

# 国产AI大模型「神仙打架」迎监管



图/视觉中国

最近两个月来,国内AI大模型领域按下了“快进键”。自从百度发布文心一言,打响国内AI大模型的“第一枪”后,华为、360、商汤、阿里、知乎等厂商纷纷推出自家的大模型,“百模大战”骤然打响,激烈程度堪比“神仙打架”。

不过,在大模型热度高居不下的同时,国家互联网信息办公室也起草了《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》(以下简称《管理办法》),对大模型的监管已然提上日程。新技术突破与监管的到来接踵而至,这是过去自动驾驶、区块链等技术兴起时所未有过的境况。对于国内生成式AI的发展,《管理办法》又该如何做到监管的审慎包容,促进其健康发展和规范应用?

羊城晚报记者 沈钊

## A. 现象:国产大模型展开竞赛

在ChatGPT火爆全网后,百度最先挑起国内战事。此后,有技术积累的厂商纷纷入局,华为的盘古、360的智脑、商汤的日日新、阿里的通义千问、知乎的知海图AI等相继面世,且仍有众多厂商如京东、科大讯飞等也“预告”大模型即将到来。如果把科研院所算上,据民生证券的统计,国内已有超30个大模型亮相,行业俨然有大模型竞赛的意思。

不仅如此,大模型也让许多行业知名、甚至是已经“隐退多年”的大咖“重出江湖”,

如美团联合创始人王慧文、搜狗创始人王小川、创新工场董事长兼首席执行官李开复等均招兵买马入局大模型领域。

不过,国内企业扎堆发布AI大模型,究竟是真的百花齐放,还是个中有人在浑水摸鱼?业内人士认为,头部玩家中,百度的文心一言和阿里的通义千问优势较为明显,其他玩家中,确实有部分厂商具备长期积累人工智能技术的积累以及特定的应用场景,剩余的部分企业确实存在炒作嫌疑。

## B. 争议:百模大战是否“重复造轮子”?

甚至有部分观点认为,国内厂商纷纷奔赴AI大模型,会有重复“造轮子”的嫌疑。百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏此前接受采访时表示,创业公司重新做一个ChatGPT其实没有多大意义。

“很多人也在问我,中国会不会再出一个OpenAI?基本不会了。OpenAI诞生是因为美国大厂都不看好这个方向,但现在中国的大厂都看好AI大模型,都在做这个方向。”李彦宏给创业公司提出的建议是,基于大模型进行应用开发,而非重新发明一遍“轮子”。

有分析认为,每个科技巨头都希望在自己的生态中形成闭环,一定程度上也是因为整个国内开源的生态不够强

大。不过,不少AI巨头和独角兽仍然坚持自建大模型的根本原因,更可能是因为,市面上几乎没有高性能的现成产品可以满足。

对于普通企业如何以较低成本应用AI大模型,腾讯云行业生态总经理曹言表示,更好的方式是企业从大模型中蒸馏出相对较小的模型,应用到细分场景中,如企业客服、企业知识沉淀等。具体应用场景不可能由一家公司独立完成,需要繁荣的生态体系共建共享。

他还表示,AI大模型作为一种语言助手,在多种语言翻译、文本缩放、识别编程语言等方面表现出了出色的能力,但具体到企业应用,大模型还需要其他能力的加持,如数据能力、制图能力等。

## C. 进展:大模型有望引领产业变革

无论是否是重复“造轮子”,就目前几大巨头发布的产品而言,生成式AI已经开始逐渐引领产业变革。

羊城晚报记者4月25日从百度智能云召开的技术交流会上获悉,文心一言开启内测一个月以来,已完成4次技术版本升级,相较最初版本推理效率提升了10倍,模型算力利用率提升了1倍,在模型性能和成本上实现了大幅优化,大模型推理成本降为原来的十分之一。

在企业服务方面,3月底开始,百度智能云大模型平台启动首批企业内测,未来将针对不同客户和开发者的需求,提供公有云服务、私有化部署两种服务模式。百度智能云的六大智能产品系列,也将基于文心一言全面升级。

