

AI 应用场景逐步落地，投资方向日渐丰富

传媒行业深度研究

分析师：倪爽 S0910523020003

分析师：王延森 S0910525100001

2026年1月7日



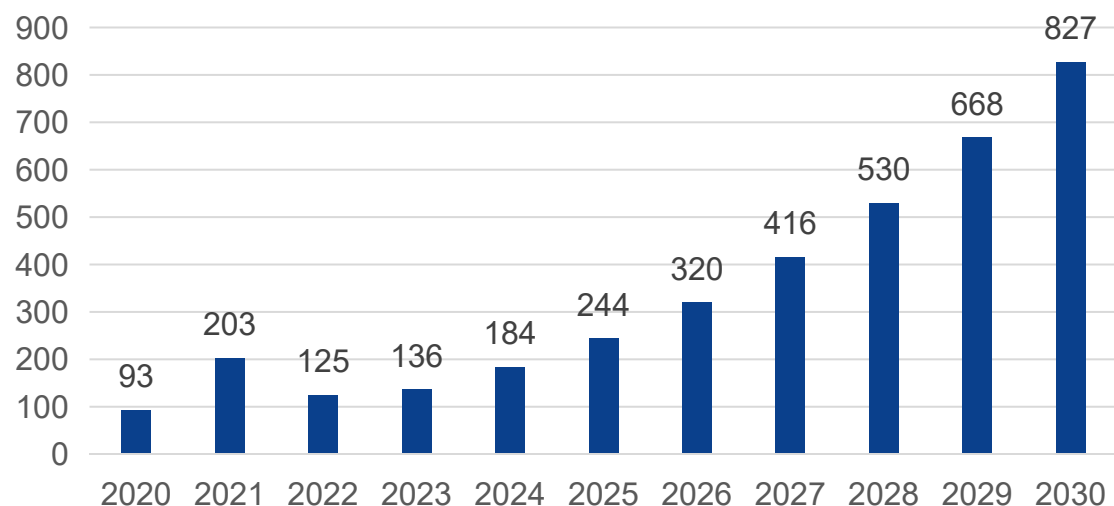
核心观点：内容创作、营销等多场景从AI技术发展中受益

- ◆ 随着2023年AI技术的爆发，市场关注度甚高。目前效果最明显的场景为内容制作与生成，包括文本、图片、视频、音乐、编程和语音等。对此市场一直在寻找相关的增长模式与公司。但上述应用场景更多使用在了降本增效的环节中，无论是营销、游戏、互联网等，并未出现显著的AI创收或增收情况。
- ◆ 短视频与自媒体内容本身出现增长。伴随内容自身广度与深度的提升，使得自媒体平台上的用户画像更为丰富，进而强化用户画像、标签等，使得流量转化ROI出现显著提升。因此，与之相关的产业出现了新的发展机会，包括自媒体平台、广告营销、游戏、IP版权与相关技术付费等领域。如抖音、快手、B站、蓝色光标、Applovin、恺英网络、巨人网络、世纪华通、美图、腾讯音乐、等配套场景。
- ◆ 内容生成的降本增效，带动如多邻国等在线教育公司可以快速通过AI生成扩大内容（课程种类），从而带动收入的增长。此外，水滴等保险销售公司利用AI带动电话销售出现快速增长。同时，拥有额外数据的公司，可通过AI技术强化数据分析的效果。
- ◆ 投资建议：AI技术的应用在直接转化为新的收入模式前，已经通过降本增效的方式，带动了包括内容制作、营销等传统业务的变革，与之对应的业务与付费场景亦出现新的投资机会。建议关注快手、Bilibili、美图、腾讯音乐、水滴公司、豆神教育、蓝色光标、恺英网络、巨人网络、世纪华通等。
- ◆ 风险提示：AI技术发展、应用不及预期的风险、前期投入过大、影响短期业绩的风险、相关政策限制风险、全球宏观经济变化的风险等。

- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

- ◆ 人工智能（AI）产业已成为全球科技创新和产业转型的重要驱动力。statista报告显示，AI市场增长迅猛，2025-2030年预计市场规模将从2440亿美元增至8270亿美元，2020-2030年复合年增长率达24%，超越物联网和公共云等技术领域。生成式AI发展势头强劲，预计2030年占AI市场43%份额。各行业积极融入AI，75%的公司计划2023-2027年将AI纳入业务，AI有望在10年内推动全球GDP增长7%，提升劳动生产率。
- ◆ 2025年8月21日，国务院发布《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，以国家战略文件形式明确“重构企业底层智能架构”，并规划三个阶段的里程碑目标，提出推动人工智能与经济社会各行业各领域广泛深度融合，同时要强化政策法规保障，提升安全能力水平，加快形成动态敏捷、多元协同的人工智能治理格局。这一政策脉络确立“发展——应用——安全——治理”同向发力的清晰路径，也将立法与标准建设作为保证“人工智能+”可持续落地的重要制度保障。

全球AI市场规模（十亿美元）



国务院《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

总体目标与阶段规划

- 1 预计到2027年
新一代智能终端/智能体普及率超**70%**，
智能经济核心产业规模快速增长
- 2 预计到2030年
新一代智能终端/智能体普及率超**90%**，
智能经济成为重要增长极
- 3 预计到2035年
全面步入智能经济和社会新阶段

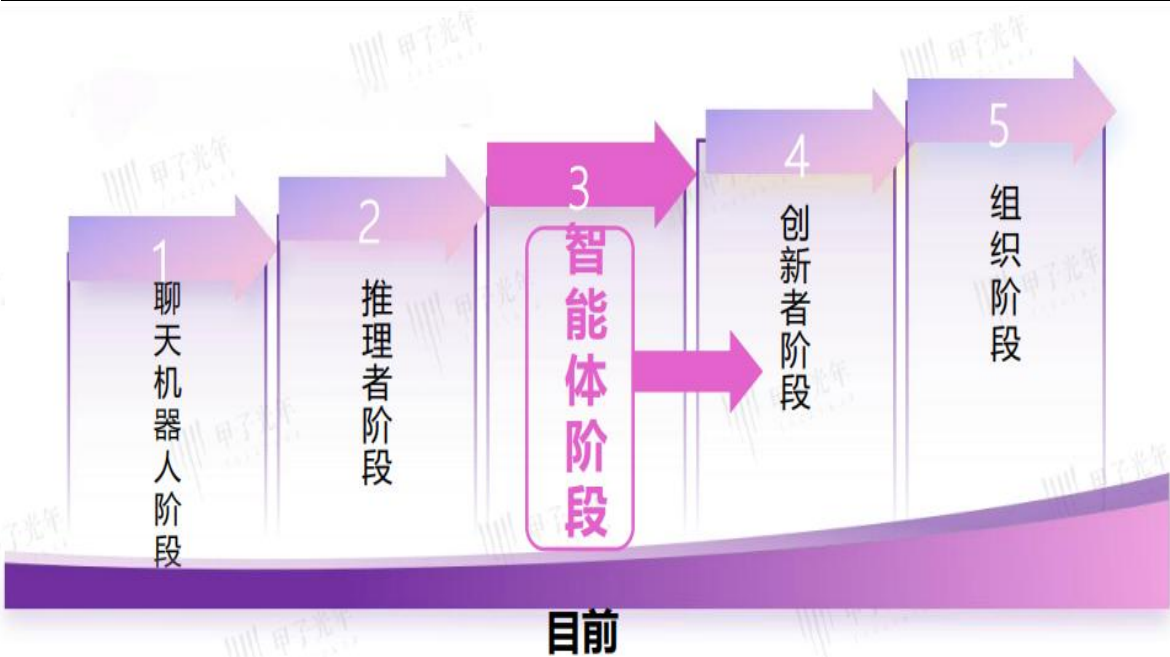
八大基础支撑

- | | | | |
|------|------|------|------|
| 模型能力 | 数据创新 | 算力统筹 | 发展环境 |
| 开源生态 | 人才建设 | 政策保障 | 安全水平 |
- 开源生态激励：将开源贡献纳入高校学分认定，推动社区国际化
 - 数据供给创新：探索“数据价值分成”机制，推动企业合规共享高价值数据
 - 算力普惠化：全国一体化算力网降低中小厂商使用成本

从互操作生态到产业链价值图谱

- ◆ 近几年，AI从一个听从指令的“工具”向一个能够自主理解、规划并执行复杂任务的“智能体”演进。2025年3月至6月，智能体AI（Agentic AI）生态系统进入关键的成熟期。行业叙事已从讨论孤立的智能体开发框架，转向构建一个由新兴通信协议定义的、分层的、可互操作的体系架构。这一转变标志着智能体经济从理论走向实践的重大拐点。Gartner预测，到2028年，企业应用中代理型AI 的使用比例将大幅增长。
- ◆ AI应用产业链分为上游、中游和下游三个环节。上游提供算力基础设施和数据服务，包括AI芯片、AI服务器、存储设备、网络及基础数据服务。中游为AI应用提供商，根据不同领域开发解决方案，满足多样化的应用需求。下游面向互联网、金融、教育、医疗、工业等领域。

AI能力的五个等级



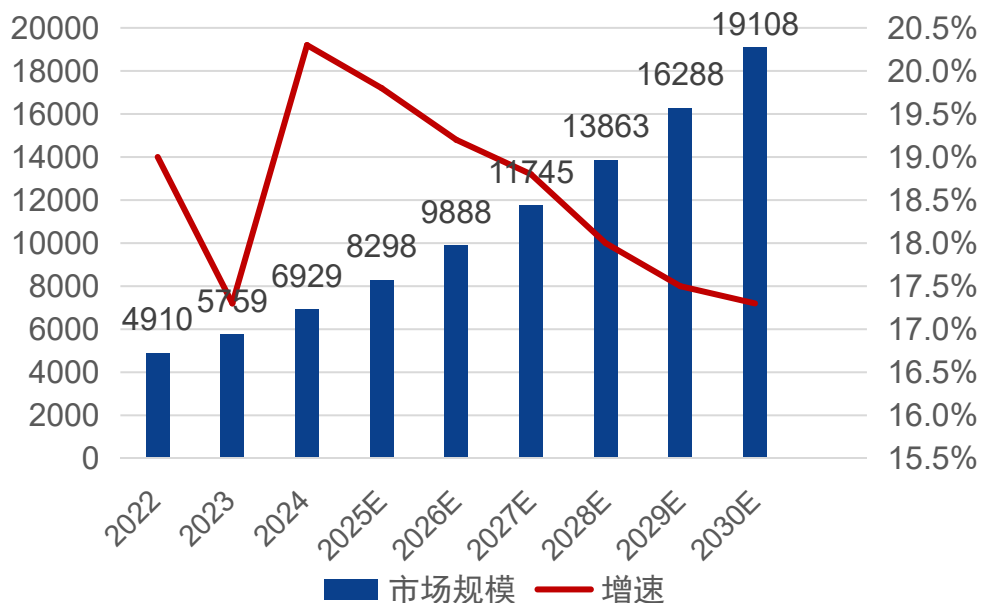
AI应用产业链



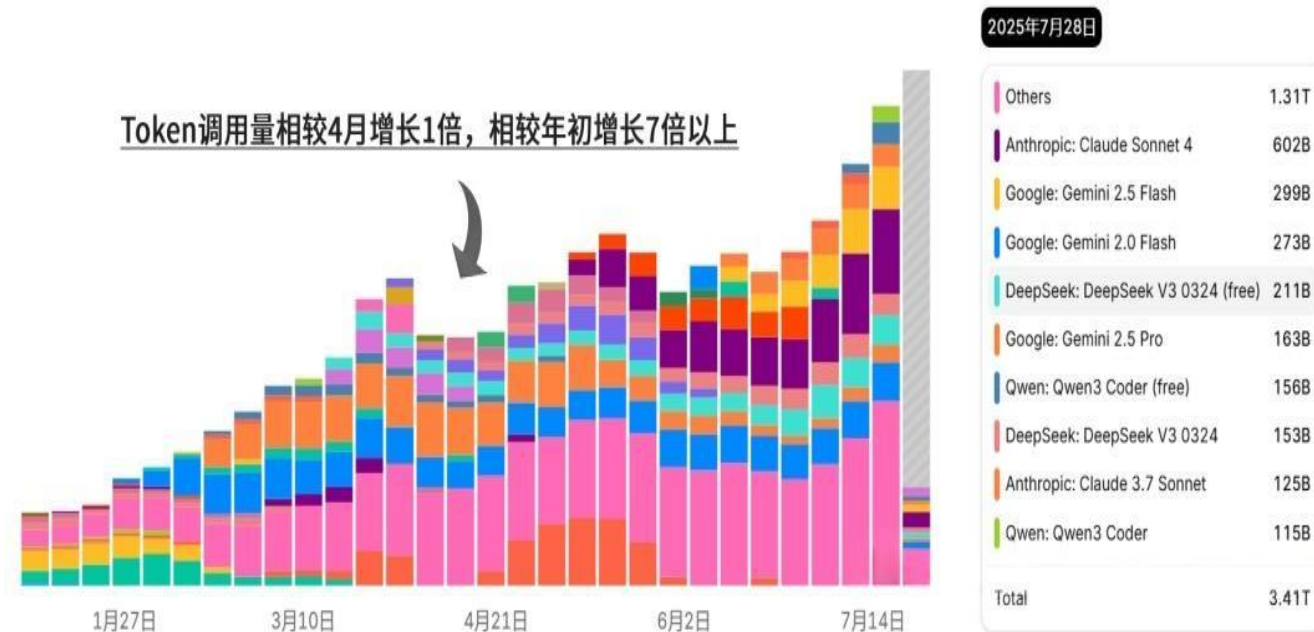
从云基础设施到模型应用的确定性增长

- ◆ 据中国信通院发布的《云计算蓝皮书（2025）》，从整体来看，全球云计算市场保持平稳增长。Gartner数据显示，2024年以IaaS、PaaS、SaaS为代表的全球云计算市场规模达6929亿美元，同比增速20.3%。未来几年，随着AI模型训练对IaaS消费的拉动，以及应用类模型服务在SaaS侧不断完善，对云计算的需求持续增加，预计到2030年全球云计算市场规模将接近2万亿美元。
- ◆ OpenRouter数据显示，2025年7月底AI大模型Token总使用量达到3.41T，相较4月中旬的1.7T增长一倍以上，相较年初1月的300-400增长近10倍。其中，Google、Anthropic的大模型消耗Token市场份额总计超过40%，Deepseek旗下V3的128K超长上下文结合文本理解能力迅速发展，其市场份额稳定在15%上下。

全球云计算市场规模及增速（亿美元）



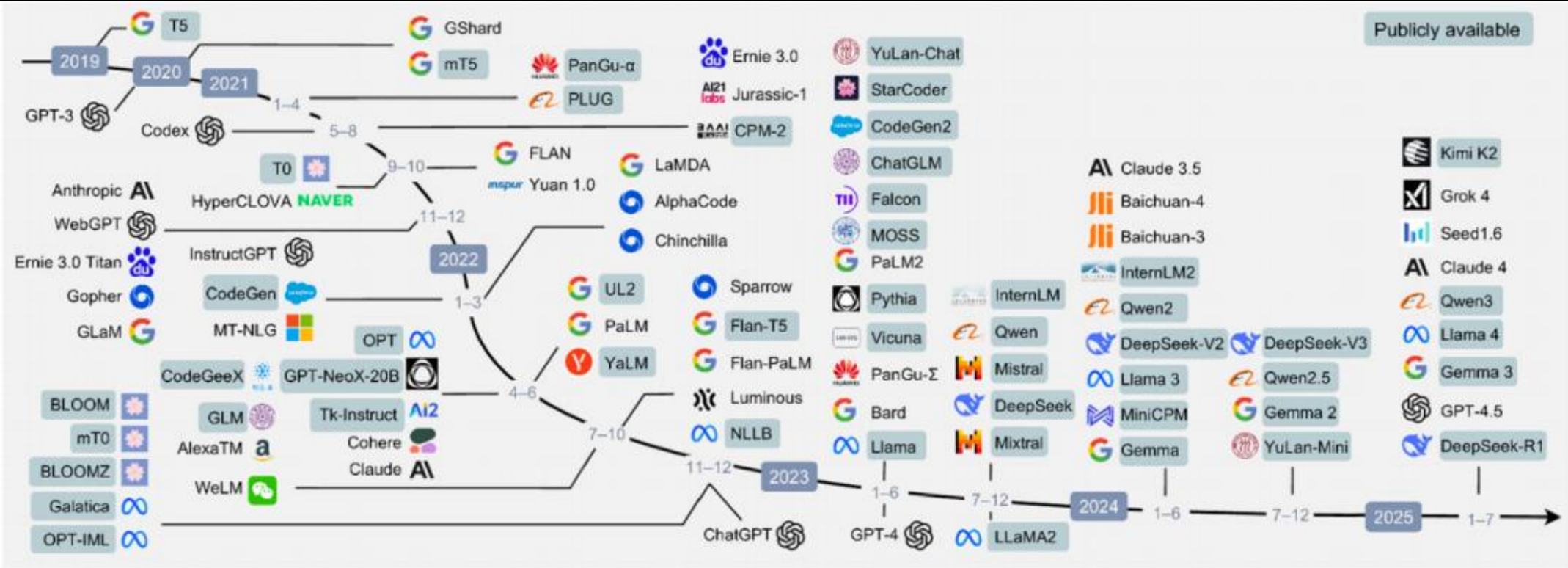
大模型消耗Token趋势及对比



大模型迭代加速，开源与性能并进催生AI产业链新机遇

- ◆ 全球范围内大语言模型快速迭代并多元化发展。2019年以GPT-3为代表，开启大模型预训练语言模型时代；2020-2021年期间，Google的T5、mT5、GShard以及华为的盘古α、阿里的PLUG等模型相继问世，推动多语言和跨模态研究；2022年出现InstructGPT、LaMDA、PaLM、OPT、CodeGen等大量模型，并在指令微调、代码生成等方向取得突破；2023年，GPT-4、LLaMA、Falcon、Vicuna等模型相继发布，标志着开源与闭源路线并行发展；2024年进入百模竞逐阶段，LLaMA2、DeepSeek系列、InternLM、Qwen2.5、Gemma2等模型快速迭代；2025年，GPT-4.5、DeepSeek-R1、Qwen3、Llama4、Gemma3等新一代模型已陆续亮相，显示出向更强性能、更高开放性和多任务适应性的趋势。

大语言模型的发展脉络与生态图谱



AI应用生态结构分化下的出海、垂类与新场景机遇

- ◆ 根据a16z发布的第五版《Gen AI消费级应用TOP 100》榜单，经过AI应用疯狂爆发期之后，整个Gen AI应用生态系统正在趋于稳定，头部应用地位逐渐稳固，但Mobile端仍然是孵化新玩家的热土。巨头版图更加立体，愈发趋向成为“应用矩阵”。这意味着创业公司既要警惕“被巨头降维”，也要思考如何在巨头未覆盖的细分场景里建立壁垒。
- ◆ 中国AI产品出海势头强劲，特别在图像、视频编辑和社交领域，美图系、字节系应用占据流量入口。此外，许多中国模型通过与美国本土平台合作进行分发，例如通过 Creado 或 Hydra 等平台提供订阅服务，或者将模型上架至 Fal.ai 和 Replicate 等开发者平台，这使得它们的实际影响力可能比榜单中直接反映的更大。
- ◆ Vibe Coding赛道兴起，正从边缘试验迈向主流使用场景，用户深度使用超预期，平台留存能力得到初步验证。

全球AI产品网页排行前50

The Top 50 Gen AI Web Products, by Unique Monthly Visits				
1.  ChatGPT	11.  remove.bg	21.  ElevenLabs	31.  manus	41.  replit
2.  Gemini	12.  Doubao	22.  Hugging Face	32.  CIVITAI	42.  candy.ai
3.  deepseek	13.  NotebookLM	23.  Lovable	33.  KlingAI	43.  JuicyChat
4.  Grok	14.  SPICYCHAT.AI	24.  Crushon AI	34.  cutout.pro	44.  VEED
5.  character.ai	15.  SUNO	25.  GAMMA	35.  Adot	45.  Hailuo AI
6.  perplexity	16.  QuillBot	26.  CURSOR	36.  DeepAI	46.  Meta AI
7.  Claude	17.  Kimi	27.  Pixelcut	37.  Poe	47.  Remaker
8.  JanitorAI	18.  PolyBuzz	28.  Midjourney	38.  ZeroGPT	48.  Joi
9.  Quark	19.  SERART.AI	29.  TurboScribe	39.  Google Labs	49.  Monica
10.  Google AI Studio	20.  Qwen3	30.  Photoroom	40.  Leonardo.AI	50.  ourdream.ai

