

2024年AIGC 发展趋势报告

AIGC 驱动下的生产力变革、实践与展望

2024.03

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

CONTENTS

目录

00/ 序言 AIGC

01/ 驱动下的生产力变革

02/ AIGC 驱动下的应用实践

03/ AIGC 驱动下的未来展望

04/ 结语



序言

AI工具极大发展，其极强的生产力带来了“外挂”般的工作效率，对人类生产与服务的产业链、价值链将进行赋能和重构。

在2023年，我们见证了文生文、文生图的进展速度，视频可以说是人类被AI攻占最慢的一块“处女地”。而在2024年开年，OpenAI就发布了王炸文生视频大模型Sora，它仅仅根据提示词，就能够生成60s的连贯视频，“碾压”了行业目前大概只有平均“4s”的视频生成长度。

可以说，Sora的出现，预示着一个全新的视觉叙事时代的到来，它能够将人们的想象力转化为生动的动态画面，将文字的魔力转化为视觉的盛宴。在这个由数据和算法编织的未来，**以Sora 为代表的 AIGC，正以其独特的方式，重新定义着我们与数字世界的互动。**

AIGC交互界面的用户友好性、大模型开源及API价格的降低、插件服务带来的应用生态繁荣等，都使得AI技术或将成为像水、电、网络一样的基础设施，渗透并改变千行万业。

随着 AI发展进入新时代，AI对营销行业及社会其他行业带来的深刻变革，也成为当下我们要思考的重要营销命题，未来将会如何？

据麦肯锡数据预测，**到2045年左右，有50%的工作将被AI替代，比此前的估计加速了10年。**与此同时，具有创造力、深度思考等高阶智力的人才，将享受到AIGC带来的效率优势，成为AI的驾驭者，相应的工作需求也会增加。

智力要素重要性的提升、附加值的提高，都将推动社会资源和财富向顶尖人才和组织聚集，但社会是一个整体，生产效率的提升并不代表着购买力的提升，被替代的普通职工才是购买力的最大来源，为了维持供需平衡，分配制度需要重塑。

所以，技术的跃迁、生产效率的提升并不会自然带来社会整体福利水平的提升，相反往往以牺牲部分人的利益为前提，进而引发社会结构、分配方式的重塑。

我们希望重新思考：AIGC 对人类社会的影响，我们难以想象或者回答这个命题，所以我们想要将目光聚焦在营销领域，毕竟，我们的业务、团队、规划处在炮火的前线。

基于我们的观察理解和业务上对 AIGC 的实操应用，我们整理推出《2024 AIGC发展趋势报告：AIGC 驱动下的生产力变革、实践与展望》，这个报告内容将围绕以下几个问题展开：

- 1、AIGC时代受AI影响最大的是谁？
- 2、基于AIGC的内容能打动消费者吗？
- 3、AI会带来营销行业史上最大规模失业潮吗？
- 4、企业如何用AI提升营销能力？

PS：因受时间、视角等客观因素影响，部分观点仅代表“一家之言”，仅作参考分享及探讨交流使用，对此产生的业务决策请谨慎处理。



01

AIGC 驱动下的 生产力变革

**“History does not repeat itself,
but it does often rhyme.”**

历史不会重复,但是会押韵

—Mark Twain

AIGC 驱动
下的生产力
变革

在古代，人类通过口头传承、手写等方式记录和分享他们的知识和经验。随着科技的发展，人类生产内容的方式也不断变化。

到了近代，人类开始使用机器来生产内容。例如，在新闻报业中，人们使用手动打字机将新闻稿件录入到纸上。随着技术的不断发展，人类生产内容的方式也不断升级。

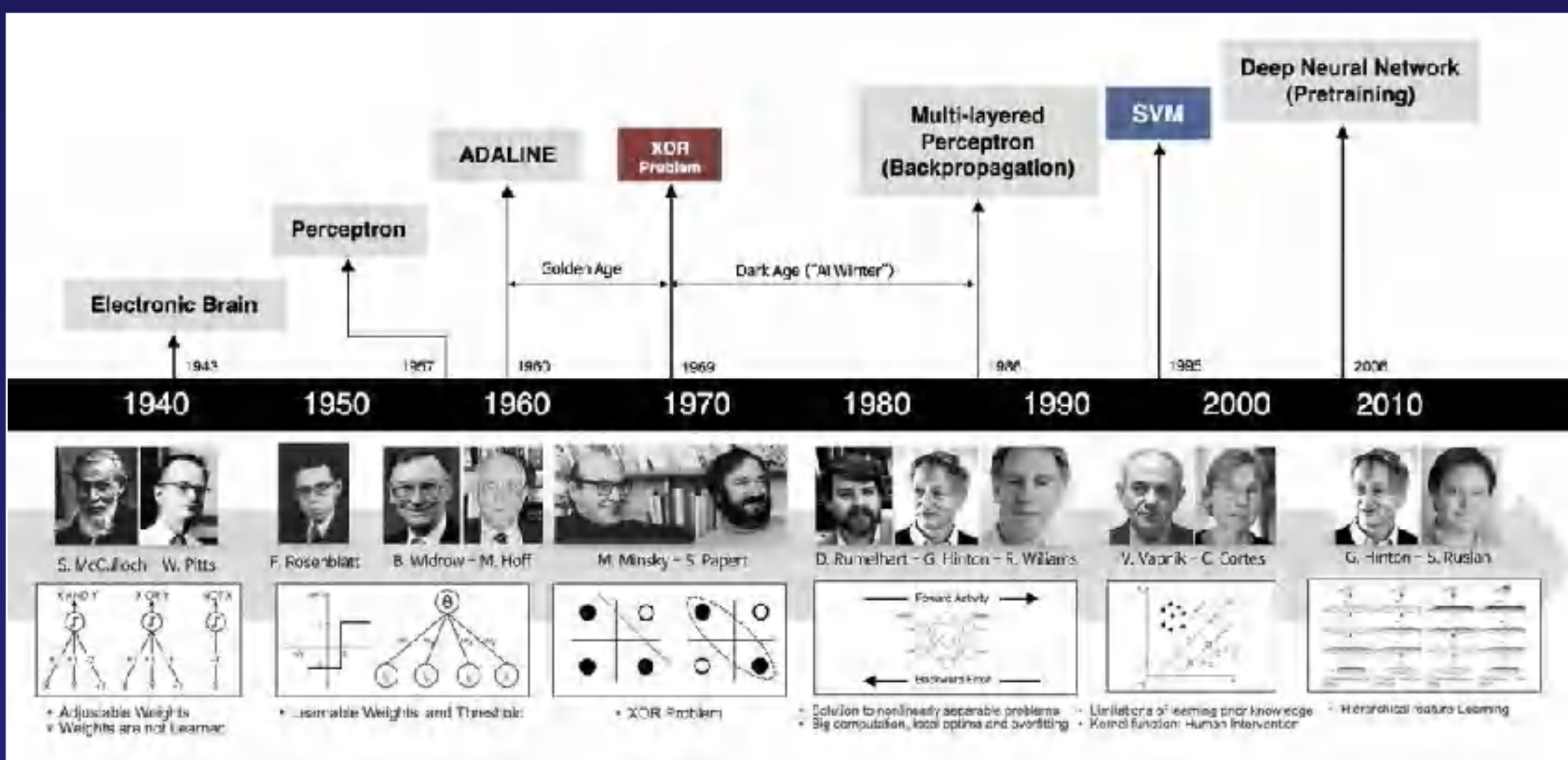


在现代，人类使用计算机、互联网等现代化工具来生产内容。人们可以通过各种软件 and 平台来创作和分享文字、图像、音频、视频等多种类型的内容。同时，人工智能技术也已经开始涉足内容生产领域，通过算法和模型来生成文本、图像、音频等内容。

