

中国智能媒体创新发展报告 (2022-2023)

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

· 报告出品 ·



中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室新媒体研究院是专注于数字化、信息化和全球化背景下的新媒体综合发展研究的专业性教学与科研机构，致力于新媒体产业研究、新媒体内容研究、新媒体技术研究，以移动媒体、数字电视、国际互联网传播、媒体融合、大数据、新媒体与“一带一路”、军民融合及新媒体人才培养等为核心，持续开展深入的新媒体理论研究、行业应用研究和产品创新研发工作，通过联合国内外专家和高级研究人才团队，以严谨的科学研究为根基，努力实现并不断开拓新媒体研究的最大价值。

新浪AI媒体研究院是新浪集团内设研究智库，致力于与学界开展广泛合作，促进科研成果和行业实践对接，推动媒体行业高效、稳步、可持续化地“智能”升级。研究院拥有一流的研究资源，与国内外知名高校、科研院所开展合作，承接国家重点研发计划、863计划、国家自然科学基金项目、社科基金项目等十余个项目。相关研发成果应用于新浪新闻APP、手机新浪网等智能媒体产品矩阵，满足人们日益升级的信息需求。

联合支持



微博校园成立于2010年，经过10余年的探索，基于微博在校园场景下的使用已形成“信息沟通、服务学生、文化建设、热点引导”的清晰定位。微博校园得到了包括教育部、共青团中央以及各省市自治区教育主管部门的政策扶持。目前，微博校园已覆盖全国2000所以上高校，并建立高校微博联盟。微博校园深耕校园市场，赋能高校打造全景式校园媒体格局，全年打造2000+校园热点话题覆盖全国千所高校，并主导发起绿植领养、高考加油、毕业季、开学季等多个品牌IP项目，深受高校组织和广大师生的支持。



通州区融媒体中心
TONGZHOU MEDIA

北京市通州区融媒体中心在原通州区广播电视中心基础上，将《通州时讯》报社、通州电视台、通州广播电台、网络媒体平台，在人力、内容、宣传方面进行全面整合，充分利用媒介载体，将广播、电视、互联网的优势互为整合，形成了融媒体中心。融媒体中心成立后为适应全新的业务需要，重组成立了新媒体部、平面媒体部、融媒采访部、视频编辑部、音频编辑部、制作部等部门，并先后对原来的电视、广播、报纸进行了全面的升级和改版。“大运通州”网站依托融媒体中心平台所有力量，在网络平台及时发布内容消息，为广大网民提供新闻宣传、政务服务、民生宣传等内容和服务。融汇副中心APP，每日24小时不间断的发布助力副中心建设的各种新闻资讯，为满足网络受众的观看需求，每日同步跟播《副中心新闻》、对北京城市副中心调频广播上传内容开展音频点播服务、并积极展开各种音视频直播、转播业务。“大运通州网”作为区融媒体中心承办的通州区政府新闻门户网站，由区委宣传部主管，所有业务由融媒体中心管理。

· 报告编委 ·

首席专家

赵子忠教授，中国传媒大学新媒体研究院院长

王巍，微博COO、新浪移动CEO、新浪AI媒体研究院院长

项目负责人

徐琦，中国传媒大学新媒体研究院副研究员（xuqi@cuc.edu.cn）

乔宇，微博年轻用户发展部总经理、新浪AI媒体研究院副院长

项目团队（按姓氏拼音排序）

董嘉祺、宫辰、郝会静、江艺彤、李川、梁宇、孙慧姝、温雨婷、王喆

报告目录

01

大模型带来媒体融合新机遇

02

中国智能媒体年度理论探讨

03

中国智能媒体创新应用亮点

04

中国智能媒体发展趋势研判

01

大模型带来媒体融合新机遇

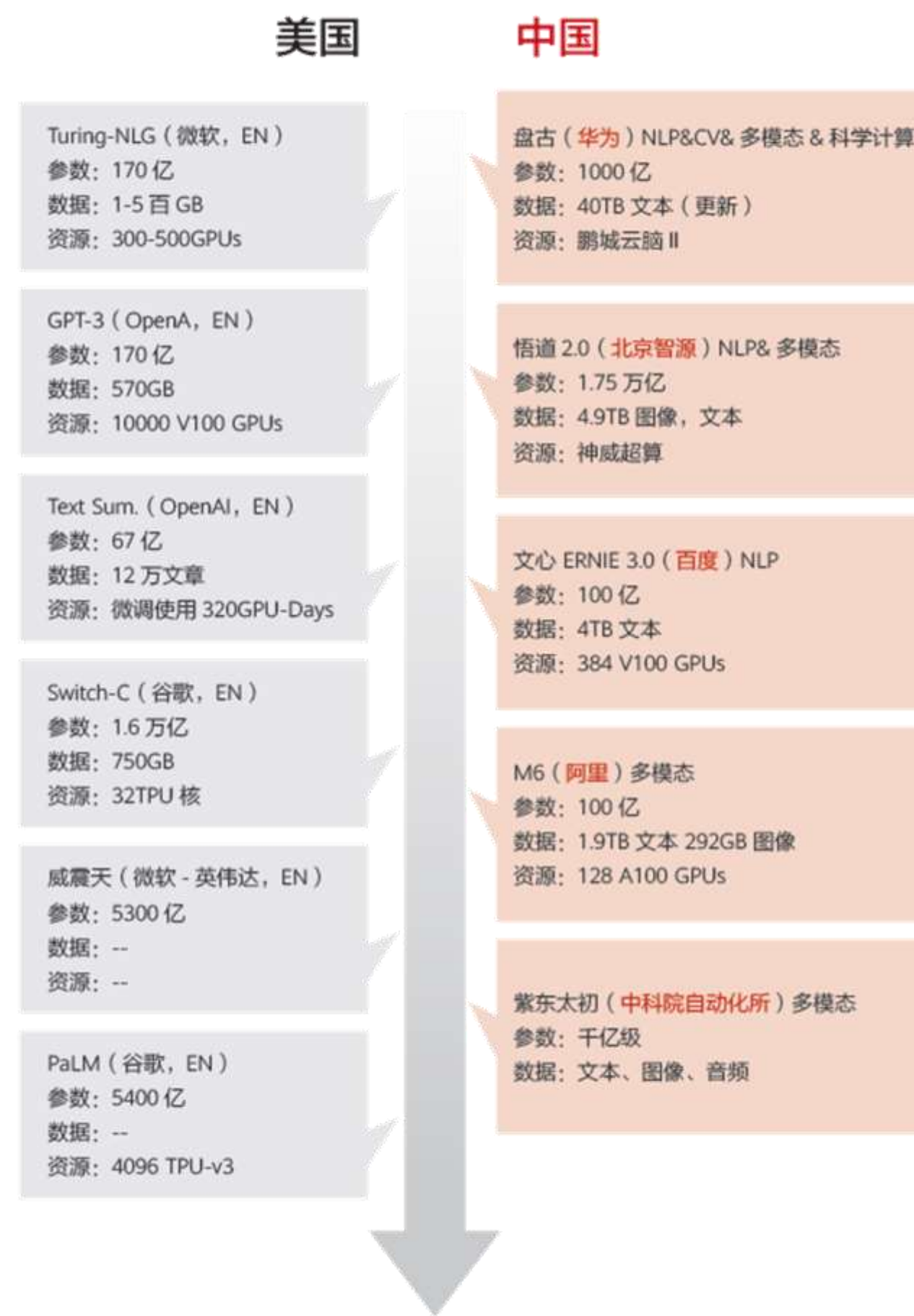
Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

一、技术环境：能力升级，迭代更新

伴随计算机技术与人工智能技术的研发突破，新一轮的发展热点也逐步显现，CHATGPT的爆火带来的是整体大模型行业的齐头并进，从自然语言模型到深度机器学习，大模型技术推动着新一轮的AI技术的发展。通用AI能力的广泛应用也使得大模型技术日趋成熟，同时掌握尖端大模型技术的水平高低也成为了国力竞争的衡量参考之一。



图：部分国内外大模型参数量对比

公司	NLP		CV		多模态	
	模型	参数量	模型	参数量	模型	参数量
国产模型						
百度	ERNIE 3.0-Titan	260B	VIMER-UFO 2.0	17B	ERNIE-ViLG 2.0	24B
腾讯	HunYuan-NLP	1T	HunYuan-vcr	-	HunYuan_tvr	-
阿里	AliceMind-Plug	27B	通义-视觉	-	M6	10T
华为	盘古语义大模型	200B	盘古视觉大模型	3B	盘古多模态大模型	-
海外模型						
OpenAI	GPT-3	175B	Image GPT	6.8B	DALL-E 2	3.5B
谷歌	PaLM	540B	V-MoE	15B	PaLI	17B
			ViT-22B	22B		
微软	Turing ULR v6	5.4B	Swin Transformer V2	3B	BEiT-3	1.9B