未来将在安全评估完成后上线。

“文心一言将根本性地改变云计算行业的游戏规则。因此,企业要尽快行动起来,重新思考自己的优势是什么、如何用AI放大这个优势。”百度集团副总裁袁佛玉说。

阿里云方面也在4月26日举办的合作伙伴大会上透露,超过20万企业用户申请接入千问测试,企业专属大模型的合作需求十分火爆,几乎覆盖所有新兴和传统行业。为加速服务各行各业,阿里云宣布启动“通义千问伙伴计划”,覆盖油气、电力、交通、金融、酒旅、企服、通信行业。

此外,在更早以前的4月18日,钉钉发布了一条斜杠“/”,并演示接入千问大模型

后,通过输入“/”在钉钉唤起10余项AI能力。钉钉总裁叶军宣布,钉钉将全面智能化,未来一年所有场景都将进行智能化布局。“这只是我们工作智能化探索的一小步,AI对生产力的改造才刚刚开始。”他说。

知名数字经济学者、DCCI互联网研究院院长刘兴亮说:“随着AI技术应用到不同行业、不同领域,对AI模型的需求也日益多样化,这促使科技企业针对不同场景、不同需求开发定制化的AI大模型,以满足市场的多样化需求。”刘兴亮表示,大型AI模型的普及将推动AI技术在各个产业的应用,在医疗、教育、金融等领域,AI技术有望带来更高效、更准确的服务,提高整体产业的效率。

## D. 说法:对新技术宜包容审慎

生成式AI的突破确实将引发生产变革,但也不能忽视其“暗礁”的一面。此前,包括马斯克在内的1000多名科技研究人员发公开信呼吁暂停开发更强大的AI系统,认为其将对社会和人类构成深远的风险。

就在4月11日,为促进生成式人工智能技术健康发展和规范应用,根据《中华人民共和国网络安全法》等法律法规,国家互联网信息办公室起草了《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)并向社会公开征求意见。

记者梳理了公开报道中众多专家学者对于《征求意见稿》讨论后发现,大部分专家态度可以总结为:监管应该包容审慎对待新技术。

南开大学法学院副院长、教授陈兵表示,《征求意见稿》的发布意味着中国第一时间将AIGC(人工智能生成内容)技术创新应用及相关产品开发有针对性纳入法治化治理架构,筑牢“安全是发展的前提”的底线思维,明确了新技术、新产业、新业态的发展指明合规发展的主线。其中还存在可进一步讨论之处,如何更好地设计规则以统筹安全与发展的关系尤为重要,在夯实安全发展的基础之上,给予创新发展以可容、可信、可控的制度环境。

广东财经大学法学院教授姚志伟则认为,提供服务的平台是重要的责任主体,对平台进行监管,是必要的。对于用户依法正常使用人工智能的行为,平台未按照法律法规进行审核,或未对涉嫌违法的内容采取必要措施,应承担相应的责任。如果是人工智能内容是否应该全部加到平台方,则有待商榷。

姚志伟表示,很多问题是在发展中解决的,我国人工智能产业发展尚处于初期阶段,与国外差距比较明显,如同万里长征第一步,还需要引导企业积极创新,迎头赶上。正如《征求意见稿》第三条指出,国家支持人工智能技术创新,从促进人工智能产业的发展和国际竞争的角度出发,如果对企业责任要求过重,可能会抑制企业的创新热情和技术进步。

因此,“五一”黄金周是旅游服务行业的黄金周,也是一次全行业的品质检测场。随着消费者的认知与辨别水平不断提高,互联网信息的透明化之下,酒店也会持续出现马太效应。糟糕的酒店用更拥挤的餐厅和更慢的服务还赚了快钱,也会在黄金周后继续价格跳水,品牌不好到哪里去。相比于理性与精致意识不断扩展的高收入群体,现在市面上最不缺的,就是这类企业。

