

2024 Z世代

Soul APP

JUST SO  
Soul 研究院

# AIGC态度报告

AI如何影响每个“我”



INSIGHTS ON GEN  
Z'S ATTITUDES  
TOWARDS AIGC

# 使用AIGC产品比例

# 概念普及

# 经济收益

# AIGC与工作生活

# 效率提升

# 释放创造力

# AIGC原生世代

# 和虚拟人成为“朋友”



AIGC，生成式人工智能，这是当下最热的名词。

自ChatGPT横空出世，新技术引发的震动持续至今。AI展现出的理解现实世界、颠覆式生产能力足够震撼——根据文字生成符合现实世界物理规律视频的Sora，能够一键作词编曲的Suno……每个相关新产品的发布都堪称里程碑式事件，让这一波技术浪潮持续推向新的高度，也让人无比期待巅峰的到来。

站在当下很难预测未来的方向，但无比清晰的一点是，AIGC带来的将是跨时代的创新机会，是包括苹果、谷歌等在内所有科技巨头的竞赛；也是各行各业重新洗牌、重塑生产的革命。

新技术掀起巨浪，也将席卷每个人。科技发展的脉络一直有一个明确的主题——释放创造力，AIGC更是如此。站在新世界的大门打开之际，普通的大众群体如何被新技术影响？AIGC会如何改变我们的工作和生活？每一个普通人，怎样在这个浪潮中把握机会？

围绕这些问题，在距离年轻人最近的社交平台Soul App，Just So Soul 研究院开展一项关于AIGC的问卷调研，共回收3457份有效反馈，其中近八成调研对象为Z世代。

此次调研，旨在捕捉当下大众对AIGC的最新态度和认知，也发掘到了一些有趣的洞察和观点：

在AIGC的普及程度方面，专业名词“AIGC”的概念和定义或许还未流行，但AIGC应用的流行已成趋势，调研显示，目前仅有4.8%的年轻人“从未使用过”AIGC应用。这也意味着超九成年轻人年轻人体验过AIGC产品或功能。

从代际的视角来看，00后这一年轻世代正作为AIGC原世代快速成长，调研显示，年龄越小，群体中了解AIGC概念的比例反而更高，00后（18~24岁）了解AIGC的程度最高。

当部分人还在好奇AIGC到底是什么时，已经有人开始敏锐的通过新技术赚取收益，数据显示，超一成年轻人已通过AIGC获得经济收益。从年龄层来看，00后群体中，有更多人计划通过使用AIGC产品获得经济收益或者有相关计划，占比达42.5%。这也就意味着，超4成00后计划通过AIGC产品赚钱。

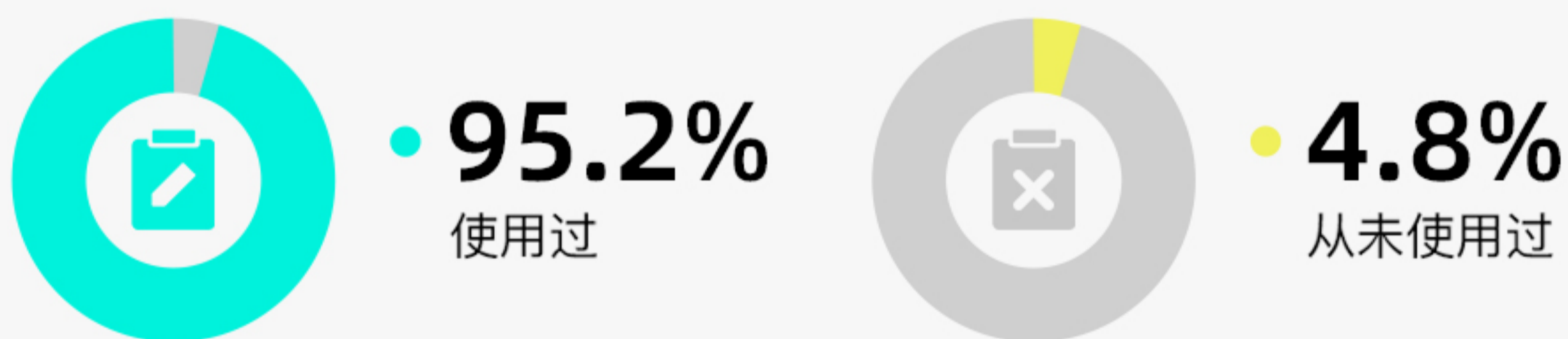
当孤独成为当今社会的普遍议题，新技术发展下，人机互动也成为了一种解决方案。此次调研显示，超三成年轻人表示愿意和AI成为朋友。关于AI是否能帮助解决孤独感，大部分年轻人认为AIGC产品在缓解孤独感方面有一定的潜力，超过一半的年轻人认为AIGC产品有可能解决或一定程度上解决孤独感问题，仅8%表示“完全不行”。