一、技术环境：能力升级，迭代更新



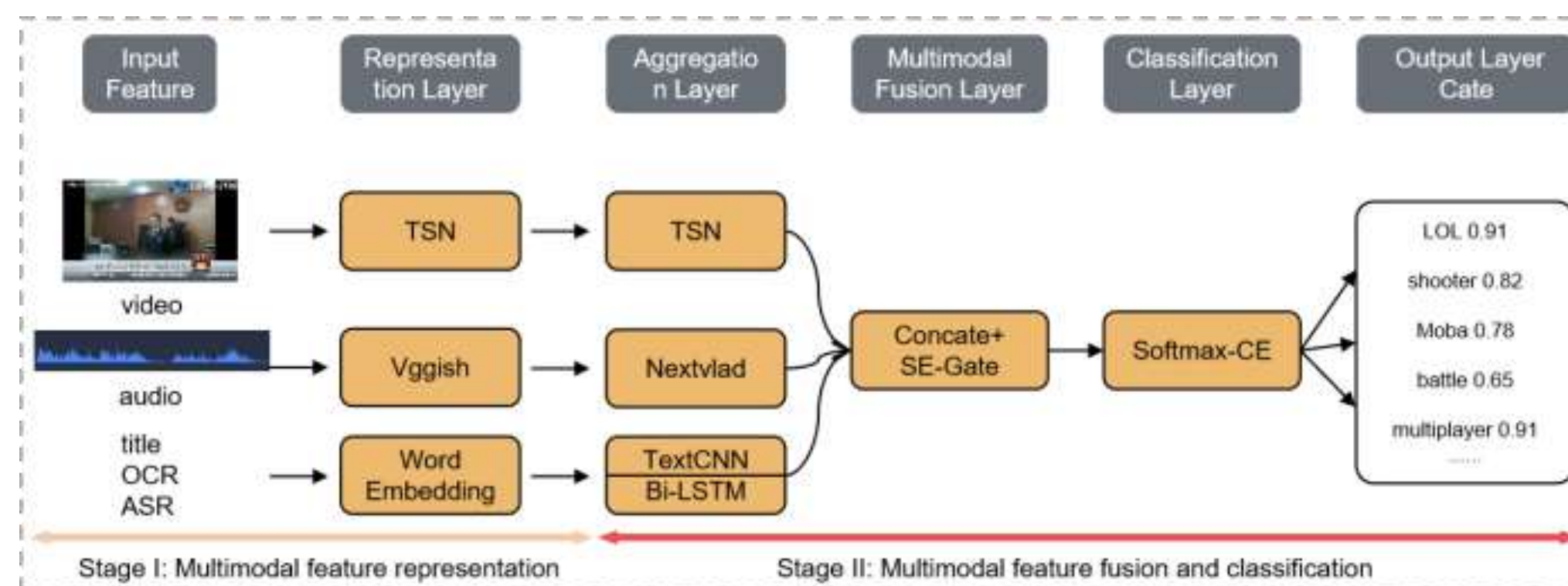
多模态内容语义理解技术

基于多模态内容语义理解技术模型构建一种基于多模态信息融合的语义理解模型，为多模态数据生成多知识维度的语义标签。该系统包括两个子模型：多模态分类标签模型(VCT)和多模态语义标签模型(VST)，分别为视频生成分类标签和语义标签。

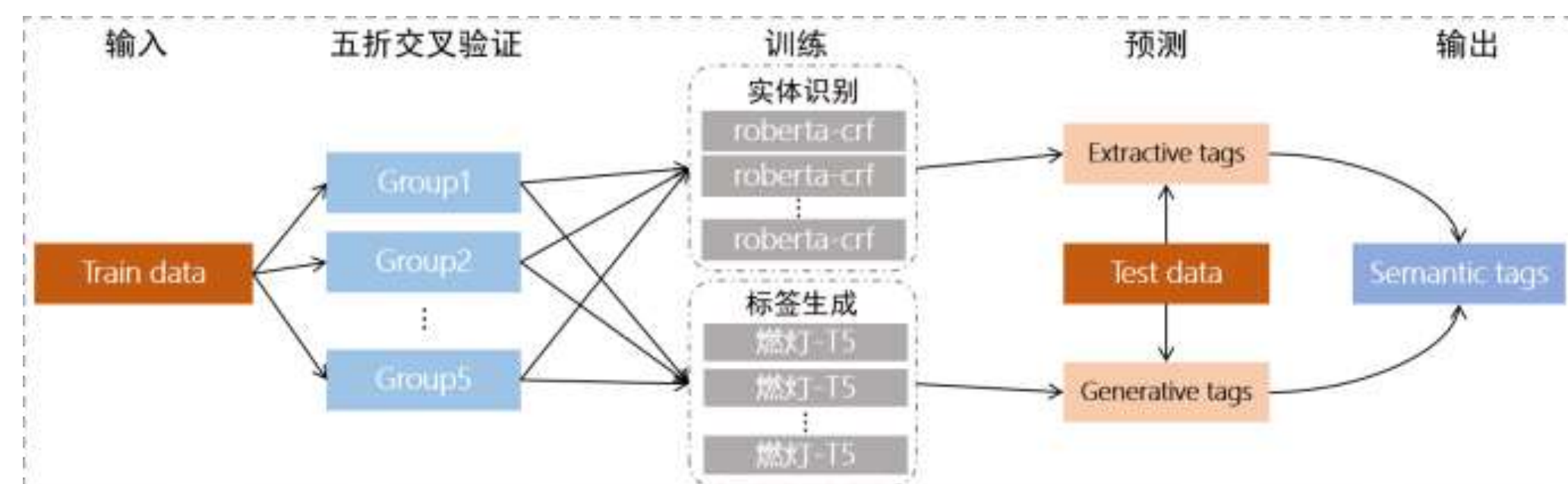
多模态分类标签是预测topic的类别，由于一级、二级类别合并后并不多，因此采用组合的方式进行文本分类。整体模型思路为一个两阶段框架，如下图所示，第一阶段是多模态特征编码，第二阶段包括多模态特征融合和分类器。



图：多模态分类标签框架



图：多模态语义标签框架



第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

一、技术环境：能力升级，迭代更新



预训练大模型

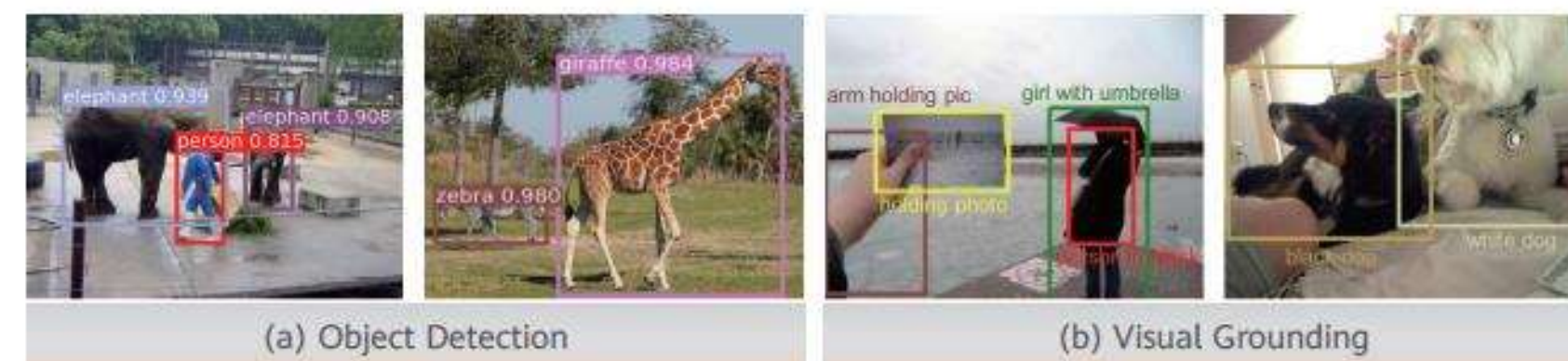
预训练大模型是目前深度学习领域的一个重要趋势，它通常涉及使用大量数据对大型神经网络进行预训练，以学习一种普遍适用的知识表示。此类模型一般分为两个阶段进行训练：预训练阶段和微调阶段。

预训练阶段：在这个阶段，模型会在大量无标签数据上进行训练，例如整个互联网上的文本。这个过程被称为无监督学习，因为模型只需预测输入数据的某些方面，而不需要任何人工标签。在这个过程中，模型会学习到丰富的数据表示，例如单词、短语、句子的含义和它们如何组合在一起。

微调阶段：在这个阶段，预训练过的模型会在特定任务的有标签数据上进行进一步训练。例如，如果我们要训练一个新闻分类器，我们就可以在具有新闻类别标签的新闻文章数据上进行微调。在微调过程中，模型会学习到如何将预训练阶段学到的知识应用到特定任务上。



图：预训练示意图



第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

二、产业环境：大厂入局，构建生态





国内各大科技企业纷纷入局AI大模型

大模型增强了AI技术的通用性，助力普惠AI的实现。未来，大模型有望于场景深度融合，配合专业工具和平台支持应用落地，开放的生态来激发创新，形成良性循环。

头部企业均采用“模型+工具平台+生态”三层共建模式，有助于业务的良性循环，也更容易借助长期积累形成竞争壁垒。

大模型厂商主要包括百度、腾讯、阿里、商汤、华为等企业，也有智源研究院、中科院自动化所等研究机构，同时英伟达等芯片厂商也纷纷入局。

图：部分大模型厂商发展情况一览

公司	大模型	模型底座	NLP大模型	CV大模型	多模态大模型	特色
	文心大模型	飞桨 PaddlePaddle 深度学习平台	文心NLP大模型 (ERNIE3.0)	文心CV大模型 (VIMER系列)	文心跨模态大模型 (ERNIE 变体)	构建了文心 大模型层、 工具平台层、 产品与社区 三层体系
	混元大模型	太极机器学习 平台	HunYuan-NLP	HunYuan-vcr	HunYuan_tvr、 太极文生图	广告类应用 表现出色
	通义大模型	M6-OFA	通义 - AliceMind	通义 - 视觉	通义 - M6	构建了AI 统 一底座
	盘古大模型	ModelArts	盘古NLP大模型	盘古CV大模型	暂未上线	发挥Model- as-a-service 商业价值

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

二、产业环境：大厂入局，构建生态

图：百度文心大模型全景

百度文心大模型

百度文心构建了文心大模型层、工具平台层、产品与社区三层体系。

- 产品能力：文心大模型+飞桨PaddlePaddle深度学习平台，满足市场大规模落地需求。
- 应用能力：百度已在金融、能源、制造、城市、传媒、互联网等行业拥有实际落地的标杆案例。
- 生态能力：在社区用户的基础上，可以实现与开发者、行业用户、上下游产业的正向互动。