# 通过集采为医患省了15.6亿元!

## 一季度广州药品集团采购平台实现交易额144.52亿元

羊城晚报记者 陈泽云

近日,记者从广州交易集团旗下广州药品集团采购平台(简称:广州GPO平台)得知,该平台一季度实现交易额144.52亿元,同比增加18%,挂网药品和耗材产品超265万个,通过集中采购节约医患费用15.6亿元。

## 241个挂网药品主动降价

当前,广州GPO平台执行国家组织集采七批294个药品,三批4类高值耗材中选结果,药品平均降价超50%,高值耗材平均降价超80%。完成省级573个药品和13类耗材集采落地实施任务,药品、耗材价格平均下降38.5%和63.7%。按带量采购前同品种计算,减少采购支出超百亿元,大幅减轻了患者负担和医保基金压力。

对没有纳入带量采购的品种,广州GPO平台坚持以“分类挂网”方式采购,通过规范首发挂网价格、定期评估动态调整、加强协同治理等多层次机制,引导价格不断趋向合理。今年以来,有241个药品主动降价,平均降幅

30.63%。此外,平台加大力度促进新批准药品快速进入市场,缩短上市时间,助力在专利期形成巨大优势,从而引导企业以临床价值为中心,提高药品质量,走守正创新之路。

自2018年成立以来,广州GPO平台累计交易额超1700亿元,节省医患费用超300亿元,占广东省药品采购额比例从11.3%提升至53.5%。服务范围覆盖广州、佛山、珠海、东莞等省内19地。交易主体数量11472家,其中医疗机构2278家,广东省三甲医院进场率达68%、广州市三甲医院进场率达92.7%,供应商9194家。

## 首设罕见病用药专区

2023年,广东新版医保目录新增111个西药和中药,其中包括2个新冠治疗用药,7个罕见病用药,22个儿童用药。新增的药品绝大部分是5年内上市的新药。记者获悉,这些品种均在广州GPO平台挂网采购,包括小兒多种维生素注射液(13)、环孢素滴眼液(III)、咪达唑仑口服黏膜溶液、对氨基水杨酸肠溶颗粒等。此举进一步提高了儿童群体的用药保障水平,儿童“用药难”这一问题有望在政策鼓励、市场预期、平台挂网下逐步缓解。

此外,广州GPO平台还主动对接市场,引导适用儿童孤独症等药物挂网,为患孤独症的“来自星星的孩子”点亮一盏灯。

值得注意的是,近年来,在国

家医保的“灵魂砍价”下,不少曾经的天价药变成亲民价,多数罕见病用药从过去患者用不起,到用得起,再到有了用药新选择,罕见病患者们将逐步迎来“病有所医、医有所药、药有所保”。如其中,罕见病药“利司扑兰口服溶液用散”经过医保局多轮“砍价”后,价格降幅超94.08%。

广州GPO平台在第一时间将国家医保谈判的罕见病药挂网,还在国内首设罕见病用药查询专区。患者可在线搜索药品通用名、生产企业、适应症、有库存的医院、库存量、更新时间等信息,涉及85个具体品规,包括用于治疗血友病的去氨加压素片剂和注射液、用于治疗肌萎缩侧索硬化的利鲁唑片等,患者寻找药方更为便利。

## 助力境外药械在内地上市

为进一步打通国际创新药械快速在院内采购落地的通道,助力健康湾区建设,去年底,广州GPO平台上线了“港澳药械通”采购专区,通过专区,指定医疗机构使用急需药械所收集的真实世界数据,可及时有效地采购到临床急需、已在港澳上市的全球先进药品,缩短患者治疗时间。

平台着力发挥“港澳药械通”政策拉动生命健康资源集聚效应,推动更多顶尖医疗机构、知名药企参与,助力更多境外药品、医疗器械在内地上市。

市,为急需使用境外药械的患者提供更好的用药条件、更经济的消费价格和更优质的治疗体验,让广大人民群众有病良医,发展好人民健康产业发展的红利真正惠及广大人民群众。

广州GPO平台方面表示,下一步,平台将始终坚持人民至上、生命至上,奋力推进医药流通体制改革,在保障人民群众缓解“看病难、看病贵”的同时,重聚效应,推动更多顶尖医疗机构、知名药企参与,助力更多境外药品、医疗器械在内地上市。