# AIGC大普及时代到来?

应用的浪潮挡不住 超**9成**年轻人使用过AIGC产品

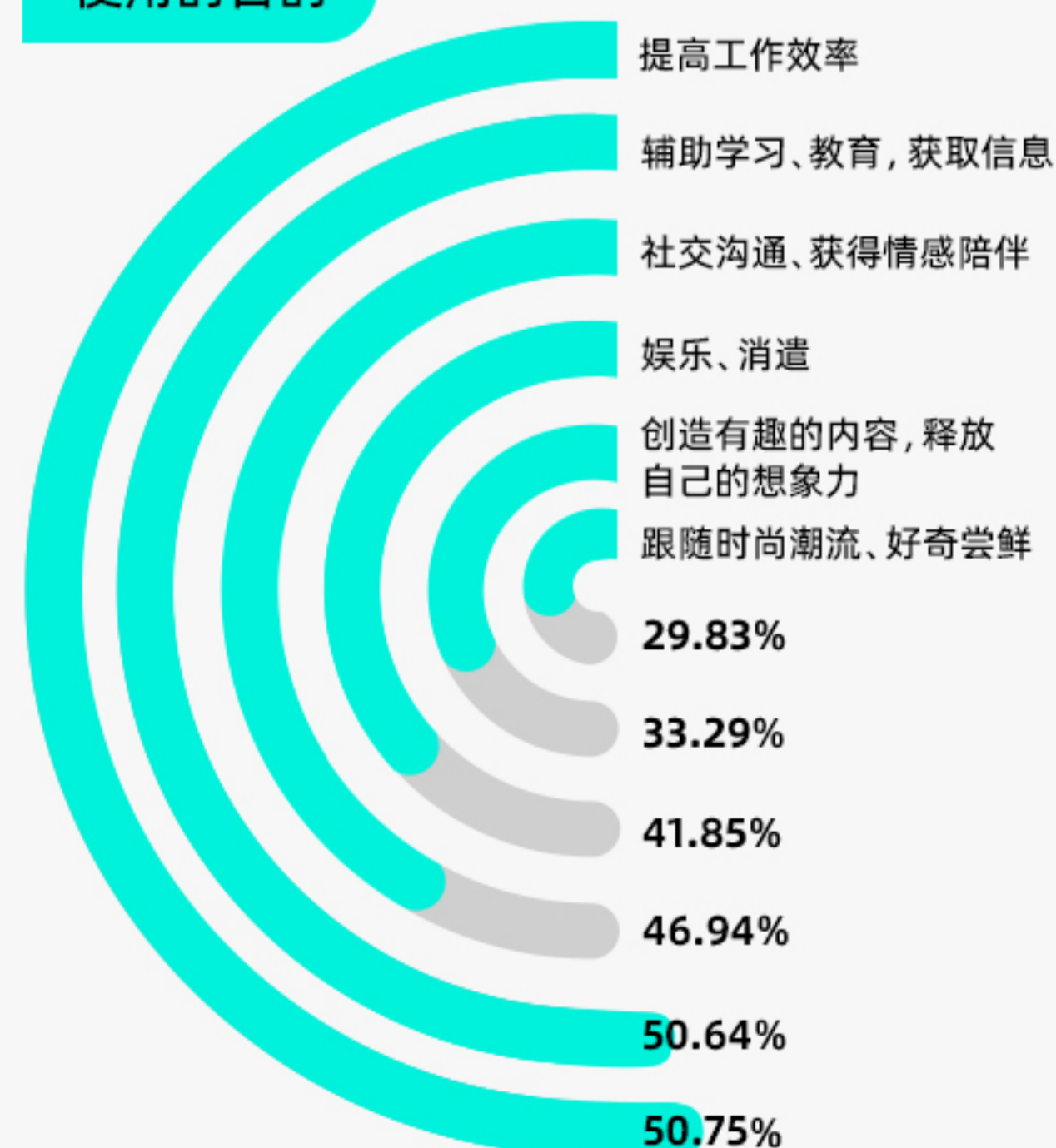
使用过AIGC产品比例



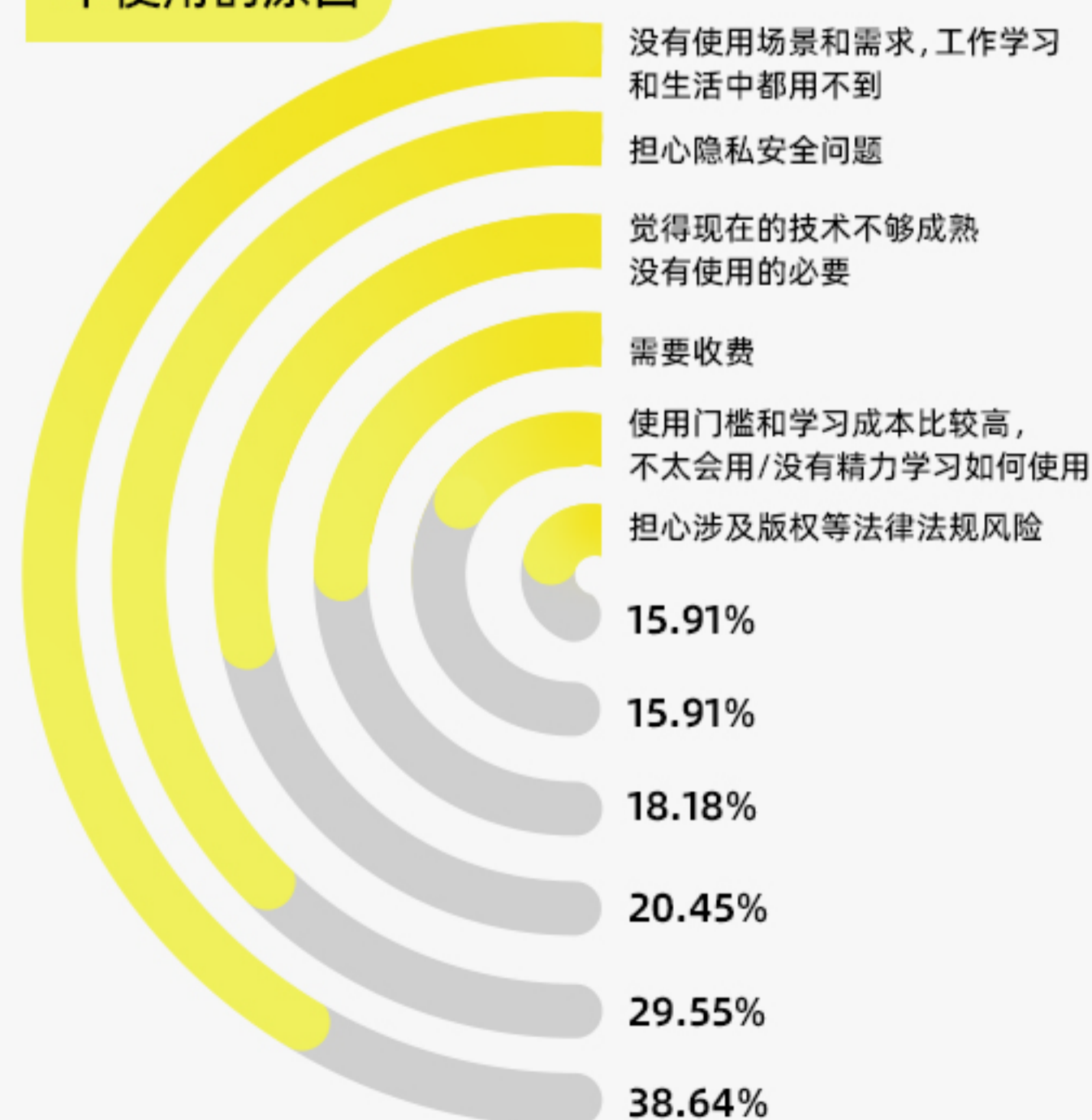
提升效率是AIGC吸引力的关键，缺少应用场景阻碍普及

使用VS不使用

使用的目的



不使用的理由

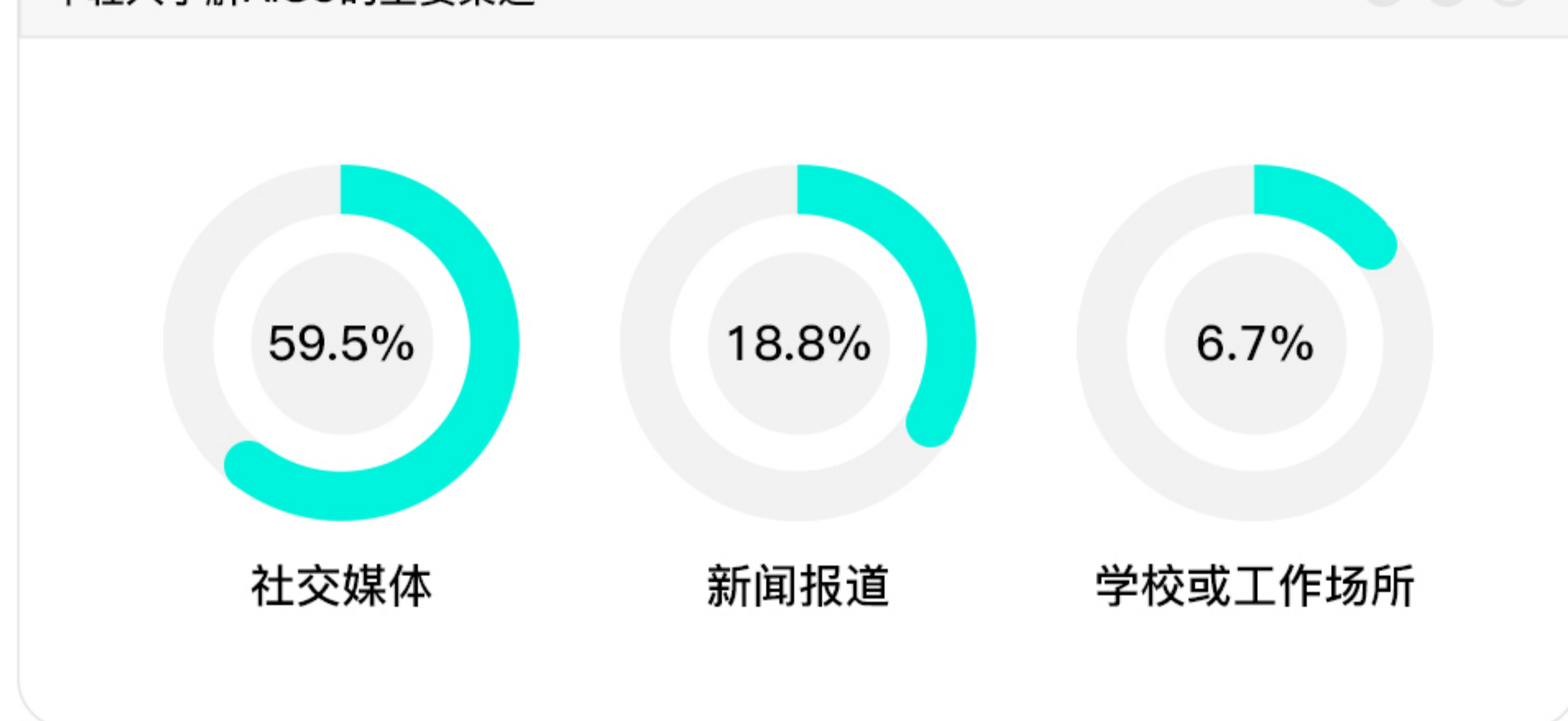


概念的普及还需要时间, 但应用的流行已成趋势

