

传媒行业深度报告

国产 AI 视频大模型应用落地先行，行业空间、降本幅度、竞争格局探讨

2024 年 08 月 08 日

增持（维持）

证券分析师 张良卫

执业证书：S0600516070001

021-60199793

zhanglw@dwzq.com.cn

证券分析师 周良玖

执业证书：S0600517110002

021-60199793

zhoulj@dwzq.com.cn

研究助理 张文雨

执业证书：S0600123070071

zhangwy@dwzq.com.cn

关键词：#新产品、新技术、新客户

投资要点

■ **自 Sora 之后，国内外视频生成大模型领域发展活跃。**2024 年上半年，视频生成大模型领域经历了快速的发展和迭代，特别是在 6 月份迎来了爆发期，技术、产品、融资领域均有较大进展。**(1) 技术上：**新模型在生成时长、分辨率、帧率上快速提升，缩小了与 Sora 之间的差距。**(2) 产品上：**许多新产品和模型升级面向全体用户开放，部分已应用于微短剧创作，大幅降低了成本和制作周期。国内公司在用户开放和商业落地方面进展迅速，展示了 AI 视频大模型应用的具体情境与商业可行性。**(3) 融资上：**在短短 5 个月内，至少有 5 家创业公司获得超亿元融资，累计约 12 亿元人民币。

■ **AI 视频生成技术的快速发展正在重塑视频制作行业，具有巨大的市场潜力。**基于视频时长和 AI 渗透率的假设，我们测算得到，中国 AI 视频生成的潜在行业空间为 947 亿~5858 亿元人民币，中性假设下（AI 渗透率=15%）为 3178 亿元。我们认为 AI 渗透率提升的核心驱动力在于企业的降本增效诉求。我们测算了 AI 降本幅度。**(1) 传统模式下，**2018 年，2018 年，电视剧、电视动画片平均投资成本为 7519 万元/部、686 万元/部；电影的制作成本（不含宣发）为 2300 万元~1.7 亿元/部。2024 年 5 月微短剧制作成本约为 50 万元人民币（国内）、30 万美元（海外）。而全 AI 模式下，电影、长剧、动画片、短剧的制作成本分别为 2.5/9.3/3.7/0.4 万元人民币，相较于传统模式成本降低幅度超 95%。**(2) 人机共创模式下，**电影制作成本有望降低 43%。**我们认为 AI 渗透率提升将沿着三个方向：**一是从短视频向长视频渗透，二是从奇幻和玄幻题材向全题材渗透，三是从部分环节向全流程渗透。增效方面，从可灵、清影、Pixverse 等产品的迭代来看，AI 视频生成技术正在快速迭代，可控性、一致性、物理世界理解能力均在提升。**我们认为，AI 视频生成大模型正在经历类似 Midjourney V5 迭代，从“玩具”升级为“生产力工具”。**随着技术的迭代和应用的普及，预计 AI 视频生成大模型将迎来用户的大规模汇聚和数据飞轮的运转，推动产业进一步发展。

■ **在当前的视频生成技术竞赛中，互联网大厂很可能将扮演引领者的角色。**我们认为核心竞争要素在于数据、场景和用户。数据是训练高质量模型的关键，而场景决定了产品的市场适应性和商业潜力，互联网大厂在这三个维度均占优势。目前，移动互联网 MAU 增长放缓，而 AIGC APP 的 MAU 快速增长，24 年 6 月渗透率提升至 5%，并仍有提升空间。我们认为未来的流量分配格局将很大程度由 AI 主导，用户将天然地流向更好用、更有趣、更低门槛的内容消费平台。这解释了为什么字节、快手高度重视视频生成项目。字节将剪映定位为 P0 级项目，由原 CEO 张楠带队；快手则将“可灵”定位于战略级项目，由技术大牛万鹏飞带队，获得程一笑的支持，集全公司数据、算力和资金资源。另一方面，我们认为专业的全流程影视创作平台仍然具有较强的用户壁垒。我们分析了 ADOBE 过去一年半股价走势和公司经营策略，发现尽管 23 年初以来受到新的图像 AI 创作工具冲击，公司通过积极转型、将 AI 嵌入原有工作流程，推行正版训练数据，实现了 ARPU 提升和收入增长。

■ **投资建议：我们建议从三条主线把握投资机会。**一是在 AI 视频生成技术前瞻布局也具有商业化场景的公司，推荐快手、万兴科技、美图公司。二是具备优质视频语料的公司。版权纠纷频发的背景下，大模型企业对于优质、正版、合规的数据需求将大提升。建议关注视觉中国、捷成股份、华策影视、中广天择。三是拥有大量影视 IP 的公司。文生视频模型有望加速其影视内容生产和 IP 开发、实现降本增效。同时，IP 和视频语料也有望进一步成为视频模型训练的来源。推荐上海电影、光线传媒、博纳影业、中文在线。

■ **风险提示：**产品上线不及预期，技术发展不及预期，监管政策变化等。

行业走势



相关研究

《IP 行业研究框架：内容、形象、战略、渠道》

2024-06-24

《传媒互联网中期策略：底部再 Call AI 机会，重视互联网中的 α》

2024-06-17

表：重点公司估值

代码	公司	总市值 (亿元)	收盘价 (元)	EPS (元)			PE			投资评级
				2023A	2024E	2025E	2023A	2024E	2025E	
01024	快手-W	1729.68	39.74	1.47	3.40	4.96	27.04	11.69	8.01	买入
01357	美图公司	103.85	2.29	0.08	0.13	0.21	27.47	17.62	10.90	买入
300624	万兴科技	87.83	45.43	0.45	0.77	1.12	101.89	59.00	40.56	买入
300251	光线传媒	217.67	7.42	0.14	0.35	0.40	52.10	21.20	18.55	买入
300364	中文在线	140.88	19.30	0.12	0.16	0.19	157.52	120.62	101.58	买入
601595	上海电影	87.09	19.43	0.28	0.57	0.93	68.58	34.09	20.89	买入
001330	博纳影业	60.62	4.41	-0.40	0.20	0.32	-10.97	22.05	13.78	买入

数据来源：Wind，东吴证券研究所

注 1：预测数据来自东吴证券研究所。

注 2：除 PE 外，所有数据的单位均为人民币，快手和美图公司的总市值和收盘价按照 2024/8/7 港元兑人民币 0.9198 汇率换算。

内容目录

1. 6月国内视频生成大模型爆发，可灵快速出圈	5
1.1. Sora 以来，视频生成模型上线加速	5
1.2. 可灵大模型全球上线、pixverse 升级，国产大模型应用落地领先	7
2. 行业空间：基于视频时长测算，AI 视频生成潜在行业空间为 3178 亿元	10
2.1. 中性假设下，C 端和 B 端潜在行业空间分别为 2673 亿元、505 亿元	10
2.2. AI 渗透率提升驱动力在于企业的降本增效诉求	11
2.2.1. 降本：AI 可降低影视制作成本约 43%（人机共创模式）、95%以上（全 AI 模式）	11
2.2.2. 增效：AI 视频能力快速升级，可控性、一致性、物理世界理解能力均在提升 ...	14
2.3. AI 渗透率提升方向：由短到长、单题材到多题材、单环节到全流程	16
2.3.1. 从短视频向长视频渗透	16
2.3.2. 从奇幻玄幻题材向全题材渗透	19
2.3.3. 从部分环节向全流程渗透	20
2.4. 长期展望：内容消费者转变为内容创作者	22
3. 竞争格局：这一轮竞赛大概率将由互联网大厂引领	24
3.1. 类似 2017 年，AI 视频工具将引发第二次互联网平台流量争夺赛	24
3.2. 互联网大厂在数据、用户、场景上具备优势	26
3.3. ADOBE 股价复盘：面对 AI 的冲击，积极转型，发挥合规和场景优势	28
4. 投资建议：关注技术、数据、IP 三条主线	31
5. 风险提示	32

图表目录

图 1:	2024 年 4-7 月快手快影 APP 在中国 IOS 排行榜排名	7
图 2:	快手可灵官网日度访问量 (万次)	8
图 3:	Pixverse 使用界面	8
图 4:	2023 年 3 月以来 GPT 系列模型定价持续下调	14
图 5:	智谱清影 CogVideoX-2B 画面效果	15
图 6:	AI 在影视行业应用渗透率提升的三个方向	16
图 7:	Beeble AI 的虚拟灯光功能和背景擦除功能	18
图 8:	2024H1 微短剧分题材热度值占比	19
图 9:	2023 年中长剧分题材数量 (部)	19
图 10:	Autodesk 2024 年对海外媒体娱乐公司应用 AI 意愿的问卷调查	20
图 11:	爱奇艺将 AI 应用于内容创作、智能分发、广告投放等多个环节	22
图 12:	爱奇艺 AI 视频搜索功能	22
图 13:	Tikok 和 CapCut 海外双端 MAU (百万人)	23
图 14:	快手可灵项目汇报结构	25
图 15:	2023 年全国新增视频内容时长 (万小时)	27
图 16:	2024 年 6 月移动互联网用户数及使用时长	27
图 17:	2024 年 6 月短视频 APP MAU (亿人) TOP10	27
图 18:	2023 年 6 月-2024 年 6 月视频剪辑 APP 的月人均使用时长 (分钟)	28
图 19:	番茄小说和 runway 的版权争议	29
图 20:	2023 年至今 ADOBE 总市值 (亿美元) 及影响因素	29
图 21:	Adobe Premiere 将嵌入 Pika、Sora 和 Runway	30
表 1:	AI 视频生成产品/模型升级情况 (截至 2024/8/6)	6
表 2:	Pixverse 收费模式	9
表 3:	Pixverse 会员权益	10
表 4:	AI 视频技术在影视行业的潜在长期市场空间测算	11
表 5:	2018 年中国电视剧和电视动画片平均投资成本	12
表 6:	全 AI 模式下影视剧制作成本测算	12
表 7:	部分 AI 模式下的电影成本测算	13
表 8:	可灵功能更新情况	15
表 9:	2023 年以来上线的 AI 短片	17
表 10:	DreamFlare AI 商业模式	18
表 11:	海外电影特效成本占比 (部分)	20
表 12:	国内影视公司 AI 应用案例	21
表 13:	2023 年 6 月-2024 年 6 月 AIGC APP 用户数及渗透率	26
表 14:	2024 年 1-6 月国内头部大语言模型的月度访问量和广告投放金额	26
表 15:	AI+IP 相关公司及业务布局	31

1. 6 月国内视频生成大模型爆发，可灵快速出圈

Sora 之后，国内外至少 8 家公司发布新产品或模型升级，多数已向全体用户开放，技术、应用和融资方面取得积极进展。Stability AI 宣告 Stable Video 开启公测，紧接着谷歌、阿里巴巴、字节等企业亦纷纷更新或公布其 AI 视频模型。

(1) 技术方面，模型生成时长明显进步，基础生成时长延长，支持超 10 秒时长的产品增多，视觉效果方面分辨率、帧率提升，与 Sora 的差距大幅缩短。

(2) 应用方面，已有较多产品面向 C 端开放，部分产品已应用于微短剧创作，成本和制作周期较传统模式大幅缩减。国内公司相较于 Sora 在面向用户开放以及商业落地方面先行迈进，使市场目睹了 AI 视频大模型应用的具体情境与商业可行性。

(3) 融资方面，5 个月内至少 5 家创企获得超亿元融资，累计约 12 亿元，Runway 被曝正在洽谈 4.5 亿美元融资。除了传统互联网大厂，爱诗科技、生数科技、三呆科技 (Sand AI)、Haiper AI 等新玩家获得融资，部分公司创始人背景强大。Pika 和 HeyGen 于 6 月分别获得 8000 万美元、6000 万美元融资，投后估值均在 5 亿美元左右。

1.1. Sora 以来，视频生成模型上线加速

今年 2 月 16 日，OpenAI 推出 Sora，引发了市场对 AI 视频生成赛道的广泛关注。然而，历经 5 个月，Sora 仍未上线。在此期间，国内外的大型企业、创新企业纷纷竞相发布新产品或进行模型升级，并且多数已面向全体用户开放，其中存在诸多效果亮眼的产品，致使 AI 视频生成的格局再度产生变化。自 Sora 发布以来，国内外至少有 10 家公司发布了新产品或模型，7 月 24 日快手可灵和爱诗科技 pixverse v2.0 同一天发布，7 月 26 日智谱发布 AI 视频生成产品“清影”，7 月 30 日生数科技发布 VIDU 模型，8 月 6 日智谱清影宣布“清影”背后的模型 CogVideoX-2B 开源。

从技术能力上看，这些视频模型的基础生成时长由先前的 2~4 秒延长至 5 秒，且超过半数支持超 10 秒的时长，另有部分产品提供了延长功能。于当前免费可用的产品当中，生成视频时长最长的为可灵的 3 分钟。分辨率和帧率亦有提升，支持 720P 及以上的产品数量增多，帧率向 24/30fps 趋近；而此前的产品所生成视频的分辨率大多约为 1024×576，帧率多为 8~12fps。

Sora 尚未推出，为国产大模型创造了良好的窗口期。我们认为国产视频大模型有较大追赶潜力。

表1: AI 视频生成产品/模型升级情况 (截至 2024/8/6)

