

3C周刊



“一个成熟的办公软件应该学会自己做PPT”，这句在大语言模型走红后对AI接管日常办公场景的调侃之语，4月18日在中文办公协同领域得以率先兑现成为现实。

就在同一天，国内办公赛道的两大头部厂商，金山办公和钉钉，相继发布了国内协同办公的类ChatGPT应用，填补了微软先发颠覆性办公应用产品Microsoft 365 Copilot在国内暂时不能使用的市场空白。

实际上，从两家厂商所展示的多项内测中的功能来看，一场办公领域的生产力变革已经开启，曾经让无数职场人士费时费力的聊天记录整理、会议简报、产品文案、创意海报、调查统计等等工作，都能交给AI一键完成。

钉钉总裁叶军昨天表示，未来人和软件的交互将变得非常简单，产品会走向极简，甚至可能就是通过一条斜杠来唤起所有功能。每家企业都需要思考人与科技、机器的关系，坚定以人为本，科技服务于人，让人从常规、低效的工作中解放出来，做更有创造力的事情。

■新快报记者 郑志辉

国产大模型赋能，填补市场空白

协同办公智能化变革 全面开启

都基于国产大模型

在ChatGPT年初一夜爆红之后，微软公司今年3月率先发布了将ChatGPT嵌入Microsoft 365中的产品Copilot。微软声称，有了它，以前动辄要花几个小时去整理资料、写报告、做PPT，现在AI把时间缩短到只要几分钟，甚至几秒钟。

微软产品展示的效果，完全激发了市场对新一轮办公革命的想法。

知名公关广告服务商蓝色光标上周宣布，即日起无期限全面停止创意设计、方案撰写、文案撰写、短期雇员四类相关外包支出，打响了“用AI优化人员配置”的第一枪。4月11日，蓝色光标又表示已获得微软云官方AI调用和训练许可：目前微软云上线的是OpenAI ChatGPT 3.5的相关服务，待日后微软部署完成GPT4相关服务后，蓝色光标即可同步使用。

连串操作，让明明预告业绩巨亏的蓝色光标股价某日一度大涨超18%。

而昨日宣布接入大模型的两大办公协同头部企业，都没有使用国内受限的ChatGPT。

4月11日，阿里巴巴集团董事会主

席兼CEO张勇宣布，阿里巴巴所有产品将接入千问大模型，进行全面改造。在千问大模型面世一周后，钉钉昨日确认接入千问。目前，钉钉与大模型融合场景正在测试中，将在相关安全评估完成后上线。而现场演示的四大高频工作场景为：群聊、文档、视频会议及应用开发。

金山办公正式发布了具备大语言模型能力的生成式人工智能应用，暂定代号“WPS AI”。WPS AI的第一站，搭载在其新一代在线内容协作编辑工具“轻文档”(airPage)上，今后还将持续向AIGC(人工智能生成内容)、阅读理解和问答、人机交互三个方向深耕。

据金山办公CEO章庆元透露，WPS AI所用大模型非OpenAI，由国内合作伙伴MiniMax提供。

公开资料显示，MiniMax是由前商汤科技通用智能技术负责人闫俊杰成立的人工智能公司。MiniMax从底层做起，形成了文本到视觉、文本到语音、文本到文本三大模态的基础模型架构，其最新估值据称已达10亿美元。

“更懂办公”与“更懂中文”

大模型引发的这轮AI风暴，有别于此前一度热炒的元宇宙、NFC等概念，在于其现实的可用性。

记者昨日看到，接入千问的钉钉群聊，新人入群无需爬楼，在对话框输入钉钉斜杠“/”即可自动整理群聊要点，快速了解上下文，并生成待办、预约日程。

在钉钉文档中，“/”可以是用户的创意助理，帮助写文案、生成海报。在视频会议中，“/”也是会议助理，能一键生成讨论要点、会议结论、待办事项等。

令人惊艳的还有“/”可用自然语言或拍照生成应用，并以钉钉酷应用的形式在群聊内使用。比如，公司行政人员需要统计午餐的订餐份数，只需要在群聊对话框中输入“/”和需求，几秒钟后一个订餐统计小程序就会展现在群聊中。