1. AIGC, 生成式人工智能。当下, 这个相对学术的概念普及程度并不高。调研显示, 7成年轻人表示“不太了解”AIGC的定义究竟是什么。但概念普及与否, 并不影响大众层面应用在日常生活中的渗透, 目前仅有4.8%的年轻人“从未使用过”AIGC应用。这也意味着超九成年轻人体验过AIGC产品或功能, 根据调研, 在当下的AIGC应用类别中, 类ChatGPT的文字生成和聊天机器人具有较高的普及度, 尝试占比最高(65.68%)。

2. 社交媒体(59.5%)、新闻报道(18.8%)、学校或工作场所(6.7%)是年轻人了解AIGC的主要渠道TOP3。其中近6成年轻人通过社交媒体了解AIGC。

年轻人了解AIGC的主要渠道



3. 从城市分布来看, 如今AIGC的普及也有扩散效应。从北上广深到中小城镇, 随着城市级别的降低, 对AIGC的“不了解, 没听说过”的比例逐渐增加, 而“非常了解, 从事相关行业、研究或熟练使用相关产品”的比例逐渐降低。



# AIGC原生世代 诞生!

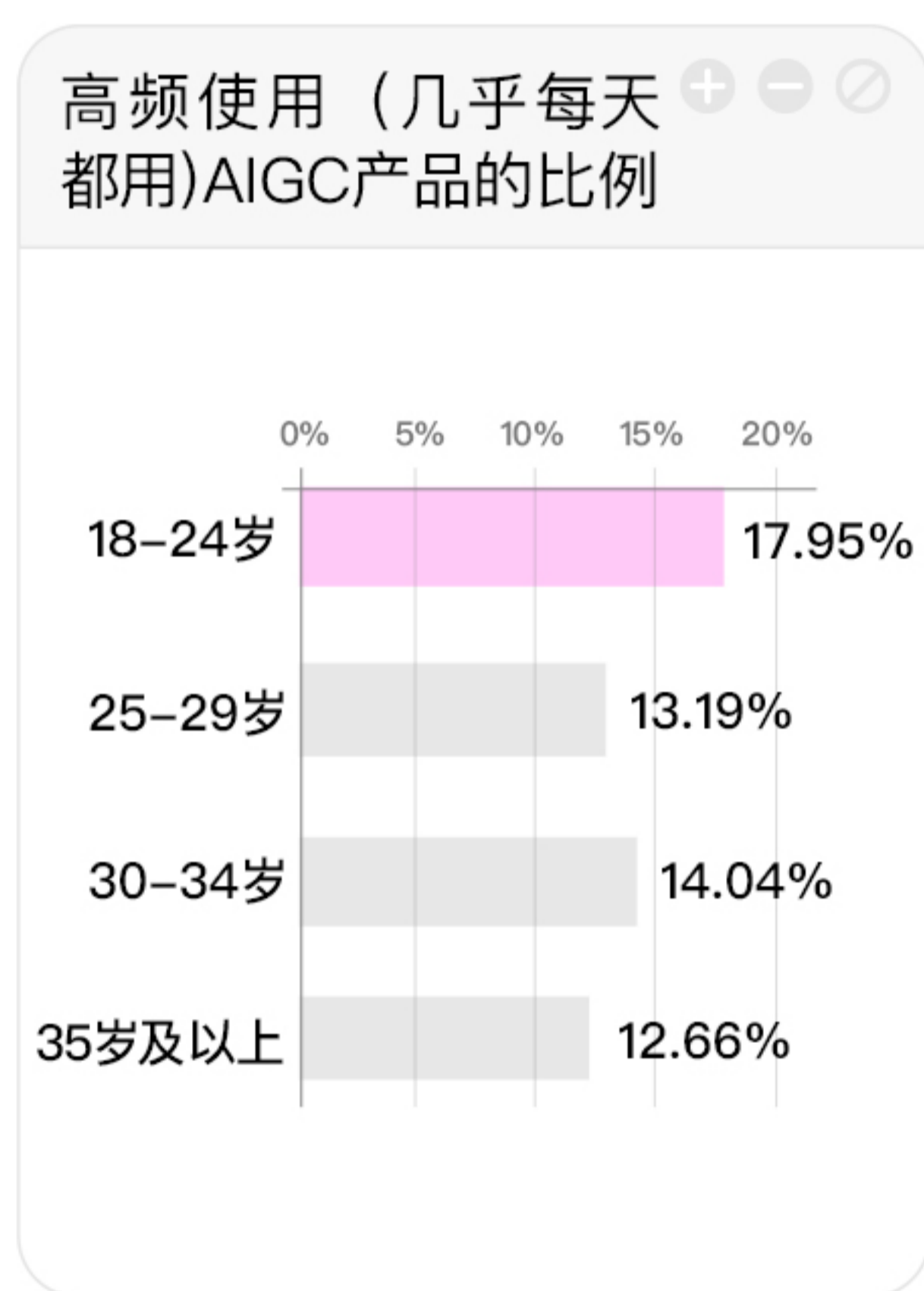
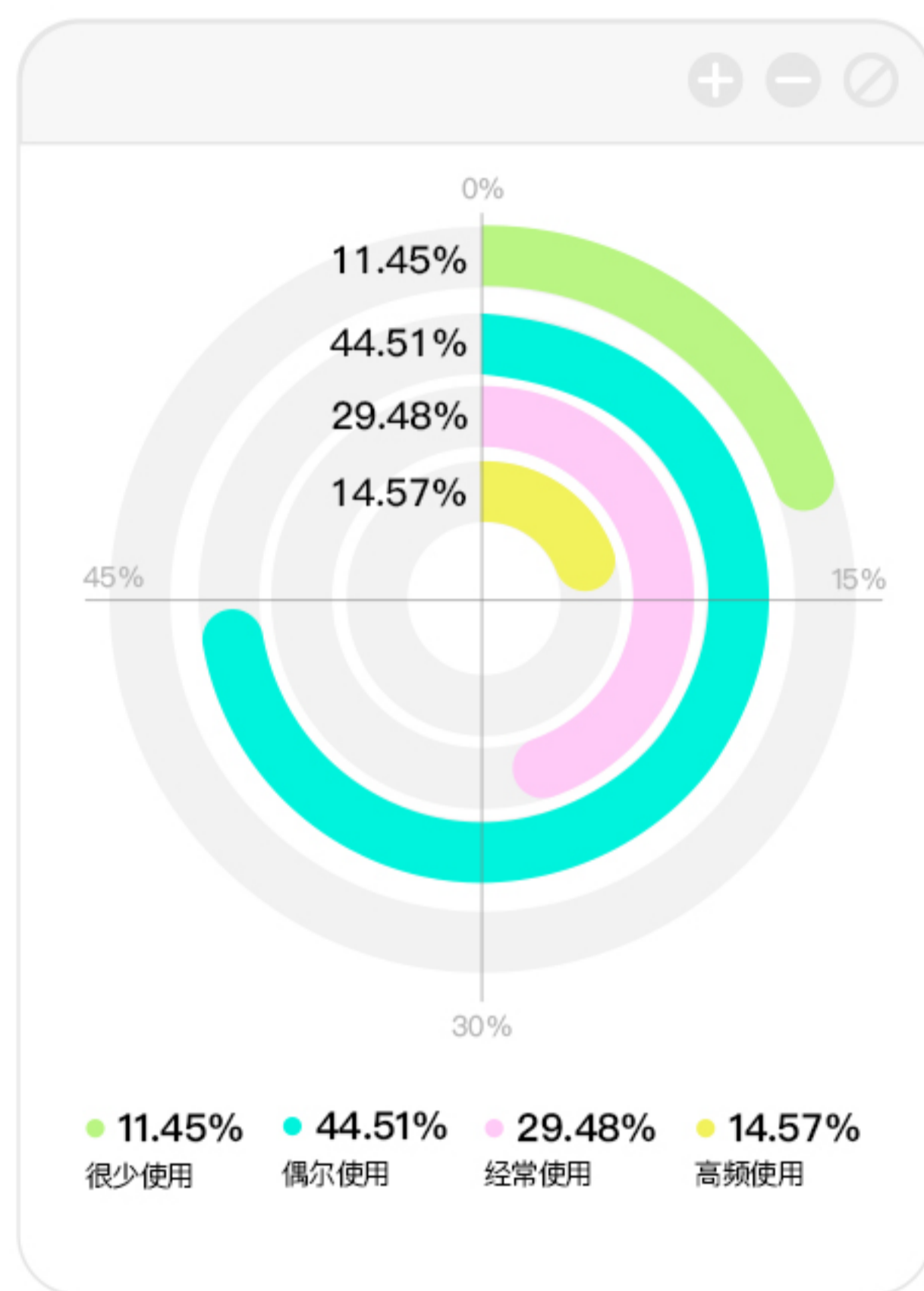
## 00后对AIGC了解程度最高



