

国产 AI 产品 “卷” 向全球

原创 来觅研究院 RimeData 来觅数据

撰稿 梁秋兰 2024-09-30



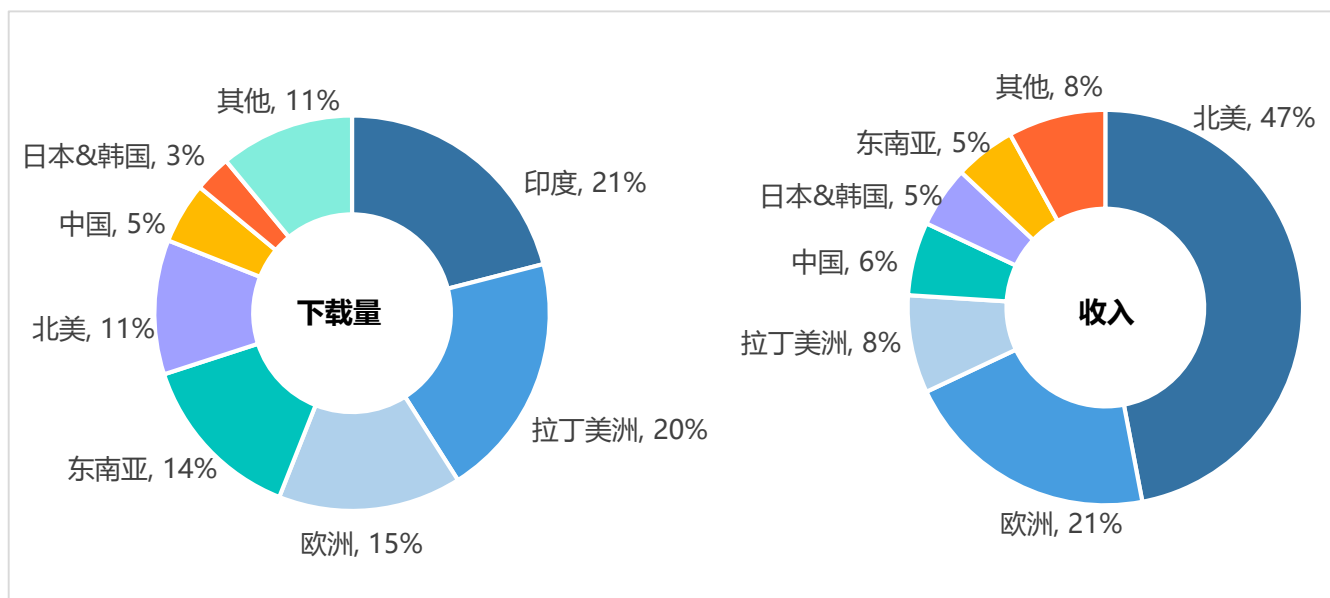
导读：人工智能技术正在快速重塑各行各业，成为推动经济增长的新引擎。但在 AI 产品不断增加的背景下，国内市场“内卷”程度加剧，因此众多 AI 企业选择向海外市场寻求新的增长路径。国产 AI 产品在全球市场表现如何？国产 AI 产品走向全球面临哪些挑战？未来将会如何发展？本文尝试分析和探讨。

综述

AI 产品，即人工智能产品，是指利用 AI（人工智能）技术，使产品具备智能行为和决策能力的各类软硬件产品，这些产品可模拟人类的行为，包括学习、推理、感知、语言理解、决策等，进而为用户提供智能化服务。本文的分析主要聚焦在 AI 的软件类产品，如 AI 教育工具、AI 情感陪伴、AI 图片编辑等。

据 SensorTower 显示，2024 年 1-8 月，全球 AI 应用下载量同比增长 26%至 22 亿次，预计全年突破 33 亿次；内购收入（仅统计应用商店 IAP 预估值）同比增长 51%至 20 亿美元，预计全年收入将达 33 亿美元。其中，北美地区是 AI 应用收入的主要来源，占比约为 47%，而中国市场的收入仅约 6%。具体到产品方面，2024 年 1-8 月，ChatGPT 的下载量位列第一，超 1.6 亿次，收入接近 2.3 亿美元。字节跳动旗下豆包的下载量位列第五名，是唯一一款进入 TOP30 榜单的中文 Chatbot（聊天机器人）应用，但其收入与 ChatGPT 仍有较大差距。

