

中国文娱业人工智能行业应用 发展图谱2023

易观分析
2024年1月



人工智能产业链联盟

星主： AI产业链盟主

 知识星球

微信扫描预览星球详情



01

文娱业人工智能行业应用发展背景

国家系统推进数字中国、网络强国、文化强国等建设，文娱行业把握数字化发展机遇

发布方	政策名称	时间	关键点提炼	政策导向
党中央	习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话，提出“两个结合”	2023.6	<ul style="list-style-type: none"> 把马克思主义基本原理同中国具体实际、同中华优秀传统文化相结合 “中华优秀传统文化有很多重要元素，共同塑造出中华文明的突出特性”，并用具有突出的连续性、突出的创新性、突出的统一性、突出的包容性、突出的和平性为中华文明“精准画像” 	强调文化自信、建设文化强国
	习近平总书记对网信工作“十个坚持”的重要指示	2023.7	<ul style="list-style-type: none"> 坚持党管互联网；坚持网信为民；坚持走中国特色治网之道；坚持统筹发展和安全；坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事；坚持筑牢国家网络安全屏障；坚持发挥信息化驱动引领作用；坚持依法管网、依法办网、依法上网；坚持推动构建网络空间命运共同体；坚持建设忠诚干净担当的网信工作队伍 	明确网络强国建设原则
	习近平总书记对宣传思想文化工作作出重要指示，提出“七个着力”重要要求	2023.10	<ul style="list-style-type: none"> 着力加强党对宣传思想文化工作的领导；着力建设具有强大凝聚力引领力的社会主义意识形态；着力培育和践行社会主义核心价值观；着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力；着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展；着力推动文化事业和文化产业繁荣发展；着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴 	习近平文化思想首次提出，强调意识形态重要性，坚定文化自信、建设文化强国
国务院	《数字中国建设整体布局规划》	2023.2	<ul style="list-style-type: none"> 大力发展网络文化，加强优质网络文化产品供给 推进文化数字化发展，建设国家文化大数据体系 提升数字文化服务能力，打造数字文化展示平台，发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式 	强调网络主权，多元化和和平意识
广电总局	《全国广播电视和网络视听“十四五”人才发展规划》	2022.12	<ul style="list-style-type: none"> 开展人才智力、内容供给、技术创新等合作 设立网络视听领域专业奖项 	鼓励媒体交流、全媒型人才培养
工信部	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》	2022.11	<ul style="list-style-type: none"> 加快“虚拟现实+”在感知交互、内容生产等领域技术突破，与文娱等行业融合落地 建设共性应用技术支撑、沉浸式内容集成开发、融合应用孵化培育等产业平台 举办案例征集活动，鼓励运营商参与建设内容开发中心、应用体验展示中心 	扶持虚拟现实产业发展，推动行业标准建设和先行先试
	《元宇宙产业创新发展三年行动计划（2023—2025年）》	2023.9	<ul style="list-style-type: none"> 构建先进元宇宙技术和产业体系，丰富元宇宙产品供给；打造沉浸交互数字生活应用，包括生活消费、公共服务、应急保障场景；构建可信元宇宙产品评估评测体系和健全元宇宙知识产权保护体系；建设云边一体、算网一体、智能调度、绿色低碳的新型算力 	推动元宇宙技术、产业、应用、治理
网信办	《生成式人工智能服务管理暂行办法》	2023.7	<ul style="list-style-type: none"> 明确发展和安全并重、促进创新和依法治理相结合，明确主体责任 鼓励生成健康优质内容，提高准确性和可靠性 	对AIGC态度为包容审慎，侧重内容生产源头治理和生态管理

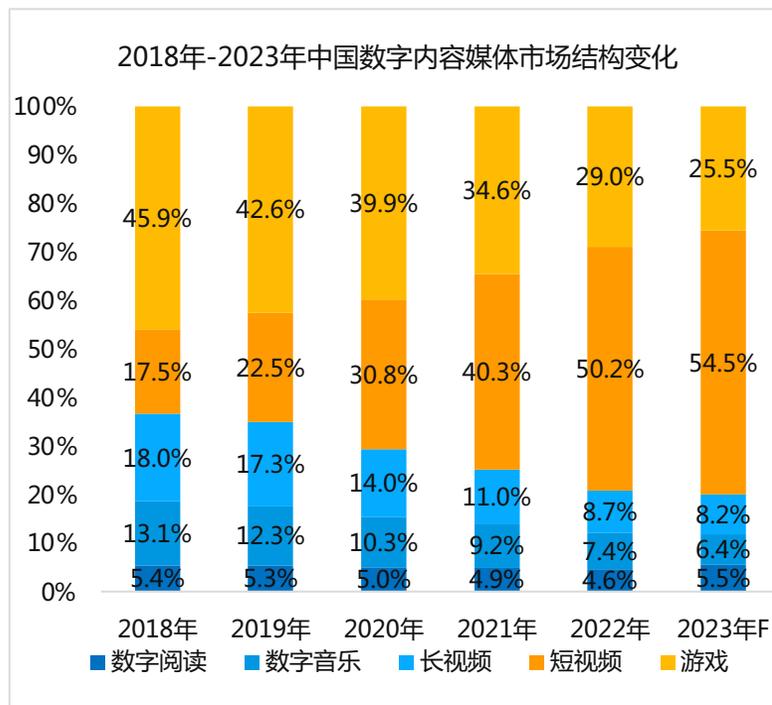
数字文娱市场回温，市场规模达到1.21万亿，短视频增长显著

聚焦中国数字内容媒体市场，预计2023年将在各个数字经济板块中率先回温，总体市场规模将达到1.21万亿，且增速拉回20%增长通道。从领域板块来看，视频部分成为最重要的核心板块。

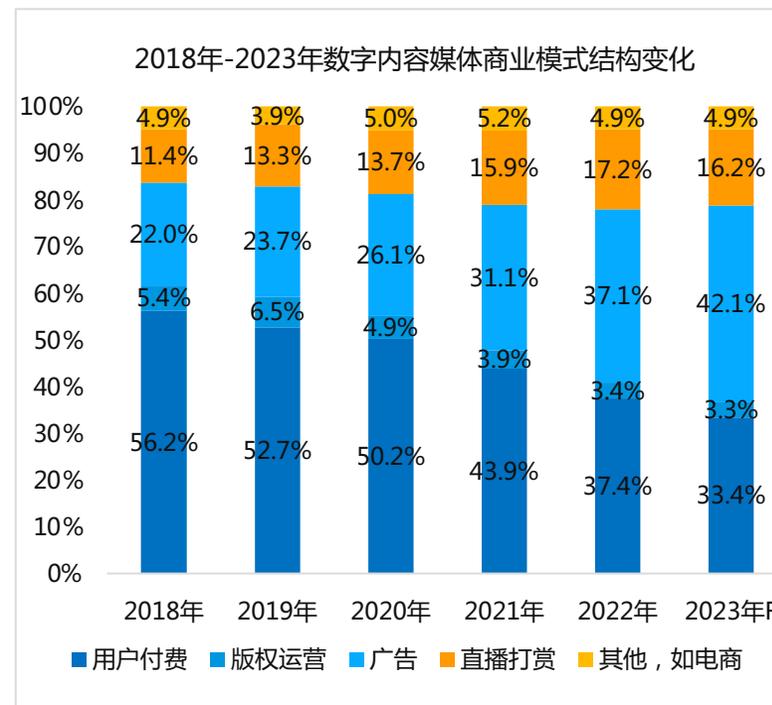
数字文娱市场规模稳定增长，增速回温



短视频业务板块增速显著，在数字文娱当中占比最高



用户付费与广告是主要变现模式，广告部分增速最快



数据定义：中国数字内容媒体市场定义包括阅读、音乐、长视频、短视频，以及游戏等；元宇宙XR硬件以及2B行业市场不包括在内，其他面向用户侧应用部分已经包含在上述统计范畴内
数据来源：市场公开信息，上市公司财报数据，易观分析测算

