

“离谱”AI绘画赚钱不离谱

AI绘画成“网红”

从普通人到大厂, AI绘画正变得触手可及。

1月16日, 全球首个Web3.0元宇宙红毯派对“百度沸点元宇宙之夜”收官, 而它的海报则是由文心一格的AI创作工具生成的。江苏卫视2023年跨年演唱会使用了AI绘画提供线索, 观众根据绘画猜测艺人。

这样的AI绘画也向普通人敞开了大门。某购物平台和二手交易平台也出现了很多AI绘画相关服务, 只需要向卖家提供需求的关键词就能得到MidJourney、Disco Diffusion等海外软件生成的图片, 价格最低的只需要几块钱。

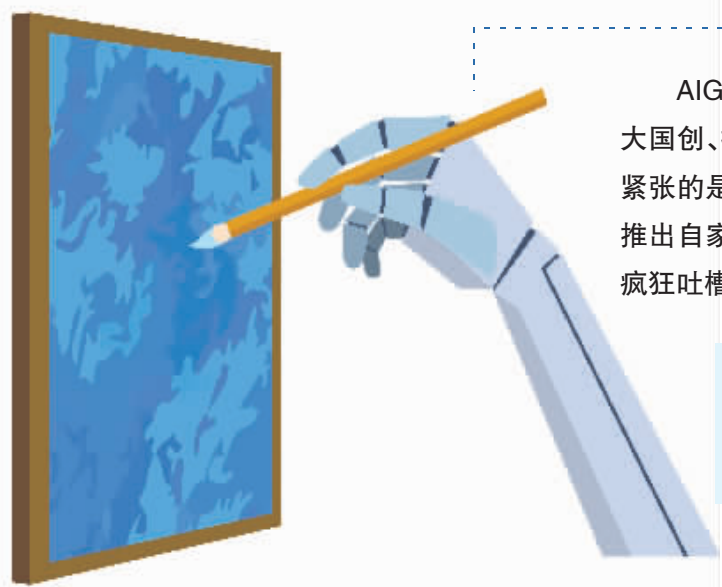
现如今AI作画工具开始大众化, 可供AI创作的软件很多, 比如Tiamat、梦幻AI画家、Midjourney、Disco Diffusion、novel AI等等。美图秀秀这种拍照软件也增加了AI模式。

脑玩家创作者在接受北京商报记者采访时表示, AI绘画最大的优势是效率, 在一分钟之内可以生成10张模型, 同时也在改变我们的创作形式。

柳州工学院设计艺术学院视觉传达教研室主任陈哲表达了类似的观点。他指出, AI是一个高效精准快速执行的工具, “高效”是区别于传统艺术的特点。他提及这种效率性对于企业和公司来讲节省了时间和人力成本。

无界AI联合创始人马千里提到AIGC生成内容的速度远超过PGC、UGC, 在平台上一天可以产生上百万的内容。

数字艺术创作者Sean则表示, AI绘画的另一个特点是创造性, 对于没有系统学过美



AIGC概念股集体大涨, 天仪数科、汉仪股份、视觉中国涨幅明显, 科大国创、拓尔思等也持续走高。AIGC技术门槛一再降低, 最先让人感到紧张的是AI绘画。网络上AI绘画持续火爆, 抖音、腾讯、美图等厂牌纷纷推出自家小程序, 中文界面, 在线可玩, 点点选即可生成。这些被网友疯狂吐槽的离谱作品, 赚起钱来可能一点都不离谱。

AI绘画有望参与10%-30%的图像内容生成工作, 或将有600亿元以上的市场规模。

2018年

世界首次由AI创作的画作《埃德蒙·贝拉米画像》在著名艺术品拍卖行佳士得拍卖会上, 拍出了43.25万美元。

未来五年

术的人, AI绘画带给他的是成就感和震撼。

说不清的版权

2018年, 世界首次由AI创作的画作《埃德蒙·贝拉米画像》在著名艺术品拍卖行佳士得拍卖会上, 拍出了43.25万美元。

AI绘画逐渐进入大众视野开始备受争议。

最近, 三位艺术家Sarah Andersen、Kelly McKernan和Karla Ortiz对Stability AI和Midjourney提起诉讼, 他们认为AI绘画工具侵犯了“数百万艺术家”的权利。