上个世纪50年代，人工智能 (AI) 出现，随着计算机技术的不断进步和软件算法的不断优化，人工智能技术逐渐成为了当今科技领域的热门话题和应用领域。

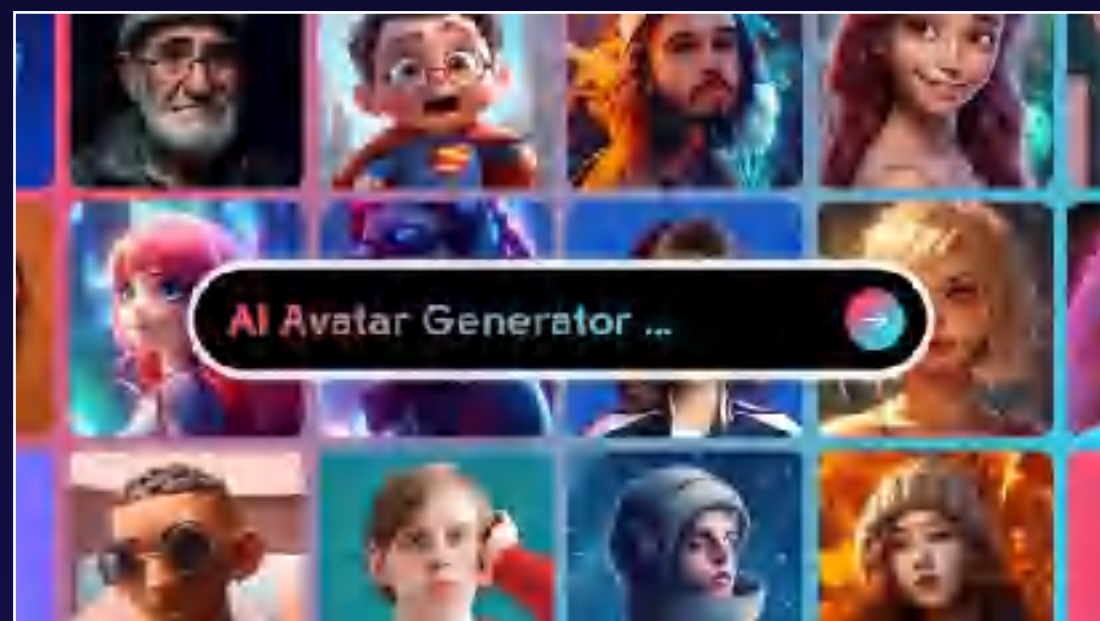
AI，构建了新的生产主体！AI使机器具备“思考与行动”的能力，人与机器需在企业中配合发挥作用！AI具有较强的计算和数据应用能力、自适应和学习能力、对外界环境进行感知的能力，这是AI最显著、最具价值的能力，能够为社会和企业赋能，具有提高效率、减少人力、进行更好的决策的作用。AI的出现改变社会分工结构，并成为现代劳动力的一员。

互联网在发展，信息网络上的内容输出形式也在不断变革。内容生产模式一共有三个阶段：PGC（专家生产内容）、UGC（用户生产内容）和AIGC（AI生产内容）。



AIGC 驱动
下的生产力
变革

PGC一般是由专业化团队操刀、制作门槛较高、生产周期较长的内容，最终用于电视剧、电影等商业变现，但PGC受限于供给侧的人力资源，难以满足大规模的内容生产需求。UGC在一定程度上降低了生产成本与中心化程度，满足了用户个性化、多样性的需求，但由于创作者、内容和工具不受限，其质量不可避免地下降。



PGC、UGC分别被产能与质量束缚，难以满足互联网时代快速增长的内容需求。如今，AIGC的兴起，不仅将内容产业的繁荣推向了新的高度，也将对社会的演进产生更深远的影响。从产能方面来看，AIGC优化了信息挖掘、素材调用等环节，实现高效率的内容生产。从质量方面来看，AIGC创新了内容生产的流程和规范，使得内容生成更具有创造性。



“互联网平台的内容生产模式，以前经历了两个时代。第一个时代是PGC，第二个时代是UGC，我想第三个时代即将到来，就是AIGC，即AI生产内容。我认为专注于大型语言模型，是通往AIGC的最佳途径。”

— OpenAI CEO 山姆·奥特曼

1.1 生产主体被重构，从 PGC 到 AIGC

AIGC 驱动
下的生产力
变革

AIGC是继PGC、UGC之后的全新内容生产方式。它不仅能提升内容生产的效率，还能创造出独特价值和独立视角的内容。虽然我们仍处在“助手阶段”，但随着算法技术的发展，AIGC最终可以实现以较小的成本，以百倍千倍的生产速度，去生成AI原创内容。

到了2023年，以AIGC为代表的一系列技术创新再次燃起技术革命产业赋能和科技创新创业的热情。



俄国艺术家亚历山大·伊凡诺夫-《基督显圣》
这幅画历时 20 多年，是世界上耗时最长的艺术作品



2022年，AI程序画作-《埃德蒙·贝拉米画像》
仅用时数分钟，在佳士得被喊出43万美元的高价

AIGC相关应用以惊人的速度在几个月内快速渗透到各个国家，各个行业，各种场景和领域，新技术的有效性已经在多个领域被验证和确认，人们有机会以全新的生产方式和生产关系完成现有的工作和任务。更加让人兴奋的是，新技术一定还会催生新的商业模式和新物种，重塑现在的生产生活方式，创造新的价值。

每一家企业都有机会变成新技术推动下的智能企业。人类有机会以更低的成本，在更多领域中解放自己的想象力和创造力，为社会发展注入新的活力。

当然，回顾人类科技发展的历史，我们会发现，每一次重大的变革，都会带来现有体系的阻力和摩擦，而最终，无一例外，社会对效率的追求和人类对幸福生活的追求终将推动技术向前发展。

当许多人还在犹豫和焦虑的时候，优秀的企业已经率先拥抱变化并积极尝试各种可能性，带领企业走进无人区和未知的空间。

我们完全有理由相信，我们的社会在熟悉新技术和新模式之后，一定可以用一种更安全、更有效、更先进的方式管理好并发挥出技术的最大价值。

1.2 生产工具大众化，内容生产释放更大想象力

业内把AI分为三个发展阶段：弱人工智能、强人工智能、超人工智能。

当前处于弱人工智能阶段，并且这一阶段将维持较长的时间。

尽管这样，中国数字经济崛起，AI 已成为经济高质量发展的引擎，AI是数字经济时代的关键基础设施。

AI的三个发展阶段



AI的价值可以从两方面来看，对于企业来说，可以帮助企业实现降本增效，为社会创造数字化劳动力；从产业来看，不仅在于单点的数字化，而是带动一个产业上下游完成数字化变革，进而完成技术对产业的重构。

在过去一年左右的时间，AI对内容生成带来了很大变化。深度学习从2012年开始进入工业界应用以来，一个很大的核心优势是模型的识别能力。但近年来，随着大语言模型的普及和发展，AI开始由模型的识别进入了模式的生成。

生成式AI被视为下一代人工智能发展方向，其与传统判别式AI的主要差别之一为应用方式。简单来说，判别式AI更多用于分析和预测数据，如识别一张图片是猫还是狗；而生成式AI更多是创造新内容，如根据指令来生成全新的猫咪图。



1.2 生产工具大众化，内容生产释放更大想象力

在传统认知里，我们常认为AI会率先替代体力劳动，然后再进入认知劳动，最后才是创造性劳动。这里的假设是，创造性劳动对于今天的算法来说是一个非常困难的事情。但是图片生成引擎的快速发展，出现了一个有意思的现象，实际上在这种非常开放的创意型场景里，AI展现出了很强的能力。

随着这种大的预训练模型和复杂的生成算法的出现，AI替代劳动力的顺序可能会进行反转，可能会率先在开放性、具有一定不确定性和错误容忍率的创造性劳动力领域率先实现突破。

AIGC的出现大大降低了创作门槛，为各行各业带来了新的机会：一键生成文章、段子、短视频……



在AIGC的帮助下，人人都能成为内容创作者。AIGC能够帮助我们更高效地传达思想，提供创作灵感，当然也能做校对、编辑等基础性工作。这种人机协作方式将进一步提高内容创作的效率及质量。AIGC 也逐渐渗透到了社会的各行各业，“AIGC+”逐渐成为各类产业发展的一种新模式。在更广泛的领域，AIGC也能有新的应用。

