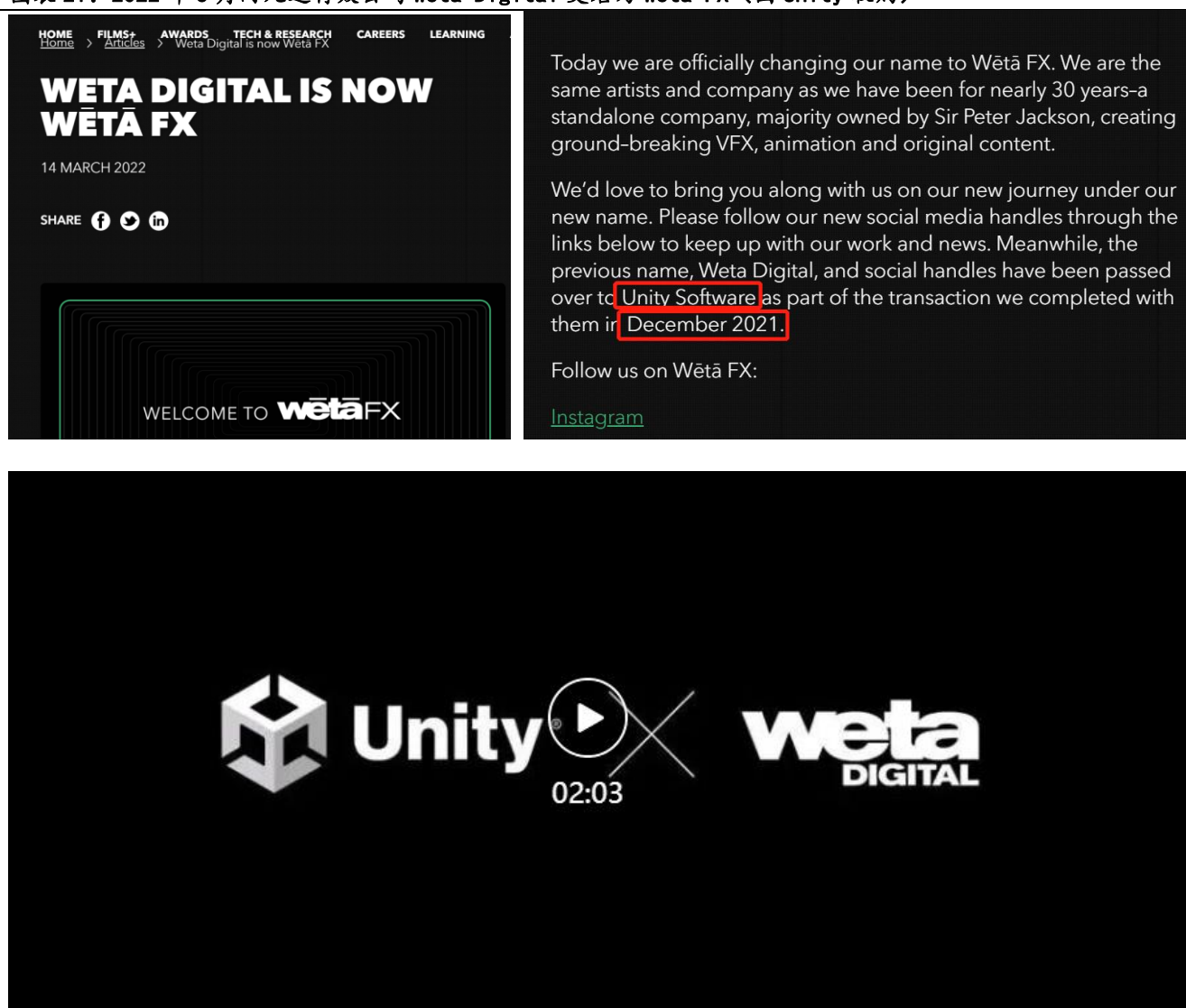
3.3、AIGC 新技术应用之内容

从 AIGC 的内容应用领域的现在与未来如何看？AIGC 有望塑造数字内容生产与交互新范式，并有望带来内容消费市场的繁荣发展。AI 与视频、AI 与元宇宙的结合也会带来内容与媒介的变化，AI+video，即 AI+视频，指人工智能在包含视频采集、生产制作、播出分发、用户体验的视频生命周期内和传统视频技术相结合后诞生的组合技术，其本质是人工智能在视频领域的应用。在生产制作阶段，以机器学习、生成式 AI 为代表的人工智能技术与视频生成技术相结合，实现了画质修复、AI 剪辑、视频自动生成等功能；在播出分发阶段，以自然语言处理和深度学习为代表的人工智能技术与视频审核和视频传播技术相结合，实现了智能审核、个性化推荐等功能；在用户体验阶段，以计算机视觉为代表的人工智能技术与视频体验技术相结合，实现了视频互动、弹幕防挡等功能。AI 与元宇宙的结合会带来实时大量内容的供给。

➤ 元宇宙实时 3D 内容之 Unity+Weta Digital：使得元宇宙实时 3D 内容成为可能 AIGC 经济价值可持续

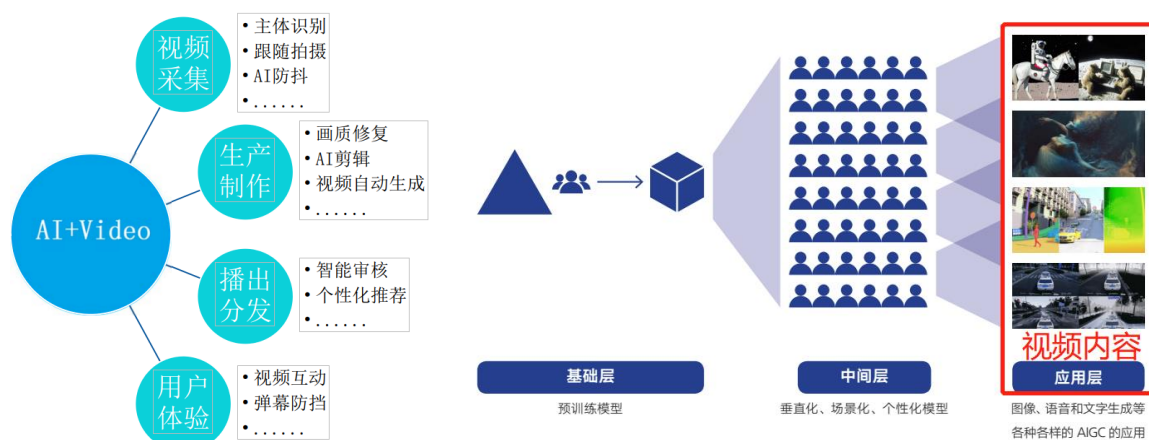