全球AI产品移动应用排行前50

The Top 50 Gen AI Mobile Apps, by Monthly Active Users				
1.  ChatGPT	11.  FaceApp	21.  Photoroom	31.  NOVA	41.  UpFoto
2.  Gemini	12.  B612	22.  YouCut	32.  BeautyPlus	42.  MIVI
3.  AI Gallery	13.  Facemoji	23.  Grok	33.  SNOW	43.  Peachy
4.  Doubao	14.  Cici	24.  BRAINLY	34.  BeautyCam	44.  Filmora
5.  Microsoft Edge	15.  Microsoft Bing	25.  PixVerse	35.  Photoshop Express	45.  Background Eraser
6.  Remini	16.  Hypic	26.  photomath	36.  Adobe Express	46.  Edits, an Instagram app
7.  Baidu AI Search	17.  Wink	27.  Translate	37.  SwiftKey	47.  Quark
8.  deepseek	18.  Copilot	28.  PictureThis	38.  EPIK	48.  QANDA
9.  meitu	19.  character.ai	29.  VivaCut	39.  PolyBuzz	49.  AirBrush
10.  perplexity	20.  Polish	30.  papago	40.  Gauth	50.  Pl@ntNet

- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

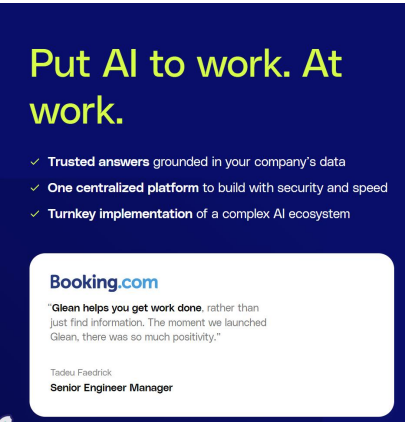
◆ 生成式人工智能正以多元化形式驱动着各类企业的创新与效率提升，在代码编辑、企业级搜索与知识管理、设计协作、生成式写作校对、影像处理与创作等方面应用广泛，并逐渐成为公司增长的驱动力。

生成式AI的应用场景

影像处理



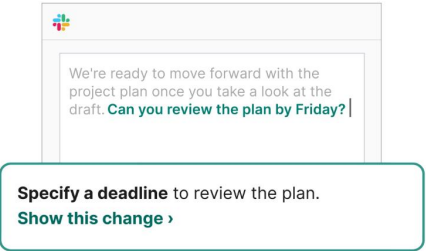
企业级搜索



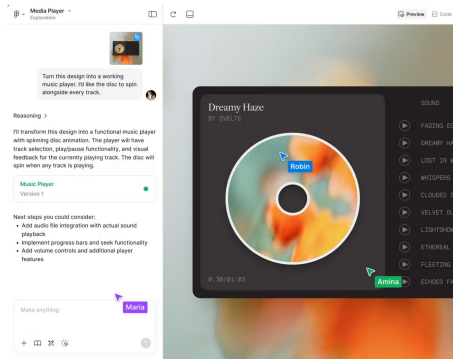
代码编辑



写作校对



设计协作



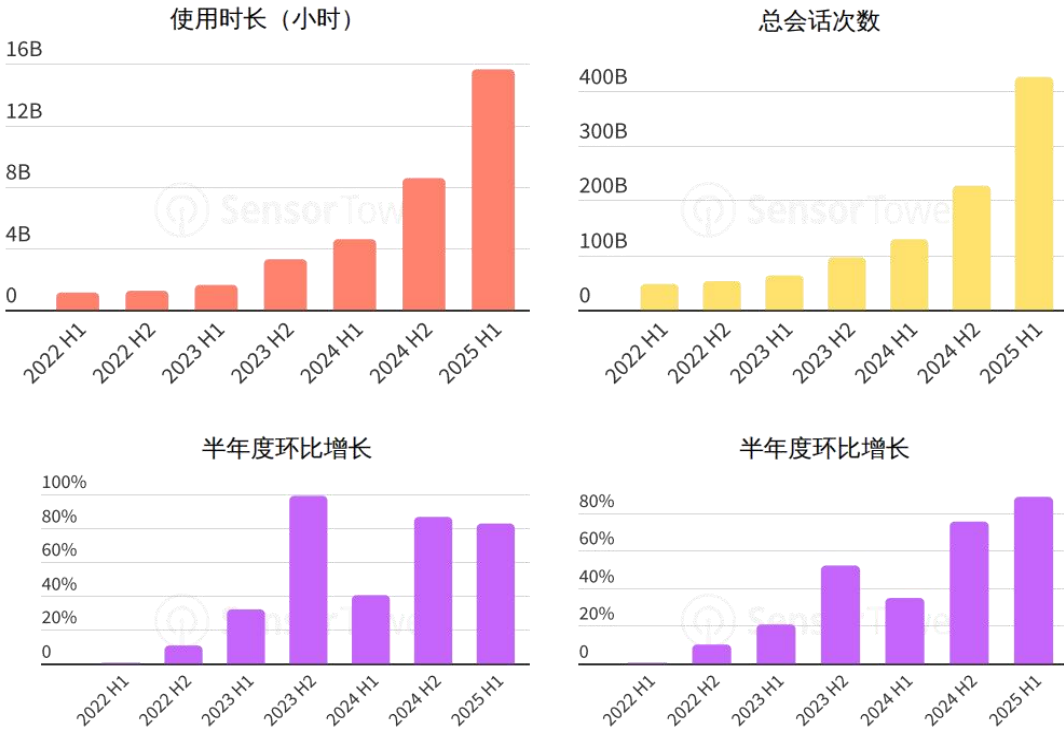
用户黏性与渗透率双升，生成式AI步入主流场景

- ◆ 根据Sensor Tower数据，2025 年上半年，全球生成式 AI 应用（涵盖 AI 助手和 AI 内容生成器）的下载量接近 17 亿次，应用内购买（IAP）收入高达近 19 亿美元。
- ◆ 消费者在生成式 AI 应用上的使用时长同样呈指数级增长。根据Sensor Tower数据，2025 年上半年，该类应用的总用户使用时长达 156 亿小时，相当于日均超过 8600万小时。生成式 AI 应用的总使用次数在同期达到4,260亿次。相当于全球人均使用了约 50 次，其在用户日常生活中的渗透率逐步提升。

生成式 AI 应用年度下载量与应用内购买（IAP）收入趋势

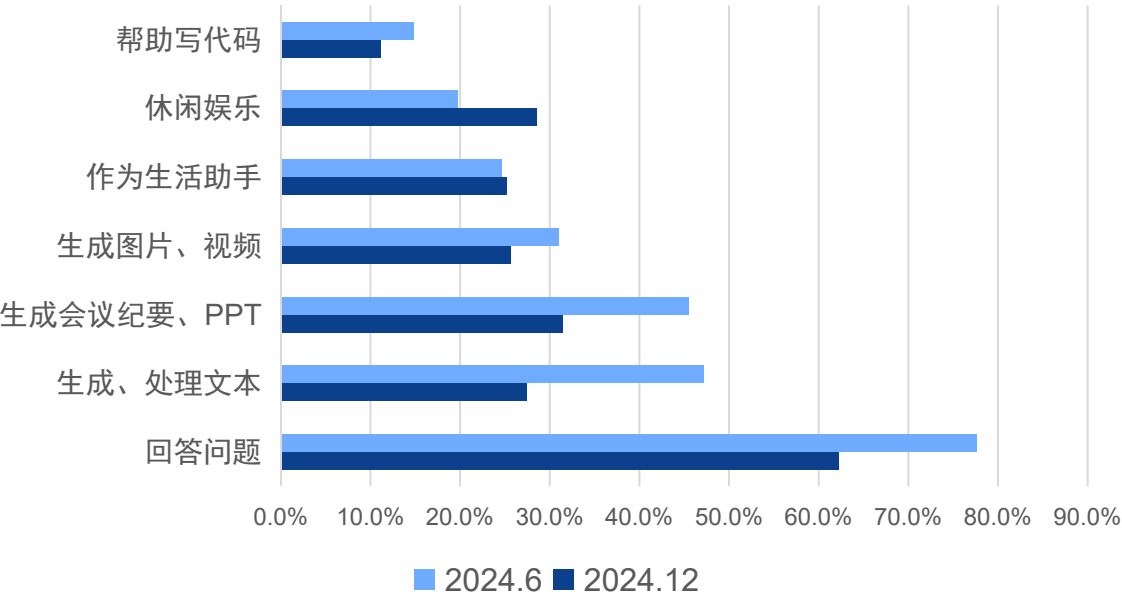


生成式 AI 应用年度使用时长与会话次数趋势



- ◆ 尤其在内容生产方面，AI多模态生成能力显著降低了内容创作门槛。
- ◆ 2025年中国网络视听发展研究报告显示，使用AI工具进行图片、视频制作的用户占比在半年内有所增长，从25.6%上升至31%，技术普惠效应持续释放。
- ◆ 创作设计赛道增长前十仍以网页端应用为主导，抖音旗下即梦AI两端应用纷纷上榜。QuestMobile数据显示，2025年5月，AI漫画推文以59%环比增速位居第一，即梦AI-App以30.4%环比增速紧随其后，创客贴AI排名第三，环比增速23.9%。

用户使用生成式人工智能产品的目的



2025年5月 AI创作设计赛道 月活跃用户规模环比增长



注：以上仅展示2025年5月MAU≥5万的应用。

生成式AI催生创作者生态红利

- ◆ 全球AI内容创作人数持续增长，AI生成内容在流量获取和商业变现方面展现出巨大潜力。
- ◆ 各类AI工具为创作者带来的收入显著提升，AI视频内容的播放量也呈现快速增长态势。
- ◆ 在内容生态上，AI技术不仅在漫剧领域实现爆发式增长，还逐渐向短剧、影视等更广泛的行业渗透。
- ◆ 根据2025年快手光合创作者大会数据，中国AI漫剧的市场收益和剧集产量均大幅上升，显示出强劲的发展势头。2024第四季度到2025第三季度中国AI漫画流水增长900%，中国AI漫剧月新增剧集数增长567%。

AI在内容创作领域的应用成就

1亿
全球AI视频创作人数突破

+159%

2025年1-6月，AI工具为全球创作者撬动总收入

+321%

2025年1-7月，快手AI内容播放量趋势

平台举办流量AIGC短剧/漫剧创投计划

联合出品模式

成本共担

可灵AI算力成本覆盖精品项目现金出资

流量扶持

投放政策支持、自然流加权官号矩阵宣发

收益共享

全网发行按投资比例分账

单项目最高

1000w灵感值 & 1亿流量投入

合作要求

- 主要针对商业化短剧类AIGC项目
- 短剧单集1-2分钟，内容形式不限，漫剧类项目优先
- 项目未进入制作阶段，需在剧本阶段启动合作，剧本版权清晰、符合国家法律法规及政策

联合运营模式

流量激励

亿级流量非标宣发点位

商业扶持

可灵AI算力成本扶持项目商机撮合

收益共享

全网发行最高分账90%

单项目最高

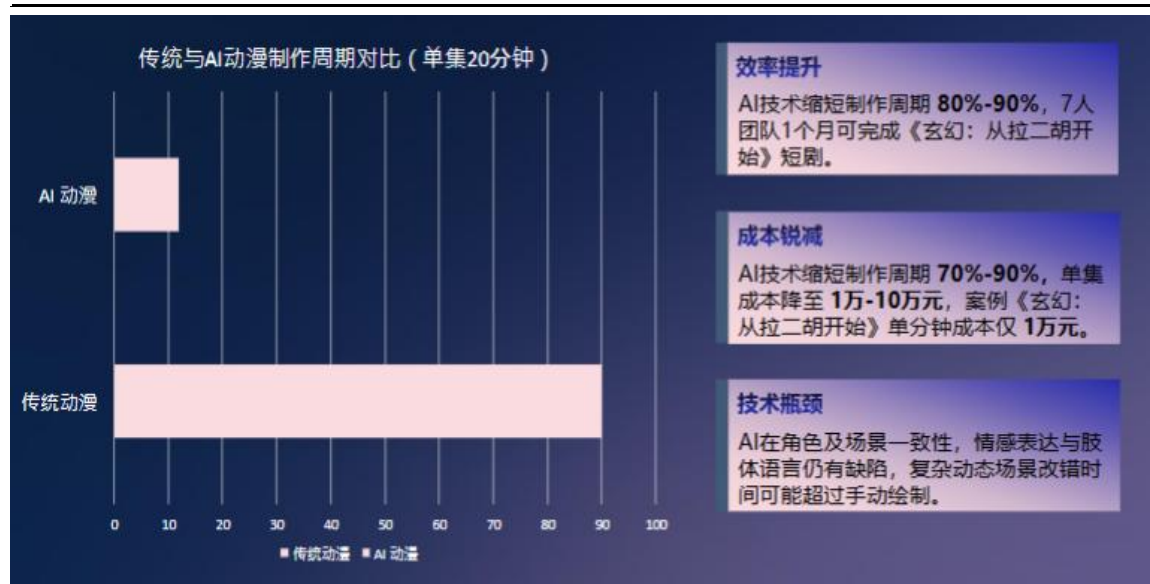
500w灵感值 & 1亿流量扶持

合作要求

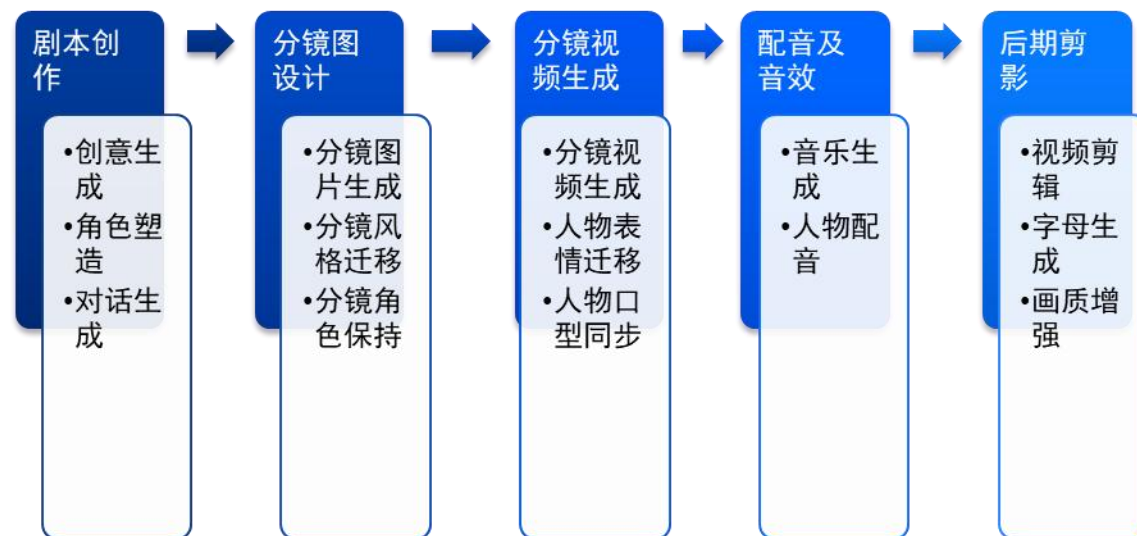
- 针对AIGC类IP账号、可灵AI超级创作者（个人/工作室）
- 以快手端账号为运营基点，有连续可持续的内容产出方向，包括但不限于动画IP、AI超创作者、AIGC媒体博主等

- ◆ 以AI漫剧为参照，巨量引擎数据显示，今年上半年漫剧供给量月复合增长率高达83%，半年内上线作品超3000部。AI介入漫剧生产全流程，显著将制作周期缩短80%-90%，制作成本降低70%-90%。
- ◆ AI生图配上快节奏的旁白解说，剧情高度依赖“逆袭、打脸、重生、穿越”等常见的短剧套路来讲述故事，画面转场与动态PPT趋同，该类短视频，被叫做“AI解说漫”。TikTok账号“crimeflixusa”便利用高饱和度的美漫动画风格，将世界各地耸人听闻的真实犯罪案件制作成时长约1分钟、节奏紧凑的解说视频，单条视频播放量最高达900万。将故事借助AI快速制作成动态视觉小说，观众反而不会太在意画面的视觉效果，而是更将注意力放在故事情节上，这恰恰契合了短视频用户的内容消费习惯。

传统漫画VS AI漫画制作



AI漫剧的五大创作环节



- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

技术影响下信息媒体内容形态的发展跃迁

信息形态划分	内容形式的特征	主要技术驱动力	主要应用类型
文字时代 1995-2004	文字浓缩，抽象表达，想象空间大 不够直观，情感传递弱，理解门槛较高 成本较低，单向传播，PGC专业生产	- PC普及，拨号上网与宽带普及 - TCP/IP协议，HTML语言，HTTP传输协议 - MySQL - 早期搜索引擎	- 门户网站 - BBS社区 - 电子邮件 - QQ等早期通讯工具
图文时代 约2004-2012	图文结合，视觉增强，直观性增强 内容生动，易于分享 UGC兴起，互动性提升	- 数码相机与早期拍照手机普及 - CSS样式表 - JavaScript脚本 - JPEG/PNG图像压缩算法 - AJAX无刷新技术	- 搜狐博客等长博客平台 - 人人网等社交平台 - 微博等短博客平台 - Flickr图片分享社区 - 电商图文平台
图文+音/视频时代 约2012-2017	多信息形式融合，流媒体播放 即时性增强，创作门槛降低 用户注意力向视频内容倾斜 对网络和设备要求更高	- 智能手机与消费级摄像技术普及 3G/4G网络普及 - iOS/Android移动系统普及 - AdobeFlashPlayer，H.264视频编码标准，HLS协议	- 爱优腾等长视频平台 - 喜马拉雅等音频播客 - 移动新闻平台 - 知识付费平台，在线教育课程平台 - 各类图文平台的视频化改造
图文+音频+长/短视频 +直播时代 约2015-2022	长短视频内容分化，直播强互动 场景化体验，信息交互加强 算法分发主导，内容消费高效但被动	5G网络商用 - WebRTC实时通信协议 - H.265/VP9编码技术 - 深度学习推荐算法 - 移动视频编辑工具	- 抖快等短视频平台 - B站等中视频平台 - 电商直播平台 - 游戏直播平台 - 各类内容平台的信息流化改造
大模型技术赋能的 多模态时代 约2022-今	AI作用下信息的多模态理解与转化 全民创作、人机共创，对话式交互 对内容的真实性提出新挑战	- AI芯片与算力集群 - LLM大语言模型技术 - 多模态AI技术 - 实时音视频AI增强技术	- 对话式AI，AI搜索引擎，智能推荐系统 - AI写作、图片生成、视频生成工具 - AI翻译、配音、剪辑、美颜等加工工具 - AI数字人/虚拟主播 - 各类内容平台的大模型应用改造

主流平台加大AI投入与用户支持

- ◆ 技术重构内容，AI从“新题材”渗透为“新基建”，这为平台带来了新的用户增长与黏着点当AI内容爆发时，AI工具的普及使用成为必然。
- ◆ 字节跳动正围绕其核心短视频媒体平台抖音，以豆包大模型为核心技术底座，将AIGC技术嵌入到短视频媒体平台“内容生产-处理剪辑-发布呈现-营销传播”的每个环节，形成一个由先进推荐算法驱动，集内容创作、社交互动与商业变现于一体的生态系统。2025年6月11日豆包大模型1.6版本正式发布，包括视频生成模型、语音播客模型、实时语音模型等多样化模型技术矩阵，均支持深度思考、多模态理解、256k长上下文、图形界面操作等能力，并在10月16日发布系列持续更新，支持抖音平台形成“视频创作工具-内容平台-商业化服务”的全链路产品矩阵。
- ◆ 应用多种技术模型，如协同过滤、双塔召回、Wide&Deep模型等。在完全不理解内容的情况下，找到兴趣相似的用户。

