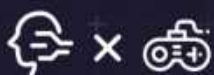


AI重构

2025 AI+出海产业报告

AI-DRIVEN TRANSFORMATION



2025 AI+ GLOBAL EXPANSION
INDUSTRY REPORT

前言

报告背景与价值

2023年以来，全球人工智能（AI）技术突飞猛进，成为各国科技发展战略的核心组成部分。

与此同时，中国企业在全球市场的参与度持续加深，AI与“出海”两股潮流正加速交汇，催生出一批以AI为核心驱动、面向全球市场的新兴企业与增长模式。

本报告旨在探讨AI赋能下的“出海”趋势，为中国企业提供战略指引、市场洞察及落地实践框架。通过研究多个重点行业与市场，结合成功案例解析与风险提示，帮助企业识别出AI出海的关键路径与价值抓手，从而在全球化浪潮中乘风破浪。

本报告由UseePay、小U出海、赤道象限联合发布。

面向人群与使用方式

本报告面向以下人群：

- 正在拓展海外市场的科技企业负责人
- 产品经理与技术/AI负责人
- DTC品牌创始人及高管
- 有意布局全球市场的初创公司

读者可将本报告作为战略规划参考、市场判断依据、产品出海蓝图和风控指南。

方法论与数据来源

本报告基于以下方法论：

- 案例分析法：拆解典型AI出海企业的路径、技术架构、市场打法；
- 框架建构法：提出“AI+出海”的战略协同框架；
- 数据支持法：引用官方政策、研究院数据、行业报告、企业年报与访谈内容。

目录

第一章 AI+出海=未来趋势	01
1.1 中国AI出海背景	01
1.2 中国AI出海现状	04
第二章 产业分析：AI赋能出海行业	06
2.1 数娱出海	06
2.2 智能硬件出海	31
2.3 SaaS工具出海	32
2.4 内容平台出海	34
2.5 DTC品牌出海	35
第三章 重点市场和本地化策略	36
3.1 北美市场	36
3.2 欧洲市场	37
3.3 东南亚市场	38
3.4 中东市场	40
3.5 拉美市场	41
3.6 非洲市场	42
3.7 日韩市场	43
第四章 AI成为出海企业的增长引擎	45
4.1 AI获客	45
4.2 AI内容增长	46
4.3 多语言运营	46
4.4 跨区域部署	47
第五章 AI出海风险提示	48
5.1 AI特有风险	48
5.2 政策与监管	49

第一章 | AI+出海 = 未来趋势

在全球化深度重塑、人工智能技术突飞猛进的双重背景下，“AI+出海”不再是单一维度的叠加式创新，而是一场范式革命。对于中国企业而言，AI不仅是提高效率的技术工具，更是连接全球市场、构建差异化壁垒、突破本地天花板的重要引擎。

中国企业出海规模正不断扩大，2024年，我国货物贸易出口总值达到25.45万亿元，同比增长7.1%。从传统制造业到新兴科技领域，从小家电到服饰行业，中国品牌的足迹如今已经遍布全球。

中国AI出海产业图谱



1.1 中国AI出海背景

AI出海趋势之所以在2023年后迅速提速，不只是技术驱动，更源于“天时地利人和”。

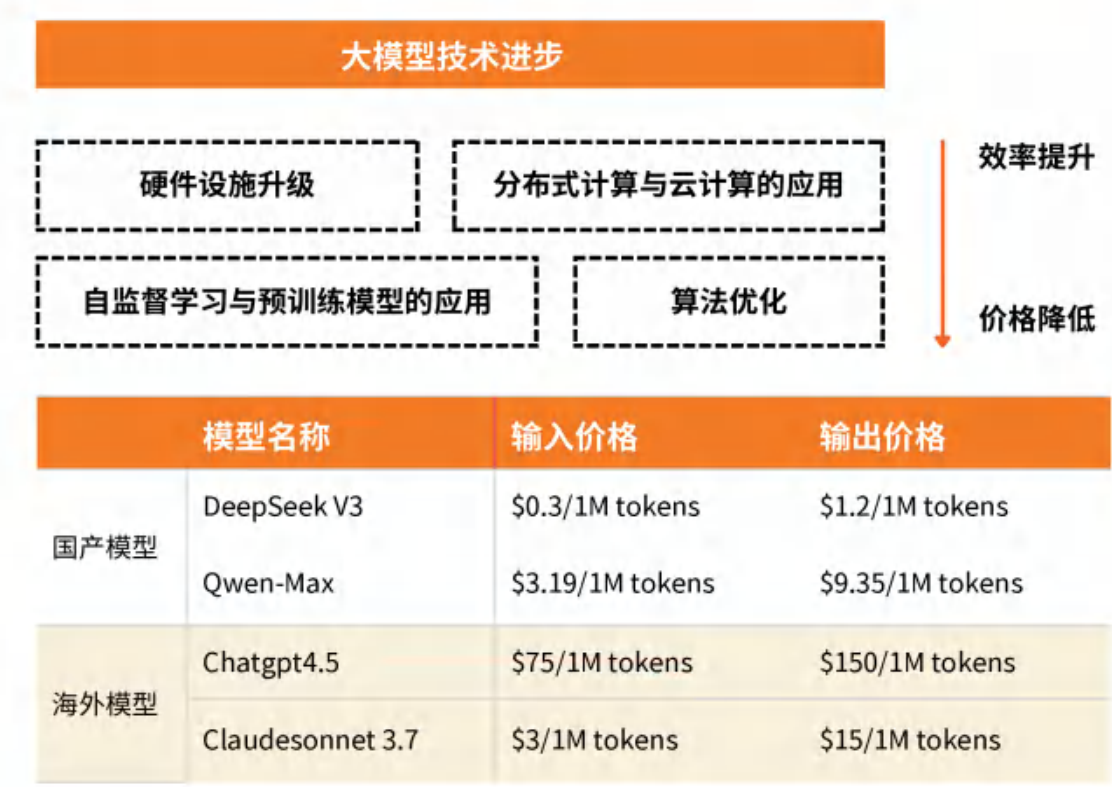
中国AI出海的三个阶段

	1. 通用工具时代	2. AI应用和解决方案本地化时代	3. 资源整合后的生态创新时代
阶段描述	主要向海外市场输出通用的AI工具和模型。这些产品具有广泛适用性，可供不同行业和领域的用户、企业及服务提供商使用。	提供针对特定行业 and 市场的AI应用及解决方案。这些解决方案根据目标市场的文化背景、用户需求和政策法规进行深度本地化适配。企业需在当地建设智算中心，提供计算和存储支持。	不再局限于单一系统，而是与硬件设备(如物联网设备、智能终端、传感器等)紧密结合，形成复杂生态系统，通过软硬件深度结合，实现从感知到决策的完整闭环，创造出智能化、高效化的解决方案，覆盖生活和生产的多个领域。
用户类型	- 个人用户 - 企业用户	- 垂类行业终端用户 - 企业用户	- 个人用户 - 垂直行业 - 生态系统参与者 - 政府机构
应用场景	- 生活工作 - 工程开发 - 企业服务	各类细分领域如金融、智能驾驶、医疗健康、工业制造、教育	智能家居生态、智慧物业管理、智慧城市解决方案
产品类型	- 标准化应用、通用大模型 - 标准化硬件	基础设施如数据中心、云服务、算力中心细分领域产品	完整生态系统包括基础设施、技术、人才、支持系统
代表玩家	字节跳动旗下的coze等产品、MiniMax的Hailuo等产品	阿里云、华为云等数据中心	期待中

技术能力：国产模型提升推动AI平权化

- 大语言模型（如ChatGPT、Claude、通义千问）能力飞跃，向通用智能逼近；
- 多语言模型（如BLOOM、NLLB）覆盖百种语言，为全球部署扫清语言障碍；
- 算力资源云端化、边缘化，AI产品部署门槛显著降低；
- 开源社区活跃，SaaS和硬件出海企业可“开箱即用”构建智能能力。

2024年新增生成式AI技术专利数TOP10



AI基础设施的成熟，意味着“AI能力”从科技巨头下沉到中小企业，技术壁垒变为应用机会。

市场供需：海外需求“东升西起”

- 东南亚、中东、非洲进入移动互联网红利期，本地AI基础设施建设加速；东南亚Z世代虚拟内容付费意愿达68%（来源：《2024全球虚拟娱乐消费报告》）。
- 欧美市场AI教育普及、消费习惯成熟，对AI工具型产品接受度显著上升；企业服务领域对效率、合规、安全的需求推动AI在B2B侧的应用爆发。用户期待“更聪明、更便捷、更个性”的产品体验，AI出海正好满足这一刚需。

东南亚Z世代虚拟
内容付费意愿达：

68%

政策推动：全球AI战略和政策出台

- 中国“数字丝绸之路”倡导AI国际合作；“一带一路”建设，打造互联互通的国际合作平台；
- 美国《国家人工智能研究与发展战略计划》、《推动美国人工智能创新：美国参议院人工智能政策路线图》；
- 英国《国家人工智能战略》；
- 澳大利亚《国家人工智能战略》；
- 沙特《国家数据与人工智能战略》、《沙特阿拉伯2030愿景》；
- 非盟《非洲大陆人工智能战略》；
- 巴西《巴西人工智能发展建议》、《巴西人工智能计划》。

政策层面为中国AI企业“出海正当化”提供了背书，也促使企业加快布局海外合规架构。

1.2 中国AI出海现状：打开“第二增长曲线”

传统出海模式侧重“渠道+本地化运营”的效率复制逻辑，然而在竞争加剧和消费结构升级的环境下，这一模式愈发捉襟见肘。AI的广泛赋能，为企业打开了第二条增长曲线：

1) 生产与运营效率跃迁

AI对“人效”的提升已从内容、客服延展到设计、翻译、财税、供应链等多个环节。例如：

- AIGC（生成式AI）助力跨境电商企业低成本制作多语种商品图文、广告素材；
- RPA（机器人流程自动化）结合LLM（大语言模型）重构财税合规、物流跟踪；
- AI预测模型提升供应链效率，帮助企业实现精益库存与动态调度。

这些能力为“轻资产出海”与“远程团队协作”创造了更大的可能性。

2) 构建产品差异化优势

出海企业的最大挑战之一是如何在陌生市场中快速建立品牌心智。AI赋能的“个性化”“智能化”“本地化”能力，成为打造差异化产品体验的核心：

- 短视频平台通过AI推荐系统，形成千人千面的内容分发；
- 智能穿戴设备融合AI健康助手，深耕用户生活习惯；
- SaaS产品借助AI客服与交互，实现零门槛上手与跨语言服务。

AI不只是提升效率的工具，而是推动产品能力跃迁的“超级助推器”。

3) 本地适配与文化融合加速器

AI特别适合解决跨文化语境下的本地适配难题：

- 多模态大模型（如Gemini、GPT-4）实现语音、图像、文本之间的高度理解；
- AI翻译系统结合语义识别与用户意图建模，提高跨语种沟通质量；
- 本地用户行为建模支持精细化运营，如定制营销时段、推荐内容等。

AI帮助出海企业真正实现“全球技术+本地体验”的运营闭环。

2025Q2 生成式人工智能 应用投放TOP20



iOS				Android			
1	Translate Lion	EIGHT PUNCHHON (KONGTONGCO), LIMITED		1	SelfyzAI	Ufoso	
2	AI Chatbot - Nova	SCALEUP YAZILIM HIZMETLERI		2	PolyBuzz	CLOUD WHALE	
3	ARTA	ABBY		3	Dialogue	Pheon	
4	PolyBuzz	CLOUD WHALE		4	AI Mirror	POLYVERSE ENTERTAINMENT INC.	
5	Livensa	PERAKET YAZILIM VE DAKTANILIK ANONIM SIKETI		5	AI Chatbot - Nova	SCALEUP YAZILIM HIZMETLERI	
6	Now Translate	MEGAMOB LIMITED		6	Fast Launcher	Amovix Tool	
7	IRMO	IRMO		7	DaVinci	HUBX	
8	Arvin® - AI Logo Maker	Intel Labs		8	Momo	SCALEUP YAZILIM HIZMETLERI	
9	DaVinci	HUBX		9	AI Zelouri	Now Tech	
10	Momo	SCALEUP YAZILIM HIZMETLERI		10	Friday: AI E-mail Assistant	Players Link	
11	Question.AI	作业帮		11	Icon Changer And Icon Editor	TRN	
12	Chat On	ABBY		12	AI Baby Generator TinyFaces	HEYOS	
13	Hicut	高途 子		13	ChatGPT	OpenAI	
14	MyTunes	HUBX		14	AI Mail Home- Email Homescreen	App Lab Studios	
15	Anime Maker & AI Video CloneAI	Poetry Bilgi Teknolojileri		15	Chat AI - AI Chatbot Assistant	msic station	
16	Dialogue	Pheon		16	Livensa	PERAKET YAZILIM VE DAKTANILIK ANONIM SIKETI	
17	AI Mirror	POLYVERSE ENTERTAINMENT INC.		17	Chatbot AI - Chat & Ask AI	Nowway Apps	
18	Perplexity	Perplexity		18	AI Chat: Ask AI Chat Anything	Beginmob Global	
19	Magic Cleaner-Clean Storage icon	Landspect		19	c.ai Character AI: Chat, Talk, Text	Character AI	
20	Lisa AI: AI Art Generator	Convent Software		20	MyMood AI	AI Thumbnail Maker	

Source: 广大大广告主分析系统, 按照广告主投放时间范围内去重后素材数量高低排序;
Date Range: 2025/4-2025/6

第二章 | 产业分析：AI赋能出海行业

人工智能技术的广泛应用，正在重塑多个产业的出海路径。不同于过去依赖人力、渠道或资本驱动的国际扩张逻辑，AI的引入正在推动企业实现更具智能化、差异化与可持续性的全球增长。