Unity 指出，通过收购 Weta Digital VFX 团队叠加 Unity 深入开发，使下一代“元宇宙”实时 3D 内容成为可能，助力挖掘元宇宙潜力。Unity 和 Weta Digital 联合可使得任何行业的任何艺术家，利用创造性的想象力和先进工具（例如 Manuka、Gazebo、Barbershop、Lumberjack、Loki、Squid、Koru 等）降低创作门槛，利于增厚元宇宙中实时 3D 内容，Unity 也可将这些工具云化。我们认为，2021 年 Unity 收购 Weta Digital VFX，为其元宇宙的发展补齐内容创作环节，和目前 AIGC 的发展如出一辙，Unity 可通过本次交货获得用于可互操作的 3D 艺术创作的基础数据平台，使数百位艺术家可轻松地无缝协作，WetaFX 团队将在未来几年创建 VFX 时继续积累资产。Unity 将允许用户使用 DCC 画布，艺术家可在 Weta 使用越来越多强大的工具制作电影，并从内容库资产用于自身项目中。在元宇宙中，需要大量实时内容供给，**AIGC 以及 VFX 等技术加持，使其内容数字化资产厚度有望持续扩容，效率提升，技术发展推动了内容生产方式的升级，提高内容生产效率，利于加速驶向人机共创的元宇宙新未来。**