抖音的AI技术应用探索

抖音平台相关AI应用与工具



豆包大模型-核心技术底座



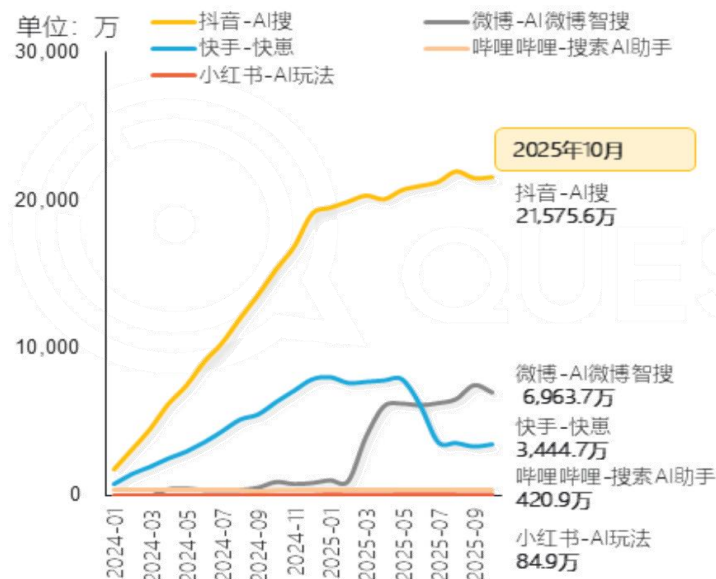
火山引擎于2025年6月11日正式发布豆包大模型1.6、豆包视频生成模型Seedance 1.0 pro、豆包语音播客模型、豆包实时语音模型。10月16日发布豆包大模型系列更新。截至2025年9月底，豆包大模型日均Tokens调用量已突破30万亿。

主流平台加大AI投入与用户支持

- ◆ QuestMobile数据显示，2025年10月抖音、微博、快手平台AI插件月活跃用户规模超三千万。
 - 抖音推出“AI创作浪潮计划”，通过提供创作工具、课程培训和资金支持，鼓励创作者利用AI技术进行内容创作。
 - 快手发布《可灵AI专项营销通案》，面向A创作者+快手用户开启品牌创意AI内容征集活动。
 - 哔哩哔哩上线“代号H”AI创作工具，支持通过文案与音频自动生成匹配的视频画面。
 - 微博联合Vidu启动“AI创造营活动”，借助Vidu AI视频生成技术及互动特效模板，实现图片到视频的一键转制。

典型新媒体平台部分数据指标

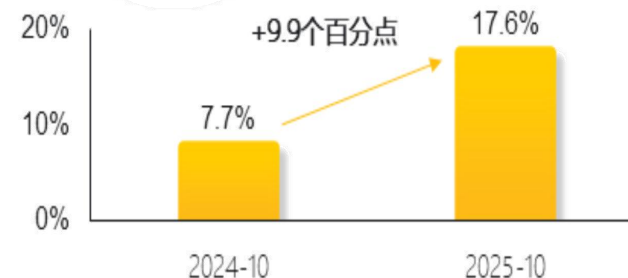
AI插件月活跃用户规模变化



2025年10月 典型新媒体平台AI插件人均单日使用次数



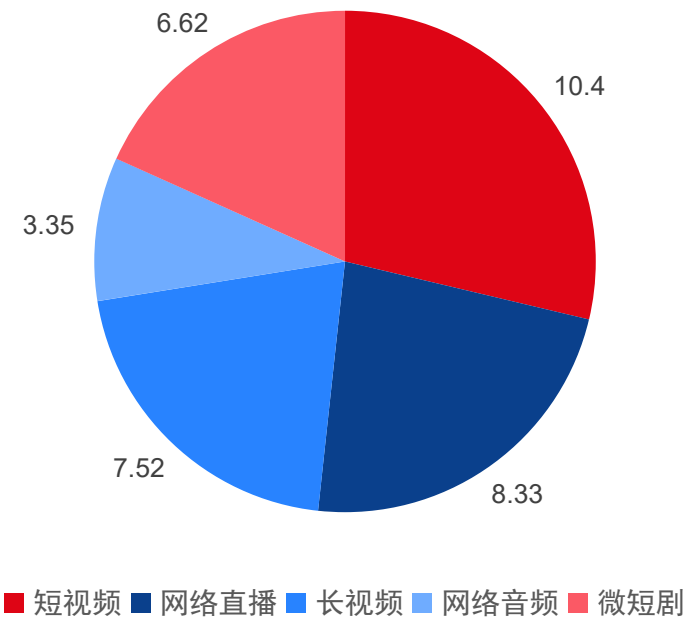
AI相关内容用户渗透率变化



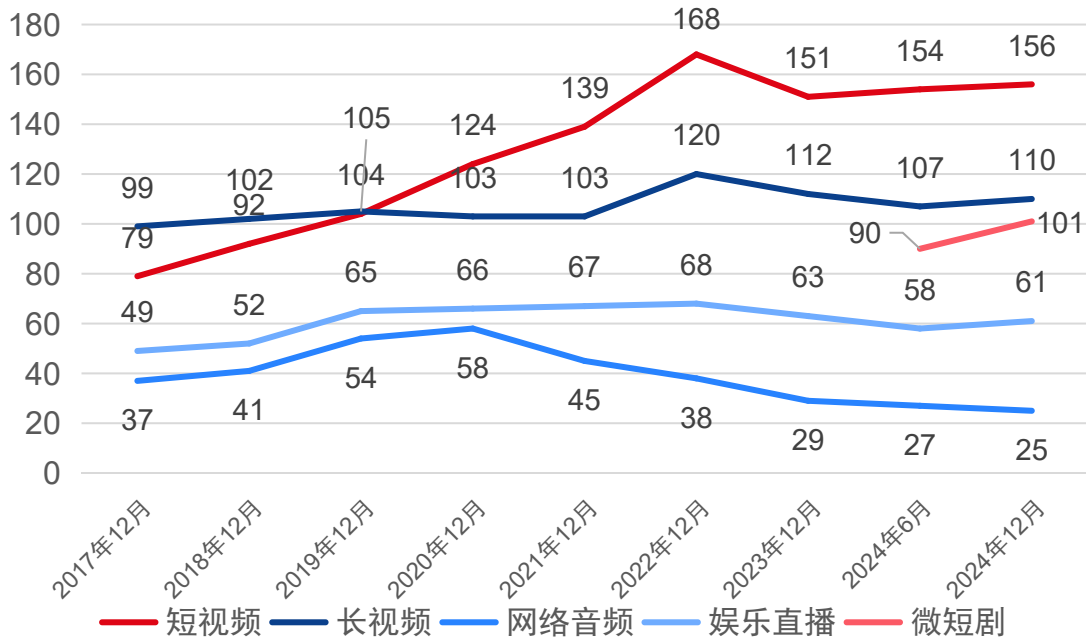
自媒体短视频赛道流量稳健增长

- ◆ 根据《中国网络视听发展研究报告（2025）》数据，截至2024年12月，我国短视频用户规模为10.40亿人，使用率达93.8%，连续6年保持网络视听应用细分领域第一。
- ◆ 规模化的UGC生态显示视听的全民创作时代来临。结合主要网络视听平台和部分社交平台、电商平台相关数据，截至2024年末，我国短视频创作者账号规模已达16.2亿、在平台智能分发、流量激励、摄制门槛降低等多重因素驱动下，根据主要平台数据综合统计，每日全国上线短视频突破1.3亿条。

截止2024年12月网络视听细分应用用户规模（单位：亿人）



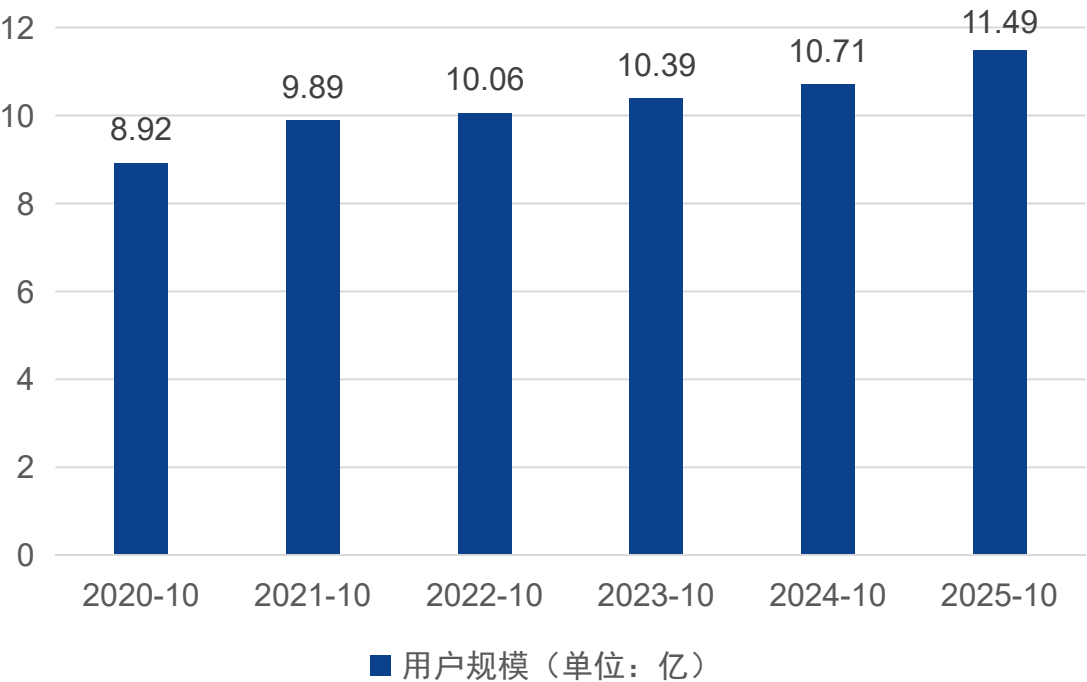
网络视听细分应用人均单日使用时长（单位：分钟）



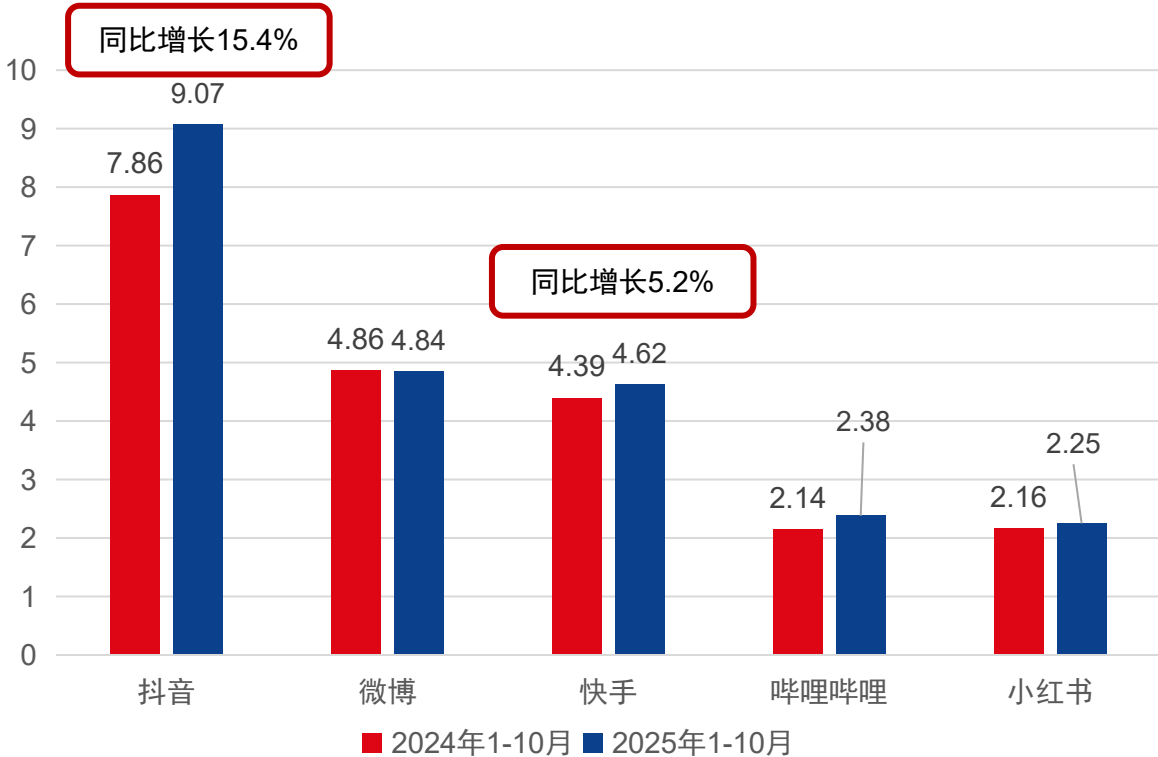
自媒体短视频赛道流量稳健增长

- ◆ 在内容品质持续升级与技术驱动用户深度参与的双重加持下，新媒体平台进一步占据用户注意力。根据 QuestMobile统计，典型新媒体平台APP去重活跃用户规模2025年1月-10月达11.49亿，同比增长7.3%。
- ◆ 用户多平台心智共存，平台竞争从增量获取转向存量时间再分配。用户时长增长更依赖内容品质与推荐技术优化，下沉市场及年轻/年长用户是核心增长源。

典型新媒体平台去重活跃用户规模



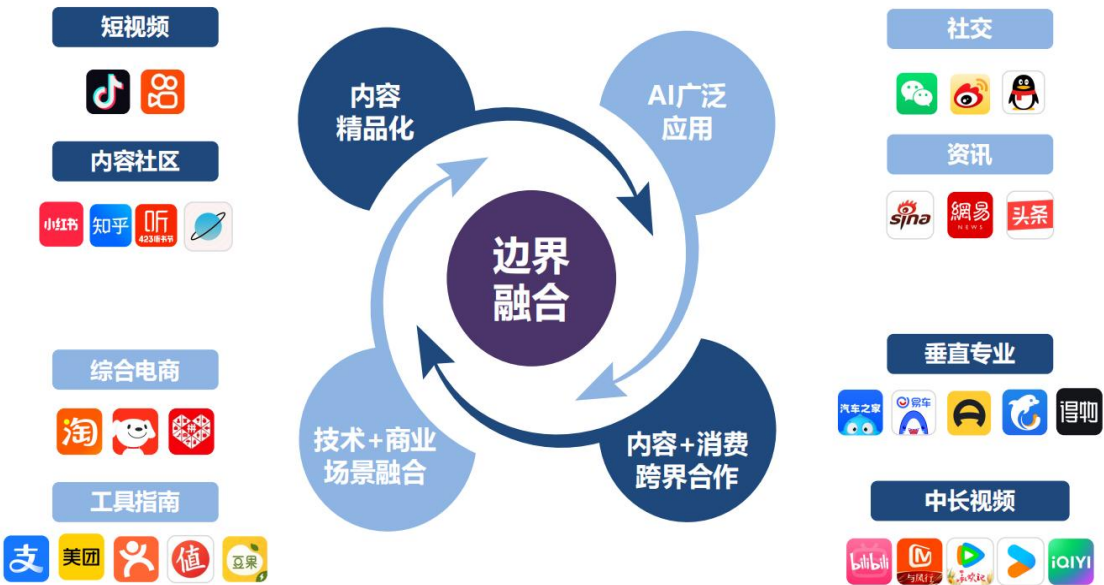
典型新媒体平台平均活跃用户规模增长 (单位: 亿)



直播与创作者收入双增长，短视频平台生态价值重估

- ◆ 根据《中国网络视听发展研究报告（2025）》数据，店播剧增，职业主播规模达3880万，同比增长1.5倍，短视频账号规模达16.2亿。规模化的UGC生态显示视听的全民创作时代来临。结合主要网络视听平台和部分社交平台、电商平台相关数据。截至2024年末，我国短视频创作者账号规模已达16.2亿。
- ◆ 2024年5月抖音、快手、微信视频号开通直播账号规模同比增长78%。
- ◆ 2025年快手光合创作者大会公布的数据，过去一年在快手获得收入的创作者数量达到2600万，其中月收入过千的创作者同比增长近12%。此外，万粉以上创作者投稿数量同比增长超过100%，成为职业主播的创作者数量同比增长8%。

平台边界相互融合



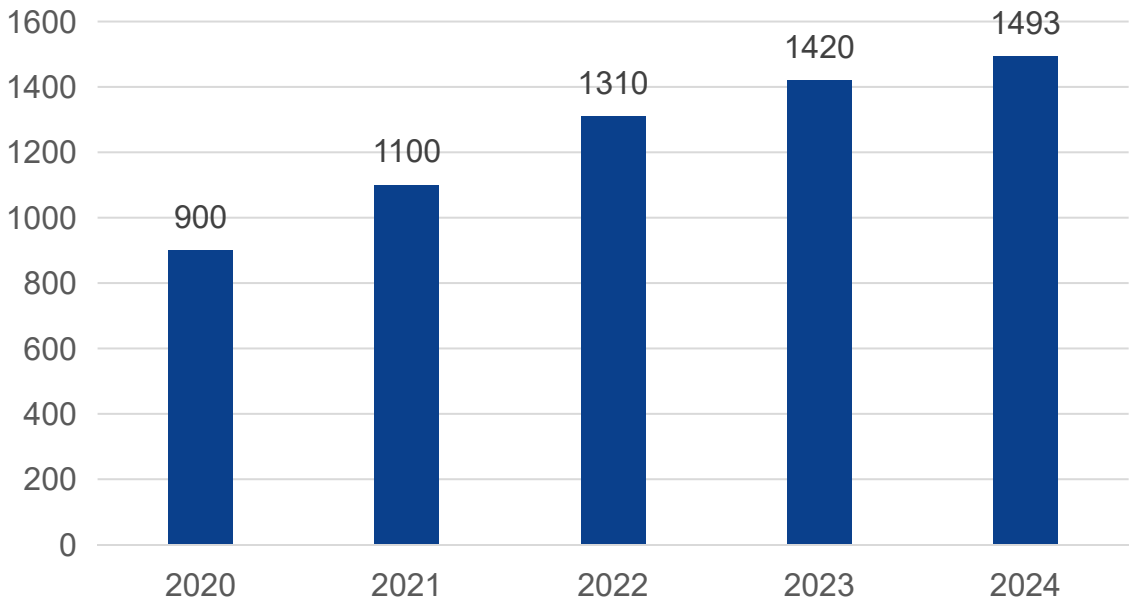
平台差异化策略

2024年 抖音电商GMV3.5万亿，同比+30% 以算法驱动的爆款经济为核心，通过全域电商与本地生活双引擎，实现商业价值的提升  内容和商业双向循环	2024年 TOP2000SPU各行业增速远超大盘 以「工具型社区」定位强化平台的种草价值「买手电商+精细运营+私域链接」构建闭环  加速私域破局
2024年 快手电商GMV1.39亿，同比+17.3% 以信任经济为基础，通过普惠算法与垂类内容深耕，构建高粘性社区与信任电商闭环  信任电商的生态升级	2024年 近310万UP主获利，收入同比+21% 以优势垂类为核心竞争力，通过大开环生态拓展变现场景，助力腰部创作者商业价值提升  垂类深耕的商业化破局