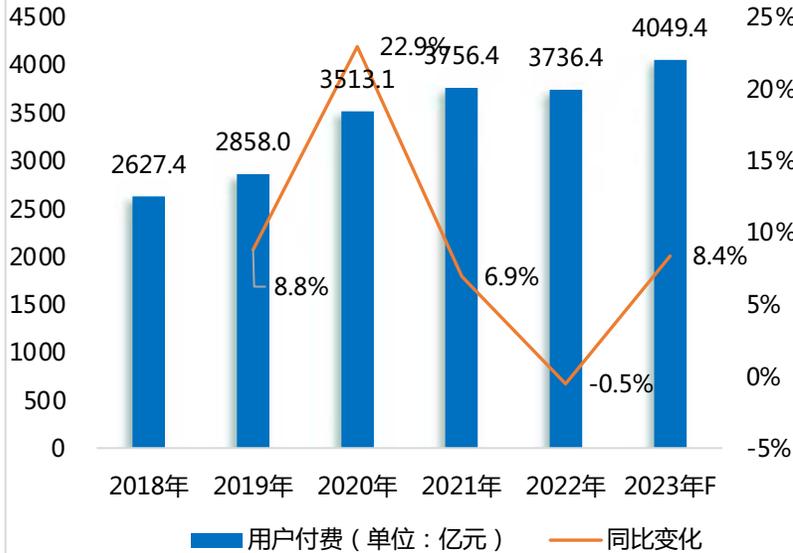
多元化商业变现效果显现，用户付费+广告拉动市场增长

用户付费是内容产业商业变现基本盘，核心用户为优质内容买单习惯已经养成，未来将保持稳定增长

IP变现当前侧重IP版权交易与多元化开发，未来发展需要关注IP衍生品开发以及IP全链路长周期运营能力升级

广告变现提速，成为内容产业核心收入来源，未来需要侧重提升流量运营以及商业产品运营与技术能力升级

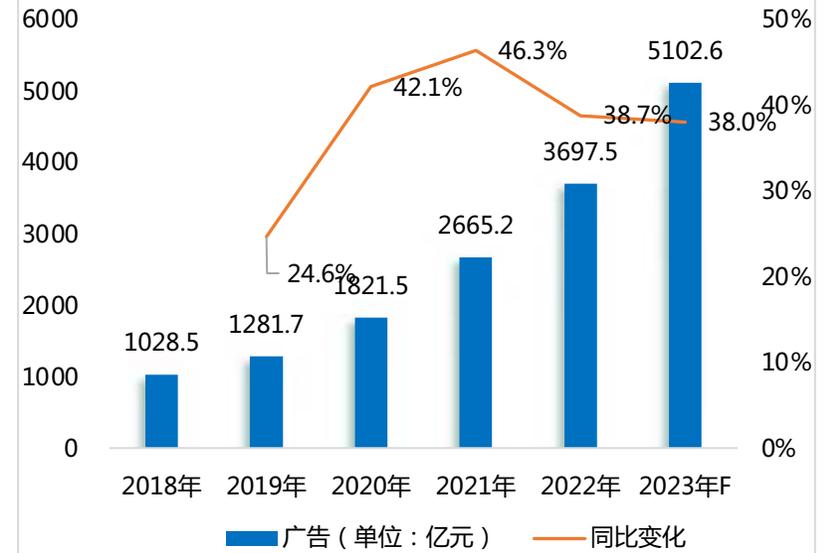
2018年-2023年用户付费部分市场规模



2018年-2023年版权运营部分市场规模



2018年-2023年广告部分市场规模



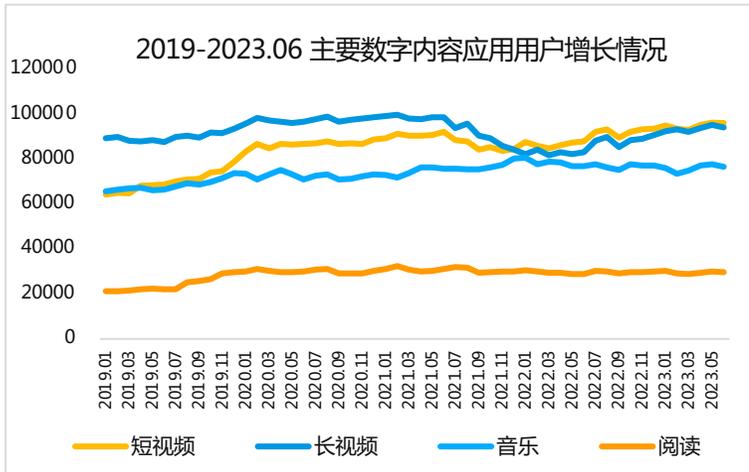
数据定义：中国数字内容媒体市场定义包括阅读、音乐、长视频、短视频，以及游戏等；元宇宙XR硬件以及2B行业市场不包括在内，其他面向用户侧应用部分已经包含在上述统计范畴内
数据来源：市场公开信息，上市公司财报数据，易观分析测算

用户增长乏力、IP价值经营以及强监管带来行业挑战

挑战1：用户增长放缓

挑战2：IP价值变现存在不确定性挑战

挑战3：文化产业面临强监管



- IP版权内容成本仍然占据相对比重
- 能否精准进行IP筛选，仍然困扰内容平台以及内容生产方
- 内容生产成本，尤其是多模态生产开发成本，能否实现降本提效，是行业发展主要挑战

- 党中央：推动媒体融合发展，做大做强主流舆论
- 媒体深度融合：保持内容定力，扩大优质内容产能
- 关心下一代：加强网络环境保护，运用新媒体传播正能量
- 网络空间命运共同体：构建发展、安全、责任、利益共同体

02

文娱人工智能行业应用发展图谱及 行业应用案例

文娱行业AI智能应用概述：提升文娱产业工业化水平，释放内容生产者效能

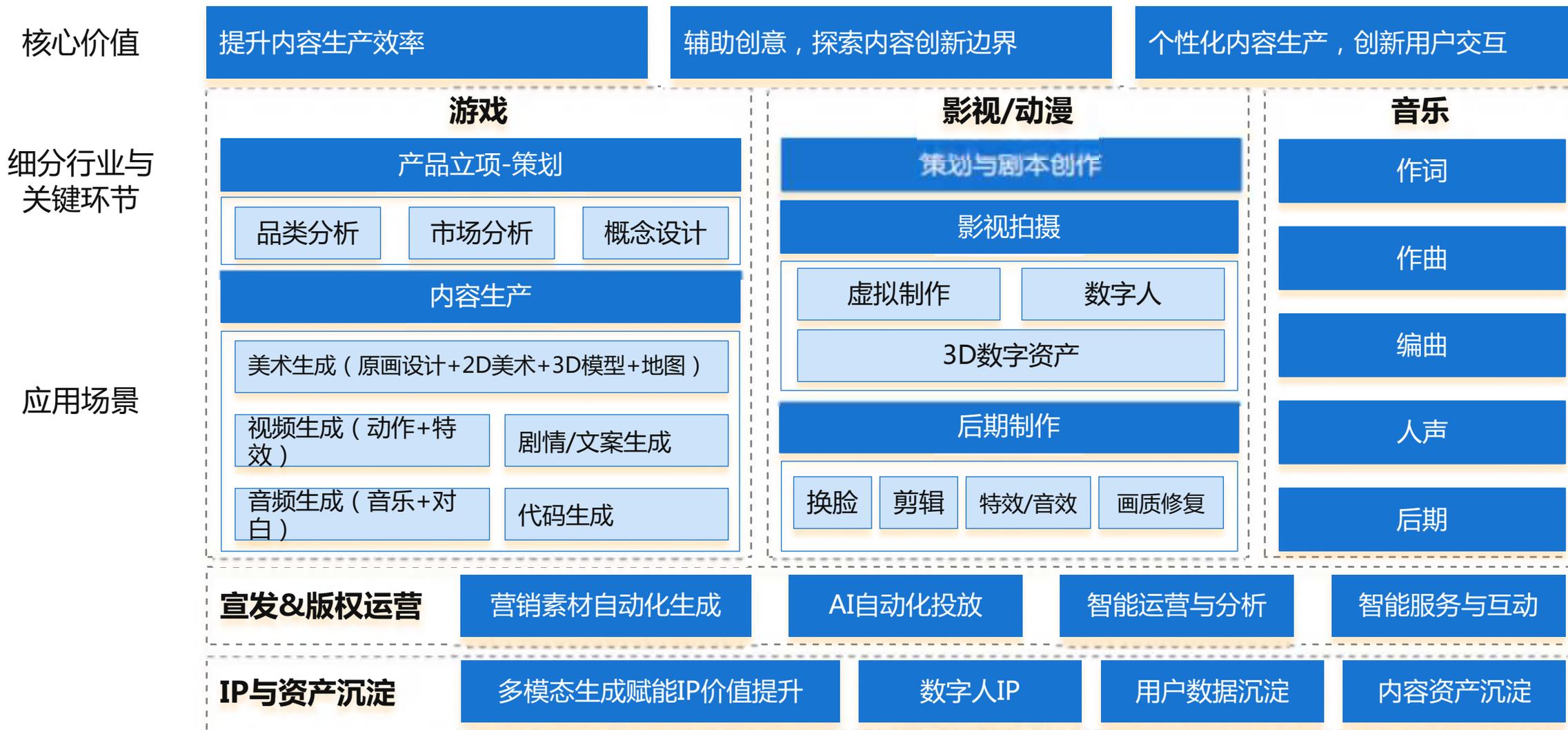
人工智能在影视文娱，以及游戏等行业具备广泛的应用场景，核心主线就在于内容生产力的释放与升级方面。一方面，整体提升文娱产业工业化水平，形成AI赋能全流程的工业化生产体系；另一方面，释放内容生产者的效能，专注于创意与情感共鸣等方面的方向。具体应用价值如下：

赋能文娱产业-PGC机构			赋能文娱产业-UGC
	提升内容生产效率	辅助创意	个性化内容生产，创新用户交互
游戏	游戏美术是AI落地，提升内容生产效率最为显著的部分，包括生成2D/3D任务、场景等资产；同时，在游戏剧情任务策划以及文本方面也发挥重要作用	一方面，通过AI辅助编剧进行多样化剧情故事线设计，另一方面，生成创意素材提供概念灵感与方向等	在MOBA、竞速、棋牌等品类方面，AI Bot用于对局陪伴等；在MMO、RPG等品类方面，通过智能NPC的应用，提升用户互动
影视/动漫	在影视，尤其是动画内容生产方面，通过虚拟制片、数字人、AIGC等综合运用，可以大幅度提升内容生产效率，压缩内容制作周期，控制内容生产成本	影视创作的核心故事主线与情感表达仍然需要人类编剧掌舵，但是在剧本创作、分镜故事版等方面，仍然可以为编剧提供灵感	目前主要是内容分发平台与用户交互方面发挥作用，包括内容精准推荐、以及内容观看交互互动等
音乐	目前在专业音乐内容生产方面，主要应用价值仍然为辅助音乐人进行AI曲谱生成，AI编曲以及各种音乐风格与乐器的探索式尝试，从而提升专业音乐制作人的内容生产效率		目前在音乐+的方向上，可以通过AI音乐生成，辅助各个场景下的用户进行背景音乐生成、音乐互动以及音乐伴侣等玩法