图表 21：2022 年 3 月阿凡达特效公司 Weta Digital 更名为 Weta FX（因 Unity 收购）



资料来源：Weta FX 官网，华鑫证券研究

图表 22: AIGC+Video (AI+视频) 左、AIGC 三层发展之应用层

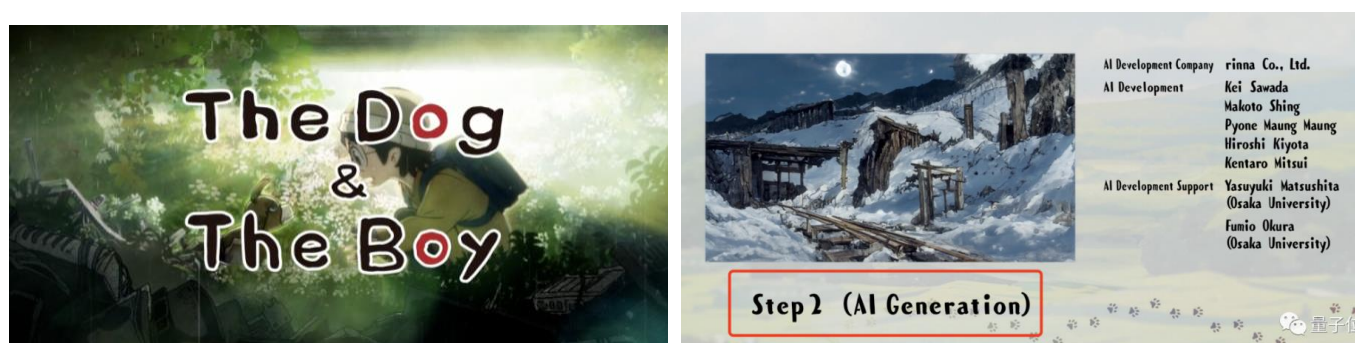


资料来源：信通院、腾讯研究院，华鑫证券研究

➤ AIGC+ 影视之动画片：Netflix 动画短片《犬与少年 The Dog and The Boy》

AIGC+影视：拓展创作空间，提升作品质量（运用 AIGC 技术能激发影视剧本创作思路，扩展影视角色和场景创作空间，剧本创作提供新思路）利用 OpenAI 的大模型 GPT-3 创作剧本并制作短片《律师》，海马轻帆推出“小说转剧本”智能写作功能，服务了包括《你好，李焕英》《流浪地球》等爆款作品在内的剧集剧本。2023 年 Netflix 官方发布一支动画短片《犬与少年》，《犬与少年》是 AIGC 技术辅助商业化动画片的首支发行级别作品，其中小冰公司日本分部（rinna）、WIT STUDIO 均参与共同创作，小冰在该支动画短片中通过人工智能技术绘制完整动画场景，为动画制作揭开新的未来，其动画导演指出，让最新技术成为自己的伙伴，就能带来创作者有足够的时间回归到他需要做的根本性、创造性工作。

图表 23: Netflix 首支 AIGC 动画短片



资料来源：量子位，华鑫证券研究

➤ AIGC: 体验经济新要素

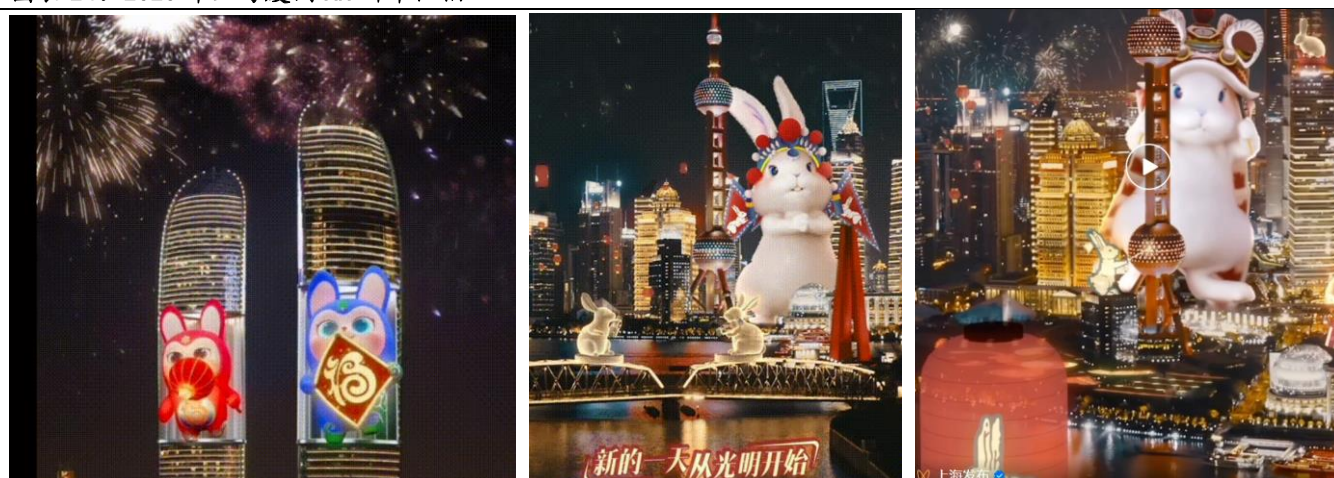
AIGC+线上线下体验，推进虚实交融，营造沉浸体验，AIGC 正加速商品 3D 模型、虚拟主播乃至虚拟货场的构建，通过和 AR、VR 等新技术的结合，实现视听等多感官交互的沉浸