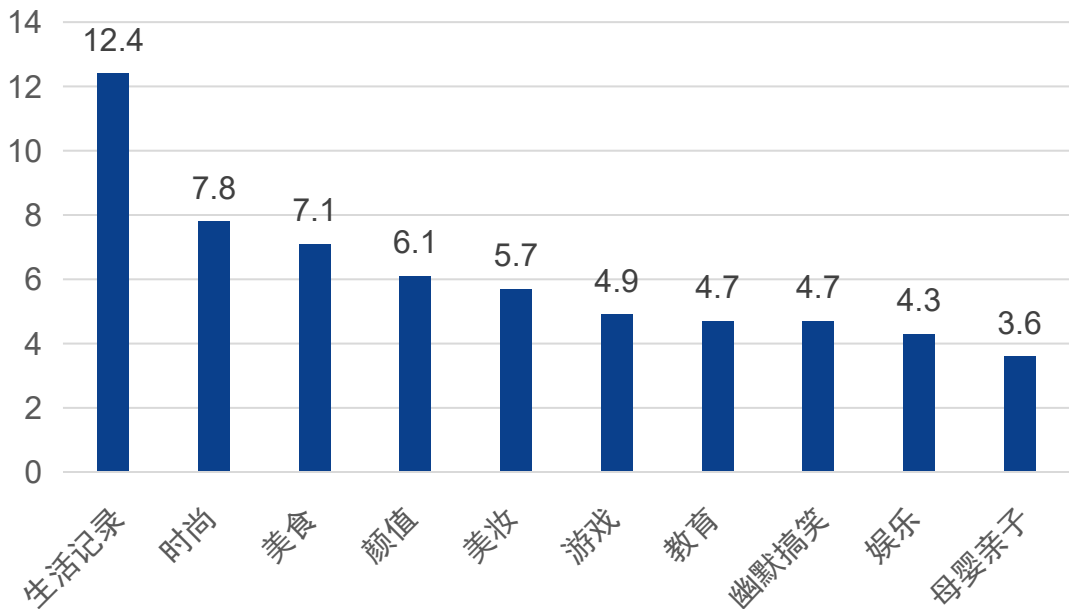
内容创作赛道增长分化，各平台差异化发展

- ◆ 据克劳锐数据，2024年万粉以上创作者规模近1500万，年增速5%。同时，内容创作的热门赛道呈现出稳定态势。生活记录以总占比TOP1和增速TOP5的表现，成为连接大众刚需与增量市场的核心赛道，时尚、美食、颜值、美妆、游戏等传统热门赛道紧随其后。文化、IT互联、三农等垂类赛道的粉丝增速最快，折射出社会价值的转向，如用户精神消费的升级、数字技术的发展与普惠和乡村振兴势能等。
- ◆ 时长的增长已不能单纯依靠用户规模驱动，而更依赖于内容品质与推荐技术的持续优化。用户时长增长更依赖内容品质与推荐技术优化，下沉市场及年轻/年长用户是核心增长源用户需求从“泛娱乐”向“实用价值”迁移，健康养生、创业职场、财经教育等知识类博主在各大平台粉丝增长显著。

2020-2024年主要平台万粉以上创作者规模（单位：万）



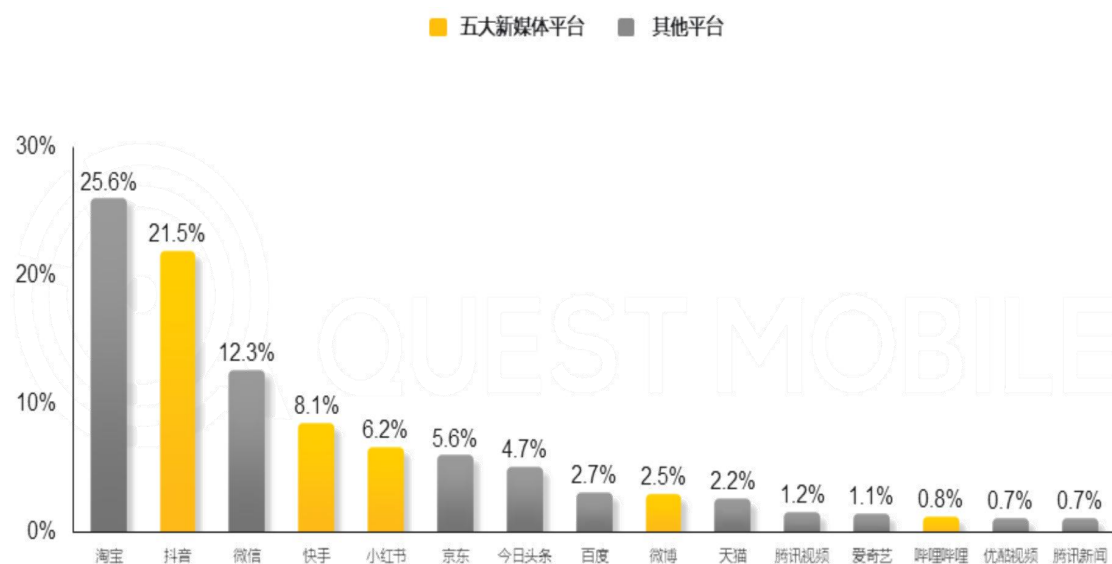
2024年创作者分布TOP 10垂类（单位：百分比%）



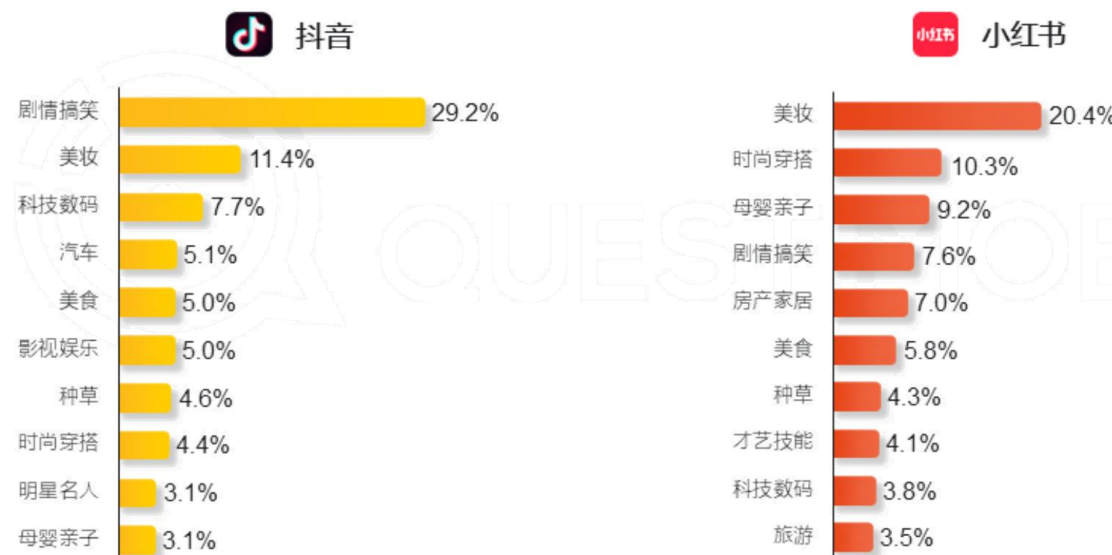
内容创作赛道增长分化，各平台差异化发展

- ◆ 各平台基于自身特点探寻商业化可能性，平台生态独特性塑造了差异化的广告业态。
- ◆ 软广是平台重要变现方式之一，品牌根据营销目标选择平台组合。
- ◆ KOL收入与平台内容形态、平台用户预期的契合度相关。
 - 抖音软广收入最高的是“剧情搞笑”，映射着其将广告无缝接入娱乐场景的能力是重要变现方式。小红书则是“美妆”类KOL占主导，与其女性占比较高的用户特征相契合。

2025年1-10月硬广投放费用占比TOP15媒介



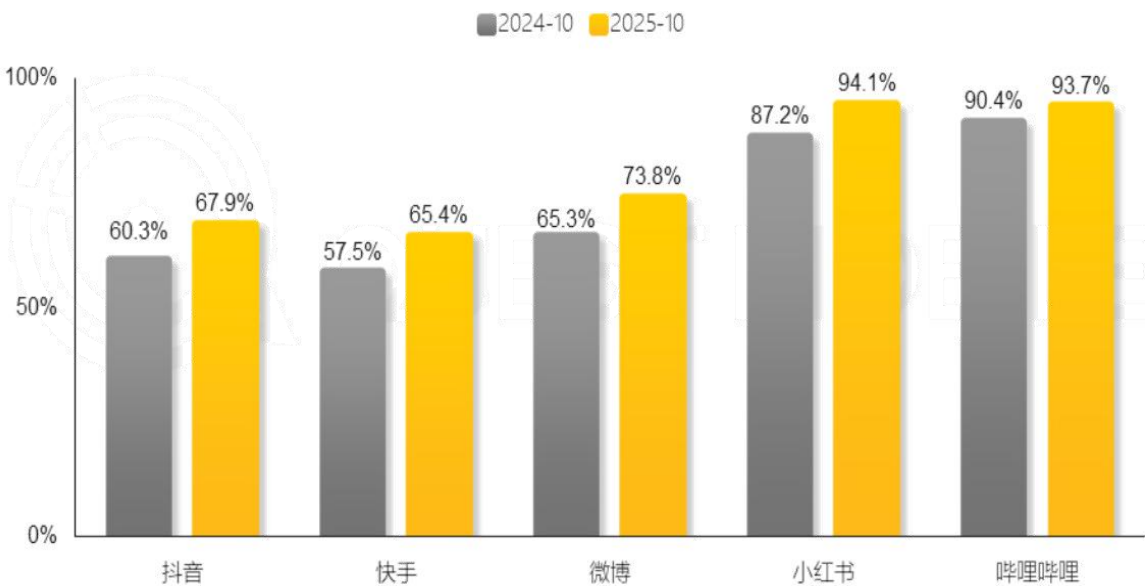
2025年10月典型新媒体平台商业软广收入占比TOP10KOL类型



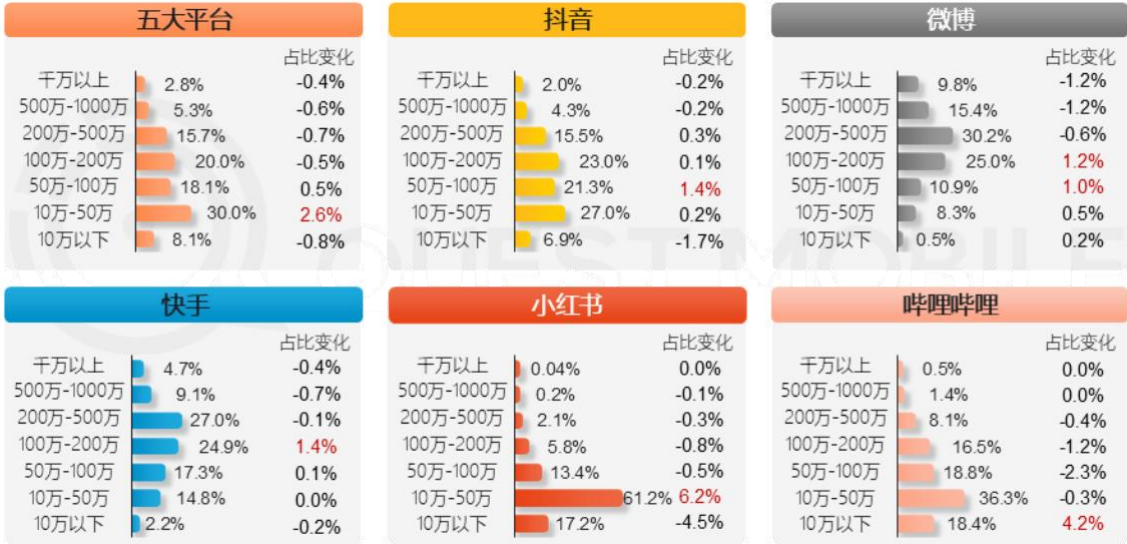
内容创作赛道增长分化，各平台差异化发展

- ◆ 内容消费深度化，各新媒体平台以自身基因对播客进行视频化改造。
 - 哔哩哔哩发展深度播客内容，发起"上B站看播客"创作者招募计划，推出扶持政策"视频播客出圈计划"
 - 小红书采用"轻量化+场景化"组合策略，降低平台布局视频播客内容门槛
 - 抖音采用“短带长”策略，既保留播客内容，又通过短视频化的剪辑和分发，适配用户碎片化的内容消费习惯。
- ◆ 用户需求推动知识类博主增长，生态驱动力正从泛娱乐转向“实用价值”
- ◆ 各平台KOL粉丝量级结构，映射其迥异的生态特性与增长阶段。

典型新媒体平台粉丝数同比增长的KOL数量占比



2025年10月典型新媒体平台KOL粉丝量级分布及同比变化



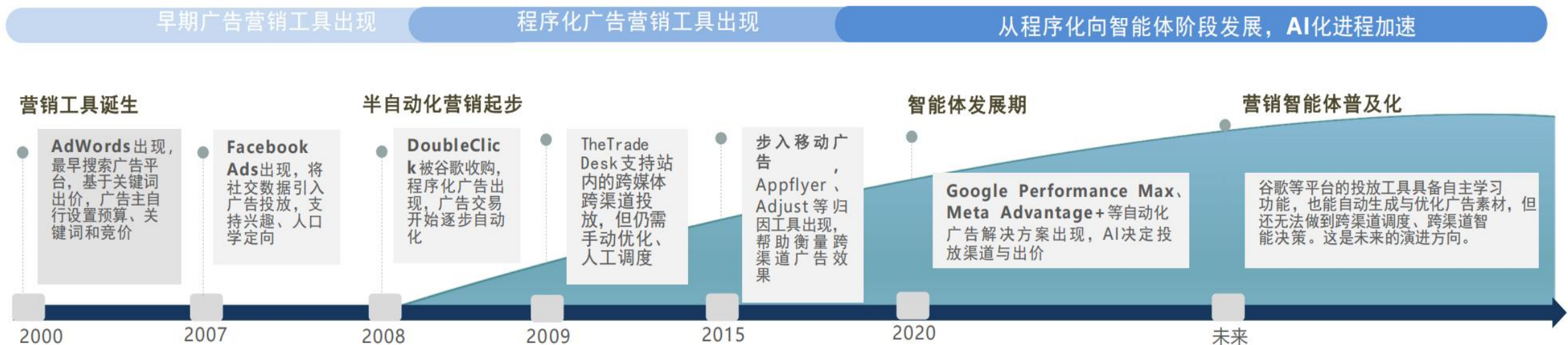
注：抖音与快手均指主版。

- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

营销产业链升级，从执行工具到决策主体的变迁

- ◆ 计算机技术在营销领域的转型历程：最初仅承担数据分析与辅助决策的工具，逐渐演进为能够覆盖创意生成、投放策略、效果监测与优化等在内的全链路营销自动化系统。头部SaaS与广告平台开始推出智能投放套件和创意生成工具。在海外市场，越来越多的品牌开始加速采用AI 驱动的内容生成与广告投放方案，用以提升广告的相关性与转化效率。
- ◆ 早期的数字营销主要依赖单一的广告投放平台，企业往往需要在不同渠道间手动切换、调整预算和素材，更多扮演“执行工具”的角色。而如今，随着大模型与强化学习等AI 技术的融合，这些工具已经升级为具备自主学习与持续优化能力的营销智能体（Agent）。它们不仅能够理解企业的投放目标，还能在实际运行中通过数据反馈不断迭代策略，从而实现更接近“自主决策”的能力。

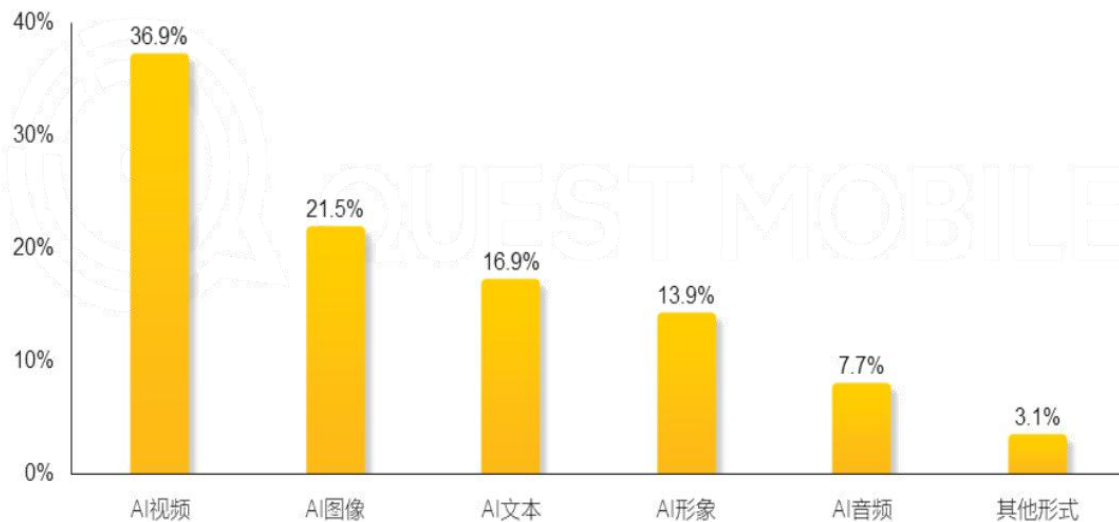
生成式 AI 应用年度下载量与应用内购买（IAP）收入趋势



AI技术融合营销场景成为品牌营销新趋势

- ◆ 通过AI与现实品牌相结合，利用技术优势实现高效互动与情感共鸣。
- ◆ AI营销形式多样，且不断创新，在当下品牌营销事件中，多结合于AI视频、图像文本、虚拟形象的广泛应用。
- ◆ AI自动投流逻辑主要通过实时数据分析、智能决策和自动化执行来优化广告投放效果。实时分析用户行为和特征，精准筛选目标人群，避免“广撒网”式投放，根据广告的实时ROI动态调整预算，根据用户触达习惯，只能选择抖音、信息流、搜索广告等投放渠道，实现跨平台协同投放，并对点击、浏览、加购未下单的用户自动打标签，发起精准二次触达，通过多次曝光促进转化。

2024年-2025年上半年AI营销事件数量内容形式分布



注：其他形式包括AI产品、AI互动装置。

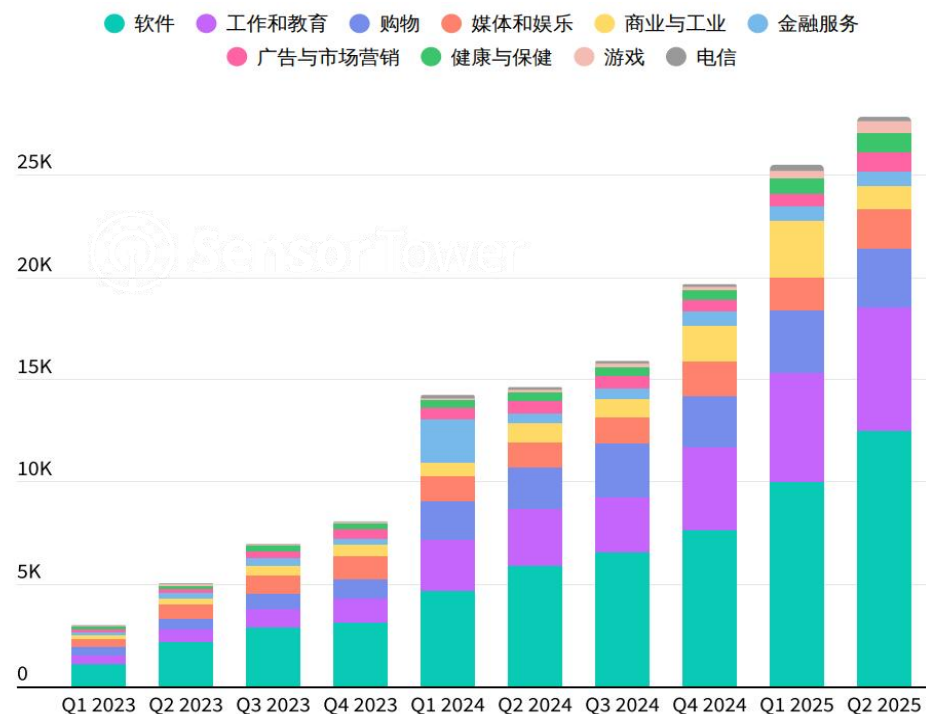
执行层智能体的全自动投放逻辑



AI应用广告支出爆发，社交渠道主导市场

- ◆ 最近几个季度，AI类应用的数字广告投入已显著增加。在美国市场，2025 年第二季度的生成式 AI 应用数字广告支出超过2亿美元，相比 2024 年同期增长了一倍多。
- ◆ AI应用自身也在反哺广告营销中社交媒体类的公司。2025 年第二季度，在美国市场，以 YouTube 和 LinkedIn 为主的社交广告渠道，占据生成式 AI 应用数字广告支出的近 70%。
- ◆ 自2023 年初以来，使用 AI 相关术语的独特广告创意数量增长了十倍以上。这种持续的增长态势表明，AI 广告已绝非昙花一现，而是正在成为一种长期的营销趋势。