相关功能展示，让一些现场观众大加赞叹说，“钉钉果然是最懂办公的”，“以后钉钉可能就只有个按钮了，就是唤醒AI来帮你工作，想想都觉得惬意”。

叶军透露，除了四大高频场景外，钉钉还在同步测试钉钉个人版、搜索、邮箱、AI助理、智能客服等产品，其中的钉钉个人版，用户可通过和AI对话解答各种问题，如制定策划方案，创作图片、视频等。

金山办公的WPS AI，凭借其在文档图片识别与理解、文档转化技术、光学字符识别和机器翻译技术等领域的多年积累，声称“不仅更懂中文，也更懂中国市场”，提供的起草、改写、总结、润色、翻译、续写等功能，覆盖了用户大部分使用场景，帮助用户生成工作总结、广告文案、社媒推文、文章大纲、招聘文案、待办事项、创意故事、旅行游记等。

民生证券一份最新研报指出，办公软件是AI率先落地的领域。无论是流式软件、版式软件、会议系统，还是在项目协作工具中，AI可以显著提升用户的工作效率，实现倍数级生产力提升，从而有望驱动用户数、付费率和ARPU值共振提升。AI加持下的办公软件，将迎来体系化的范式重构和模式升级，重塑估值天花板。

链接

卖不动的扫地机器人 石头科技去年净利下降15%

新快报讯 记者陈学东报道 过去几年，清洁电器成为国内家电行业承压下行周期中一条高速增长的新兴赛道。其中，扫地机器人又是这条新兴赛道上的明珠。但在去年，清洁电器企业业绩呈现分化，石头科技2022年实现营业收入66.3亿元，同比增长13.56%，较上一年同期增速下降15.28个百分点，但归母净

利润较2021年下降14.93%至11.9亿元。

仔细看去年各个季度业绩表现，石头科技在第三季度起营业收入同比由正转负，归母净利润是从第二季度开始与2021年对应同期相比呈下降趋势。

近三年存货大幅飙升

对于业绩变动，石头科技表示，因受到新冠疫情等影响，其中外汇市场剧烈变动，公司远期锁汇产生的收益减少，导致经营利润水平有所下滑，归母扣非净利润与2021年持平。

未上市前，石头科技归母净利润呈现倍数增长。带着小米光环在资本市场“出道”后，石头科技股价于2021年6月突破每股千元，并被冠上“扫地茅”的称号。可如今，石头科技在330元/股上下徘徊，资本狂欢后只剩一地鸡毛。

而“落地”不止是股价，归母净利润的同比增速逐年下滑，营业收入增长速度虽在2021年有所回升，当下发展与2018年相比犹如“云泥之别”。

近两年来，扫地机器人行业不再是“量价齐飞”时代。拿去年来说，石头科技在营业收入上虽在增速较上一年同期有所下滑，但规模上仍同比上涨。

相比之下，存货却实现了飙升。截至2022年9月30日，其存货价值达10.5亿元，较2021年末的5.96亿元增长76.2%。而在2020年末，存货价值仅3.81亿元。存货的飙升，从中也可以看出产品“卖不动”。

研发投入逊于营销

扫地机器人疲软的行业环节，这是不争的事实。企业刺激消费者购买行为，无论是降价还是加大营销，又或是通过技术创新获得认可，需看掌舵者的决策。

不可否认的是，行业见顶的同时，企业也在寻找事业发展“第二春”。科沃斯将服务B端作为新的增长点，石头科技除布局清洁电器领域外，又新推出分子筛洗烘一体机。

不过，根据财报，2021年，石头科技研发费用率7.55%，相比同期销售费用达到16.1%。而2016年，石头科技研发投入占同期营业收入近22%。

早期，石头科技的研发费用比重高于销售费用，拐点出现在2018年，即其在销售方面的支出多于在研发上的投入，且该趋势延续到当下。其中，2022年前三季度，石头科技销售费用达7.9亿元，同比增长75.6%；研发费用3.4亿元，较上一年同期的3.1亿元仅增加0.3亿元。

也就是说，其“天价”销售费用正在吞噬利润。实际上，销售费用率从2019年的8.41%一路增至2022前三季度的17.95%。尽管高价拉来了流量明星肖战代言，还是免不了滑向“赔本赚吆喝”，销售费用的转化效率在迅速降低。



一起了解更多
3C前沿资讯