

数据研究 · AI 应用流量监控

证券研究报告

2024 年 04 月 24 日

2024 年第一季度全球 AI 应用趋势

研究背景

本报告依据 SimilarWeb 数据，深入分析了国内外 80 款热门 AI 应用产品在 2024 年第一季度的 web 流量和用户行为，通过关键指标解释行业动向和用户偏好。结果显示多数 AI 应用网站流量上升，AI 聊天机器人和图像应用表现突出。我们预计 AI 技术进步有望显著增长在消费市场的应用。

主要结论

- **AI 聊天机器人：3 月流量强势反弹，更新升级提速。**
多款产品经历一季度初期流量下滑后，在 3 月显著反弹。主要得益于产品更新和新功能的推出，尤其是 Kimi 和秘塔等国产 AI 产品通过技术优势和市场创新显著提升了访问量。我们认为，市场竞争加剧虽导致流量短期分散，但高质量新入市产品预示着流量的持续增长。
- **AI 文本：一季度流量增幅超 10%，领域细分有望丰富。**
AI 在文本处理领域应用已日趋成熟，随着核心模型的进化和应用场景的扩展，这些产品或将进一步渗透各行各业，成为新的流量增长点。各类工具依功能和市场定位的不同呈现差异化，吸引了多样化的客群。Notion AI 维持高流量，出海产品 Monica 通过集成 Claude3 实现连续 3 个月访问量增长。
- **AI 图像：web 流量和用户参与度稳定，AI 修图与图像生成有再创增长点潜力。**
头部产品 Canva 流量表现依旧强势，出海产品 Cutout Pro 与 SeaArt 获得显著的流量增长，AI 修图与图像生成工具流量有望再创增长点。AI 图像工具整体参与度表现良好，超半数的产品访问时长超过 5 分钟。我们预计 AI 图像工具或将成为降低设计成本、提高生产力和增强视觉表现力的关键工具。
- **AI 视频：AI 视频技术难度高，产品流量竞争胶着。**
字节剪映流量表现继续保持领先，中部与尾部产品之间的流量争夺日趋激烈。我们认为，AI 视频使用需求或将增加，功能、用户积累和社交分享或将成为拉动 AI 视频工具流量的三驾马车。
- **AI 音频：TTS 与音频克隆流量表现稳定，音乐生成明星产品涌现**
音频克隆与 TTS 类产品 Elevenlabs 流量领先。音乐生成类明星产品开始涌现，以 Suno 和网易天音为例，观察期内连续高速增长。我们认为，技术的提升使 Suno 和网易天音能够满足音乐创作高艺术性要求，获得良好的流量成绩或预示 AI 音乐生成领域的曙光已现。

投资建议：建议关注人工智能在消费市场的发展，其在聊天机器人、文本、图像、视频和音频等领域持续渗透，流量持续增长。未来，随着 AI 技术发展，产品功能和用户体验有望显著提升，AI 工具或将成为降本增效，提高生产力的重要工具。我们预计，AI 应用有望拓展到更多领域，流量增长的同时加快商业化落地。

风险提示：技术发展不及预期，政策法规变化风险，AI 伦理道德问题，流量数据存在波动

作者

孙谦 分析师
SAC 执业证书编号：S1110521050004
sunqiana@tfzq.com

黄海利 分析师
SAC 执业证书编号：S1110522090003
huanghaili@tfzq.com

相关报告

- 1 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：车企 D 有望创历史新高，车企 J 主力车型订单逐周回暖》 2024-03-27
- 2 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：车企 D 有望创历史新高，车企 J 新车订单回落》 2024-03-19
- 3 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：车企 D 订单有望创历史新高，车企 I 单周订单同比增速近 800%》 2024-03-14

内容目录

1. 聊天机器人赛道：2月遇冷后，3月 web 流量强势反弹.....	3
1.1. ChatGPT 领跑，海外 TOP5 流量稳中向上	3
1.2. 3月多款国产聊天机器人发布新功能，流量全面增长.....	3
1.3. KIMI 凭借“长文本”使国产 chatbot 出圈	4
1.4. 成功转型 AI 搜索引擎后，秘塔 AI 搜索一季度 web 端流量显著增长.....	4
2. 文本赛道：多款产品一季度 web 端流量增长超 10%，细分领域或将进一步丰富.....	5
2.1. AI 文本走向成熟，各家产品个性化与差异化逐渐凸显	5
2.2. Notion 继续保持文本赛道“流量冠军”地位	6
2.3. Monica 接入 Claude3 模型，连续 3 个月流量增长	6
3. 图像赛道：头部工具表现稳定，AI 修图与图像生成有望再创增长点.....	7
3.1. 头部工具流量依旧强势，AI 图像设计的多场景应用可能成为重要的使用需求。..	7
3.2. 国产出海图像工具访问量亮眼，AI 修图与 AI 图像生成工具有望再创增长点	7
3.3. AI 图像工具用户参与度表现突出	8
4. 视频赛道：AI 视频技术难度高，产品竞争胶着.....	9
4.1. 字节剪映 Web 流量稳坐榜首，差距呈放大趋势	9
4.2. 中部产品流量接近，尾部产品流量增长发力，竞争进入白热化.....	9
4.3. 国产 AI 视频产品的流量增势有望持续向上。.....	10
5. 音频生成赛道：TTS 与音频克隆流量表现稳定，音乐生成或将崛起.....	11
5.1. Elevenlabs 流量问鼎，文本转语音与音频克隆或为 AI 音频赛道主流应用	11
5.2. 音乐生成工具流量增长乏力，个别明星产品崭露头角。.....	11
5.3. Suno 领衔 AI 音乐创作，或将推动音乐创作“民主化”	12
6. 投资建议.....	12
7. 风险提示.....	13

1. 聊天机器人赛道：2 月遇冷后，3 月 web 流量强势反弹

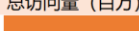
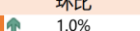
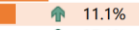
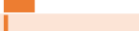
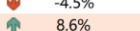
1.1. ChatGPT 领跑，海外 TOP5 流量稳中向上