图表 1：2024 年 1-8 月全球 TOP50AI 应用市场份额



资料来源：SensorTower，来觅数据整理

近 2 年来，国内多家 AI 企业已在海外开拓业务，并取得初步成果：

(1) 大型企业：该类企业具有雄厚的资金实力、先进的技术积累、较完善的市场渠道、强大的人才储备等特点，通常会推出多款 AI 产品去抢占不同领域的市场。例如，字节跳动推出 Gauth（AI 教育工具）、Capcut（AI 视频剪辑）、Cici（豆包英文版，AI 个人助理）、ChitChop（AI 个人助理）等，其中 Capcut 在 Web 端的访问量超 4,000 万；

(2) 初创企业：该类企业成立时间较短，具有创新能力强、市场响应速度快等优势，可开发出具有独特功能和优势的产品。例如，MiniMax 旗下 AI 情感陪伴产品 Talkie AI（2023 年 6 月上线），SensorTower 显示，其全球月活已超 1,100 万。

据非凡产研显示，截至 2024 年 8 月，国内出海规模以上（月访问量超 1 万次）WEB 端 AI 产品数量已达 108 个，环比增长 13.68%，这也表明中国企业在全球 AI 市场中的竞争力和影响力均逐步提升。

但 AI 产品出海并不意味着长期的胜利，从 AI 产品榜的出海榜单看，Fotor 在 7 月份访问量排名第一（访问量 15.3 百万），而 8 月下降至第 9 名（访问量 1.0 百万）；Talkie AI 在 7 月并未进入出海榜的前十榜单，而在 8 月位居第一名，并成为全球榜的第 11 名。可见，现阶段实现稳定运营的 AI 产品是少数，一方面是当前的 AI 产品同质化仍较为严重，另一方面是 AI 产品仍处于快速更新迭代期，各类产品层出不穷。

图表 2：2024 年 8 月中国出海 AI 产品访问量 TOP10

AI 产品	产品类型	8 月访问量（百万）	8 月上榜变化（同比）	所属公司
Talkie AI	AI 情感陪伴	16.9	12.6%	MiniMax
Cici	AI 个人助理	11.3	21.5%	字节跳动
Question.AI	AI 教育工具	9.5	5.1%	作业帮
Poly.AI	AI 社交应用	8.3	16.1%	作业帮
Gauth	AI 教育工具	4.5	43.1%	字节跳动
Linky	AI 情感陪伴	3.0	5.1%	昆仑万维
AnyDoor	AI 剧情互动	2.9	14.3%	字节跳动
Youcam	AI 美妆相机	2.7	-0.2%	玩美移动
Fotor	AI 图片编辑	1.0	2.4%	恒图科技
Zeemo	AI 字幕与配音	0.8	13.0%	蓝色脉动

资料来源：AI 产品榜，来觅数据整理

AI 产品为何要出海？主要原因如下：

- （1）更广阔的流量来源：全球市场的企业和个人用户都对 AI 技术带来的便捷性和效率提升有极强的需求，AI 产品走向海外，将有机会获得更多用户；
- （2）海外市场的用户付费意愿和付费习惯更好：海外市场，尤其是北美、欧洲等地区，订阅制服务模式比较成熟，用户习惯为长期使用或服务或产品支付费用，这有助于降低企业的商业化压力。从业者认为，无论目标客户是企业还是个人消费者，仅从利润角度看，AI 产品在海外市场都会比国内市场更好；
- （3）海外估值空间更大：在融资时，海外的 AI 企业有机会获得更高的估值。以 HeyGen 为例，HeyGen 是一家 AI 视频生成平台，2023 年注销其中国主体公司诗云科技后，将总部搬至美国，业务中心转移至海外，在过去的一年其经常性收入从 100 万美元级别增长至超 3,500 万美元，且其在 2024 年 3 月获得 6,000 万美元融资后，其估值已达 5 亿美元。可见，海外市场对 AI 产品的商业价值提升有一定的正向促进作用。

市场规模

全球范围内 AI 市场发展潜力巨大。据 Precedence research 显示，预计 2024 年全球 AI 市场规模为 6,382.3 亿美元，并将在 2034 年增长至 36,804.7 亿美元，年复合增长率达 19.1%。全球 AI 市场规模持