序号	公司	产品/模型	发布时间	是否公开可用	生成时长	分辨率	帧率 (fps)	功能
1	OpenAI	Sora	2024/2/16	否				支持 T2V、I2V、T2V
2	Stability AI	Stable Video	2024/2/21	全面开放	4 秒	1024 × 576	24	比例切换, 风格选择, 镜头运动
3	字节跳动	即梦	2024/5/9	全面开放	3/6/9/12 秒	1280 × 720	8	镜头运动, 比例切换, 视频延长, 补帧, 对口型, 画质增强
4	腾讯	混元	2024/5/17	否	16 秒	-	-	公布了混元的 16 秒视频生成能力, 并提出 2-3 个月内开放文生视频 API 接口的计划, 以及 2024Q3 生成时长突破 30 秒的目标
5	腾讯	Follow-Your-Pose-v2	2024/6/7	否	10 秒	-	-	输入一张人物图片和一段动作视频, 就可以让图片上的人跟随视频上的动作动起来。
6	快手	可灵	2024/6/6	全面开放	单次 5~10 秒, 可延长至 3 分钟	1280 × 720	30	比例切换, 支持 T2V、I2V
7	Luma AI	Dream Machine	2024/6/13	全面开放	5 秒	1360 × 752	24	视频延长
8	Runway	Gen-3	2024/6/17	全面开放	5/10 秒	1280 × 720	-	-
9	智象未来	智象大模型 2.0	2024/7/6	全面开放	5/15 秒	1024 × 576	24	比例切换, 反向提示词, 镜头运动, 4K 增强
10	Haiper AI	Haiper v1.5	2024/7/17	全面开放	2/4/8 秒	1280 × 720	24	比例切换, 视频延长, 画质增强
11	爱诗科技	Pixverse v2.0	2024/7/24	全面开放				
12	智谱	清影	2024/7/26	全面开放且免费	6 秒	1440 × 960	-	免费使用, 不限次数, 支持 T2V、I2V、V2V 和 API 调用
13		CogVideoX-2B	2024/8/6	开源	6 秒	720 × 480	8	在 github 开源
14	生数科技	Vidu	2024/7/30	否	4 秒/8 秒	1920 × 1080	-	新用户注册即可获赠每月 80 积分, 无需排队。
15	MiniMax	视频大模型	尚未推出	否	-	-	-	MiniMax 正在内部开发视频大模型, 可能会植入星野 AI 或海螺 AI 内, 作为单个应用场景出现。

数据来源: 智东西, 东西文娱, 量子位, 东吴证券研究所

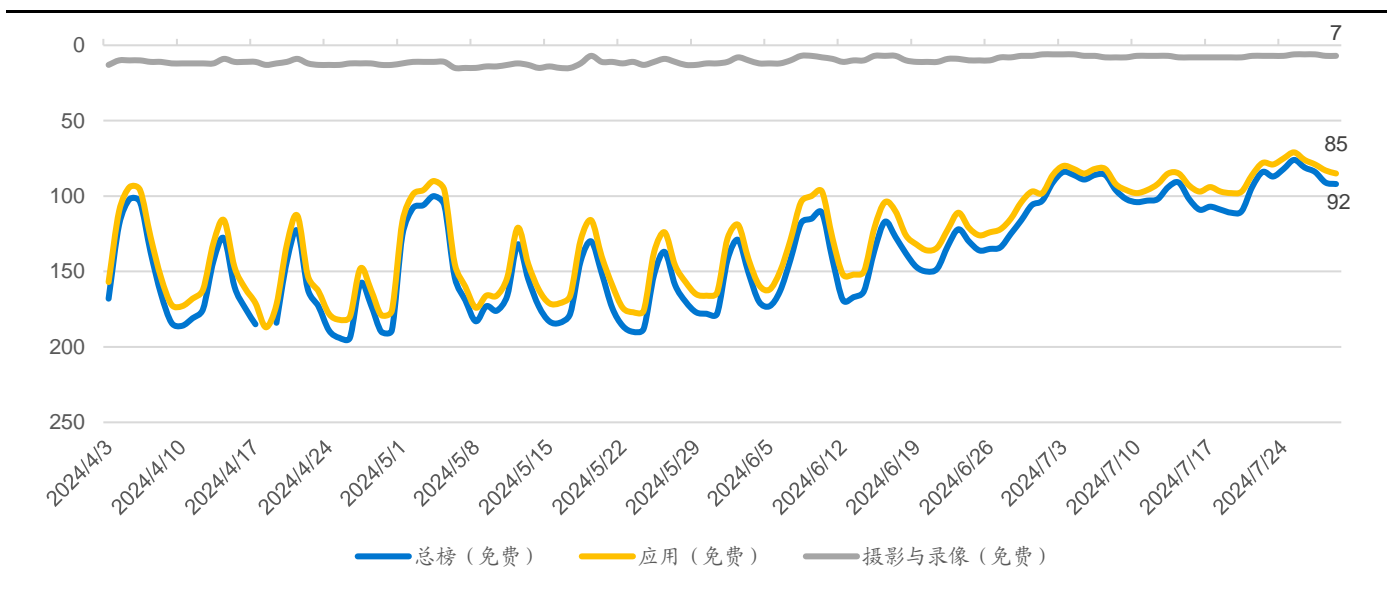
1.2. 可灵大模型全球上线、pixverse 升级，国产大模型应用落地领先

可灵大模型的发布标志着国内视频生成大模型已达到新的高度。6月6日发布当天，诸多业内人士受邀测试，整体反馈良好。可灵的表现相较抖音和腾讯过往推出的视频生成模型更为出色。（1）时长方面，可灵能够生成时长达3分钟的视频，然而抖音的即梦现阶段仅支持生成最长3秒的视频，腾讯的混元大模型则可生成16秒的视频。

（2）快手可灵与 Sora 相近，在技术路线、训练数据质量等方面突出，还能如 Sora 般真实还原物理规律，在运动合理性等方面表现优秀。猎豹移动董事长傅盛表示，可灵甚至能超越 Sora。（3）技术维度上，“可灵”在多个技术维度上表现优秀，不仅可以支持生成长达2分钟、分辨率高达1080p的视频，且支持多种视频格式、多种宽高比；可以模拟物理世界特征，具备强大的概念组合能力和想象力，对细节刻画到位。（4）最重要的是，“可灵”不是实验室放出的 Demo 或者视频结果演示，而是短视频领域头部玩家快手推出的产品级应用。

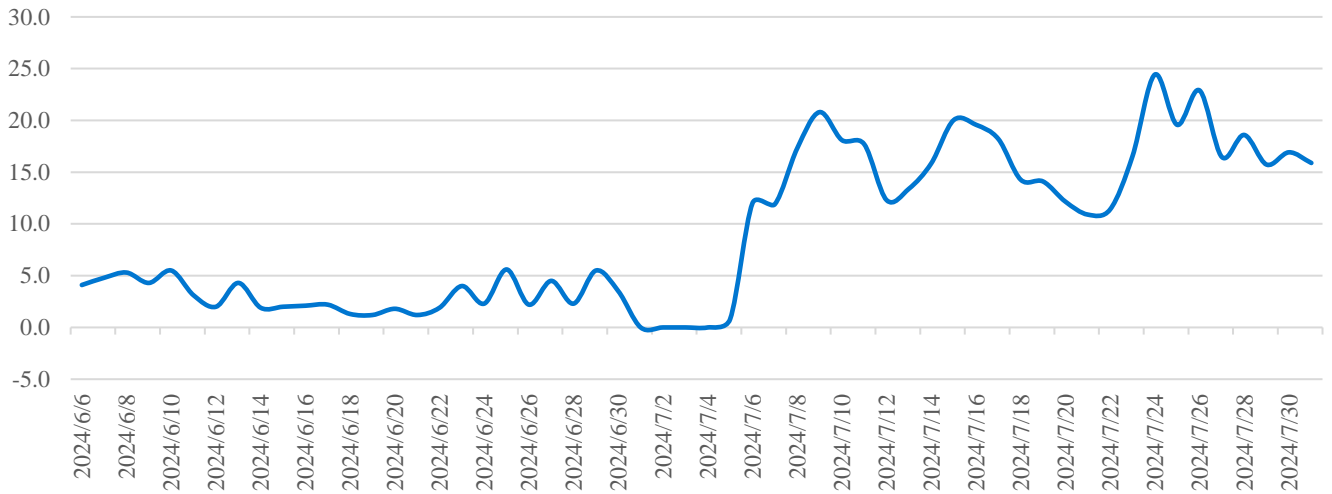
可灵大模型 C 端热度较高，访问量及 DAU 快速增长，实现跨圈层的传播。可灵模型已嵌入快影 APP 中。快影类似于抖音的剪映，是一个面向创作者的视频编辑工具。用户可以通过内测获得 AI 生成视频的功能。近一个月，快手快影 APP 在中国 IOS 排行榜的名次快速提升，7月3日已在“摄影与录像免费应用”榜单上排第6。截至7月9日，可灵 AI 已生成700万条视频，吸引了近70万申请用户，成为全网最热的视频生成大模型。在抖音、快手、小红书等社交媒体平台上出现了大量使用可灵制作的 AI 视频，如让专辑封面动起来或使老照片复活等，其热度正逐步增长，实现了跨圈层的传播。

图1：2024年4-7月快手快影 APP 在中国 IOS 排行榜排名



数据来源：七麦数据，东吴证券研究所

图2: 快手可灵官网日度访问量(万次)



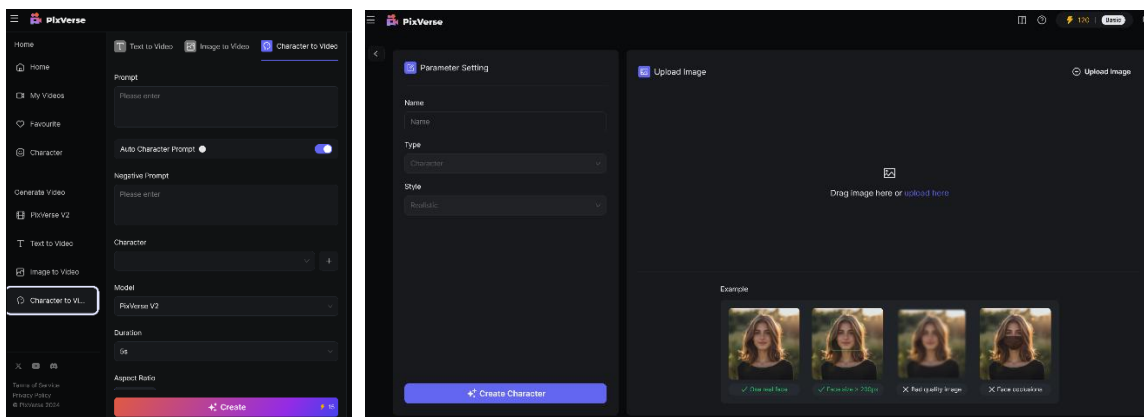
数据来源: Similarweb, 东吴证券研究所

爱诗科技 Pixverse 7 月 24 日全球同步发布了 AI 视频生成产品 PixVerse V2 版本。相较于 V1, 升级版引入了自研的时空注意力机制, 增强了空间和时间感知能力, 使得视频生成**更长、更一致、更有趣**。

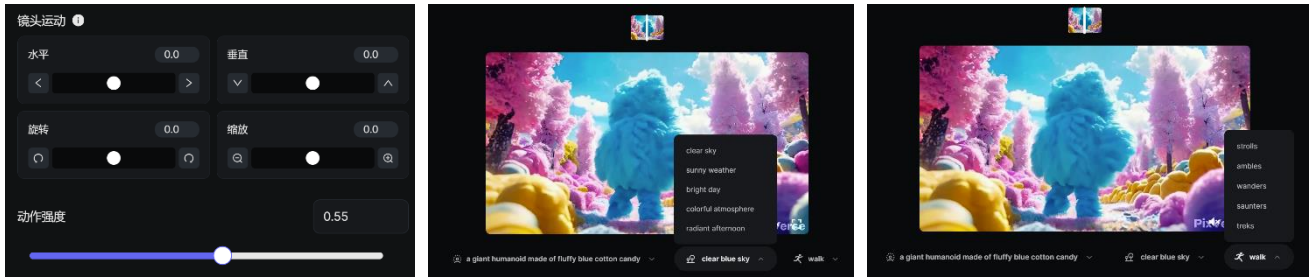
相较于其他视频生成软件, pixverse 的特点在于: 1) 可以自行创建角色(character), 支持三种生成模式, 即文本生成视频(text to video)、图片生成视频(image to video)和角色生成视频(character to video); 2) 支持微调, 生成后可以修改视频中的特定元素, 例如“去除天空中的云”、“动作修改为跑步”; 3) 有 UGC 社区, 可以根据其他用户发布的内容“做同款”。