降低内容创作门槛，大幅度提升内容质量与数量

- 用户共创是文娱行业内容生产的重要组成部分，赋能各种类型普通用户能够低门槛高质量地生产内容，可以大幅度提升用户参与的创作热情与体验，从而形成海量内容资产；同时，也可以从中发掘优秀的内容创作者，形成梯队化内容生态发展与建设

文娱行业AI应用概述-应用价值与场景



文娱行业AI应用图谱

中国互动文娱行业AI应用图谱

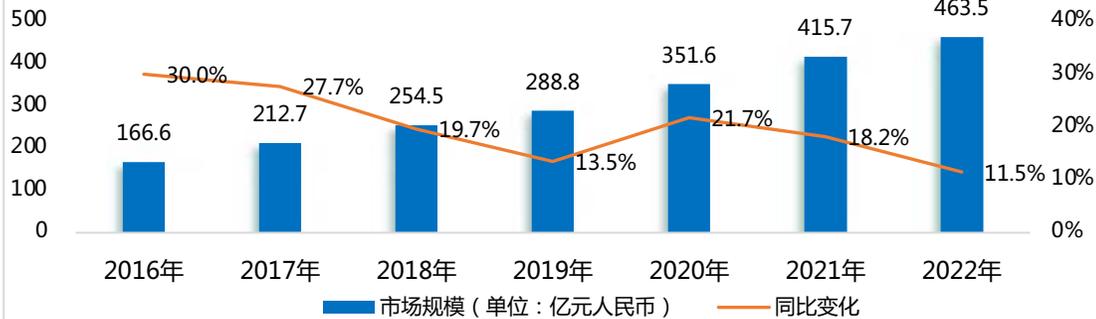


注释：图谱中企业仅为示例，未穷举，且排名不分先后，如有不当之处请指正

阅读市场文学作品/网文IP商业价值开发，充满不确定性

中国数字阅读市场规模呈现持续稳定增长的态势。2022年，数字阅读市场规模达到463.52亿元人民币，同比增长为11.5%，增速有所下滑，并将在现有市场商业模式之下趋于稳定。从2022年市场规模的细分结构来看，订阅仍然是数字阅读最重要的收入来源，占总营收的比重达到51.9%，其次分别广告以及版权运营，比重分别达到26.3%和15.8%。从各个业务类型分别来看，广告以及版权运营是数字阅读行业的主要营收增量，二者增速均高于行业整体水平。

2016年-2022年中国数字阅读市场规模



数据来源：中国音像与数字出版协会，《2022年度中国数字阅读报告》，易观分析整理
©易观分析

www.analysys.cn

核心挑战：文学作品/网文IP商业价值开发，充满不确定性

- 以优质内容驱动的数字阅读行业需要以发掘优质IP以及进行IP版权分销、IP开发才能实现更大的商业价值，但是优质IP生产存在不确定性
- 一方面生产周期长，另一方面是用户对于不同IP的认可度评价体系仍有待于完善，相应地，IP商业化运营节奏与预期面临不确定的挑战

影视

影视是文学IP重要的商业变现渠道。数据显示，2020年1月-12月，中国内地上映的新剧一共为305部，其中文学IP改编的剧集数量为216部，占比为70%

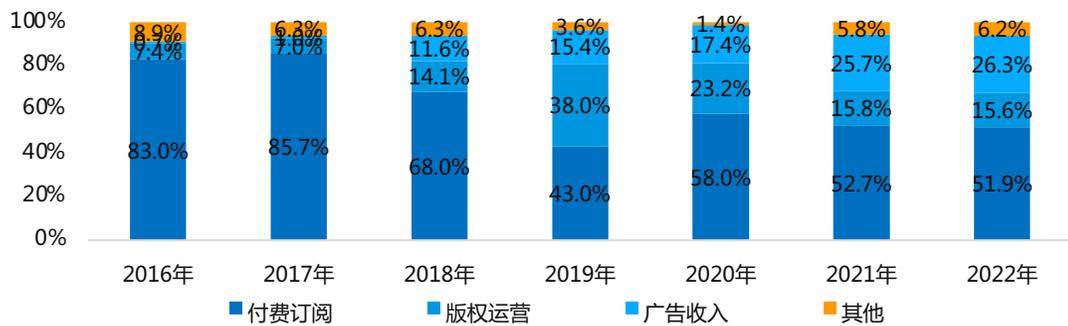
游戏

游戏类IP改编移动游戏仍是IP市场主流，来自于文学/网文IP进行移动游戏改编尚处于孵化期

动漫

动漫与动画放映市场进入市场启动期，市场稳定增长，但是需要依赖于渠道协同

2016年-2022年中国数字阅读行业收入构成变化情况



数据来源：综合中国音像与数字出版协会，企业财报，公开信息与厂商访谈信息，经易观分析模型测算所得

©易观分析

www.analysys.cn

2017年-2023年文学IP改编市场规模

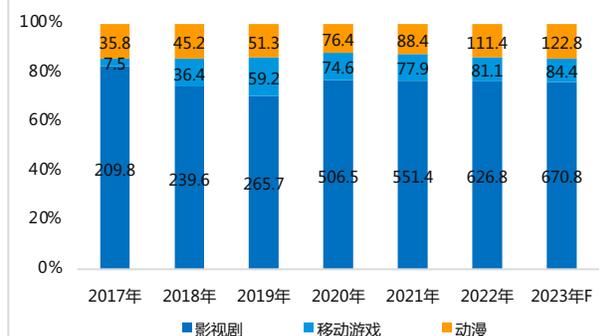


数据来源：中国音像与数字出版协会，上市公司财报，伽马数据等，以及易观分析测算

©易观分析

www.analysys.cn

2017年-2023年中国文学IP改编方向市场结构



数据来源：中国音像与数字出版协会，上市公司财报，伽马数据等，以及易观分析测算

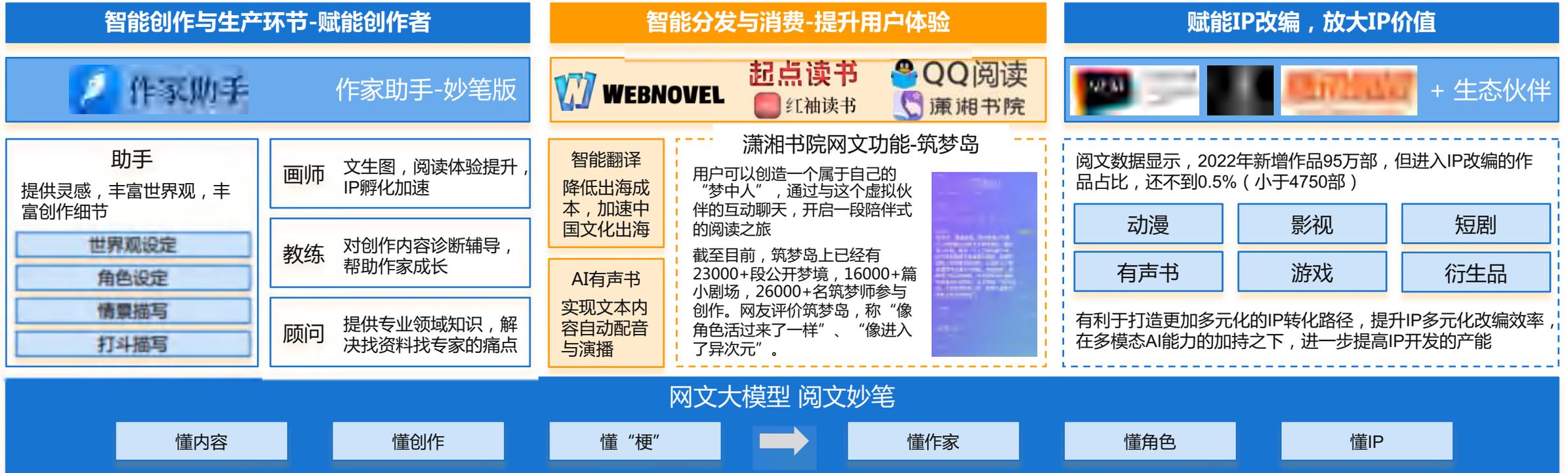
©易观分析

www.analysys.cn

案例：阅文集团AI全业务价值链布局，提升文本IP多元化生命周期价值

- 战略方向：持续发展作家和内容生态，建立跨公司跨行业的版权保护统一战线；深耕IP生态链和提升商业化能力；关注前沿科技创新，关注以AIGC为代表的人工智能对用户创新体验方面的提升
- 短期聚焦：2023下半年继续推动降本增效战略，注重业务高质量可持续发展，提高运营效率，为长期业务健康发展和运营效率提升打下基础

图 阅文集团AI全业务价值链布局



来源：公开信息 易观分析整理

技术赋能游戏产业，AI+云原生，游戏生产正式迈入2.0时代

2023上半年，中国游戏市场规模1442.63亿元，同比下滑2.39%。其中，移动游戏规模为1067.05，同比下滑3.41%。传统游戏已正式进入存量市场，新兴领域将迎来快速发展。