本章聚焦五大典型出海赛道，分别是：数字娱乐、智能硬件、SaaS工具、内容平台与DTC品牌。它们各具发展机制，但均已在AI的推动下显现出爆发趋势与新增长范式。

2.1 数娱出海：AI剧情生成 + 高文化融合 + 互动体验升级

※ 引言：AI作为全球数字娱乐的变革力量

数字娱乐产品，包括图像生成、虚拟音乐、剧情、游戏、互动影视等，是“文化+技术”融合价值最能体现的领域。人工智能（AI）在其中扮演着日益重要的多重角色，从内容创作、情绪识别到用户行为预测，其影响力已渗透到数字娱乐的方方面面。本章节将深入探讨AI在三个关键领域如何为数字娱乐产品的全球化征程注入新动力：AI驱动的剧情生成、实现深度的文化融合，以及显著提升用户的互动体验。

AI的整合不再仅仅是数字娱乐产品的一个附加功能，而是企业在全球市场取得成功的核心战略要素。它正从一个提升效率的工具，转变为催生全新创意可能性、实现更深层次玩家参与的赋能者。全球对个性化、沉浸式内容需求的不断增长，进一步凸显了AI在数字娱乐领域深度融合的必要性。从最新的研究进展来看，生成式AI、大型语言模型（LLM）以及多模态AI等技术的飞速发展，预示着数字娱乐的创作与体验方式将发生根本性变革。

数娱类产品（含游戏、虚拟音乐、互动影视等）是最能体现“文化+技术”融合价值的领域。AI在其中承担内容创作、情绪识别、用户行为预测等多重角色：

- AI编剧与剧情推进：米哈游等企业已测试AI生成支线剧情、NPC对话，提升游戏内容多样性与沉浸感；
- 音乐与音效智能生成：网易音乐等尝试利用AI创作旋律，定制伴奏甚至虚拟歌手；
- 虚拟人直播与互动角色：结合视觉识别与语音交互，AI帮助企业打造高拟真虚拟偶像与智能互动主播。

代表企业

miHoYo

lilith
GAMES

Tencent

NetEase

2.1.1 AI剧情生成与叙事革新

※ 生成式AI在叙事领域的崛起

近年来，以大型语言模型（LLM）为代表的生成式AI技术取得了显著突破，例如GPT-4o、Claude 4、Gemini 2.5以及Llama 3.1等模型的出现，为叙事创作带来了前所未有的可能性。这些模型具备强大的文本、脚本和对话生成能力，使得数字娱乐产品能够从传统的静态故事情节，向动态的、可分支的叙事结构演进。初步的行业实践已经显现，例如，阅文集团（China Literature）旗下的WebNovel等平台，将大量中国网络小说快速推向全球市场，实现叙事内容的跨语言传播；同时米哈游等公司已开始测试利用AI生成游戏的支线剧情和NPC（非玩家角色）对话，旨在提升游戏内容的多样性和沉浸感。

尽管强大LLM的普及降低了复杂叙事生成的门槛，但真正的挑战在于如何将这些AI生成的叙事片段无缝且连贯地整合到复杂的游戏系统之中。确保AI生成内容的叙事一致性和质量，是当前技术应用面临的关键难题。

※ 图像生成与内容创作

AI技术在文娱内容的塑造上展现出强大的驱动力。以图像生成领域为例，AI模型能够依据输入的文本描述或关键词，快速产出极具创意与视觉冲击力的图像作品，从奇幻景观到未来城市，为创作者提供了海量素材，激发无限想象空间。像DALL-E、Midjourney等工具，已被广泛应用于影视前期的概念设计、动漫制作中的场景绘制等环节，大幅提高创作效率，降低制作成本。

在虚拟音乐方面，AI作曲系统通过学习海量音乐数据，掌握不同风格、曲式与旋律走向，可按需生成原创音乐。一些流行歌手与AI协作创作歌曲，融合人类的情感表达与AI的新颖编曲，打造出别具一格的音乐作品，打破传统音乐创作边界，吸引更多年轻一代受众。同时，AI驱动的虚拟偶像产业蓬勃兴起，虚拟偶像具备独特的形象、性格设定，通过AI实现与粉丝的实时互动、直播、演唱，其背后的剧本创作、舞蹈编排等环节也有AI参与，借助AI分析粉丝喜好，实现更精准的内容推送与情感联结，开辟了文娱产业的全新赛道。



Midjourney生成作品



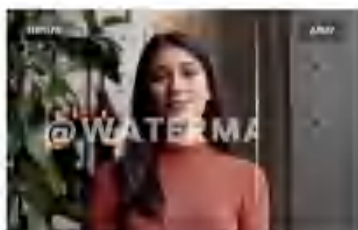
2025年6月出道的AI歌手YURI尤栗：
出道发行单曲《SURREAL》两周内
播放量700W，并获得NORTHFACE
的赞助

在剧情创作上，AI 能够依据既定的主题、角色设定，快速生成丰富的剧情支线与多样的结局走向，为影视编剧、网文作者提供灵感启发与辅助创作，助力打造更复杂、烧脑且引人入胜的叙事作品，推动文娱内容朝着多样化、深度化发展，满足观众日益增长的审美需求。

案例分析：VMake AI的创新实践



随着AI技术在视觉内容领域的持续突破，VMake AI 正在以其强大的视频智能处理与生成能力，推动内容创作从“人工剪辑”走向“智能生成”，为品牌营销、广告制作、电商展示、社媒传播等提供全新生产范式。其产品矩阵围绕“视频内容的生成、编辑与增强”，构建了一整套可模块化调用的AI视频处理工具链。



- 视频背景去除器：VMake AI 提供高精度的视频背景去除能力，支持在不依赖绿幕的情况下，将人物主体与背景智能分离。该功能广泛应用于短视频剪辑、电商直播素材制作、虚拟场景合成等场景，使内容创作者可以在任意背景下快速完成内容制作，大幅降低制作成本。
- 视频水印去除器：通过深度学习模型识别并分析视频中水印区域，VMake AI 的水印去除工具可以自动进行区域替换与背景修复处理，尽量还原画面本身细节。特别适用于老旧素材修复、品牌画面统一、版权素材二次编辑等场景。
- 视频质量增强器：针对画质模糊、分辨率低、色彩灰暗等问题，VMake AI 提供视频质量增强服务，支持清晰度提升、帧率插值、色彩优化等功能，帮助品牌对接老旧素材升级，或输出高清视觉内容以满足当下平台对内容质量的更高要求。
- AI动画生成：VMake AI 拥有基于图像驱动的人像动画与表情驱动技术，支持将静态人物图自动转化为短视频动画，如眨眼、说话、微表情驱动等。该功能广泛应用于虚拟代言人内容、社交媒体互动视频、品牌人格化营销等方向。
- AI视频生成器：依托多模态生成模型，VMake AI 可支持从文本或图像生成风格化视频，实现“文生视频”“图生视频”功能。品牌方可以基于脚本、主题关键词等快速生成符合视觉要求的视频草案或完整素材，极大加速视频内容产出效率。

※ 智能化NPC对话与互动

AI技术同时也在彻底改变游戏中NPC的对话与互动方式，使其更加智能化、个性化。米哈游为其游戏研发的Glossa AI模型，其设计目标之一便是赋能智能NPC，使其能够记录玩家偏好并实时调整对话内容，这意味着NPC将拥有记忆能力和不断发展的关系。学术界也在积极探索，例如针对《崩坏：星穹铁道》中的角色（如三月七）的事件驱动对话框研究，利用Llama 3.1等模型，通过在对话提示中嵌入动态事件，显著提升了对话的参与感和自然度，同时减少了AI“幻觉”的产生。在更广泛的行业应用中，《赛博朋克2077》等游戏已经引入AI聊天机器人来管理游戏内对话，并对叙事走向产生影响。

这一系列进展表明，AI驱动的NPC对话正从简单的预设回复树模式，进化为能够理解上下文、玩家历史甚至情感暗示的复杂系统。这种进化不仅提升了NPC的真实感，更为涌现式叙事（emergent narrative）的实现开辟了道路，玩家的行为和选择能够以更深刻和不可预测的方式影响故事发展。

🔦 案例分析：米哈游的叙事AI雄心



米哈游在AI叙事领域的投入尤为引人注目，其战略性布局预示着AI将在未来的互动娱乐中扮演核心角色。

- **Glossa AI:** 该模型旨在通过个性化NPC互动和自动化内容创作（如配音、美术设计）来支持叙事。其核心目标是让NPC能够根据玩家偏好调整对话，实现更深层次的互动。

模型名称	备案单位	备案号	备案时间
喜马拉雅音模	上海喜马拉雅科技有限公司	Shanghai-XiMaLaYaYinMo-202408200006	2024年9月6日
LongCatdp	上海汉涛信息咨询有限公司	Shanghai-LongCatdp-202408200007	2024年9月6日
浪潮海若·智能体	上海浪潮云计算服务有限公司	Shanghai-LangChaoHaiRuoZhiNengTi-202408200008	2024年9月6日
Glossa	上海米哈游秘法科技有限公司	Shanghai-Glossa-202408200009	2024年9月6日
智能小e	泛微网络科技股份有限公司	Shanghai-ZhiNengXiaoe-202408200010	2024年9月6日
天玑	上海合合信息科技股份有限公司	Shanghai-TianJi-202408200011	2024年9月6日
筑梦岛	上海筑梦岛人工智能科技有限公司	Shanghai-ZhuMengDao-202408200012	2024年9月6日

上海市生成式人工智能服务新增已备案信息(2024-09)

- 《鸣神逐影》（Whispers from the Star）：这款由与米哈游创始人蔡浩宇关联的Anuttacon公司开发的AI驱动语音游戏，展示了AI原生叙事的前沿探索。游戏以“主动式AI对话”（Agentic AI Dialogue）为特色，角色的情感和叙事选择会根据玩家的语音输入动态调整。同时，其实时的视觉渲染技术也会配合叙事氛围进行调整，以保持高度的沉浸感。

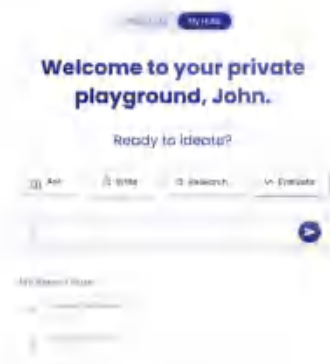
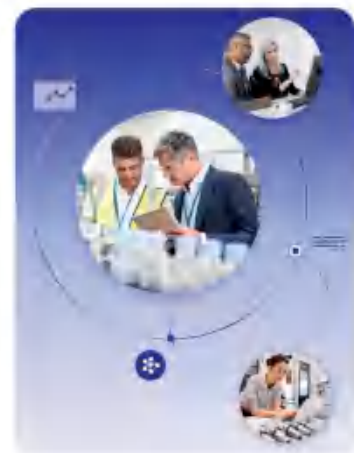
米哈游对Glossa AI等专有AI技术的巨大投入，以及《鸣神逐影》这类实验性项目，清晰地表明其将AI视为从根本上重塑互动叙事方式的关键。然而，玩家社群对于AI生成内容，特别是AI配音的接受程度仍存在分歧，企业在推进AI应用时，必须审慎考虑用户反馈和伦理问题。

※ 新兴工具与技术

除了LLM驱动的对话生成，其他AI技术也在叙事革新中扮演重要角色：

- 多模态AI在叙事中的应用：能够理解和生成文本、图像等多种模态内容的AI，为创造更丰富、更统一的叙事体验提供了可能。例如，AI可以根据文本描述生成相应的场景图像或氛围音乐，从而增强叙事表现力。
- 程序化叙事生成：AI不仅能生成对话，还能辅助生成任务线、故事情节甚至完整的故事大纲，为游戏提供更丰富的叙事层次。一些新兴的AI故事应用，如StoryBee和Narratize，正探索利用AI为儿童或商业场景生成个性化故事，展示了AI叙事在不同领域的应用潜力。

这些不同AI能力的融合，预示着未来AI将能够与人类创作者共同构建具有高度动态性和个性化的完整叙事世界，而不仅仅是生成孤立的叙事元素。



Narratize操作界面

2.1.2 AI驱动的深度文化融合

※ AI在文化适配领域的超越

AI在数字娱乐全球化中的作用，正从基础的文本翻译向深层次的文化适配演进。

AI技术，特别是多模态大模型，因其能够高度理解语音、图像、文本等多种信息，并结合语义识别与用户意图建模，非常适合解决跨文化语境下的本地化难题。

然而，单纯的技术效率提升并不等同于真正的文化融合。正如一些行业观察指出的，AI在捕捉深层“文化细微差别、情感共鸣和创意火花”方面仍有局限，其生成的内容可能“技术上正确，但缺乏打动玩家所需的情感共鸣或创意才华”。

这种现象揭示了一个关键的平衡点：真正的文化融合不仅仅是避免文化冲突，更是要创造能够引起目标市场用户共鸣的体验。AI可以处理海量的文化数据和表层信息，但那些需要创造性解读和情感连接的“最后一公里”，往往仍需人类的敏感性和洞察力。例如，阅文集团的WebNovel平台虽然大规模采用AI进行翻译，但仍需人工编辑进行润色，以确保文化 nuanced 的准确传达。