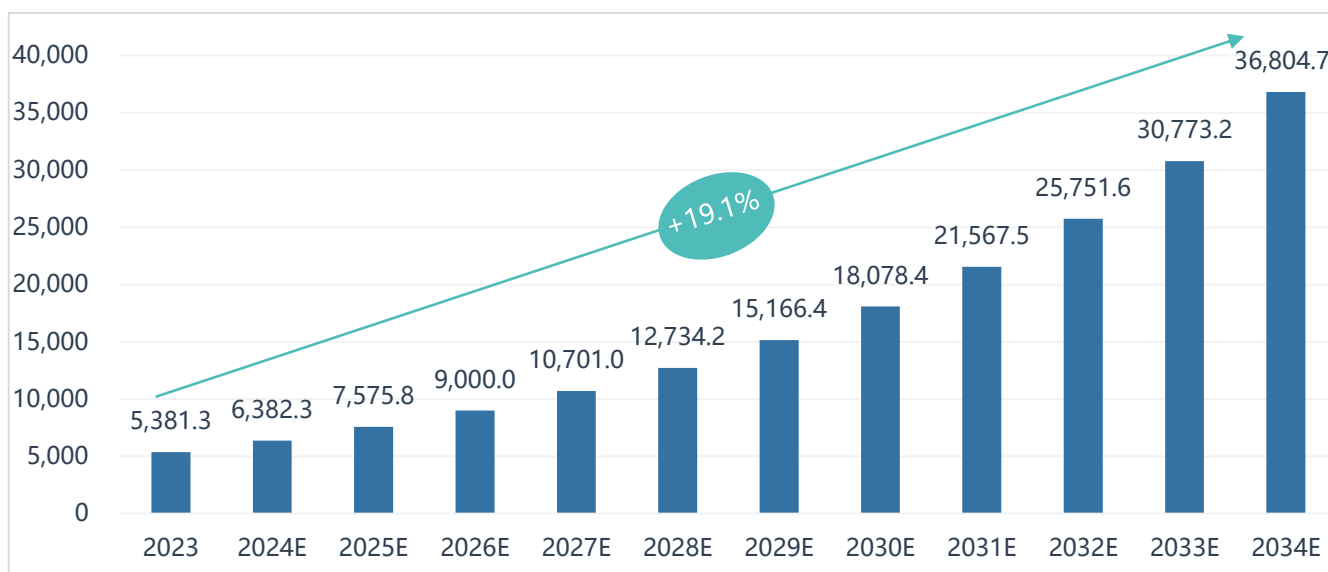
续增长的驱动因素如下：

(1) 政策支持：近 5 年来，各国政府对于人工智能相关领域的支持力度不断加大。国内方面，2024 年 6 月，工业和信息化部、国家发改委等四部门发布《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南（2024 版）》，提出到 2026 年，新制定国家标准和行业标准 50 项以上，引领人工智能产业高质量发展的标准体系加快形成，以及参与制定国际标准 20 项以上，促进人工智能产业全球化发展。海外方面，2023 年 10 月美国总统拜登签署第 14110 号行政令，旨在推动安全、可靠、可信的人工智能开发和应用，同时该命令启动了“人工智能人才激增计划”，以期为联邦政府招聘和留住人工智能专业人才；

(2) 技术的持续进步：全球深度学习、机器学习、自然语言处理等 AI 相关技术快速进步，使 AI 产品更加智能和高效。同时，云计算、边缘计算等技术的发展提升了计算能力，以及海量的数据为人工智能模型的训练提供训练资源，这使 AI 可在更多领域实现落地应用；

(3) 用户需求增加：随着企业和个人对个性化和高质量内容需求不断增加，AI 相关产品的应用范围不断拓宽。据麦肯锡显示，2022 年国内 AI 使用率约为 41%，低于印度（62%）、美国（59%）以及全球平均水平（50%），各行业的渗透率仍存在较大提升空间。随着各行业对 AI 使用率的增加，其对 AI 相关产品的需求也将进一步增加。

图表 3：2023-2034E 全球 AI 市场规模（亿美元）



资料来源：Precedence research，来觅数据整理

面临的挑战

尽管市场前景广阔，AI 产品出海仍面临本地化、商业化、合规等方面的难题：

(1) 本地化成本高：不同国家和地区的文化背景、消费习惯等均有所差异，企业需要投入更多资源进行海外市场调研、产品开发、本地化运营等，毕竟只有真的满足当地用户需求的产品才能让用户持续留存付费；

