

过去这一周，科技界巨头们再次掀起一场AIGC（生成式人工智能）风暴。OpenAI、谷歌等公司均展示出最新的大模型技术和突破性的AIGC应用，比如GPT-4o的免费推出。这些新技术的频繁发布无不彰显出AI技术的快速迭代以及AIGC应用的势不可挡。

自2020年ChatGPT-3出现以来，AIGC的触角已从文本、绘画蔓延到音乐等媒介，每一次产品发布都牵动着各行各业人士的神经。当AIGC不断敲响行业变革前的鼓点时，“AI不会取代你的工作，但知道如何使用AI的人会”这句话在网络上传播。

作为市场经济的风向标，在内容生产方面有高质量追求的创意行业，对于AIGC的实际应用情况如何？为此，羊城晚报记者深入采访了几位站在AIGC创意产业一线的专业人士，他们眼中，人工智能带来的震荡似乎并不是我们想象中那样简单。



多功能的智能机器人会普遍出现在我们的日常生活中

文/羊城晚报记者 陈晓楠 AI制图/小靳

# 人类正如何与AI相爱相杀

## 创意产业人士告诉你：

应用，可以让用户基于一首特定音乐，输入指令，生成个性化歌词并由AI演唱——这个应用或许能应用于各种营销活动，带来收益。范耀威认为，从策略层面到创作阶段再到客户提案，AI工具已经让团队可以更快、更高效地完成工作。例如，利用AI抓取数据和市场调研信息、使用AIGC生成故事脚本和创意画面等。“比如一份20个画面的彩色故事模板，过去我们需要3天时间联系外部插画师进行配图，现在使用AIGC，可以在1至2小时内完成，这种效率的提升让我感到非常震惊。”所以，他一直鼓励员工要主动学习最新AIGC技术，至少需要掌握提示词技能。他认为，在信息“爆炸”的今天，并不需要传统意义上的培训课程，员工完全可以通过互联网自主学习，掌握到实际的操作方法并将所学应用于实践中。

范耀威所说的这些，其实也是目前许多创意产业公司的普遍做法。上海春及传媒CEO赵英告诉记者，他们也会帮员工订阅AIGC相关产品，还设有专门部门研究AI新产品，如今部分AI工具已经嵌入到他们自己的营销产品中。而国内外已涌现不少AIGC艺术家、创意人，他们使用这些技术制作出优质作品，并正在以上千甚至上万的价格进行售卖。

可见，AIGC在创意产业公司内部发挥出的作用已不可小觑。



### 关于取代

#### AI缺乏人类的经验和主观判断

一份来自业内的报告称，目前的AIGC大模型应用有三种类型，分为自研基础大模型、自建垂直大模型和API接入。其中，自建垂直大模型是指在基础大模型上，使用不同行业数据再训练，微调后就能形成不同行业适用的垂直大模型。这一领域的创新，也让各行各业都陆续搭上AIGC快车。

还是以创意产业为例。正在经历前所未有的变革的创意产业，在营销、设计、影视、游戏等不同板块均有自建垂直类AIGC产品诞生。暨南大学广告学系副教授、广东省广告协会广告教育联盟理事长朱磊指出，“创意产业在科技革命的推动下经历了多次变革，从网络媒体到大数据，如今轮到AIGC。”AIGC不仅改变了该产业链的业务模式，更可能从根本上影响整个商业模式。他指出，如今AIGC已经广泛应用于创意产业的多个环节，从创意生成到市场调查，再到创意策划，到提案和交付，几乎所有数字营销公司都在尝试将AIGC整合到工作流程中。例如，通过AIGC生成不同风格的模特图像，再由人工进行审稿和拍摄。这种方式不仅提高了效率，还确保了版权问题得到解决。

他表示：“AIGC对创意产业的改变程度，取决于公司对其的接纳程度，以及其在全业务链中的应用情况。”范耀威也指出，AIGC的发展改变的主要是创意产业的工作模式。比如，原本需要一个团队才能实现的量，现在一个人便可通过AIGC独立完成。“我们几乎降低了2/3的成本。现在一个项目需要参与的人数比以前更少，很多工作我直接分配给AIGC完成。”他说，如今不少创

作平台已经初现“一人有限公司”的雏形。

AI确实已经可以取代一些基础性的创作工作。范耀威由此提出了一个假设：如果AI技术足够成熟，企业主甚至可能不再需要下属或代理商，而是直接通过AI生成宣传内容并投放市场。他认为这样的前景无疑给从业者带来一定的职业危机感。