含 AI 相关术语的数字广告素材数量 - 按类别 美国



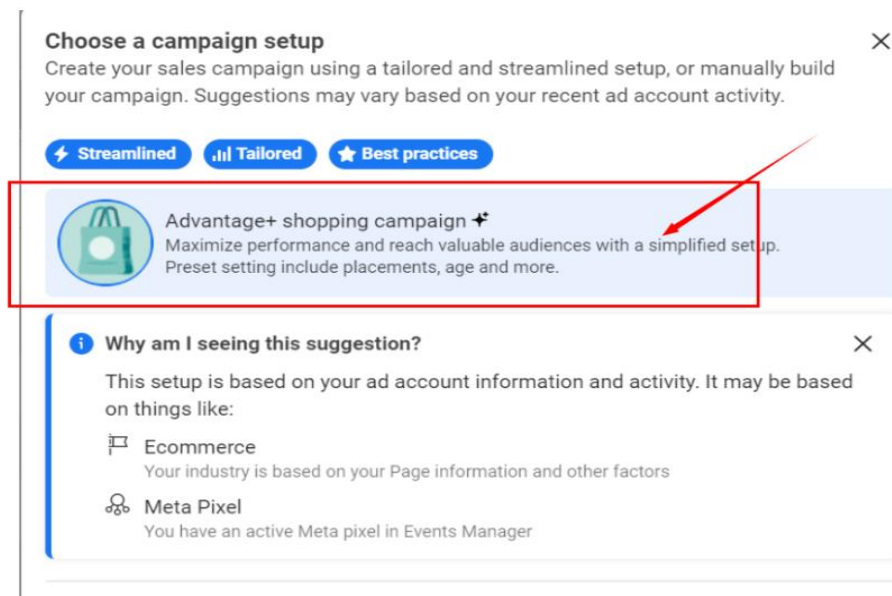
各国生成式 AI 数字广告支出



Meta ASC与传统广告投流的核心区别

- ◆ **自动化优化**：可以实现广告创建流程的自动化，一次可自动生成多达150个创意组合，极大提高广告创建的效率，节省广告主的时间和精力。
- ◆ **个性化展示**：实时“盯”着用户的行为和兴趣变化，灵活调整广告内容，缓解创意疲劳，精准抓住用户兴趣点，提高转化率。
- ◆ **简化操作**：利用自动化技术大幅简化广告设置与管理的繁琐流程。广告主仅需配置基础广告参数，系统即可智能接收并完成深度优化任务。
- ◆ **数据驱动决策**：通过大数据分析，自动收集和分析广告投放的数据，并生成详细报告。

Meta ASC广告个性化页面展示

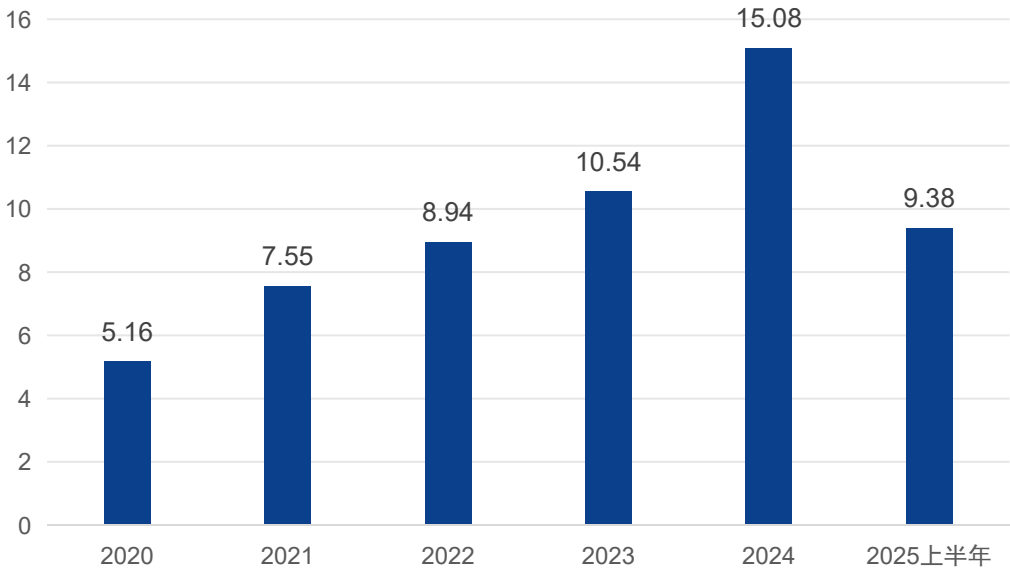


Meta ASC广告优势

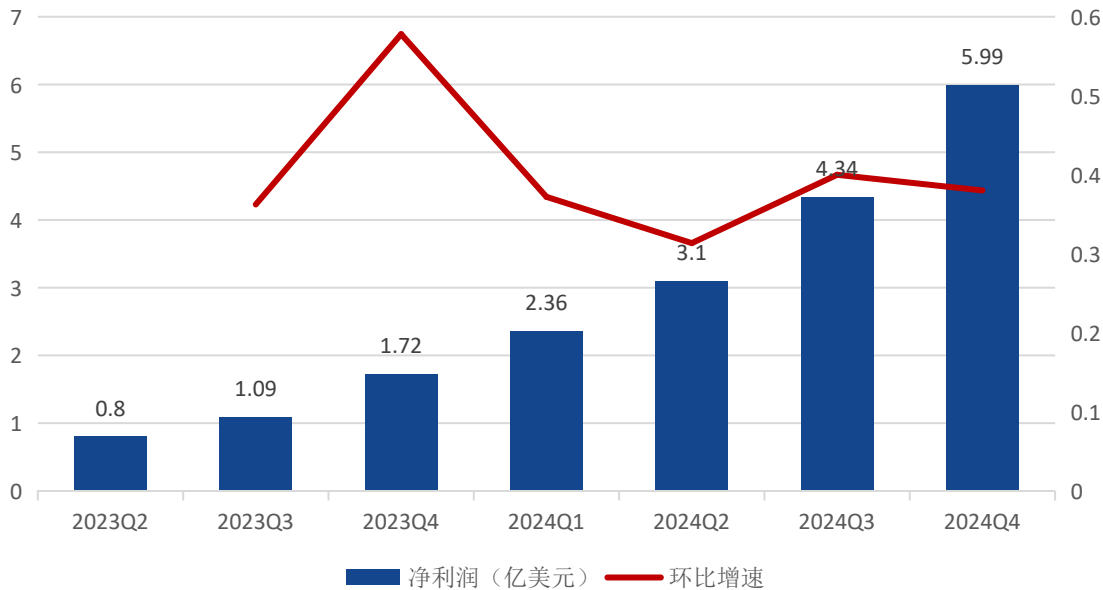


- ◆ Mobvista在人工智能和机器学习技术方面的投入持续取得成果。自2023年以来，集团已显著扩展基于人工智能的智能竞价解决方案，并成为推动集团广告业务收入和利润中增长的关键引擎。2025年上半年，公司核心平台Mintegral的收入增长48.6%，达到8.97亿美元，其AI驱动的智能竞价系统在推动业绩增长方面发挥关键作用，贡献Mintegral总收入的80%以上，助力平台整体增长。
- ◆ AppLovin展示出业务流与数据积累的闭环是推动公司长期竞争力和可持续增长的核心要素。AI加持的广告平台：精准投放与创意优化，并通过数据积累完成从用户行为到广告反馈的流程。
 - 流量供应(手游|App SDK)—数据收集—Axon 模型—广告匹配—广告主 ROI。

Mobvista收入（亿美元）



Applovin净利润



- ◆ 蓝色光标2025年前三季度营收超500亿，扣非净利2.27亿同比增长85.53%。2025年前三季度，AI驱动业务收入达24.7亿元，全年将实现超30亿元的既定目标。今年以来，蓝色光标持续加大AI应用投入，研发费用达6679万元，较去年同期增加85.84%。
- ◆ 易点天下打造“服务+产品”双轮驱动战略成效显著，跨境电商领域市占率稳步提升同时，深耕智能家居、新消费、短剧、AI产品等高潜力赛道，头部客户的LTV及合作粘性显著提升；zMaticoo程序化广告平台保持高速增长，其SDK与DSP2.0的双端重构升级已完成，显著优化了供需两端的服务效率与数据。

蓝色光标推出达人营销AI Agent——星合·达芬奇（Da Vinci）

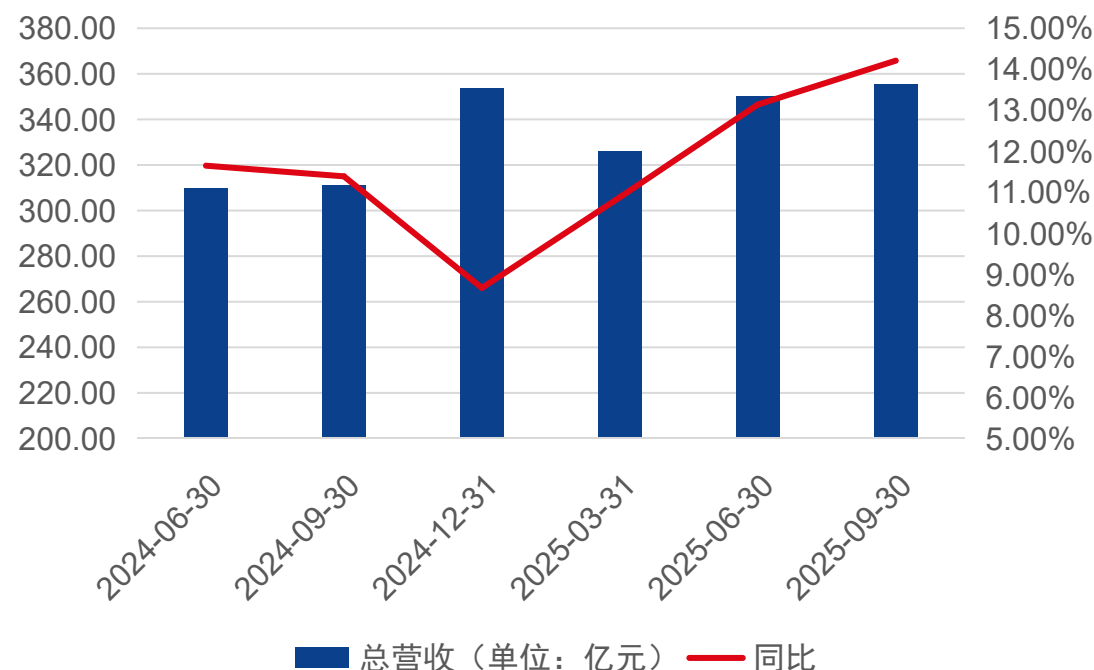


易点案例：Poly. AI高效打通三大关键市场



- ◆ 2025年第三季度，快手受益于线上营销服务、直播业务、电商业务及可灵AI业增长带动，线上营销服务收入为201亿元，同比增长14%，收入增加主要是由于借助AI技术持续升级线上营销投放产品。其他服务收入为58.78亿元，同比增长41.3%，主要是由于电商业务及可灵AI业务的增长。
- ◆ 2025年第三季度，DAU同比增长2.1%至4.16亿，创历史新高，单DAU日均使用时长达134分钟；MAU为7.31亿，同比增长。平台通过精细化用户增长策略，降低获客成本，提升ROI；优化流量分配机制，提高用户满意度和留存率
- ◆ 截至今年7月，可灵AI全球用户规模突破4500万，累计生成超过2亿个视频和4亿张图片，这些创作者数据在AI引擎的驱动下正持续更新中。