一季度，所观察海外 TOP5 聊天机器人 web 端流量稳定增长。根据 Similarweb 数据，3 月 ChatGPT 流量依旧位列观察产品首位，访问量达到 17.7 亿，环比增长 8.7%。独立访客达到 2.1 亿，环比增长 3.2%。Google 旗下 Gemini 在经历了 2 月访问量下跌后 3 月访问量强势反弹，达到 4.3 亿，环比增长 37.1%。此外，Claude 在三月发布新版后更是实现单月访问量增长 160.8%，独立访客增长 192.7%，单月 web 端流量直逼 Perplexity AI。

从流量变化上看，观察产品中海外 TOP5 产品的流量总量保持稳定增长，从排位上看一季度海外流量 TOP5 排名并未发生变化，ChatGPT 领头羊地位稳固，Newbing 一季度流量紧随其后力压 Gemini 牢牢占据第二位置，Claude 奋起直追有望与 Perplexity AI 竞争第四宝座。

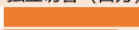
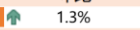
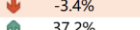
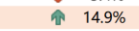
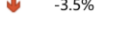
我们认为，先发技术优势、品牌效应和持续创新是 TOP5 流量保持良好增长趋势的主要原因。随着技术发展和使用需求增加，海外头部聊天机器人产品或将持续优化产品性能，丰富产品功能以满足更多应用场景。我们预计，海外头部聊天机器人流量有望持续稳步上升，排名靠后的产品或将向上发起冲击。

图 1：2024 年一季度部分海外 AI 聊天机器人 Web 访问量及其变化

产品	1月		2月		3月	
	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比
ChatGPT		↑ 3.8%		↑ 1.0%		↑ 8.7%
newbing		↑ 3.9%		↓ -7.6%		↑ 11.1%
Gemini		↓ -2.7%		↓ -4.5%		↑ 37.1%
Perplexity AI		↑ 0.7%		↑ 8.6%		↑ 24.1%
Claude		↓ -7.1%		↑ 5.3%		↑ 160.8%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 2：2024 年一季度部分海外 AI 聊天机器人 Web 独立访客及其变化

2024年一季度聊天机器人Web独立访客及其变化						
产品	1月		2月		3月	
	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比
ChatGPT		↑ 0.9%		↑ 1.3%		↑ 3.2%
newbing		↑ 4.5%		↓ -3.4%		↑ 4.5%
Gemini		↓ -11.5%		↑ 37.2%		↓ -5.4%
Perplexity AI		↑ 14.2%		↑ 11.9%		↑ 14.9%
Claude		↓ -7.4%		↓ -3.5%		↑ 192.7%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

1.2. 3 月多款国产聊天机器人发布新功能，流量全面增长

一季度聊天机器人产品 web 端流量在经历大面积下滑后强势反弹。据 similarweb 数据，2024 年 2 月，多款国产聊天机器人 web 端流量出现下滑。二月跟踪的 12 款国产聊天机器人中有 8 款 web 端流量下跌。例如，通义千问 2 月总访问量 3.56 万，环比下降 44.4%，独立访客 0.79 万，环比下降 34.7%。这一趋势在 3 月得到了扭转，观察的所有聊天机器人 Web 端流量均出现了明显上升。例如，Kimi、秘塔等国产 AI 产品的 Web 端访问量成倍增长。

多款国产聊天机器人产品近期推出新版本和新功能，使得该领域的用户流量出现反弹。随着更多高质量的聊天机器人进入市场，竞争日趋激烈，导致用户流量在短期内出

现分散。然而，基于产品更新速度加快和功能优化，我们预计聊天机器人市场的流量趋势将继续向上。

图 3：2024 年一季度部分国内 AI 聊天机器人 Web 访问量及其变化

产品	1月		2月		3月	
	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比
文心一言		↓ -5.8%		↓ -33.2%		↑ 47.8%
kimi		↑ 92.2%		↑ 105.0%		↑ 317.4%
秘塔检索		↑ 32.5%		↑ 20952.2%		↑ 512.6%
通义千问		↑ 222.8%		↓ -44.4%		↑ 43.3%
360智脑chat		↓ -3.0%		↓ -12.1%		↑ 4.4%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 4：2024 年一季度部分国内 AI 聊天机器人 Web 独立访客及其变化

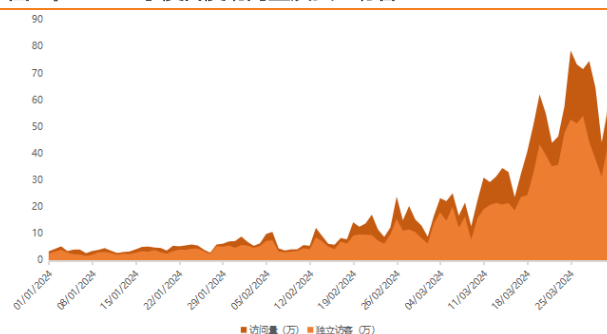
产品	1月		2月		3月	
	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比
文心一言		↓ -8.8%		↓ -16.6%		↑ 14.5%
kimi		↑ 104.0%		↑ 116.2%		↑ 269.9%
秘塔检索						↑ 287.9%
通义千问				↓ -34.7%		↑ 46.6%
360智脑chat		↓ -10.2%		↓ -14.1%		↑ 28.1%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

1.3. KIMI 凭借“长文本”使国产 chatbot 出圈

国产聊天机器人 Kimi，支持 200 万字长文本的新版本发布后，网站流量显著提升。3 月份，Kimi 的 web 端总访问量达到了 1218.6 万次，环比增长了 317.4%，独立访客数也达到了 324.5 万，环比增长了 269.9%。这一新版本的推出，不仅进一步巩固了 Kimi 在处理长文本方面的领先地位，在 3 月 25 日当天，流量更是达到了单日峰值。Kimi 凭借其在长文本处理上的优势，成功塑造了品牌形象。

图 5：Kimi 一季度日度访问量及独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 6：各大产品长文本布局情况

产品	长文本布局
文心一言	4月开放200-500万字长文本处理功能
通义千问	3月开放1000万字长文本处理功能
360AI浏览器	3月内测500万字长文本处理功能 2月开放100万字长文本阅读功能