但范耀威认为，AIGC在当前阶段并不能完全满足其商业化使用的需求。所以他并不认为AI会对创意产业构成“太大威胁”，“纯技术性岗位可能会被AI替代，但需要经验和主观感觉来判断的岗位，如摄影和设计等，AI暂时无法取代。因为当你需要一些领先于行业的东西时，只靠AI是没办法做到的。”

Coala还发现，AI并不能真正解决质量问题。“目前，我使用AIGC只是追求速度以及在公司内部进行可视化交流，如果真正要追求产品质量，还是需要原画师的润色甚至重画。”

朱磊最后指出，由于AIGC的不稳定性，工作量难以计算也是目前困扰着人力资源的难题，而且一部分传统创意产业从业者对AIGC仍持抵触态度。所以说，人类与AI将进入一种“相爱相杀”的共创关系。他认为，“AI与人类应该是伙伴关系。在某些人类独有的领域，如手绘广告、现场体验活动、人与人之间的互动等，AI只能‘靠边站’，因为这些领域具有独特的情绪价值和原生价值，是不可复制的。这些不可复制的价值在未来累积到一定的量，就会成为新的商业模式。但人机共创将是未来的发展方向，未来AI可以处理大量重复性工作，而人类则可以专注于更具创造性和情感价值的部分。”

## 冻了18个月的人类大脑，解冻后还存活了长达150天

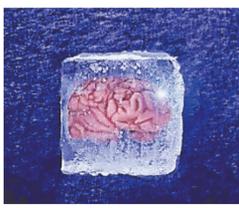
复旦大学团队利用人类胚胎干细胞培育出了大脑类器官，并以此样本进行相关研究，监测它们在液氮中冷冻再解冻后的生长和细胞死亡情况。结果发现，有一种化合物组合的浸泡保存可以让组织解冻后死亡的细胞最少、生长得更多——这种组合就是由甲基纤维素、乙二醇、DMSO和Y27632组成的化学混合物，被研究者命名为“MEDY”。

团队惊喜地发现，通过这种方法处理后，解冻的类器官，在外观、生长和功能上与从未冷冻过的同种类器官非常相似，通过抑制内质网介导的细胞凋亡途径还可维持类器官的存活和神经功能；此外，各种脑区特异性类器官的细胞多样性和结构也得到良好的保存。这些都表明，MEDY冷冻保存技术可以广泛应用于不同的神经类器官。他们还创造了一项纪录——在MEDY中冷冻了18个月的类器官，解冻后仍可以继续生长，并存活长达150天。

这篇研究报告已正式发表在Cell子刊。

据说，目前美国已有数百人冰封在-196℃液氮罐中，等待复活。最小的冷冻人只有2岁，冷冻费用个体便高达22万美金。

这项技术，是低温技术领域的重大突破，为改进神经系统疾病的研究方法铺平了道路。



冷冻大脑解冻后仍有记忆吗？资料图片

## 长期坚持冥想干预治疗，能有效改善幻觉和妄想等症状

上海交通大学医学院附属精神卫生中心崔东红研究员团队，最近发表了一篇关于长期冥想干预对具有顽固性幻觉和妄想症状的精神分裂症患者的治疗效果。

该项为期8个月干预的临床随机试验，要求受过冥想培训的精神科医生对患者进行每日面对面的监督和冥想管理。为期8个月的冥想干预显著提高了患者的正念技能，增强了当下意识、注意力和情绪调节能力。研究人员认为，长期日常冥想干预对男性精神分裂症患者药物无法克制的顽固性的幻觉和妄想产生了显著改善，同时提升了他们的生活质量。

冥想是一种古老的心智训练法，旨在培养个体内心的放松、平静及专注力。目前，冥想在抑郁症、焦虑症和物质使用障碍等方面得到了广泛研究。

研究团队表示，长期冥想干预可能成为一种有效的治疗选择，为那些面临幻觉和妄想困扰的患者提供更多的帮助和支持。

## 中国科学家首次探测到一种名为“胶球”的新粒子

最近，中国科学家利用北京正负电子对撞机成功观测到了一种新的粒子，并命名为X(2370)。这种粒子是从一种名为J/ψ的粒子衰变而来的，其性质与理论预测中的胶球高度吻合，为胶球的存在提供了强有力的证据。这项研究成果已发表在《物理评论快报》。