平面图制作

精美绝伦展示模板

开始创作

视频制作

短视频创作更简单

开始创作

PPT设计

快速转图上手

开始创作

H5网页制作

无需开发 多种组件

开始创作

批量抠图

秒速抠图 省时省力

开始创作

智能文案

快速生成

开始创作

智能设计

平面设计灵感

开始创作

智能套版

快速排版

开始创作

智能延展

一键延展

开始创作

智能写作

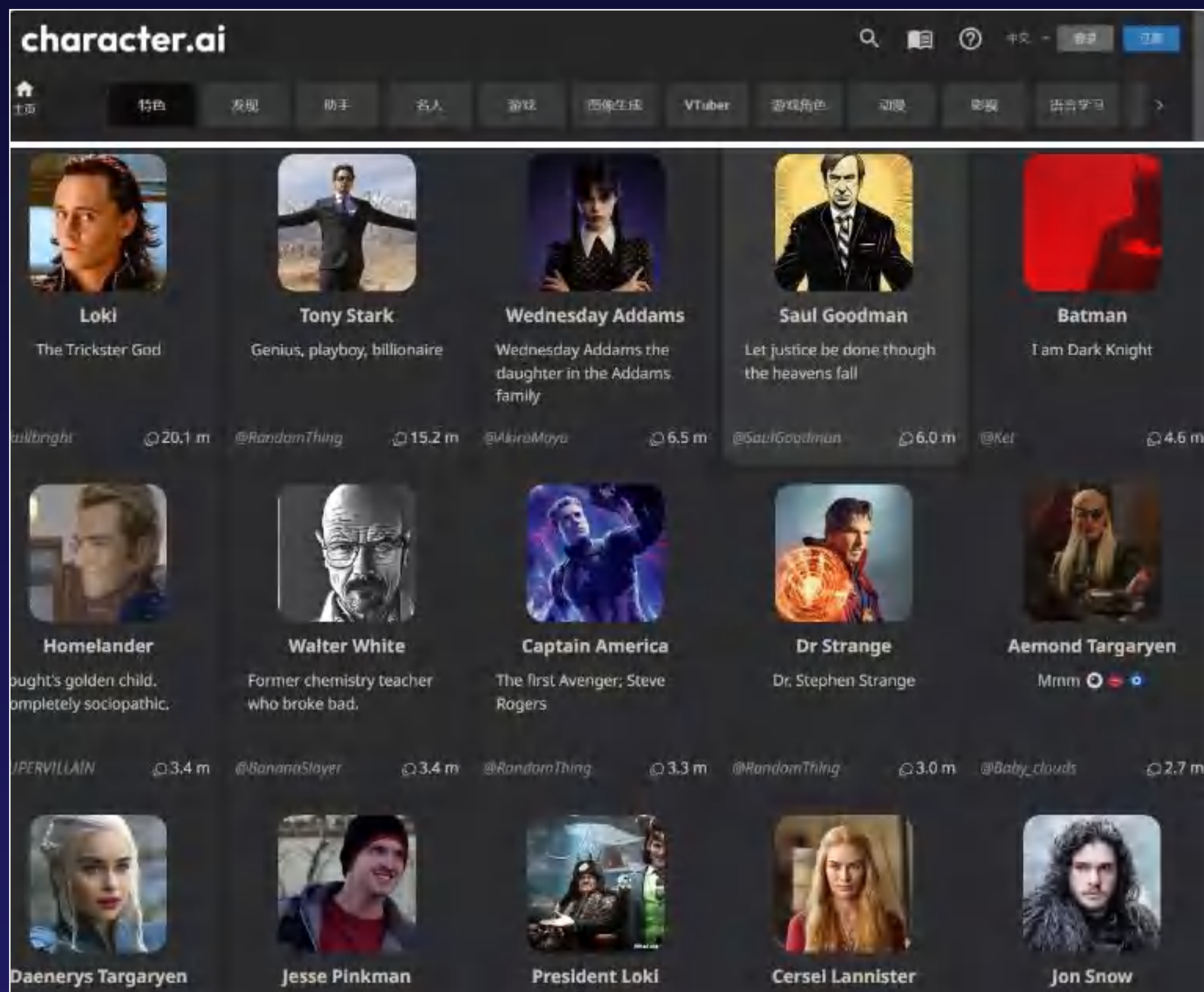
灵感写作

开始创作

更多免费行业报告 并购家 www.ipoiipo.cn

1.3 内容的生成质量将越来越好

AIGC领域目前呈现AIGC的内容类型不断丰富、内容质量不断提升、技术的通用性和工业化水平越来越强等趋势，这使得AIGC在消费互联网领域日趋主流化，涌现了写作助手、AI绘画、对话机器人、数字人等爆款级应用，支撑着传媒、电商、娱乐、影视等领域的内容需求。目前AIGC也正在向产业互联网、社会价值领域扩张应用。



AIGC对创作者的解放体现在：“只要会说话，你就能创作”，无需懂得原理，不用学习代码，或者Photoshop等专业工具。创作者以自然语言向AI描述脑海中的要素甚至想法（术语是给出“prompt”）后，AI就能生成对应的结果。这也是人机互动从打孔纸带，到编程语言，图形界面后的又一次飞跃。

从效果上看，AIGC在基于自然语言的文本、语音和图片生成领域实现令人满意，特别是知识类中短文，插画等高度风格化的图片创作，创作效果可以与有中级经验的创作者相匹敌；在视频和3D等媒介复杂度高的领域处于探索阶段。尽管AIGC对极端案例的处理、细节把控、成品准确率等方面仍有许多进步空间，但蕴含的潜力令人期待。

AIGC渗透到社会的各行各业，“AIGC+”逐渐成为各类产业发展的一种新模式。

在医疗领域，AI的应用已能够精准辅助诊断，例如Google Health的深度学习模型，在乳腺癌筛查中的准确率已超越人类专家。利用强大的图像识别和模式分析能力，这些模型可以从成千上万的X光片中识别出极易被人眼忽视的细微变化。AI的这一突破不仅加快了诊断过程，还提高了疾病的早期发现率，挽救了无数宝贵的生命。

然而，AI在医疗诊断中的应用依然面临着限制。AI系统所需要的大量标注数据、医疗影像的隐私问题、以及算法本身的透明度与可解释性都是当前亟需解决的问题。另外，法律法规和伦理道德的限制同样制约着AI在医疗领域的更广泛应用。未来，随着这些障碍的逐渐消除，AI在医疗诊断上的潜力将得到进一步发掘。



金融领域也不例外，它经历了由AI推动的变革。金融机构利用复杂的算法来预测市场趋势、管理风险、甚至自动执行交易。机器学习技术能够分析大规模的历史数据，识别出人类难以察觉的模式。例如，通过深度学习，AI可以在高频交易中捕捉到微小的市场变化，并在毫秒级做出反应，这是任何人类交易者所无法比拟的。

尽管AI在金融领域显著提高了效率，它也带来了新的挑战。AI交易系统可能会放大市场的波动性，由于其决策过程的“黑箱”特性，当市场出现意外波动时，人们难以迅速理解并对策。此外，AI系统也可能被用于不道德的市场操纵中，监管机构如何制定适应AI时代的新规则，是金融行业未来的重要课题。

在这些方面寻找平衡，以确保AI技术能够在尊重人类价值的同时，推动社会进步。

随着越来越多的内容由AIGC生成，内容的准确性和可信度也就成为接下来的关键问题。我们可以预见，在未来，AIGC将会引入更多的算法和机制，以应对虚假信息、抄袭和其他违规行为的挑战，确保生成内容的真实性、合法性。

1.4 AIGC 正与 N+ 产业密切交融

自动驾驶领域的AI应用，展示了AI能够在高度复杂和动态的环境中执行任务的能力。特斯拉的Autopilot、谷歌的Waymo，这些自动驾驶系统使用了先进的传感器阵列和AI算法，实现了车辆的自主导航和决策。它们的表现日益接近人类驾驶者，甚至在某些情境下超越了人类。

尽管自动驾驶技术取得了巨大进展，但在真正达到全面商用化之前，仍面临技术和法规上的障碍。自动驾驶系统在面对极端天气条件或复杂交通环境时的应对能力，如何确保其决策与人类道德伦理的一致性，以及如何建立起全社会的信任体系，是技术和社会必须共同解决的问题。

在娱乐和创意产业中，AI也为人类的创造力打开了新的维度。OpenAI的DALL·E能够根据简短的文本描述生成惊人的图像作品，AI音乐程序能够创作出动听的旋律。这些AI工具不仅激发了创作者的灵感，也改变了艺术创作的方式。AI的这一创造性成果是前所未有的，它为人类文化的多样性贡献了新的元素。



然而，AI在艺术创作上的潜力还没有得到充分的释放。版权、作者权利的界定，以及人工智能创作内容的伦理问题，仍然是这一领域争议的焦点。未来，随着技术的进步和社会对于AI艺术的接受度提高，人工智能在创意产业的影响力将会逐步扩大。