式购物体验（阿迪达斯虚拟试鞋、Gucci 虚拟试戴手表和眼镜）；赋能线上商城和线下秀场加速演变，为消费者提供购物场景。

体验经济，是以服务为舞台，以商品作道具，从生活与情境出发，塑造感官体验及思维认同，以此抓住顾客的注意力，改变消费行为，并为商品找到新的生存价值与空间，体验经济被视作服务经济的延伸，有望成为继农业经济、工业经济和服务经济之后的第四类经济类型。伴随 AI 技术的发展和应用，为体验经济的发展创造更多的可能。第一，场景体验方面，利用人工智能等数字技术实现对传统商品的数字化改造，3D 建模、VR\AR、AI 等技术，进一步实现数字商业内容的多屏互联、多元展示、多维交互，极大的丰富和提升用户场景体验；第二，以人工智能为核心技术服务机器人（聊天、导购、客服机器人等），可为用户提供情感、商品信息、商品购买、商品售后等方面的一体化服务，提升用户体验；第三，利用人工智能、大数据等技术，对用户数据进行收集和分析，将用户数据反馈进而优化展示、服务等。

AI 数字技术自动化生产数字商业内容，使得传统商品具备数字化、可视化属性，提升消费体验；同时，数字商业内容支持 VR/AR、手机、平板等多种设备交互和体验，提升了用户的打卡式分享意愿；通过提升用户消费体验和分享，实现消费、宣传与引流一体化。案例中，我们看到风语筑（603466）在 2023 年打造城市 AR 秀，开拓文旅地标元宇宙新场景，2023 年新年，风语筑元宇宙团队用数字科技让现实世界和虚拟世界交融碰撞，用科技赋能，在全国各地多维呈现精彩视觉 AR 秀，上海、厦门的 AR 新年祝福是风语筑在城市元宇宙领域的倾力之作，也是新技术应用“科技+文化 IP+场景联动”赛道的升华与探索。

图表 24：2023 年上海厦门 AR 新年祝福



资料来源：风语筑官网，华鑫证券研究

3.4、企业端布局 AIGC 进展

AIGC 之视觉中国（000681）：公司旗下“元视觉”艺术网共发行已收录入“元视觉”艺术网“AIGC”专辑的艺术作品；并与腾讯会议达成合作协议，入驻腾讯会议应用市场，为腾讯会议用户提供包括插画、摄影图片、动态图片以及 AIGC-人工智能生成图片在内的各类虚拟背景图片。2023 年 1 月公司与百度达成战略合作，共探 AIGC 落地新场景，此次合作是国内版权图库与 AI 作画平台达成的首个战略合作，具有标志性意义。视觉中国是国内较大的视觉内容互联网版权交易平台，百度文心一格是 AI 作画这一新兴领域兼顾创新与实用