标准模型是粒子物理学的基础理论，是描述强核力、弱核力及电磁力以及所有基本粒子的理论。粒子物理学中，对所有已知的基本粒子进行了分类，这些粒子包括6种夸克、6种轻子、希格斯玻色子，以及光子、胶子、W及Z玻色子等传递力的粒子。但标准模型预测的许多粒子中仍有一些至今未被发现。胶球粒子就是其中之一。它是一种完全由胶子组成的粒子，而胶子是传递强核力的基本粒子。

这一突破性的发现对验证粒子物理学标准模型具有极高的价值。

(浩源 整理)

### 关于应用 AI已覆盖了创意提案50%的工作

游戏策划师Coala(化名)早在去年就已开始利用AI作画工具Stable Diffusion、Mid-journey等，辅助完成手头上的游戏原画设计与情景图的创作。她说：“AIGC工具可以用于内部沟通，确实提高效率，方便且省钱，公司很鼓励我们使用。”

而国内知名独立创意机构F5的首席创意官、戛纳国际创意节评委范耀威则告诉记者，他们早在2020年就开始使用AIGC相关工具了，当时他们进行了一次极具创意的尝试：通过训练一个神经网络去学习莫扎特的所有作品，并结合他去世后45年间各种音乐流派的变化，预测40岁、60岁和80岁的莫扎特可能创作出的节奏和音乐风格，最终创作出一系列全新的作品。最后，他们用一场音乐会来呈现了这些作品，并成为一个让业界瞩目的技术和艺术融合案例，获得2021戛纳国际创意节铜狮奖。范耀威认为，“其实现在AIGC已经能帮我们完成创意提案至少50%的工作了。”他表示，如今在他们的招聘要求包括员工绩效考核中，AIGC指令技能已成为一项重要考量。“如果我的员工不会使用AIGC，他可能就没有办法很好地服务我们的客户了。”范耀威甚至表示，近期有一些品牌在项目招标时，也会明确要求代理商要有使用AIGC的能力。

如今他们的技术团队正在开发一个AI音乐

### 关于创意 AI创作仍需要“人类的见识”

AIGC确实给创意产业的从业者带来前所未有的机会与挑战。但把“创意”或“创新”这件事交给AI，真的可以吗？

模型玩具摄影和平面设计师梓坚去年开始和同事们一起尝试使用AIGC来开发一系列简易拼装玩具的设计图，他表示，在使用AI进行设计工作时，人工介入仍然是必不可少的。只是在处理不同板块之间的嵌套关系时，AIGC确实可以打破固有的思维模式，带来意想不到的设计灵感。

赵英也指出了人为参与的重要性，说：“要判断AI生成的作品能不能用，人类的审美始终是最基本的要求。”赵英指出，“用AIGC渲染一张图，然后再用人工来作一些修改”是目前业界普遍采用的做法。

对于AI的创意能力，范耀威强调了

“人类的见识”在这一过程中的重要性。他说，目前可选择的工具很多，“很多时候人们利用AI生成的内容总觉得不够好，其实并不是因为AI做不到，而是我们没有发出好的指令。”他认为，“未来的竞争，就是谁更会使用指令。”AI虽然学习了人类的大量已有知识和经验，但它的输出还是要取决于输入者的见识广度和深度。“一个人如果不了解莎士比亚，就不会想到用莎士比亚的风格去写广告；如果不知道卓别林，就不会懂得把这种幽默与深刻运用到脚本创作中。”因此，从业者需要不断拓宽自己的视野，不断学习，以便于AI有更多“共同语言”，这样才能有更高效率的“提示词能力”，提出更精准、更具创意的指令。同时还要求创作者本身具备较好的判断

力，去筛选、修改AI生成的内容，直到满意为止。

范耀威说，个人的见识是有限的，但AIGC作为一个大模型，它可以带来更多新的创意可能性，并成为人类创作的灵感源泉。但他也指出，当前AIGC大模型追求通用性，这导致其生成内容往往平庸无奇。未来可能还需要针对特定领域进行精细化训练的大模型才能产生真正有价值的内容。“不过AIGC一直在进步，我经常能看到耳目一新的玩法。”范耀威说，“不断更新的大模型数据库，能让AI产生更多新颖的内容，不过，目前它的出品还没有让人感到审美疲劳，并不意味着未来就不会出现这样的问题。”