产品与社区	文心一格 AI艺术和创意辅助平台		文心百中 大模型驱动的产业级搜索系统		畅谷社区 大模型创意与探索社区		
工具与平台	EasyDL-大模型 零门槛 AI 开发平台		BML-大模型 全功能 AI 开发平台		大模型 API		
	大模型套件						
文心大模型	数据标注与处理						
	大模型精调						
	大模型压缩						
	高性能部署						
	场景化工具						
	行业大模型						
	国网-百度·文心		浦发-百度·文心		航天-百度·文心		
	人民-百度·文心		冰城-百度·文心		电影频道-百度·文心		
	深燃-百度·文心		吉利-百度·文心		泰康-百度·文心		
	TCL-百度·文心		辞海-百度·文心				
NLP 大模型			CV 大模型		跨模态大模型		
医疗 ERNIE-Health		金融 ERNIE-Finance		商品图文搜索表征学习 VIMER-UMS		文档智能 ERNIE-Layout	
对话 PLATO		搜索 ERNIE-Search		OCR图像表征学习 VIMER-StrucTexT		化合物表征学习 HelixGEM	
跨语言 ERNIE-M		代码 ERNIE-Code		多任务视觉表征学习 VIMER-UFO		蛋白质结构预测 HelixFold	
图网络 ERNIE-Sage		视觉理解与生成		视觉处理多任务学习 VIMER-TCIR		单序列蛋白质结构预测 HelixFold-Single	
ERNIE 3.0 Tiny (轻量级)		ERNIE 3.0 (百亿级)		鹏城-百度·文心 (千亿级)		ERNIE 3.0 Zeus (任务知识增强)	
自监督视觉表征学习 VIMER-CAE		视觉-语言 ERNIE-ViL		语音-语言 ERNIE-SAT		地理-语言 ERNIE-GeoL	

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

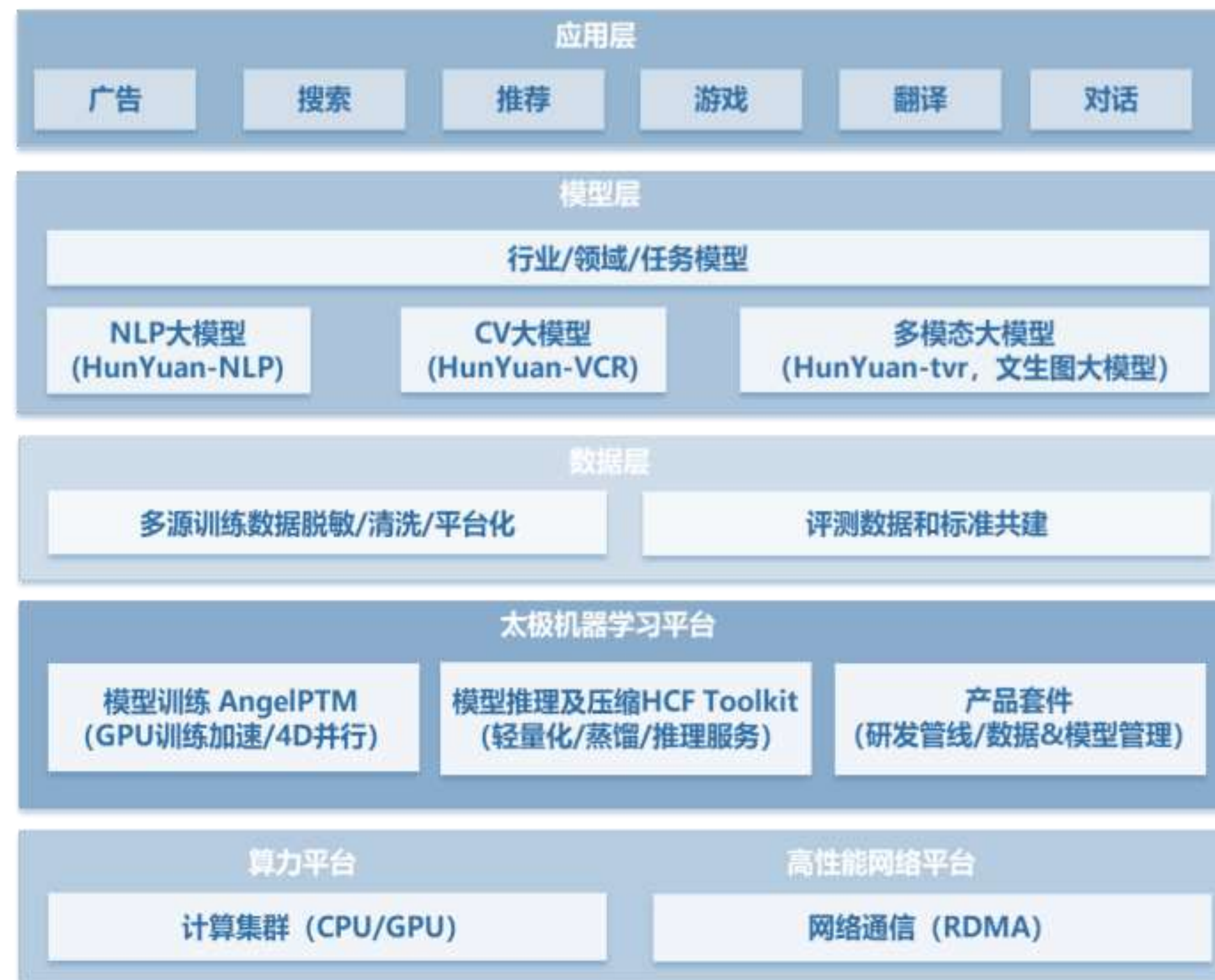
二、产业环境：大厂入局，构建生态

腾讯混元大模型

2022年4月，腾讯首次对外披露HunYuan大模型信息，该模型协同了腾讯预训练研发力量，完整覆盖NLP大模型、CV大模型、多模态大模型及众多行业/领域任务模型。

- HunYuan-NLP：万亿级别中文NLP预训练模型，参数量达1T，排名CLUE1.1总排行榜第一
- HunYuan-vcr：排名VCR(Visual Commonsense Reasoning)榜单第一
- HunYuan_tvr：跨模态文字-视频检索AI大模型

图：腾讯HunYuan大模型全景



第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

二、产业环境：大厂入局，构建生态

阿里通义大模型

2022年9月，在阿里巴巴达摩院主办的世界人工智能大会“大规模预训练模型”主题论坛上，发布“通义”大模型系列，并宣布相关核心模型向全球开发者开源开放。

- 阿里达摩院基于其 AI 统一底座构建了通用模型与专业模型协同的层次化人工智能体系。
- 统一底座层:M6-OFA模型作为单一模型，在不引入新增结构的情况下可处理超过30种跨模态任务。
- 通用模型层:NLP模型“通义-AliceMind” ;CV模型“通义-视觉” ;多模态模型“通义-M6”。
- 专业模型层:深入电商、医疗、娱乐、设计、金融、工业、制造业等行业。



图：阿里通义大模型架构

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

二、产业环境：大厂入局，构建生态

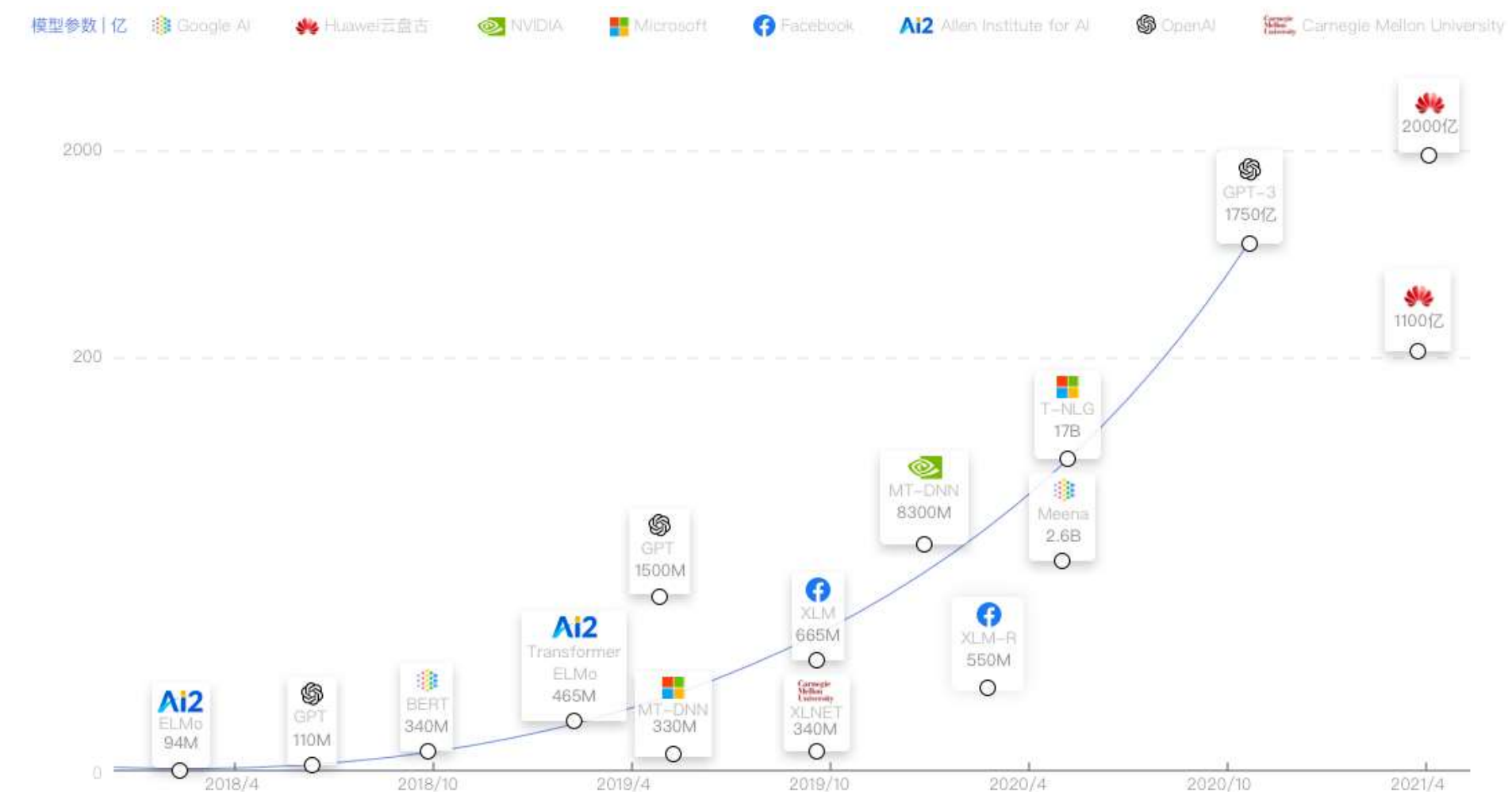
华为盘古大模型

华为云团队于2020年立项AI 大模型，并于2021年4月发布“盘古大模型”。受益于华为的全栈式AI 解决方案，大模型与昇腾 (Ascend) 芯片、昇思 (MindSpore)语言、ModelArts 平台深度结合。