(2) 商业化挑战：对于众多 AI 产品而言，商业化仍是一个重大的挑战。例如，对于 OpenAI 而言，尽管预计其 2024 年收入将达 34 亿美元，但其各项成本支出可能达 85 亿美元，支出远大于收入，尚未真正实现盈利。另外，部分 AI 产品通过 AI 套壳应用的形式快速赚取了第一桶金，但该类产品面临较大的增长瓶颈，当 ChatGPT 等自研产品功能更加先进时，套壳类产品将难以持续获取用户；

(3) 合规严格：部分海外市场的合规要求更加严格，这导致企业出海的合规成本增加。以欧盟地区为例，2024 年 8 月 1 日，全球第一部全面监管人工智能的法案——欧盟《人工智能法案》在欧盟范围内正式生效，该法案明确了 AI 系统相关的多类主体，包括 AI 系统提供者、部署者、授权代表、进口商和产品制造商，其中 AI 系统提供者的义务要求最为繁多，需要投入更多资源确保合规性。违反该法案规定内容的企业最高将被处 3,500 万欧元或上一财年全球营业总额的 7%（取较高值）。比利时智库布鲁盖尔的高级研究员艾西亚·加西亚-埃雷罗认为，对于欧盟以外的企业而言，为了符合该法案的要求，预计合规成本上升 20%-40%。

投融资动态

据来觅 PEVC 数据，2024 年以来，国内 AI 大模型、AIGC 相关的投融资事件合计有 126 起，涉及融资金额超 235 亿元人民币。尽管在一级市场整体投融资热度有所降温的影响下，AI 领域的投融资热度也略有下降，但 AI 领域仍出现多起大额融资事件，例如百川智能获得 50 亿元 A 轮融资、MiniMax 获得超 6 亿美元的 B 轮融资等，融资金额前 10 名的企业融资金额合计占比超 85%，呈现一定的头部效应，这表明投资者对于具有创新技术、良好商业模式的优质项目仍具有较强的信心。

此外，在融资轮次方面，融资轮次集中在 A 轮及以前，占比近 80%，这也表明，AI 大模型、AIGC 领域的投融资仍主要处于早期阶段。下表展示了 2024 年以来 AI 大模型、AIGC 领域 TOP10 融资金额的事

件，感兴趣的读者可以登录 Rime PEVC 平台获取 AI 大模型、AIGC 赛道全量融资案例、被投项目及深度数据分析。

图表 4：2024 年以来中国 AI 大模型、AIGC 领域 TOP10 投融资事件

融资方	来觅赛道	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
月之暗面	AI 大模型	2024-02-19	A+ 轮	8 亿美元	小红书、阿里创投、砺思资本
百川智能	AI 大模型	2024-07-25	A 轮	50 亿人民币	北京国管、腾讯、阿里创投等
MiniMax	AI 大模型、AIGC	2024-03-04	B 轮	超 6 亿美元	红杉中国、阿里创投、高瓴创投
月之暗面	AI 大模型	2024-08-05	B+ 轮	超 3 亿美元	阿里创投、腾讯、高榕资本
智谱 AI	AI 大模型	2024-09-05	E 轮	数十亿人民币	北京中关村科学城创新发展有限公司等
零一万物	AI 大模型	2024-08-07	战略融资	数亿美元	未披露
百川智能	AI 大模型	2024-04-16	股权融资	数亿美元	未披露
无问芯穹	AI 大模型	2024-08-06	A 轮	近 5 亿人民币	启明创投、君联资本、洪泰基金等
元石科技	AI 大模型	2024-07-18	Pre-A 轮	3,200 万美元	经纬创投、红点中国、宿华
千寻智能	AI 大模型	2024-08-12	天使轮	近 2 亿人民币	弘晖基金、千乘资本、绿洲资本等

资料来源：来觅数据

展望

垂直型 AI 产品仍是出海的主要类型。垂直领域的 AI 产品可针对特定行业的需求进行定制和优化，为用户提供更加精准和高效的解决方案，吸引到特定用户群体。同时，相较通用型 AI 产品而言，垂直型 AI 产品所需要的资源和成本较低，这使垂直型 AI 产品具有更强的成本效益优势。因此，预计未来垂直型 AI 产品仍将是出海的主力军。随着 AI 技术不断进步，国产 AI 产品在海外市场的影响力也将进一步扩大。