## Part 1: 迈入AIGC时代

作为AIGC原生世代,00后是最了解和高频使用相关产品的群体

1. 使用频率: 目前AIGC产品的使用频率偏低,过半年轻人表示他们偶尔使用(44.51%)或很少使用(11.45%),仅少部分年轻人表示经常使用(29.48%)或高频使用(14.57%)。但值得注意的是:00后对AIGC应用的高频使用程度最高。



2. 在看待AIGC的态度上,18-24岁群体对AIGC应用的喜好程度也最高,喜欢和很喜欢的比例合计达到64.71%。同时,在认为AIGC将对自己的工作生活产生积极影响的群体中,00后的占比也表现突出,达29%。在他们看来,AIGC技术的发展“带来了新兴的职业机会和工作方向”(60.38%)、“可以提高自己的工作生产效率”(53.46%)和“革新工作方式”(50.2%)。

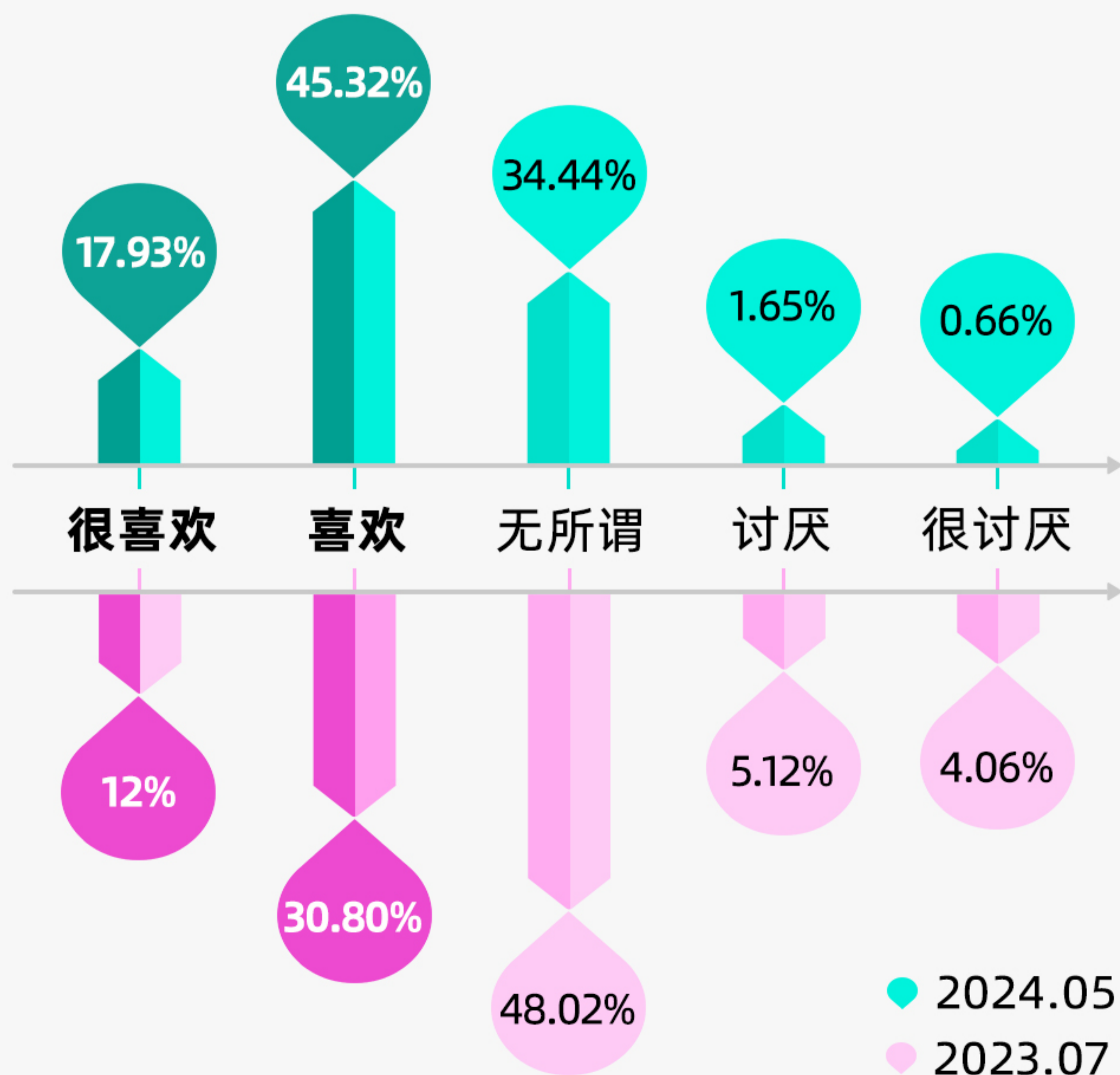
3. 结合城市和年龄分析来看,当下对AIGC最了解的人群画像,是北上广深的00后群体。