案例分析：三七互娱的文化出海实践

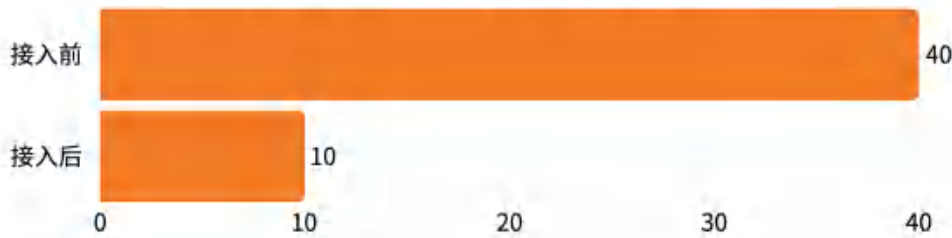


三七互娱在文化融合方面的实践，充分展现了其将中华优秀传统文化与海外市场需求相结合的创新思维，其核心理念包括：



- **AI 动捕技术还原传统文化：**在游戏《斗罗大陆：魂师对决》研发中，三七互娱通过动捕 AI 技术还原洪拳精髓，呈现原汁原味的“洪拳配方”。在《Puzzles & Survival》的中国功夫版本中，利用该技术严谨呈现罗汉棍、七星拳等少林武功，使游戏角色能真实、准确地还原中国功夫魅力。
- **AIGC 技术提升研发效率：**三七互娱接入文生文、文生音、文生图等 AIGC 技术，搭建研发要素全自动生成的游戏配置框架，大幅缩短游戏研发周期。如某休闲类小游戏的研发周期大幅缩短，提升游戏研运管线工业化水平与企业运转效率。

休闲类小游戏接入AI技术前后的研发周期



- AI 助力海外发行本地化：其自研 AI 工具“小七”在游戏海外发行本地化领域发挥重要作用，一个月能节省超过 20 万元人民币的翻译费用，提升游戏在海外市场的竞争力，推动中华文化在全球传播。

案例分析：阿里大文娱的影视创作革新



阿里大文娱的“神力霓裳”模型在影视造型设计领域，开创性地将 AI 技术深度应用于古装剧的服饰与造型创作，为文化融合带来全新范式。

- AI 生成传统图案：通过海量数据分析与学习，该模型精准把握不同时期、地域的传统服饰美学精髓，融合当下时尚潮流趋势，生成兼具历史韵味与现代审美的图案，为影视作品注入独特的视觉魅力。
- AI 技术降低创作成本：在实际应用中，模型的智能设计功能，不仅大幅缩短了造型设计周期，还降低了创作成本，使古装剧能在有限预算内呈现更丰富多样的造型。其服务的多部古装剧，因造型精美、文化内涵深厚，在国内外收获高收视率与良好口碑，吸引海外观众的目光。
- AI 提升中华优秀传统文化影响力：“神力霓裳”提升了中华优秀传统文化在国际影视圈的影响力，成为文化出海的有力推手。它让全球观众沉浸于中华传统服饰文化的博大精深，感受其独特魅力，促进了中外文化的交流与互鉴。同时，这种技术融合为影视行业树立新标杆，激励更多创作者利用 AI 探索文化融合新路径，推动全球影视产业向智能化、多元化的方向发展。

※ 文化特异性资产的程序化生成

AI 在程序化内容生成 (PCG) 方面的潜力，也为创造具有文化特异性的数字资产（如视觉元素、环境、音乐、道具等）开辟了新途径。尽管目前公开的、由头部数娱企业直接应用 AI 进行文化特异性 PCG 的案例尚不多见，但相关的基础技术，如文本到图像生成（例如 DALL-E 3、美图的 MIRACLEVISION）、文本到视频生成（例如 SORA、快手的 KLING）以及 3D 重建技术（例如 NERFS、高斯溅射）已经相当成熟。理论上，这些技术可以通过在特定文化数据集上进行训练，从而生成符合特定文化审美和规范的资产。PCG 的下一个发展方向，在于赋予其文化感知能力。这意味着 AI 不仅能生成多样化的资产，更能生成在特定文化背景下具有恰当性和相关性的资产。这需要精心策划的文化数据集和细致的模型训练，以确保 AI 生成的内容既新颖又符合文化预期。

案例分析：酷狗音乐的AI音乐文化融合



在音乐与文化的交融中，酷狗音乐的AI创新实践展现出了独特的魅力。其核心理念包括：

- **AI赋能音乐创作与传承：**酷狗音乐基于AI技术研发了声音合成黑科技——凌音引擎，采用深度神经网络模型，高度还原和复刻歌手声音特点，合成富有表现力的歌声。其“酷狗AIK”产品能让用户清唱60秒即复刻个性音色，合成多语种、多方言歌曲，合成功率达行业平均水平的5倍，用户超300万。
- **文化融合与创新应用：**酷狗音乐打造“超越AI”等7位虚拟歌手，支持与现实艺人联动创作，形成真人+AI双轨生态。通过AI技术复刻梅艳芳声线，发布公益单曲《愿你被这世界温柔以待》，在致敬经典的同时实现技术公益应用，促进音乐文化的传承与创新。



此外，还率先完成杨超越、扇宝、郑鱼等AI形象构建，推进明星声线数字资产化，探索出“歌曲按首付费”的内容增值模式。

案例分析：米哈游的文化叙事之道



米哈游在文化融合方面的实践，特别是其副总裁殷春波的公开分享，揭示了该公司将文化元素深度融入游戏内容的策略。其核心理念包括：

- 文化是高质量游戏的核心与灵魂: 强调从优秀的中国传统文化中汲取创新灵感。
- 技术赋能传统文化: 利用包括AI在内的先进技术, 生动、多维度地在游戏中展示中国文化, 并与其他世界文化进行融合。例如,《原神》不仅融入了桂林、张家界等中国地标的优美风光, 以及戏曲、茶艺等传统文化元素, 其不同区域也分别从欧洲、日本、古印度和古埃及等多元文化中汲取灵感。《崩坏: 星穹铁道》则构建了一个基于徽派建筑和中国神话“仙舟”概念的“国风科幻”世界。
- 尊重、传承与创新, 以及包容性: 在植根中国文化的同时, 以尊重和包容的态度吸纳其他文化的精髓, 促进中国文化与世界文化的平等交流。



虽然殷春波的讲话中并未详述AI在文化内容生成或适配中的具体应用机制, 但明确提及AI是其公司积累的先进技术能力之一, 用于“激活传统文化的生命力”和“拓展传统文化的表现形态”。这表明, 米哈游的文化融合策略是技术驱动的, AI在其中扮演着支持性角色, 可能用于分析文化元素的吸引力、辅助多元文化资产的创作概念等。

米哈游的策略展示了一种有意识的深度文化整合, 将其游戏作为跨文化交流的平台。虽然目前其文化呈现更多依赖人类创作者的决策, 但其在AI领域的持续投入(如GLOSSA AI), 预示着未来可能利用AI进一步扩大和深化这些文化融合的努力。

※ 跨文化内容创作中的人机共生

在实现深度文化融合的过程中, 人机协作模式展现出最大潜力。AI的优势在于处理规模化的数据、进行快速分析和初步内容生成, 而人类创作者则在把握文化细微差别、赋予情感深度、进行伦理监督和确保文化表达的真实性方面不可或缺。研究表明, 生成式AI在游戏开发中面临“风格驱动内容”的两难, 但可作为灵感来源和沟通工具, 从而促进人类的创造力。

这意味着, 最有效的文化融合并非完全依赖AI或完全依赖人工, 而是AI工具赋能人类创作者, 提供洞察和生成能力, 同时由人类主导文化和情感的真实性和表达。

2.1.3 互动体验升级

※ NPC的进化：从脚本到智能

AI技术正在推动NPC从简单的脚本化角色向更智能、更具适应性的游戏伙伴或对手转变。AI驱动的NPC能够进行自然语言对话，展现适应性行为，并根据具体情境做出反应，从而将传统的、脚本化的互动转变为动态的、栩栩如生的交锋。例如，《星际争霸II》中的自适应AI能够平衡对手强度，《刺客信条》系列利用寻路AI实现NPC在复杂环境中的逼真导航，而《赛博朋克2077》则通过AI聊天机器人管理游戏内对话，影响叙事发展。学术研究也表明，机器学习、强化学习和自然语言处理等技术，使得NPC能够从互动中学习，展现出目标导向的行为，摆脱了传统有限状态机和行为树的局限性。

头部数娱企业也在积极布局NPC智能化：

- 腾讯: 其GIINEX AI平台能够生成拥有逼真动作、表情、口型同步和语音能力的精细角色模型，使这些角色成为虚拟世界中的鲜活实体。其F.A.C.U.L.项目则旨在打造能理解人类复杂指令的FPS游戏AI伴侣。
- 米哈游: 其GLOSSA AI致力于实现个性化的NPC互动，让角色能够记住玩家偏好并实时调整对话。

这些努力共同指向一个趋势：NPC的智能化和自适应性是提升互动体验的核心方向，它将根本改变玩家与游戏世界及其居民的互动方式，使NPC从单纯的任务发布者或障碍物，转变为可能具有动态个性、能够与玩家建立复杂关系的虚拟存在。

※ AI驱动的程序化内容生成（PCG）打造动态世界

AI驱动的PCG技术为创造广阔、多变且具有高重玩价值的游戏世界提供了强大支持。AI算法能够自动生成游戏内的多种资产，如关卡、任务甚至音乐，使得每次游戏体验都独一无二，显著提升了游戏的沉浸感和可玩性。腾讯的GIINEX平台明确将自动化游戏内容和关卡创建、生成多样化且逼真的数字世界作为其核心能力之一。



网易在《蛋仔派对》中采用的“AIGC+UGC”（AI生成内容+用户生成内容）模式，是PCG在互动体验升级方面的一个独特创新。在该模式下，AI不仅用于生成基础内容，更重要的是为玩家提供了强大的UGC创作工具，极大地激发了玩家的创造力，形成了玩家与AI共同创造内容的动态游戏生态。

AI驱动的PCG的价值不仅在于大规模生成内容，更在于生成能够响应玩家行为或预设参数的自适应内容，从而带来更独特和可重玩的体验。而“AIGC+UGC”模式则通过将玩家转变为内容创作的积极参与者，将互动体验提升到了新的高度。

※ 规模化个性化：AI定制体验

AI技术使得大规模提供个性化娱乐体验成为可能，它能够根据用户的行为和偏好实时调整内容，包括个性化推荐、动态定价（在数字娱乐领域相对较少应用）和预测分析等。在游戏领域，AI被广泛应用于动态难度调整（DDA），根据玩家技能水平实时改变游戏挑战，以维持玩家的参与度和沉浸感。

腾讯的GIINEX平台通过AI引导的教程和针对用户画像定制的情境体验来优化新玩家上手过程，并通过智能匹配和创新游戏机制来保持玩家的长期参与度。

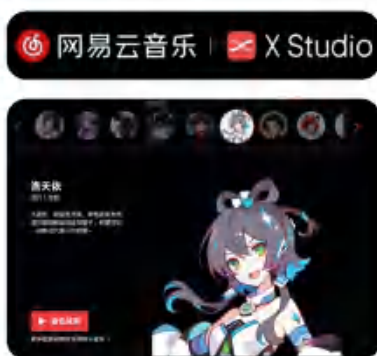
网易云音乐则利用NETEASE TIANYIN和CLOUD MUSIC X STUDIO等AI工具，通过个性化推荐增强音乐发现体验，这对提升用户粘性，特别是在年轻一代（如Z世代对K-POP的喜爱）中实现精准触达和商业变现至关重要。

※ AI虚拟角色与伴侣的兴起

AI虚拟角色正成为互动娱乐领域的一个重要新兴方向。最初的报告中已提及“虚拟人直播与互动角色”以及“高拟真虚拟偶像与智能互动主播”等概念。



近期数据显示，儿童群体对CHARACTER.AI这类允许用户创建或与模仿虚构/真实角色的机器人进行互动的AI聊天机器人表现出浓厚兴趣，这表明AI虚拟形象的互动娱乐形式拥有广阔的用户基础。



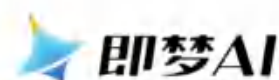
网易云音乐在AI虚拟歌手领域的探索尤为突出。他们不仅尝试利用AI创作旋律、定制伴奏，更推出了AI虚拟歌手服务。其X STUDIO作为“全球领先的AI歌声合成软件”，内置了十余位各具特色的人工智能歌手，旨在为用户提供全新的音乐创作和娱乐体验。

AI驱动的虚拟角色，无论是作为游戏内的伴侣、独立的互动实体（如CHARACTER.AI聊天机器人），还是虚拟表演者（如AI歌手），都代表了互动娱乐的全新前沿。它们模糊了内容消费与社交互动的界限，为数字娱乐带来了新的互动形式和潜在的商业模式。

2.1.4 代表性AI数娱出海企业及其战略

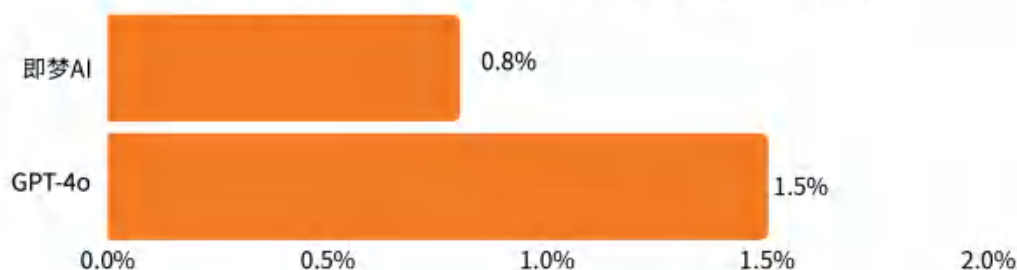
2.1.4.1 图像/视频创作与编辑类

※ 字节跳动 (即梦 AI): AI内容创作工具生态



- 产品矩阵：字节跳动不仅拥有TIKTOK这一全球性内容平台，还推出了一系列独立的AI内容创作工具，面向全球用户。其中包括国际版视频剪辑应用CAPCUT（国内为“剪映”），以及AI图像生成平台DREAMINA（国内为“即梦”）和PICPIC等。
- 技术与战略：字节跳动的战略是通过CAPCUT和DREAMINA等工具，构建一个从创作到分发的AI内容生态。CAPCUT集成了自动字幕、文字转语音、背景移除等多种AI功能，降低了视频创作门槛。DREAMINA则被定位为“AI时代的TIKTOK”，旨在结合AI创作工具和内容社区，鼓励用户生成高质量的AI原生内容。字节跳动将最新的图像和视频生成模型（如PIXELDANCE）优先应用于这些产品，以保持技术领先性。