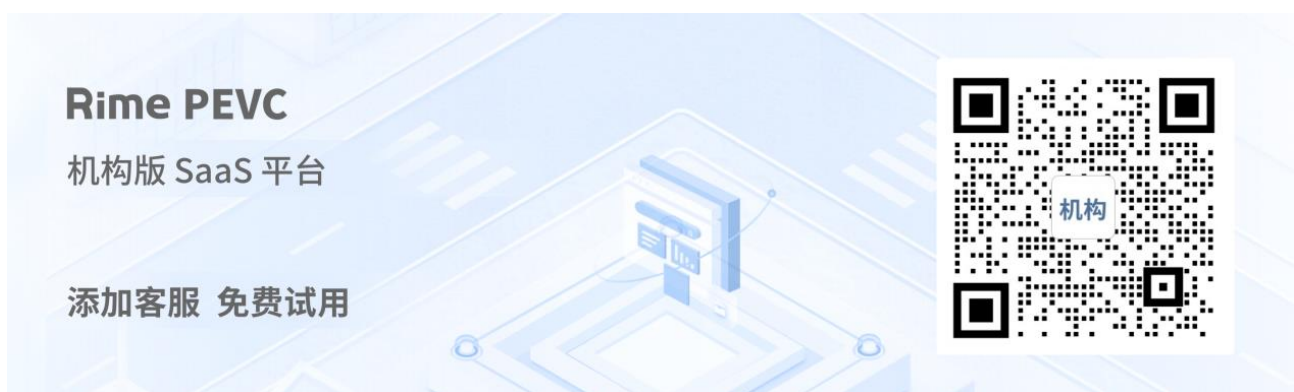
新兴市场对国内 AI 企业仍具有较大的发展潜力。新兴市场，尤其是小语种国家，对于 AI 企业而言仍是重要市场。一方面，新兴市场具有较大的人口基数，这为 AI 产品提供了广阔的用户基础，而中国的 AI 技术处于全球领先行列，可满足新兴市场广大用户对更加先进的 AI 产品的需求。同时，相较中文、英文等主流语言市场，小语种市场的竞争更小，新进入者将更容易获得市场份额。另一方面，在“一带一路”倡议下，中国与 150 多个国家、30 多个国际组织签署了合作协议，这为国内 AI 企业走向全球市场提供了良好的条件，降低 AI 企业出海的难度。

毫无疑问，国产 AI 产品选择出海有机会获得更广阔的市场，但随着出海逐步成为 AI 企业的共识，更多中国 AI 企业加快拓展全球市场，海外市场也逐渐变得拥挤。但相信凭借中国 AI 企业在“内卷”市场中展现出的创新能力和快速迭代能力，有望在全球竞争中继续占领更多市场份额。

版权声明：未经来觅数据许可或授权，任何单位或人士不得转载、引用、刊登、发表、修改或翻译本报告内容。许可或授权下的引用、转载时须注明出处为来觅数据。否则，来觅数据将保留追究其相关法律责任的权利。

免责声明：本文基于来觅数据认为可信的公开资料或实地调研资料，我们力求上述内容的客观、公正，但对本文中所载的信息、观点及数据的准确性、可靠性、时效性及完整性不作任何明确或隐含的保证，亦不负相关法律责任。本文全部内容仅供参考之用，不构成对任何人的投资、商业决策、法律等操作建议。在任何情况下，对由于参考本报告造成的任何，来觅数据不承担任何责任。

关于我们：Rime PEVC 产品是专注于金融创投市场的 SaaS 服务平台，致力于打造一个开放性的全球私募投资生态平台。Rime PEVC 涵盖了创投市场项目企业、投资机构、私募股权基金、基金管理人、GP、LP 行业赛道等丰富的一级市场数据和资讯，支持批量对项目企业和投资机构进行筛选比较、行业深入研究分析、项目企业风险预警、创投市场投融资动向的实时监控等。



Rime PEVC
机构版 SaaS 平台

添加客服 免费试用

机构

The banner features a blue and white isometric design with a central 3D bar chart icon. On the right, there is a QR code with the word '机构' (Institution) in the center.