# 拥抱新未来

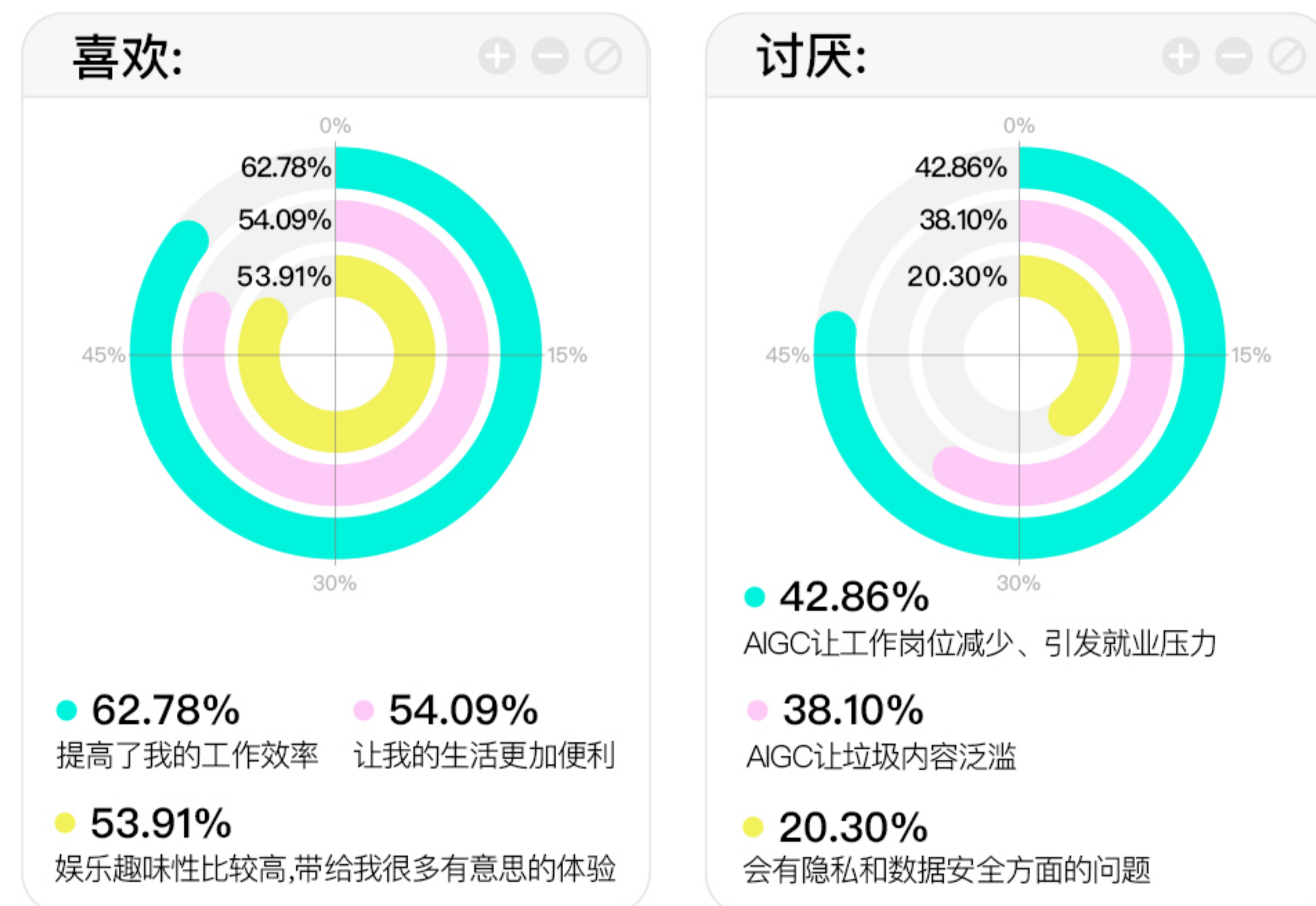
超**6成**年轻人对AIGC态度积极  
且技术越普及 人们的态度越积极

• 对AIGC的态度是? (2024年5月调研VS2023年7月调研)



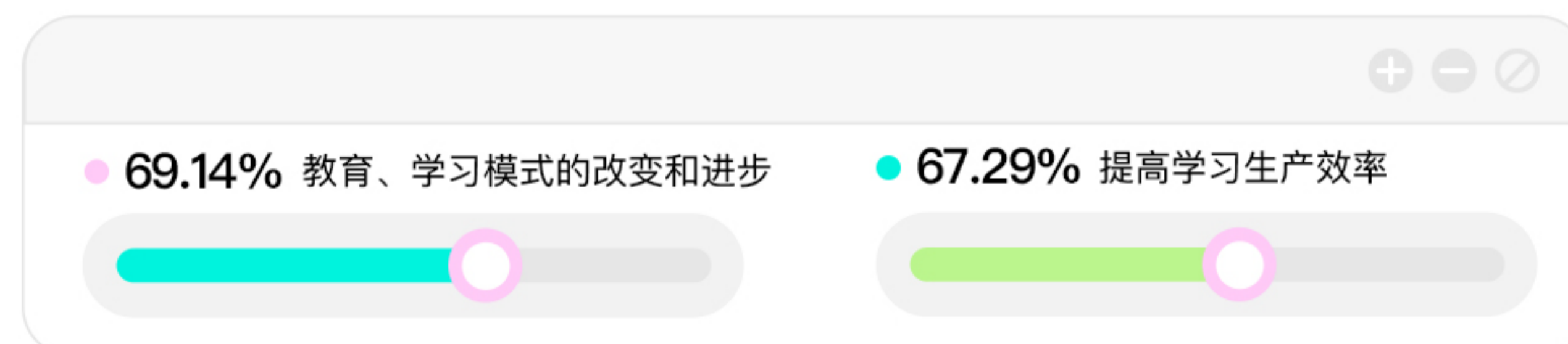
喜是因为工作效率提升, 忧是因为担心被替代

1. 喜欢和讨厌AIGC产品的原因TOP3



2. 目前年轻人对 AIGC 技术持谨慎乐观态度, 近半数年轻人(48.57%) 认为 AIGC 技术可能是把双刃剑, 仅 2% 的年轻人认为 AIGC 可能产生消极影响。

3. 其中, 积极方面, 年轻人普遍认为AIGC技术将对教育和学习模式带来重大的积极变化, 包括教育、学习模式的改变和进步 (69.14%)、提高学习生产效率 (67.29%) 。