图3: Pixverse 使用界面

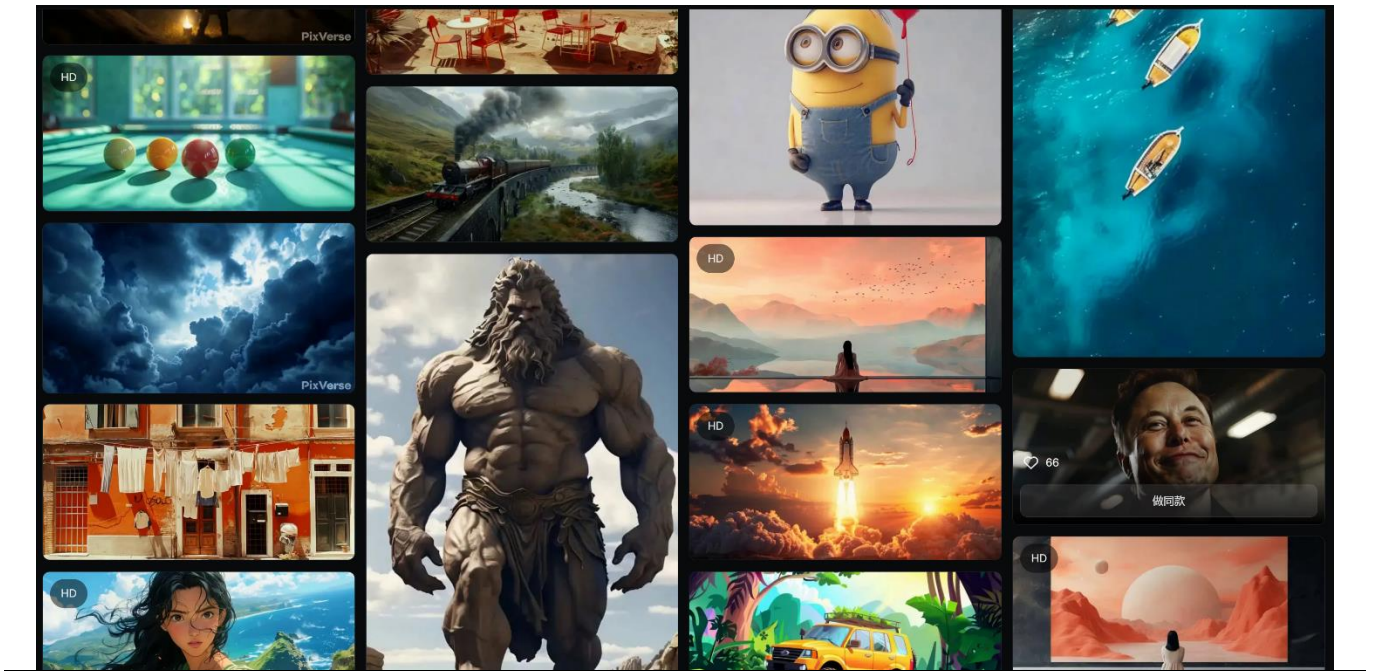
软件支持三种生成模式: 文本生成视频、图像生成视频、角色生成视频



生成视频前, 可以自定义镜头运动路径、动作强度; 生成视频后可以微调



UGC 社区活跃、内容丰富，可以一键“做同款”



数据来源：Pixverse 官网，东吴证券研究所

Pixverse 采用订阅收费模式，每次生成视频需消耗 10~30 积分，生成后对视频进行修改所消耗的积分和创建一个全新视频是一样的定价。基础版为免费，每天可获得 50 积分，即最多可以生成 5 次；付费版本包括标准版、pro 版、premium 三档，定价从 5 美元/月到 60 美元/月不等。据此计算，Pixverse V2 模型定价约为 0.1 美元/8 秒，0.05 美元/5 秒。

表2: Pixverse 收费模式

模型模型	生成时长	单次消耗积分
V1 模型	5 秒 (V1 模型下只有 5 秒的选项)	10 积分
V2 模型	5 秒	15 积分
V2 模型	8 秒	30 积分

数据来源：Pixverse 官网，东吴证券研究所

表3: Pixverse 会员权益

	基础版	标准版	Pro 版	premium 版
价格	免费	5 美元/月 48 美元/年	30 美元/月 288 美元/年	60 美元/月 576 美元/年
会员权益	初始赠送 100 积分 每天赠送 50 积分	每天赠送 50 积分 每月赠送 100 积分 可购买更多积分 去除视频水印 同时开展 4 个工作流	每天赠送 50 积分 每月赠送 6000 积分 可购买更多积分 去除视频水印 同时开展 8 个工作流 生成速度更快	每天赠送 50 积分 每月赠送 15000 积分 可购买更多积分 去除视频水印 同时开展 12 个工作流 生成速度更快

数据来源: Pixverse 官网, 东吴证券研究所

2. 行业空间: 基于视频时长测算, AI 视频生成潜在行业空间为 3178 亿元

2.1. 中性假设下, C 端和 B 端潜在行业空间分别为 2673 亿元、505 亿元

我们将 AI 视频生成应用领域分为 C 端和 B 端, 预计 C 端先行, B 端逐步渗透。目前 AI 渗透率较低, 我们基于视频上传和制作时长, 以及 AI 渗透率的假设, 对行业潜在规模进行测算。

根据广电总局报告, 2023 年全年中国互联网平台新增短视频 5.5 亿小时、2023 年全年新增互联网视频节目 (不含短视频) 时长为 1.1 亿小时。我们认为, AI 视频生成技术的普及有望推动从“拍摄视频”逐步转变为“拍摄+AI 生成”并行模式。我们将 AI 视频生成渗透率定义为“AI 生成的视频内容时长 ÷ 上传总时长”, 并预计渗透率将逐步提升。

目前, 可灵定价为 1 元/5 秒 (高性能模式)、3.5 元/5 秒 (高表现模式), 对应每小时生成价格为 720~2520 元。由于 B 端内容质量要求较高 (例如更高的清晰度、更高的一致性要求、更多的生成次数), 单位时间的 AI 制作成本较 C 端将更高。我们取 720 元/小时代表 C 端价格、2520 元/小时代表 B 端价格。结果是, 中国 AI 视频生成的行业潜在空间为 947~5858 亿元, 中性假设下 (AI 渗透率=15%) 为 3178 亿元, 其中 C 端、B 端市场空间分别为 2673 亿元、505 亿元。

表4: AI 视频技术在影视行业的潜在长期市场空间测算

		保守假设		中性假设	乐观假设	
AI 视频生成技术渗透率		5%	10%	15%	20%	25%
C 端	AI 视频生成时长 (万小时)	2750	5500	8250	11000	13750
	抽卡率假设	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
	AI 视频生成行业规模 (亿元人民币)	891	1782	2673	3564	4455
B 端	AI 视频生成时长 (万小时)	45	178	401	713	1114
	抽卡率假设	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	AI 视频生成行业规模 (亿元人民币)	56	225	505	898	1403
C 端+B 端行业潜在空间合计		947	2007	3178	4462	5858

数据来源: 广电总局, 可灵 APP, 东吴证券研究所

在以上计算中, 我们的假设主要有三个: 总视频时长、AI 视频生成模型定价、AI 渗透率, 其中 AI 渗透率是最核心的假设。

我们认为, AI 渗透率提升的驱动力在于: 1) AI 成本低于人力, 且在快速下降; 2) AI 的技术在快速进步, 效果逐步达到甚至超越人力。

我们预计, AI 渗透率将沿着三个方向提升: 1) 从短视频向长视频渗透, 2) 从奇幻和玄幻题材向全题材渗透, 3) 从部分环节向全环节渗透。

在本章的第二、第三节, 我们对以上观点进行展开。

2.2. AI 渗透率提升驱动力在于企业的降本增效诉求

2.2.1. 降本: AI 可降低影视制作成本约 43% (人机共创模式)、95%以上 (全 AI 模式)

传统模式下, 影视行业拍摄制作成本高昂, 导致产能受限、存货周转率低、前期投入风险高昂。AI 的引入有望大幅降低成本、提升影视内容产、提高存货周转率, 并让影视投资风险更加可控。

2018 年, 电视剧平均投资成本为 7519 万元/部、355 万元/小时; 电视动画片平均投资成本为 686 万元/部、115 万元/小时; 电影的制作成本 (不含宣发) 为 2300 万元~1.7 亿元/部, 假设每部电影 2 小时, 对应制作成本为 1250~8500 万元/小时。2024 年 5 月微电影制作成本约为 50 万元人民币 (国内)、30 万美元 (海外)。

表5: 2018年中国电视剧和电视动画片平均投资成本

	电视剧	电视动画片
投资额 (亿元)	243	17
制作发行数量 (部)	323	241
制作发行总时长 (小时)	6850	1437
平均投资成本 (万元/部)	7519	686
平均投资成本 (万元/小时)	355	115

数据来源: 广电总局, 东吴证券研究所

注: 此处“电视剧”统计范围不含网剧

注2: 电视剧制作发行总时长无公开数据, 我们假设每集30分钟

AI视频大模型成本远低于传统模式, 且制作速度更快。根据我们的估算, 全AI模式下, 电影、长剧、动画片、短剧的制作成本分别为 3457/12965/5154/576 美元, 对应 2.5/9.3/3.7/0.4 万元人民币, 相较于传统模式成本降低幅度超 95%。

计算过程如下:

(1) 我们选取快手可灵、pixverse、Luma 三款视频大模型的定价作为参考。考虑到 B 端影视制作对于画质要求较高, 我们均以各家视频大模型最高定价来进行计算。例如, 快手可灵定价为 1~3.5 元/5 秒, 我们选取 3.5 元/5 秒定价进行计算; 其他模型也是同理。

(2) 考虑到电影对画面质量的要求更高, 长剧和动画片次之, 短剧再次之, 我们假设抽卡率分别为 0.1/0.2/0.2/0.5 (抽卡率表示生成 n 次得到理想结果的概率, 例如抽卡率=0.1 表示生成 10 次后保留 1 个想要的结果, 其余的 9 次均为废片)。

(3) 根据 $\text{成本} = \text{时长} \times \text{单位时间定价} \div \text{抽卡率}$ 计算, 得到全 AI 模式下, 一部 120 分钟的电影制作成本为 900~7024 美元、一部 900 分钟长剧 (假设 30 集、每集 30 分钟) 成本为 0.3~2.6 万美元、一部 358 分钟动画片 (采用 2018 年平均制作时长) 成本为 0.1~1.0 万美元、一部 100 分钟短剧 (假设 60~70 集, 每集 1.5 分钟) 成本为 150~1171 美元。

表6: 全 AI 模式下影视剧制作成本测算

类型	时长 (分钟)	抽卡率 假设	全 AI 模式下的成本			平均值	
			快手可灵 (3.5 元人民币/5 秒)	Pixverse V2 (0.1 美元/8 秒)	LUMA (0.17 美元/5 秒)		
电影	120	0.1	\$7,024	\$900	\$2,448	\$3,457	¥24,808
长剧	900	0.2	\$26,339	\$3,375	\$9,180	\$12,965	¥93,030
动画	358	0.2	\$10,470	\$1,342	\$3,649	\$5,154	¥36,981
短剧	100	0.5	\$1,171	\$150	\$408	\$576	¥4,135

数据来源: 可灵官网, pixverse 官网, luma 官网, 东吴证券研究所

注: 按照 2024/8/7 美元兑人民币汇率 7.1757 换算

以上计算仅为调用视频大模型的成本，并未考虑演员、人员、设备、道具等成本。由于当前 AI 视频模型尚不能完全替代人力（例如虚拟人的微表情没有主演丰富），因此我们认为 AI 技术将先在部分环节进行应用，而后逐步向更多环节渗透。

我们以电影为例，其成本结构包括剧本、演员、导演等工作人员、拍摄和道具等，我们假设 AI 能够缩短整个制作周期，并在部分环节替代一部分人员。**得到的结论是，AI 有望降低 43% 的制作成本。我们认为 AI 对宣发环节降本效果可能不显著，加上宣发成本后，预计 AI 对电影总成本的降本幅度为 29% 左右。**

表7：部分 AI 模式下的电影成本测算

主要人员/流程	传统模式下			AI 模式下	
	报价 (万元)	中值 (万元)	成本占比	AI 降本幅度 (假设)	假设逻辑
编剧	100~600	350	2%	30%	单日报价不变，但工作时长缩短 30%
导演	200~3000	1600	8%	30%	单日报价不变，但工作时长缩短 30%
演员	1000~8000	4500	22%	48%	假设主演成本占 50%，单日报价不变，人数不变，但工作时长缩短 30%；群演成本占 50%，单日报价不变，人数减少一半，工作时长缩短 50%。
监制	100~500	300	1%	50%	单日报价不变，但工作时长缩短 50%
摄影师	100~300	200	1%	85%	人数减少 70%，工作时长缩短 50%
美术师	100~500	300	1%	85%	人数减少 70%，工作时长缩短 50%
租赁设备	300~1000	650	3%	85%	租赁设备数量减少 70%，租赁时长缩短 50%
后期剪辑	200~800	5000	24%	85%	人数减少 70%，工作时长缩短 50%
特效	200~2000	1100	5%	85%	人数减少 70%，工作时长缩短 50%
制作环节合计	2300~16700	14000	67%	43%	
营销	500~5000	2750	13%	0%	
物料	100~600	350	2%	19%	物料里，实体物料占比约 50%~75%，这部分成本无法降低；预告片、海报的成本占比 25%~50%，我们假设这部分成本可以降低 50%
发行	500~2000	1250	6%	0%	
票补	0~5000	2500	12%	0%	
宣发环节合计	1100~12600	6850	33%	0%	
总成本	3400~29300	20850	100%	29%	