内容

- 游戏品类日趋丰富，开放世界为核心方向
- AI降本提效、塑造智能NPC；去中心化概念为数字资产确权、经济模型搭建提供方向

服务器

- 传统分发渠道已经固化，新型平台兴起
- 未来，云平台+小游戏将是游戏进一步拓宽受众，实现增长的关键

终端设备

- 沉浸感为终端发展的核心
- VR、车载蕴含开发潜力，正处爆发前夜

“降本”已见成效，AI将进一步成为头部游戏关注投入重点

- **未来游戏研发成本或可压缩超90%**：研发始终为游戏企业主要成本，其中素材设计（美术为核心）可占超6成，数值平衡、设计占到2成左右。该成本持续走高也导致了过往五年，头部游戏企业研发投入始终以超20%的比率稳步增长。当下，AIGC+研发，部分企业已可将整体研发投入降低30%（其中美术部分可达40%以上）。打造AGI、将开发“外包”给AI的未来将率先发生在游戏行业中。

持续压缩成本

- **着眼半年报，“AI”已成为出现频率最高的关键词之一**：一边是降本提效，另一边则是加大投入。如昆仑万维半年报，“AI”出现了119次；网易逆水寒推出“智能NPC”等。游戏企业开始加大AI领域投入，打造专属语义大模型、搭建明确AI参与/主导的生产管线、组建AI赋能的PUGC平台优化MOD工具，为其未来发力的几大核心方向。同时，创意工作者将成为游戏企业下一步主要争夺的核心人才。

加大AI投入

2016-2027E 中国游戏市场实际销售收入及预测



数据来源：历史数据来自游戏工委，2022下半年及2023~2027为易观分析测算及预测得出，指中国大陆市场内网络游戏实际营销总收入

©易观分析

www.analysys.cn

游戏行业是内容资产高消耗行业，AI长期提振游戏市场发展空间

游戏行业是内容资产消耗型行业，内容数量与质量决定了用户留存与商业价值转换。相应地，AI对于游戏行业的赋能，短期来看，可以大幅度降低内容生产与游戏研发成本，但是长周期来看，由于研发效率提升，新游戏作品供给可以提速，更重要的是，大量成熟游戏作品更新频率（副本、地图等）也可以大幅度提升，并且可以激发更多游戏玩法，从一定程度上提升用户体验，延长游戏产品生命周期，提高游戏商业化价值。这对于游戏行业市场发展空间而言更加重要。

图 AI渗透游戏全生命周期



案例：网易双线并重渗透游戏AI，内外协同探索“游戏+”边界

网易游戏推进大模型等AI技术自研，并探索应用于内容生产提效、激发内容创意等多环节。相关成果已应用于原画、建模、动画合成等游戏美术资产生产环节，大幅缩短研发周期，降低制作成本。以MMORPG《逆水寒》游戏为例，应用了智能NPC互动、AI文字捏脸、AI换装、AI作词等创新玩法，根据点点数据监测，上线首月，《逆水寒》中国内地App Store净收入超过8亿元人民币。考虑到尚有其他收入不在监测范围内以及未包含平台分成，合理估算该游戏首月中国内地App Store总收入超过11亿元，不仅仅印证了游戏模式创新的商业价值，也具备开放世界融合AI能力的标杆意义。

图 网易公司面向游戏行业AI布局



网易伏羲大模型

文本大模型 - “玉言”

图文理解大模型 - “玉知”

图文生成大模型 - “丹青”

案例：中手游借助AI应用提升游戏研发效率，进一步提升竞争力

中手游AI应用落地策略，双管齐下

01

借船出海

加强与国内外AI企业战略合作：

- 微软：通过与Azure OpenAI团队合作，在智能NPC交互、UGC编辑器等场景中优化研发效率，提升玩家体验，最终强化自身AIGC竞争力
- 百度、华为等，探索大模型和生成式AI在游戏行业的应用

02

应用实践

总体上，在研发工业化、运营精细和高效化、NPC智能化、UGC轻量 and 简便化等环节融入使用AI技术

组织上，成立专门的AI技术研究团队，从而确保获取AI领域的前沿信息以及应用工具，并进行应用实践与打磨

AI应用落地案例：《仙剑世界》



AI应用效果：

- **提升游戏研发效率**，中手游在应用AI技术后，《仙剑世界》开发一个大区域地图的时长从过往的8个月缩减到6个月左右，大概节省10%，后续预期应用更顺利后，成本实现30%的节省
- **AI辅助快速批量产出3D资产**，《仙剑世界》中有丰富的地形、物件，有大量需要建设的数字资产，且要符合《仙剑世界》的风格，通过大模型训练学习《仙剑》美术风格，可以快速开发游戏，让用户在UGC中可以调用更丰富的内容；还可以对外授权为数字资产，将数字资产快速、拓展性地应用起来；未来如果能够突破成功，将会是国内在游戏领域、仙侠IP风格化最大的数字资产库之一

中手游AI应用阶段性目标

第一阶段
(2023年6月30日前)

第二阶段
(2023年12月31日前)

预期目标

产出效率提升20%-30%，外包成本降低30%-40%，目前该阶段已经取得预期效果

外包成本降低50-60%，人员成本支出降低超10%-20%

具体举措

在游戏文案、2D美术、语言翻译和游戏配音等方面全面引入AI技术

实现AI技术在更多领域的规范化应用，以实现更高效的成本控制

优质影视剧综内容驱动长视频市场增长与用户付费是共识，影视生产工业化水平提升是当务之急

阅读

游戏

影视

音乐

经历疫情期间的市场持续下滑后，预计2023年长视频市场收入规模有望增长14%，涨至988.3亿元。长视频整体收入增长动力主要来自宏观市场回暖与用户付费意愿的提升，但同时也存在宏观经济下行压力加大、会员规模增长停滞、内容创新力不足导致对用户吸引力下降等中长期隐患。从市场整体收入结构来看，预计2023年长视频市场营收仍然主要由用户付费与广告营销两大业务支撑，两者共同占比超过八成。整体来看，优质影视剧综内容驱动长视频市场增长与用户付费是共识，影视生产工业化水平提升是当务之急。

内容侧机遇——产业升级

工作室机制、剧场化排播运营、分账式合作等新的运作手段和数据资料的丰富以及AI在各个产业环节的快速渗透，切实的推动了内容工业化产业化升级加速



用户侧机遇——成熟度提升

用户对长视频内容的需求始终存在刚性。实际情况来看，即使在疫情期间的会员提价也并未引起爱奇艺等平台会员数量减少，本质还是厂商优质内容持续供给能力作为扎实支撑



产品侧机遇——边界拓展

在稳住支柱业务的同时，长视频平台通过技术变革推动的内容和服务创新，发展新的增长引擎。例如以AIGC助力内容生产、用户分析、降本增效以及创新用户交互，有望改变传统内容制作和运营流程，拓展更多视频内容商业化的可能性



短剧与动画内容生产是AI赋能内容工业化生产先行军

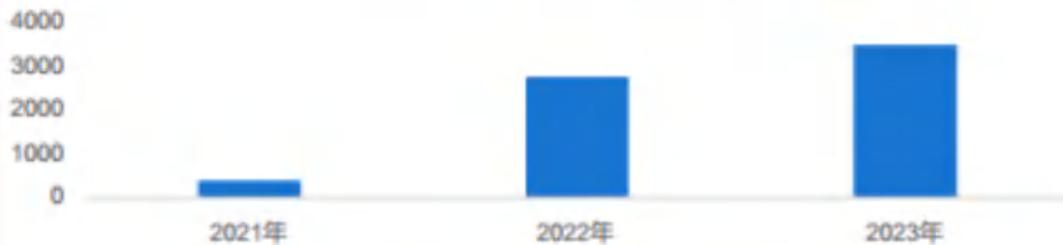
短剧部分

文本AI能力落地实际价值，AI视频内容生产仍处于探索阶段

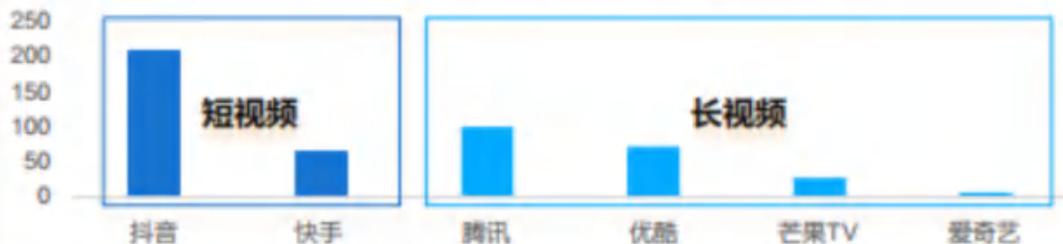
短剧市场加速发展，同时，短剧出海也是当前重要的发展方向，目前AI对于短剧行业的渗透仍然以文本能力为主，包括剧本与剧情策划，以及出海过程中文本翻译的部分

AI视频部分仍然处于技术与应用衔接探索阶段，优质内容生产仍然是用户付费的前提，极短视频AI换脸成本与体验尚可，进入生产环境尚需平衡内容质量与生产方式成本

2021年-2023年全国网络微短剧备案数量及预测



2023年上半年各大平台微短剧数量 (单位: 部)