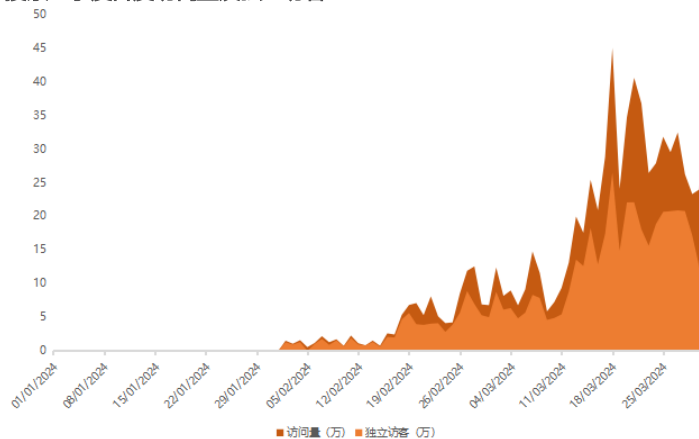
资料来源：Similarweb，360 智脑公众号，阿里通义千问公众号，华夏时报公众账号，腾讯深网新闻公众账号，天风证券研究所

1.4. 成功转型 AI 搜索引擎后，秘塔 AI 搜索一季度 web 端流量显著增长

秘塔 AI 搜索，自今年年初上线以来，流量迅速增长。据 Similarweb 数据，秘塔 AI 搜索从年初的 5000 访问量飙升至 3 月的 669.4 万，3 月独立访客数达 171.3 万，环比分别增长 512.6%和 287.9%。这一显著的增长归功于其新版本的特点：无广告、高质量搜索结果、结构化信息展示、以及信息来源追溯和辅助信息梳理功能，这些都成功吸引了大量用户。鉴于 AI 搜索引擎在搜索速度、信息丰富度和准确性以及结果展示的结构化方面相较于传统搜索引擎有显著优势，我们预计秘塔 AI 搜索的流量有望持续上升。

秘塔科技成立于 2018 年，最初关注垂直 AI 办公工具，包括法律、公文翻译产品秘塔翻译和法律搜索引擎秘塔检索。我们认为，这些工具的开发不仅使团队在法律领域积累了丰富经验，而且为秘塔 AI 搜索引擎的研发奠定了坚实的基础。从而使秘塔 AI 搜索正式完成了向 AI 搜索引擎的转型。

图 7：秘塔 AI 搜索一季度日度访问量及独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

2. 文本赛道：多款产品一季度 web 端流量增长超 10%，细分领域或将进一步丰富

2.1. AI 文本走向成熟，各家产品个性化与差异化逐渐凸显

AI 在文本处理领域的应用已经日趋成熟，其商业模式也日渐清晰。随着核心 AI 模型的不断进化和应用场景的扩展，我们预计文本处理产品将进一步渗透到各个领域，并可能成为新的流量增长点。在功能层面，不同的写作辅助工具有着各自的特点和侧重点。例如，Notion 和秘塔写作猫等工具更侧重于通用文案的生成和灵感的激发；Grammarly 和 Language Tool 等则专注于提高语言表达的能力和文本的规范性；Jasper 则更适合于商业营销类的写作。此外，市场上也出现了专注于歌词创作、小说创作等特定领域的产品。

24 年一季度文本类产品流量增势显著，观察产品多款实现连续增长。

图 8：2024 年一季度部分 AI 文本工具 Web 访问量及其变化

产品	1月		2月		3月	
	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比
Notion AI		↑ 25.2%		↓ -7.8%		↑ 3.4%
Grammarly		↑ 10.1%		↑ 1.0%		↑ 5.0%
Language Tool		↑ 6.5%		↑ 2.6%		↑ 9.7%
Songtell		↑ 4.7%		↑ 10.1%		↓ -21.2%
NovelAI		↓ -1.0%		↓ -2.8%		↑ 20.1%
Monica		↑ 6.5%		↑ 14.7%		↑ 24.2%
Jasper		↑ 6.9%		↓ -10.3%		↓ -2.3%
秘塔写作猫		↓ -2.3%	0.60	↑ 1.0%		↑ 26.8%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 9：2024 年一季度部分文本工具 Web 独立访客及其变化

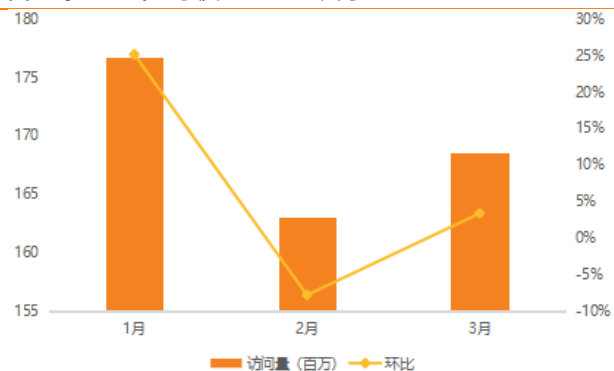
产品	1月		2月		3月	
	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比
Notion AI		19.6%		-8.8%		0.2%
Grammarly		4.2%		3.9%		9.9%
Language Tool		1.5%		2.5%		8.9%
Songtell		2.0%		10.8%		-26.8%
Language Tool		1.5%		2.5%		8.9%
Monica		2.8%		14.8%		8.5%
秘塔写作猫		-1.3%		-2.6%		21.7%
Jasper		1.7%		-19.2%		4.6%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

2.2. Notion 继续保持文本赛道“流量冠军”地位

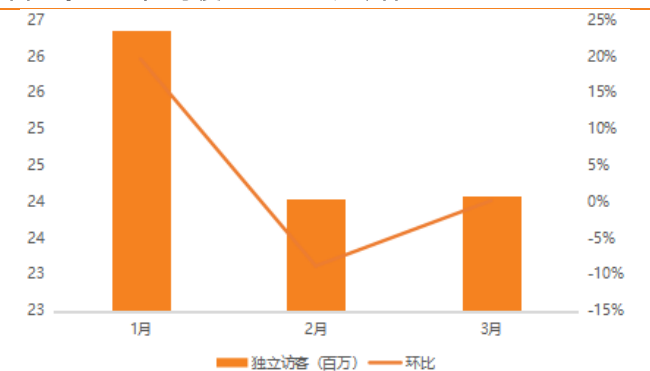
Notion AI 是文本处理赛道唯一一亿级访问量产品。根据 Similarweb 数据，在经历了 2 月流量下跌后，3 月有所回暖，总访问量达到 1.68 亿，环比增长 3.4%。独立访客达 2407.6 万，环比增长 0.2%。Notion AI 继续保持其在文本处理领域的流量冠军地位，得益于其强大的品牌影响力和先发优势。

