



传媒行业 AI 专题报告之六：构建数据
交换能力是重中之重 AI 视角下用户
=终端：从“上网”到“上算” 由
“网络世界”至“虚拟现实”



虚拟现实与 AIGC、ChatGPT 是相辅相成、相互促进的关系。没有 AIGC、ChatGPT 带来供给端的升级，由三维内容构成的虚拟世界难以构建；没有 VR/AR/MR 带来全新计算平台的升级，AIGC、ChatGPT 也只能是局部修修补补，即存量博弈中打破当下格局。

AIGC、ChatGPT 到底是一种改变还是一种革新？取决于到底落地在什么样的技术平台上？处在移动互联网的后期，就是一种修修补补的改变，改变的是供给范式；放在未来以虚拟现实为代表的计算平台上，就是一轮比较顺畅的革新。

数据交换是最关键部位，沉淀数据、构建数据交换、并提高频次。这一轮技术的改变发生在供给端，“供给决定需求”的行业或环节，典型的如传媒行业，或最先受影响。供给端可以借助百度或微软的算力与算法重新做一遍，并完成数据的沉淀。数据之外，构建数据交换能力是最为关键的部分——借由数据完成对 C 端的闭环、正反馈。提高交换频次也非常重要，大模型并非完全智能，而是收敛出来的正确性，运行法则大概率就是引用频次。提高频次对于供给端建立权威与扩大影响力尤为重要。

对硬件而言，不具备数据交换能力则很容易被替代。软硬一体是新硬件的大势所趋，在大模型的技术路径之下，用 AI 供给方式满足需求，人适配大模型逐渐变成大模型的一部分，大概率也更需要适配一些具备数据交换能力的硬件。类比智能手机的出现，就替代了一批硬件，如 MP3、学习机等，回溯历史会发现任何一款爆款新硬件的出现往往都是以一己之力替

代了低一级的很多硬件，AIGC、ChatGPT 这一轮过程当中不具备数据交换能力的硬件很容易被替代掉。

AI 视角下，用户=终端。智能的实现，无所谓以谁为载体，智能不在乎每个人具体是谁，只在乎人的数据特征，即要交换的数据的特征。供给端广泛“上算”，人的需求也适应了数据交换。目前看，只有顺应这一趋势，沉淀出来自己的数据，另外有意识去形成数据交换能力，最后尽量提高交换频次。由对个人的启示推演对产业的影响，这一轮大概率会涌现一批服务于变现的平台型公司，服务于 EPS 与 PE 估值两条腿走路的需求。

关注标的：纵向选股逻辑上，不同阶段的投资侧重点不同，2023 年的投资逻辑，一是关注 AIGC 在国内的复现/移动互联网格局动荡，二是苹果 MR 的推出并起量，相关硬件产业链受益公司。横向选股逻辑上，我们认为凡是移动互联网时代“掉队”的标的，有“翻盘”机会；凡是移动互联网未解决的部分，有增量空间；线下向线上、品牌向内容的“翻盘”机会。关注以下各细分领域的标的：

技术及相关：1) 复现：百度集团、商汤；2) 算力：浪潮信息、中科

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_53391