快手营业收入

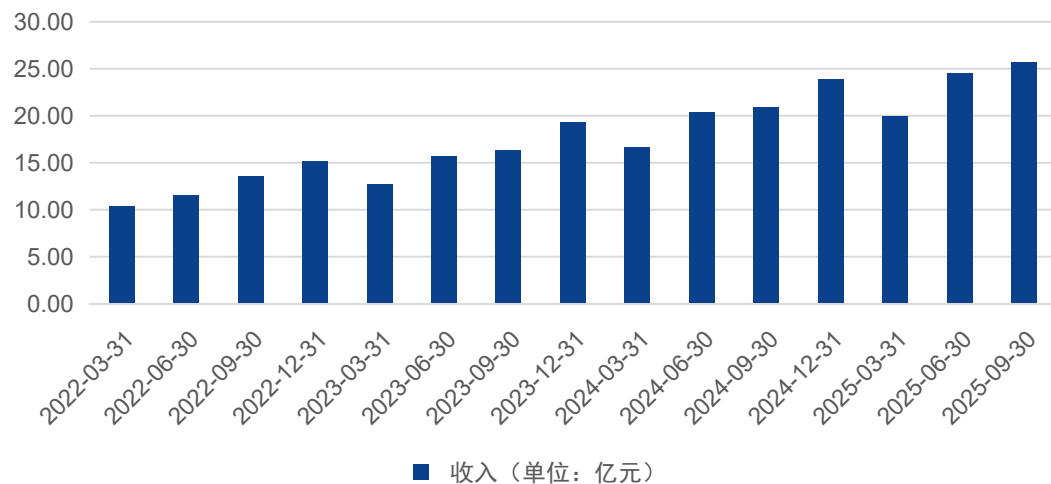


可灵O1部分功能：全能指令：多模态输入，全能创作编辑

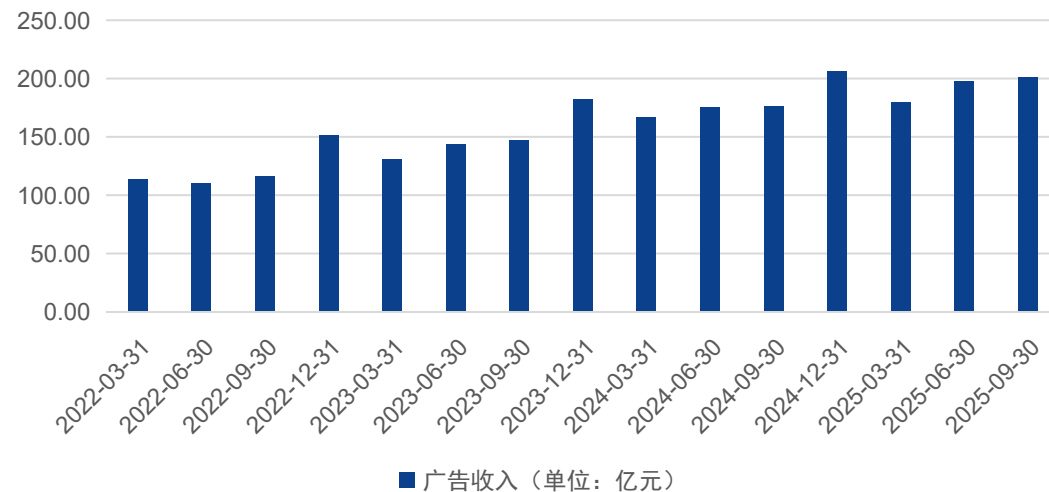


近年主流互联网平台广告相关收入持续增长

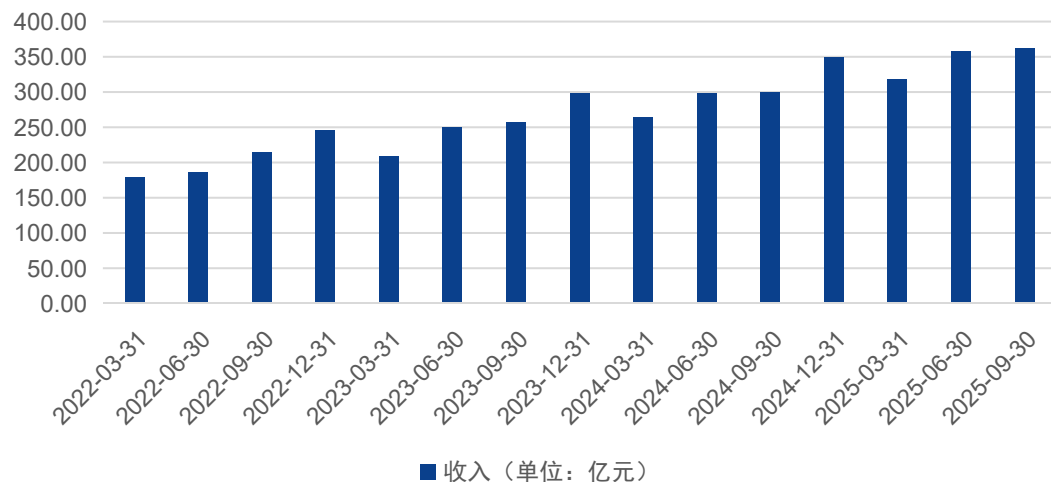
BLIBILI：广告收入



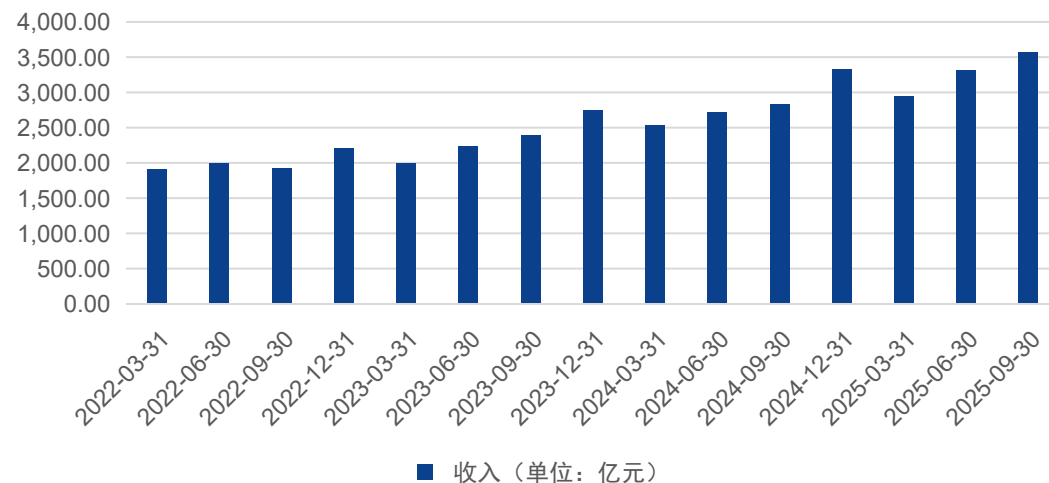
快手：线上销售服务



腾讯控股：营销服务业务



META：广告和支付费用收入

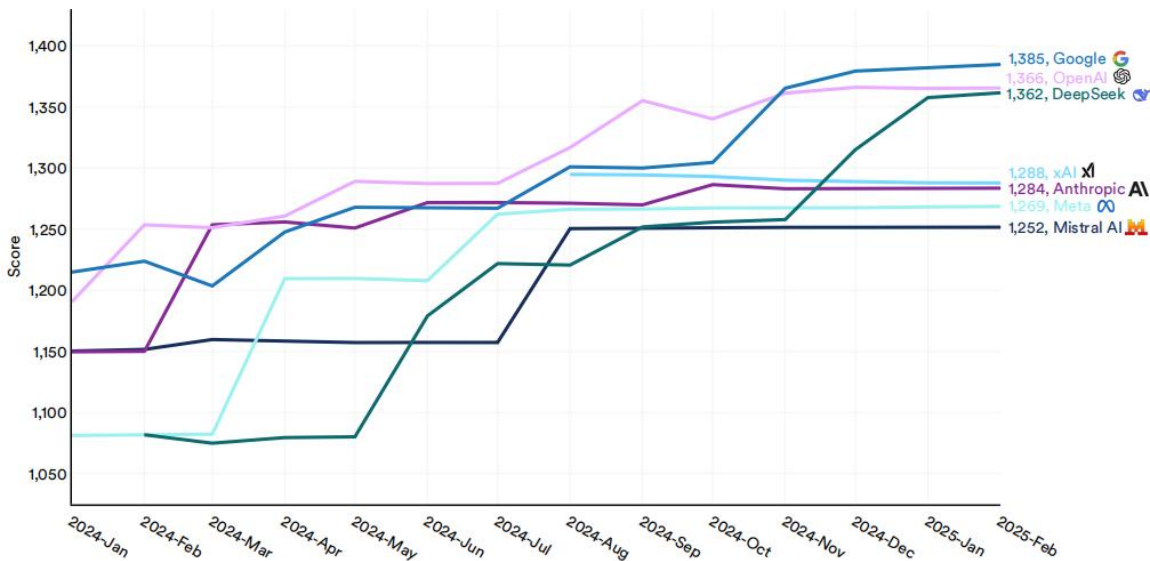


- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

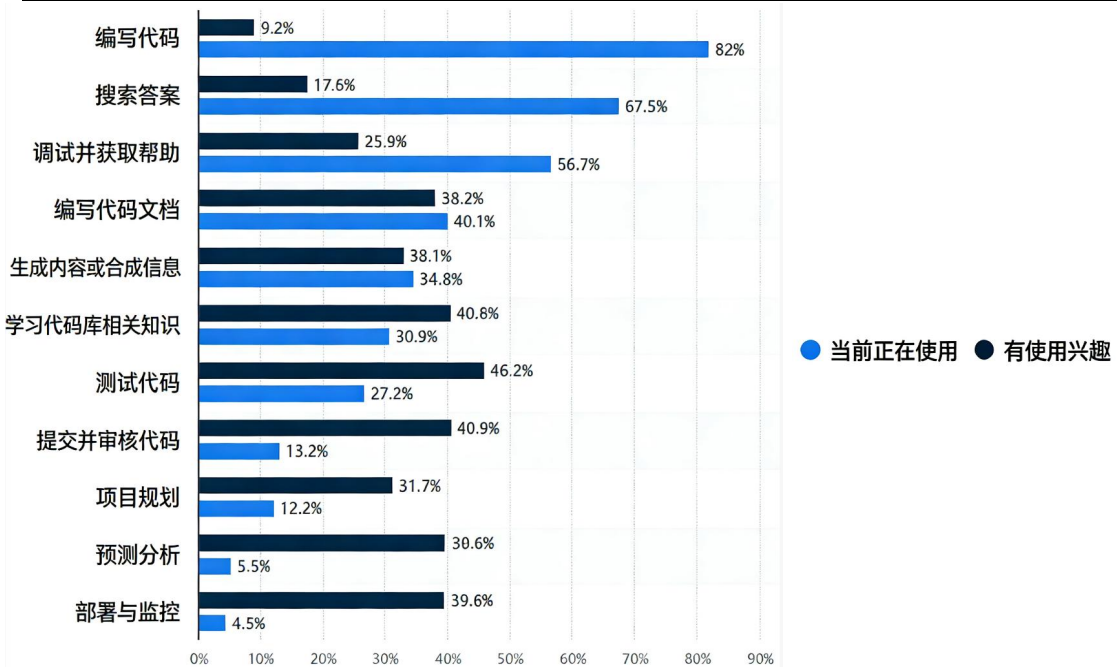
大模型性能提升，AI赋能软件开发与维护

- ◆ 人工智能持续在语言理解与生成、检索增强生成、代码生成、数学推理、计算机视觉、语音识别及智能体AI等领域取得进展。随着竞争日趋白热化，人工智能模型在前沿领域的性能已趋同，各模型性能差距持续收窄。2024年AI指数显示，在Chatbot Arena AI排行榜上，最高排名与第十名模型的性能差距曾达11.9%，到2025年初，这一差距已缩小至5.4%。
- ◆ 近年来，大型语言模型（LLM）已发展成为熟练的代码编写者，据《福布斯》2024年7月报道，人工智能可以将开发人员的工作效率提高126%；Stack Overflow开发者调查发现，有82%的开发人员使用AI工具编写代码。

精选提供商在LMSYS Chatbot Arena上的顶级模型性能



截至2024年，全球开发者在开发工作流程中最常用的AI应用场景



- ◆ 近年来，语言模型的编程能力日益精进，以至于诸如HumanEval等基础性编程基准测试正逐渐趋于饱和。为此，研究人员已将重心转向在更复杂的编程挑战中对LLM进行测试，其中SWE基准测试集和Chatbot Arena平台突显出大语言模型在传统高难度任务上的快速进步。
- ◆ 截至2023年底，SWE基准测试集上表现最佳的模型得分仅为4.4%，到2025年初，顶级模型OpenAI的o3模型已成功解决了验证基准集71.7%的问题；Chatbot Arena平台新增代码筛选功能，为开发者和广大用户提供评估模型编程能力的不同视角。Elo评级显示，当前编程领域表现最佳的LLM是Gemini-Exp-1206，竞技场得分高达1,369分，紧随其后的是OpenAI最新推出的o1模型，得分1,361分。在中文模型中，DeepSeek-V3以1,317分位居榜首，与最高排名模型的差距为3.8%。

SWE基准测试：解决率（百分比）

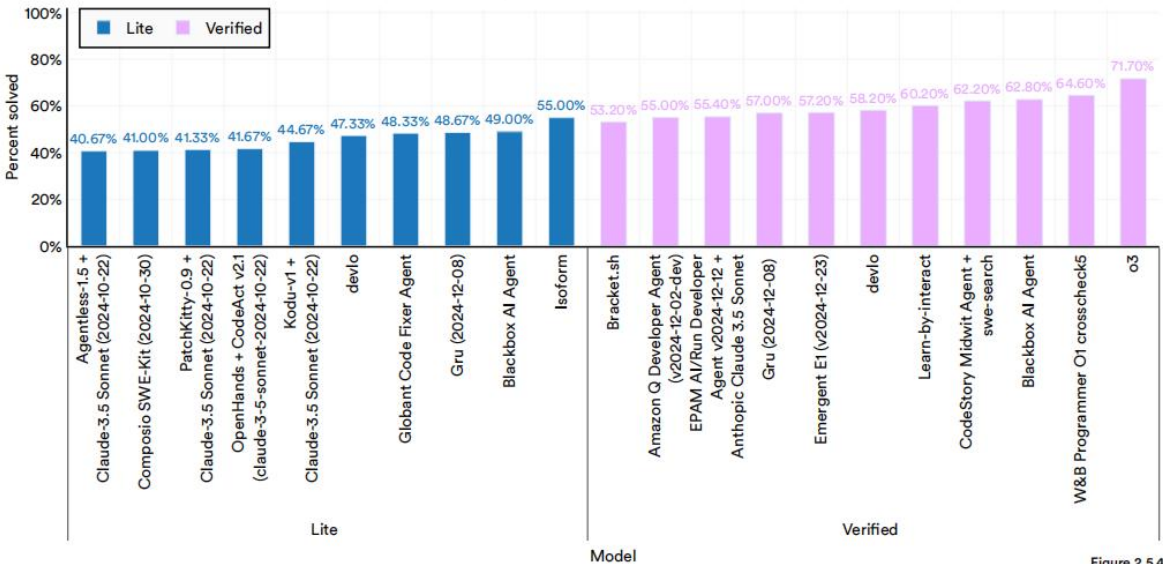


Figure 2.5.4

LMSYS Chatbot Arena for LLMs: Elo评级

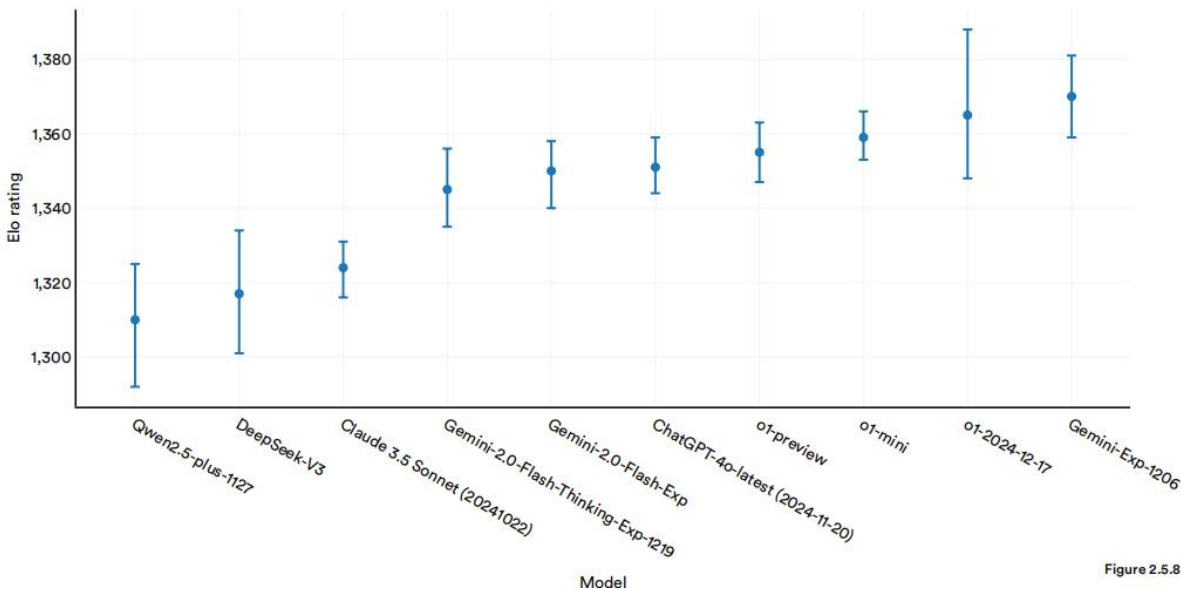


Figure 2.5.8

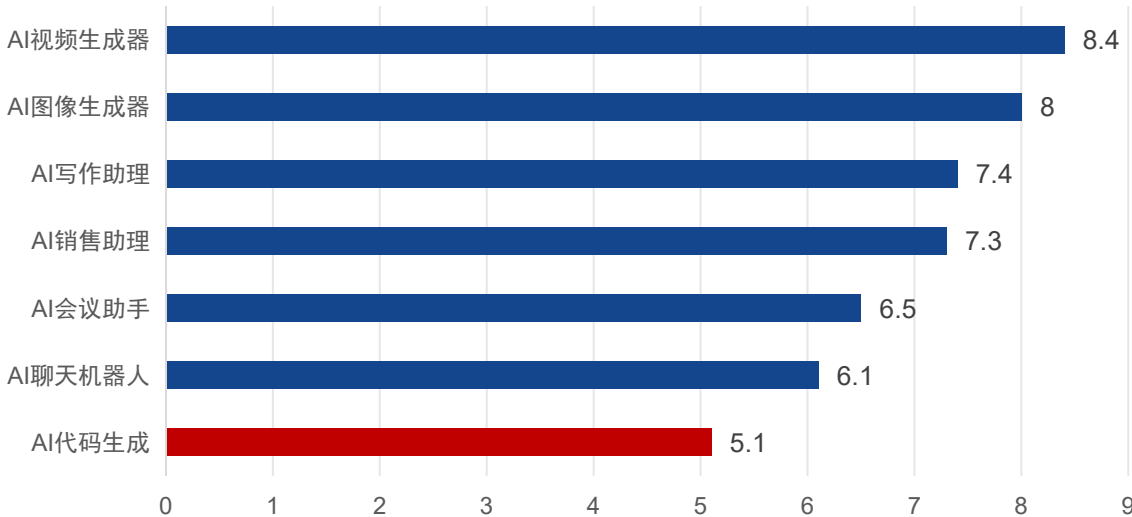
应用场景不断丰富，AI代码生成投资回报加快

- ◆ 人工智能在软件开放领域的应用场景包括但不限于AI驱动的代码生成、自动化测试和调试器、自然语言到代码的转换等。目前AI编码助手可以实时提供代码建议和自动代码补全，并通过机器学习、预测分析和自然语言处理相结合，提高测试和识别代码错误的速度和准确性，NLP还可以用于从普通人类语言中提取描述，并基于以往经验和庞大的代码库将其转换为代码片段，拓展编码的可及性。
- ◆ 此外，G2 Research数据显示，AI代码生成是所有AI工具类别中投资回报最快的，近几个月平均投资回报时间缩短了一半及以上，仅需5.1个月。

人工智能在开发中的核心应用



AI工具平均投资回报时间（单位：月）

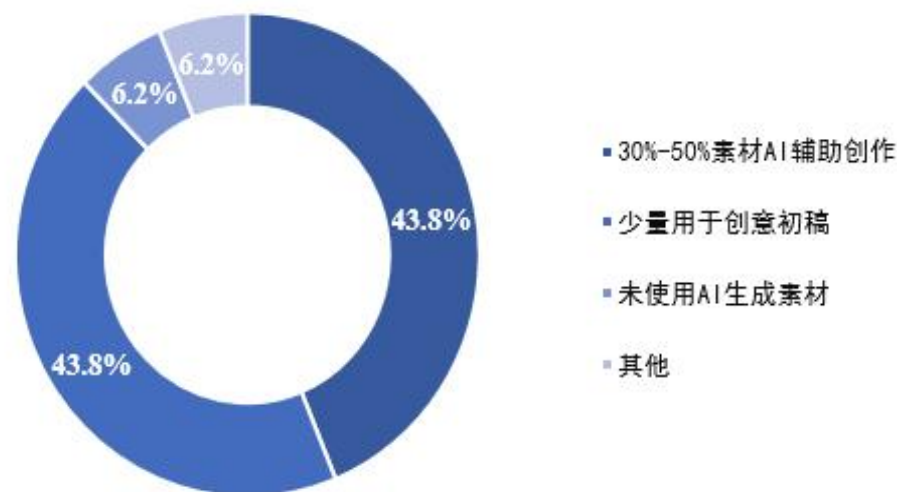


- ◆ 根据《游戏企业AI技术应用报告》数据，AI技术在游戏研发环节的应用率很高，已达 86.36%，成为驱动游戏产业升级的重要工具之一。当前游戏研发环节中，AI以"辅助探索使用"为主(占比73.7%)，尚未改变研发环节由人力主导的基本模式。
 - AI技术在可自动化、重复性高、数据驱动的环节应用最广
 - AI技术被应用于辅助生成内容(音频、地图等)和辅助系统设计(玩法、数值等)尚未成为主导
 - 高创意、强主观环节AI目前难以自主进行系统性创意构建，仍处于辅助探索角色。
- ◆ 在游戏发行与运营环节中，AI技术应用率达77.3%，主要聚焦于市场推广、产品运营和安全与反作弊三大场景，解决了游戏运营中海量物料创作与实时监控的痛点。

游戏研发业务使用AI技术情况



市场推广场景中宣发素材制作的AI应用情况

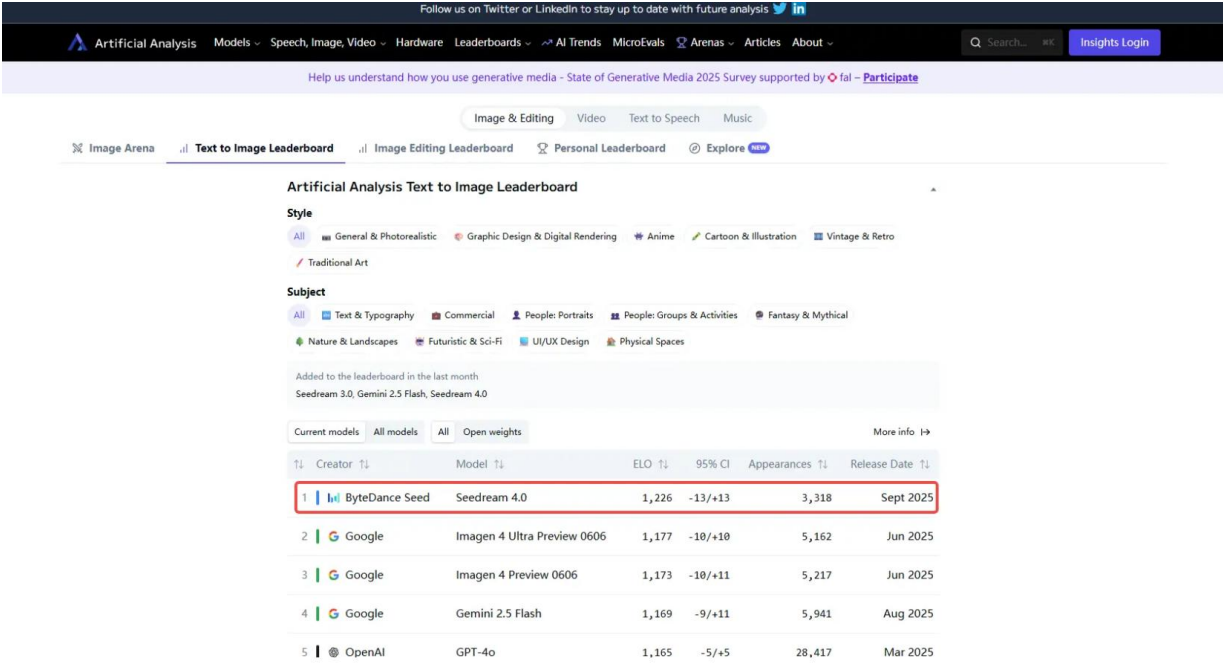


- ◆ 字节跳动将AI应用于多领域，陆续推出AI聊天助手“豆包”、AI应用开发平台“扣子”、AI创作工具“即梦”、“星绘”和“猫箱”等。
- ◆ 其中，全新多模态大模型——即梦AI图片4.0近日正式上线，对标NanoBanana，并在多个维度上实现突破技术亮点全面升级。该模型基于字节跳动自研的seedream4.0，采用同一套架构实现文生图与通用编辑能力，同时融入常识和推理能力，在文生图与图像编辑两个场景各维度的评测中均位居业界头部水平。
- ◆ Dreamina Seedream 4.0是字节跳动最新、最先进的AI图像模型，在人工智能分析排行榜上位居榜首，超越Imagen4和GPT-4o。Seedream 4.0为AI图像模型树立全新标准，其超快的生成速度可在1.8秒内生成2K画质的图像，并支持高达4K分辨率的视觉效果，最多可处理6张参考图像。

文生图和图像编辑任务综合评测

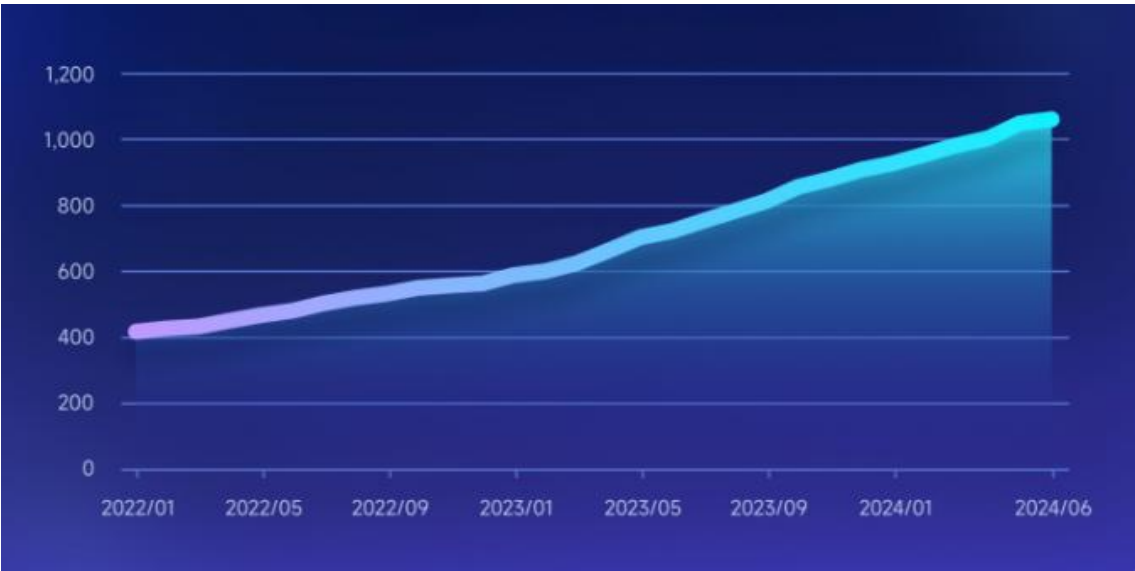


人工智能分析排行榜

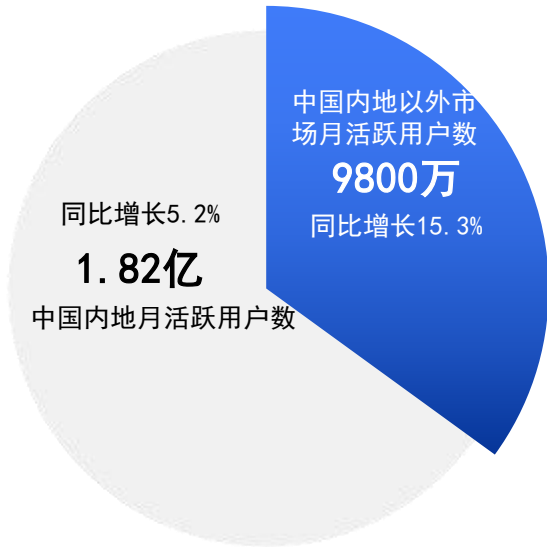


- ◆ 美图是为数不多通过AI规模化盈利的公司，在AI的驱动下，美图全球VIP会员数突破千万，从2023年的719万增长至2024年的1063万，创下历史新高，以AI工作流助力行业 and 用户提效。目前，美图的应用层有AI图像、AI视频、AI设计、AI营销四大模块，生态层由中国领先的视觉创意平台站酷和美图AI助手RoboNeo提供服务，模型层由美图奇想大模型（MiracleVision）为全系产品提供AI模型能力。
- ◆ 在生产工具领域，美图针对不同市场用户的差异化需求，构建覆盖图像、视频及设计领域的AI工具矩阵，如AI商品图、AI提词器等。截至2025年6月30日，美图公司生产工具的付费订阅用户数达180万，在生产场景的月活跃用户数为2300万，同比增长21.1%。
- ◆ 截至2025年6月30日，美图公司全球月活跃用户数达到2.8亿，同比增长8.5%。其中，中国内地以外市场月活跃用户数为9800万，同比增长15.3%。凭借“AI换装”“AI超清”“AI闪光灯”荣获国内外多个应用商店榜第一。