数据来源：一起拍电影，东吴证券研究所

注：电影成本数据来自 2018 年的文章，与目前的成本结构或有差异

AI 大模型整体呈现定价快速下降的趋势。例如今年上半年，较多大语言模型厂商纷纷宣布降价，其中 GPT-4o mini 的定价更是较 GPT-3.5 下调 66%。类比大语言模型，我们认为视频生成大模型的成本也有望降低，从而推动调用需求进一步上升。

图4：2023年3月以来 GPT 系列模型定价持续下调



数据来源：钛媒体，东吴证券研究所

2.2.2. 增效：AI 视频能力快速升级，可控性、一致性、物理世界理解能力均在提升

从可灵、清影、Pixverse 等产品的迭代来看，AI 视频生成技术正在快速迭代，可控性、一致性、物理世界理解能力均在提升，这是决定其渗透率的关键因素。AI 视频生成大模型快速迭代，于奇点时刻过后，将迎来用户的大规模汇聚以及数据飞轮的运转。回顾 Midjourney 发展，V5 版是从“玩具”升级为“生产力工具”的关键临界点，带来用户涌入和数据飞轮转动。相较于文生图，文生视频技术的迭代速度更快，第一代 DALLE·E 自出现至后续实现产业化，仅历经一年半的时间；23 年初已有视频生成技术问世，今年 2 月 Sora 发布，仅历经约一年时间；今年 6 月可灵发布，截至 7 月，已历经 3 次迭代。文生视频的演进速率显著高于文生图，我们预计在半年之内，文生视频将会实现一次更为重大的跃迁。

(1) 快手可灵：一月三次升级，狂飙式进化。自 6 月 6 日正式亮相以来，快手可灵 AI 作为在海外 AI 圈引起热议的国产大模型，一个月内经历三次迭代更新，从最初的文生视频到支持多种功能，7 月在世界人工智能大会 WAIC 2024 上迎来第三次大升级，发布新功能，在视频生成的质感、美感、可玩性方面提升。可灵 AI 还将上线更多功能，如语音面部匹配、画面结构控制，这些功能已完成模型训练，运动生成、生成时长、物理规律、指令响应四大能力也将进一步升级。

表8: 可灵功能更新情况

功能升级	具体升级情况
画质升级	可灵 AI 基础模型升级, 推出高画质版, 生成视频画质有质的飞跃, 在生成细节、构图、运镜美观性、光影方面显著改善, 通过画质对比可清晰看出新旧模型区别。
新增首尾帧功能	用户能自定义起始帧和结束帧图像, 精确控制视频片段间镜头转场, 实现一镜到底等效果, 动作自然流畅, 画质有保证, 给用户带来更直观便捷的编辑体验, 满足个性化需求, 例如将两张图生成一段视频。
新增运镜控制及自动大师运镜功能	能通过更多镜头组合捕捉画面增强表现力, 预设六套经典镜头控制方式, 包括 Roll 旋转运镜等, 用户可调节参数控制运动程度和方向, 大师级运镜能产出有电影感的大片。

数据来源: 机器之心, 东吴证券研究所

(2) **智谱清影**: 8月6日, 智谱开源了“清影”视频生成背后的大模型。该模型具有多个不同尺寸, 此次开源的是 CogVideoX-2B, 在 GitHub 发布 5 小时便获 3.7K 个 Star, 具有出色表现和技术亮点。①**效果出色**: 人物特写和一镜到底等场景的生成效果出色, 细节高清, 连贯性佳, 能拿捏光影、远景、近景等。②**硬件要求较低**: 单卡 A100 上 90 秒可生成, 单张 4090 显卡能够实现推理, 而单张 A6000 显卡能够完成微调。③**支持多种格式与在线体验**: 生成结果可下载.mp4 格式, 还提供 GIF 格式, 有在线可玩的 demo。④**技术亮点**: 智谱自研了三维变分自编码器结构, 将原视频空间压缩至 2% 大小, 大福降低训练成本和难度; 兵开发了负面标签来识别和排除低质量视频。

图5: 智谱清影 CogVideoX-2B 画面效果

人物特写

眼睛等细节高清, 眨眼前后具有连贯性



一镜到底

光影、远景、近景、车辆行驶的过程都能精准把控



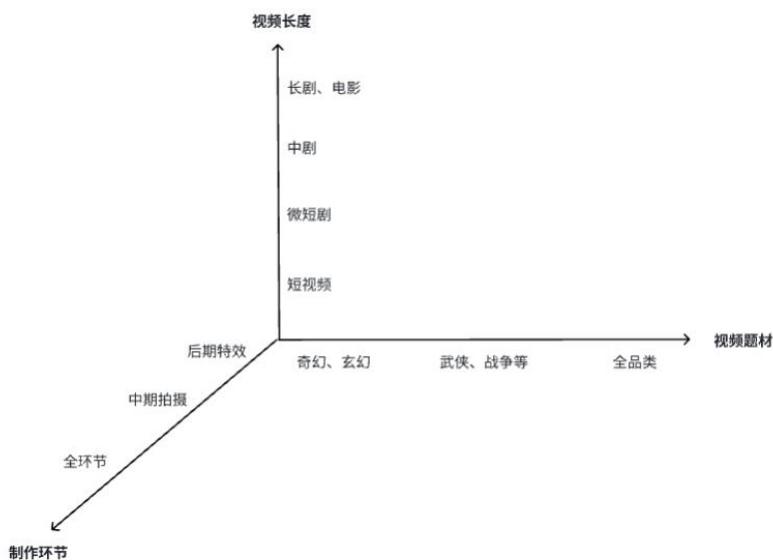
数据来源: 量子位, 东吴证券研究所

(3) **爱诗科技 Pixverse**: 7 月 24 日全球同步发布了 AI 视频生成产品 PixVerse V2 版本。相较于 V1, 升级版引入了自研的时空注意力机制, 增强了空间和时间感知能力, 使得视频生成更长、更一致、更有趣。用户可以一键生成 1~5 段主题一致的视频片段, 单片段可达 8 秒, 多片段则可达到 40 秒; 支持二次编辑, 用户可以对生成的视频进行智能识别和自动联想的二次编辑。公司预计未来 3 个月内还将进行多次迭代升级, 提供更好的 AI 视频生成体验。

2.3. AI 渗透率提升方向: 由短到长、单题材到多题材、单环节到全流程

我们预计 AI 渗透率将沿着三个方向提升: 1) 从短视频开始, 向长视频渗透; 2) 从奇幻和玄幻题材, 向全题材渗透; 3) 从部分环节开始, 向全流程渗透。

图6: AI 在影视行业应用渗透率提升的三个方向



数据来源: 东吴证券研究所整理

2.3.1. 从短视频向长视频渗透

AI 目前已应用于短视频领域, 涵盖短剧、音乐 MV、电影预告片、动画短片、广告短片等。我们对 2023 年以来上线的 AI 短视频加以总结, 发现 AI 视频生成技术正朝着更高效、成本效益更优、应用范围更广、技术集成度更高的方向迈进。

今年 7 月, 抖音和快手分别上线 AI 微短剧《三星堆: 未来启示录》和《山海奇境之劈波斩浪》, 代表着当前生成式 AI 技术所能呈现的最佳影视效果, 也反映了 AI 短剧的商业化潜力。

快手《山海奇境》导演表示, 当下这部短剧的尝试属于一种探索, 在快手上播放亦不收取费用, 暂且未将盈利纳入考量。未来倘若与快手的可灵合作第二部、第三部微短

剧，或许会共同探寻一些全新的商业化路径。快手平台短剧用户众多，每天超 2.7 亿用户观看，播放量过亿的短剧有 300 多部，超 10 万创作者进行相关创作。为吸引更多用户参与创作 AI 短剧，快手已推出“星芒短剧×可灵大模型”创作者孵化计划，提供资金支持 and 激励。博纳影业行政总裁蒋德富指出，可以靠 AIGC 短剧集的模式提前探查市场的动向，从短剧到长剧再到电影，实行三步走战略，在产业链条上形成闭环，让之后投资长剧和电影更有把握，投资方向更准确。此外，华策影视表示，今年 9-10 月将推出两部 AI 创作的微短剧。

表9：2023 年以来上线的 AI 短片

日期	类型	内容	时长	相关机构	创作团队人数	制作周期	制作过程
2023年1月	动画短片	《犬与少年》	3分34秒	奈飞, 小冰公司	-	-	采用rimma制作的AI辅助背景制作, 由牧原亮太郎负责导演, 用手绘Layout上色稿, 并将之提交至AI生成细化并优化背景, 再对AI生成的背景图进行人力修正。
2023年2月	动画短片	《剪刀、石头、布》	7分21秒	影视幕后制作团队 Corridor Crew	3人	-	利用AI将绿幕拍摄的真人动作视频转化为动画风格, 从而省去了复杂的动作捕捉和需要手绘调整的细节。
2024年3月	短剧	《中国神话》	约30分钟 (6集)	中央广播电视总台、智谱、文心一言、清华大学	21人	-	导演、策划、监制、策划、制片为真人。编剧为真人+智谱AI+文心一言。分镜、美术、视频、音乐、配音均由AI完成
2024年5月	音乐MV	单曲《The Hardest Part》MV	4分钟	OpenAI	1人	不到6周	由导演Paul Trillo利用OpenAI的Sora技术生成, 并在Adobe Premiere中进行拼接完成。制作过程前后生成了约700个片段, 最终约55个片段被用于最终版本
2024年6月	短片	《英雄》	13分37秒	中央广播电视总台	41人	-	-
2024年6月	短片	《爱永无止境》	5分钟	中央广播电视总台	43人	-	AI负责: 分镜、预演、北京设计、置景设计、道具设计、音乐、部分群演、部分动物画面。真人演员在绿幕环境下表演后, 与AI生成的背景进行融合
2024年6月	短片	《奇幻专卖店》	3分45秒	中央广播电视总台	63人	-	全片由AI生成
2024年7月8日	短剧	《三星堆: 未来启示录》	约53分钟 (13集)	抖音, 博纳影业, 北京市广电局	-	5个月	博纳影业 AIGMS 制作团队查阅大量资料, 多次到访三星堆遗址, 邀请专家指导; 利用即梦 AI 平台的大模型技术, 将AI视频技术运用在剧本创作、分镜设计、图像到视频转换、视频编辑和媒体内容增强等多个环节, 成功复原了青铜面具、青铜黄金树等三星堆“重器”。
2024年7月13日	短剧	《山海奇境之劈波斩浪》	10+分钟 (5集)	快手, 自然火文化	十几人	2个月	AI 主要应用于中期创作阶段。前期的剧本策划及后期的剪辑仍需人工操作。在中期创作阶段, 没有任何一个镜头是通过实际拍摄完成的, 而是以“文生图-图生视频”路径制作完成, 首先采用 Midjourney 进行文生图, 然后使用可灵进行图生视频, 音乐也由 AI 生成。

数据来源: 硅基研究室, 央广网, 科创板日报, “CCTV 电视剧”视频号, 北京日报, 少数派, 东吴证券研究所

海外已有 AI 微短剧商业化的案例, 例如 Beelble AI 和 DreamFlare AI。

(1) Beelble AI 是一家总部位于韩国的 VFX 初创公司, 成立于 2022 年, 创始团队来自 Krafton 的 AI 研究和机器学习团队。Beelble AI 的主要产品 Virtual Studio 能让用户创建高质量视频, 其 AI 技术可产生逼真灯光效果, 能让小团队媲美大型工作室。2023 年 10 月, Beelble AI 开始盈利, 目前 Virtual Studio 移动应用有 300 万用户下载。7 月 16 日, Beelble AI 获得 475 万美元种子融资, 估值达 2500 万美元。公司已和海外短剧平台 ReelShort 等公司达成合作。

图7: Beeble AI 的虚拟灯光功能和背景擦除功能



数据来源: CGMODEL, 东吴证券研究所

(2) DreamFlare AI 是一款“共创式”AI 短片平台, 今年7月上线, 且一上线就有四种商业变现模式。DreamFlare AI 由前谷歌员工 Josh Liss 和纪录片制片人 Rob Bralve 创立, 目标是助内容创作者用第三方工具制作短篇互动内容并货币化。平台创作者与专业人士合作制作视频, 变现模式包括订阅服务分发、广告收入分成、粉丝打赏和商品销售。DreamFlare AI 预发布用户群超 300 万粉丝, 获 Founders X Ventures 投资支持, 迄今已融资 160 万美元。公司已与迪士尼等建立创意伙伴关系, 与获奖导演合作并签协议。

表10: DreamFlare AI 商业模式

内容形式	DreamFlare 推出了“Flips”和“Spins”两种互动内容形式, “Flips”提供有动作和音频的沉浸式故事讲述体验; “Spins”包含互动剧情, 用户能触发不同结果。
版权和安全性	DreamFlare 平台有审核流程, 不接受受版权保护和 R 级内容, 不符标准会发删除通知。创作者通过申请流程后与创意团队开发故事, 不允许创作 IP 内容 (例如《星球大战》), 但可以创作公版 IP 内容。因此平台上有, 平台上有大量与小红帽、爱丽丝梦游仙境、彼得潘、科学怪人、雷神等相关的互动内容。
变现模式	平台内容包括科幻、喜剧、奇幻、悬疑等多种类型, 每周提供部分免费内容以吸引用户, 并设置了会员订阅模式 (高级会员为 2.99 美元/月、24 美元/年)。DreamFlare 上线时有约 100 名创作者, 创作者收入来自平台收入分成、广告收入分成、粉丝打赏以及商品销售。