2023年1月27日, 插画博主洛柒在社交平台直指AI滥用问题。“版权图片在机器学习上被滥用, 不法盈利, 以及所谓‘进步’的论调和艺术家本人的指责, 构成今天的局面。”

北京商报记者在采访设计师杨茜时, 她

表示自己在某社交平台运营的AI绘画相关账号已停更, 置顶的一篇文章是基于AI作画的讨论。她表示依靠AI创作的艺术品盈利形式对艺术家来讲是不公平的。

脑玩家创作者在接受采访时说, AI画作生成是一个很复杂的数学原理, 具有逻辑性, 而不是将画师画作肢解再拼凑的过程。她认为AI公司如何在训练和使用模型中为艺术家提供回报的讨论才更有价值。

陈哲表示, 作为艺术科班出身的从业者, 是反对侵权行为的。但是当我们学习绘画时临摹前辈作品也有临摹大师作品, AI也并不是一个简单的“拼贴混合怪”, 但新技术的产生需要时间去完善法律。

造梦日记产品负责人俞佳对北京商报记者表示, AI绘画是一个技术进展潮流, 也会逐渐形成一种人和AI共同创造的艺术。他认为当前的版权争议多来自于技术限制。

具体来说, 对作者版权保护方面首先将版权提供给用户, 在模型训练上会尝试接触有版权的图片方, 通过正式授权给公司进行模型训练, 未来这种形式也会越来越多。

他认为, 数字经济时代使传统收益方式发生变化, 从版权上很难定义, 无界AI推出的创作者计划是将艺术家作品元素移植到AI画作中, 通过设置关键词使用次数的方式, 向AI创作者收取费用, 通过区块链, 艺术家得到一部分分成。

针对AI创作的艺术品版权问题, 北京市盈科律师事务所律师孟泽东表示, 目前我国没有具体关于AI绘画创作的艺术品侵权的法律法规。AI并不是我国《著作权法》所认可的“作者”, 我国《著作权法》上的作者仅包括自然人、法人或非法人组织。

在司法实践中, AI绘画作品如能够体现出个性化的安排与选择, 一般认为从表现形

式及生产过程中都具有独创性, 构成美术作品, 部分法院将AI工具的开发人员认定为AI绘画创作的艺术品的著作权人。

600亿的“钱景”

据2022年国泰君安研报, 未来五年AI绘画有望参与10%-30%的图像内容生成工作, 下一代互联网有望成为AI绘画关键着力点, 相应或将有600亿元以上的市场规模。

马千里谈到, AI可以替代“术”, 但很难替代审美。从商业的角度, AI绘画对于艺术家来讲也产生了很多新的收益模式。

从自身角度看, 无界AI侧重AIGC的发展, 并且其只做了App, 而没有做小程序, 他认为AIGC作为一个社区, 使用App承载效果更好。他提到小红书、抖音的内容由人创造, 在三年后可能出现AIGC版小红书和AIGC版抖音。

从算法推荐到算法创造, AIGC也将成为一个长期的发展趋势。

AI绘画工具造梦日记是面向终端用户的小程序, 产品负责人俞佳在接受北京商报记者采访时表示, 造梦日记处于产品研发和推广的周期, 国内在AI绘画上的发展与国外也基本上在同一个水平线上。

国内使用的AI绘画, 是基于国外的开源模型基础上在速度、中文理解能力、图形质量上做更多优化, 比如“桃园三结义”这种中文概念。

俞佳认为AI绘画正处于技术爆发的朝阳期, 接下来会迎来一个爆发期, 将形成技术转化为生产力, 实现商业价值。

北京商报记者 陶凤 实习记者 李想

Market focus

机票价格跳水 错峰游时机来了

随着出境航线的陆续加密, 部分目的地的机票价格也日渐走低。2月1日, 据携程发布数据, 全国各地飞香港、澳门的机票相比春节期间有大幅回落, 上海往返港澳只需千元左右。此外, 直飞泰国机票价格也明显跳水。目前, 多家航司都在不断新开、恢复国际航线, 中国内地游客的出境意愿也在逐步增强, 错峰游时机正当时。