图/视觉中国

## 上投摩根基金品牌正式更名为摩根资产管理

4月25日,摩根基金管理(中国)有限公司正式宣布,公司品牌名称正式变更为“摩根资产管理”,以便通过全球运营模式更好地赋能中国业务的发展,投资者将陆续见到新品牌更新在各大平台。此前,上投摩根基金发布公告,公司法定名称由“上投摩根基金管理(中国)有限公司”变更为“摩根基金管理(中国)有限公司”。展望未来,摩根资产管理将以全新品牌继续深耕中国市场,致力于为客户提供更优质的服务,提供全球化的投资解决方案,共同打造更稳健的投资组合。(杨广)

## 近一年业绩涨幅同类第一 中欧电子信息产业一季报成绩亮眼

近期基金一季报密集发布,TMT板块依旧是不少公募基金的关注焦点。中欧基金基金经理刘金辉管理的中欧电子信息产业A于众多聚焦TMT主题基金中脱颖而出。截至2023年3月底,该基金实现半年净值翻倍,近一年净值增长率36.15%,

同期业绩基准25.78%,在银河证券统计的同类产品中业绩排名第一。自成立以来,该基金回报率高达202.38%,同期业绩比较基准仅为6.77%。刘金辉在一季报中表示,目前重点关注人工智能和数据要素两个领域的投资机会。(杨广)

## 财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

# “五一”酒店房价飞上天 别以为消费者钱多人傻

“五一”旅游热使得相关行业需求激增,出现了涨幅明显的状况。近日,一张“2023年全国各城市五一价格对比表”在社交平台热传。表格中列举了上百个城市的酒店“五一”价格和平日价格对比,还标出了涨价幅度,其中,有酒店涨幅最高达591%,还有如家、汉庭等快捷酒店价格涨幅超400%。

疫情之后的黄金周,首先是春节假期。不过当时回乡是刚需,主要属于各回各家,那么全国的客流量在地理空间上还是比较分散和均衡化的。再加上学生寒假、工人返乡的原因,也就拉长了人们的时间周期。“五一”就不同,五

六天的时间,集中出行,集中消费,集中旅游,集中返程。这种时间安排,不是针对自由职业者,反而是对工薪+学生群体的“精准打击、一网打尽”,必然带来市场高收益的激烈预期。

如今这个高价格是需求的信号,同时也是供给和需求达成的结果。酒店房价和机票价格的上涨,在4月初已经出现,这意味着人们的出行已经和服务供给很早就趋向了一种意向。消费者愿意接受多高的出价,供给方就会根据紧张和增强程度给出一个对应的价格水平。即使不用最低价和最高价来对比出一个几倍的涨幅,普遍看涨也已经是铁定的事实。

不过,在市场高度竞争的环境中,能否把客流抓稳,并且赚取了所有的消费者剩余,这就不是所有酒店和服务企业都能做到的。有的企业是因为到访目的地的客流量太大而到了涨价的地步,有的则是因为炒成了网红而获得更高的溢价。更有的是长期有实力、口碑好、位置好的酒店企业,涨得理直气壮。

那么从酒店来看,如果为了保持一贯高标准的服务水平,比如对餐厅、停车场、排队、电梯人数比例的精准预测和控制,对响应客人需求的高度自律,对原材料、物品和服务人员的提前储备,那么提前涨价就是一种品牌维护的手法。对于

追求品质的群体来说,付出更高的价格,自然是购买了更高的信任度,这会要求酒店能提供与平时一样宽松从容优雅的体验。

因此,“五一”黄金周是旅游服务行业的黄金周,也是一次全行业的品质检测场。随着消费者的认知与辨别水平不断提高,互联网信息的透明化之下,酒店也会持续出现马太效应。糟糕的酒店用更拥挤的餐厅和更慢的服务还赚了快钱,也会在黄金周后继续价格跳水,品牌不好到哪里去。相比于理性与精致意识不断扩展的高收入群体,现在市面上最不缺的,就是这类企业。