- 盘古大模型已经发展出包括基础大模型(L0)、行业大模型(L1)、行业细分场景模型(L2)三大阶段的成熟体系。
- 2022年11月，华为云进一步迭代盘古大模型的技术能力，扩展盘古大模型的服务范围，发布盘古气象大模型、盘古矿山大模型、盘古OCR大模型三项重磅服务。



图：盘古大模型架构



图：盘古NLP大模型参数量

三、政策环境：政策利好，行业规范

“ 推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎。

“ 加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局。健全网络综合治理体系，推动形成良好网络生态。

高举中国特色社会主义伟大旗帜
为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗
——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告

“ 中共中央政治局召开会议分析研究当前经济形势和经济工作，指出要重视通用人工智能发展，营造创新生态，重视防范风险。

——中共中央政治局于2023年4月28日召开会议
中共中央总书记习近平主持会议

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

三、政策环境：政策利好，行业规范

《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展的指导意见》



《意见》提出着力打造人工智能重大场景。提升人工智能场景创新能力。加快推动人工智能场景开放。鼓励常态化发布人工智能场景清单，支持举办高水平人工智能场景活动，拓展人工智能场景创新合作对接渠道。加强人工智能场景创新要素供给。推动场景算力设施开放，集聚人工智能场景数据资源，多渠道开展场景创新人才培养，加强场景创新市场资源供给。

2022年7月

科技部、教育部、工业和信息化部、交通运输部、农业农村部、国家卫生健康委

《关于支持建设新一代人工智能示范应用场景的通知》



《通知》提出加快推动人工智能应用，助力稳经济，培育新的经济增长点，坚持面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康，充分发挥人工智能赋能经济社会发展的作用，围绕构建全链条、全过程的人工智能行业应用生态，支持一批基础较好的人工智能应用场景，加强研发上下游配合与新技术集成，打造形成一批可复制、可推广的标杆型示范应用场景。首批支持建设十个示范应用场景。

2022年8月

科技部

《关于规范和加强人工智能司法应用的意见》



《意见》提出到2025年，基本建成较为完备的司法人工智能技术应用体系，为司法为民、公正司法提供全方位智能辅助支持。到2030年，建成具有规则引领和应用示范效应的司法人工智能技术应用和理论体系，为司法为民、公正司法提供全流程高水平智能辅助支持，应用效能充分彰显。

2022年12月

最高人民法院

第一部分 大模型带来媒体融合新机遇

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

三、政策环境：政策利好，行业规范

《北京市互联网3.0创新发展白皮书 (2023年)》



《白皮书》认为**互联网3.0是现代科学技术的集大成者**，是未来互联网产业发展的新形态，高度的智能化、虚实融合发展和完整的经济形态是其主要特征。《白皮书》认为，当前生成式人工智能、XR交互终端、内容制作工具平台等是互联网3.0产业的研究热点，百度、字节跳动、腾讯、苹果、Meta、微软、谷歌、英伟达等国内外科技巨头纷纷开展布局，并引领产业发展；数字人、数字藏品等新兴应用快速发展落地，创新主体纷纷开展应用落地探索。

2023年5月

北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会

《上海市促进人工智能产业发展条例》



《条例》提出促进人工智能产业高质量发展，强化新一代人工智能科技创新策源功能，推动**人工智能与经济、生活、城市治理等领域深度融合**，打造人工智能世界级产业集群。本市人工智能产业发展应当坚持以人为本、科技向善、创新驱动、市场主导的原则，建设开放生态融通、创新集群活跃、超级场景泛在、敏捷治理安全的人工智能产业体系，建成具有国际影响力的人工智能“上海高地”

2022年10月

上海市人民代表大会常务委员会

《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案（2023-2024年）》



《行动方案》发布首批“城市+AI”应用场景清单，并统筹设立规模1000亿元的人工智能基金群，积极打造国家新一代人工智能创新发展试验区和国家人工智能创新应用先导区，**创建人工智能先锋城市**。《行动方案》从强化智能算力集群供给、增强关键核心技术与产品创新能力、提升产业集聚水平、打造全域全时场景应用、强化数据和人才要素供给、保障措施等6个方面，提出18项具体举措。

2023年6月

中共深圳市委办公厅、深圳市人民政府办公厅

02

中国智能媒体年度理论探讨

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

第二部分 中国智能媒体年度理论探讨

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

一、原子力理论

“

讨论智能媒体研究，“智能原子力”是一个非常重要的思想。在对多家互联网企业调研的过程中，人工智能平台强调的人工智能技术能力，都强调了“智能原子力”这个概念。什么叫原子力呢？原子的力量有两个，一个是“聚变”，一个是“裂变”，聚变和裂变都会推动整个生态的蓬勃发展。人工智能平台提供的是具有标准化、复用性、可扩展、可授权、可定价等特点的人工智能工具。原子能力代表各维度能力之间深度的交流和联合，能力相互关联从而迸发如原子聚变般的效果，促进媒体智能化发展。智能媒体依托于各项原子能力集成于智能媒体平台，以云化、数字化为基础，以智能化为核心。

”

- ✓ 人脸识别技术：人脸识别技术是智能媒体原子力之一，是市场应用较广泛的人工智能技术。
- ✓ 智能人体识别：人体行为识别的关键是提取行为特征，视频中人的行为特征需要描述人在图像空间中的外观，提取外观和姿势的变化，即从二维空间特征扩展到三维时空特征。
- ✓ OCR（光学字符）文字识别技术：OCR 文字识别技术的原子力是做减法，把复杂的多模态变为成熟简单的智能文字处理。
- ✓ 智能视频技术：智能视频技术近年得到了高度重视，这和互联网短视频的快速发展分不开。
- ✓ 智能语言技术：智能语言技术在媒体中的应用比较早，典型的应用是“关键词”。
- ✓ 智能语音技术：主要由语音识别技术（ASR）和语音合成技术（TTS）两大技术板块组成。
- ✓ 智能图像技术：智能图像技术包括：图像采集，图像分割，图像比对，图像预处理，目标识别和分类，目标检测和跟踪，目标定位和测量。

二、平台力理论

“ 平台力 (Platform Power) 理论是指平台型业务在市场和社會中所形成的特殊力量。这种力量源于平台的网络效应, 即平台的价值随着使用者数量的增加而增加, 同时平台的多边性质 (连接多个用户群体) 也会放大这种效应。平台力量的存在使得平台型企业能够控制关键的资源和信息, 从而在市场中形成垄断地位。

平台力理论为我们提供了一个有力的分析工具, 以帮助我们理解并应对这些挑战, 推动智能媒体健康、公平、公正的发展。

”

在智能媒体领域, 平台力的表现主要体现在以下几个方面:

- ✓ **内容的集中:** 通过智能算法, 平台可以高效地筛选、整合、分发各种形式的媒体内容, 使用户可以方便地获取和消费信息。
- ✓ **数据的累积:** 平台可以通过跟踪用户行为, 收集和分析大量的用户数据, 从而形成丰富的用户画像, 并通过这些画像优化内容推荐, 提高用户粘性。
- ✓ **个性化推荐:** 通过深度学习等AI技术, 平台可以根据用户的兴趣和行为进行个性化推荐, 进一步加强用户对平台的依赖。

然而, 平台力在带来便利的同时, 也存在一些问题, 如信息过滤气泡 (信息的同质化)、数据隐私问题、算法公平性问题等。对于平台力的管理和规范, 需要政策制定者、企业和公众的共同参与和努力。

第二部分 中国智能媒体年度理论探讨

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

三、人机协同理论

“ 人机协同理论也称为人机协作或人机配合理论，是研究人类与机器如何协同工作以实现优于单一人类或机器工作效果的领域。其基本观念在于通过智能技术辅助，人类可以更有效地执行任务，而人类的专长和决策能力也可对机器产生补充，使整体执行效率和效果得到提升。

虽然学界和业界的争论还在继续，但 AI 赋能新闻生产已成为不可逆转的潮流，即便“暂停”也无法阻挡其星火燎原之势。与其担忧其所带来的新闻和社会危机，不如思考如何使人工智能更好地服务于新闻生产，并且尽可能规避其局限和不良影响。人工智能的深度介入，推动媒介融合向人机协同进阶，实现了人与机器、媒介与技术形态、机制、文化和内在逻辑层面的深度融合。

- ✓ **生产流程的协同：**伴随 AI 介入新闻业，新闻生产的环节和流程实现了融合与协同。新闻生产主要包括信息采集、内容生产和新闻分发三个主要的环节，而人工智能技术的深度参与将打破三个环节之间的壁垒。人工智能技术可以将信息采集和内容生产集中在自动内容生成模型中进行，即新闻工作者不需要介入，便可直接从人工智能模型之中获取一篇经过信息收集和编排的完整稿件。
- ✓ **生产主体的协同：**在生产主体层面，人工智能技术的渗透使得不同分工的新闻工作者打破各自的职业边界、开始走向协同，塑造了真正的全媒体新闻工作者。在 AI 赋能新闻生产之前，新闻编辑、文字记者、摄影记者、剪辑师等不同工种新闻工作者的分工十分明确。
- ✓ **生产关系的协同：**AI 赋能新闻生产最根本的就是实现人与机器的生产关系协同。伴随着人工智能技术的发展，其功能越来越强大，能够发挥作用的领域也愈加广泛。因此，原来人与机器的控制与被控制关系逐渐演变为更为平等的协作关系。