在复杂字体（如书法、艺术字）场景下错误率



场景	传统耗时	即梦AI耗时	效率提升
电商海报设计	3小时	45秒	240倍
产品包装图	6小时	2分钟	180倍
社交媒体配图	1小时	20秒	180倍

即梦AI提升商业化设计效率



- 全球布局：字节跳动在全球范围内推广其AI应用，其AI基础设施投资的一半用于支持海外业务。自2020年CAPCUT在海外推出后，其移动端月活已超过3亿，占移动视频编辑总活跃用户的81%。2024年1月，其全球月活用户已超8亿。CAPCUT已成为全球最受欢迎的视频编辑应用之一，为DREAMINA等新兴平台输送了大量潜在的AI创作者。

※ 快手 (可灵 AI): KLING模型引领视频生成



- 核心技术：快手（国际品牌KWAI）自主研发的文生视频大模型KLING，是其在AIGC领域的重要突破。KLING能够生成长达2分钟、1080P分辨率、30FPS的视频，并能模拟真实世界的物理特性和复杂的时空运动。该模型基于3D时空注意力机制和扩散变换器架构，在视频的连贯性和真实感方面表现出色，被视为OPENAI SORA的有力竞争者。
- 全球可及性：与许多仍处于有限测试阶段的竞品不同，KLING已向全球用户开放了国际网页版，用户仅需邮箱即可注册并获得免费试用额度，这极大地降低了全球创作者的使用门槛。平台支持多语言提示词，并提供相机运动控制、负向提示词等高级功能。
- 应用场景：KLING的应用场景广泛，包括广告制作、社交媒体内容创作、游戏和影视概念设计等。其强大的图像到视频生成能力，以及未来对视频的支持，预示着它将在数字娱乐内容的生产流程中扮演越来越重要的角色。

功能	应用场景	效果提升
首尾帧控制	影视分镜	镜头连贯性↑35%
运动笔刷	动态广告/动画	元素轨迹精准度达90%
大师运镜	会员专属功能	电影级镜头切换流畅度↑50%

可灵AI提升视频制作效率

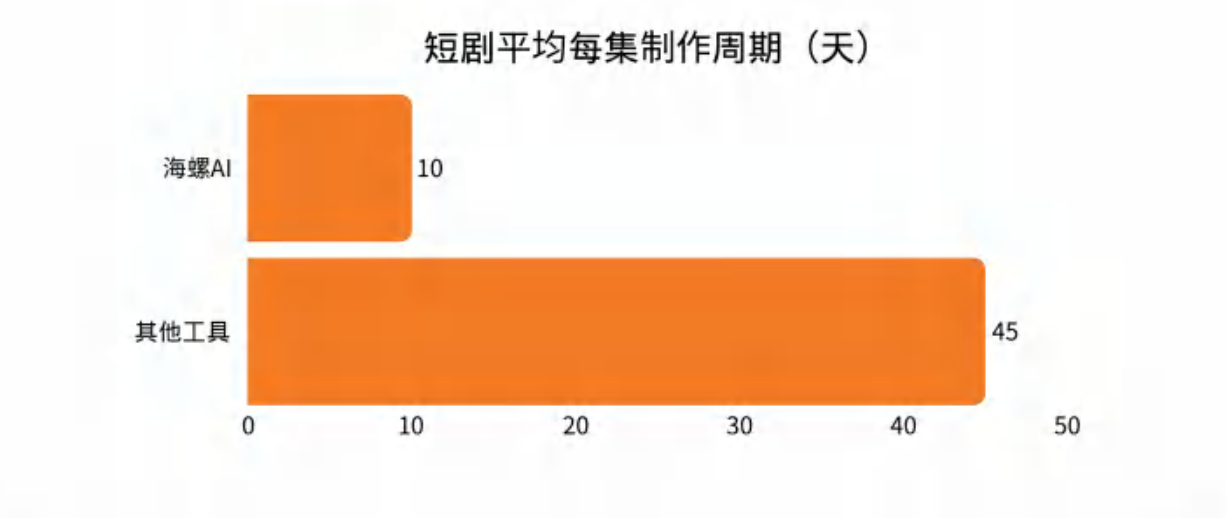
※ MINIMAX（海螺 AI）：ABAB - VIDEO - 1 模型推动视频创作



- 核心技术：MINIMAX 推出的 ABAB - VIDEO - 1 模型，在文生视频领域有显著成就。该模型可生成时长 2 - 5 分钟、4K 高清画质、帧率流畅的长视频，且能精准控制人物情绪动作、添加复杂特效。基于独特时空注意力机制与自适应帧插值网络技术，它在视频连贯性、真实度及细节呈现上表现出众，是行业领先的视频生成模型之一。



- 全球可及性：海螺 AI 面向全球开放网页版，用户凭邮箱注册就能享免费额度。它支持多语言输入，有 FINEDTUNE 功能及完善素材库，还内置多模态交互式素材管理功能，方便全球用户创作。
- 应用场景：海螺 AI 广泛应用于影视制作、广告创作、教育内容开发、个人创意表达等领域。它能助力专业影视团队快速生成素材，帮广告商制作吸引人的广告，协助教育者制作生动课件，释放个人创作者的创意，变革数字内容创作流程。



维度	数据值	对比优势
生成分辨率	支持1080P高清输出	超越多数竞品（如Pika）
生成速度	6秒视频生成仅需60秒	行业平均3-5分钟
多镜头控制	支持10秒多镜头切换	主体一致性保持90%以上
语言支持	17种语言语音生成	中文字错率最低（0.8%）

海螺AI核心性能指标

※ 枫叶互动 (REELSHORT): 超短剧推动娱乐体验革新



- 核心技术：中文在线旗下枫叶互动推出的 REELSHORT 凭借高效的短剧制作技术和精准的选题策划能力脱颖而出。它专注于制作 1 - 2 分钟 / 集的超短真人剧，涵盖 “狼人、霸总、吸血鬼、女巫、复仇” 等多种热门题材，能够快速切入剧情，精准抓住观众的兴趣点。其内容制作团队深谙短剧节奏和情绪表达，借助专业拍摄及剪辑技术，保障短剧的视觉效果和叙事质量，在超短剧领域独具竞争力。



ReelShort推出的短剧剧集

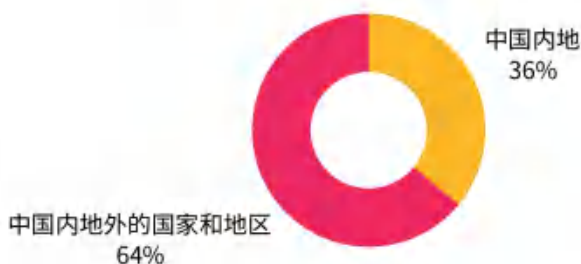
- 全球可及性：REELSHORT 主要面向北美市场，同时在东南亚等地区也备受欢迎，在多国 APP 下载榜中排名靠前，一度登顶美国 IOS 总榜。其应用在 APP STORE 和 GOOGLE PLAY 均可下载，界面和字幕支持多语言，方便不同国家和地区的用户观看，降低了全球观众的使用门槛。
- 应用场景：REELSHORT 为用户提供个性化的超短剧内容，满足其在碎片化时间内的娱乐需求。它通过传播各种题材的短剧，促进不同文化间的交流与融合。同时，采用单集收费模式，在用户试看一定数量集数后收费，为内容创作者提供了新的变现渠道。

※ 美图 (MEITU): AI影像工具矩阵与全球化

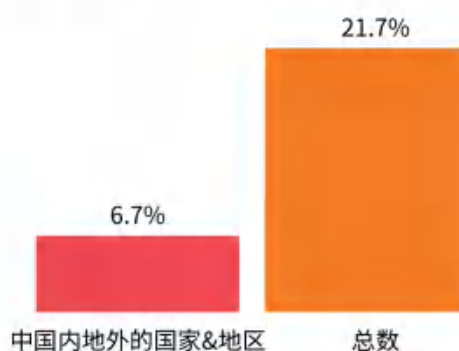


- 产品与技术：美图公司以其AI驱动的影像及设计产品矩阵而闻名，核心产品包括美图秀秀 (MEITU APP)、美颜相机 (BEAUTYCAM) 和 WINK。这些应用集成了美图自研的视觉大模型 MIRACLEVISION，提供从AI图像美化、视频画质修复到专业级视频创作和商业设计等一系列功能。
- 全球化战略：美图积极拓展海外市场，尤其在东南亚、欧洲和美国等地。其产品在多个国家（如日本、韩国、泰国、越南）的应用商店排行榜上名列前茅。截至2024年，其海外月活跃用户 (MAU) 达到9451万，同比增长21.7%。美图的核心策略是深度本地化运营，通过理解当地用户需求和文化偏好，并与本地品牌合作，提升产品在全球市场的竞争力。

截至2024年12月美图活跃用户数占比



2024年美图活跃用户数增长率



- 商业模式：美图的收入增长主要由AI技术驱动的付费订阅模式贡献，AI功能与影像生产力工具的结合，有效提升了用户付费意愿。同时，公司也通过美业SAAS解决方案（如美图宜肤MEITUEVE）为全球护肤品牌和医美机构提供AI测肤等B端服务，实现了技术的多元化变现。

2.1.4.2 内容/对话创作辅助类

※ CRUSHON: 智能对话推动社交娱乐



- 核心技术：CRUSHON 依托先进的AI对话技术，其核心在于超大规模语言模型和情感感知算法。该模型经过海量情感化数据训练，能够精准捕捉用户对话中的情感线索，实现高度拟人化的多轮对话交互。其虚拟角色技术可模拟不同性格、背景的人物，配合语音合成与表情生成技术，打造沉浸式对话体验。此外，多语言交互支持和实时翻译功能，使其在跨文化交流中具备独特优势。
- 全球可及性：CRUSHON 已在IOS、ANDROID和WEB端全面上线，用户通过简单注册即可免费体验基础功能。平台采用免费增值模式（FREEMIUM），基础对话和部分虚拟角色免费开放，高级功能如专属角色定制、情感分析报告等通过订阅解锁。从用户规模来看，CRUSHON在2024年3月访问量突破2000万，并连续4个月蝉联国内出海AI产品月活榜榜首。6月访问量维持在1760万左右。移动端方面，近一个月下载量超过70万。此外，针对不同地区用户，CRUSHON还提供本地化支付方式和数据存储选项，同时支持离线对话模式，降低使用门槛。

※ 阅文集团 (WEBNOVEL): AI翻译赋能网文出海



- 核心业务与平台：作为腾讯旗下的网络文学巨头，阅文集团运营着起点等国内平台及其国际版WEBNOVEL。WEBNOVEL是其全球化战略的核心，致力于将中国网络小说推广到海外市场。
- AI翻译的应用：AI翻译是阅文集团实现大规模出海的关键技术。通过采用“AI翻译+人工校对”的混合模式，WEBNOVEL的翻译效率提升了近百倍，成本降低了超过90%。AI的应用使得西班牙语、德语、法语等小语种市场的作品数量从几乎为零增长到数百部。

2024，AI翻译作品在WEBNOVEL畅销榜占比42%



• 全球市场表现与生态

- ▲ 截至2024年底，中国网络文学的海外市场规模已达50.7亿元人民币，海外读者数从2.3亿增长至3.52亿。
- ▲ WEBNOVEL平台不仅输出翻译作品，还培育了庞大的海外原创作者和读者社群，形成“创作-反馈-再创作”的全球共创生态。此外，阅文集团正积极探索将海量网文IP通过AI技术改编为动漫、游戏等多种形态，进一步放大IP价值。

2.1.4.3 游戏娱乐类

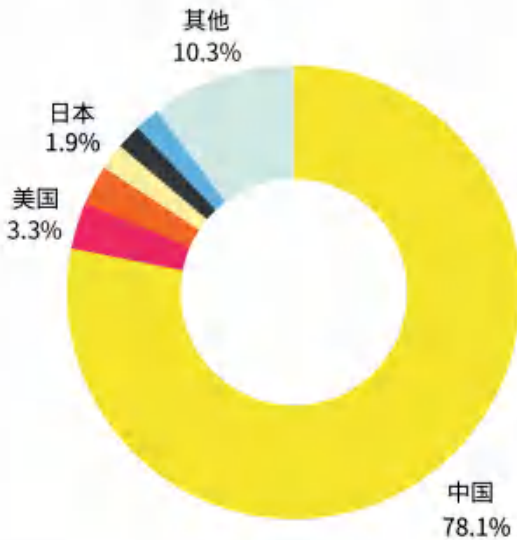
※ 游科互动（《黑神话：悟空》）：西游题材引领游戏革新



- 产品与技术：由游戏科学开发的《黑神话：悟空》，凭借虚幻 5 引擎打造，呈现精美画面与细腻光影效果，从花果山到蜘蛛仙界，各场景独具魅力，仿佛置身其中。其战斗系统深度丰富，玩家扮演孙悟空，可施展多端法术与棍术，还有多种武器和法宝可选。游戏地图设计神秘奇幻，融合沉浸式探索与紧张战斗，BOSS 战密集且极具挑战性，每个 BOSS 招式丰富，为玩家带来深度战斗体验。