数据来源：广电总局，网络公开信息等，易观分析整理

©易观分析

www.analysys.cn

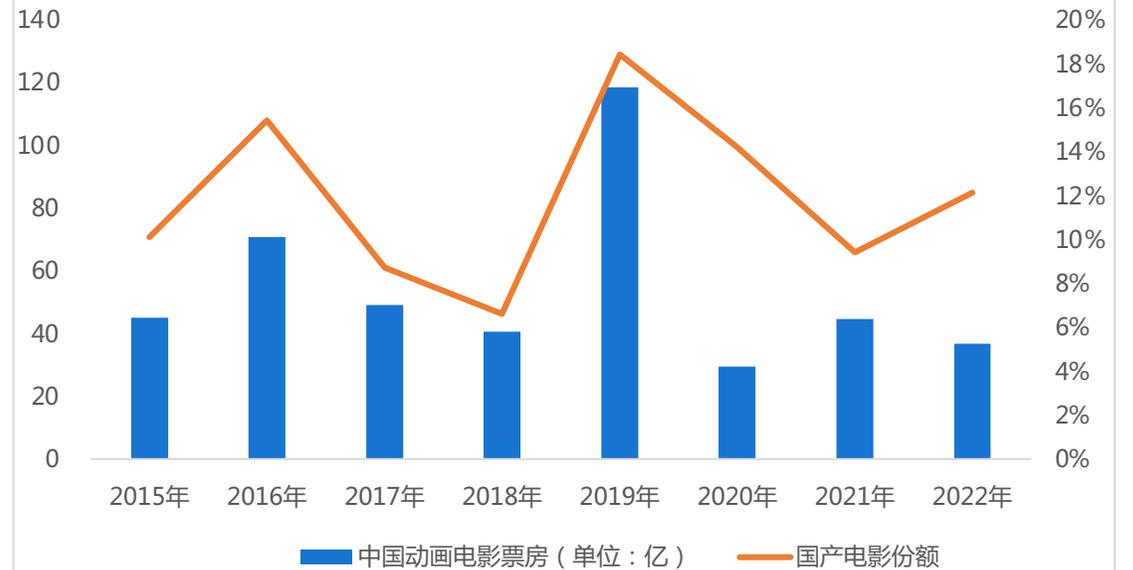
动画电影

生成式AI加速渗透，制作周期与成本有望压缩

优质的动画电影需要长周期的精雕细琢，从2023年中国票房最高的几部动画电影来看，普遍花费3-7年时间制作而成从制作成本上来看，大部分国产动画电影制作成本在1000-3000万元区间，开始出现高成本投入，但是距离海外皮克斯等公司的制作投入相比，仍有差距

相应地，AIGC在图像以及视频方面的实现与研究进步将加速其在动画电影落地，从而加速动画电影制作

2015年-2022年中国动画电影票房



数据来源：拓普数据等，易观分析整理

©易观分析

www.analysys.cn

阅读

游戏

影视

音乐

案例：爱奇艺致力于技术驱动提升影视工业化水平

爱奇艺成立于2010年，2018年纳斯达克上市。2014年开始加大原创内容的投入和内容占比，秉承“悦享品质”理念持续产出优质内容产品，结合成熟的内容生产机制、强大的内容运营能力提高内容工业化水平，并实现商业模型的多元化扩张。从2021年底开始，在降本增效大背景下，爱奇艺聚焦高质量发展，并于2022年首次实现全年运营层面盈利，行业领军地位进一步夯实。2023年，爱奇艺在发力内容的同时，也将进一步探索科技制作当成未来的主要发展方向。

影视工业化是内容质量升级与科技制作的交叉与融合，此前，爱奇艺面向影视行业决策层、管理层、生产层分别推出了PBIS（制作商业智能系统）、IIPS（智能集成制作系统）、IPTS（智能制作工具集）三大影视制作系统，致力于以优质的技术平台为影视制作行业提供“智慧中台”，简化影视制作复杂度、优化影视制作全流程。目前，生成式人工智能是爱奇艺这一类长视频平台进一步通往影视工业化发展的助推器。跟进前沿技术，并将其用于内容生产、用户体验的改善上，如下图所示：爱奇艺将AI技术应用于各个环节：

图 爱奇艺部分流程AI应用渗透

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				智能货币化
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 (辐射MCN机构和UGC创作者)	用户				广告客户
影视	综艺		动漫			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智能视频增强解决方案	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AI智能分析，实现高效影视制作	将AI技术作用于图片和视频，达到画质增强的效果	已经应用在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视频增强技术以及动态插帧功能等提升视频播放体验	只看TA3.0功能、绿镜功能、以及蒙版弹幕等	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，可以使用户更快速找到自己感兴趣的内容，提高搜索效率	通过AI识别海量场景以及前情提要等，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	星罗剧情理解平台	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，提高动漫内容更新频次，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	可以智能识别人物、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等	通过ASR与NLP技术相结合，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、说唱合成等创新体验	通过深度剧情理解，针对性列出分钟级剧情看点、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%

来源：公开信息 易观分析整理

案例：华策影视依托内外部技术力量，聚焦应用导向，探索在关键环节与场景的AI落地

华策影视是国内最大的影视制作机构之一。依托头部内容创作能力的优势，拓展了国际宣发、艺人经纪、动漫、影视音乐、IP衍生业务开发、线下产业园区、影视职业教育等多元产业生态。电视剧年产量以及播出量位于领先位置，同时，自有影视版权库5万余小时，规模全国第一。从华策影视探索AIGC应用方面，一方面，华策影视从自身组织架构设计方面，将原有的大数据中心升级为科技数字增长中心，并将其作为战略部门，同时成立AIGC影视行业应用研究院，双管齐下进行AIGC在影视行业方面的应用探索；另一方面，依托内外部技术力量，聚焦应用导向，探索在关键环节与场景的AI落地，如下图所示：

图 华策影视AI应用布局



来源：公开信息 易观分析整理

数字音乐市场战略重点围绕音乐内容质量，以及差异化音乐生态内容生态布局

疫情等复合因素影响下，我国数字音乐市场规模于2022年有所下滑，但随着在线订阅服务等核心业务恢复增长，预计23年行业规模将有所恢复，2024年将突破800亿元。近年，新歌数量有所下滑，但市场仍存在大量未被广泛收听的音乐内容，行业仍处在内卷之中，更多歌手朝向“唱作人”方向发展，打造自身IP、标签。

从市场结构上来看，社交娱乐部分逐年下滑，预计未来将持续走低。用户付费订阅会员及其增值服务比重稳步提升，内容驱动在线音乐订阅模式增长，增速仍然有提升空间。音乐平台作为数字音乐市场的核心驱动力，战略重点也围绕音乐内容质量，以及差异化音乐生态内容生态布局。