图 10：2024 年一季度 Notion AI 访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 11：2024 年一季度 Notion AI 独立访客



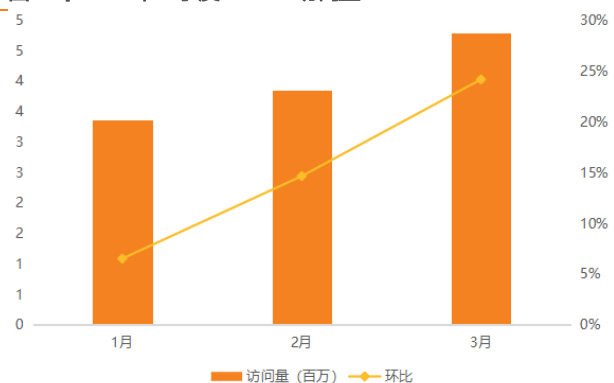
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

2.3. Monica 接入 Claude3 模型，连续 3 个月流量增长

Monica 实现连续三个月流量增长 3 月份，其总访问量达到 479.6 万次，同比增长 24.2%，独立访客数也达到 259.3 万，同比增长 8.5%。

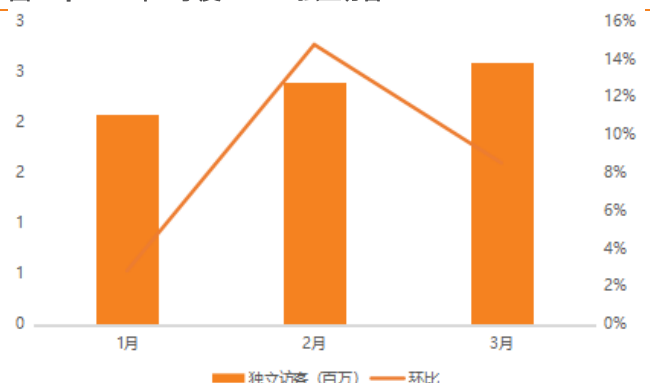
Monica AI 在最新的版本 4.9.0 中接入了 Claude3 模型，“集各家之所长”持续向全能 AI 生产力助手升级。Monica AI 利用 GPT-4、Claude、Bard 等最新的 AI 模型技术，以浏览器插件形式提供对话、搜索、写作、翻译等功能服务。它还支持处理图片、PDF 和多种格式文本。Monica 的写作功能分为撰写、回复和语法三大板块，能够根据用户输入的提示自动生成文案和回复文案，并提供自动语法检查和纠错修改功能。用户可以根据需要自由设置写作长度、格式和语气风格。

图 12：2024 年一季度 Monica 访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 13：2024 年一季度 Monica 独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

3. 图像赛道：头部工具表现稳定，AI 修图与图像生成有望再创增长点

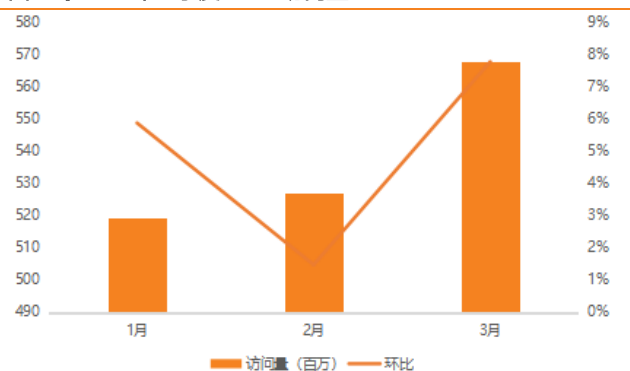
3.1. 头部工具流量依旧强势，AI 图像设计的多场景应用可能成为重要的使用需求。

Canva 是 AI 图像工具的佼佼者，具备海报、LOGO、简历等多场景图像设计功能，2024 年第一季度的流量表现依然强势。3 月，其 Web 端总访问量达 5.67 亿，环比增长 +7.8%，独立访客数达 1.23 亿，环比+6.5%。成绩远远超过了图像赛道内其他产品的表现。

国产出海 AI 多场景图像设计工具 Fotor 在同一时间段内也表现不俗，虽然访问量和独立访客数存在波动，但一季度内总体波动幅度不大，流量相对保持稳定，3 月份的 Web 端总访问量达到了 966 万，环比增长 7.4%。

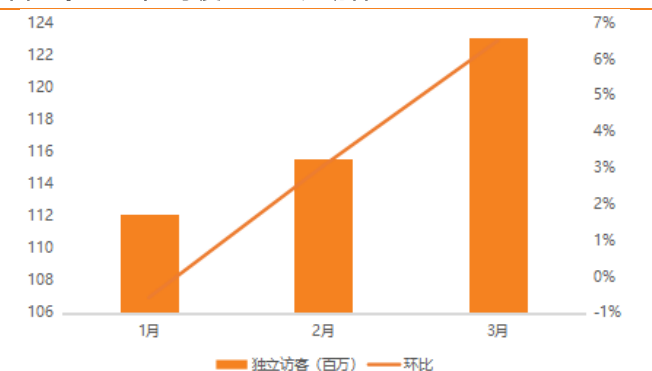
我们认为，AI 图像工具或成为降低图像设计成本、提高生产力和提升视觉效果表现力的重要工具。AI 多场景图像设计或将成为重要使用需求，相关产品的流量表现预期有望持续稳定增长。

图 14：2024 年一季度 Canva 访问量



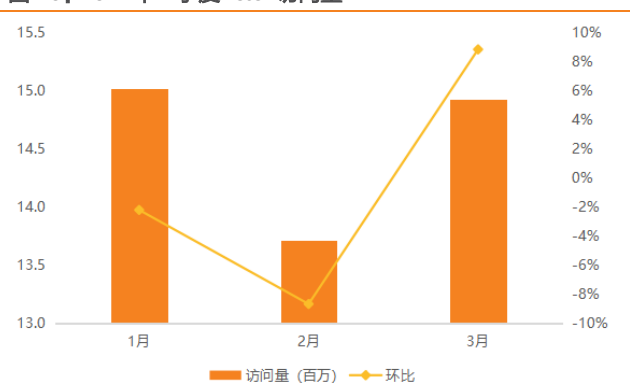
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 15：2024 年一季度 Canva 独立访客