- 全球化战略：2024 年 8 月 20 日，《黑神话：悟空》在 WEGAME、STEAM、PS5 等多平台全球发售，支持简繁体中文、英文等多语言，吸引全球玩家。其在 WEGAME 预售期间吸引超 300 万玩家参与，48 小时销售额超 5 亿元，首周全球销量 350 万份，首发当日登顶 STEAM 全球畅销榜，收获全球媒体和玩家高度评价，如 METACRITIC 媒体均分 82，IGN 中国满分评价。

《黑神话：悟空》1/4以上玩家为海外玩家



- 商业模式：作为国产 3A 大作，《黑神话：悟空》在娱乐领域带来高质量游戏体验，其高品质画面、剧情、战斗系统，让玩家享受视觉盛宴与深度玩法。它促进文化传播，以《西游记》为背景，融入中国传统文化元素，向全球展现东方神话魅力，推动中华文化输出。该游戏还带动相关产业发展，如与联想、海信等品牌推出联名产品，助力硬件市场升级，提升游戏行业整体品质与标准，为开发者提供宝贵经验，推动产业发展。

※ 米哈游 (MIHOYO / HOYOVERSE): 打造AI驱动的沉浸式虚拟世界



• AI剧情生成与叙事

- ▲ 米哈游已在其游戏中测试AI生成支线剧情和NPC对话，如《原神》《崩坏：星穹铁道》。
- ▲ 其核心AI项目 GLOSSA AI 旨在实现个性化的NPC互动，使NPC能够记忆玩家偏好并实时调整对话，同时简化叙事相关的语音和美术设计等内容的创作流程。
- ▲ 通过关联公司ANUTTACON开发的语音驱动AI游戏《鸣神逐影》(WHISPERS FROM THE STAR)，探索主动式AI对话 (AGENTIC AI DIALOGUE) 和实时视觉渲染等前沿叙事概念。
- ▲ 已应用AI技术优化《崩坏：星穹铁道》等游戏的口型同步效果，并研究事件驱动的对话框架以增强角色互动。

• AI文化融合

- ▲ 公司高层公开强调在《原神》和《崩坏：星穹铁道》中深度融合中国传统文化，并以尊重包容的态度借鉴其他世界文化，利用包括AI在内的技术手段实现这一目标。



- ▲ 致力于通过技术构建生动展现多元文化的“虚拟世界”。



• AI互动体验升级

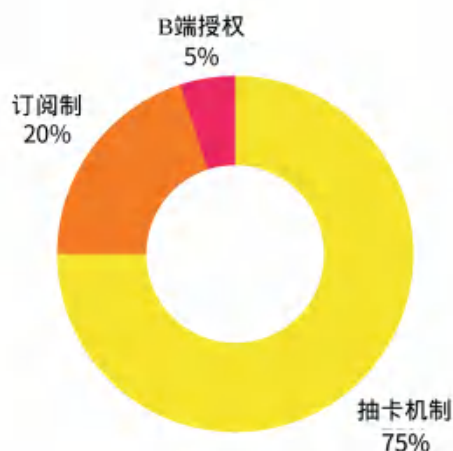
- ▲ 通过GLOSSA AI提升NPC的智能化水平，创造更真实的互动。
- ▲ 在《鸣神逐影》等项目中，借助AI驱动的视觉效果和动态叙事，营造沉浸式体验。

- 玩家反馈与考量：米哈游关注并参与社群中关于AI应用的讨论，特别是围绕AI配音等话题。

米哈游正大力投入专有AI技术，旨在构建深度沉浸、叙事丰富且强调文化融合的游戏世界。

他们在AI剧情和NPC智能方面走在前沿，尽管其在利用AI进行主动文化适配方面的具体细节尚未完全公开，但其整体文化战略清晰可见。

米哈游出海收入来源



这种对AI的战略性押注，结合其文化愿景，预示着AI将日益成为其内容创作和玩家体验的核心支撑，追求叙事深度与文化共鸣的统一。然而，玩家社群的反馈也凸显了在AI应用过程中透明度和伦理考量的重要性。

※ 腾讯国际 (GIINEX AI/F.A.C.U.L.): AI赋能全方位游戏体验提升

Tencent



• AI剧情生成与叙事

- ▲ 其 GIINEX AI平台 支持叙事和对话内容的生成。
- ▲ 积极探索AI驱动的对话解决方案，实现更深层次的玩家互动。

• AI文化融合

- ▲ WETEST AI测试平台 包含全球化本地化测试模块，帮助应对不同地区和文化市场的挑战。
- ▲ 强调与全球各地的本地游戏社群沟通并进行内容测试。



• AI互动体验升级

▲ GIINEX AI平台 在多个维度提升互动体验：自动化游戏内容/关卡创建、数字世界生成、AI驱动的虚拟形象（动作、表情、口型同步、语音）、自动化平衡性测试、用于新玩家引导的AI机器人，以及通过智能匹配和创新玩法提升玩家留存。

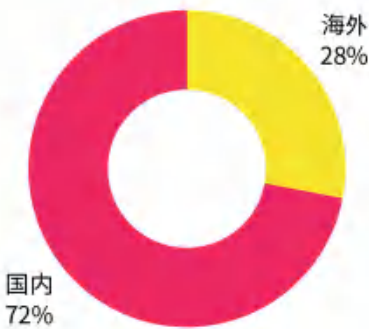
▲ F.A.C.U.L.：一款能理解人类复杂指令的FPS游戏AI伴侣。

- 1.利用AI进行程序化内容生成，例如“重建秦朝大都市”等项目。
- 2.将AI应用于游戏广告的精准投放和创意生成。
- 3.在其全球发行的游戏中（如《PUBG MOBILE》和《王者荣耀》国际版）应用AI技术，例如用于改进NPC行为的MEMORYREPOSITORY（在PUBG相关研究中提及，用于LLM驱动的NPC）、动态难度调整和玩家建模等。



应用场景	技术方案	效果数据
营销投放	AI生成素材+智能分发	制作效率↑100%，广告回报率（RoAS）↑15%
用户运营	DeepSeek大模型集成	《和平精英》用户时长同比↑16%（2025年3月）
开发支持	AI辅助原画/分镜生成	角色设计工时↓60%-80%，单剧制作周期压缩至传统1/10

2025Q1腾讯游戏收入占比



腾讯正将AI全面应用于游戏开发和运营的各个环节，从内容创作、测试到玩家互动和商业化。GIINEX平台是其核心战略支柱，旨在提升旗下众多全球游戏的开发效率、动态性和个性化体验，从而保障游戏品质和用户留存。

※网易 (逆水寒/蛋仔派对/网易天音): AI赋能内容创作、个性化与社群互动



• AI剧情生成与叙事 (游)

▲ 《逆水寒》手游：作为一款AIGC (AI生成内容) 手游，广泛应用生成式AI (强化学习、NLP、语音生成) 打造高度智能的NPC，实现逼真的互动，并对剧情发展产生影响。通过AI对游戏技术的优化，目前海外玩家战斗延迟降低 30%-40%，秒伤差距大幅缩小。

▲ 《蛋仔派对》：采用“AIGC+UGC”模式，AI为玩家提供强大的UGC创作工具，催生了动态的游戏玩法和玩家驱动的叙事内容。



• AI文化融合 (游戏与音乐)

▲ 明确提出要推出迎合“全球用户文化背景”的游戏产品。

▲ 网易云音乐利用AI进行个性化推荐，并能够根据文化背景进行调整 (例如，针对Z世代的K-POP内容发现)。

▲ 网易云音乐与SOUNDCHARTS合作，向全球分享中国音乐流媒体趋势数据，助力国际艺人发展。

• AI互动体验升级 (音乐与游戏)

▲ 网易云音乐：

√ AI音乐创作：“网易天音”作为一站式AI音乐创作工具，提升了音乐制作效率和大众参与度，它能在10秒内完成作词、作曲、编曲、演唱，支持方言定制 (如四川RAP、粤语情歌)，累计生成拜年歌超500万首，合作AI歌手 (何畅、陈水若) 演唱自然度评分超90分。

√ 虚拟歌手/AI歌手技术：“X STUDIO”智能语音合成软件 (与小冰合作)，利用AI创作旋律、定制伴奏，并打造虚拟歌手形象。

√ 个性化用户体验：AI驱动的个性化推荐、AI唱歌助手、AI生成MV、AI塔罗牌等功能。

▲ 网易游戏：

- √ 《逆水寒》中的智能化NPC。
- √ 《蛋仔派对》中通过AIGC实现的玩家共创体验。

网易正积极地将其在音乐和游戏两大业务板块中部署生成式AI。在游戏领域，AIGC被用于实现复杂的NPC互动和赋能玩家内容创作。在音乐领域，AI已成为内容创作（天音平台）、新型娱乐形态（X STUDIO虚拟歌手）以及超个性化用户体验（提升用户粘性和商业化效率，如针对特定人群的文化内容推荐）的核心驱动力。网易明确的全球化文化视野，使其AI战略与其国际化雄心紧密相连。

2.1.5 新兴AI数娱产品与企业案例

在当今数字浪潮的蓬勃推动下，一批专注于特定AI技术或应用场景的新兴企业和产品正在涌现，它们以更灵活的身姿和更专注的创新，为数字娱乐出海注入了新的活力。

*表格：典型游戏出海AI应用对比分析

代表企业	AI剧情生成与叙事	AI文化融合与适配	AI互动体验提升
米哈游	Glossa AI (个性化NPC对话、内容创作辅助)，《鸣神逐影》(主动式AI对话)，游戏内AI测试 (支线剧情、NPC对话)，AI口型同步 (崩坏：星穹铁道)，事件驱动对话研究 (崩坏：星穹铁道)	强调深度融合中国及世界文化，利用技术 (含AI) 实现文化呈现与交流，打造文化沉浸的虚拟世界	智能化NPC (Glossa AI)，沉浸式视觉与动态叙事 (《鸣神逐影》)
腾讯游戏	GiiNEX AI平台 (叙事与对话生成)，AI驱动的对话解决方案	WeTest AI (全球本地化测试)，听取和测试本地社群反馈	GiiNEX AI平台 (内容/关卡/世界生成、AI虚拟形象、平衡测试、新玩家引导、玩家留存)，F.A.C.U.L. (AI伴侣)，AI程序化生成，AI广告投放，《PUBG Mobile》/《王者荣耀》国际版中的NPC行为、DDA等
游科互动	借助先进的AI技术，《黑神话：悟空》中的剧情生成得以实现深度的个性化与动态化	其深度挖掘中国传统文化这座宝库，以《西游记》为蓝本，巧妙地融入了大量中国传统神话元素、宗教信仰与民俗文化	游戏中的AI技术为玩家提供了极具沉浸感的互动体验。在战斗系统中，引入了智能的敌人AI，不同种类的妖怪和神仙都具备各自独特的战斗风格和策略。在探索环节，游戏的场景AI也表现出色
网易	游戏：《逆水寒》手游 (智能NPC，强化学习、NLP、语音生成)，《蛋仔派对》(AIGC+UGC赋能玩家叙事)	游戏：推出迎合全球用户文化背景的产品；音乐：AI个性化推荐 (如K-pop)与Soundcharts合作促进全球音乐文化交流	音乐：网易天音 (AI音乐创作)，X Studio (AI虚拟歌手、智能语音合成)；游戏：《逆水寒》智能NPC，《蛋仔派对》玩家共创。通用：个性化用户体验 (AI唱歌助手、AI MV等)

*表格：典型文娱出海AI应用对比分析

代表企业	核心领域	AI技术亮点	全球化战略与市场表现
美图 (Meitu)	AI影像与设计	视觉大模型 MiracleVision，AI图像/视频编辑与美化	积极拓展东南亚、欧美市场，海外MAU超9400万，通过深度本地化运营和付费订阅模式实现增长
字节跳动 (ByteDance)	AI内容创作工具	CapCut (AI剪辑)， Dreamina (AI图像/视频社区)，PixelDance (图像转视频模型)	通过CapCut的全球用户基础，为Dreamina等新兴AI内容平台引流，构建从创作到分发的全球内容生态
快手 (Kuaishou)	AI视频生成	Kling模型：可生成长达2分钟的1080p高质量视频，模拟物理世界，支持多语言	率先向全球用户开放国际版测试，通过免费额度吸引全球创作者，直接对标OpenAI Sora等国际顶尖模型
阅文集团 (China Lit.)	网络文学	AI翻译+人工校对混合模式，实现大规模、低成本、多语种内容出海	国际平台WebNovel覆盖超200国家，海外读者超3.5亿，从内容输出转向全球IP共创生态

2.1.6 前行之路：机遇与考量

※ 全球市场的新兴机遇

AI增强的数字娱乐产品在全球市场面临着多样化的机遇。北美、欧洲、东南亚等市场均展现出独特的增长潜力。AI技术，特别是其在本地化和个性化方面的能力，能够帮助企业更有效地针对不同市场的特性定制产品。例如，可以利用AI为东南亚市场开发轻量化、对价格敏感的移动优先产品，或为日本和韩国市场打造符合其用户对“体验升级型”AI产品需求的内容。AI不仅提升了产品本身的吸引力，更增强了企业通过高效、规模化的本地化和个性化手段渗透多元化全球市场的能力。