数据来源: 东西文娱, 东吴证券研究所

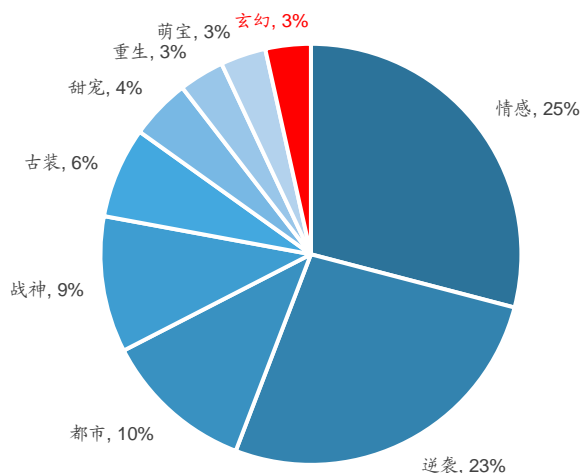
我们认为, 以短剧为代表的短视频, 将成为 AI 率先应用并实现商业化的场景。一方面, 竞争加剧导致短剧成本水涨船高, 且海外短剧尤其受到成本和产能的制约, AI 短剧有助于开辟新题材路径抢占内容竞赛优势, 助力短剧生产降本增效、缩短创作周期、提高资金利用率。另一方面, 短剧的单集时间短、制作周期短、市场需求大、创作类型相对固定, 更有利于对 AI 大模型和应用进行快速验证, 来自创作团队的反馈有助于大模型技术优化。

2.3.2. 从奇幻玄幻题材向全题材渗透

在传统影视领域，奇幻和科幻类型因特效成本高昂、制作周期漫长而发展受限，然而 AI 能够显著提升奇幻短剧的创作效率。过去，影视制作领域的技术主要有绿幕、CG 技术，主要体现于背景制作、特效辅助方面，而 AIGC 在影视制作行业的参与程度更高，对于提升行业效率和降低成本的效用更为显著。以削减人员成本为例，传统影视制作行业通常牵涉规模庞大的人员团队，例如一个剧组可能多达上百人，倘若采用 AIGC 技术，主要涵盖前期剧本创作、中期的“提示师”以及后期的剪辑人员，人员数量能够缩减超 2/3。

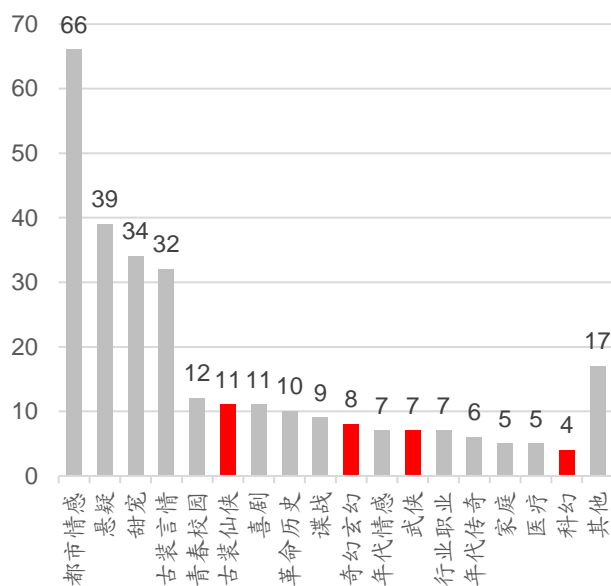
目前剧集题材集中于都市情感和逆袭，而科幻玄幻类占比较低。2024H1 微短剧中玄幻题材热力值占比仅 3%。2023 年中长剧里，科幻+奇幻玄幻+古装仙侠+武侠，四个品类加起来的数量占比仅 10%，其中科幻+奇幻玄幻的数量占比仅 4%。我们认为这在一定程度上是因为科幻玄幻类的后期特效成本较高。而这正是 AI 视频生成技术所擅长的领域，正如今年 7 月抖音和快手上线的 AI 微短剧均选取了科幻题材。

图8：2024H1 微短剧分题材热度值占比



数据来源：ADX，东吴证券研究所

图9：2023 年中长剧分题材数量（部）



数据来源：骨朵传媒，东吴证券研究所

2.3.3. 从部分环节向全流程渗透

我们预计 AI 将先渗透进特效后期环节，然后逐步渗透拍摄环节。特效成本高昂，据不完全统计，海外电影制作成本中 50%~70%为特效成本。

表11: 海外电影特效成本占比（部分）

上映日期	电影	制作成本（亿美元）	特效成本（亿美元）	特效成本占比制作成本
2007/5/25	《加勒比海盗 3》	3.42	2.00	58%
2012/5/5	《复仇者联盟》	2.17	1.30	60%
2016/5/6	《美国队长 3》	2.50	1.50	60%
2017/6/21	《变形金刚 5》	2.17	1.30	60%
2018/3/11	《头号玩家》	1.75	>1	>57%
2018/12/7	《海王》	2.58	1.55	60%
2023/7/15	《封神 1》	6.00	4.00	67%

数据来源：千筹网，火星时代教育，东吴证券研究所

2024 年动画艺术家工会（Animation Guild）对美国的 55 万名影视行业从业者进行问卷调查，发现 75% 的公司进行了裁员或缩减招聘，69% 的公司使用生成式 AI 技术，其中，后期制作公司使用生成式 AI 的比率较于其他公司更高。

已使用生成式 AI 技术的公司中，约 44% 的公司将其应用于生成 3D 模型、39% 应用于设计角色和环境、37% 应用于语音生成。受访者表示，到 2026 年，美国约 21.4% 的电影、电视和动画工作岗位（约 11.9 万个）可能会被生成式 AI 所替代，其中影视公司聚集的加州和纽约将受到最大影响，这两个州将分别有 4.0、1.6 万个工作岗位受到影响。

图10: Autodesk 2024 年对海外媒体娱乐公司应用 AI 意愿的问卷调查

	将在全环节应用 AI	应用于简单的、重复的任务	定量分析	评估产品效果	提高制作效率	生成更多可选项以供参考	辅助设计过程	安全和风控
媒体娱乐	32%	37%	33%	33%	46%	36%	34%	34%
广告、视觉设计	33%	35%	31%	32%	47%	35%	34%	35%
影视	33%	41%	36%	32%	44%	36%	35%	36%
游戏	30%	37%	32%	35%	47%	39%	32%	31%

数据来源：Autodesk，东吴证券研究所

注：该问卷调查受访者来自 1579 家影视及游戏公司，其工作年限平均为 11 年，70% 为核心决策人员。这些公司的注册地主要为欧美。

目前 AI 已经能实现短时间的动画制作（生成动画短片和微短剧、自动化角色和场景设计），AI 虚拟拍摄（创造虚拟背景和环境，可以节省外景成本、缩短拍摄周期）、AI 换脸、AI 生成虚拟人物、AI 视频搜索等。

表12: 国内影视公司 AI 应用案例

方向	案例
AI 动画	<ul style="list-style-type: none"> 上海电影牵头成立研发共同体，训练中国动画学派大模型体系 触飞瑞拓发布微短剧《白狐》 央视频和清华大学联合推出 AI 微短剧《中国神话·补天》 腾讯视频推出 AI 生成的动画短片《魔游记之人工智能篇》 快手 AI 微短剧《山海奇境》 抖音与博纳影业合作的 AI 微短剧《三星堆》 根据骨朵传媒，北京某动画公司负责人 Q 先生表示，其公司有专门研究 AI 技术应用的部门，公司人员从近 500 人缩减至 300 人左右，虽然当下 AI 技术价格高，但若形成标准化流程，未来五年能为公司节省 40%~60% 的成本投入。
AI 虚拟拍摄	<ul style="list-style-type: none"> 抖音短剧《柒两人生》应用了虚拟拍摄技术 优酷利用 AI 完成大规模虚拟拍摄 爱奇艺在部分自制剧中应用 AI 虚拟拍摄技术 2021 年大芒短剧《回到大婚那一天》引入虚拟制作厂商随幻科技 2023 年 4 月，世纪优优出品的微短剧《请叫我乌雅氏》采用了虚拟拍摄方式 优酷剧集《大唐狄公案》利用 AI 生成了古代长安城背景
AI 换脸	<ul style="list-style-type: none"> 电影《传说》: AI 技术成功还原了 27 岁的成龙形象 剧集《三千鸦杀》: 因原演员刘露成为问题艺人，剧组使用 AI 技术将她的脸部替换为另一位演员张鼎鼎的脸 剧集《封神演义》: 因原韩国演员的问题，使用了 AI 换脸技术进行替换 剧集《光荣时代》: 黄志忠通过 AI 换脸技术替换了赵立新的戏份 剧集《长安十二时辰》: 黄海波因个人问题，其戏份被 AI 换脸技术替换 剧集《时光与你都很甜》: 林昕宜通过 AI 换脸替换了刘露的戏份
AI 虚拟人	<ul style="list-style-type: none"> 优酷剧集《异人之下》中的 AI 数字人厘里。相较传统虚拟制作，AI 数字人厘里的制作成本降低了 80%，效率提升 40%。 玄机科技已将 AI 运用于大场面中的“群众演员”生成 中影年年有一键式工作流程，自研开发了 AI Box 软件，一年内可全流程并行生产约 15 部长篇 S 级 IP 作品
AI bot	<ul style="list-style-type: none"> 随着电视剧《长相思 2》的热播，腾讯元宝 app 推出 AI 角色功能。用户可以与剧中角色进行语音对话、剧情互动等
AI 视频搜索和总结	<ul style="list-style-type: none"> 优酷上线 AI 搜片功能 哔哩哔哩视频总结功能

数据来源: 镜像娱乐, 界面财经, 骨朵传媒, 财联社, 易观分析, 烹小鲜, 娱乐资本论, 博纳影业 AIGMS 制作中心, 澎湃新闻, 新京报, AI 数智源, IT 之家, 东吴证券研究所

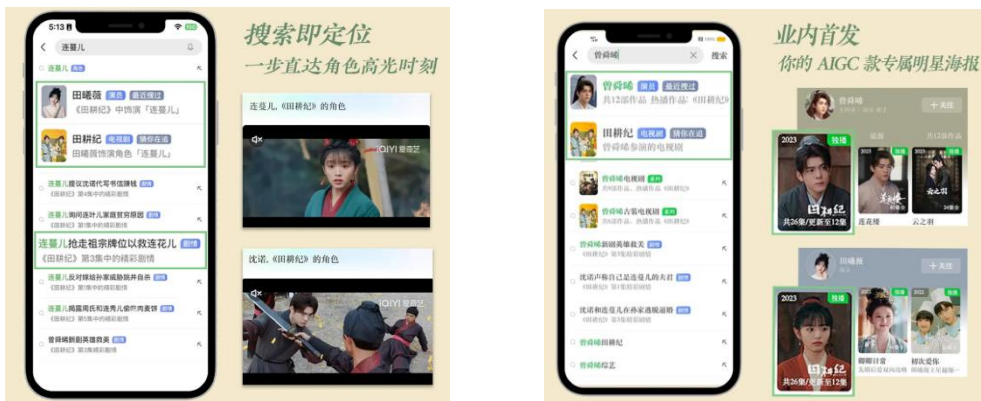
以爱奇艺为例, 公司已将 AI 应用于内容创作、智能分发与消费、广告投放等多个环节, 赋能其长视频创作者、短视频 UGC 创作者、内容消费者和广告客户。2023 年 10 月, 公司推出 AI 搜索功能, 观众在搜索环节就能一键直达心仪内容, 这是业内首次将生成式 AI 技术应用于角色、剧情、明星三大搜索场景。以上成绩得益于爱奇艺“星罗剧情理解平台”。该平台能学习理解弹幕、评论及正片关键帧, 生成剧情片段和看点, 自动剪辑视频卡段, 使个性化推荐和直达名场面成为可能。生成式 AI 缩短用户找片流程, 承接站外流量, 生产高质量素材。目前, 站内全端生成超 70 万条运营素材, 涵盖剧集、综艺等。站内外协同实现分发“提质增效”, 剧情搜索场景下, 人均观看时长提升 40%。