美图全球VIP会员数（万）

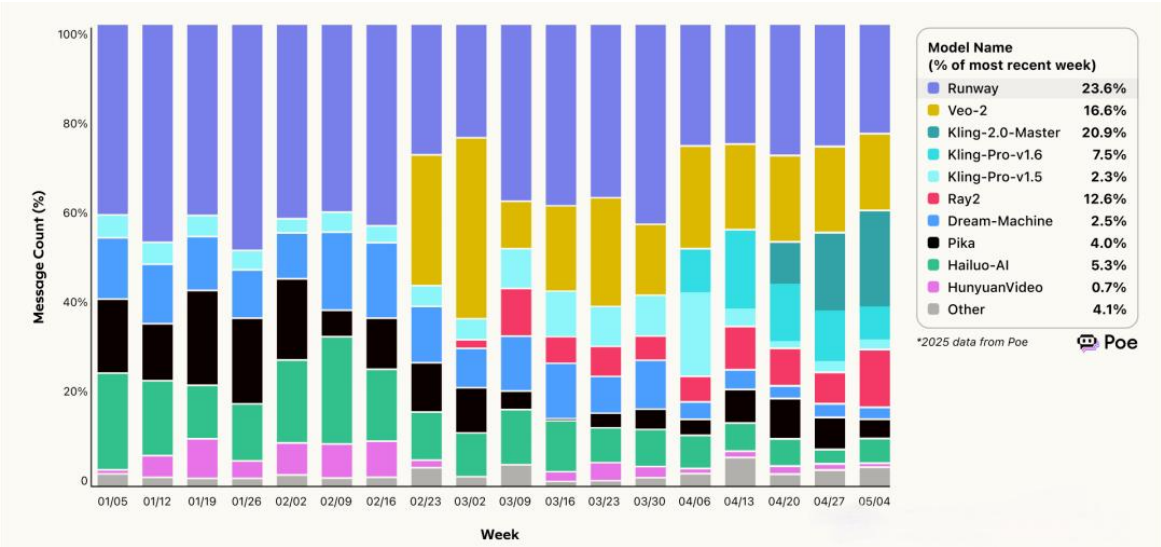


美图全球月活跃用户数



- ◆ 在竞争不断加剧的背景下，快手正努力重构新的增长逻辑，AI的进展被视为关键指标，其中可灵AI的表现极为亮眼。
- ◆ 根据Quora旗下大模型平台Poe最新发布的模型使用趋势报告，今年1-5月，在文生视频领域，可灵系列模型总共占据的份额达到30%，并且在可灵2.0大师版上线后，Runway的份额几乎腰斩，下降至23.6%，降幅约四成。除获得用户认可外，可灵也给快手带来资金收入，2025年第一季度可灵AI收入超1.5亿元，第二季度收入超2.5亿元。
- ◆ 快手可灵团队推出的全新数字人功能已在可灵平台正式上线，并构建基于用户偏好的GSB测评体系，与最先进的OmniHuman-1和HeyGen进行可视化对比，结果显示，Kling-Avatar在绝大多数维度上取得领先。

模型使用趋势

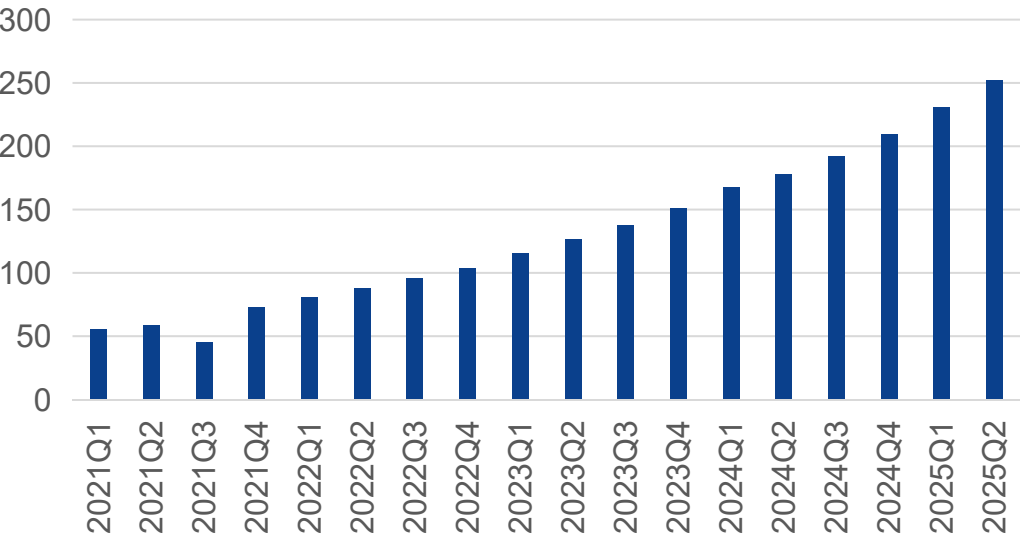


与OmniHuman-1和HeyGen的GSB可视化对比

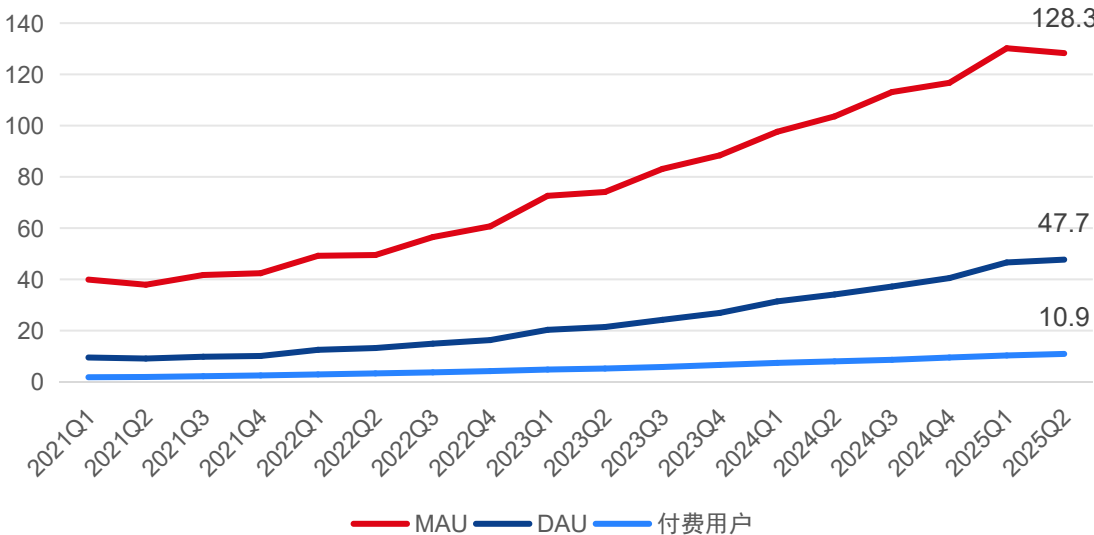
Category	GSB	Overall	Lip Sync	Visual Quality	Control Response	ID Consistency
Overall	Ours vs. OmniHuman	2.39	1.77	2.06	1.17	1.37
	Ours vs. HeyGen	1.37	2.35	1.76	0.76	0.86
Speech-En	Ours vs. OmniHuman	1.41	1.00	2.18	1.06	1.27
	Ours vs. HeyGen	0.79	1.22	1.51	0.83	0.76
Speech-Ch	Ours vs. OmniHuman	4.53	3.90	2.44	1.13	1.47
	Ours vs. HeyGen	1.22	2.26	1.93	0.79	0.82
Sing-En/Ch	Ours vs. OmniHuman	2.69	2.03	1.72	1.35	1.38
	Ours vs. HeyGen	2.90	7.69	1.89	0.97	0.70

- ◆ 多邻国宣布盈利超出预期并上调全年业绩预测后，其股价单日飙升32%，市值增加近50亿美元。得益于人工智能、高级订阅以及在用户留存方面取得的巨大成就，该应用程序实现增长。
- ◆ 多邻国2025年第二季度营收同比增长41%，达到2.52亿美元；净利润增长84%，达到4500万美元，合每股91美分。该公司将全年营收预期上调至10.1亿美元至10.2亿美元，高于此前预测的9.87亿美元至9.96亿美元，预订量预期也上调至11.5亿美元至11.6亿美元。
- ◆ 多邻国报告称，其每日活跃用户同比增长40%，达到近4800万，付费用户同比增长37%，达到1090万。多邻国的成功主要得益于其高端AI套餐Duolingo Max的增长，虽然价格高于标准Super套餐，但其新增的通过视频通话进行AI对话练习的功能吸引大量用户迁移至Max，并带来6%的单用户平均收入增长。

多邻国营业收入情况（百万美元）



多邻国的MAU、DAU、付费用户（百万）



- ◆ 可灵AI自2024年6月发布以来，产品已累计完成超20次迭代，全球用户规模突破2200万。今年一季度可灵AI的收入规模已经达到1.5亿元。继实现盈利之后，快手可灵AI的收入增速仍在提升。从收入结构来看，P（Prosumer，从事自媒体和营销行业的专业用户）端付费订阅会员贡献可灵AI将近70%的营业收入。
- ◆ 2025年Q1多邻国在用户层面得显著成果：MAU月活用户高达1.3亿，同比增长33%。DAU日活用户达4660万，同比增长49%、付费用户达1030万，同比增长40%。用AI驱动低成本内容生成上，新增近150门语言课程、此前开发100门课程耗时12年。

可灵收费模式差异（年付）

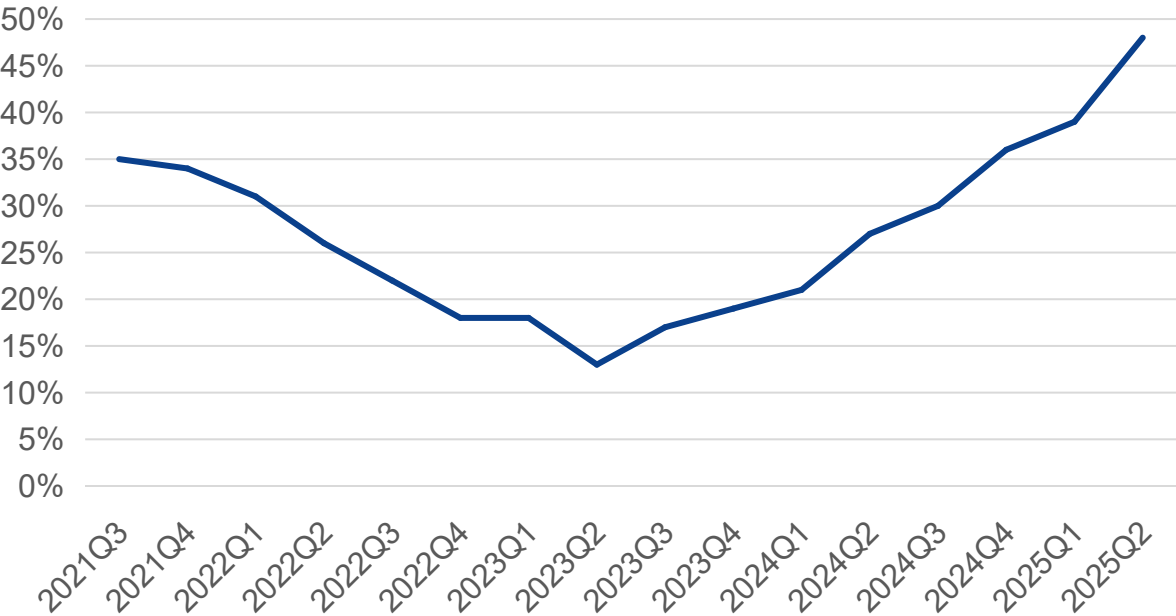
非会员	黄金会员 7折	铂金会员 7折	钻石会员 7折 最划算!
0元/年 永久	554元/年 单月46元 6.99元/100灵感值	2234元/年 单月186元 6.21元/100灵感值	5594元/年 单月466元 5.83元/100灵感值
当前使用	购买	购买	购买
✓ 登录每月送灵感值 ✓ 登录每月送会员功能体验	每月获得 660 灵感值 约生成 3300 张图片或 66 个标准视频 ✓ 专享快速生成通道 ✓ 高品质视频生成 ✓ 图片、视频去水印 ✓ 专享运镜与视频延长 ✓ 图片支持画质增强	每月获得 3000 灵感值 约生成 15000 张图片或 300 个标准视频 ✓ 专享快速生成通道 ✓ 高品质视频生成 ✓ 图片、视频去水印 ✓ 专享运镜与视频延长 ✓ 图片支持画质增强 ✓ 新功能优先体验	每月获得 8000 灵感值 约生成 40000 张图片或 800 个标准视频 ✓ 专享快速生成通道 ✓ 高品质视频生成 ✓ 图片、视频去水印 ✓ 专享运镜与视频延长 ✓ 图片支持画质增强 ✓ 新功能优先体验

AI驱动驱动产品创新（多邻国）

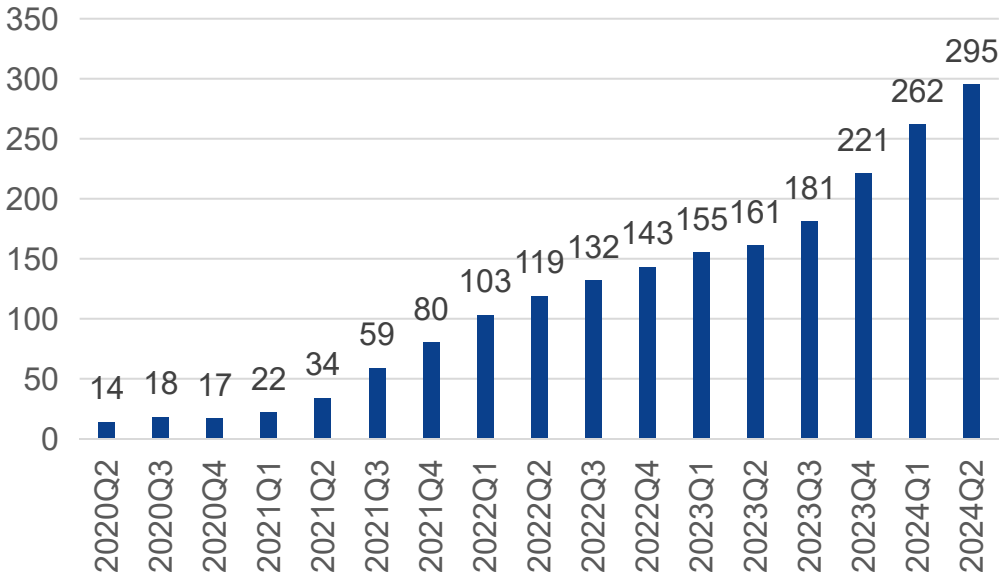


- ◆ Palantir公司自2021年初达到49%的季度增长率峰值后持续下跌至13%，直至2023年底，Palantir的增长速度持续加快，其主要驱动力为2023年初推出的人工智能平台AIP。Palantir的季度报告显示，2025年第二季度收入同比增长48%，环比增长14%，达到10.04亿美元，“40法则”得分高达94%，AI杠杆持续发力。
- ◆ Palantir的美国商业客户增长在2022年末至2023年初开始停滞，但在2023年第二季度发布AIP之后，客户数量再次加速增长。环比客户新增量出现明显的拐点，在AIP的推动下，净增客户在2023年第三个季度环比增长20个，在2023年第四季度环比增长40个，在2024年第二季度同比增长83%至295个。

Palantir的收入同比增长率

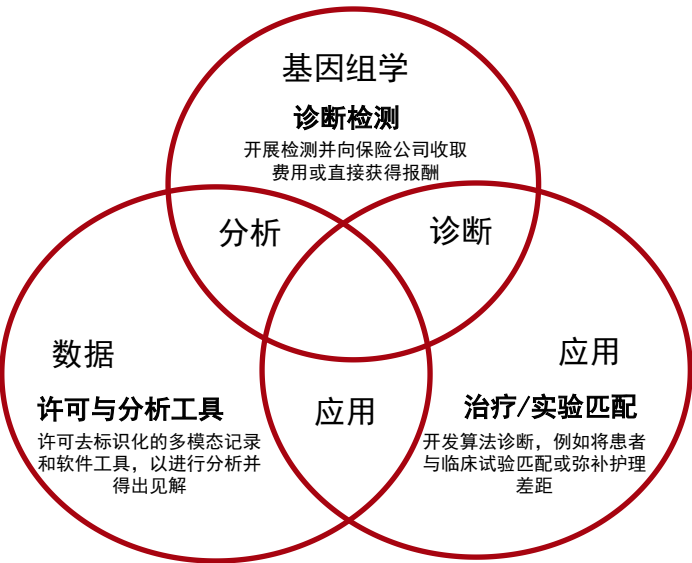


Palantir的美国商业客户增长情况

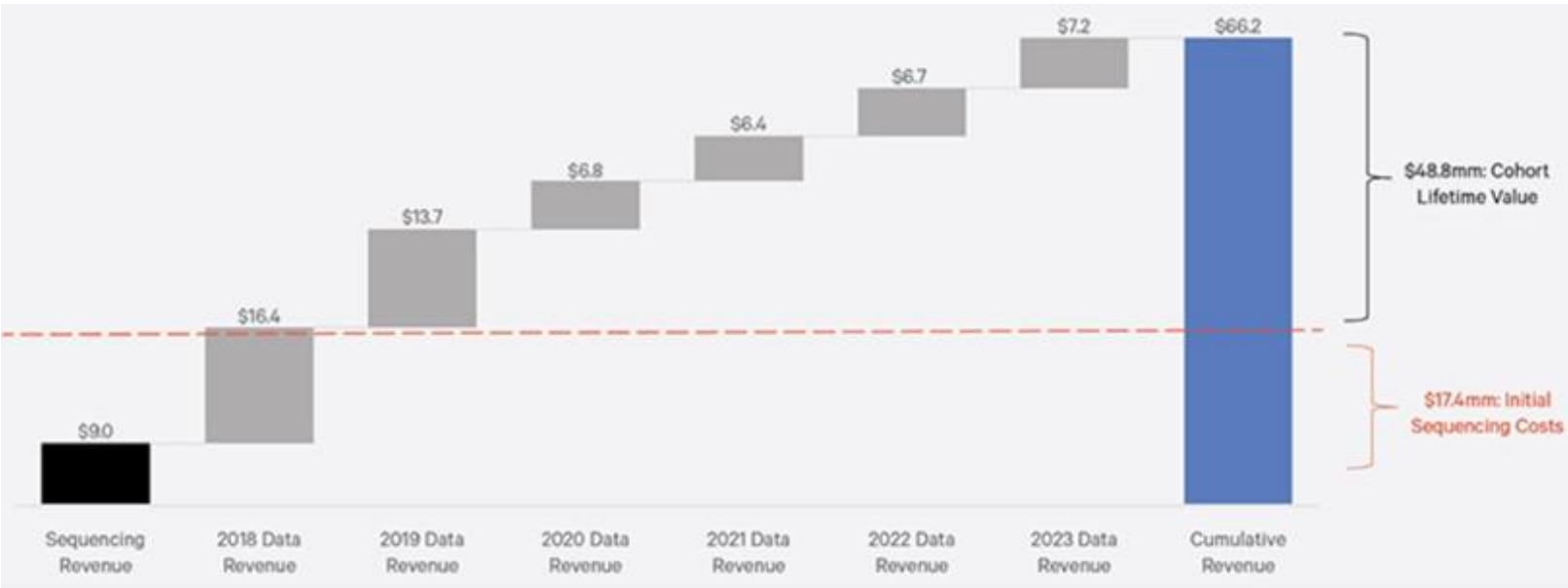


- ◆ Tempus AI是一家在医疗健康领域应用人工智能技术的公司，基因组学、临床数据和人工智能与数据分析构成Tempus的三条核心业务线，其数据网络覆盖超过2000家医疗机构的约450个专业数据库，积累超过9亿份文档和超过560万份匿名患者记录。此外Tempus还与多家制药公司建立合作关系，并在全球范围内与7000多名医生建立联系。
- ◆ 人工智能与数据分析业务的核心产品人工智能平台“Next”已在全美超过80家医院使用，每月为超过44000名患者进行筛查。
- ◆ AI技术并不直接为Tempus带来收入，而是作为促进其基因组学和数据服务业务的关键技术支撑。在招股书中，Tempus提出“群体终身价值”揭示其商业模式的潜在价值。2018年Tempus对大约7500名患者的样本进行测序，截至2023年12月31日，从2018年测序的患者群体中，Tempus通过测序、许可去识别化数据、分析服务和临床试验匹配，产生6620万美元的综合收入，刨去1740万美元的初始测序成本，该群体从2018年至2023年的“群体终身价值”为4880万美元。