”

四、内容元价值理论

“元价值是价值形成的始源性价值，是价值的始源性关系评判和目的意向。创造力是指创造或发明新的想法、概念、理论、艺术作品或产品的能力，涉及思维、想象、判断、灵感、创新等方面。人类被广泛认为是具有创造力的，因为人类能够萌生提出新想法、新内容的冲动。新想法的提出与创造，造就了内容的产生与发展，基于此，创造力才是内容的元价值。

拥有独特创造力的作品可让人记忆深刻，产生共鸣，从而吸引更多的关注和参与，推动内容的传播和发展。内容的创造力是推动社会、文化和科技进步的重要因素。当内容具有创造力时，它能够影响和改变观众的思考方式和行为方式，产生深远的影响。创造力也是内容创作者的核心竞争力，是内容产业的核心驱动力。

- ✓ **AI创造力错觉：模仿式创新。** AIGC是基于模仿、模型和概念的内容创作。基于“模仿”的创作即通过大规模的数据集和先进的深度学习算法进行训练，生成与之类似内容。当前AIGC使用预训练模型生成的内容，彰显创造性和高效性。基于特定的概念来生成内容，则是通过提供有关特定主题或概念的信息，使AIGC生成与该主题或概念相关的内容。
- ✓ **模仿式创新与人类创造性存在本质差异。** AIGC的内容“创造力”本质仍是“模仿式创新”，是对人类的思维过程和创造力的学习和模拟。这种模仿式创新的能力使AIGC能够在各种领域创造出新的想法和作品，但与人类的创造力本质不同。
- ✓ **创造力鸿沟：想象力·情感·非结构化思维。** 人类的创造力具备独创性、创新性、多样性、风险承担、自我表达、有意义等特征。从根本上说，人类的创作方式则更依赖于想象力和灵感，可以从不同的角度思考和创作，能够跨越不同的领域和概念，产生多样、独特的作品，这是AI的模仿式创新无法达到的，以至两者的创造方式和生成内容的质量上还有一定的差距。受限于数据和模型的质量，AIGC有时难以突破已有的模式和框架，尽管AIGC在内容生成方面已经取得了很大的进展，但在“创造力”层面仍存在挑战和欠缺，无法代替人类创造力的价值和意义。

”

03

中国智能媒体创新应用亮点

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

1. 自然语言大模型带动文字媒体回归

自然语言大模型发展对纯文字类媒体产生了显著的影响，并有潜力扭转之前文字媒体相对视频媒体的传播劣势，促进文字媒体的回归。其关键影响主要体现在以下方面。与此同时，可信度和质量控制、多样化的内容需求、多模态媒体的吸引力也是其需要积极应对的挑战。纯文字类媒体仍需不断创新和改进，以适应用户需求并保持在不断发展的媒体行业中的地位。

内容自动生成

自然语言大模型具有强大的文本生成能力，可以自动创建高质量的文章、新闻报道、博客和其他文本内容。这意味着纯文字类媒体可以利用这些模型去生成更多、更丰富、更个性化的内容，从而吸引更多的读者。

提高内容质量

自然语言大模型可以用于编辑和校对，帮助纠正错误、提高文章质量，从而提升读者的阅读体验。这将使纯文字类媒体能够提供可靠、更准确的信息，增强读者对其内容的信任。

个性化内容推荐

大模型可以根据用户的历史浏览和兴趣，为读者推荐个性化的文章和内容。这有助于提高用户粘性，使纯文字类媒体能够更好地竞争并吸引用户。

自动化报道

自然语言大模型可以用于自动化新闻报道和事件分析。通过将大量数据和信息转化为易于理解的文本，纯文字类媒体可以更快地发布新闻，并提供实时报道。

解决多语言问题

自然语言大模型通常支持多种语言，这使得纯文字类媒体能够更好地跨越语言和文化边界，覆盖全球受众。

增强互动体验

大模型可以用于创建更智能的聊天机器人和问答系统，提供更好的读者互动体验。这将有助于纯文字类媒体更好地与读者互动，增加用户参与度。

2. 多模态大模型驱动全媒体创新发展

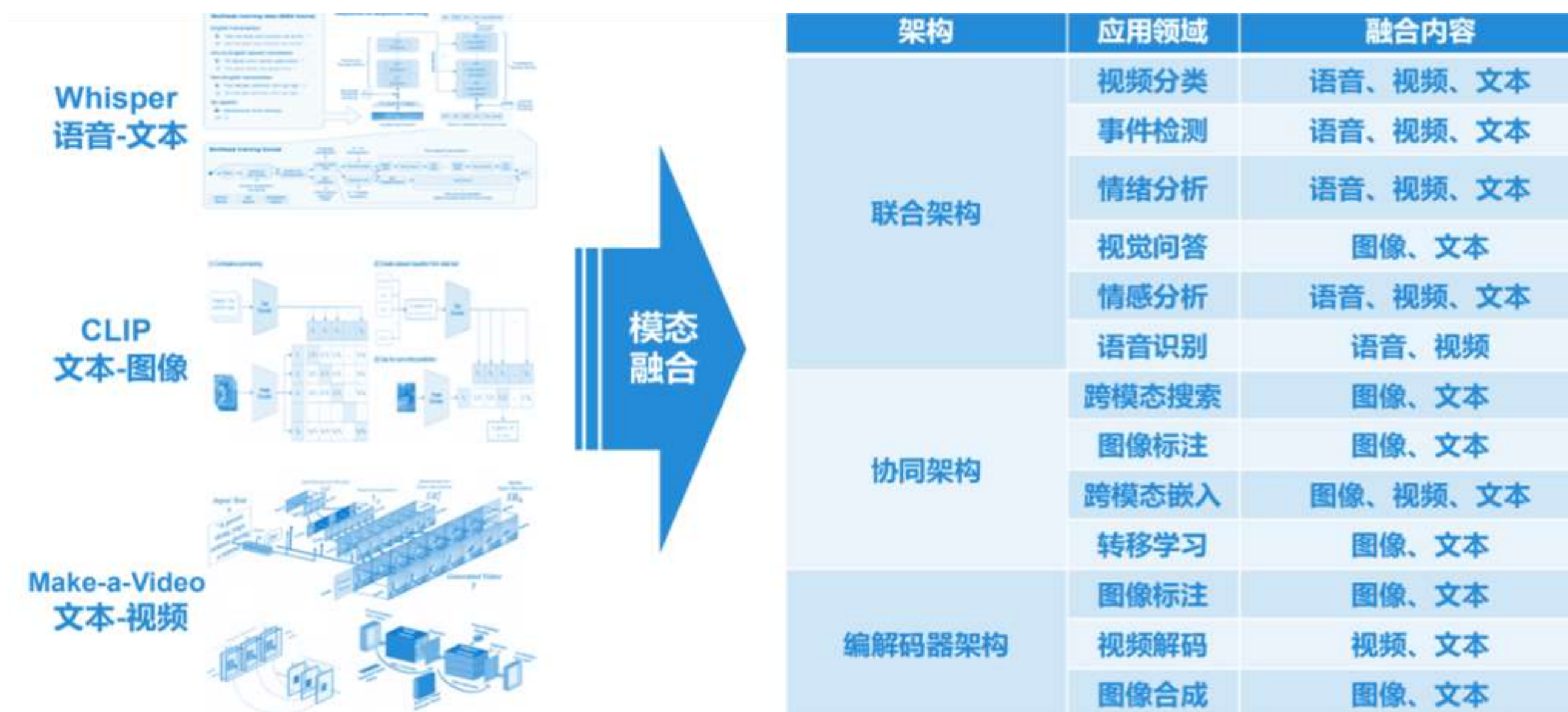
“

多模态大模型是一种综合利用多种输入模态数据的人工智能模型。它通过融合图像、文本、音频、视频等不同类型的数​​据，实现更全面、更丰富的信息理解和处理。其具备融合多模态数据、跨模态表示学习、上下文理解、多模态生成等技术特点。

多模态大模型目前在学术界和工业界都引起了广泛关注。例如，OpenAI、Google、Facebook等研究机构和公司都在开展多模态大模型的研究和开发。其中，OpenAI的CLIP模型和Google的VLP模型等都取得了显著的成果。此外，多模态大模型在视觉和语言领域的应用逐渐增多，涵盖了视觉问答、图像描述生成、多模态翻译等多个领域。

”

图：多模态大模型应用场景



2. 多模态大模型驱动全媒体创新发展

多模态大模型的快速发展为全媒体带来了许多机会，包括丰富的内容呈现、个性化推荐、语义理解和推理等。然而，全媒体也需要应对数据处理和存储的挑战，保护数据隐私和安全，提高模型解释性，同时投入足够的资源和人才来支持技术的研发和应用。

丰富内容呈现

多模态大模型可以综合利用图像、文本、音频、视频等多种媒体类型，为全媒体提供更丰富多样的内容呈现方式。通过结合不同模态的信息，全媒体可以提供更有趣、更具吸引力的内容，吸引更多的受众。

精准个性化推荐

多模态大模型可以对用户行为和兴趣进行更全面的分析，从而实现更准确的个性化内容推荐。全媒体可以根据用户的喜好和需求，为每个用户量身定制内容，提高用户满意度和忠诚度。

全媒体场景拓展

多模态大模型可实现跨模态任务，其应用场景丰富，可有利驱动全媒体创新，推动媒体与其它场景的深度融合，提升媒体在家居、驾驶等新场景中的融合渗透，提升智能人机交互体验。