※ 伦理与监管的审慎考量

AI在内容生成和互动体验方面的飞速发展，也带来了必须审慎对待的伦理和监管挑战。数据隐私（如GDPR、CCPA的合规要求）、算法透明度、AI生成内容的文化风险（如“政治不正确”或无意识冒犯）以及欧盟《AI法案》等新兴法规，都对出海企业提出了更高要求。此外，AI虚拟角色和用户生成内容（UGC）的兴起，也带来了内容审核和潜在风险管理的新问题，例如CHARACTER.AI等平台在内容审核方面面临的挑战。这些因素共同表明，数字娱乐企业在利用AI拓展全球市场时，必须将伦理考量和合规性置于优先地位，建立主动的风险管理机制，以确保可持续的全球增长和用户信任。

2.1.7 未来展望与战略要务

※ AI技术发展趋势及其影响

AI技术的发展轨迹预示着当前的应用仅仅是冰山一角。生成式AI在叙事连贯性、视觉和音频保真度方面的持续进步，多模态AI在不同内容类型间无缝整合能力的增强，以及AI在扩展现实（XR）领域的应用深化，都将为数字娱乐带来更广阔的想象空间。长期来看，甚至有可能出现完全由AI生成或通过简单指令即可生成的“提示即玩”（PROMPT-TO-PLAY）式游戏体验。面对如此迅速的技术迭代，数字娱乐企业必须保持敏锐的洞察力和高度的灵活性，持续探索和整合新兴AI能力，方能在激烈的全球竞争中保持领先。

※ 企业的战略要务

在AI驱动的数字娱乐出海浪潮中，企业若想行稳致远，需关注以下战略要务：

- 投入专有AI研发与人才培养：如米哈游、腾讯和网易的实践所示，针对自身娱乐产品的特定需求，开发或精调AI模型，能够构建独特的技术壁垒和竞争优势。
- 促进人机协作：设计能够充分发挥AI在规模、速度和数据处理方面优势的工作流程，同时赋予人类创作者在把握文化细微差别、确保伦理合规和注入情感真实性方面的主导权。
- 优先考虑伦理AI与负责任创新：主动应对数据隐私、AI生成内容偏见、文化敏感性等问题，建立健全的治理机制，以赢得用户信任并确保市场的长期接纳。
- 拥抱数据驱动的文化适配：运用AI深度理解不同国家和地区玩家的偏好，并据此调整内容策略，实现超越表层翻译的深度文化融合。
- 探索新型互动范式：积极尝试AI驱动的智能NPC、AIGC+UGC等创新模式，以及AI虚拟角色等新兴娱乐形态，创造前所未有的用户互动体验。

综上所述，AI赋能的数字娱乐出海，其成功之道在于构建一个整合技术创新、创意卓越、文化智慧和伦理责任的整体战略。仅仅关注技术本身而忽视人文、文化和伦理维度的企业，将难以在全球市场实现可持续的成功。

2.2 智能硬件出海：产品差异化 + 边缘AI + 全球制造优势

智能硬件是中国企业长期在全球具备竞争优势的赛道。AI的介入让原本以“性价比”著称的产品，开始具备“功能智能”与“体验优化”的新卖点：

- AI能力嵌入终端：如ANKER耳机的智能降噪、DJI无人机的路径规划、小米生态链产品的语音交互与情境识别，均以边缘AI芯片或轻量化模型实现“脱网运行”。
- 产品组合智能化：华米等品牌将AI健康算法应用于穿戴设备，构建“健康管理+运动监测+本地AI助手”一体化体验。
- 全球制造+智能供应链：AI协助预测市场需求、优化库存管理，结合中国制造优势，形成快速迭代和全球配送能力。

代表企业：ANKER、小米、DJI、华米、科大讯飞

ANKER



huami



中国AI出海典型案例：科大讯飞



科大讯飞围绕语音类产品铺设海外线上渠道，是目前海外销售区域范围最广的AI出海企业之一。科大讯飞消费级AI硬件目前已在全球多个国家布局线上售卖渠道，海外用户能在讯飞各国独立站上购买产品，主流电商平台如东南亚的LAZADA、SHOPEE电商，欧洲地区AMAZON也能购买到讯飞的产品，在中欧国家匈牙利等国则是通过经销商进行销售。

关键出海节点

► 2023年6月20日

科大讯飞在新加坡召开重要发布会，宣布以新加坡作为出海战略第一站，主要围绕AI办公为核心的消费级智能硬件，包括讯飞翻译机、智能录音笔、智能办公本等产品。同时本地化海外平台进行长远布局，逐步搭建起海外销售渠道、品牌营销等配套能力体系，奠定海外消费业务拓展的坚实基础。2023年销量同比2022年增长超200%。其海外主打产品，如墨水屏产品IFLYTEKAINOTEAIR2，提供CHAT-GPT4的语音能力，可实现AI对话、搜索、会议总结等功能。

► 2025年4月9日

科大讯飞全球智能营销产品发布会上，科大讯飞发布了L4级智能营销解决方案--IFLYTEK AIMARX，通过覆盖红人营销、精准投放和独立站电商三大营销场景，为品牌实现从红人种草、广告投放到站内运营的完整流程。

线上销售渠道

类型	描述	区域/国家
独立站	独立运营的官方网站提供商品售卖	美国、英国、日本、澳大利亚、加拿大、新加坡
电商平台	产品上架主流电商平台售卖，Amazon、Lazada、Shopee等	新加坡、阿联酋、波兰、意大利、法国、西班牙
经销商	与当地经销商合作，授权经营销售	匈牙利、奥地利、瑞士

2.3 SaaS工具出海：高毛利 + B端订阅 + AI驱动效率

SAAS工具类产品具有天然的全球可扩展性，结合AI后进一步放大其在效率、智能服务与自动化方面的优势，尤其受到中小企业与远程办公团队的青睐：

- AI客服与自动回复系统：结合语义理解、关键词抽取与模板生成，提高服务效率并降低人力成本。
- 内容生产与协同办公：如NOTION引入AI助手支持思维导图生成、笔记整理、语言重写等功能。
- 数据智能分析：结合AI对企业流程、销售线索、用户行为等进行实时洞察，辅助决策。

国内代表如 PINGCODE、影刀RPA 正以AI为驱动开发适配海外市场的B端工具，探索“高频+智能+订阅”模式。

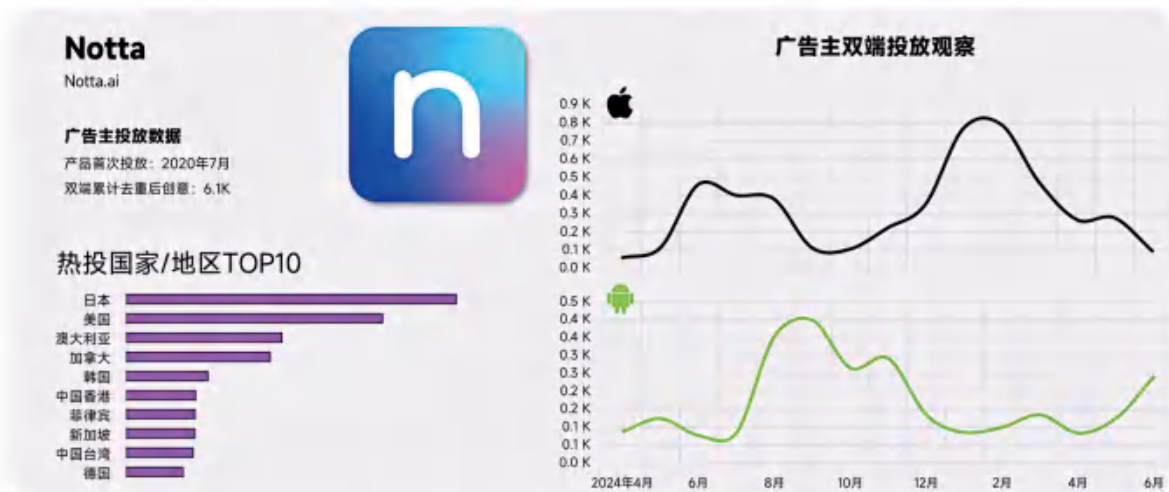
代表企业：NOTION、ZOOM、PINGCODE（国内）



💡 日本头部AI语音转录工具：Notta

notta

NOTTA是思维巡航公司旗下主打日本市场的语音转录工具，通过高精度多语言支持和本地化运营，成为日本 SAAS 效率类目头部产品。NOTTA取得了显著的市场成绩，在日本区 APPSTORE 的畅销榜中位列前10、效率类总榜前30，目前已成功完成A轮融资。



Source: 广大大-广告主分析模块，取时间段内新投放展现或热度表现较高素材展现

Date Range: 2024/4-2025/6

NOTTA在投优质视频创意

- 投放渠道： YouTube
- 投放国家/地区： 韩国, 日本, 法国, 巴西...27个地区
- 素材特点： 对于日本打工人来说，办公产品更看重的当然是它的实用性和效率，【NOTTA】的素材很大程度上体现了其专业性。着重展示的均为产品使用画面，且基本都围绕手机屏幕进行特写展示。



Source: 广大大-广告主分析模块，取时间段内新投放展现或热度表现较高素材展现

Date Range: 2024/4-2025/6



2.4 内容平台出海：AIGC + 社交互动 + 用户生态构

内容平台型企业借助AI推动“内容生产—推荐分发—社交互动”的闭环建设，在全球构建具有本地渗透力的用户生态：

- 内容生产提速：如TIKTOK引入AI贴纸、自动剪辑、智能字幕等功能，提升创作者内容生产效率；
- 算法驱动分发：AI精准建模用户兴趣，实现“千人千面”的推荐，极大延长用户停留时长；
- 社交互动+社群沉淀：AI帮助识别潜在兴趣社群、推动自动标签构建与舆情分析，形成“内容—关系”的双向增长。
- BILIBILI国际版也在测试将AIGC与“二次元文化+视频创作”结合，探索新社交增长逻辑。

代表企业：TIKTOK、BILIBILI国际版



2025年7月7日，哔哩哔哩（NASDAQ：BILI）股价连续第二个交易日上涨，涨幅达7.66%，收于22.48美元/股。市场对其即将推出的AI内容创作工具充满期待，成为推动股价上扬的主要因素。

据悉，B站正在内测一款代号为“H”的全新人工智能工具，旨在帮助内容创作者高效生成视频播客内容。该工具能够根据用户输入的音频或文本内容自动生成可视化画面，并提供针对播客及知识类内容的模板，显著降低创作门槛。

目前，“H”工具已可在6分钟内完成一段约1000字脚本的视频生成，B站团队计划进一步将生成时间缩短至3分钟以内。

B站表示，今年夏天将重点发力播客赛道，吸引更多创作者入驻，抓住视频播客快速增长的风口。AI与播客内容的深度融合，或将成为B站在国际内容平台竞争中打造差异化生态的新突破口。

2.5 DTC品牌出海：AI精准投放 + 智能营销 + 灵活供应链

DTC（DIRECT-TO-CONSUMER）品牌的核心在于“去中介、强营销”，AI技术在其中扮演关键角色：

- AI驱动投放优化：结合A/B测试、行为预测与LTV建模，动态调整人群包与素材组合；
- 个性化商品推荐与定制：借助用户画像与购买数据，AI可实现“商品自动排序+内容个性化推送+智能定价”；
- 供应链智能化调度：AI预测市场波动、用户需求变化，从而优化库存与生产节奏。

代表企业：SHEIN、CIDER、TINECO

SHEIN

CIDER

tineco

SHEIN 大量应用人工智能技术来优化其快时尚商业模式，覆盖从趋势预测到供应链管理、个性化推荐等多个环节。

► 趋势预测更快一步

AI实时分析社交媒体、搜索热词和销售数据，精准识别流行趋势，并辅助设计团队快速开发新品，实现“从热搜到上架”仅需数天。

► 供应链高度智能化

借助AI算法，SHEIN能优化生产排期、物流路径和库存管理，做到按需生产，既节省成本，又缩短交付周期。

► 千人千面的推荐体验

AI基于用户浏览和购买行为，提供精准的商品推荐；智能客服系统则利用NLP技术，提升响应效率与服务质量。

这五大产业的共同特征在于：

- AI不再是附加项，而是核心卖点；
- 产品能力+算法能力+本地运营能力形成三位一体；
- 既有全球通用产品，也有区域适配迭代路径。

出海企业若能在AI能力上持续投入，并结合本地市场的文化语境进行策略匹配，将在未来的国际竞争中掌握更多主动权。

第三章 | 重点市场和本地化策略

随着全球人工智能技术的加速发展，AI企业“出海”已不再只是寻求增量的路径选择，而是攸关生存与规模化成长战略决策。本章将从用户画像、消费习惯、产业偏好、支付生态等角度，系统梳理七大重点区域市场的机会与挑战，并提出相应的本地化策略，帮助企业明确“去哪出海”与“如何落地”。

3.1 北美市场：高消费力与高竞争的“硬碰硬”战场

北美市场（以美国、加拿大为主）长期以来是全球科技产品与服务最成熟的消费市场之一。用户付费意愿高，SAAS渗透率全球领先，也是各类AI应用最早规模化落地的市场。

• 用户画像与消费习惯



总人口：
5.96亿

▲总人口约5.96亿人，年龄中位数34岁。高教育水平、高收入群体为主，注重隐私与数据控制，对产品功能性与服务体验要求极高。北美用户付费意识强，订阅制普及，体验驱动消费。