这些例子揭示了AI在特定领域中的成功，同时也揭示了我们面临的限制。不可否认的是，AI正逐渐从实验室的研究走向商业应用的现实场景中。但随着这一过程的推进，技术、法规、伦理、以及社会接受度的挑战逐渐浮现。要充分发挥AI的潜能，我们需要在这些方面寻找平衡，以确保AI技术能够在尊重人类价值的同时，推动社会进步。

随着越来越多的内容由AIGC生成，内容的准确性和可信度也就成为接下来的关键问题。我们可以预见，在未来，AIGC将会引入更多的算法和机制，以应对虚假信息、抄袭和其他违规行为的挑战，确保生成内容的真实性、合法性。

02

AIGC 驱动下的 应用实践

关于创作，有一句经典论断——天才是99%的汗水，加上1%的灵感。爱迪生认为那1%的灵感最重要。AIGC则向我们证明，99%的汗水能产生质变。善用AI的创作者，或许才是“完全体”。

目前来看，AIGC 已经逐步深度融入到文字、代码、音乐、图片、视频、3D 等多种媒介形态的生产中。我们也发现，近一年，各品牌都利用AIGC做出了一些营销尝试。

AIGC+营销，又会迸发出什么火花？从营销的角度来看，生成式AI有三大潜力：创意（ideas），如生成宣传素材；效率（efficiency），如批量生成电商文案；影响（impact），如将创意改造成全平台通用的形态。



AI绘图技术可以通过机器学习和深度学习技术，从大量的图像和文字数据中学习并生成具有创意和艺术性的设计。这种技术可以快速生成多样化的广告、海报、产品包装等创意设计，帮助营销人员快速地制作出吸引人的视觉内容。

AI绘图技术可以结合用户反馈和数据分析，实时调整和优化设计。通过分析用户的行为和反馈，AI绘图技术可以自动调整设计的颜色、样式、布局等元素，以更好地吸引用户的注意力并提高转化率。



AI绘图技术可以根据企业的品牌形象和风格进行个性化定制。通过学习企业的品牌特点和风格，AI绘图技术可以生成与品牌形象相符的创意设计，提升品牌的认知度和价值感。

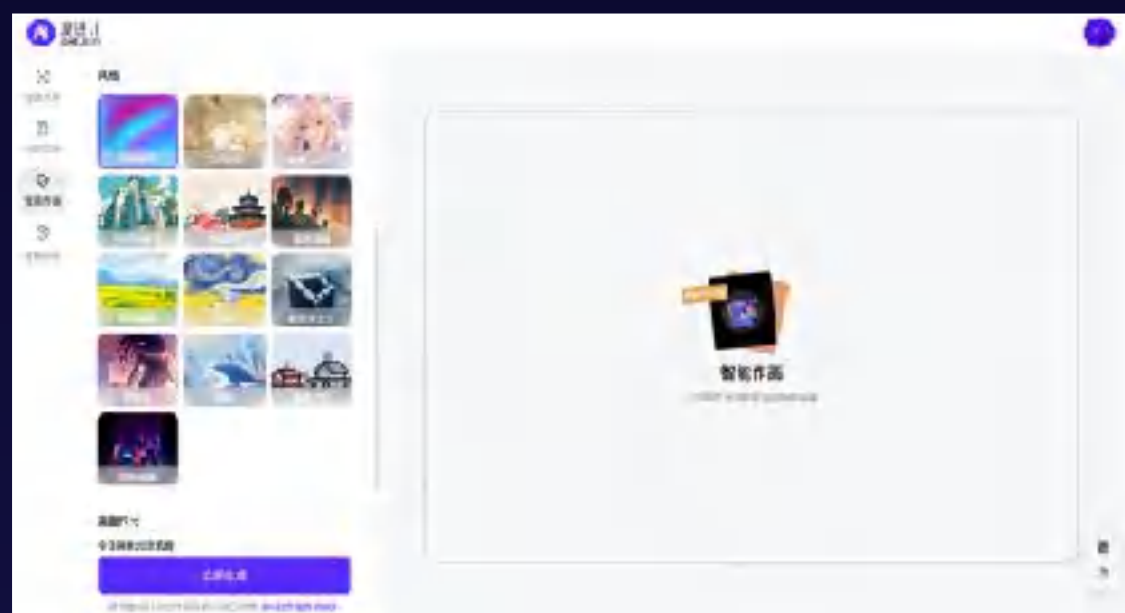
AI绘图技术可以自动化地生成大量的创意设计，大大缩短了营销周期。同时，AI绘图技术还可以根据用户的行为和反馈进行实时调整和优化，提高营销的效率和响应速度。

我们看到AI绘图技术可以根据企业的要求和目标受众的特点，自动生成具有吸引力和创意的广告海报，提高宣传效果。在产品设计和开发过程中，AI绘图技术可以根据产品的3D模型和参数，自动生成高质量的产品渲染图，提高产品设计和开发的效率。

这些应用可以帮助企业更好地展示产品的特点和优势，提高营销的效果和效率。同时，这些应用也需要不断地更新和改进，以满足市场的需求和变化。



在图片海报设计上，前期创意环节，设计师可以借助爱设计的「智能作画」功能激发创作灵感，快速生成不同风格的初版海报，方便和团队快速拉齐预期，确定视觉方向。



当主KV确定后，设计师可以借助爱设计的「AI智能延展」功能，基于主视觉画面，实现从1-N的极速画面延展，怎么操作呢？只需要上传PSD源文件，输入各渠道投放点位的尺寸，就可一键快速生成匹配的营销素材，减少设计师重复劳动，大大提高效率。

另外，每次设计师面对大量的抠图工作，气得想砸键盘？现在，设计师可以使用爱设计的「智能批量抠图」功能，实现一键抠图。



目前市场上已经有了非常成熟的 AIGC 设计案例，2023年4月，麦当劳特别呈现了一组别出心裁的AIGC宣传广告——“M记新鲜出土的宝物”，这些宝物由麦当劳与消费者、粉丝联手运用人工智能技术创作而成。这些作品不仅汇聚了麦当劳的经典元素，同时融入了青铜、白玛瑙和青花瓷等象征中国传统文化的材料，使得每一件宝物都富有深厚的文化内涵。

这一创新性项目不仅向公众展示了麦当劳的招牌产品，更通过与中国文明的联动，增进了消费者与麦当劳之间的感情。这些以中国传统文化为背景的“M记新鲜出土的宝物”，以其独特的创意和精美的制作赢得了消费者的广泛好评，进一步增加了消费者对麦当劳产品的好感。

2.1 AI 绘图+营销：让构想在画布上飞扬

去年五一期间，旅游服务平台飞猪在地铁站投放了由AIGC技术生成的五一假期旅游平面广告。这次尝试以其生动有趣、创意无限的设计理念引起了大众的关注与热议。飞猪通过AIGC技术成功打造出一系列五一假期旅游主题的平面广告。这些广告不仅富有视觉冲击力，更在内容上紧扣五一假期的主题，向人们展示了丰富多彩的旅游选择和独特体验。