关键趋势

音乐短视频化

音乐短视频化在用户方面可以实现破圈增长；同时，可以提升营销广告位流量空间，拓展更多变现机会

发展原创IP生态

原创IP成为版权非独家时代新战场，通过厂牌、音乐节、联名等方式，赋能小众圈层音乐人破圈，进而实现差异化内容生态建设

出海

平台推动多元音乐走向世界，并给予原创音乐人出海助力；东南亚成为近年出海重点市场

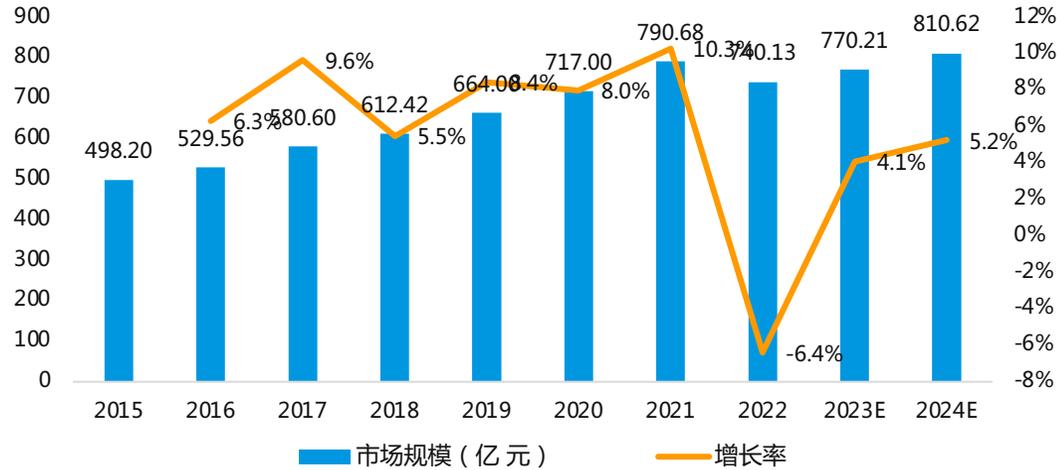
“线上+线下”深度融合

后疫情时代，“线上+线下”模式持续延伸，仍然成为平台演艺活动标配模式，放大IP价值，丰富受众体验

AIGC

AIGC助力音乐内容发展，利好中/小音乐人创作，内容供给端前景向好

中国数字音乐市场规模2015-2024E

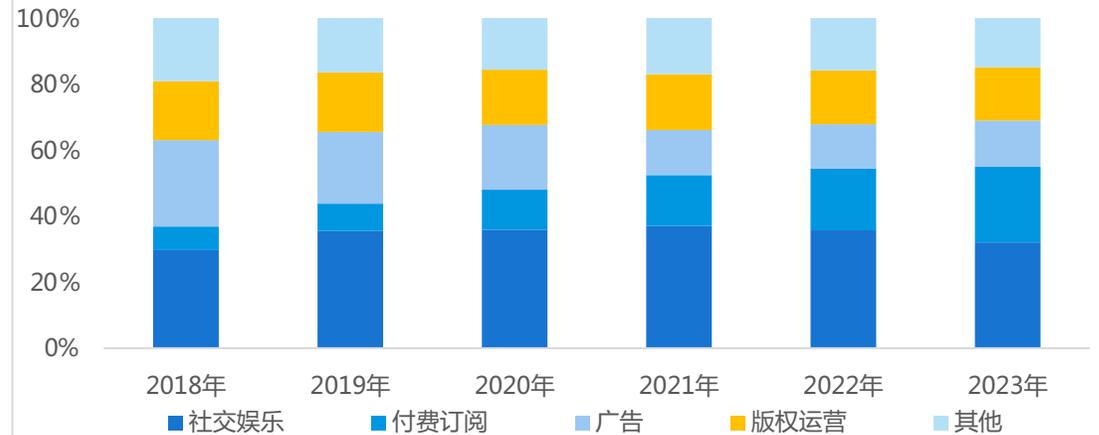


数据来源：中国音像与数字出版协会，易观分析整理

©易观分析

www.analysys.cn

中国数字音乐收入结构2018-2023



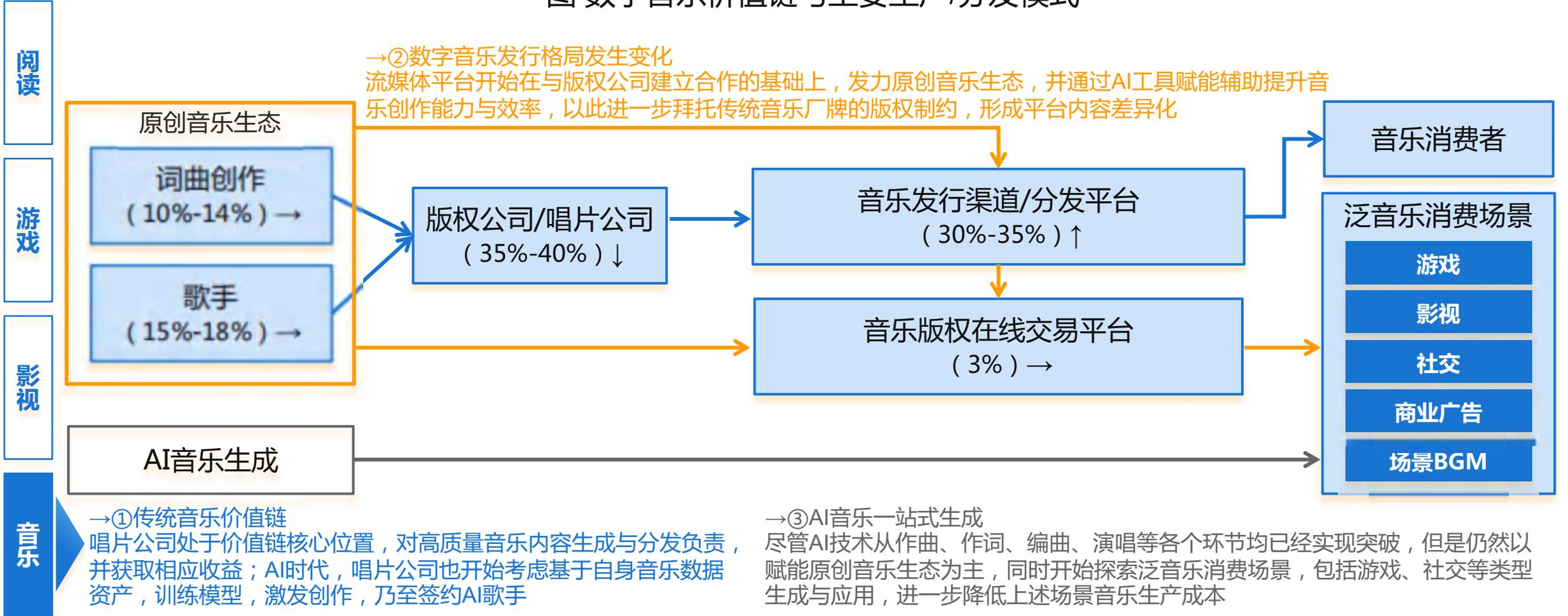
数据来源：中国音像与数字出版协会，上市公司财报，以及易观分析测算所得

©易观分析

www.analysys.cn

AI当前在音乐产业中的核心价值以效率提升为主

图 数字音乐价值链与主要生产/分发模式



国家版权局：盗版打击/授权治理

案例：腾讯音乐AI能力与应用探索构建音乐人生态，充分赋能其创作、宣发以及变现等关键要素

音乐行业已进入了版权非独家时代，平台纷纷开始关注围绕原创音乐人的新生态：音乐平台的原创IP成为了新战场，原创IP主要体现在对原创音乐人的扶持方面以及音乐达人对版权作品的二创带动原创内容出圈。相应地，以腾讯音乐为代表的数字音乐平台，也需要全方位提升对于音乐人的扶持与赋能，围绕音乐人的核心诉求，即创作、宣发以及变现等全面铺开，其中AI能力成为当中最重要的核心能力之一。

图 腾讯音乐集团音乐产业链布局



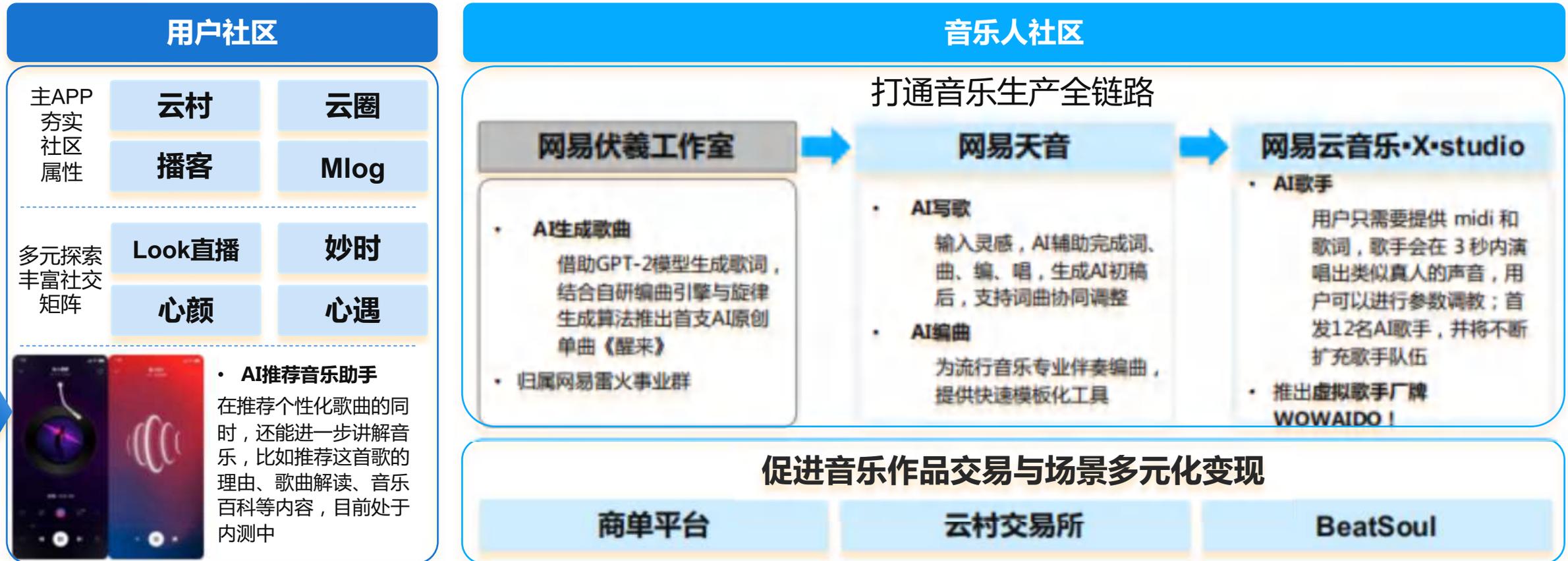
腾讯音乐AI应用场景与探索

- **赋能音乐创作，提高制作以及宣发效率：**
 - 推出智能化辅助创作工具TME Studio，整合琴韵、Muse、凌云等智能引擎能力，进一步增强音乐相关内容的创作能力，降低音乐人对唱片公司的依赖，提高音乐人的议价权
 - 在词曲DEMO管理与交易方面，通过AI工具进行DEMO爆款潜力评估，实现高效决策与版权快速流转
- **提升音乐与用户互动体验，提高用户留存：**
 - 围绕“音质”，通过AI还原5.1环绕声，实现沉浸式听歌体验升级，同高通展开合作，基于骁龙移动平台的AI计算性能，推出“骁龙臻品音质”
 - 推出“音色制作人”，将用户原声与不同歌曲无缝融合，可以为用户提供更多音乐场景和玩法，从而推动用户共创与互动
 - 上线QQ音乐AI绘画功能，该功能基于Muse AI音乐视觉生成技术，可以将照片转为二次元风格，并生成专属BGM
- **探索大语言模型在图文视频等形式，以及音乐推荐和搜索等领域的应用，从而进一步赋能音乐人提升创作效率，为用户创造丰富音娱互动体验**