千元机票直飞港澳

春节出游高峰过后, 多地机票价格出现走低趋势, 甚至不少班次价格已经向疫情前靠拢。

据携程数据, 全国各地飞香港、澳门的机票相比春节期间有大幅回落, 上海往返香港、澳门只需1000元左右, 北京往返香港1500多元, 飞澳门买一送一, 人均超1200元。

北京商报记者查询携程App发现, 以北京-中国香港航线为例, 2月直飞航线最低价为1050元, 3月最低价为1035元, 与部分境内航线机票价格趋于一致。

此外, 部分中国内地飞往东南亚国家的机票价格也出现大幅跳水。携程数据显示, 2月上海直飞往返普吉岛出现1600元低价, 南京直飞往返普吉岛在2000元左右, 较春节期间7000元+的价格大幅跳水。

据去哪儿数据, 1月下旬至2月初, 成都-曼谷、成都-普吉、厦门-胡志明市等多条东南亚航线恢复, 旅客量则较春节期间明显减少, 机票价格将随之下降。

有春节期间前往泰国度假的游客表示, 即便选择了中转航班, 春节期间泰国人均往返机票仍超过7000元, 远超酒店等其他花费。相比之下, 2月出境游更为划算。

2月出境复飞航线超40条

自2022年下半年起, 多家航司陆续新开、复飞出境航线, 往返境内外的航班也在逐步增加。

2月1日, 海南航空宣布计划复航北京-圣彼得堡, 新开深圳-金边的国际航线。截至目前, 海南航空已恢复、新开运营北京-布鲁塞尔、北京-莫斯科、北京-贝尔格莱德等20条国际及地区往返客运营航线。

南航也计划于2月新开或复航广州至河内、广州至万象等多条国际及地区往返航线, 同时加密广州至新加坡、广州至吉隆坡、武汉至香港等往返航线班次。

据携程统计消息, 截至1月末, 2月出境复飞航线已超过40条, 复飞周均航班量已超过140班。其中亚洲目的地航线占比超过八成, 仅港澳及泰国复飞航班占比即达到四成以上。此外, 从价格上看, 三成航班的价格低于2019年同期成交均价, 一成左右航班甚至比2019年便宜30%以上。

出境游产品密集上新

机票价格大幅降低给错峰出境游提供了极大便利, 2月, 各家旅游企业密集上线出境游产品。

1月20日, 文旅部发布通知, 自2

月6日起, 试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务, 涉及20个国家。包括泰国、柬埔寨、马尔代夫、斯里兰卡、菲律宾、马来西亚、新加坡等。

消息发布后, 多家旅游平台出境游搜索量大幅增长。同时, 旅游企业也在加紧推出出境产品。北京商报记者从众信旅游获悉, 由于首批游客出境目的和需求十分多元化, 因此众信旅游筹备了以minitour为代表的定制类产品, 目的地覆盖了瑞士、马尔代夫、泰国、新加坡等。在短线方面, 首批20个国家里, 将以中国内地游客喜爱度较高的热门海岛作为首发目的地。

凯撒旅业官方微博也发布消息称, 近日, 凯撒旅游出境游业务全面启动。首批数十款不同类型的出境旅游产品即将陆续上线。

在北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏看来, 春节假期机票、酒店价格都会有一定提升, 假期过后, 价格就会出现回落。而航线加密、旅行社推出出境团队产品, 也会吸引部分游客错峰出行。“不过, 目前出境航线数量还在进一步恢复之中, 境外的酒店、景区及服务人员也需要一段时间重启, 出境游市场的全面恢复仍需要一段时间。”