Tempus AI的三大产品线

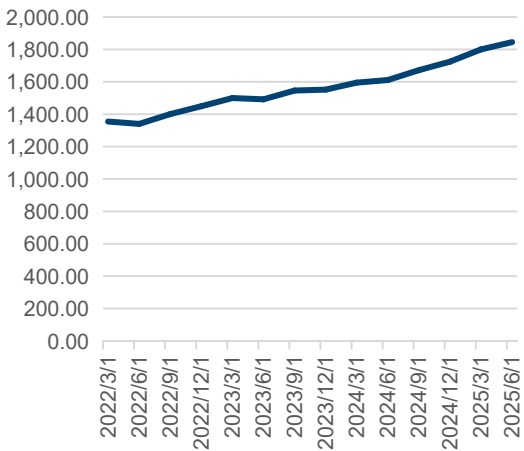


Tempus AI的“群体终身价值”情况

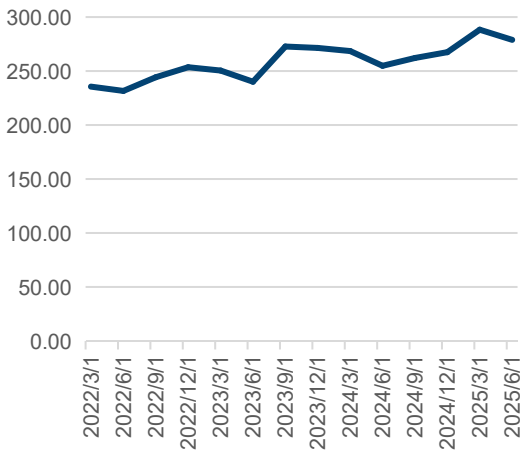


部分内容平台类公司按季度营业收入变化

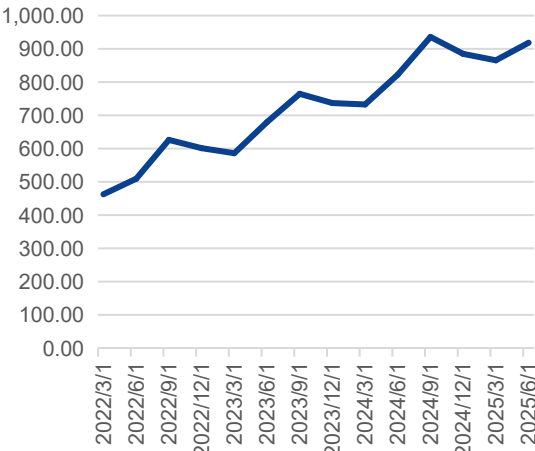
腾讯控股



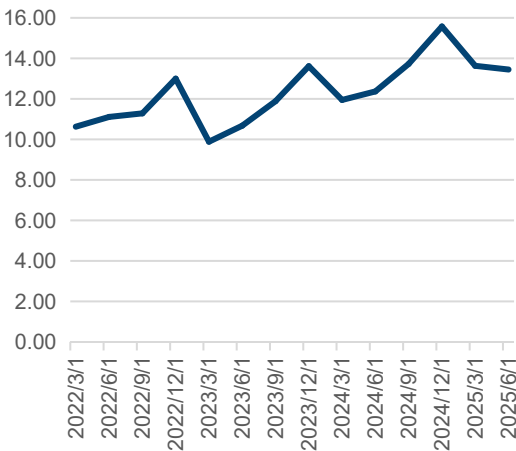
网易-S



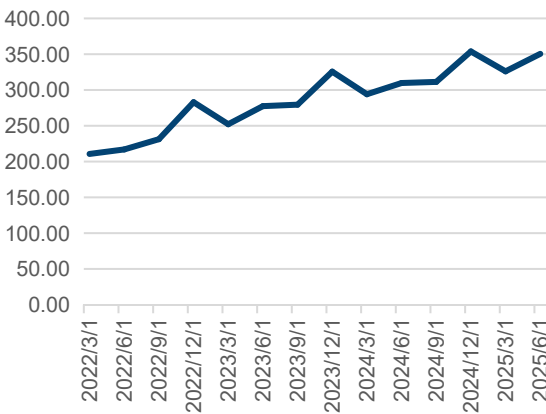
美团-W



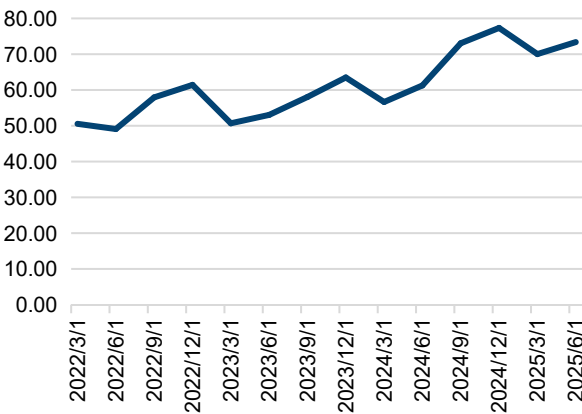
SNAP



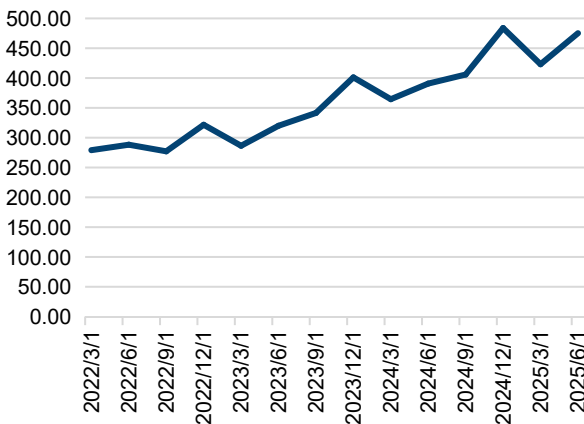
快手-W



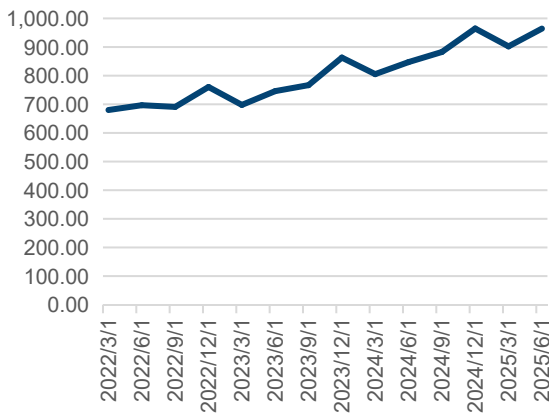
哔哩哔哩-W



脸书(META PLATFORMS)

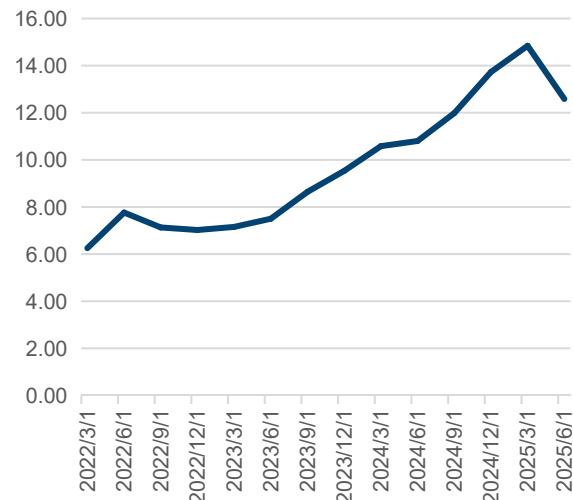


谷歌(ALPHABET)-A

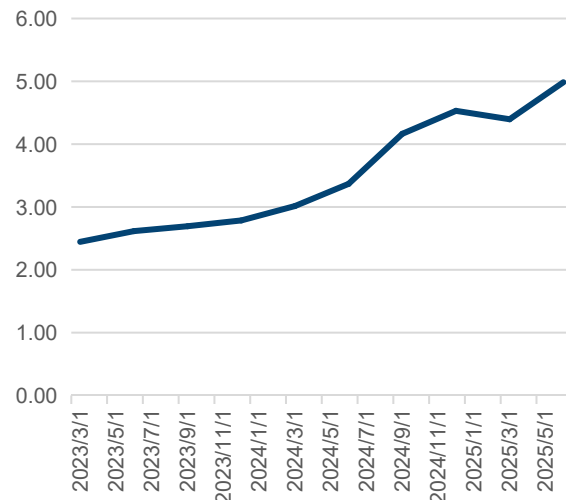


部分内容制作及营销公司按季度收入变化

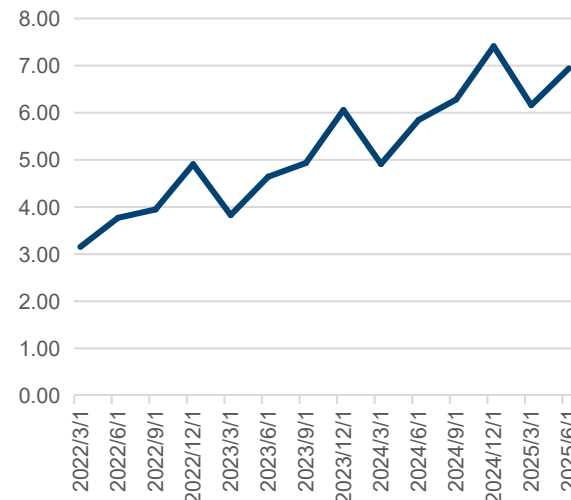
APPLOVIN



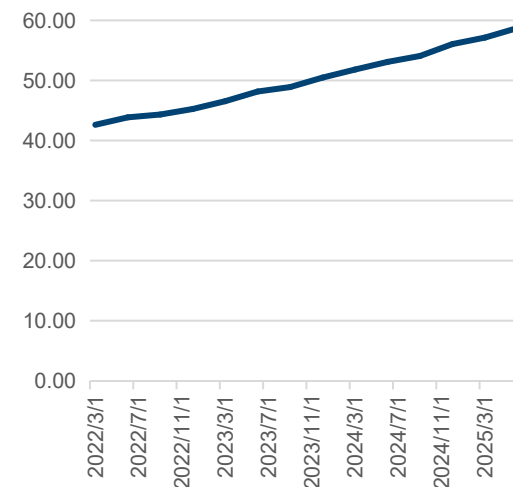
汇量科技



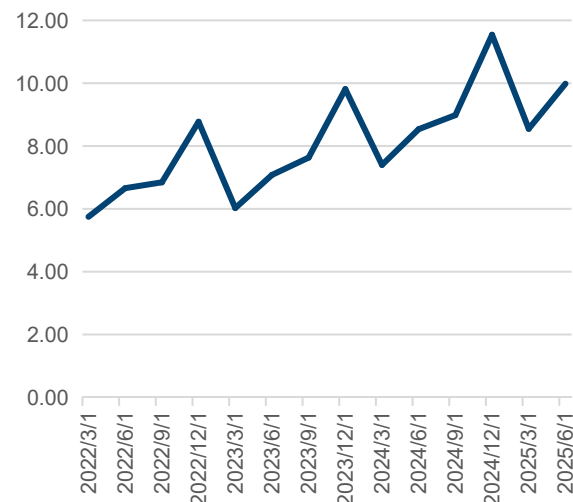
TRADE DESK



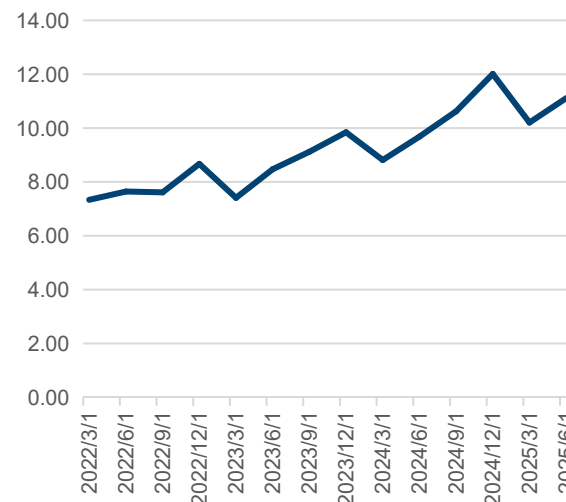
奥多比(ADOBE)



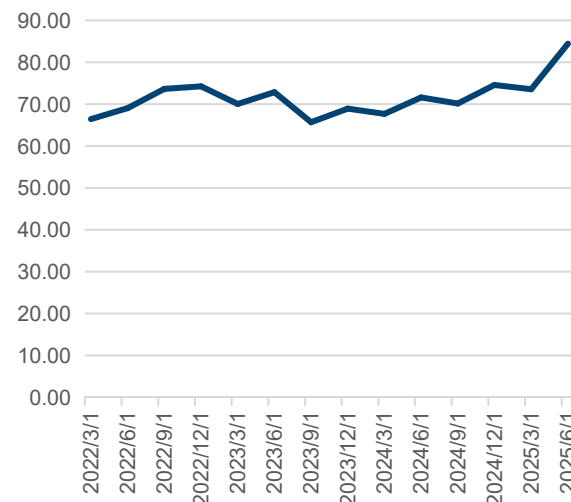
PINTEREST



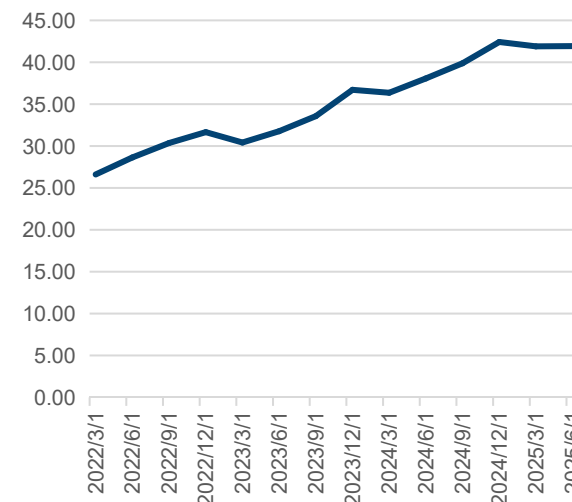
ROKU



腾讯音乐-SW



SPOTIFY TECHNOLOGY



- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

投资建议：建议关注内容、营销等显著受益于AI产业场景

- ◆ 随着2023年AI技术的爆发，市场关注度甚高。目前效果最明显的场景为内容制作与生成，包括文本、图片、视频、音乐、编程和语音等。对此市场一直在寻找在相关的增长模式与公司。但上述应用场景更多使用在了降本增效的环节中，无论是营销、游戏、互联网等，并未出现显著的AI创收或增收情况。
- ◆ 短视频与自媒体内容本身出现增长。伴随内容自身广度与深度的提升，使得自媒体平台上的用户画像更为丰富，进而强化用户画像、标签等，使得流量转化ROI出现显著提升。因此，与之相关的产业出现了新的发展机会，包括自媒体平台、广告营销、游戏、IP版权与相关技术付费等领域。如抖音、快手、B站、蓝色光标、Applovin、恺英网络、巨人网络、世纪华通、美图、腾讯音乐等配套场景。
- ◆ 内容生成的降本增效，带动如多邻国等在线教育公司可以快速通过AI生成扩大内容（课程种类），从而带动收入的增长。此外，水滴等保险销售公司利用AI带动电话销售出现快速增长。同时，拥有额外数据的公司，可通过AI技术强化数据分析的效果。
- ◆ 投资建议：AI技术的应用在直接转化为新的收入模式前，已经通过降本增效的方式，带动了包括内容制作、营销等传统业务的变革，与之对应的业务与付费场景亦出现新的投资机会。建议关注快手、Bilibili、美图、腾讯音乐、水滴公司、豆神教育、蓝色光标、恺英网络、巨人网络、世纪华通等。

- 01 全球AI产业高速发展
- 02 生成式AI渗透主流场景
- 03 AI带动内容与流量平台出现新红利
- 04 AI推动营销产业效率提升
- 05 AI多场景应用落地
- 06 投资建议
- 07 风险提示

- ◆ **AI技术发展、应用不及预期的风险：**如AI技术发展或应用落地不及预期，可能会影响相关公司与场景的发展，甚至影响整个AI市场的投资预期。
- ◆ **前期投入过大、影响短期业绩的风险：**由于AI研发与应用前期投入成本较高，有可能影响相关公司短期业绩。
- ◆ **相关政策限制风险：**AI应用仍处于行业发展的初期阶段，目前呈现多方向、高速度增长的态势，并且不断出现新的应用场景。相关法律与政策仍处于不断建立健全的过程当中，伴随行业发展，有可能出现限制性、规范性的法律法规。
- ◆ **全球宏观经济变化的风险：**受贸易战等外部国际因素影响，对于AI产业及相关公司的发展，可能受到难以预期的阻碍。

倪爽，华金证券研究所传媒行业首席分析师，2023年2月加入华金证券。曾任太平洋证券传媒互联网行业首席分析师。

17年证券投资分析从业经验，13年文化传媒&互联网行业研究经验，专于行业逻辑、知识产权、内容产业与元宇宙方向研究。

2020年，获得“金麒麟”传媒最佳行业分析师（协会颁发资质的评价机构新浪举办）；2018年，因三次获金融界“慧眼识券商”行业分析师擂台（文化传媒）前三名，作为全市场内传媒行业唯一多次上榜分析师，获得金融界“屡获殊荣明星分析师”荣誉。

公司投资评级：

- 买入 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于15%；
- 增持 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在5%至15%之间；
- 中性 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%至5%之间；
- 减持 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数跌幅在5%至15%之间；
- 卖出 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数跌幅大于15%。

行业投资评级：

- 领先大市 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数领先10%以上；
- 同步大市 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数涨跌幅介于-10%至10%；
- 落后大市 — 未来6-12个月内相对同期相关证券市场代表性指数落后10%以上。

基准指数说明：

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，美股市场以标普500指数为基准。

分析师声明

倪爽声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。

在法律许可的情况下，本公司及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或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。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，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。

在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示:

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

办公地址:

上海市浦东新区杨高南路759号陆家嘴世纪金融广场30层

北京市朝阳区建国路108号横琴人寿大厦17层

深圳市福田区益田路6001号太平金融大厦10楼05单元

电话: 021-20655588

网址: www.huajinsc.cn