图11: 爱奇艺将 AI 应用于内容创作、智能分发、广告投放等多个环节

智能创作与生产环节-赋能创作者						智能分发与消费-提升用户体验				广告客户
长视频创作者 (电影、电视剧、综艺、动漫、动画片等类型作品)			短视频 (MCN机构和UGC创作者)			爱奇艺APP			奇异果	奇麟投放平台
剧本评价系统	爱创媒资系统	ZoomAI 视频增强解决方案	虚拟制片	智能翻译	随刻APP	视频播放体验	个性化播放体验	个性化推荐	AI搜索	生成/推荐点位
生成式AI辅助人工阅读, 拆解剧本场景与人物, 为剧本评分, 提升项目评审效率	集软件+硬件+网络一体, 通过拍摄素材的智能分析, 实现高效影视制作	将AI技术应用于图片和视频, 达到画质增强的效果	已经应用于爱奇艺的重点自制剧集中, 数字场景可以根据拍摄需求实时调整优化	降低翻译运营成本, 赋能海外业务降本增效	内容素材库+智能生成/组合视频	通过AI ABS自适应码流播放, ZoomAI视频增强技术及动态插帧技术等提升视频播放体验	只看TA 3.0功能、绿镜功能, 以及盗版弹幕等	实现内容+电视/电影等海报物料的千人千面	主要包括角色搜索、剧情搜索、明星搜索, 可以使用户更快地找到自己感兴趣的内容, 提高搜索效率	通过AI识别海量场景以及剧情提要等, 实现广告和内容的契合
制作&宣发环节	智能选角系统“艺汇”	影视制片管理系统	智能上色引擎	智能配音技术“奇声”	视频质检	AI雷达功能	AI手语主播	HomeAI 语音交互平台	剧情理解平台“星罗”	辅助广告内容素材制作
通过AI工具生成角色示意图和概念海报; 宣发阶段, 制作海报与动态视频等, 降低制作成本	通过NLP、AI智能匹配, 将制片方与海量的艺人数据进行高效精准的AI匹配	为影视项目在全生命周期中提供智能工具、项目监测与管理	利用深度学习进行智能上色, 提到动漫内容更新频次, 助力和赋能动漫及动态漫制作	在丰富音色库和算法模型的支持下, 提升配音效率, 降低配音成本	从流程上把控, 使内容介质到播放的整个链条都符合一套稳定的质检标准	可以智能识别任务、音乐、物品, 用户还能即时扫码解锁产品信息并可实现购买行为等	通过ASR与NLP技术相机和, 将文字转换为手语内容, 并通过虚拟偶像进行输出	提供视频点播、场景注册、智能跳转、祝唱合成等体验	通过深度剧情理解, 针对性列出分钟级别剧情看点、总结热议话题、回答剧情相关问题, 并进行播单推荐	帮助广告主高效制作AIGC广告素材, AIGC产出的创意过审率高达99%

数据来源: 易观分析, 东吴证券研究所

图12: 爱奇艺 AI 视频搜索功能



(1) 角色搜索: 输入角色名, 搜索建议栏能给出所属剧集、演员及精彩剧情联想推荐, 进入结果页还能看到角色高光时刻卡段视频。(2) 剧情搜索: 输入剧情片段, 点击推荐栏话题可直达正片对应片段, 还能在一个页面轻松获取分集定位、剧情梗概等。(3) 明星搜索: 搜索明星能看到分类作品列表和 AI 生成的专属海报。

数据来源: 爱奇艺行业速递, 东吴证券研究所

2.4. 长期展望: 内容消费者转变为内容创作者

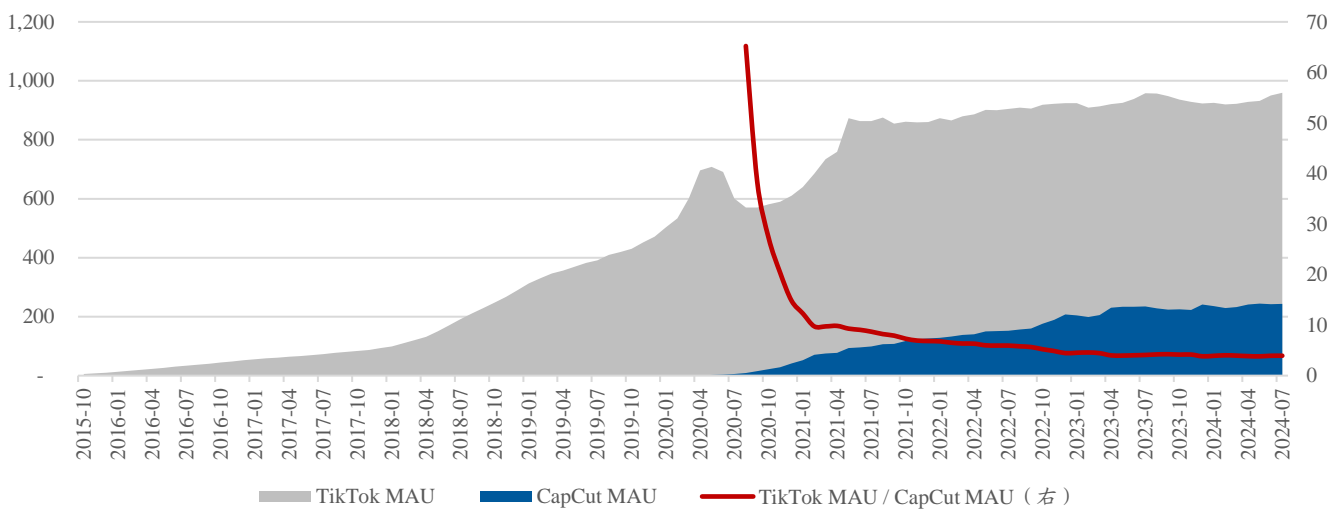
人类天然具有表达的欲望。过去几十年, 内容行业的大趋势是, 内容创作门槛逐步降低, 内容创作者数量逐步增加, 内容生产机制从 PGC 转变为 PGC+UGC 共存。抖音和快手之所以能够崛起, 离不开两个时代趋势: 一是移动互联网与智能手机的涌现, 促使内容从 PGC 向 UGC 实现迅速升级, 短视频创作门槛大幅降低; 二是人与信息的交互方式发生范式升级, 从主动搜索信息, 转变为推荐算法使人被动接受信息推荐。短视

频平台为普通人创造了表达的机会，让普通人的生活也能“被看见”；网文创作平台让更多人成为兼职作家，拥有出书和改编的机会。

回顾近 20 年的互联网发展历程，在视频创作生态的初期，以 PR、FC、达芬奇为代表的传统工具延续其专业属性，一直服务于小众人群。在视频生态兴起时，以会声会影等工具为代表的国产桌面工具开启了平民化时代。直到以剪映为主要代表的新兴互联网工具出现，才真正开启了视频的个人化表达，并彻底引爆创作生态。**视频创作工具是视频内容生态发展的关键驱动力。**

以海外版 tiktok 为例，2015 年海外上线以来用户数快速增长，而后增速趋于平缓，2020 年 4 月首次出现 MAU 下滑。也正在是这个时间，字节推出了海外剪辑工具 CapCut。CapCut 上线初期便广受欢迎，用户数快速增长，且多年维持美国 ios 影像工具排名第一的位置。在 CapCut 的拉动下，2020 年 12 月 Tiktok 海外用户开始回升。我们将 Tiktok MAU 除以 CapCut MAU，代表“内容消费/内容创作之比”，这一比值从 2020 年 12 月的 15 倍提升至 2024 年的 4 倍。

图13: Tiktok 和 CapCut 海外双端 MAU (百万人)



数据来源: SensorTower, 东吴证券研究所

展望未来，我们认为 AI 视频技术的普及，将更大程度地赋能普通用户，让更多内容消费者转变为内容创作者，释放创意和灵感的价值。

3. 竞争格局：这一轮竞赛大概率将由互联网大厂引领

这一轮视频生成竞赛中，核心竞争要素是什么？

在 chatgpt 刚出现时，市场担忧国内公司难以追赶，但后来国内出现了“百模之战”，各家大语言模型整体性能都较好，先发优势并不显著。我们认为，当前视频生成的技术阶段类似 2022 年 12 月 chatgpt 刚问世时 LLM 模型所处的阶段，随着各个公司加大投入，技术上的差异将不再显著。Sora 和可灵的推出，更是验证了“大力出奇迹”的规律。

相比于技术能力，我们认为更重要的因素将是数据和场景，这将直接决定各个公司在未来视频生成行业的生态位和所处梯队。

3.1. 类似 2017 年，AI 视频工具将引发第二次互联网平台流量争夺赛

字节和快手都将 AI 视频生成定位于战略级项目。

快手方面，“可灵”项目于今年 3 月立项、6 月发布小范围内测、7 月全网上线，仅耗时 4 个月，期间还完成了三次模型升级迭代。快手之所以能快速推出“可灵”，核心在于公司对项目高度重视，大力投入资源。可灵项目开启后不足一个月，便获得了程一笑的支持，被提升为公司战略级项目，在资金、GPU、人才资源等多方面获得支持。项目由技术大牛万鹏飞带队，团队成员为合作多年的队友，来自清华、中科大、港科大、浙大、港中文、上海交大、南京大学等。开发团队加班加点，优先做出再优化，不惜花钱保证速度。

字节方面，抖音集团原 CEO 张楠于今年 2 月宣布辞去集团 CEO 一职，转而专注于剪映的发展。剪映已经成为抖音的一个 P0 级项目，张楠亲自带队，寻求在 AI 辅助创作上有所突破。张楠看好剪映的增长潜力，认为“AI 图像生成技术将为内容创作工具行业带来巨大的变化和可能性”。在张楠的带领下，剪映团队进行了全方位的梳理调整，包括团队重心的转移、内部组织的精简，以及加强战略工作。

图14: 快手可灵项目汇报结构



数据来源: 量子位, 东吴证券研究所

我们认为, 抖、快之所以高度重视剪辑软件, 不仅是为了创收, 更多的考虑是争夺用户流量。AI 视频技术的普及, 将让用户从内容消费者转变为内容生产者, 内容供给的爆发意味着用户注意力将成为更加昂贵和稀缺的资产。对于平台而言, 谁能拥有更多、更稳定的用户流量, 谁才能在本轮竞争中立于不败之地。换言之, “attention is all you need”。

新一轮流量争夺赛正在拉开序幕。

在移动互联网流量增长接近天花板的背景下, 而 AIGC 成为存量流量竞争的焦点。2023 年 6 月至 2024 年 6 月, 移动互联网 MAU 同比仅增长 2%, 而 AIGC APP 的 MAU 同比增长 652%。2024 年 6 月, AIGC APP 的 MAU 共 6170 万人, 占移动互联网 MAU 的 5%。类比 2010 年智能手机出现后, 流量从 PC 端向移动端迁移的趋势, 我们认为 AIGC 用户渗透率仍有较大提升空间。而在其渗透率提升过程中, 率先拥抱 AI、将 AI 嵌入其原有场景的产品, 将抢占传统 APP 的用户流量。

表13: 2023年6月-2024年6月 AIGC APP 用户数及渗透率

	2023年6月	2023年9月	2023年12月	2024年3月	2024年6月
AIGC APP MAU (百万人)	8	16	30	39	62
移动互联网 MAU (百万人)	1213	1224	1227	1232	1235
AIGC APP 渗透率	1%	1%	2%	3%	5%

数据来源: QuestMobile, 东吴证券研究所

近期的 AI 广告投放趋势验证了这一观点。当前,大语言模型已处于“百模大战”的焦灼期,更多的大模型供给在争夺有限的用户注意力。豆包、kimi 的广告投放金额快速增长,24Q2 豆包投放金额环比增长 75 倍至 1.6 亿元,kimi 投放金额环比增长 70%至 2528 亿元,腾讯元宝也在今年 5 月开始进行广告投放,5-6 月合计投放金额达 483 万元。

表14: 2024年1-6月国内头部大语言模型的月度访问量和广告投放金额

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	24Q1 合计	24Q2 合计	24Q2 环比
豆包网页月度访问量(万次)	161	160	251	309	469	570	572	1348	136%
豆包月度广告投放金额(万元)	92	100	14	55	1687	13991	207	15733	7515%
投放金额/访问量(元/次)	0.57	0.63	0.06	0.18	3.6	24.55	0.36	11.67	3134%
Kimi 网页月度访问量(万次)	123	264	1,063	1,824	2,172	2,140	1449	6136	323%
Kimi 月度广告投放金额(万元)	-	-	1,488	1,627	212	689	1488	2528	70%
投放金额/访问量(元/次)			1.4	0.89	0.1	0.32	1.03	0.41	-60%
智谱清言网页月度访问量(万次)	117	152	2,818	269	380	335	3087	984	-68%
智谱清言月度广告投放金额(万元)	128	383	3	15	1	197	514	213	-59%
投放金额/访问量(元/次)	1.09	2.52	0	0.06	0	0.59	0.17	0.22	30%
腾讯元宝网页月度访问量(万次)	-	-	-	-	5	56		61	
腾讯元宝月度广告投放金额(万元)	-	-	-	-	20	463		483	
投放金额/访问量(元/次)					4.08	8.28		7.94	

数据来源: 硬 AI, AppGrowing, 东吴证券研究所

内容行业具有供给驱动需求的特点,创作者天然地流向更低门槛、更好用、更便捷的创作平台,而内容内容消费者则天然地流向更有趣、更丰富的内容供给平台。因此,内容平台作为“中介”,首先需要吸引创作者,从而吸引更多消费者。

3.2. 互联网大厂在数据、用户、场景上具备优势

我们认为,在此轮视频生成竞赛中,核心竞争要素是数据、用户和场景。数据决定了模型的基础能力,用户数决定了模型和产品迭代的速度,场景决定了盈利能力和商业模式的持续性。