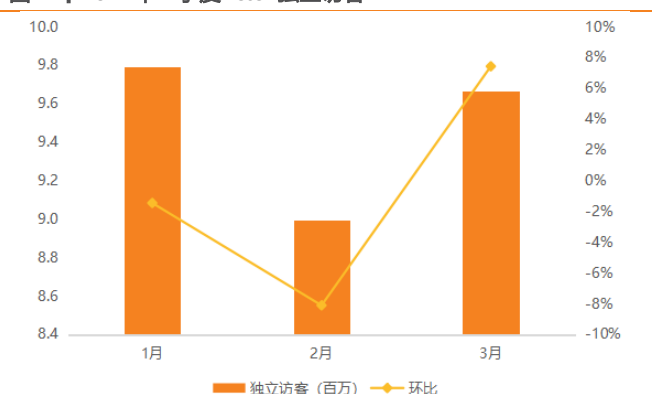
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 16：2024 年一季度 Fotor 访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 17：2024 年一季度 Fotor 独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

3.2. 国产出海图像工具访问量亮眼，AI 修图与 AI 图像生成工具有望再创增长点

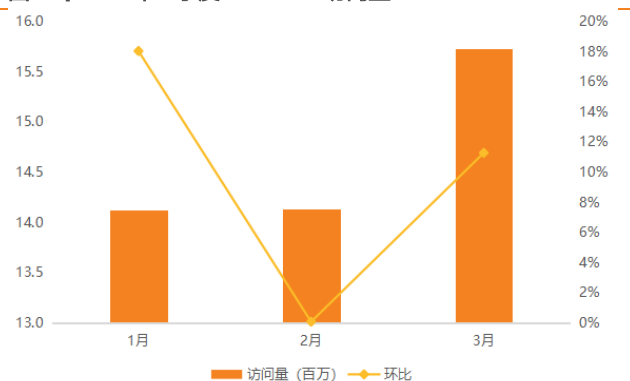
根据 Similarweb 数据，国产出海 AI 修图工具 Cutout Pro 在 24 年一季度 Web 端访问量实现连续三个月的增长，其中三月份 Web 端访问量达到 1573 万，环比增长 11.3%，独立访客达到 682 万，环比增长 16%。

另一款出海 AI 图像生成产品 SeaArt 在过去的三个月中同样持续增长，3 月份 Web

端总访问量突破千万，环比增长 35.2%，独立访客达到了 346 万，环比增长 43.3%。

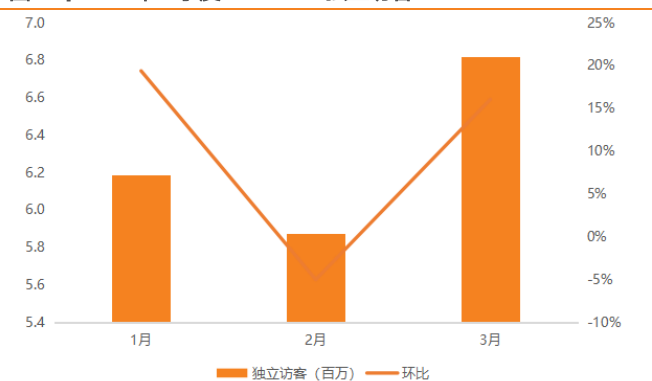
我们认为，持续的技术进步使得 AI 图像生成工具与 AI 修图工具更加高效和精准，提供了更逼真、高质量的图像生成服务，从而吸引了更多用户的关注和使用。随着创意表达需求的不断增加，这些工具的应用场景也在不断拓展。我们预计，随着技术质量的提升和应用需求的增加，AI 修图和图像生成工具流量有望继续保持良好的增长势头。

图 18：2024 年一季度 Cutout Pro 访问量



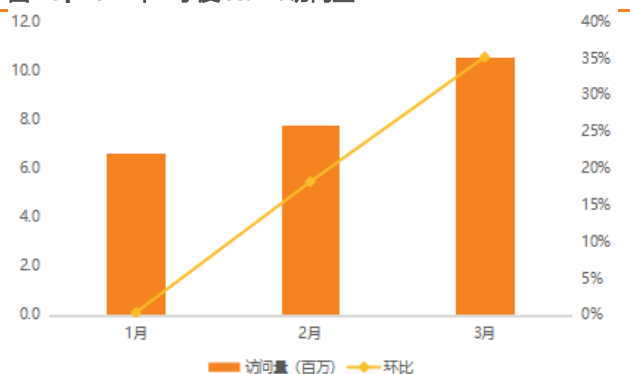
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 19：2024 年一季度 Cutout Pro 独立访客



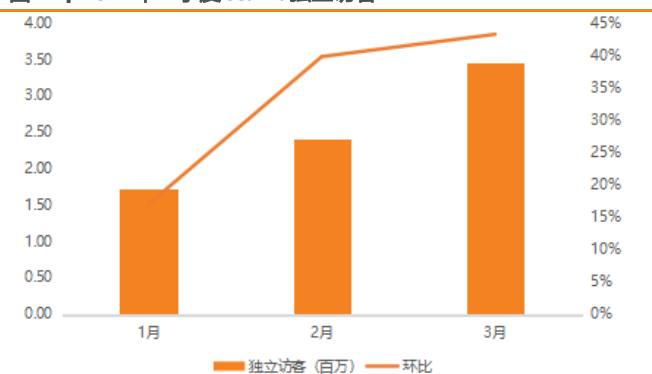
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 20：2024 年一季度 SeaArt 访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 21：2024 年一季度 SeaArt 独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

3.3. AI 图像工具用户参与度表现突出

AI 图像工具用户参与度活跃。观察产品超五成的用户单次平均访问时长超过了 5 分钟，其中 Canva 一季度用户平均单次访问时长超过 10 分钟，liblib.ai 和 SeaArt 的平均访问时长均超过了 9 分钟。我们认为，图像处理通常涉及到更多的创造性和审美因素，具有较强的视觉吸引力和较复杂的操作流程，用户可能会花费更多的时间在设计、调整、编辑图像上，以达到理想效果。随着技术进步和用户生成作品要求不断提高，我们预计 AI 图像工具的用户参与有望进一步活跃。