的代表性平台。双方在 AIGC 赋能内容创作上的积极探索，展现了 AIGC 的多元商业价值。

AIGC 之风语筑 (603466)：是 A 股主板上市公司，中国数字科技应用领域龙头企业，长年积累的 CG 特效、人机交互、裸眼 3D、全息影像、VR/AR、AIGC 及大数据可视化等关键技术手段，公司的产品及系统广泛应用于政务服务、文化体验、数字展示、文化旅游、新零售体验及数字艺术消费等众多领域。元宇宙时代，风语筑将充分发挥公司在 3D 建模、空间设计、CG 视觉、人机交互等领域的传统优势，为元宇宙用户搭建 3D 数字化场景、打造沉浸式交互体验，共同运营元宇宙虚拟数字空间，力争成为元宇宙时代虚拟世界的 3D 数字化场景服务商和 3D 数字空间运营商。

AIGC 之蓝色光标 (300058)：新技术只有应用才有生产力的提升，进而重构生产关系，公司在客户端、内容营销案例端均累积大量素材，利于模型训练，具有较好场景价值。2022 年年底蓝色光标销博特发布 AIGC “创策图文”营销套件，该套件结合内容营销业务 “Know-How” 提供从创意、策划、文案、图片等内容一体化智能生成解决方案，通过 AI 技术让 Web 3.0 时代的内容营销实现实时在线、即刻生成个性化内容，构建更有情感、更富质感、更具体验感的新营销方式，实现个性化内容营销。

销博特在创意和文案自动生成领域已获得三个软件著作权（创意机、品牌主张、国风文案）；同时，在策划案自动生成领域，销博特团队在品牌定位方面结合 NLP 技术并引入数学向量运算，将心智定位转化成一道道数学题，由此形成的品牌定位支持向量机专利正在受理过程中；此前发布的“康定斯基”模型的相关专利和软件著作权也正在申请中。

AIGC 之浙文互联 (600986)：浙文互联旗下米塔数字艺术社区率先推出米画创作工具升级版“AI 绘画”，历经多轮算法升级，米塔“AI 绘画”全面支持当下流行的绘画类型，准确度持续攀升，成为数字艺术创作领域的明日之星。以米画为代表的 AI 绘画工具，正在改变数字艺术创作者的绘画方式，目前，米塔“AI 绘画”对于二次元动漫等绘画形式已经有了高准确度的支持。下一阶段，米画 AIGC 算法还将持续升级，对于全彩 CG、国风、插画、蒸汽朋克等流行绘画类型做出进一步优化，带来更加专业的 AI 绘画创作体验。

AIGC 之中文在线 (300364)：公司已推出 AI 主播、AI 绘画和 AI 文字创作功能，并在研发推动更多 AIGC 功能落地。其中 AI 主播已在有声书生产中应用，根据文字故事情节的真实语境，用独创的情绪情感控制模块，结合语音深度学习合成技术，真实还原角色情感，生动模拟人声音色以塑造角色，讲述故事。AI 文字创作功能已在 17K 小说网上线，可自动生成文字内容，作者在使用该功能时，通过针对不同的描写场景填写关键词和辅助短语，即可生成对应的文字内容描写用于作品使用，目前可针对人物、物品等进行 AI 文字创作，并针对不同的作品类别古风、都市等进行不同的内容适配。未来，随着技术的迭代更新，AI 可在更多应用领域提升内容创作效率，产出更多精品内容，降低成本，扩大更多 AI 内容衍生品类。公司背后 AIGC 的技术提供方是澜舟科技。

AIGC 之昆仑万维 (300418)：公司推出三个产品天工巧绘 SkyPaint、天工妙笔 SkyText、天工智码 SkyCode 背后依赖中文大模型，后续公司将持续优化模型，第一个方向是紧跟业内先进水平，要训练自己的 ChatGPT；第二个方向是要让文本生图、文本生代码、以及文本生文本向实际应用上靠近。

AIGC 之天娱数科 (002354)：公司作为元宇宙应用领域的数字科技企业，依托数据、算法、场景三大核心优势，基于对元宇宙数字科技应用需求及痛点的深入理解、挖掘，在需求牵引与技术驱动的双重因素作用下，通过自研的多模态智能算法与 AIGC 相关技术，升级发布“MetaSurfing-元享智能云平台”，在原有功能基础上纳入 AIGC 功能模块，从而提

升专业生产效率，填补供需间的差距。天娱数科旗下元境科技自主研发的“MetaSurfing-元享智能云平台”的升级上线，进一步实现从文本、音频等低密度模态向图像、视频、实时交互等信息密度更高模态的转化，正式宣告天娱数科全面迈入智能时代。通过低门槛、高效率、批量化为产品核心思想的生成能力广泛服务于各类内容的相关场景及生产者。