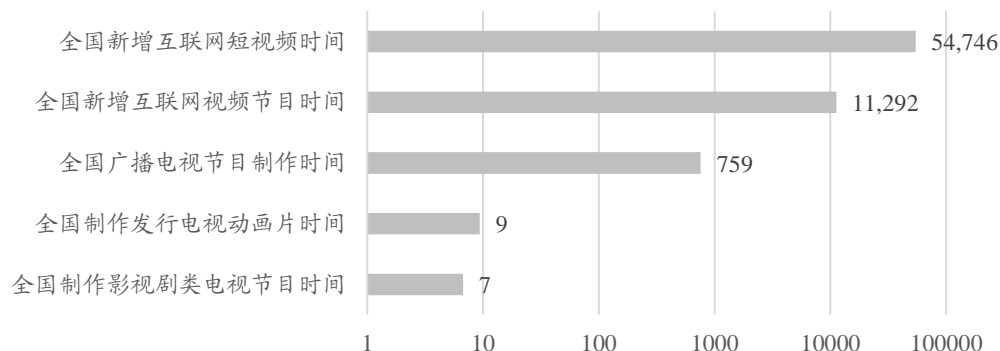
基于这三个维度,我们认为互联网大厂将扮演领头羊的角色。

(1) 数据优势。数据是训练视频大模型的基础,抖音、快手作为全国最大的短视频

平台，具有大量的用户、持续更新的短视频数据，以及多年以来积累的视频标签和分发技术，这些是其他难以企及的。

2023 年全国新增视频内容时长近 7 亿小时，其中 6.6 亿小时来自互联网平台，而广播电视节目、电视动画片、影视剧类电视节目合计近 775 万小时。互联网新增视频内容中，又以短视频为主，高达 5.5 亿小时。

图15：2023 年全国新增视频内容时长（万小时）



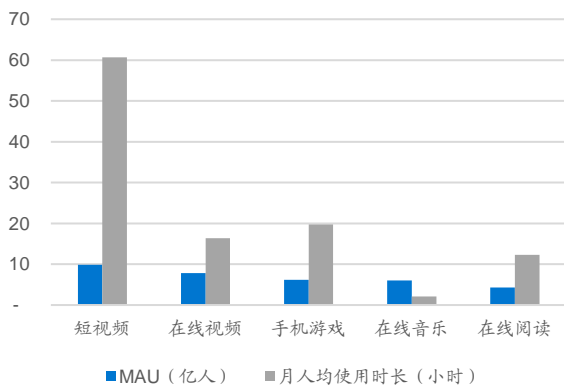
数据来源：国家广播电视总局，东吴证券研究所

注：由于数量级相差过大，采用了对数坐标轴进行展示

(2) 用户优势

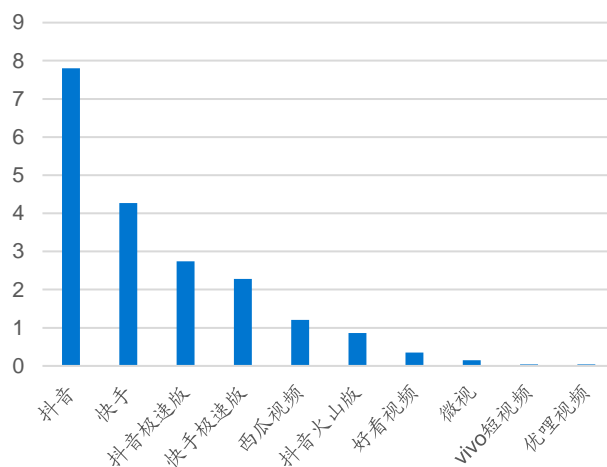
短视频不仅是单用户使用时长最高的娱乐模式，承载了最大数量的用户体量。2024 年 6 月短视频 MAU 达 10 亿人，单用户每月平均使用时长达 61 小时，大幅领先于在线视频、手游、在线音乐、在线阅读。短视频行业流量高度集中，抖音、快手等月活跃用户规模 TOP5 APP 占据行业超九成流量。

图16：2024 年 6 月移动互联网用户数及使用时长



数据来源：QuestMobile，东吴证券研究所

图17：2024 年 6 月短视频 APP MAU (亿人) TOP10



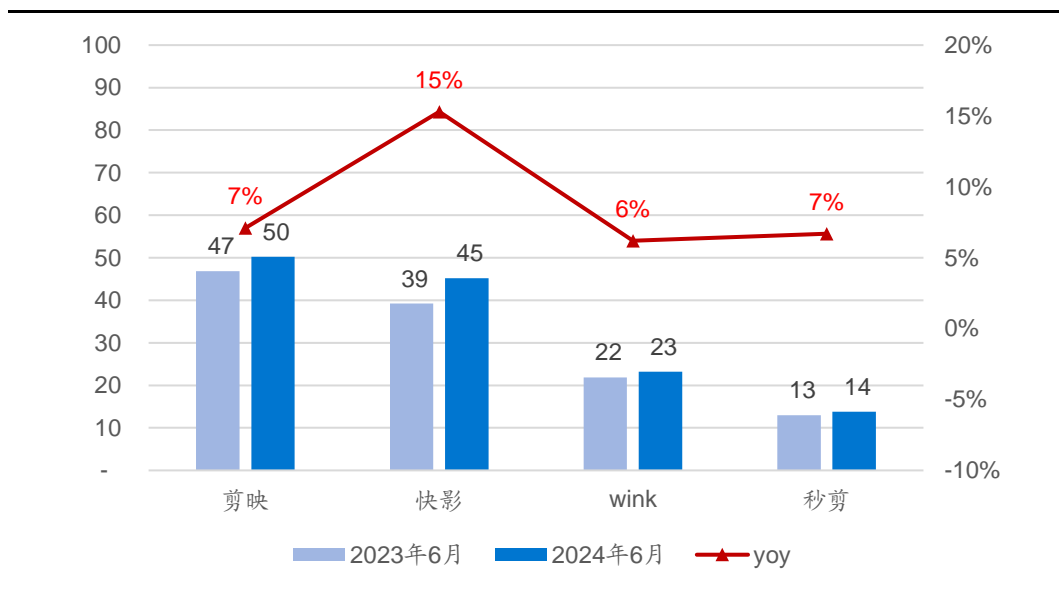
数据来源：QuestMobile，东吴证券研究所

(3) 场景优势

内容行业具有供给决定需求的特点，好用的内容创作工具将先吸引创作者、再吸引用户。对于 AI 产品，商业化至关重要。在多数互联网产品的成本构成中，相当大的一部分为包含云服务在内的相对固定的运营成本，而这部分成本会随着用户规模的扩大逐渐摊薄。然而，AIGC 产品则不同，用户每进行一次交互，比如与 ChatGPT 对话或者用 Firefly 生成图片，都会在云端运算一次，从而产生相应的成本。用户使用得越频繁，成本就越高。此外，大部分 AI 应用都处于生产力场景，也很难像互联网产品那样先投入资金然后盈利。正如妙鸭相机的产品负责人所说：在 AIGC 时代，如果不能第一天就向用户收费，就可能永远收不到用户的钱。

字节和快手原本就有运营多年的剪辑工具，分别为“剪映”和“快影”。通过引入 AI 功能，提升用户使用时长。根据 QuestMobile 数据，2024 年剪映、快影的月人均使用时长分别为 50.2 分钟和 45.2 分钟，分别同比增长了 7.1% 和 15.3%。**更多的用户时长意味着率先开启商业化变现，更早启动商业飞轮运转。**

图18：2023年6月-2024年6月视频剪辑 APP 的月人均使用时长（分钟）



数据来源：QuestMobile，东吴证券研究所

3.3. ADOBE 股价复盘：面对 AI 的冲击，积极转型，发挥合规和场景优势

其他公司会占据什么生态位？一方面，版权方的重要性会大幅提升。去年以来，国内外已有大量 AI 相关的版权诉讼官司，近期，番茄小说和 runway 再次站在了风口浪尖。种种事件表明，正版数据变得越来越重要。另一方面，专业影视编辑软件能够为用户提供一体化的服务，在原有功能上嵌入 AI 功能，有望提升 ARPU 和用户粘性。

图19: 番茄小说和 runway 的版权争议

番茄小说上线 AI 版权合同后，作家发起断更倡议

【8月集体断更倡议】

8月20日 10:52 浏览 261 回复

大家不要有心之人把水搅浑，【男女对立】【AI抢饭碗】都是水军丢出来的烟雾弹。

最主要的问题是霸王合同，仗着流量集中，根本不在乎作者的合法权益！

其他平台此刻都在看笑话，看谁把作者压榨成什么样，然后效仿，有样学样。

作者的权益就是这样一步步被压榨到现在！

在此，我建议作者们从8月1号开始集体停止更新！

不妨碍拿7月的全勤，如果怕丢失全勤资格，就一个星期去一千字上去保全勤，以此抗议！

看看是谁先急？

(以下是分析)

(以下是分析)

- 1, 在八月份之前, 拿出让大家满意的答复, 事情完美落幕!
- 2, 七月份下旬番茄还是装死, 或是用春秋笔法敷衍, 八月集体断更哪怕齐心协力三天, 肯定会引起读者们的疑问, 读者群体比作者大多了, 且大多是高强度上网的学生, 快速传播下, 这件事必上热搜, 引起多方重视!
- 3, 有些作者担心影响收益减少, 但是请想一想, 是免费平台, 一切收益看到是广告量, 你不更新, 但可以存稿, 等到这件事完美落幕, 再把攒的稿子发出去, 读者的阅读量没变, 广告收益也没变, 只不过你的收益晚来了几天
- 4, 相信我, 当所有的作者不更新, 急的一定不是一个月拿600全勤的我们!

给资本拉屎的牛马们, 歇歇吧, 八月份给自己放个假!

想想你的健康, 你的腰间盘, 你的高度近视!

这次不站起来, 就只靠直的一辈子了!!!

Runway 被指使用大量 Youtube 视频进行训练

https://www.youtube.com/@morgsm	史诗电影场景
https://www.youtube.com/@DannyGevirtz	独立电影制作人/电影人
https://www.youtube.com/@Savvyce/videos	电影B级(视频不多, 但还不错)
https://www.youtube.com/@Moviesandpopcom2958/video/	电影中的高质量场景
https://www.youtube.com/@PicturePulse/videos	肖像/风景
https://www.youtube.com/@bestclips1100/videos	"最好的"电影片段
https://www.youtube.com/@ApexClips4k	"最好的"电影片段
https://www.youtube.com/@MOVIECLIPS/videos	电影中的场景
https://www.youtube.com/@BoxofficeMoviesScenes/videos	电影中的场景
https://www.youtube.com/@Netflix	电影
https://www.youtube.com/@YGEEntertainment	音乐视频(流行音乐)
https://www.youtube.com/@JYPEEntertainment	音乐视频(流行音乐)
https://www.youtube.com/@FilmeYBox/videos	电影片段和预告片
https://www.youtube.com/@makefilms3138/videos	独立电影人
https://www.youtube.com/@TheSolomonSociety/videos	电影中的"最佳"镜头
https://www.youtube.com/@Mumbo/videos	独立电影制作人(有很多好东西, 但也有"怎么做"的视频)
https://www.youtube.com/@Styvy/videos	独立电影制作人, 很多很棒的东西
https://www.youtube.com/@RelaxationFilm/videos	风景/旅行/风景/环境
https://www.youtube.com/@everyframepainting/videos	电影场景
https://www.youtube.com/@Joey_Helms/videos	很多旅行/无人机的事情, 也有一些幕后故事
https://www.youtube.com/@crafting_pictures/videos	只有4个视频, 但做得真的很好
https://www.youtube.com/@cheesybuzz/videos	被删除的场景、幕后和特效

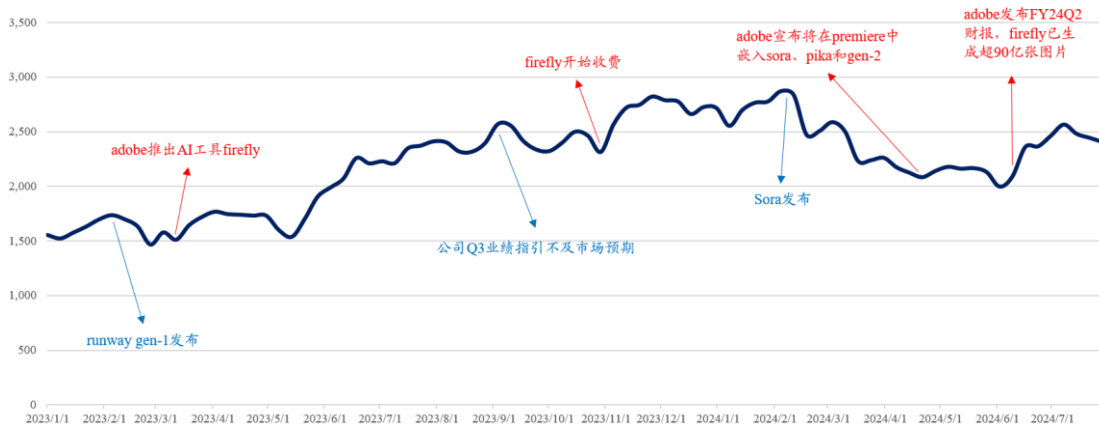
数据来源: 北京商报, FounderPark, 东吴证券研究所

我们以老牌设计软件公司 ADOBE 为例，分析 AI 对其带来的挑战和机遇。

2023 年初，较多图像生成大模型和产品问世，对 Adobe 的股价带来负面影响。市场担心 AI 新工具将抢占 Adobe 的市场份额。2024 年 2 月 Sora 问世，Adobe 股价更是大幅下跌。