提升用户体验

多模态大模型可以综合不同模态的数据进行语义理解和推理，提高对用户意图的理解和回应能力。这使得全媒体能够更好地与用户进行交互，提供更智能化的服务。

跨平台扩展

多模态大模型可以处理不同类型的媒体数据，这使得全媒体可以轻松跨越不同的平台，如网站、移动应用、社交媒体等，覆盖更广泛的受众群体。

3. AIGC工具行业应用垂直化发展提速

“

AIGC是人工智能生成内容，指通过机器学习、自然语言处理和其他人工智能技术生成文本、图像、视频等内容。随着三大核心技术突破，2022年AIGC应用迎来集中爆发。

回顾历史，内容生产范式经历了由PGC、UGC到AIGC的巨大演变，通过不断提高生产效率、扩大生产规模，生产关系由“少数人掌握制作工具和渠道”转变为“更多的人获取低成本的工具、平台，促进了内容的广泛传播和共享”。同时，内容消费者也从“被动接收”变成了“主动参与和创造”，实现了生产和消费的双重革命。而目前AIGC效率工具的快速渗透也加剧了行业应用垂直化发展的趋势。

”

文字模态生成

- 长文本提取摘要
- 关键词生成诗歌、故事等
- 文本语义转化
- 文字表达优化

音频模态生成

- 智能语音修改
- 音频剪辑、拼接、混响等
- 多元音效、风格音频生成
- 基于音乐的新音乐生成

跨模态生成

- 多模态创意内容生成
- 文字-图片相互转化
- 文字-视频相互转化
- 音频、图像等联合处理

图片模态生成

- 创意图像生成
- 人脸图片生成
- 图像类型转化
- 照片转特定风格绘画

视频模态生成

- 智能剪辑：片段选择、排序和处理等
- 智能特效：贴图、滤镜等
- 智能视频生成与风格转化

3. AIGC工具行业应用垂直化发展提速

当AIGC与不同行业进行垂直化结合时，可以针对特定行业的需求和特点开发定制化的应用，生成符合特定行业背景和特点的内容。通过定制化的AIGC工具，可以提高效率、个性化服务、加强信息分发和优化决策，在不同行业中带来更多的机遇和创新。

AIGC+新闻媒体

- 生成新闻报道、摘要和评论，快速发布新闻内容，根据不同受众需求生成个性化新闻推荐。
- 自动生成视频剪辑和音频，用于新闻报道、纪录片制作等。
- 自动分析社交媒体和新闻平台上的言论和情绪，了解舆情动态。

AIGC+营销

- 生成广告标语、宣传文案和产品描述
- 基于用户数据和行为分析生成个性化广告内容，提高投放效果和转化率。
- 自动发布社交媒体内容，增强品牌曝光和社交媒体营销效果。

AIGC+电商零售

- 自动生成商品描述和评论，提高商品搜索和推荐准确性。
- 生成个性化的购物推荐和建议，提高用户购物体验 and 增加销售额。
- 开展营销邮件和客户服务，提高客户满意度和效率。

AIGC+医疗健康

- 生成医学文献摘要和总结，快速获取重要信息。
- 根据用户提供的症状和健康数据，生成个性化的健康咨询和建议。
- 结合医学数据库和病例资料，生成辅助医生进行疾病诊断的报告和建议。

AIGC+金融投资

- 生成金融市场动态的新闻报道，帮助投资者了解市场趋势和分析。
- 生成个性化的投资建议和组合配置。
- 分析金融市场的风险和波动性，生成风险评估报告和策略建议。

4. 智能云平台促进智媒体高质量发展

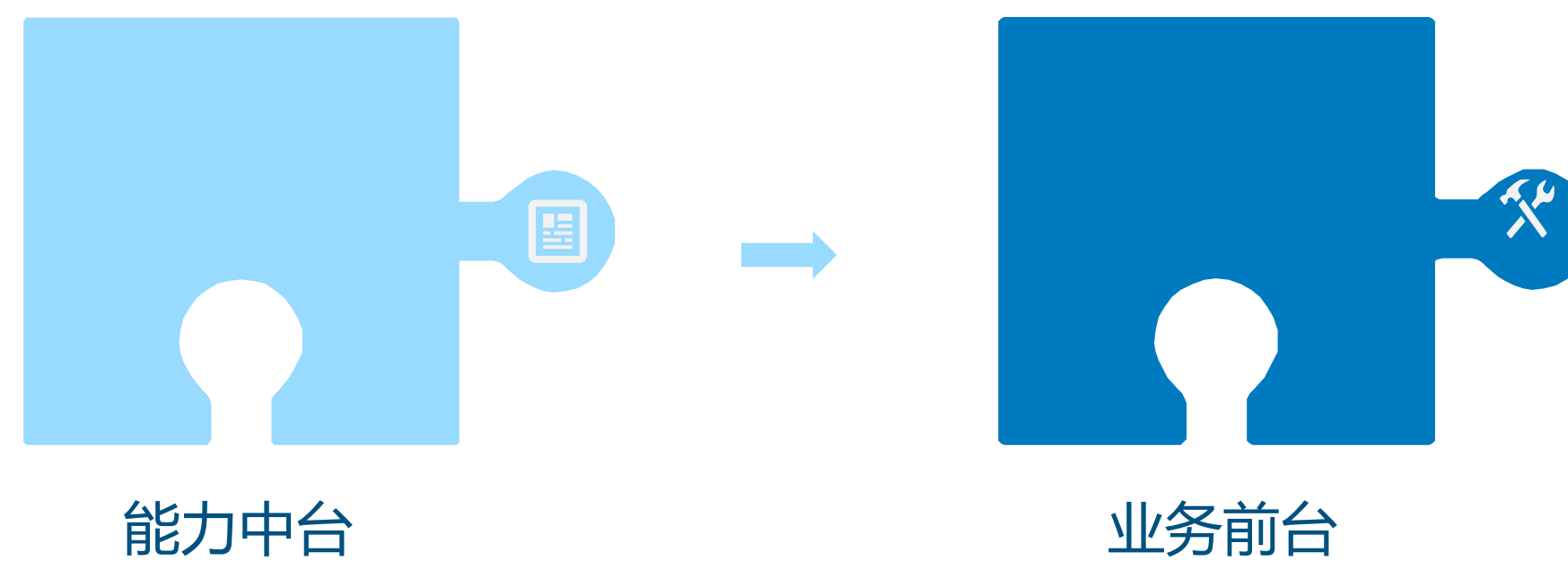
“

当前技术背景下，政策驱动传统媒体向融合、智慧、移动、高清化转型。传统媒体需要紧跟时代潮流，利用技术支持，搭建“云智一体”的全新智能云平台，加速自身向自主可控、互动、智能型媒体发展。

智能云是一种全流程、全场景的智能媒体解决方案，可为媒体行业智能化转型注入生命力，助力媒体产业全面升级。通过跟央媒、省市广电等媒体机构以及头部学校合作，探索产学研结合，提升媒体影响力，打造新型主流媒体、融媒体的大发展格局，实现媒体产业的可持续发展。

”

智能云平台应用与发展特点：智能云平台可为媒体机构提供包括基础设施建设、能力中台、业务前台、用户端服务在内的完整能力支持，实现从内容生产到消费的全闭环技术体系。推动媒体与服务模式升级，为媒体创新与探索更多元化、交互性更强的商业机会提供技术支持，打造全新的产业生态圈。



面向视频业务场景，提供AI技术的直播、点播、转码、技审服务

能够针对性地面向新闻线索收集、移动采编汇聚、内容资源管理等当前痛点，提供全媒体生产工具集

5. 智媒中台成为融媒体生产力加速器

“

融媒体时代，传统媒体运作方式已经难以承担海量图、文、音视频素材的有效管理，以及对于采编存管播发全流程的时效性需求，传媒行业亟待新技术带来生产力的全面提升。

智能媒体中台在智能编目、智能拆条等技术功能的基础上，进一步强化智能标签能力，让内容标签颗粒度更细、理解度更深、泛化性更高。同时全面升级智能检索能力，不仅支持多模态检索，还可以支持对于图片、视频、文稿等媒资素材的跨模态检索，可以帮助传媒客户有效提高内容搜索的准确性、内容生产的质量和速度、内容分发的实际效果，不断扩大行业想象空间，成为更加智能化的融媒生产力加速器。

”

图：腾讯云智能媒体AI中台



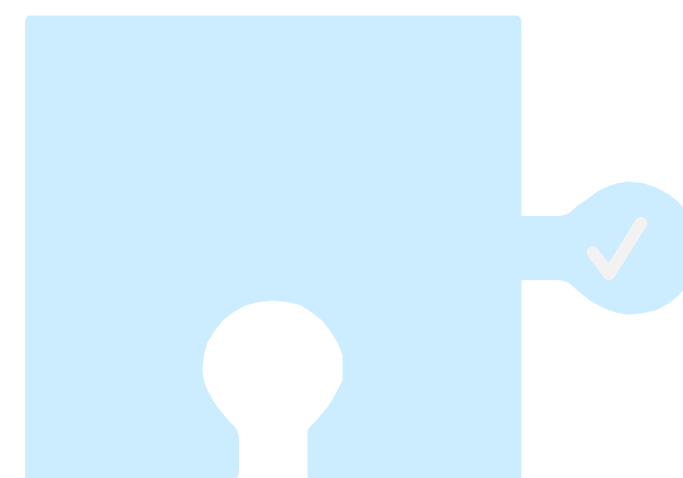
6. 智能人机交互提升用户智媒体体验

“

人机交互是人工智能最具挑战性、最综合性的技术，涵盖了语义理解、知识表示、语言生成、逻辑与推理等各个方面。随着模型规模的不断扩大和性能的不断提升，大模型已经成为了推动人机交互革命的重要力量。

大模型驱动的人机交互革命正在改变着我们的生活和工作方式，使得人类与计算机之间的交互更加自然、智能和高效。随着大模型技术的不断发展和应用，我们可以期待基于各种智能媒体之上的更加智能化和普及化的人机交互体验，从而推动人类社会的数字化转型和进步。

”