图 22：2024 年一季度部分 AI 图像工具用户单次访问时长

产品	1月	2月	3月	一季度平均
Canva				0:10:17
SeaArt				0:09:39
Liblib.ai				0:09:22
稿定AI				0:07:27

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

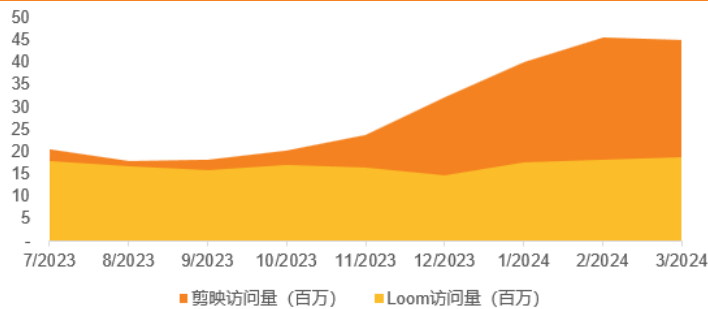
4. 视频赛道：AI 视频技术难度高，产品竞争胶着

4.1. 字节剪映 Web 流量稳坐榜首，差距呈放大趋势

字节剪映 Web 端流量显著领先与同赛道所观察的其他产品。根据 Similarweb 数据，24 年一季度剪映的 Web 端流保持较高水准，尽管 3 月访问量有所回落，但依旧大幅领先同赛道所观察的其他产品，剪映 3 月 web 端访问量达到 4486 万，环比下降 1.4%，独立访客达到 2561 万，环比下降 6.1%。所观察产品中访问量与独立访客位列第二的 Loom，3 月访问量不足剪映一半，仅达到 1866 万，独立访客不足剪映 1/4，仅达到 569 万，字节剪映流量领先优势显著，与其他产品的差距逐渐拉开。

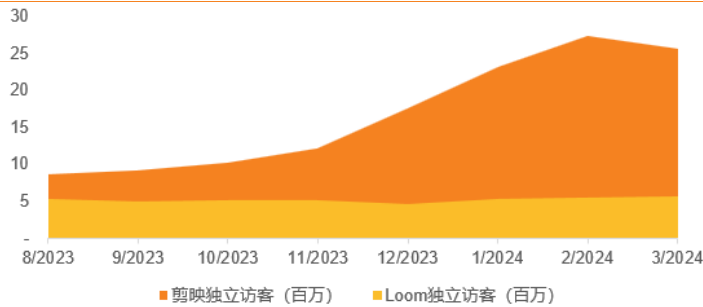
我们认为，字节剪映的高流量或得益于抖音平台积累的大量用户，丰富的功能为用户提供了良好的使用体验，强大的社交分享能力使得产品的品牌形象和传播力不断提升。在短视频、直播等行业快速发展的背景下，我们预计字节剪映的用户群体或将进一步扩张，功能有望进一步优化。

图 23：字节剪映与 Loomweb 端访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 24：字节剪映与 Loomweb 端独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

4.2. 中部产品流量接近，尾部产品流量增长发力，竞争进入白热化

视频赛道的竞争愈发白热化，特别是中部产品的“流量争夺”。根据 Similarweb 数据，3 月，大部分产品访问量集中在 200 万-600 万次之间（其中 200-300 万访问量区间的产品较多）。尾部产品流量增长势头明显，3 月份 web 总访问量 100 万以下的产品中，超过 40% 实现了增长。例如，百度度家在 3 月总访问量达 35.4 万，环比+68.2%，独立访客达 14 万，环比+89.7%，显示出强劲的增长势头。

AI 视频赛道技术难度较高，创作内容复杂，训练成本与计算资源消耗大。虽然在技术和应用层面的发展相对 AI 文本等赛道较缓，优化与提升空间较大，但这也为新进入的参与者提供了更为公平的竞争机会。随着各产品更新频率加快，我们预计 AI 视频赛道的竞争或将进一步加剧，中部产品与尾部产品流量增长或将加速。

图 25：2024 年一季度 AI 视频工具 Web 访问量及其变化

产品	1月		2月		3月	
	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比
字节剪映		↑		↑		↓
Loom		↑		↑		↑
Vidnoz		↑		↑		↑
HeyGen		↓		↑		↑
Runwayml		↓		↓		↓
Opus Clip AI		↑		↓		↓
Filmora		↓		↓		↑
Synthesia		↓		↑		↑
Pika Art		↓		↓		↓
Fliki		↓		↑		↑
PixVerse				↑		↑
Media.io		↑		↑		↑ 46.9%
百度度加		↓		↓		↑ 68.2%
腾讯智影		↓		↓		↑ 50.8%
芦笋		↑		↑		↑ 47.0%

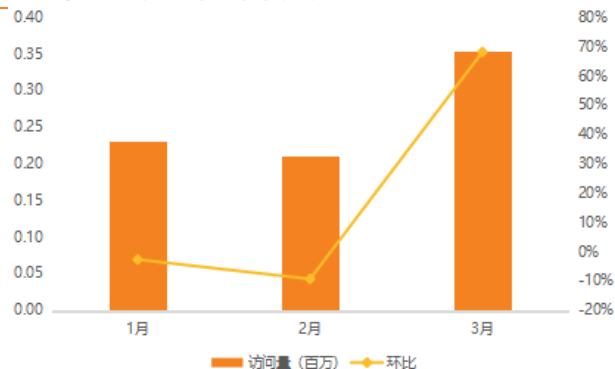
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 26：2024 年一季度 AI 视频工具 Web 独立访客及其变化

产品	1月		2月		3月	
	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比
字节剪映		↑		↑		↓
Loom		↑		↑		↑
Vidnoz		↑		↑		↑
HeyGen		↓		↑		↑
Runwayml		↓		↓		↓
Filmora		↓		↓		↑
Synthesia		↓		↑		↑
Pika Art		↓		↓		↓
Opus Clip AI		↑		↓		↓
Fliki		↓		↑		↓
PixVerse				↑		↑
Media.io		↓		↑		↑ 22.5%
百度度加		↑		↓		↑ 89.7%
腾讯智影		↓		↓		↑ 36.7%
芦笋		↑		↑		↑ 39.2%