但是随着 Adobe 将 AI 功能嵌入其产品，不仅流量并未流失，而且还实现了提价。例如，Adobe 在 2023 年 3 月推出 AI 工具 Firefly，市场反馈良好，问世六个月后累计图片生成量超 20 亿，七个月超 30 亿，八个月超 45 亿。其图片生成规模及增速远超其他文生图模型。2023 年 11 月，Firefly 开始收费，有效支撑了 Creative Cloud 产品涨价，涨价幅度平均为 9%，相较于 2018 年的 8% 和 2022 年的 5%，提价幅度更大，同时覆盖更多地区及产品，且是较为少见的连续年份提价，不仅体现出 AIGC 技术出色的变现潜力，也增强了 Firefly 带来收入增长的确信性。

图20: 2023 年至今 ADOBE 总市值(亿美元)及影响因素



数据来源: Wind, 华尔街见闻, 智通财经, rockflow, 新智元, 东吴证券研究所

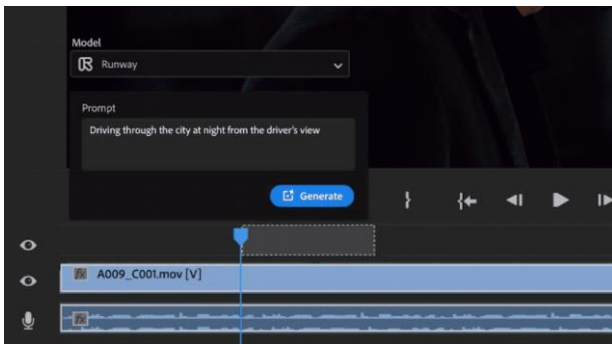
相比于 Midjourney, Firefly 的优势在于合规、场景。

1) 合规: Adobe 强调, Firefly 的训练数据完全来自经许可的 Adobe Stock 内容、公开授权的内容及公开版权过期的内容, 这确保了 Firefly 生成的内容可供商用。此外, Adobe 还承诺承担 Firefly 侵权的索赔费用, 进一步降低客户风险。反观 MidJourney 和 Stable Diffusion, 已面临多起版权纠纷(如 2022 年底三名艺术家起诉 MJ 和 SD 未经许可使用自己的原创作品训练 AI, 2023 年图像许可服务机构 Gretty 起诉 SD 训练数据中包含数百万未经许可的艺术作品等)。在此情形下, 用户(特别是企业用户)在尝试将生成内容商用时会优先考虑合规风险较小的 Firefly, Adobe 可供训练的创意资源数据集远超竞争对手。

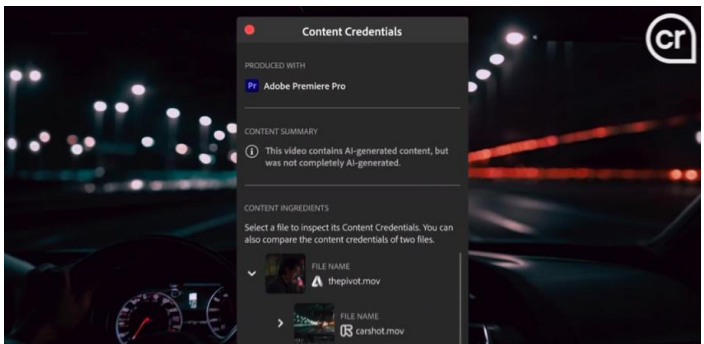
2) 场景: Firefly 与现有 workflow 深度融合。Firefly 内嵌于 Photoshop、Illustrator 等产品中, 用户可在软件中调用 Firefly 生成内容, 并使用专业工具进一步修改, 符合专业设计师以 AI 辅助设计、提高效率的需求, 使 AIGC 以零迁移成本融入日常工作流。反观 MidJourney 和 DALL-E, 均以独立网站形式存在, 网站界面仅提供简单再修改工具, 即便与其他编辑软件联动, 也无法达到类似 Adobe 的完善生态。

图21: Adobe Premiere 将嵌入 Pika、Sora 和 Runway

Premiere 将嵌入 Pika、Sora 和 Runway



Adobe 提供“内容凭证”功能



数据来源: 量子位, 东吴证券研究所

ADOBE 的案例提供了两点启示: 1、AI 时代下, 合规正版数据重要性越发提升; 2、全流程的生产工具不仅不会被垂类 AI 工具所替代, 还可以将 AI 功能嵌入其中, 提升产品能力、用户付费和用户粘性。

4. 投资建议：关注技术、数据、IP 三条主线

我们建议从三条主线把握投资机会。

第一，我们看好在 AI 视频生成技术前瞻布局也具有商业化场景的公司，推荐快手、万兴科技、美图公司。

第二，视频语料对于文生视频模型的训练至关重要。版权纠纷频发的背景下，大模型企业对于优质、正版、合规的数据需求将大提升。建议关注视觉中国、捷成股份、华策影视、中广天择。

第三，我们看好拥有大量影视 IP 的公司。文生视频模型有望加速其影视内容生产和 IP 开发、实现降本增效。同时，IP 和视频语料也有望进一步成为视频模型训练的来源。推荐上海电影、光线传媒、博纳影业、中文在线。

表15: AI+IP 相关公司及业务布局

方向	公司	业务布局
AI 视频生成技术和商业化场景	快手	6月6日可灵视频生成大模型开启内测，7月24日全球上线，预约用户数超百万人。基于可灵技术支持，推出 AI 微短剧《山海奇境》。
	哔哩哔哩	7月世界人工智能大会上，哔哩哔哩展示了其自主研发的多项 AI 技术成果和 AIGC 多元创意。B 站自主研发的 AI 技术深入内容创作核心，为 UP 主提供创作支持，为用户带来更沉浸式内容体验。数字分身技术：输入一段文本或录音，5 分钟即可打造 1:1 “数字分身”，代替完成出镜口播等任务。AI 语音声库：为世界首位中文虚拟歌手洛天依定制，使其拥有超自然发声能力，在现场表演中呈现堪比专业歌手级别的演唱。必剪 Studio：作为 B 站自研的音视频大模型，为 UP 主提供免费生成 1:1 真人模型定制服务，帮助缩短创作周期，降低创作难度。
	万兴科技	公司的“天幕”大模型基于 15 亿用户行为及 100 亿本土化高质量音视频数据沉淀，集成了近百项音视频原子能力，构建了 AIGC 应用基础底座。该模型今年 4 月公测，在文生视频方面，已实现不同风格、丰富场景及主题的连贯性，且一键生成时长支持 60 秒+。
	美图公司	美图公司是国内图像产品领域的头部企业，其在美国 APP 端已经上线了多种 AI 相关功能。美图的 AI 产品生态已进一步完善，包括应用层的 AI 图像、AI 视频、AI 设计、AI 营销四大模块，生态层由视觉创意平台站酷和美图 AI 助手 RoboNeo 提供服务，模型层由奇想大模型提供能力。其 AI 短片创作工具 MOKI 可辅助创作者打造多种视频作品，通过 AI 短片 workflow 实现从故事创意到成片的过程。
视频语料方向	视觉中国	公司拥有近 5 亿的专业级图文对、80 万小时的视频音乐素材，图片、视频、音乐均有完善的结构化元数据（标题、关键词、分类、技术参数等），合计拥有 300 万结构化标签与行业知识图谱，是全球领先的高质量版权素材库。2023 年公司音视频业务销售额占总营收的比例由 2022 年 6% 增长到 2023 年 26%。此外，视觉中国通过创作者社区服务超过全球 195 个国家的超过 3400 万注册用户，在全球有超 60 万签约供稿人，每天更新高质量素材超过 10 万。公司与爱诗科技强强联合。爱诗科技的产品 PixVerse 作为一个全球领先的 AI 视频生成平台，能够让用户通过文字和图片输入快速生成视频内容，广泛应用于影视、广告和动漫等领域。
	捷成股份	2024 年 7 月 25 日，捷成股份和华为签署了《视频大模型合作协议》，建立了长期且深入的战略合作伙伴关系。捷成股份作为国内领先的影视版权内容运营商，拥有 10 万余小时的影视、动漫、节目版权内容，而华为云则提供基础模型、算力、模型优化与专业服务等。通过资源共享与技术互补，双方将共同推动视频大模型的进一步发展。
	华策影视	今年 5 月，公司自研的“有风”大模型已通过国家备案，其衍生工具在生产板块得到广泛应用。7 月，华策影视全资子公司华策投资拟出资 1 亿元参与设立基金企业，投资北京智谱。7 月，华策影视及子公司西溪投资合计出资 8743 万元收购合伙企业份额，将上海华剧汇股权全部收入囊中，目标是打造中国最大的影视素材版权运营平台。
影视 IP 方向	中广天择	2024 年公司重点发展视频语料的销售和运营业务，主要包括供给端利用原销售网络聚集素材、搭建数据集，以及需求端基于国内 AI 大模型训练需求开拓客户，24Q1 已与万兴科技和上海阶跃等公司合作并有收入确认，现阶段正加快建设语料库和批量交付，公司预计全年在收入和利润端有显著贡献。
	上海电影	上海电影已经成立了 iPAi 数字业务中心，整合旗下公司资源进行 IP 数字资产化，并联合外部生态伙伴推动 AI 技术应用研发和算力搭建。公司正在利用 600 多部优秀中国动画学派作品的 IP 资源和数据资源，结合 AI 技术来加快研究训练具有中国动画学派特色的大模型体系。
	光线传媒	光线传媒的 IP 储备丰富，包括神话宇宙系列的《哪吒之魔童闹海》、《小倩》等作品，以及多部续集和多元化题材的动画电影，如《大鱼海棠 2》、《姜子牙 2》等。

中文在线	<p>“中文逍遥”AI 辅助创作大模型，能够实现一万字的长文本生成，支持全创作周期的智能辅助，使 AI 成为内容创作者的“第二大脑”。</p> <p>多模态内容开发：利用 AI 技术在有声书、漫画、动画、视频等领域进行技术布局 and 商业化落地。例如，AI 主播技术已录制超过 18 万小时的有声书，AI 翻译技术将大量小说 IP 内容转化为外语版本并推向海外市场，基于自有网络文学 IP 改编的 AI 漫画已通过 MangaToon 平台在全球数十个国家和地区发行。</p>
博纳影业	<p>博纳影业于 2023 年底筹备建设 AIGMS 制作中心，由知名电影制片人曲吉小江担任负责人。在早期，博纳影业 AIGMS 制作中心，运用了最新的 AI 技术，重现 27 岁的成龙形象，积累了运用 AI 技术在特效制作、虚拟拍摄和后期处理等方面的经验。AIGMS 制作中心还利用 AI 技术生成高度逼真的虚拟角色和复杂的特效场景，如面部表情捕捉、动态模拟等。</p> <p>今年 7 月，博纳 AIGMS 与抖音联合出品 AIGC 科幻短剧《三星堆：未来启示录》，由抖音即梦 AI 提供技术支持。据博纳影业，此剧是其古文明和未来 IP 宇宙首部。制作中心称，未来将深耕科幻与古文明系列 IP，推出多部 AI 短剧。除了三星堆以外，故宫、兵马俑、楼兰、喜马拉雅等古文明 IP，都在博纳影业的 IP 宇宙计划之中。</p>

数据来源：界面财经，财经网，万兴科技官网，中文在线官网，智东西，科技快报，新浪财经，华夏时报，观察者网，中广天择公司公告，36 氪，东西文娱，镜像娱乐，东吴证券研究所

5. 风险提示

AI 视频产品上线不及预期：AI 视频产品的上线进程可能无法达到预期水平。如果预定的时间内，产品无法顺利完成开发、测试并推向市场，则可能对相关业务的推进产生不利影响。

AI 视频技术发展不及预期：AI 视频技术的发展受到多种因素的制约，如研发投入、技术难题等，这可能会限制 AI 视频在实际应用中的效果和广泛应用。

AI 视频渗透率提升不及预期：AI 视频的渗透率主要取决于一系列的关键因素，包括但不限于技术能力的发展水平、用户的付费能力和付费意愿、产品的定价策略以及成本的控制情况等。如果渗透率提升不及预期，则行业潜在规模也将不及预期。

内容行业监管政策变化等：内容行业的监管政策可能发生变化。政策的调整可能会对 AI 视频相关的业务产生重大影响，例如对内容创作、传播和使用的限制或规范的变化，从而影响行业的发展方向和企业的经营策略。

免责声明

东吴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。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。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。

东吴证券投资评级标准

投资评级基于分析师对报告发布日后 6 至 12 个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证 50 指数），具体如下：

公司投资评级：

- 买入：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在 15% 以上；
- 增持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于 5% 与 15% 之间；
- 中性：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于 -5% 与 5% 之间；
- 减持：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准介于 -15% 与 -5% 之间；
- 卖出：预期未来 6 个月个股涨跌幅相对基准在 -15% 以下。

行业投资评级：

- 增持：预期未来 6 个月内，行业指数相对强于基准 5% 以上；
- 中性：预期未来 6 个月内，行业指数相对基准 -5% 与 5%；
- 减持：预期未来 6 个月内，行业指数相对弱于基准 5% 以上。

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应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街 5 号
邮政编码：215021
传真：（0512）62938527
公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>