年龄中位数：
34岁

▲在SAAS、AI工具和内容平台中，订阅制（SUBSCRIPTION）是最主流的盈利模式，用户习惯于月/年付费。

▲游戏中则以F2P（免费+内购）模式为主，皮肤、道具、VIP服务等虚拟商品具备良好的转化率。超过82%的玩家在免费游戏中进行过内购。

▲用户愿意为能提升效率、拓展创造力或带来沉浸感的产品付费（如AI设计工具、互动式短剧、云端生产力软件等）。

▲强调“先体验再付费”，免费试用、免费增值模式（FREEMIUM）被广泛接受。

- 偏好产业与需求场景：游戏、流媒体、智能办公、AIGC工具、AI教育、辅助医疗等领域需求广泛。企业用户重视ROI，C端用户追求便捷与创新。

- 支付方式：信用卡和借记卡为主，数字钱包（APPLE PAY/ GOOGLE PAY/ PAYPAL）、BNPL等数字化支付方式在快速增长。



总结比例表（2023-2024线上交易）	
支付方式	线上占比
数字钱包	39%-50%
信用卡	31%-45%
借记卡	15%-18%
BNPL	4%-10%

- 本地化策略建议：产品需具备高度可配置能力与合规性；内容需本土化并通过主流渠道如LINKEDIN、REDDIT、YOUTUBE精准投放；建议重视产品支持与客服本地部署；应提前完成GDPR、CCPA等合规流程；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式。

3.2 欧洲市场：数据隐私“先行区”，稳健与理性并存

欧洲以其对技术伦理与隐私保护的高标准著称。虽然消费节奏慢于北美，但一旦建立信任，用户黏性和复购率都较高。

- 用户画像与消费习惯

- ▲ 总人口约7.4亿，年龄中位数43.9岁。青年（16-34）为主力，内容消费跨至中老年（50+）。偏向理性消费，对企业社会责任和可持续性有高度关注。语言文化多样，需区域化运营。

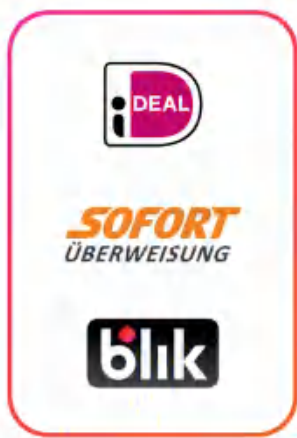


- ▲ 游戏 & 数娱：以移动端为主，且大量在线游戏包含“免费+内购”及广告模式；电竞、桥接 AR/VR 体验推动社交化增长。

▲ SAAS & AI 工具：44% SAAS 企业推行按使用量计费（USAGE-BASED PRICING），52%已集成 AI 功能。

▲ 短剧 & 社交内容：用户以 TIKTOK、YOUTUBE、INSTAGRAM 为主要内容消费渠道，短剧相关内容高度依赖推荐机制引流。REDDIT、DISCORD 等社区成为口碑传播与产品种草的重要工具，尤其在科技 SAAS 和游戏社区内效果显著。

- 支付方式：信用卡、银行转账、电子钱包为主。本地支付方式IDEAL（占电商交易80%）、德国GIROPAY、SOFORT；波兰BLIK（移动端支付占比65%）。



支付方式	线上占比
卡支付（Credit/Debit）	45%-60%
数字钱包	20-30%
A2A转账&iDEAL	5-20%
直接借记/开票	5%
其他（BNPL/礼券等）	少量

- 本地化策略建议：需分国制定语言、法务与营销方案；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式；产品隐私设置透明，支持用户数据访问与管理；合作对象应优先选择本地企业或政府背书；建议通过欧洲科技展会与产业峰会建立声誉。

3.3 东南亚市场：增量红利下的AI“普惠实验场”

从印尼到越南，从泰国到菲律宾，东南亚是移动互联网“原住民”最为密集的地区之一。低人力成本、人口年轻化与数字基础设施升级，为AI企业提供了绝佳的试验土壤。

- 用户画像与消费习惯

▲ 总人口约6.9亿，年龄中位数30.2岁。支付敏感，偏好免费或轻订阅制产品。社交媒体（如TIKTOK、FACEBOOK）为主要信息来源。



总人口：
6.9亿



年龄中位数：
30岁



▲ **游戏 & 数娱**：城市在线用户中，有 82%-83% 是游戏玩家，而每周至少玩游戏一次的用户比例接近 1/3。女性玩家占比高达约50%，并且其游戏内购参与率（30%）高于男性（22%）。手机端为主，80%+用户玩移动游戏，PC次之（69%）。超半数玩家进行过内购，95%内购用于虚拟商品。

游戏玩家/城市在线用户



每周玩游戏的玩家中女性占比



▲ **SAAS & AI 工具**：AWS、微软、ORACLE、GOOGLE等巨头正大规模投资东南亚的AI与云基础设施，2025年整 REGION云支出达数百亿美元级别。尽管具体数字数据未充分披露，但基于各云厂商重金投入的事实可窥见，AI/SAAS在东南亚具有强劲采用动能。

▲ **社交 & 内容**：TIKTOK、YOUTUBE、INSTAGRAM在SEA活跃度高，短视频成为流量主阵地；社区（如DISCORD/REDDIT）逐渐成为产品传播及用户互动核心渠道。社交色彩游戏和内容压力弱化，倾向结合社区增强参与度；同时内容平台成为游戏变现、SAAS推广和社群运营的重要触点。

- **热门赛道**：AI美颜与直播工具、AI语音客服、本地语言识别系统、教育与翻译类APP等。
- **支付方式**：东南亚支付方式呈现“数字钱包+银行转账”为主，卡支付稳固，COD和BNPL则是补充性选项。电子钱包泰国TRUEMONEY、印尼DANA、越南MOMO等。银行转账FPX、泰国SCB EASY；便利店线下支付。

true money

DANA

MoMo

FPX

SCB ไทยพาณิชย์

支付方式

线上占比

数字钱包

25%-40%

实时银行转账

30-40%

信用卡/借记卡

30-35%

COD（现金）

10%-17%

BNPL

4%-6%

- 本地化策略建议：需提供“轻量化”与低延迟的产品；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式（如TRUEMONEY、GCASH、TNGD）；重视与本地KOL合作进行推广；适配多种方言与文化偏好，降低学习门槛。

3.4 中东市场：高消费力与高接受度的融合市场

中东地区（以海湾国家为代表）虽然人口体量不大，但消费能力突出，政府推动AI转型的意愿强烈，用户对新兴科技接受度极高。

- 用户画像与行为习惯

- ▲ 总人口约4.9亿，年龄中位数27.5岁，年轻群体占比显著，有30% 中东人口在 15-29 岁之间，以男性为主，英语普及率高；
- ▲ 消费偏好科技化、视觉冲击力强的产品，娱乐与社交需求旺盛；
- ▲ 在线人口中 88% 每天使用社交平台；
- ▲ 性别使用差异明显，男性用户占比约 65%；
- ▲ 多平台共用：在 UAE 平均用户每天使用平台数达8个平台。



总人口：

4.9亿



年龄中位数：

27.5岁

男性用户占比：

65%

- 市场机会：AI虚拟偶像、语音识别、智慧教育、金融智能客服等应用场景快速发展。
- 支付方式：信用卡（VISA 和 MASTERCARD 普及广泛，尤其在 UAE、沙特、卡塔尔等高收入国家；MADA卡在沙特渗透率超90%）、数字钱包（APPLE PAY、GOOGLE PAY），本地钱包(STC PAY、CEREEM PAY)，货到付款（COD占比超40%，阿联酋、埃及为主）。

VISA

مادى
mada

Apple Pay Google Pay

stc pay

☺ Pay

支付方式

线上占比

卡支付

45%-50%

数字钱包

~20%

A2A实时支付

~50%（2030预计）

BNPL

少数但增长快

COD/Cash

降至10-20%

- 本地化策略建议：中东地区结构性特点明显：社交平台多用、支付习惯趋成熟、年轻人口占优、AI 工具需求强劲。重视阿拉伯语适配与宗教文化审慎处理；强调高端定位，强化品牌科技感；可借助政府数字化项目或与本地企业联合投标快速落地；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式。

3.5 拉丁美洲市场：用户增长快，支付与物流构成掣肘

拉美市场AI渗透尚处早期，互联网基础逐步改善，移动设备普及率高，用户活跃度强。但区域政经波动频繁，支付与跨境基础设施仍是主要挑战。

- 用户画像与消费行为

- ▲总人口约6.6亿，年龄中位数31岁，年轻人群为主；
- ▲移动互联网普及率超过 80%，部分国家（如智利、哥伦比亚）高达 90%+，热衷社交、视频与娱乐内容；
- ▲87%的玩家习惯使用手机，PC与主机占比则分别为67%和57%；
- ▲消费偏好高性价比，免费体验+灵活订阅，平均客单价敏感，约在5-20美元/月之间接受度较高；
- ▲偏好西语/葡语内容或界面，英文工具接受度一般；
- ▲喜用 WHATSAPP + INSTAGRAM + YOUTUBE 多平台协作。



总人口：
6.6亿



年龄中位数：
31岁

偏好手机占比：



- 重点领域：AI内容生成（视频、图像）、语言翻译、数字营销工具等。
- 支付方式：约66%玩家用卡支付，39%使用数字钱包。本地化支付方式如巴西PIX（占电商交易65%）、BOLETO（账单支付）；墨西哥OXXO便利店现金支付（占线上交易30%）；阿根廷MERCADOPAGO（电子钱包渗透率55%）。



支付方式	线上占比
信用卡	30%-44%
借记卡	16%-26%
数字钱包/A2A	20%-40%+
现金/凭证	8%-14%
BNPL	~4%

- 本地化策略建议：优先支持本地语言（西班牙语、葡萄牙语）；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式（如PIX、BOLETO等）；低月付、可取消、免费试用机制吸引转化；可通过内容社交渠道（如INSTAGRAM、YOUTUBE）触达年轻用户。

3.6 非洲市场：AI下沉的“跳跃式”机会场

非洲是AI出海的潜在“深蓝海”。互联网发展呈现跳跃式特征，用户对语音、图像类应用接受度高，政府亦在推动基础设施和数字普惠项目。

• 用户画像与消费行为

▲ 总人口约13.8亿，年龄中位数18.6岁。低收入、低学历人口比例高，但对移动端工具的依赖强烈。多语种、多文化区域特征显著，主流语言为英语、法语、斯瓦希里语、阿拉伯语（按地区划分）。



总人口：
13.8亿



年龄中位数：
18.6岁

▲ 游戏 & 数娱：以免费+广告为主，部分玩家接受低价道具/礼包订阅；平均付费额度：单笔约为0.5-2美元，小额高频为主：

1. 南非：策略类（如CHESS ARENA）、射击类、体育类（足球类游戏非常受欢迎）；
2. 尼日利亚/肯尼亚：益智、冒险、互动剧情型手游，部分用户热衷模拟经营类。

▲ 社交+游戏融合趋势：如WHATSAPP小游戏、FACEBOOK GAMING小游戏平台崛起。

▲ 短剧 & 内容：短视频内容偏好轻量、快节奏、剧情导向型，广告植入与本地语言字幕（英法阿）是关键。短剧观众更愿意接受“分集订阅”“打赏制”。许多平台已推出AI剧情生成、AI剪辑等工具，拉动内容创作者对AI的接受。

▲ AI工具：主要为中小企业主、自由职业者、学生/教师、内容创作者，用户对“支持母语/非英语”的AI工具更易接受，偏好手机端、小程序、无需复杂注册的工具。受益于政府/NGO推广，如肯尼亚、卢旺达、乌干达正通过AI提升教育和农业效率。

- 热点应用：AI教育助手、语音识别本地化方案、农业AI系统、轻量级医疗诊断工具。

- 支付方式：移动钱包主导 + 本地化高度分散。电子钱包（肯尼亚M-PESA、尼日利亚OPAY，占比超60%）；信用卡（VISA、MASTERCARD）被城市用户普遍接受，适合中高客单价产品；现金充值支付（撒哈拉以南地区占比超50%）。



支付方式	线上占比
替代支付方式（移动钱包/现金充值/COD）	~69%
银行卡（信用+借记）	~31%
现金支付（线下转线上）	~30%（含COD与柜台充值）
移动钱包账户普及	非洲≥53%，东非≥33%
卡支付在南非等发达国家	SA线上43%由卡支付
银行转账	22%使用率（南非）
BNPL等新兴支付方式	正逐步快速增长

- 本地化建议：建议采用AI + NGO合作模式，降低用户学习与技术门槛；支持线下运营推广；强化轻量化与低功耗设计；产品设计上应适配功能机和低端智能设备；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式。

3.7 日韩市场：精致需求与AI虚拟场景融合深入

日韩是少数已经将AI广泛应用于文化、娱乐和虚拟服务领域的成熟市场。用户精致化、高审美、高互动需求促使AI企业需要更具“创造性”的产品输出。

- 用户画像与消费习惯

▲总人口约1.74亿，年龄中位数49.5岁（日本）、44.9岁（韩国）。对品质与细节要求高，付费意愿强但对隐私极为敏感。更青睐“体验升级”型AI产品。

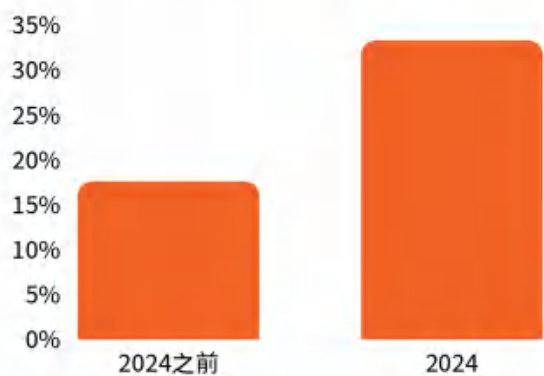


日韩年龄中位数

▲ 游戏 & 社交：韩国约41%的玩家使用手机+PC/主机跨平台游戏，31%日本玩家类似。电子游戏消费方式以F2P+微交易（小额道具和装扮）为核心，将社交互动融入充值点。