语音交互



文本交互



视觉交互



增强现实交互

7. AI 数字人或成智能媒体超级入口

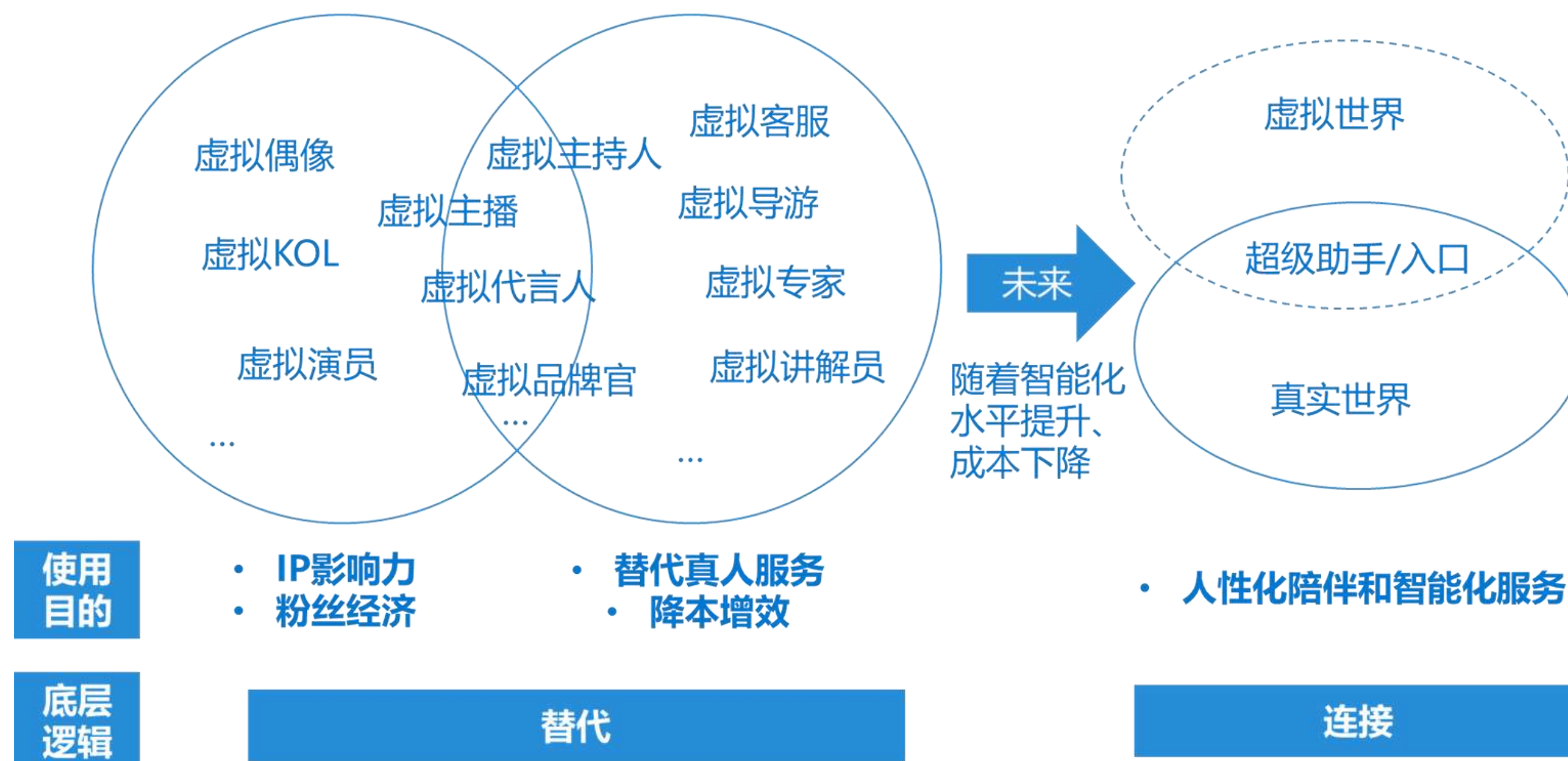
“

数字人的核心是“人”使虚拟形象带来真人般的感受和互动。一方面，随着人工智能等技术的发展和融合，数字人的拟人化程度愈来愈高。另一方面，人工智能技术在数字人形象生成、动作驱动和语言交互等环节的深入应用将提升数字人制作的自动化水平。

一般将数字人分成L1-L5五个等级。在前三个阶段，数字人还处于“有颜无智”的状态，L4级别以上的数字人，实现了从“有颜无智”向“有颜有智”的跃升。这类数字人可以独立与人进行实时的智能化交互，生产效率也有了大幅的提升。只有此级别以上的数字人才能真正帮助产业解决经济发展中普遍会面临的“人效”问题，并基于生产效率跃升进而实现规模化落地和推广。

”

图：人工智能数字人三大应用方向



8. 内容风控筑起智媒体内容安全高墙

“随着大众内容消费和自我表达的需求不断升级，聚焦UGC建立的平台也在不断涌现，催生了“人人都是创作者”的时代。大众参与的UGC在极大丰富互联网内容的同时也给平台带来巨大的审核挑战，包括来自监管要求的色情、涉政、违禁、暴恐等内容和损害平台自身利益的广告导流、黑产等。

多种多样的用户内容尤其是非结构化数据的内容识别难度很高，这就需要AI智能审核的帮助。通过对海量数据深度学习，结合算法对特定场景建立相应的分析模型，进行文本、图片、视音频内容识别，结合产生内容账号以及全球风险库，从而精准识别不良内容风险，实现高效、准确、全面覆盖的内容审核过滤。

智能审核应用与发展特点：通过模型数据训练在文本、图片、视音频全范围覆盖审核机制。解决在线业务中广泛存在的业务风险与内容风险，为企业数字化转型保驾护航。智能审核减少了过去传统的人力抽调等方式，拥有更好准确识别的复杂模型体系，可基于自身服务全行业客户群体。不断更新及时发现最新及潜在违规内容，跟踪时事热点，减少人力物力成本，加强整体平台内容质量和规范。



”

9. 智能视觉重塑视觉互联网基础设施

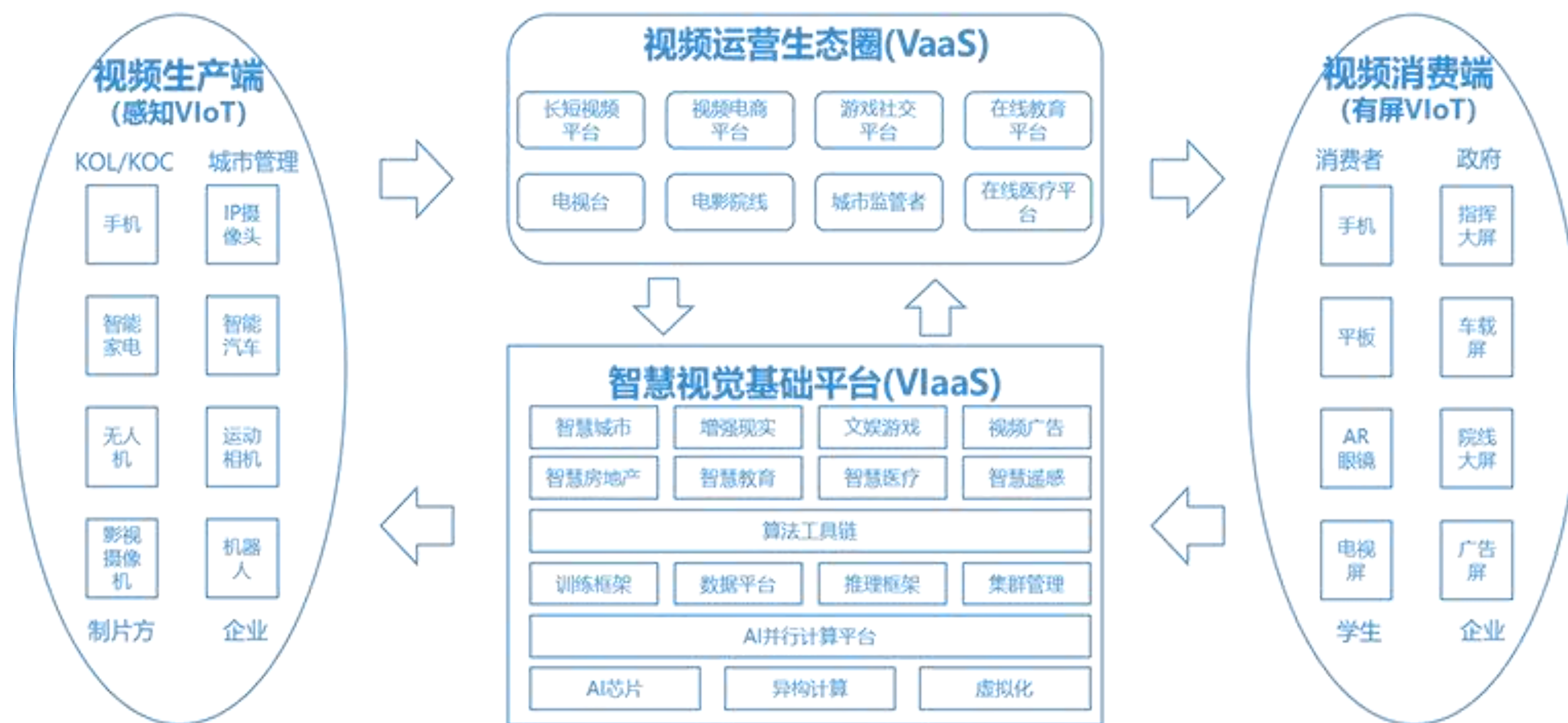
“

科技是媒介革命的起因。随着移动通信网络的升级换代，以及从服务器、云计算到超算中心的计算变革，随着5G带宽进一步提升，媒介终端进一步向IoT、XR拓展。愈来愈多的终端将会具备“智能视力”，视频数据将会迎来下一轮爆发性增长，且呈现多模态、全景化发展，未来二十年，人类社会将加速步入“视觉互联网”时代。