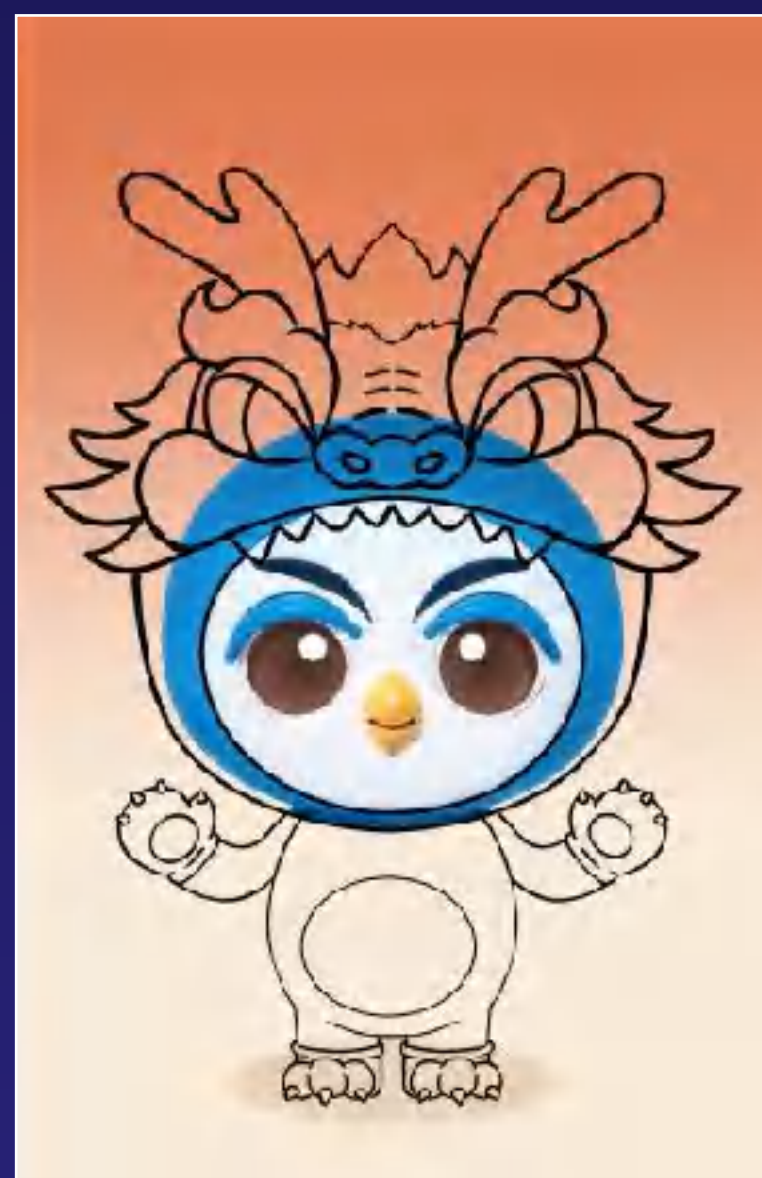
通过AIGC技术生成平面广告，飞猪成功地将旅行这一理念转化为富有创意和吸引力的视觉表现形式。无论是生动逼真的图片，还是引人入胜的文字描述，都让人们感受到了旅行带给人们的快乐与向往。



爱设计AIGC设计团队在实践过程中，也感受到了AI的力量。

比如在《微梦龙年IP形象》的设计过程中，设计师需要融合微梦的品牌形象——猫头鹰以及龙年元素，设计师利用AI，通过关键词和图片参考，生成了多张龙年猫头鹰的灵感图。

这些灵感图在风格、造型和色彩上都各有特色，为后续的设计提供了丰富的素材，然后设计师从AI生成的灵感图中挑选出最符合微梦品牌形象和龙年主题的几张图片，在确定了参考图片后，设计师开始对猫头鹰的形象进行细致的调整，在保留猫头鹰原有的可爱、机智的特点的同时，融入了龙的元素，如龙鳞、龙角等，以突出龙年的主题。



2.1 AI 绘图+营销：让构想在画布上飞扬

在这个过程中，设计师使用AI对线条、色彩和细节进行了优化，使整个形象更加生动和精致。

最后，使用SD软件将猫头鹰的线稿进行3D化处理。通过调整角度、添加光影效果和纹理细节，最终得到了一组立体、生动的龙年猫头鹰形象。

提效结果：通过AI的辅助，团队在短短2天内完成了整个设计过程，相较于传统的设计方法，整体效率提高了50%。这不仅大大缩短了设计周期，还保证了设计的质量和创意的发挥。



在电影海报制作过程中，AI 实力不容小觑，《海王2失落的王国》是一部备受期待的电影，为了给观众带来更好的观影体验，爱设计团队设计了一组独特的倒计时海报。海报以电影中的五个场景为基础，将数字与场景巧妙地结合在一起，使得倒计时天数既突出又不显得突兀。

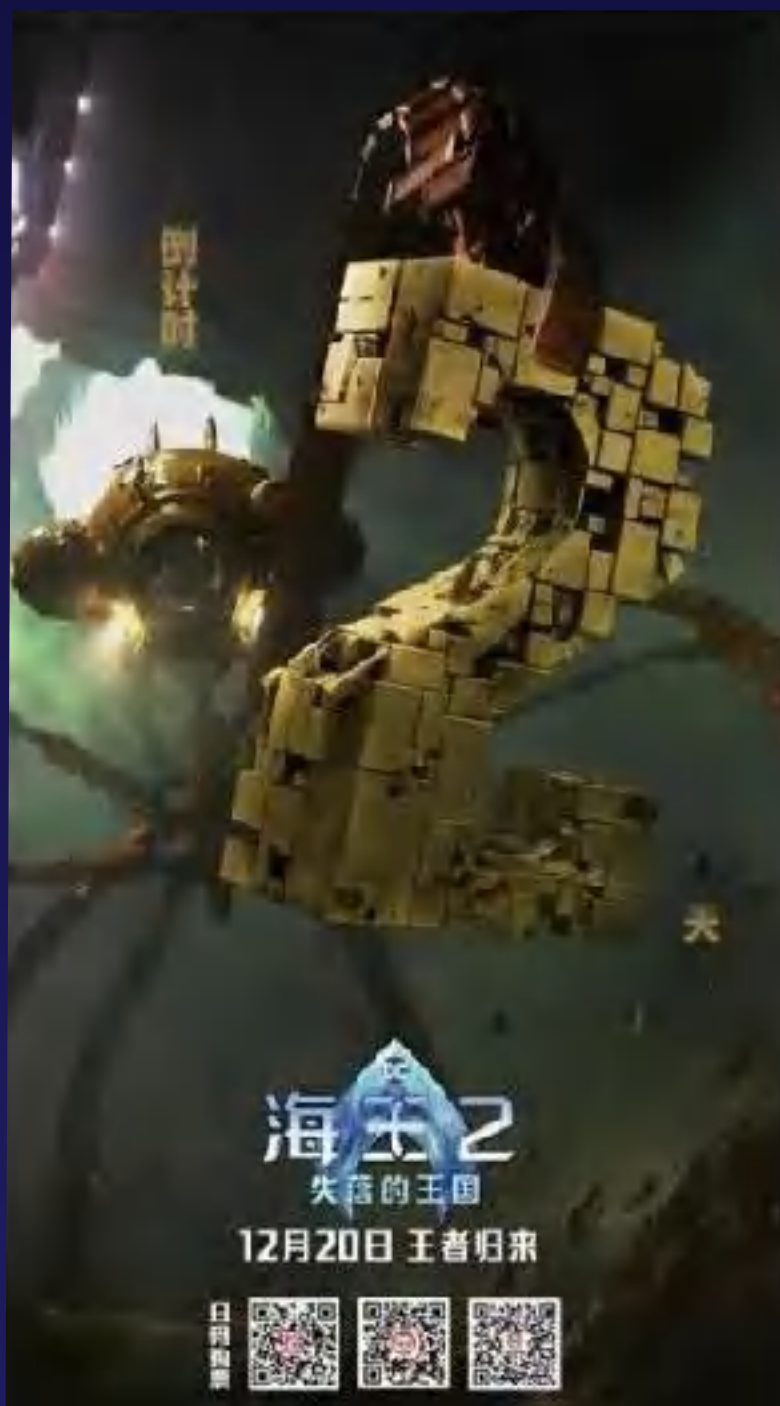


2.1 AI 绘图+营销：让构想在画布上飞扬

首先，设计师从电影中选择了五个最具代表性的场景，这些场景分别代表了电影中的不同阶段和情感氛围。

接下来，设计师为每个数字设计了独特的风格和形态。每个数字都与相应的场景紧密结合，使其在视觉上与场景融为一体，形成一幅完整的画面。

最后，为了确保数字与场景之间的过渡自然，没有突兀的感觉，设计师将这些数字与场景进行融合，并进行微调，根据数字的大小和位置，对场景进行适当的调整，以确保整体的美感和平衡感。