北京商报记者 关子辰 张怡然

国画界“淘宝”再冲刺港交所

2月1日, 泰丰文化控股有限公司(以下简称“泰丰文化”)向港交所递交申请主板上市。招股书显示, 作为中国当代国画的交易平台, 截至2021年12月31日止年度, 泰丰文化在中国所有艺术品平台的当代国画交易额排名第一, 市场份额为16%。过去一年, 公司9个月间实现营收2.01亿元, 净利润6666.6万元。在业内看来, 亮眼的业绩加上此番冲击港股, 无疑对市场会起到一定的提振, 但市场以及消费需求变化的不确定因素, 未来也会让公司业务面临集中度风险。

净利6666.6万元

2月1日, 泰丰文化向港交所递交申请主板上市。作为中国当代国画的交易平台, 泰丰文化主营业务方面既包括一手画作代理服务, 即充当卖家(一手画作艺术家)与买家之间的代理人, 同时兼顾二手画作代理服务, 即充当画作拥有人(并非创作当代国画的艺术家)与买家之间的代理人, 及开发艺术品区块链。

招股书显示, 2020年、2021年、2022年9月30日前, 泰丰文化实现营收分别为1.34亿元、1.94亿元、2.01亿元; 净利润分别为3185.8万元、6759.5万元、6666.6万元。

值得注意的是, 截至2021年12月31日止年度, 泰丰文化于中国所有艺术品平台的当代国画交易额排名第一, 为中国最大的当代国画艺术品平台, 市场份额为16%。

此番向港交所递交招股书, 并非泰丰文化首次冲击资本市场。据公开资料, 2017年该公司曾于新三板挂牌, 2020年1月在新三板除牌。新三板除牌后, 还曾于2020年6月递交港交所, 但后续递交失败。

业务面临集中度风险

“近些年, 当代国画市场的表现一直不好, 能做到这样的成绩, 实属不易。”艺术评论家赵磊进一步解释道, 当代国画的转售溢价通常受到经济状况影响, 经济形势较好时每笔交易的溢价或会达到10%-20%, 而经济衰退时则降低。

事实上, 亮眼的业绩背后, 泰丰文化也面临着业绩的风险与挑战。

据公开资料, 受一系列艺术品仿冒事件、疫情等因素影响, 艺术品市场自2016年至2021年一直处于调整期, 复合年增长率为-0.4%, 尽管中国艺术品市场的交易值将于未来五年持续增长, 但如果顺利度过过渡期, 转变思路应对市场波动, 则是所有人要思考的问题。

对于可能存在的风险因素, 泰丰文化方面在招股书中也明确表示, 由于无法预测画作买家偏好和需求, 或无法识别、应对和正确判断当代国画市场的未来趋势和变化, 这可能会对泰丰文化的经营业绩造成重大不利影响。在持续记录期间的全部收入来自于提供与销售当代国画有关的画作代理服务, 因此, 公司业务面临集中度风险。

对于平台发展等相关问题, 北京商报记者联系泰丰文化方面, 但截至发稿未收到回复。

艺术市场渐回温

有分析进一步指出, 随着国内人均收入的增加和艺术文化教育的改善推动了对艺术品的需求, 加上中国买家将收藏和交易艺术品(如当代国画)视为商品投资这一常态和趋势, 预计2026年中国艺术品市场将达到536亿元, 2022-2026年的复合年增长率为6.6%。

在从业者看来, 亮眼的业绩加上此番冲击港股, 无疑对市场会起到一定的提振作用。

现阶段, 国画市场的主流交易实体包括: 艺术家个人直接销售, 来自画廊、拍卖行及展览等其他临时活动的艺术品平台销售, 二者分别占2021年国画市场份额的30%及70%(以成交价计算), 其中画廊、拍卖行及艺术品平台销售下的其他临时活动分别占2021年国画10.7%、50%及9.3%的市场份额(以成交价计算)。

艺术市场评论家齐建秋对此表示, 目前的艺术品市场状态如何, 要根据今年春拍及之后一段时间的市场表现来判断, 总的来说艺术品市场的走势微见趋好, 但根本性的变化还有待经济的复苏和强劲的增长。

北京商报记者 卢杨 韩昕媛