4. 从专业上来看, 经济学、工学类专业的年轻人普遍持积极态度, 认为AIGC技术会带来积极影响。艺术、历史与哲学类专业的年轻人则相对比较消极, 或许源于新技术为传统的艺术创作和研究方式带来的巨大冲击。



# AIGC释放创造力

超一成年轻人已通过AIGC赚钱

• 是否通过使用AIGC相关产品获得了经济收益？

14.18%

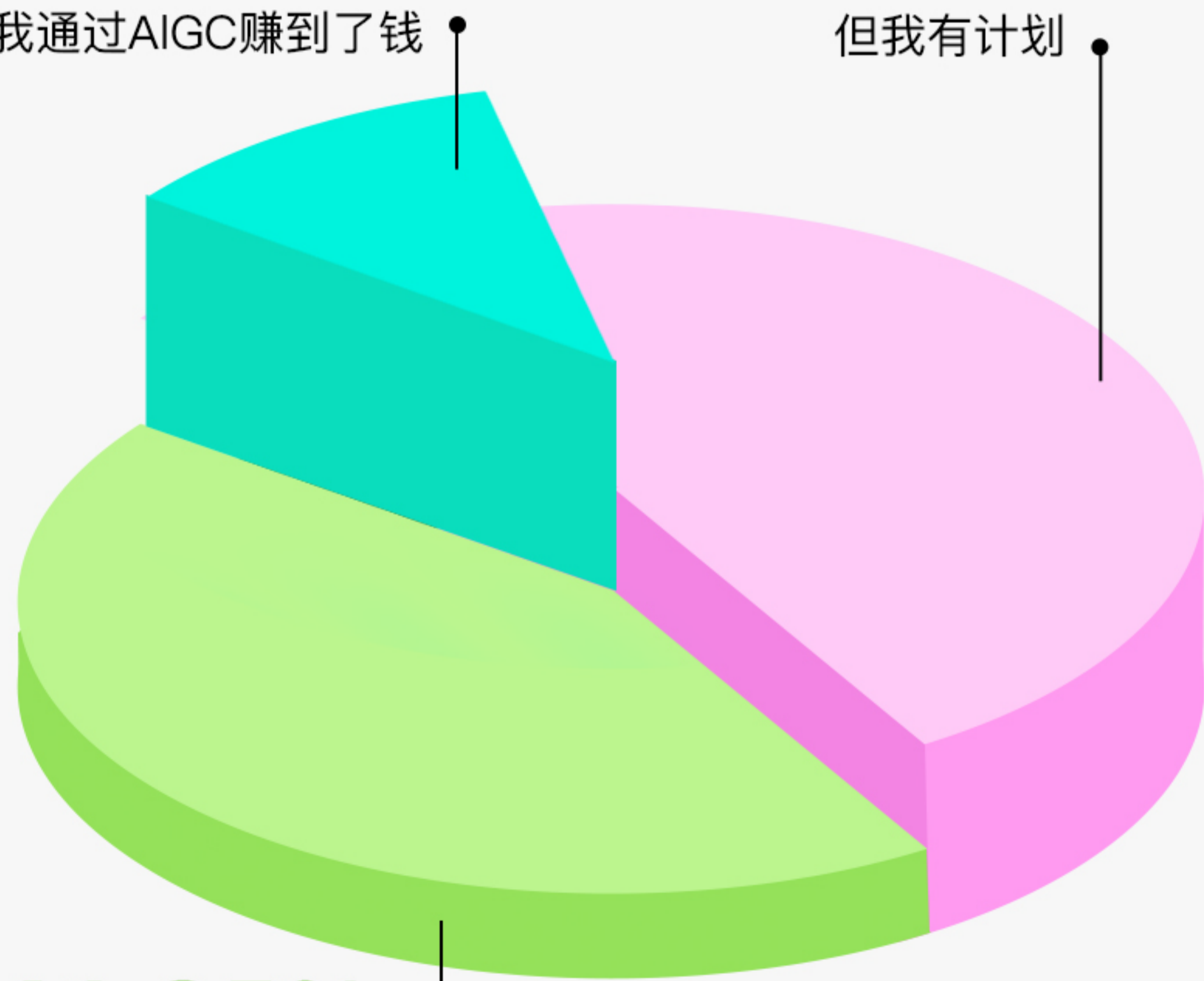
是的  
我通过AIGC赚到了钱

43.35%

还没有获得实际收益  
但我有计划

41.85%

没有



## Part 2: 能用AIGC赚钱?

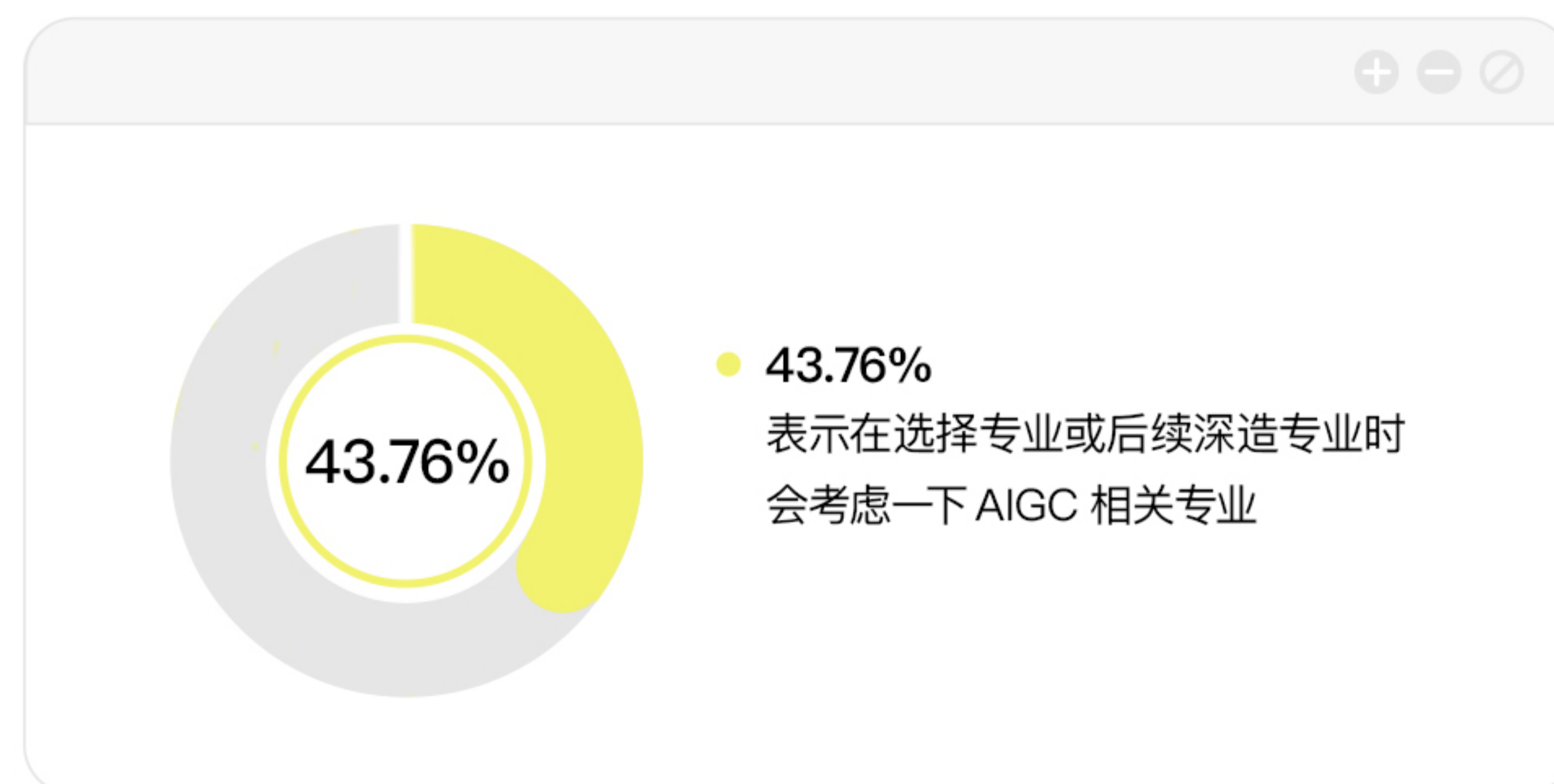
### 超4成00后计划通过AIGC产品赚钱

1. 从职业领域来看，在广告制作、绘画和文化传播领域，已经有一定比例的专业人士通过AIGC技术获得经济收益。



2. 从年龄层来看，00后群体中，有更多人计划通过使用AIGC产品获得了经济收益或者有相关计划，占比达42.5%。这也就意味着，超4成00后计划通过AIGC产品赚钱。

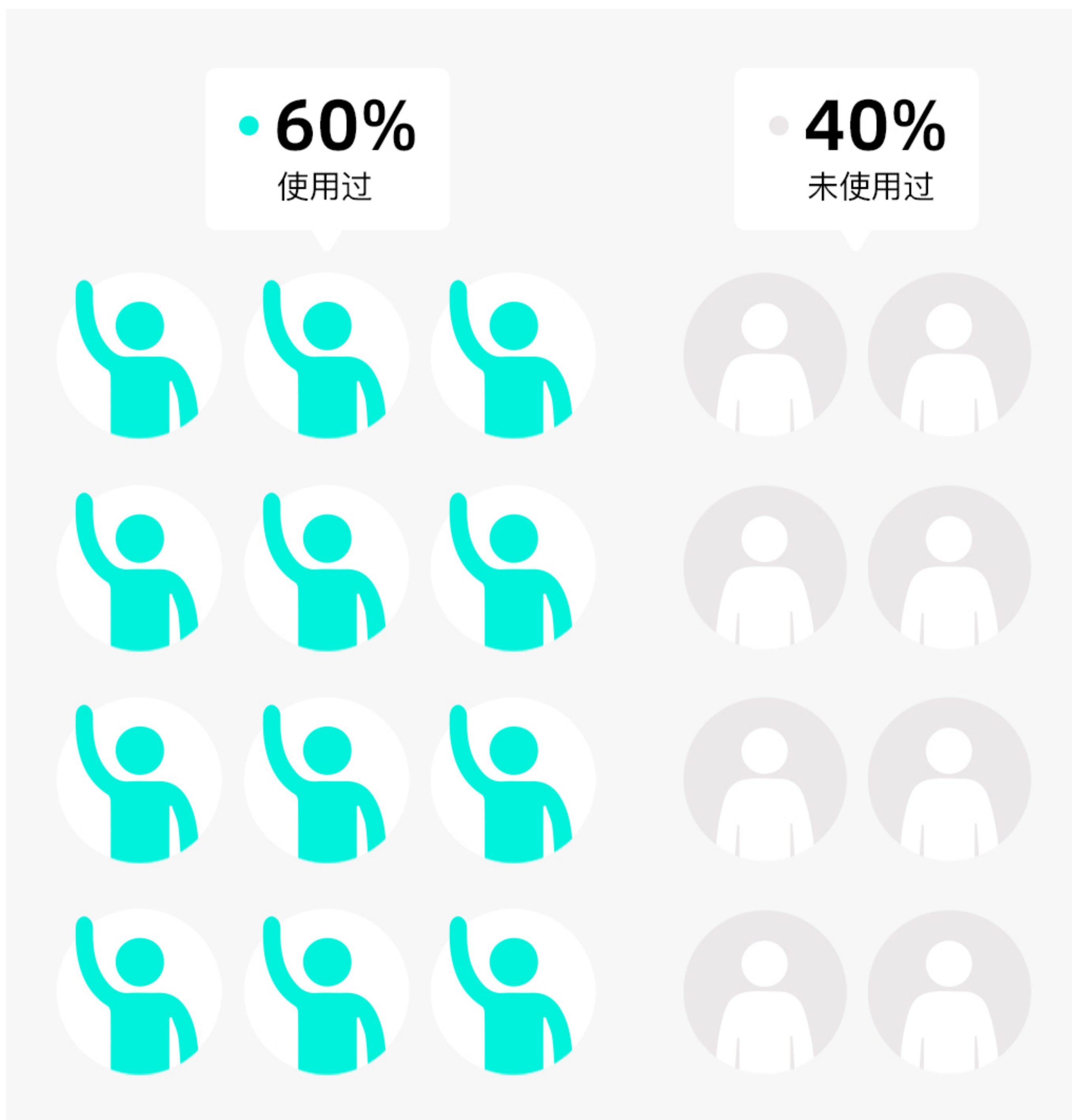
3. 在目前继续学业（大学及以上学历）的群体中，超4成受访者（43.76%）表示在选择专业或后续深造时会考虑一下AIGC相关专业，以应对新技术的发展。