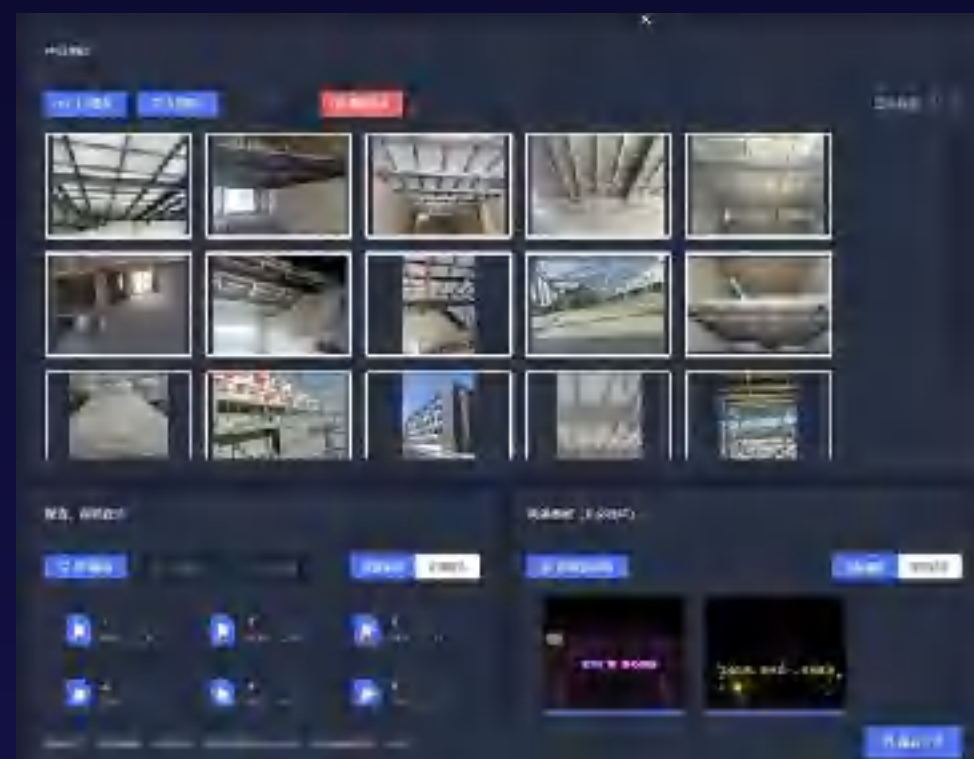


在传统内容创意阶段，设计师往往需要花大量的时间搜索参考素材、手动绘制风格demo图，再通过跨团队进行创意讨论，存在着沟通信息碎片化、沟通成本高等问题。

现在，爱设计的设计师不再只能依靠Photoshop 或Illustrator这类工具去手动画草图，完全可以通过AIGC内容生产工具去加速自己的创意时间，更快地生产想要呈现的创意效果，完成创意的提效。

随着AI技术的不断发展，自动化视频录制已经成为可能。通过使用AI技术，营销人员可以快速设置录制参数，如分辨率、帧率、码率等，并自动录制视频。这大大减少了人工操作的成本和时间，提高了视频录制的效率。

在视频剪辑方面，AI技术也发挥了重要作用。通过机器学习和深度学习技术，AI可以自动识别视频中的关键帧和剪辑点，并快速完成视频剪辑工作。这不仅提高了效率，而且可以减少人工剪辑中的错误和疏漏。

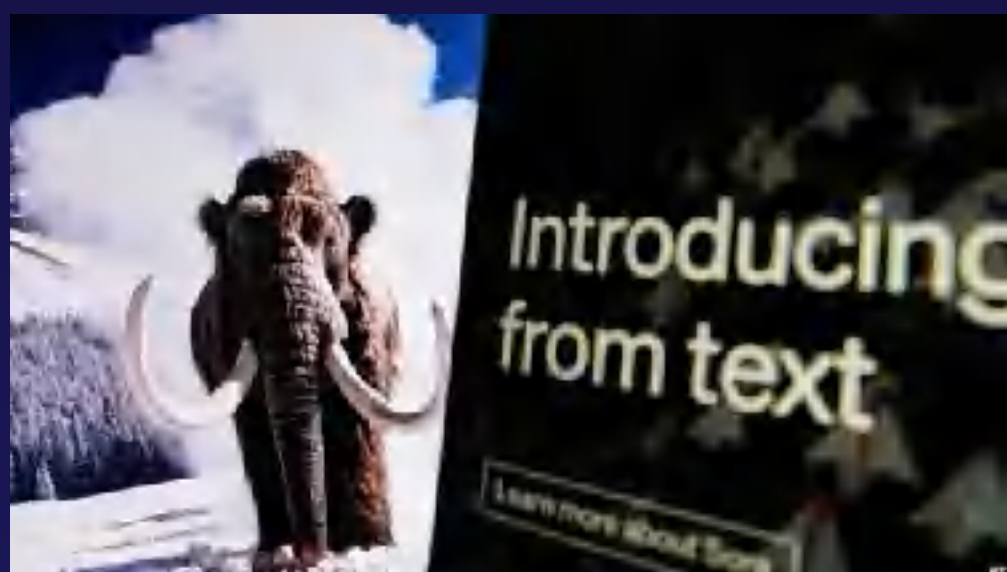


AI技术可以将视频中的语音转化为文字，方便后期编辑和整理。这有助于营销人员更好地理解视频内容，并对其进行优化和改进。同时，语音识别还可以用于视频字幕的制作，提高观看体验。

通过AI技术，可以自动生成特效和动画，增强视频的吸引力和视觉效果。例如，利用AI技术可以快速添加背景音乐、字幕、滤镜等特效，使视频更加生动有趣。

AI可以根据视频内容和主题，自动选择合适的音乐，增加视频的感染力和氛围。这有助于提高观众的观看体验，并加深他们对视频内容的印象。

利用AI技术，企业可以根据不同受众的特点和需求，定制视频的内容和风格，提高营销效果。例如，通过分析用户的观看历史、兴趣爱好等信息，AI可以生成个性化的推荐内容，提高用户对视频的接受度和忠诚度。



2.2 AI 视频+营销：高效完成视频录制与剪辑

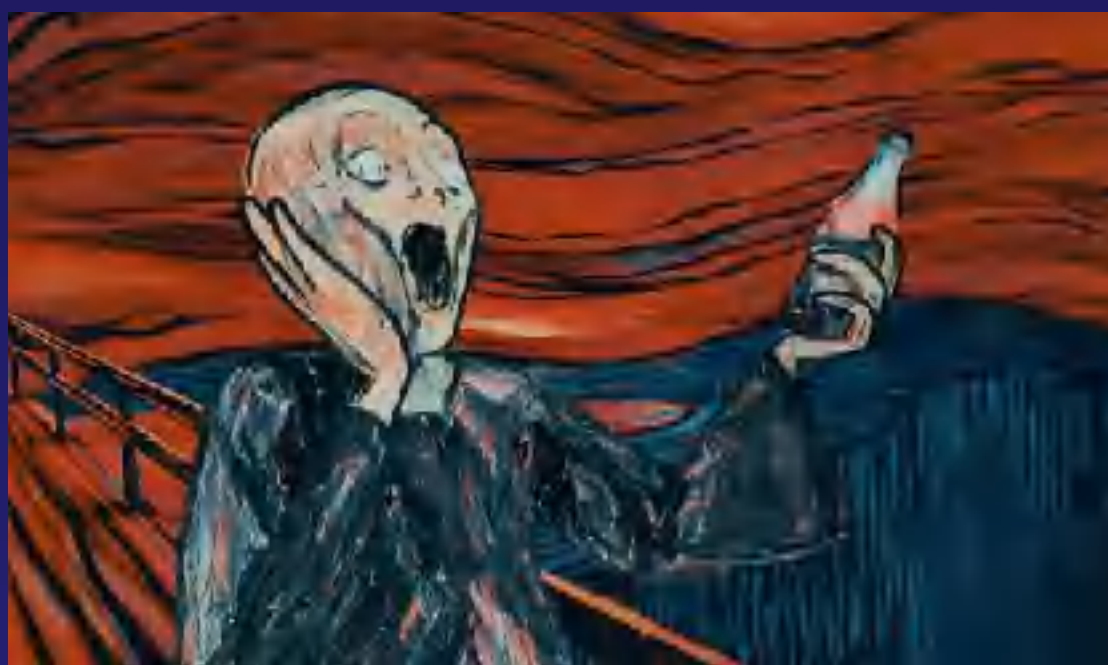
通过AI技术和虚拟现实技术，企业可以创造独特的虚拟人物和场景，增加视频的创意和吸引力。例如，利用AI技术生成一个虚拟代言人或虚拟场景，可以引起用户的兴趣和好奇心，提高营销效果。

比如爱设计团队实验性地利用AIGC工具，对哪吒GT车型高品质视频素材进行AI二创，将AI输出的内容与GT车型实拍素材进行融合混剪。



宣传片短短17秒，配上AIGC生成的创意视觉，让原本枯燥的现实镜头，一瞬间灵动起来，一下将顾客带入一个多元想象的创意王国，在虚实界限之间，在AI的脑洞下，TVC让消费者成功记住了哪吒汽车GT车型。