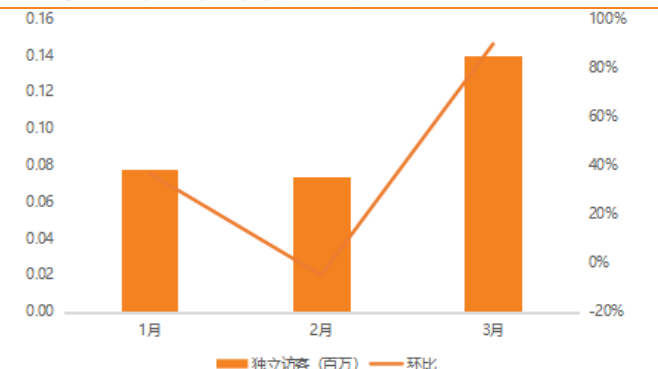
资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 27：2024 年一季度百度度加访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 28：2024 年一季度百度度加独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

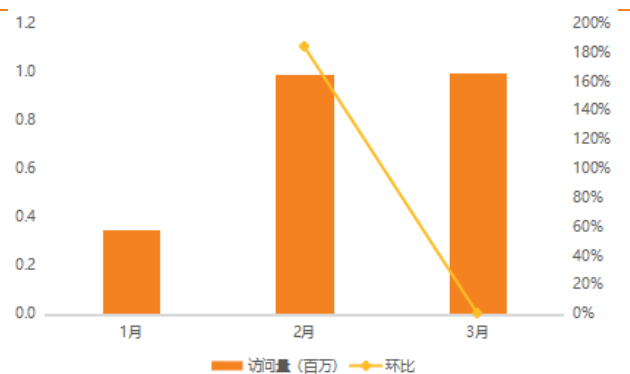
4.3. 国产 AI 视频产品的流量增势有望持续向上。

PixVerse 惊艳登场，短时间内流量迅速增长。爱诗科技旗下的海外 AI 视频生成产品 PixVerse，自 2024 年 1 月上线。产品支持多种风格，吸引了大量用户。根据 Similarweb 数据，PixVerse 在上线两个月内便成为全球用户量最大的国产 AI 视频生成产品。2 月份，其单月总访问量达到 98.81 万，环比增长 184.1%，独立访客达 41.1 万，环比增长 212.4%。尽管 3 月增长放缓，但仍保持稳定，并即将突破百万大关。其他国产 AI 视频工具如百度度加、腾讯智影、HeyGen 等一季度流量也显著增长。

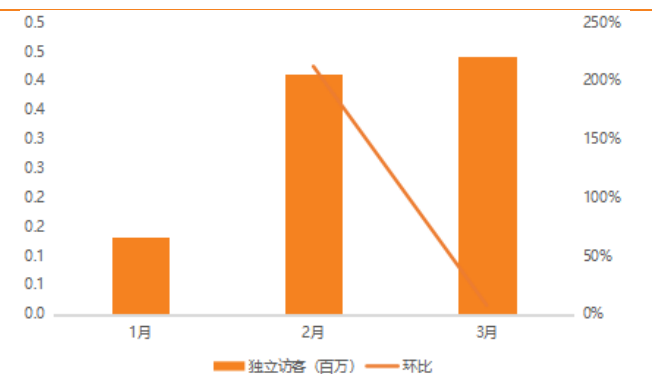
我们认为，在数字内容消费不断增长的推动下，市场对创新视频内容的需求日益增加。尤其是在短视频和直播等新媒体形态流行的今天，AI 视频生成提供了一种快速、低成本的内容生产方式。随着视频生成模型不断训练和迭代，以及市场需求的增加，我们预计国产 AI 视频产品或将继续保持增长态势。

图 29：2024 年一季度 PixVerse 访问量

图 30：2024 年一季度 Pixverse 独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

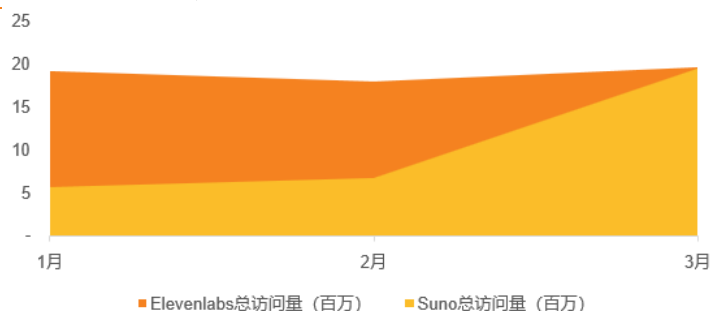
5. 音频生成赛道：TTS 与音频克隆流量表现稳定，音乐生成或将崛起

5.1. Elevenlabs 流量问鼎，文本转语音与音频克隆或为 AI 音频赛道主流应用

Elevenlabs 是一款 AI 文本转语音和音频克隆工具，当前其流量在所观察 AI 音频产品中位居首位。根据 Similarweb 数据，Elevenlabs 一季度访问量与独立访客数虽有所波动，但始终保持较高水平，3 月访问量达到 1963 万，环比增长 8.5%，独立访客达到 679 万，环比增长 7.5%，略微领先观察产品中流量位居第二的音乐生成工具 Suno。

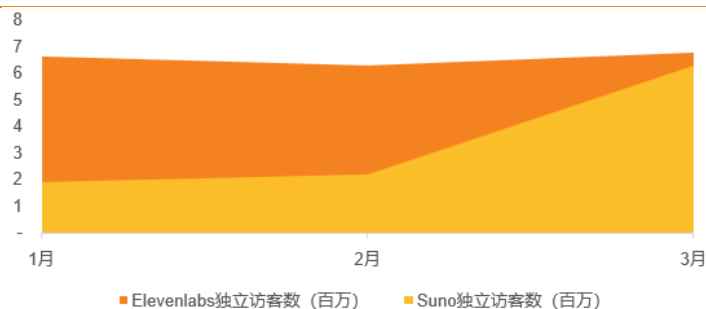
我们认为，AI 文本转语音和音频克隆工具可广泛运用于用户工作、生活和学习的多场景，操作便捷易上手，用户对其产出不会要求太高的艺术创作性，因此此类工具当前或为 AI 音频应用的主流工具。技术进步下，用户或将对质量精度及个性化有更高追求，我们预计，AI 文本转语音和音频克隆工具或将针对多种语言、转化精度和本地化表达等方面进一步提升，有望在拟人性与精确性上更上一层楼，流量表现或将持续向好。