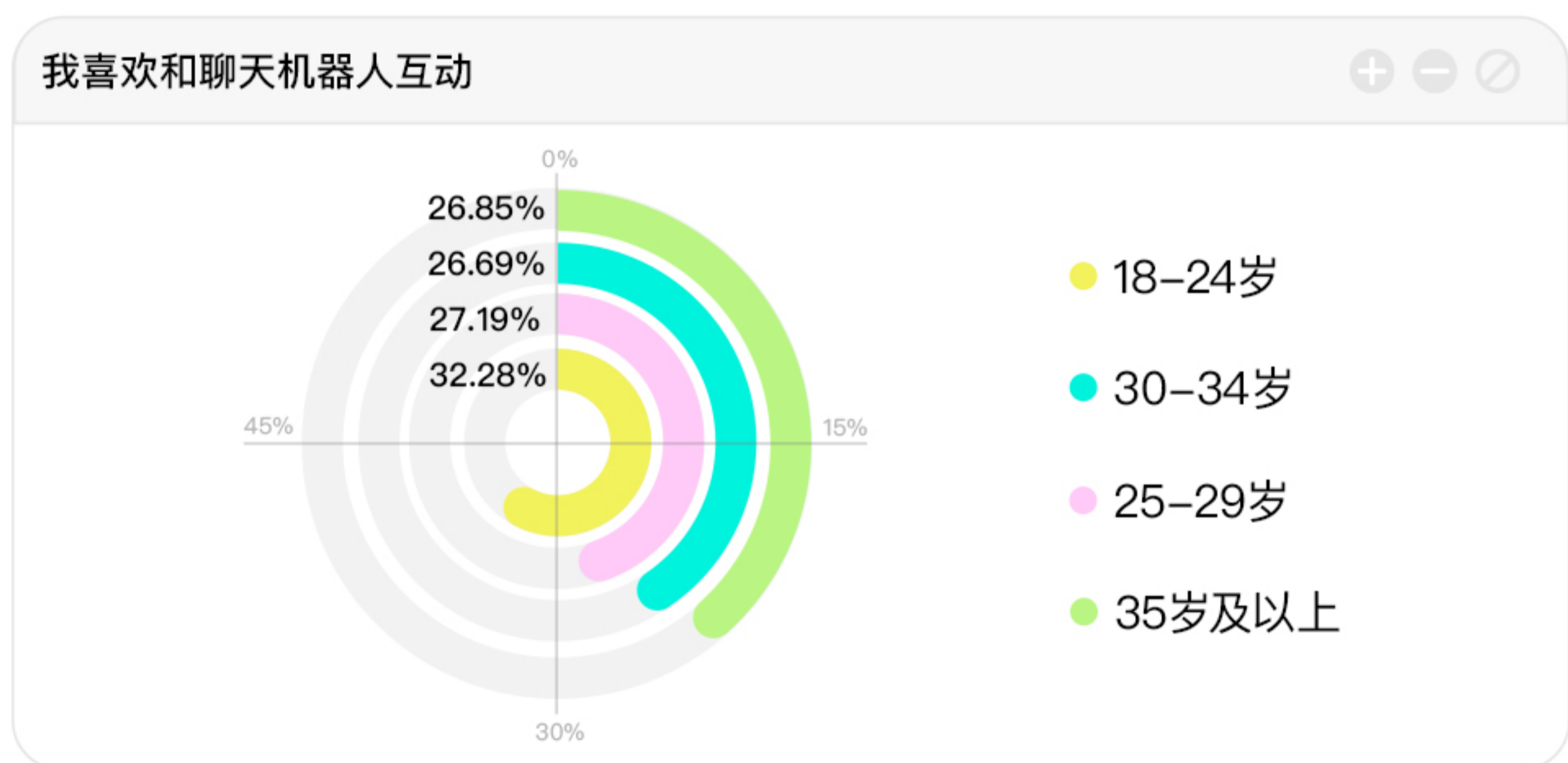
# 社交！年轻人接触 AIGC 应用的第一选择

6成年轻人使用过的AI社交产品



## Part 3: AI帮助解决孤独感?

1. AI社交应用拥有高使用频率：12%的受访者几乎每天都和AI苟蛋等聊天机器人聊天。
2. 年轻人对与AI互动的态度整体偏积极。7成（70.35%）受访者对与AI聊天机器人互动持中立态度，近2成年轻人喜欢和聊天机器人互动（17.99%），仅12%表现出了排斥情绪。
3. 值得注意的是，越年轻对与AI互动的喜爱度越高，00后群体中喜欢与AI聊天机器人交流的比例达32.28%。



4. 47.11%的年轻人表示和聊天机器人聊天很有趣、不会尴尬或冷场，这是他们愿意与机器人互动的最主要原因。此外，聊天机器人可以随时随地快速回复（45.66%）、聊天时不用顾及话题（44.53%）和能提供情绪价值（43.73%）也是受访者选择聊天机器人的重要考量。





# AI是否能真正带来陪伴?

三分之一的年轻人愿意和AI做朋友

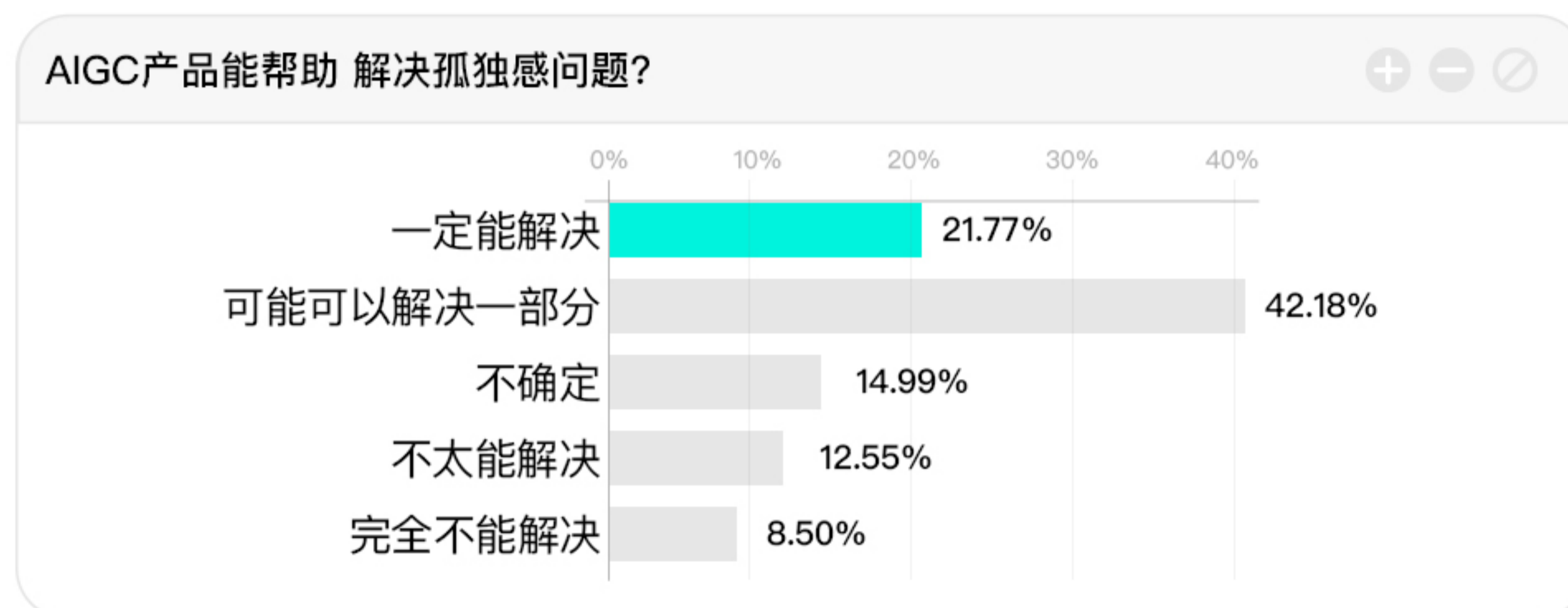
• 是否愿意和AIGC创造的虚拟人成为“朋友”?



**32.8%**  
愿意, 非常期待

## 过半年轻人认可AIGC可以帮助解决孤独感问题

1. 关于AI解决孤独感, 大部分年轻人认为AIGC产品在缓解孤独感方面有一定的潜力, 超过一半的年轻人认为AIGC产品有可能帮助解决或一定程度上帮助解决孤独感问题, 仅8%表示“完全不行”。



2. 在未来AIGC大模型落地应用层方面, 年轻人持乐观态度, 近7成(67.98%)认为AIGC技术有很大可能或有可能催生出像微信、抖音这样的超级应用, 其中32.35%的人认为“有很大可能”。

3. 社交 (64.5%)、智能家居 (58%)、休闲娱乐 (50.1%), 是年轻人最期待AIGC落地的三大领域。

4. 年轻人期待AIGC产品能提供丰富的社交体验, 他们认为社交互动的增强(54.51%)、人们对智能化、便捷化生活的追求 (53.11%)、创新的交互方式和使用体验 (51.30%) 以及强大的内容生成能力 (49.83%) 是AIGC产品中可能会诞生出国民应用的主要原因。