4、行业评级及投资策略

给予传媒行业推荐评级。每一次技术的进步与推动均有望带来时代的红利。AIGC 应用有望带来 C 即 Content 的新变量，AIGC 可应用在文本生成、图像生成、视频生成、音频生成、游戏生成、代码生成、3D 生成等，新技术、新工具只有在场景里、应用里才能带来生产力的改变，以及效率提升的可能性，传媒行业也率先将新技术应用其中，有望助推传媒向“智媒”迭代升级，并有望带来数字营销、内容、媒介的价值重估。

投资维度，

第一维度，可关注已推出自有大模型，相对垂类的应用企业（蓝色光标、天娱数科、昆仑万维等）；

第二维度，可关注与头部技术企业建立较好合作或战略合作，或在垂类应用领域具有数据、案例、场景优势（视觉中国、风语筑、蓝色光标、中文在线等）；

第三维度，可关注深耕内容行业，具有丰富的内容数据厚度，若结合 AIGC，有望带来效率提升或新供给（芒果超媒、光线传媒、华策影视、掌阅科技、阅文集团、新经典、中信出版、荣信文化、浙数文化等）。

文化传媒互联网新消费行业的发展是伴随内容与新媒介融合以及新用户圈层需求的共振。从内容新供给到媒介再到新世代用户均在助力中国文化强国的实现，AIGC 作为新技术分支，2023 年有望持续在传媒、新营销等领域带来存量的效率提升与增量的新应用场景。旧秩序在洗牌，新秩序在建立，均为下一场传媒到智媒的繁荣在蓄力，给予传媒行业推荐评级。

图表 25：关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2023-02-03 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
000681.SZ	视觉中国	17.22	0.22	0.21	0.24	78.27	82.00	71.75	买入
300058.SZ	蓝色光标	5.76	0.21	-0.75	0.21	27.43	-7.68	27.43	买入
603466.SH	风语筑	15.40	1.04	0.11	0.7	14.81	140.00	22.00	买入
600986.SH	浙文互联	5.62	0.22	0.06	0.19	25.55	93.67	29.58	买入
600633.SH	浙数文化	9.60	0.41	0.41	0.51	23.41	23.41	18.82	买入
300413.SZ	芒果超媒	34.45	1.13	0.96	1.19	30.49	35.89	28.95	买入
300133.SZ	华策影视	5.21	0.21	0.25	0.31	24.81	20.84	16.81	买入
300788.SZ	中信出版	22.28	1.27	1.09	1.27	17.54	20.44	17.54	买入
603096.SH	新经典	20.52	0.8	1.06	1.4	25.65	19.36	14.66	买入
603533.SH	掌阅科技	17.33	0.34	0.37	0.46	50.97	46.84	37.67	买入
300251.SZ	光线传媒	8.15	-0.11	0.06	0.31	-74.09	135.83	26.29	未评级
300364.SZ	中文在线	11.82	-0.13	0.23	0.28	-90.92	51.39	42.21	未评级
300418.SZ	昆仑万维	18.50	1.29	1.15	0.46	14.34	16.09	40.22	未评级

资料来源：Wind，华鑫证券研究（注：未评级盈利预测取自万得一致预期）

5、风险提示

新技术应用不及预期的风险、产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；突发公共卫生事件的风险；宏观经济波动的风险等。

■ 传媒新消费组介绍

朱珠：会计学士、商科硕士，拥有实业经验，wind 第八届金牌分析师，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒互联网新消费等。

于越：理学学士、金融硕士，拥有实业经验，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒游戏互联网板块等。

■ 证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

■ 证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预测个股相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	买入	> 20%
2	增持	10% — 20%
3	中性	-10% — 10%
4	卖出	< -10%

行业投资评级说明：

	投资建议	行业指数相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	推荐	> 10%
2	中性	-10% — 10%
3	回避	< -10%

以报告日后的 12 个月内，预测个股或行业指数相对于相关证券市场主要指数的涨跌幅为标准。

相关证券市场代表性指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以道琼斯指数为基准。

■ 免责条款

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。