案例：网易云音乐建立原创音乐人生态提高内容差异性，AI赋能提升创作者效率

如前所述，音乐行业已进入了版权非独家时代，平台纷纷开始关注围绕原创音乐人的新生态，而网易云音乐采取“社区”+“音乐人生态”并重的发展策略。其中，云音乐社区包括“歌单”、“评论”等，网易云音乐通过链接音乐人与用户之间的互动，强化社区氛围，形成高用户粘性与活跃。而原创音乐人生态则是网易云音乐在PGC之上另外一个重要的差异化方向，AI在社区以及原创音乐人生态发挥的作用如下：

图 网易云音乐AI布局与探索



03

文娱人工智能行业应用发展挑战与趋势

多模态技术有待进一步突破

- AI技术在文娱领域的应用仍然处于辅助阶段，视频、3D等生成式AI技术仍然有待于进一步突破与迭代。例如，目前游戏企业通过AI辅助主要在解决2D美术成本与效率问题，AI对3D模型的完成度仍然有待于进一步提升，而3D在游戏行业美术成本当中大致占比超过50%比重，美术生产力仍然具备可观的提升空间

边缘侧硬件要求有待升级

- 文娱行业AI应用在提升专业内容生产效率之外，还有一个非常重要的方向是提升用户侧的文娱内容互动与体验，这对于以手机、音箱等为代表的边缘AI场景，提出了更高的要求，需要进一步分担云端算力的部分任务，并且能够保护用户隐私数据。

版权以及后续的规范化应用等问题在文娱行业愈发突出

- 以内容为核心的文娱产业，版权归属都是非常重要的关键要素之一，无论是AI应用的训练语料，还是生成式AI所生成的内容，都存在版权保护与数据保护的问题，以及后续生成内容的版权归属以及合规化使用等问题，此前，网信办公开征求意见，指出利用生成式人工智能生成的内容应当真实准确，采取措施防止生成虚假信息，后续措施也有赖于进一步细化和明确。

趋势1：多模态技术突破将加速文娱产业AI应用落地，AI Bot、音视频互动等应用对于算力需求发生变化，催生边缘AI需求

多模态技术突破，并探索有效融入研发管线 workflow

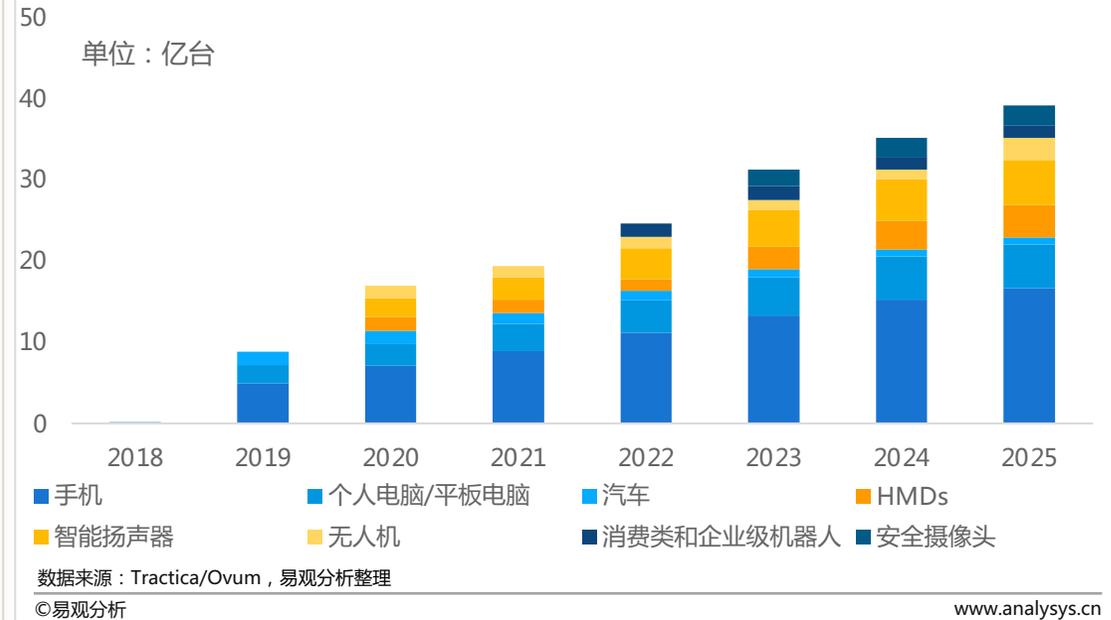
多模态生成是目前文娱行业AI应用进一步落地的核心突破方向。视频生成、3D模型生成等技术有待于进一步完善，同时，多模态制作云化是产业发展必然趋势，下阶段视频制作的多端同步、多人在线协同创作需求将随之增加，生成式AI能力进一步融入视频制作全流程

- 视频的高维数据空间属性使其研究更具挑战性。目前探索方向聚焦在高分辨率视频生成、针对超长文本的视频生成、生成无限时长的连贯视频等课题，并基于文生图模型的研究成果，将其引入视频生成模型对性能进行优化。一些研究专注细分场景的视频生成能力，以及结合多模态信息融合的训练方法，使模型更强的语言理解能力，也将改善视频训练数据不足的问题，在视频检索、视频分类等场景中具备很强的实用价值。
- 3D模型方面，人工智能三维生成与传统三维生成工作流程的衔接性将更强，将有越来越多的模型采用逐级生成，每级生成内容均可于传统三维生成软件中查看与修改再返回模型的能力，提升人工智能三维生成在专业应用场景中的辅助作用。在此过程中，需要开源技术社区的大量贡献，也有可能与语言生成应用结合使用以增强自然语言对三维生成结果的操控性。

边缘AI兴起，多场景AI应用进一步丰富

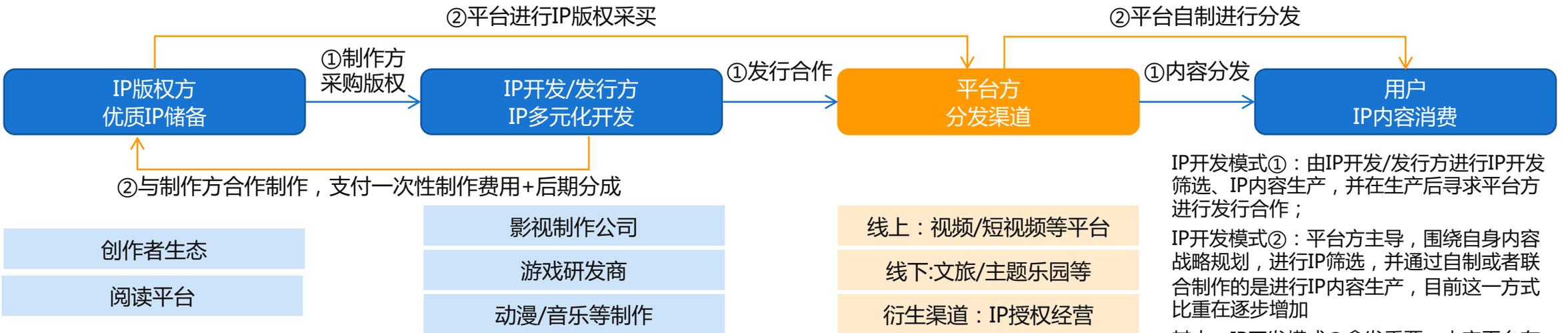
伴随文娱产业升级，以及千人千面个性化内容生态的发展，边缘算力需求激增，这一方面有赖于大模型企业不断进行模型优化，从而降低应用成本，更需要边缘侧增厚，增加存储和算力，终端设备具备运行小模型的能力

全球人工智能边缘设备出货量（按照设备类型）



趋势2：AI等数智技术整体提升内容生产机构工业化水平，推动内容产业竞争良性升级

一方面，AI等数智技术的应用确实有助于推动整体内容行业的工业化水平，影视、游戏等内容研发的质量与效率普遍升级，头部机构与大厂在这方面的高资源投入竞争优势有所下滑，而中小机构则有突围而出的可能性。另一方面，对于AI等能力的驾驭，尤其是回溯到内容主赛道的文化素养以及风格导向将成为下一轮竞争的分水岭，头部机构与大厂在基础技术能力建设以及数据资产方面的优势更加明显，而中小机构则在后者维度上有望突围而出。