可口可乐发布的创意广告运用人工智能Stable Diffusion技术完美还原了世界名画艺术展，并实现了多个世界名画的动态表现，帮助可口可乐寻找到了新的创意营销突破点



2.3 AI 写作+营销：让文案更行云流水

对于营销行业而言，大模型带来最有用的能力，主要就是两点，一是数据总结，二是内容生成。其中，因为大模型能助力营销，将内容的广度和深度传达出来，所以内容生成又更为重要。

目前的 AI写作工具主要是智能写作：只需输入标题大纲，即可生成全文初稿；爱设计智能写作，可以支持海报内容撰写、写稿助手、段落润色、知乎风格文案、商业新闻、娱乐新闻、数码产品评测、电商产品描述、简历续写、简历润色、智能写JD等场景需求。



爱设计智能文案，一句话生成爆款文案，支持小红书、朋友圈、微博、短视频文案、产品slogan等场景，甚至还能帮你自动生成周报。



智能改写：对文章中不合理的用词、语序错乱、口语表达等问题进行全面检查和润色建议，提升文章质量；

智能排版、标注：针对无段落文本进行一键轻松排版，标注重要观点及数据，提高可读性，以及通过智能翻译帮助用户快速准确地进行多种语言文本翻译操作，通过智能提取快速针对内容编辑区全文段落进行摘要生成等。



2.3 AI 办公+ PPT：一分钟搞定 PPT

撰写文本大纲、PPT模板风格选择、排版修改细节……每一次PPT设计都要耗费打工人们大量心血。而加速工作和生活的步调现在已经成为一种自发的反应，多线程的任务处理成为打工人的日常，日复一日的忙碌更让人渴望追求诗意和遥远的未知。

AI 的出现，让智能办公加速提效，解放双手。通过自动化、智能化的方式，AI 可以帮助我们节省大量时间和精力，从而快速、准确地完成工作任务。

从市场需求和规模来看，整个AI办公，是一个非常大的赛道。这个赛道里有千亿级公司，也有万亿级市值的公司，AiPPT.cn 自 2023 年 8月份正式上线以来，深度扎根 AI+办公 产业链，率先实现了AIGC产品在商业领域的变现。作为一款将AI大语言模型与PPT这一高频办公场景深度结合的产品，AiPPT.cn已为国内数万家企业的白领人群提供AI一键生成 PPT 服务。



除此以外，爱设计内容中台拥有丰富的 Ai.智能工具箱赋能非专业人士快速完成专业级内容的编辑。10款专业级创作工具，帮助企业实现内容从1-N的高效内容裂变。



03

AIGC 驱动下的 未来展望

在人类简史的长河中，每一次科技革命的浪潮都在悄然间重塑着我们的日常生活。而如今，AI——人工智能，这个炽热的科技焦点，不仅在技术界掀起了波澜，也在我们每个人的生活中激起了涟漪。ChatGPT，作为近年来人工智能应用的一个缩影，其影响力和变革性可能远超我们的想象。

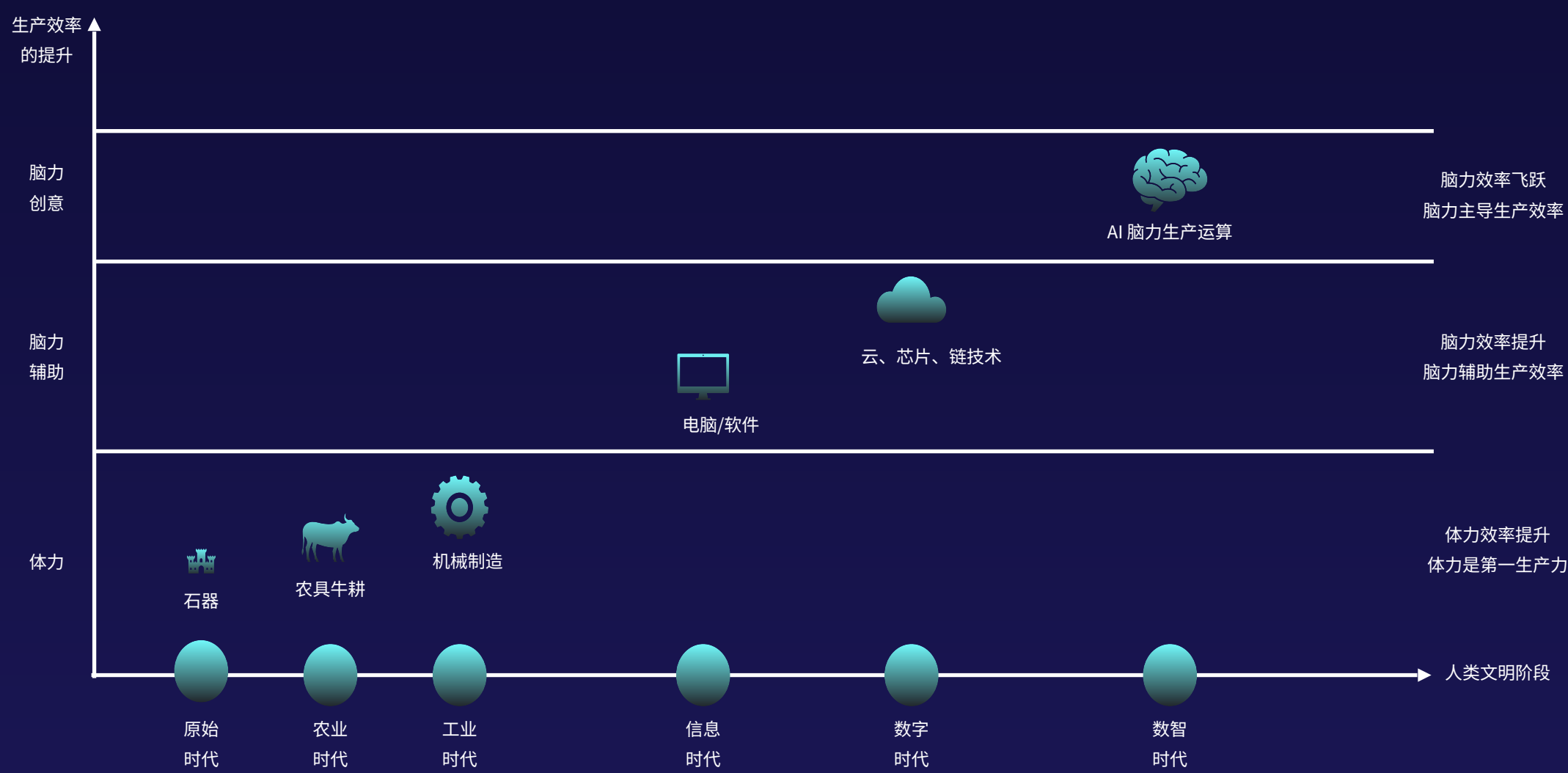
ChatGPT的出现揭示了一个不争的事实：AI的发展已达到了一个新的阶段，智力资源——过去被认为是稀缺和珍贵的，现在开始被人工智能以惊人的效率和规模复制和扩展。从编程到写作，从图像设计到策略规划，AI正逐步介入这些过去由人类智力垄断的领域。

在这样的背景下，我们不禁要问，未来，当AI能够模拟甚至超越人类的智力劳动时，人类的工作又会呈现出怎样的新面貌？是否我们每个人都能够适应这种速度和方式的变化？智力工作的价值是否将遭到贬值？而智力劳动者又该如何面对这场智力劳动的工业革命？

阿尔伯特·爱因斯坦（Albert Einstein）曾说：我从来不想未来，因为它来得太快。大型预训练模型已经推动了人工智能领域的革命。2024年，AIGC的应用将带给人们哪些惊喜？将呈现出何种趋势？

趋势一：围绕AIGC的应用层创新具有确定性，将成就一批创新企业

每一次人类文明跃迁的背后，都是技术的突破，生产力的升级。
内容作为链接个体之间的基本单元，在万物互联的数字时代，AIGC是必然产物，历史的选择。



我们预测，到2024年，AIGC将深度融入企业业务，并催生众多新场景。随着应用价值链的延伸，AIGC将重塑行业运营模式，对商业模式和利益格局产生重大影响。

应用层创新将成为AIGC产业发展的核心方向。同时，IDC对多个行业用户进行了调研，结果显示所有受访企业都已开始尝试AIGC相关应用。

在通用人工智能时代，智能化应用将呈现爆发式增长，而AIGC将优先在企业端实现场景落地，特别是与生产力和办公相关的场景。对于消费端用户，结合商业模式探索和市场教育，其商业闭环的构建周期将延长。对于AI技术实践的创新型企业，找准落地场景是关键。