图 31：Elevenlabs 与 Sunoweb 端访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 32：Elevenlabs 与 Sunoweb 端独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

5.2. 音乐生成工具流量增长乏力，个别明星产品崭露头角。

AI 音乐生成产品在 web 端的一季度整体流量表现低迷，个别产品表现突出。一季度，超过半数的产品流量走势总体向下，但 Suno AI 与网易天音却逆势而上，连续三个月实现了访问量的高速增长。

行业明星产品有望引领音频赛道的曙光。当前，AI 音频产品市场定位模糊性，特别在音乐创作领域。由于缺乏明确市场定位，产品曝光度受限。音乐创作的艺术门槛对非专业人士来说相对较高，加之部分人对 AI 生成的音乐的质疑，导致潜在客户流失。随着 AI 音乐生成技术的突破和应用场景的拓展，我们认为 AI 音频产品应更加注重打造差异化。加强营销宣传，让非专业人士更容易接受并参与到音乐创作中。SunoAI 和网易天音的流量表现，或许预示 AI 音乐曙光将至。

图 33：2024 年一季度部分 AI 音乐生成工具 Web 访问量及其变化

产品	1月		2月		3月	
	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比	总访问量 (百万)	环比
Suno		↑ 11.5%		↑ 19.3%		↑ 188.9%
网易天音		↑ 47.0%		↑ 20.2%		↑ 36.9%
Soundraw		↓ -8.0%		↓ -0.8%		↓ -10.6%
beatoven.ai		↓ -26.7%		↑ 50.3%		↓ -23.0%
Soundful		↓ -33.9%		↑ 3.8%		↓ -21.5%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 34：2024 年一季度部分 AI 音乐生成工具 Web 独立访客及其变化

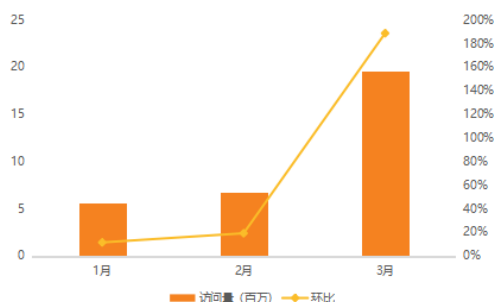
产品	1月		2月		3月	
	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比	独立访客 (百万)	环比
Suno		↑ 12.5%		↑ 14.3%		↑ 186.3%
网易天音		↑ 32.3%		↓ -9.3%		↑ 88.9%
Soundraw		↓ -10.5%		↑ 4.3%		↓ -6.6%
beatoven.ai		↓ -23.0%		↑ 51.2%		↓ -25.0%
Soundful		↓ -23.6%		↑ 2.2%		↓ -12.0%

资料来源：Similarweb，天风证券研究所

5.3. Suno 领衔 AI 音乐创作，或将推动音乐创作“民主化”

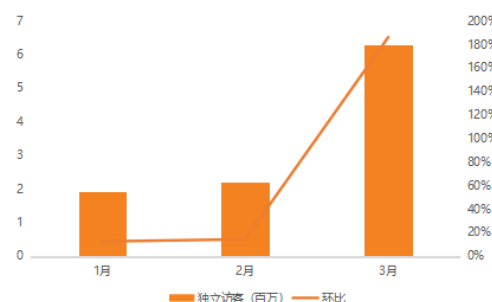
Suno 在 2024 年一季度表现出色，特别是 2024 年 3 月 22 日发布新版 V3 后。其 3 月总访问量达到 1958 万，同比增长 188.9%。3 月独立访客达到 628.9 万，同比增长 186.3%。新版本支持更高音频质量、更丰富风格流派且时长达两分钟的完整歌曲。尽管据 Suno 官方描述该产品仍处于发展初期，但公司正致力于提升质量、控制性和处理速度。我们认为，随着技术性能的不断优化，Suno 有潜力实现让更多人参与到音乐创作中，从而推动 AI 音乐创作工具在 C 端的渗透，音乐 ChatGPT 时刻或将到来。

图 35：2024 年一季度 Suno 访问量



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

图 36：2024 年一季度 Suno 独立访客



资料来源：Similarweb，天风证券研究所

6. 投资建议

建议密切关注人工智能在 C 端应用的发展趋势。从当前的流量数据来看，AI 在消费

者市场的应用成效显著。AI 在聊天机器人、文本、图像、视频及音频等领域已经获得了广泛的关注和应用，这些赛道中的国内外多数产品展现了积极的流量增长趋势，这反映出用户对这些 AI 应用的使用意愿和参与度持续增强。

展望未来，随着人工智能技术的不断创新和优化，我们预计现有的 AI 产品在功能全面性和用户体验方面或将获得巨大提升。AI 应用有望持续渗透各行各业，吸引更多广泛的用户群体。伴随着用户规模的快速扩大和场景的不断丰富，AI 产品有望实现更为可观的流量增长和商业价值变现。

7. 风险提示

技术发展不及预期。AI 技术本身仍在快速发展中，技术的未来发展方向、成熟度和应用范围存在不确定性。技术的突破或瓶颈都可能对投资回报产生重大影响。

政策法规变化风险。AI 领域的法规和政策尚未完全成熟，未来可能会出现更多限制或规范性文件政策，影响 AI 技术的商业化应用。

AI 伦理道德问题。AI 技术的应用可能引发伦理和社会接受度的问题，如隐私保护、数据安全、自动化所引起的就业问题等，这些问题可能影响 AI 公司的业务发展。

流量数据具有波动性。本报告的流量数据来源于 SimilarWeb 网站数据分析工具，由于流量数据具有波动性，第三方网站分析工具更新数据的频率可能不足以捕捉网站流量的即时变化，这可能影响对市场趋势的及时反应。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

天风证券研究

北京	海口	上海	深圳
北京市西城区德胜国际中心 B 座 11 层	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼
邮编：100088	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com