IP开发模式①：由IP开发/发行方进行IP开发筛选、IP内容生产，并在生产后寻求平台方进行发行合作；

IP开发模式②：平台方主导，围绕自身内容战略规划，进行IP筛选，并通过自制或者联合制作的方式进行IP内容生产，目前这一方式比重在逐步增加

其中，IP开发模式②愈发重要，内容平台在IP开发当中的主动性地位显著增强

创作者经济升级，个性化风格导向成竞争分水岭

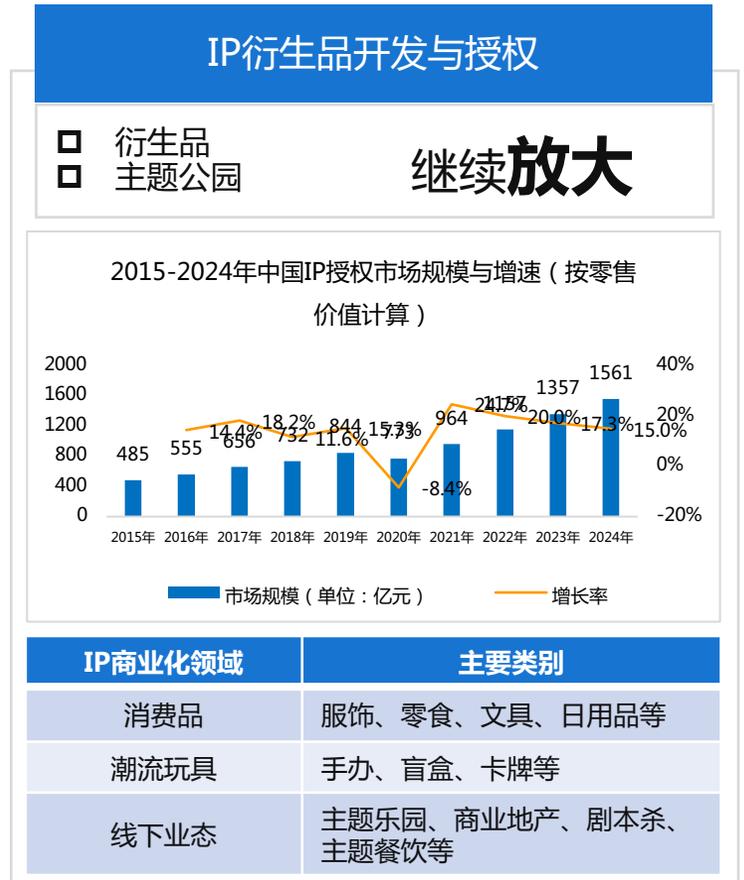
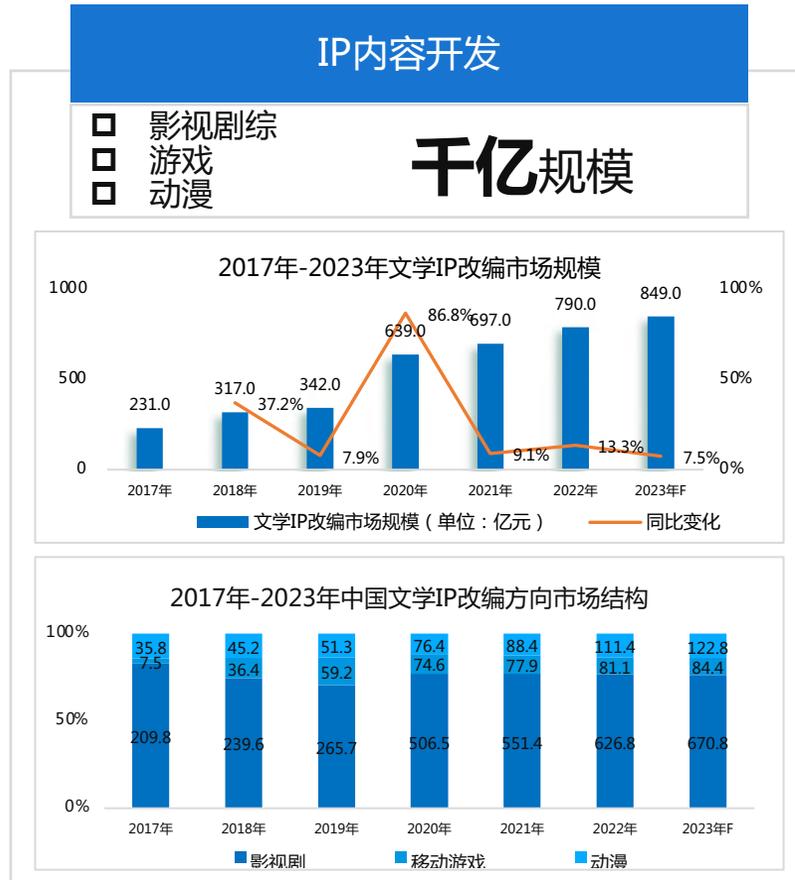
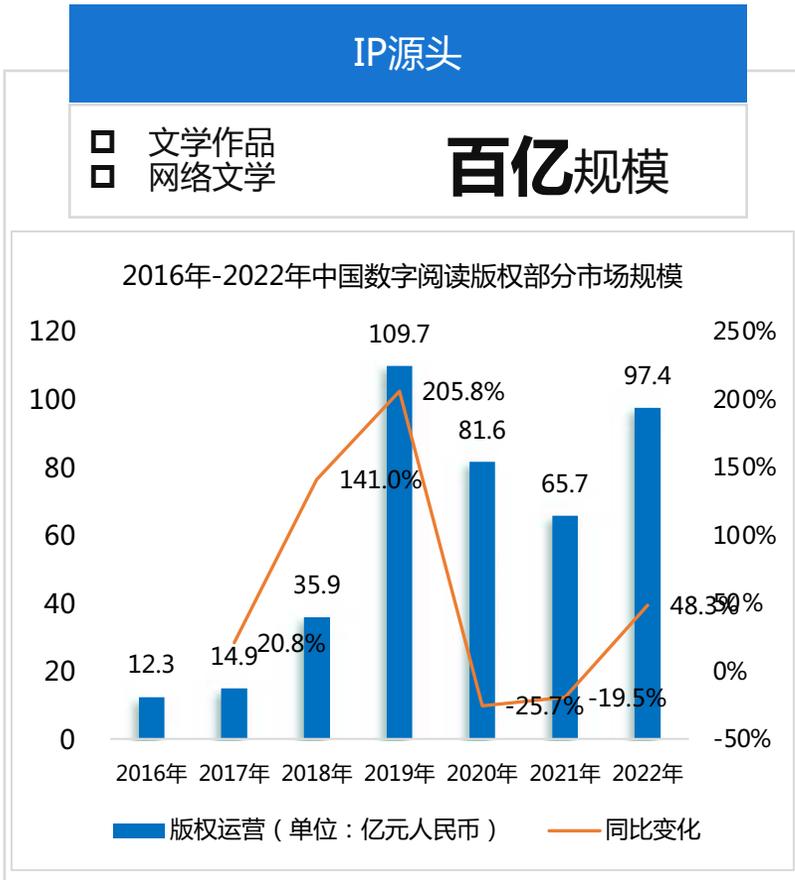
- AIGC可以成为核心竞争力之一，但也有可能打掉此前部分创作者的海量高效的内容生产优势
- AIGC有可能带来海量同质化内容推向市场，充分发挥创意优势，并结合自身对于AI能力的驾驭，塑造独立内容产品风格将会愈发重要

平台企业成为文娱基础设施提供商

- 赋能专业内容生产机构，提升其内容生产效率，推动行业升级
- 数据资产沉淀，进行数据资产价值运营，未来具备入表价值
- 文娱行业数智化需求旺盛，独立来看也具备业务发展空间

趋势3：AIGC赋能精品内容形成IP全生态开布局，延长优质IP生命周期，提升商业价值贡献

网络文学具备优质作家和作品储备，是未来IP长效经营的核心资源，其中，创作者生态是核心竞争力，保障优质IP生产；同时，也需要进行优质IP多元化开发，放大IP影响力，延长IP生命周期，从而实现IP价值经营；AIGC在IP多元化开发过程中，可以有效降低开发成本，提升开发效率，有助于IP全生态开发的加速和稳步铺开。



数据来源：中国音像与数字出版协会，上市公司财报，泡泡玛特招股说明书等，以及易观分析测算所得

AI人工智能产业链联盟

#每日为你摘取最重要的商业新闻#

更新 · 更快 · 更精彩



Zero

AI音乐创作人

水墨动漫联盟创始人

百脑共创联合创始人

人工智能产业链联盟创始人

中关村人才协会秘书长助理

河北北大企业家分会秘书长

墨攻星辰智能科技有限公司CEO

河北清华发展研究院智能机器人中心线上负责人

中关村人才协会数字体育与电子竞技专委会秘书长助理



主要业务:AI商业化答疑及课程应用场景探索, 各类AI产品学习手册, 答疑及课程



欢迎扫码交流

提供: 学习手册/工具/资源链接/商业化案例/
行业报告/行业最新资讯及动态



人工智能产业链联盟创始人

邀请你加入星球, 一起学习

人工智能产业链联盟报 告库



星主: 人工智能产业链联盟创始人

每天仅需0.5元, 即可拥有以下福利!
每周更新各类机构的最新研究成果。立志将人工智能产业链联盟打造成市面上最全的AI研究资料库, 覆盖券商、产业公司、科研院所等...

知识星球

微信扫码加入星球 ▶



易观分析解决方案：以行业基础研究为基石，形成个性化解决方案，赋能业务增长

面向业务



企业商业化/行业市场GTM咨询



业务价值认知赋能解决方案



用户/客户洞察与体验运营咨询



企业数智化转型策略咨询

价值输出

市场洞察

同业对标

用户洞察

创新探索

最佳实践

行业分析

2C消费生态

商品消费

- 美妆
- 3C/家电
- 母婴
- 食品饮料
- 奢侈品
- 医药等
- 电商平台
- 直播电商
- 社区电商
- 二手平台
- 社交电商
- 即时零售等

服务消费

- 旅游出行
- 餐饮外卖
- 汽车后服务
- 教育服务
- 演出票务
- 房屋租赁
- 医疗健康
- 基础民生

内容消费

- 资讯平台
- 音频/文娱
- 游戏
- 营销/MCN
- 视频/直播
- 阅读/动漫
- XR等
- 内容科技

技术应用生态

AIGC/AI应用

行业数字化

企业服务

金融科技

基础设施生态

人工智能/大模型

云计算

大数据

工业互联网