他强调，AI创作的核心并不在于人是否精研了AI技术，而在于人的指令能力——即“提示词能力”的运用。也就是说，创意的产生最终还是取决于人类本身的能力。

AI欠缺人类的经验和主观感觉判断



# 金融助力释放新质生产力效益

## 佛山建行

文 邹 轩 梁 如 盈

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。今年全国两会上，政府工作报告提出“大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力”，而培育新质生产力离不开金融“活水”的支持。中国建设银行佛山市分行(以下简称“佛山建行”)深入贯彻党中央决策部署，落实佛山市委、市政府工作要求，主动拥抱科技创新，全力支持企业设备更新，紧密把握外贸发展的新契机，着力增强消费市场的信心。

该行持续创新优化科技金融、数字金融、跨境金融服务和产品体系，助力现代化产业体系建设，培育壮大新型消费，推进金融高水平对外开放，全力支持先进制造业和战略性新兴产业的成长，为新质生产力的高质量发展注入强劲金融力量。

### A 科技加持 支持企业设备更新换代

近日，工业和信息化部等七部门联合印发《推动工业领域设备更新实施方案》，推动工业领域设备更新，对加快建设现代化产业体系具有重要意义。科技金融作为“五篇大文章”之首，对于发展新质生产力极为关键，佛山建行主动担当，积极强化科技金融，拥抱新质生产力，积极探索服务制造业企业设备更新和技术改造需求的新模式、新产品。

在省、市工信部门和建行广东省分行的大力支持下，该行为制造业企业量身打造“智造之光”专属服务品牌，创新“技改贷”“数字转型贷”“智造支持贷”等特色产品，引领金融资源向先进制造业聚集。针对不同阶段科技企业，该行探索推广科技研发贷款，加大科技型企业发展投入资金支持力度；首创“多维评价体系”，让企业的技术变信用，让“智能”转化为“资本”，使制造业企业在技术创新方面的能力得以变现。同时，佛山建行配套绿色审批、贷款利率优惠等差别化政策，有力支持企业的技术改造和设备更新。

5月15日，广东省工业领域设备更新“供需对接”活动在佛山潭洲国际会展中心成功举办。活动现场，佛山建行聚焦企业技术创新和技术改造需求，对支持科技创新和技术改造进行了专项金融产品推

介，帮助破解制约企业开展设备更新和技术改造的“缺需求、缺政策、缺信息”等问题，为企业发展提供了有力的金融支持。

### B 数字赋能 加码促进消费增长

“稳定和扩大传统消费，鼓励和推动消费品以旧换新”，今年政府工作报告提到。作为提振消费的重要力量，佛山建行加大消费贷款投放力度，加强消费者在购物、餐饮、出行、智能家电等消费场景的金融供给，以数字人民币权益撬动居民消费热情，推出便民优惠举措，满足广大群众多样消费需求，推动消费扩容提质。目前，佛山建行累计投入数字人民币权益超300万元用于开展促消费，带动总消费近10个亿。

为响应广东省政府推动消费品以旧换新工作部署，充分发挥金融资源的赋能作用，佛山建行结合政府“以旧换新”号召，积极参与各区活动，包括2024年三水区“五一”焕新消费嘉年华活动和2024高明区消费品以旧换新行动暨夜间消费节活动等，致力于通过银政企三方优惠叠加，提高消费者对大宗商品的换新意愿。

此外，该行在建行生活APP上不断推进“粤消费·焕新家”家电以旧换新活动。今年，“建行生活·美的旗舰店”顺利上线，并首期面向佛山地区客户开放。同时，佛山建行与本地知名电器连锁品牌苏宁易购、京东家电联合开展活动，为市民提供



佛山建行推出支持科技创新和技术改造专项金融产品

购、京东家电联合开展活动，为市民提供多元化以旧换新优惠，助力提升商家销售。自活动上线以来，已累计投入20万元优惠，有效带动消费提升近300万元。

### C 创新驱动 拓宽联动“出海通道”

金融高水平开放对涉外经济高质量发展具有重要促进作用。近年来，佛山建行主动聚焦“走出去”企业发展，通过搭建跨境撮合平台、推进产品创新、畅通金融供给为外贸企业提供强有力的支

持。围绕制造业当家，培育制造业数字化等制造业服务外包产业集群，佛山建行升级全产品服务体系，为佛山企业“走出去”全面赋能，全力支持广东实施“五外联动”。

建设银行紧跟国家发展战略，持续联动境内外分支机构渠道，汇聚建行子公司力量，依托结构化融资、跨境并购贷款等优势产品和服务，为“走出去”项目提供有竞争力的专业化融资服务，在加大龙头企业“走出去”并购买支持力度等方面，持之以恒注入金融活水，成为企业“出海”的金融