▲ AI 工具与内容创造：2024年韩国AI服务用户从17.6%增长到33.3%，付费订阅量激增7倍，日均使用达45分钟。目前日本仅约16%的中小企业使用AI，对推广与教育需求高。

2024韩国AI服务用户占比



- 关键产业：虚拟主播、AIGC内容生成（漫画、动画）、AI音乐、智能陪伴、虚拟客服等。
- 支付方式：信用卡（VISA, MASTERCARD, 日本JCB、韩国BC卡）；本地电子钱包（日本PAYPAY、LINE PAY、PAY-EASY（占移动支付70%））；韩国NAVER PAY、KAKAOPAY（占线上交易80%）；线下便利店支付KONBINI。



地区	信用卡	数字钱包	借记卡	EFT/转账	其他方式
日本	30%-40%	数字钱包23%-30%、预付卡显著	较低	银行转账+便利店支付	便利店支付 & COD
韩国	58%-75%	本地钱包49%-70%、月活8100万+	~10%	~3%	Carrier Billing

- 本地化策略建议：建议与当地内容制作公司、动漫或游戏IP方合作；重视语言文化精度（尤其是韩语敬语、日语语境细节）；与第三方支付企业如USEEPAY合作，一站式集成信用卡及本地化支付方式；推出差异化功能或情感陪伴设计可提高用户留存。

第四章 | AI成为出海企业的增长引擎

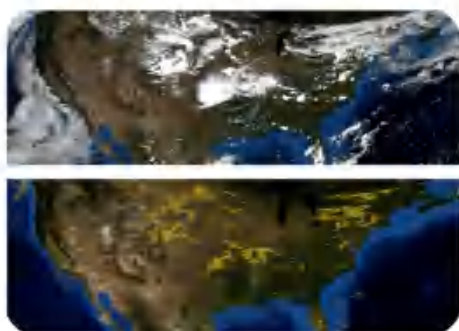
在传统出海路径中，企业面对的是庞杂、低效甚至不可控的海外获客成本。语言壁垒、文化差异、用户触点分散，常常导致“投放精准但转化低、用户活跃但留存差”。而AI技术的成熟应用，正从根本上改变这一增长曲线。

AI不再只是底层技术工具，更成为出海企业在“引流—转化—留存”全链路中的主动引擎。从推荐算法到内容自动生成，从实时翻译到跨区域模型部署，AI所带来的不仅是效率提升，更是全球化语境下的“适应力”构建。

4.1 AI获客：算法驱动下的流量穿透力

过去，出海企业依赖人为经验制定广告投放策略、选择受众标签，既耗时又不稳定。AI则通过推荐算法、用户画像动态更新等手段，重塑了“找客户”的逻辑。

- 智能推荐与人群扩展：基于用户兴趣轨迹、行为序列建模，AI算法可以在FACEBOOK、TIKTOK、GOOGLE等平台上实现更高精度的受众匹配，并自动迭代人群包，实现冷启动突破。
- 动态创意生成与测试：A/B测试再也不是“一个创意测一周”，而是数百条素材在AI加持下实时生成、动态调整，投放策略与转化数据闭环联动。
- 预测性投放：AI可结合外部宏观趋势（节假日、天气、汇率变动）和历史数据预测不同时间窗口的投放ROI，帮助企业提前布局预算。



2024年6月18日，中国气象局发布“风清-风雷-风顺”三大国产AI预报系统，用国产数据训练，摆脱对国外资料依赖。

- 风清 → 10.5 天全球中短期预报
- 风雷 → 0-3 小时雷达临近预报
- 风顺 → 15+ 天季节气候预测

4.2 内容增长闭环：AIGC重塑创意生产线

在全球化语境下，“内容即货币”，但海量内容如何实现高效、本地化且长期更新，一度是出海企业的内容瓶颈。AIGC（生成式AI）的出现，打通了“创意构思—素材生产—本地适配”的完整闭环。

- 多模态生成能力：文本、图像、视频、语音，AI能够一键生成满足不同平台、不同文化背景的内容资产，大幅降低人力创意门槛。
- 个性化内容组合：通过分析用户偏好、互动行为，AI可动态匹配“人+内容+场景”的传播路径，提升内容点击率与转化效率。
- 长效运营机制：结合AI内容分析模型，企业可以自动监测哪些内容“生命力”更强，从而建立更有数据支撑的内容矩阵。

4.3 多语言运营：AI翻译不只是翻译

语言问题，是大多数企业全球化道路上的第一道“墙”。但现代AI翻译技术早已不止于语义转换，它能理解上下文、捕捉语气、适配本地文化情境，实现真正的“内容本地化”。

- 神经网络翻译（NMT）模型：相比传统规则翻译，NMT能理解整段文本含义，实现更自然流畅的表述，尤其在营销语言 and 用户交互中优势明显。
- 情绪与语境识别：情感标签建模可实现产品说明、客服应答等场景中，语气的灵活调整，提升用户信任与满意度。
- 地域文化适配能力：AI能够识别当地禁忌、喜好与词汇习惯，协助企业进行图文替换、视觉风格调整，避免文化“踩雷”。

4.4 跨区域部署：技术能力即市场渗透力

AI的部署模式也在重塑出海企业的交付能力。传统“中心化模型+海外加速节点”的架构已难以满足实时性与隐私要求。而“云+边缘+端”的AI部署组合，为跨区域运营提供了兼顾效率、安全与本地合规的新解法。

- **边缘计算能力：**对于实时性要求高的场景（如语音识别、图像处理），AI可部署至本地边缘节点，减少网络延迟，提升用户体验。
- **端侧模型部署：**轻量化模型支持在用户手机、IOT设备等终端运行，无需频繁连接云端，适配非发达市场的网络条件。
- **多区域弹性伸缩：**基于云原生架构，企业可在北美、欧洲、东南亚等市场按需部署AI服务，减少成本并快速响应增长需求。

小结：从“提升效率”到“驱动策略”

AI的价值远不止于工具，更是决定企业能否真正全球化的底层引擎。它不仅让增长更快，还让增长更稳、更懂市场、更尊重用户。在流量红利日趋消退、全球监管日益收紧的时代，真正能跑出曲线的出海企业，往往是那些把AI当作“增长团队”的玩家，而非只当作“技术供应商”的从众者。

第五章 | 出海风险提示

在AI技术助力企业迈向全球化的同时，风险也以更复杂的形式潜伏其中。从隐私保护到数据合规，从算法偏见到地缘政治，不同地区对于AI应用的监管框架与社会文化接受度存在显著差异。对于出海企业而言，忽视这些因素不仅意味着商业上的误判，更可能带来法律、声誉甚至财务层面的重大损失。

1. AI出海特有风险：技术领先，不等于规则通行

■ 数据滥用与算法透明度

AI技术的核心资源是数据。在不同国家与地区，用户数据的采集与使用范围、用途、保留时间均受到严格限制。企业若未经用户同意擅自抓取、储存或用于模型训练，不仅可能被指控为“数据掠夺”，更可能因“算法黑箱”而引发用户信任危机。

例 欧洲GDPR

欧洲GDPR要求企业对AI决策提供“可解释性”，若企业依赖黑箱模型进行个性化推荐或信用评估，将被视为违反用户的“知情权”和“拒绝权”。

例 美国社交媒体

美国社交平台对“政治内容”“敏感话题”设有复杂的审查机制，AI生成的政治性内容、国家形象暗示、种族表述等都可能触碰“内容红线”。

■ 内容与文化风险：

AI创作未必“政治正确”

AIGC虽然提升了内容效率，但也放大了“无意识冒犯”的风险。欧美国家对种族、性别、宗教等议题高度敏感，AI在生成内容时稍有不慎（如语义歧视、图像偏见、内容审查缺失），可能引发社媒舆论风暴甚至被平台封号。

■ 技术泛滥与信任崩塌风险

当AI技术应用泛滥，用户对内容真实性产生质疑，企业内容传播的“信任红利”将迅速瓦解。尤其是在教育、医疗、金融等高信任场景，AI误用或错误信息传播可能引发连锁反应。

2. 政策与监管趋势：AI出海企业绕不开的“隐形战场”

全球主要市场对AI的立法与监管正加速推进。出海企业必须主动研判各市场监管环境，建立“合规优先”的技术与运营策略。

■ 欧洲：GDPR之后，迎来《AI法案》高压线

2024年，欧盟正式通过《AI法案》(AI ACT)，成为全球首部系统性AI监管法案。其按照风险等级对AI应用分级管理，明确禁止“社会信用评分”“远程面部识别”等高风险行为，并要求高风险AI必须具备透明性、数据治理、监督可控等能力。

对中国企业而言，若应用场景涉及招聘、信用、教育、医疗、执法等领域，将受到较高监管门槛。未履行说明义务、提供误导信息，或导致歧视后果的，将面临高额罚款（最高可达3500万欧元或全球营业额7%）。



■ 美国：以部门监管为主，AI治理渐趋强硬

尽管联邦层面尚未出台统一法案，美国AI治理正逐步“碎片化立法 → 行政引导 → 企业自律”向“合规执法”过渡。拜登政府发布《AI权利法案蓝图》(BLUEPRINT FOR AN AI BILL OF RIGHTS)，明确五大用户权利，包括：安全保护、算法透明、数据自主、可追责机制等。

科技巨头如META、GOOGLE、OPENAI也纷纷接受监管问询，对其推荐系统、生成模型进行风险披露。这意味着，AI驱动的产品将被纳入广告、内容、数据三大监管领域，合规将成为“标配”。



印度

正在制定AI伦理框架，强调防止算法歧视与数字殖民。



巴西

借鉴欧盟GDPR的同时，重视AI在公共服务中的公平使用。



南非、

鼓励AI赋能普惠服务，但警惕肯尼亚... 数据主权与隐私外泄。

■ 亚非拉：新兴市场监管多样 机遇与挑战并存

在亚非拉等新兴市场，AI监管多处于早期阶段，但趋势不可忽视。

新兴市场一方面监管尚不完善，提供了“先发红利”；但另一方面法规模糊、执行不一，也可能导致政策突变、企业纠纷风险升高。

海外主要区域及国家 AI 相关政策法规对比表

地区/国家	政策名称	主要内容	对中国 AI 企业出海影响
欧盟	GDPR（2018 年生效）	加强对欧盟公民个人数据的保护，适用于任何处理欧盟用户数据的组织，无论企业是否位于欧盟境内。	增加合规成本，需调整数据处理流程，加强数据保护措施。
	《人工智能法案》（2024 年 8 月生效）	风险分级管理，确保 AI 系统安全、合规，保护隐私、健康、安全和基本权利。	需符合严格合规标准，明确 AI 责任人职责。
英国	《人工智能（监管）法案》（2025 年 3 月提案）	设立 AI 管理局，协调监管，监控经济风险，推动创新沙盒。	需建立内部管理机制，加强对 AI 开发、部署和使用的监督。
美国（加州）	18 项 AI 相关法案 + 《加州消费者隐私法》（2024 年）	明确 AI 定义，要求数据透明度和内容识别，加强消费者隐私保护。	合规流程复杂，需确保 AI 系统符合当地法规和数据管理要求。
加拿大	《人工智能和数据法案》	对 AI 系统进行评估、风险管理、监测，要求数据匿名化、透明度和记录保存。	需建立完整的数据管理流程，确保 AI 使用过程可追溯。
日本	《人工智能相关技术的研发及应用促进法》	以人为本的发展理念，要求透明、公平、负责任，降低隐私、偏见、安全风险。	推动企业优化内部管理，增强社会责任意识。
印度	《数字个人数据保护法》	要求数据来源合法透明，限制行为监控和个性化广告，数据本地化，跨境传输受限，对儿童与敏感数据严格保护。	影响基于用户行为的 AI 营销应用，需加强合规机制，应对数据泄露风险。

小结：以“合规”为战略底座，构建可持续的出海增长路径

AI出海不是纯粹的技术输出，而是对全球治理、文化差异、法律框架的深度理解与适配。企业应将“技术合规、文化尊重、数据安全”作为出海战略的底座，在快速扩张与审慎合规之间找到平衡。

从机制上，可构建以下三层保障体系：

- 1. 组织层：建立AI伦理委员会，纳入风控、法务、技术、本地团队共同参与；
- 2. 技术层：采用可解释性模型、数据脱敏与加密、内容审核系统等；
- 3. 运营层：根据不同市场制定本地内容策略、透明用户协议及申诉通道。

只有在风险可控、信任可续的前提下，AI出海才能真正跑得远、飞得高。

结语：AI赋能出海，共赴全球化新未来

在AI技术重塑全球商业格局的浪潮中，中国企业正以创新为桨、以智能为帆，探索出海的无限可能。本报告从宏观趋势到行业实践，从市场策略到风险预警，系统梳理了AI与全球化融合的关键路径，为中国企业提供了从战略规划到落地执行的全面指引。

AI不仅是技术工具，更是企业突破地域限制、实现本地化增长的核心引擎。无论是智能硬件的全球渗透、SAAS工具的跨境服务，还是内容与DTC品牌的精准触达，AI正在重新定义“出海”的效率和边界。而面对多元市场的政策差异、文化壁垒与技术挑战，企业需以动态视角平衡机遇与风险，构建兼具敏捷性与韧性的全球化能力。

展望未来，AI与出海的深度融合将催生更多颠覆性商业模式。我们期待中国企业以本报告为参考，在技术驱动与市场洞察的双轮驱动下，开拓属于中国创新的全球版图。最后，感谢所有为本报告提供支持的机构与专家，愿与行业同仁携手，在全球化浪潮中扬帆远航，共赴智能时代的新蓝海。