智能视觉平台主要通过视觉场景及物体识别、OCR文字识别、自然语言处理等人工智能引擎，结合大数据和云技术，高效准确地对目标媒体资源进行视音频内容的记录、传播和运营，打造高度完善的智能中台、内容中台及数据中台。

”

图：智能视觉平台发展链智能视觉平台发展链



04

中国智能媒体发展趋势研判

Report on the Development of Intelligent Media Convergence in China (2022-2023)

1. 媒体融合创新驱动

围绕“四力”融合创新发展

传播力是基础

引导力是关键

影响力是根本

公信力是旨归

智能媒体
创新驱动



1、新平台共享共建

推动主流媒体更好发挥在国家治理体系现代化中的作用，进一步构建共享、共建的智能化信息服务平台



2、新业态蓬勃发展

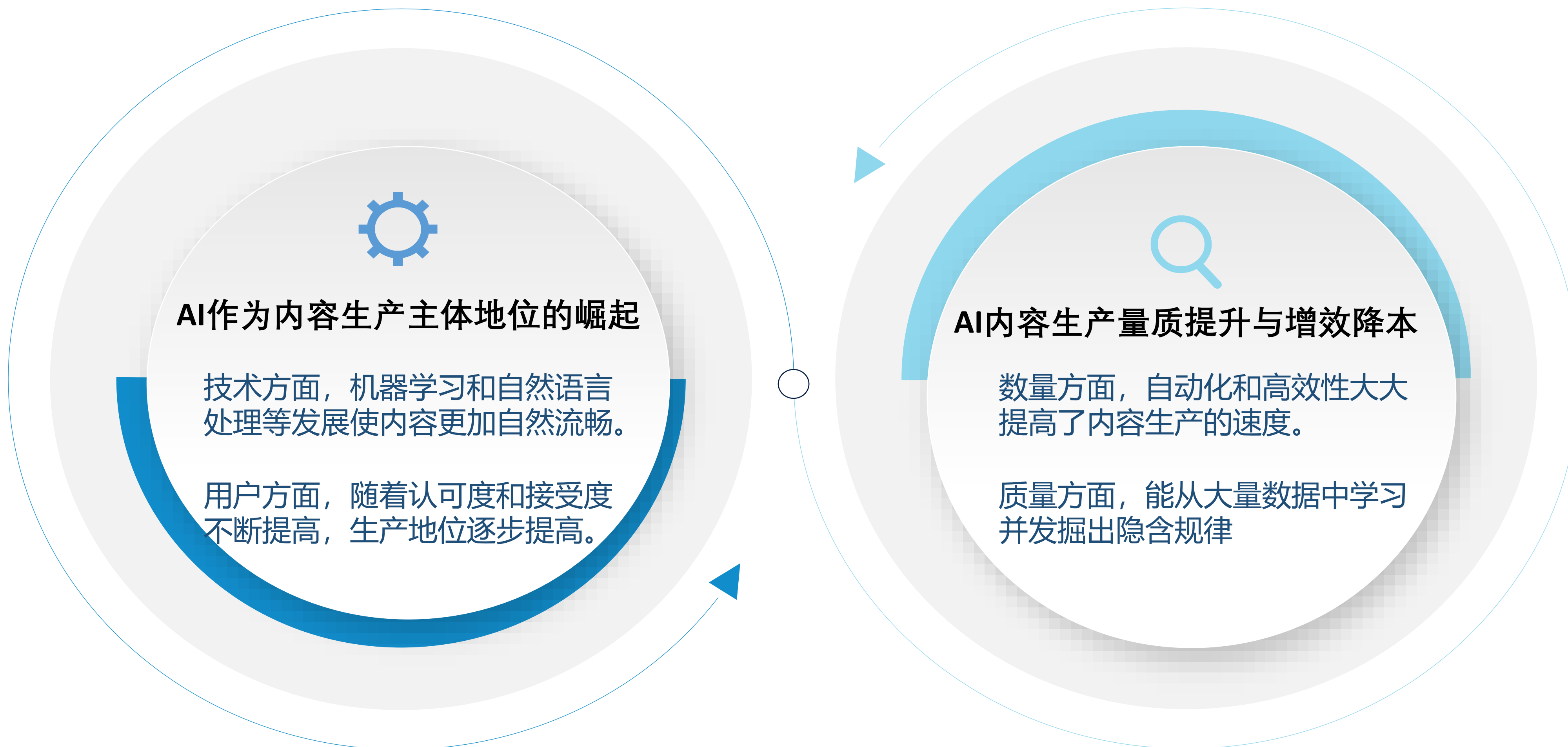
万物皆媒、万物互联、万众创作，机器人新闻、传感器新闻、区块链新闻等新闻业态和品类将蓬勃发展



3、新领域跨界延伸

融入数字产业化和产业数字化浪潮，推动并实现跨学科专业、跨行业产业、跨科研领域的跨界延伸

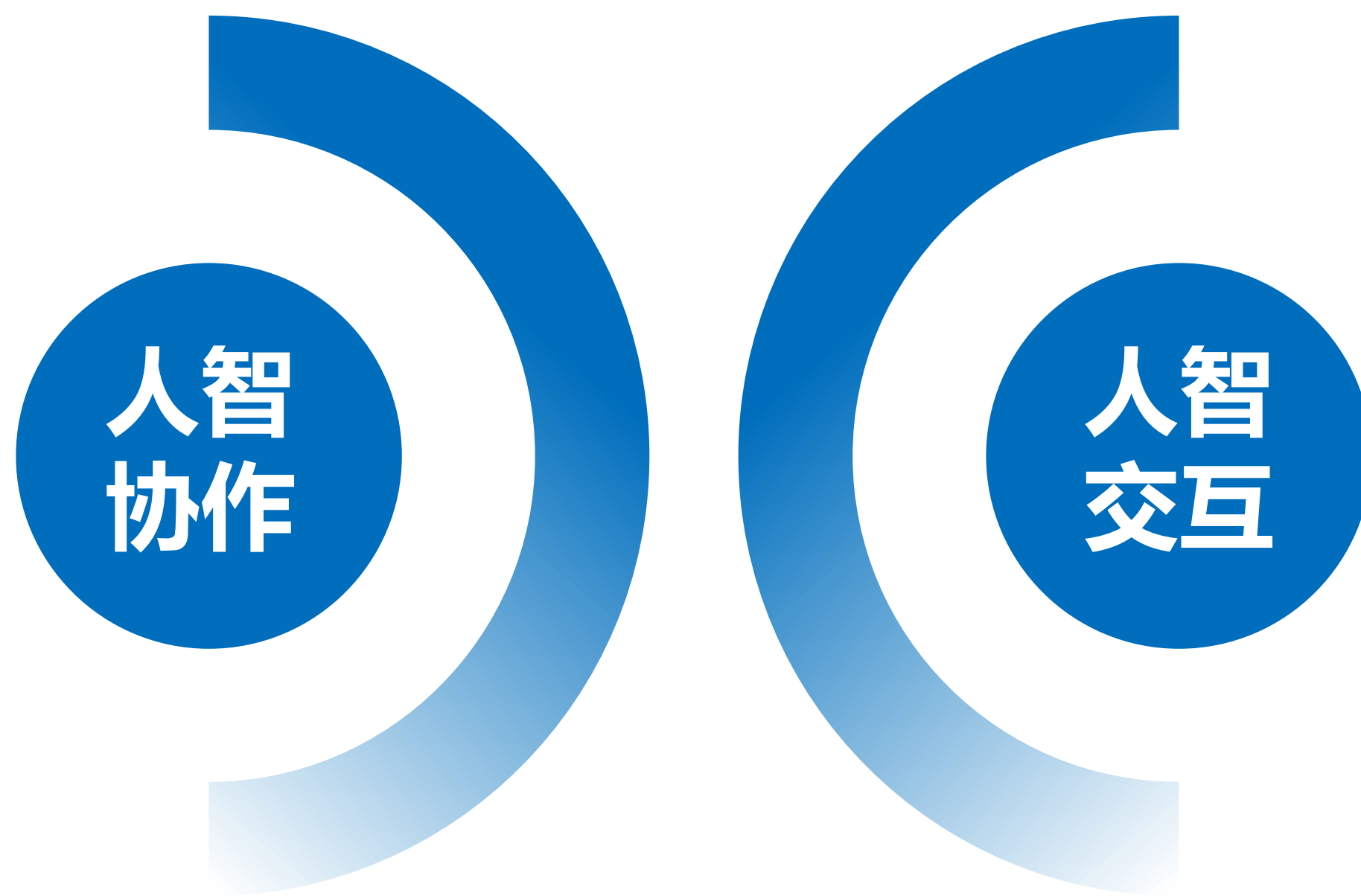
2. 内容生产新革命



3. 人智协作新范式

人智协作重塑全新内容生成范式

AIGC技术正在改变传统的内容生产流程，形成人智协作的生成范式。策划环节，AIGC提供创意灵感与信息；创作环节，AIGC自动生成多模态内容，并提供智能化创作工具；编辑环节，AIGC采用语法检查、图像调整等辅助编辑工作的开展。



人智交互成为新的内容消费方式

AIGC以交互产品的形式提供智能化、个性化、趣味性的内容消费，打破了传统模式的限制，提高了用户对内容的认知和满意度，并增强了用户参与感。例如聊天机器人，通过实时交互帮助用户高效了解和消费内容；AI虚拟人除了语音交互，还能生成动作回复；智能问答系统：利用自然语言处理和知识图谱技术，帮助用户快速获取所需信息，提高信息获取效率。

4. 风险治理新挑战

用户隐私

数据欺诈

信息茧房

知识产权

风险
治理

AIGC为内容生成带来了快捷、便利，但也隐藏着巨大风险。其中最为严重的是深度伪造技术的滥用，它可以制造虚假信息、恶意内容等，扰乱社会秩序。另外，AIGC生成的内容质量参差不齐，可能误导人们的判断，影响人们的行为和决策。若人们只是机械地消费AI生成的内容，而缺少深入思考和理解，将会导致浅薄化的信息消费，同时对行业监管带来巨大挑战。

谢谢观看!