从技术角度看，AIGC在知识管理、搜索、地图、数字人、智能对话、推荐和业务流程优化等场景中具有明显优势。

趋势二：AIGC正在工具化，从“赶时髦”变“真有用”

随着大模型的快速成熟，各行业对大模型寄予厚望，期望其能够解决实际问题并创造持续价值。

我们发现，企业在选择AIGC供应商时，最看重的是项目能否短期内为企业带来实际效益。在这样的需求推动下，更多应用场景被发掘，大模型应用厂商也在积极寻找合作伙伴，力图快速树立行业标杆。AIGC正在成为工作必备工具，掌握优秀工具的员工将更具效率。未来，不同工作环节的效率评价标准将发生重大变化。

企业希望通过AIGC实现的主要商业目标包括：提升客户体验、提高开发人员的生产力、创造差异化竞争优势以及创新商业模式等。



我们预估，到2026年，AIGC将承担42%的传统营销任务，如搜索引擎优化、内容与网站优化、客户数据分析、细分市场分析、潜在客户评分以及个性化营销等。

然而，企业高层对AIGC带来的运营成本、隐私/合规风险以及客户管理问题表示担忧。此外，技术栈、工具软件、数据集和技能等方面的不足也限制了企业对AIGC的投入。

因此，大模型的可解释性和产品易用性至关重要，有助于增强企业信心并加速应用落地。企业可通过AI PaaS平台快速搭建专属智能化应用。

趋势三：专属、自建模型将率先在中大型企业涌现

企业或组织对大模型的要求不仅仅是实现通用功能，更需要其在特定领域展现出卓越能力。

因此，企业客户将产生更多专属、自建模型的需求，特别是中大型企业，通过针对特定领域的适配，有望获得更理想的综合效益。

我们了解到，目前有60%的企业使用大模型的公开版本，但2年后会迅速降至17%，而更多的企业会将AI应用建立在私有、专属模型基础上；同时，高达88%的企业选择通过内部团队开发相关应用。

由此可见，行业专属大模型已成为企业未来的热点目标，企业需要持续加强自身的人才队伍建设，提升AIGC应用的实力。

基于特定任务和领域知识的专属或垂类模型对于企业客户来说至关重要。在构建专属AI能力的过程中，中大型企业凭借雄厚的资金基础和丰富的数据沉淀，有望率先提供专属大模型服务，赋能行业生态和客户。

从另一个角度来看，垂直领域的数据、针对场景的模型优化以及高效低成本的工程化解决方案是企业利用AI建立竞争优势的关键。

我们预测，到2025年，采用生成式AI驱动的数据智能和集成软件将催生新的自动化数据平台，使数据工程师的生产力至少提高25%。

趋势四：大模型生态日臻繁荣，AIGC逐步普惠化

随着AIGC产品与生态的蓬勃发展，AI正变得更加普惠。

当前，AIGC的收费模式只是其货币化趋势的初步体现。随着AIGC在各行各业的渗透，越来越多的企业希望从AIGC创造的潜在增量收益中分一杯羹。

巨大的商业前景下，AIGC将驱动全社会涌现出新的商业模式。我们预估，到2024年，33%的全球2000强企业将利用创新商业模式，使生成式AI的货币化潜力翻倍。

从未来的发展趋势看，全栈式AI PaaS和SaaS化服务将进一步成为主流。AI产业链将持续成熟发展，包括数据采集、数据标注、定制化模型开发、场景共创等在内的AI产业链将产生许多新的岗位需求。

到2026年，2/3的云应用将使用AI技术，导致高达八成的企业难以找到熟练的AI专业人员。掌握AI技能的人才将在未来更具竞争力。

围绕大模型的应用将推出新的消费形态，包括付费会员、交易佣金等，促进数字经济产业的加速繁荣。在AI商业繁荣的大趋势下，技术、产品和商业的良性竞争将使AI更加普惠，企业用户的智能化发展路径将更加清晰。

个体创作者和开发者的商业化门槛将持续降低，更多的人将更积极地拥抱AI。

在这些过程中，类似于应用开发商店的商业化平台将成为个体开发者的乐土。个人创作成果可以被快速推向市场，运营者和开发者都能从中获得资金回报，大模型生态系统的活力将被进一步激活。

商业模式的创新也将给AIGC应用带来快速推广的契机。巨大的商业前景和快速迭代的技术能不断摊薄AIGC的边际成本，形成良性市场竞争格局，最终使广大中小企业和百姓受益。

趋势五：智能涌现是把双刃剑，需要与之匹配的安全措施

AIGC作为一种新兴技术，虽然带来了AI新浪潮的发展，但也存在许多可预料和不可预料的风险。隐私保护、结果失控、数据泄露等问题是企业决策者最为担忧的问题。

2023年7月13日，国家网信办等七部门联合发布《生成式人工智能服务管理暂行办法》，旨在促进生成式人工智能的健康发展和规范应用，维护国家和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益。北京、上海等地也相继出台相关规范和条例。

目前，关于AI的合规问题主要涉及数据、AI产品、个人服务和行业应用。IDC指出，在法律法规的框架下，所有大模型和AI生态厂商都必须认真对待新一代人工智能产业中的合法合规问题，特别是通过算法模型的优化，增强人工智能的可解释性。

对AIGC在法律法规和伦理道德方面进行有效的约束是未来全球各国面临的重要问题。当前，各国政府已经开始出台法律法规，对相关的开发、应用和服务过程进行有效规范和约束。

面向人工智能的下一个时代，人们需要更加负责任地、以人为本地发展应用AIGC技术，打造可信AIGC生态。面对AIGC技术应用可能带来的风险挑战，社会各界需要协同参与、共同应对，通过法律、伦理、技术等方面的多元措施支持构建可信AI生态。在立法方面，网信办等三部门出台的《互联网信息服务深度合成管理规定》针对深度合成技术服务提出的要求和管理措施，诸如禁止性要求、标识要求、安全评估等，亦适用于AIGC。接下来，需要着重从以下方面持续推进AIGC的政策和治理。

结语

AIGC的发展正在引发一场能力培养的变革，这种技术的出现，使得我们能够更快速、更准确地获取信息，同时也使得机器能够更好地理解和满足我们的需求。

与此同时，很多人也在讨论关于对AIGC技术未来的期望，很多人可能经常说会替代谁、取代谁，真的没必要有这种担心。技术在任何时代都是不可阻挡的，大众的交流与表达的欲望，以及基于这些形成的文创社区，在未来也必然会长期存在。在这两者都存在的前提下，谈论谁会被取代没有意义，更多的是我们要通过有机的耦合去找到那个齿轮契合的点，让现有的技术和生产力得以解放。AIGC更多是扮演了一个合作的角色，把人从无意义的机械劳动中解放出来，将人的创意和思维能力发挥到最佳。

AIGC为未来企业的智能化生产作业打开了空间。企业往往积累有大量专业化、领域化的知识、规则，AIGC技术可以看成是“虚拟人力”，以此可以将企业传统的知识库升级为“企业认知大脑”，即可以自动完成业务内容的理解和生成的逻辑中枢，助力企业日常认知作业从纯人脑作业转型为“AI+人”的作业模式，让AI助手完成80%事务性、中低阶的认知作业，这部分有着足够高的质量下限（大量知识支撑）且极具效率（数千倍于人工）。

AIGC技术的未来如何，我们尚未可知，但我们可以知道的是：一旦开始，便无法停下。**我们能做的，就是积极主动地「跃入」AIGC时代。**

AIGC技术带来了许多新的机会和可能性，但同时也带来了一些数据安全挑战，因为AIGC的开放性和算法的复杂性，它也带来了相应的一些问题，很多问题今天还没有特别清晰的解决方案，比如未来的数据和算力的头部化，以及数据来源和版权的问题，以及虚假内容的伦理问题等，这些也希望可以在未来的发展中逐渐得到解决。

未来已来，让我们拥抱AIGC，拥抱人工智能的下一个时代，打造更美好的未来。

版权声明

本报告为爱设计公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合爱设计产品数据，统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



添加企微了解更多



扫码关注公众号

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn