

首批国产大模型上线 备案制管理将加速激活行业生态



○刘怡鹤 记者 温婷

8月31日,包括百度“文心一言”、商汤科技“商量 SenseChat”、智谱 AI“智谱清言”等在内的首批国产大模型产品正式面向公众开放服务。上海证券报记者了解到,阿里“通义千问”、360 智脑以及科大讯飞的“讯飞星火认知大模型”也已完成备案工作,预计在未来一周左右陆续开放。

这是《生成式人工智能服务管理暂行办法》(简称《办法》)自8月15日施行以来的首批对外开放服务的大模型。除了大模型研发公司,这一信号也引发了更多大模型应用企业的关注。在业界看来,备案而非稀缺牌照制管理的模式,将更好地激发国产大模型的自主研发活力,同时推动大模型生态应用的落地。但备案成功并非一劳永逸。多位受访专家提示,由此带来的算力压力以及可能引发的信息安全问题同样值得企业重视。

管理:备案制传递积极信号

8月31日凌晨,百度官方微信公众号宣布,文心一言率先向全社会全面开放,记者测试发现,用户已可以在 App Store 和安卓应用商店下载“文心一言 App”,或通过文心一言官网直接体验。这意味着首批人工智能大模型产品正式直面市场,全面开放应用。除百度(文心一言)外,首批上线的大模型还包括抖音(云雀大模型)、智谱 AI(智谱清言)、中国科学院(紫东太初大模型)、百川智能(百川大模型)、商汤(商量 SenseChat)、MiniMax (MiniMax 开放平台)、上海人工智能实验室(书生通用大模型)等。

某大模型应用企业内部人士告诉上海

证券报记者,公司非常关注此次大模型上线的进展,而与公司合作的几家大模型公司也均处于获批行列,大家都很受鼓舞。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力在接受记者采访时表示,采用备案制而非稀缺牌照制管理,体现了监管的态度是鼓励和支持大模型技术的发展和应用。

朱克力坦言,备案制是一种相对宽松的监管方式,可帮助大模型厂商更好获得市场准入和开展业务,为大模型技术的发展提供了更稳定和可预期的监管环境,鼓励更多科技企业和研究机构投入到该领域的研究和开发中。此外,备案制将有助于加强对大模型的技术监管与数据治理,保障数据安全和隐私保护,防范潜在的风险或问题。

在 AIII 人工智能产业研究院院长朱兆颖看来,首批大模型产品正式对用户开放,这标志着我国充分协调了行业发展与安全之间的关系:一方面形成了生成式人工智能发展的鼓励措施;另一方面明确了生成式人工智能的法律底线,构建了生成式人工智能精细化治理体系,有利于推动生成式人工智能健康有序发展,为世界贡献人工智能治理的中国智慧和方案。

如今,除了首批开放的大模型之外,记者注意到,阿里“通义千问”、360 智脑、以及科大讯飞的“讯飞星火认知大模型”也已完成备案工作,预计在未来一周左右陆续由各地方相关管理部门下发通知,此外还有更多的大模型厂商正在加紧推进相关备案工作。

企业:备案成功并非一劳永逸

对于大模型开放所带来的影响,百度

创始人、董事长兼首席执行官李彦宏认为,当文心一言向数以亿计互联网用户大规模开放服务后,能够获得大量真实世界中的人工反馈,这将进一步改进基础模型,并以更快速度迭代文心一言,创造更好的用户体验。

但不容忽视的是,当“百模大战”从训练侧走向应用侧,由此带来的算力紧缺问题也将浮出水面;而大量同质化通用大模型的上线,是否会触发大模型竞争的“马太效应”,也成为业界关注的焦点。

“为解决这一问题,大模型厂商可通过投资更多的计算资源和优化算法来提高算力效率,保证大模型的运行速度和精度。同时,也可采用分布式计算和云计算等技术来分摊计算负载,提高大模型的并发处理能力。”朱克力表示,“至于会不会出现‘僵尸大模型’或者两极分化的活跃度,这取决于大模型厂商的技术实力和市场竞争力。如果大模型厂商能不断优化算法、提高模型性能、满足用户需求,则其活跃度和竞争力将不断提升。同时,如果大模型厂商能够开放源代码、共享研究成果,促进技术交流合作,就可减少行业两极分化的现象。”

在多位受访人士看来,通过备案开放服务只是大模型直面市场竞争的第一步,并不意味着一劳永逸。

朱克力建议,已备案成功并开放的大模型企业,应持续关注法律法规和政策进展,强化数据保护与安全管理,防止数据泄露与被滥用;同时要建立自评估机制,与监管部门保持沟通与配合,不断优化算法和提高技术能力,确保自身业务合法性合规性以及大模型性能和可靠性,持续提升用户体验及竞争力。

生态:大模型应用百花齐放

上海交通大学特聘教授、人工智能研究院副院长马利庄认为,首批大模型产品获批并对用户开放,标志着 AIGC 等应用将真正落地。大模型将对科技创新、金融市场、影视媒体等众多领域产生深远影响,也将推动人工智能领域的发展和应用,自动驾驶、虚拟现实、游戏动漫等赛道上丰富多彩智能化产品将加速走近消费者。

记者注意到,首批上线的大模型企业已经在推动相关应用落地,而其带来的积极影响已经在财报中有所体现。

最新披露的三六零 2023 年半年报显示,公司基于“360 智脑”大模型给客户提供的 AI 增值服务,已取得近 2000 万元的相关业务收入。百度“文心一言”目前已有 15 万家企业申请接入测试,百度智能云与 300 多家生态伙伴在超过 400 个场景中取得相当不错的测试效果,与十多家头部企业和政府部门在能源业、制造业、金融业、政务、在线办公、生物计算、交通等领域深度合作。

“大模型技术的商业化应用将对相关产业链产生积极影响:一方面,可以带动上游数据标注、算力基础设施等相关产业发展;另一方面,大模型技术可以广泛应用于自然语言处理、计算机视觉、语音识别等多个领域,推动整个行业的创新发展。”上海人工智能研究院总工程师王资凯对于大模型生态和产业前景十分乐观。

在王资凯看来,随着应用生态的百花齐放,大模型的优胜劣汰也将更加明晰。那些技术实力强、产品体验好的企业可能会获得更多的市场份额,得到更多的投资支持;而那些技术实力弱、产品体验差的企业可能会逐渐被市场淘汰,面临融资困难等问题。

特斯拉“鲶鱼效应”再起 降价潮对新能源汽车产业影响几何

○记者 俞立严

特斯拉新一轮的降价开始搅动中国新能源汽车市场。继特斯拉中国在 8 月中旬宣布降价后,理想汽车 8 月 30 日宣布推出 1 万元新车保险补贴,引发市场关注。自 7 月中国汽车工业协会(简称“中汽协”)发起的“保价协议”条款流产后,新能源汽车行业的“鲶鱼”特斯拉发起降价,已打响了新一轮汽车价格战。

“这辆小鹏 G9 可以便宜 1 万元,不过不是打折,是库存车优惠。”8 月 31 日,上海一家小鹏汽车门店工作人员对上海证券报记者说。记者走访了多家新能源汽车公司门店,不少门店虽然不承认有大幅折扣,但是会告知有库存车特价和限时优惠等价格下浮。“最近价格应该会作调整,因为是车市淡季。”和华为合作的赛力斯门店工作人员对记者透露。

8 月 14 日,特斯拉中国宣布,特斯拉 Model Y 长续航版和高性能版分别降价 1.4 万元。特斯拉 Model 3 虽未直接降价,但特斯拉方面也推出了限时保险补贴 8000 元的优惠政策。两天之后的 8 月 16 日,特斯拉中国官网又宣布,特斯拉全新 Model S 和 Model X 现车价格进一步大幅下调,用户购车可享受 5.4 万元至 7 万元不等的优惠。

特斯拉 CEO 埃隆·马斯克认为,虽然大幅降价令特斯拉的毛利率指标承压,但

是特斯拉将依然通过牺牲毛利率来推动销量增长。

资深汽车行业分析师梅松林表示,国内新能源汽车新一轮价格战已经难以避免。

据不完全统计,8 月以来,国内有数十家车企开启新一轮优惠促销。此前声称“没有降价打算”的理想汽车也坐不住了,8 月 30 日,理想汽车宣布,为庆祝理想汽车 L 系列车型交付一周年突破 25 万辆,针对 8 月 30 日至 9 月 30 日新定购理想 L9、L8、L7 任一车型并通过合作保险机构购买车险,可享保险补贴 1 万元。

同在港交所上市的新势力车企蔚来则把优惠放在补能端,推出限时购车优惠政策,在 8 月支付定金购买蔚来新车的用户,提车后可获赠 30 张换电体验券。

中国汽车市场竞争的激烈程度持续增加。对比各家车企 2023 全年销量目标数据来看,截至 7 月,比亚迪、理想汽车、吉利汽车、长安汽车、广汽集团销量完成率靠前的车企也只是在 50%左右,上汽集团和长城汽车分别只完成了 34.53%和 32.45%,而蔚来、小鹏汽车和零跑汽车完成率均不到三成。蔚来、零跑汽车、小鹏汽车等公司完成年度目标难度较大,而赛力斯等公司实现年度目标则更为艰巨。

在毛利率方面,国内新能源车企也承受较大压力。根据财报数据,比亚迪上半年的毛利率为 20.67%,理想汽车的毛利率为 21%,暂时超过了特斯拉(近 20%)。此外,蔚来毛

利率为 8.6%,小鹏汽车为 -8.6%,还有多家车企呈现负毛利率。

“即便净利和毛利为负,车企也会打价格战,以价换量。”有汽车行业分析师对记者指出,国内新能源汽车行业仍然处在高速发展期,渗透率有望继续提升,对于企业而言,抢占市场份额是发展的必要条件,同时,随着销量的大幅提升,企业未来也增加了扭亏为盈的可能。

记者近期调研采访获悉,新一轮降价潮正蔓延整个新能源汽车行业,不少企业在利润为负的情况下仍然跟随降价,以期在激烈竞争中保住市场份额,“赔本赚吆喝”已经开始影响到相关产业上市公司。有多位业内人士对记者表示,不能一味通过价格战来实现销量增长,除了加大研发提升产品和服务的竞争力,中国车企还要积极拓展海外市场增量,寻找新的“蛋糕”。

债权申报通知书公告

上海妙坤企业管理咨询有限公司债权人:

上海妙坤企业管理咨询有限公司(以下简称“本公司”)因涉及重大资产交易,需对债权债务进行清理核对,现就有关事项通知如下:

一、债权申报期限及要求

本公司债权人应自公告之日起 20 日内,向本公司申报债权,书面说明债权金额、有无财产担保及是否属于连带债权、是否超过诉讼时效,并提交有关证明材料。

二、债权申报所需资料

1、债权人主体资格信息资料;
2、债权人申报的债权的证据资料;
3、债权人的联系地址、联系电话、联系人信息等。

三、债权申报方式

债权人应采取邮寄申报方式进行债权申报,请债权人在申报期内将纸质申报材料一式两份邮寄至如下地址,并将全套申报材料的原件彩色扫描件同步发送至如下电子邮箱:

联系人:陆先生

联系电话:18701815691

电子邮箱:yuan.lu@allbrightlaw.com

联系地址:上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 11 楼

特此通知。

上海妙坤企业管理咨询有限公司
2023 年 9 月 1 日

■董事长专访

索菱股份盛家方: 聚焦汽车智能化 打造新的增长极

○记者 黎灵希

完成“摘星脱帽”、经营活动步入正常轨道、逐渐恢复盈利增长和自我“造血”能力……自 2022 年以来,索菱股份不断用一份份“成绩单”向投资者传递信心。

“一年多来,对于公司管理层而言是紧张而有序的,所有工作都围绕重振主业、改善盈利能力展开。”近日,在接受上海证券报记者采访时,索菱股份董事长盛家方用“符合预期”这四个字,总结了公司 2022 年至今的表现。

盛家方表示,索菱股份在推进经营工作的同时,也为未来几年的生产经营打下良好基础——公司投放海外市场的几款产品在 2022 年下半年陆续交付,这将保证公司未来两三年客户和市场的基本盘。

强化管理提升交付力

“我们在 2019 年底接手索菱股份时,就坚定两个理念:一是资本市场的问题要通过资本市场去解决;二是要真正用心经营好这家企业。”在盛家方看来,从曾经的濒临退市到如今的重回正轨,索菱股份的变化就是对上述理念的最好诠释。

2021 年的最后一天,随着深圳市中级人民法院裁定确认索菱股份的重整计划执行完毕,公司面临的债务危机正式画上句号,索菱股份的目标也从“极限自救”逐步转向规范治理和健康经营。

2022 年上半年,索菱股份的归母净利润转正。这也是时隔近三年,公司交出的第一份盈利成绩单。今年 8 月 31 日,索菱股份披露 2023 年半年报:实现营业收入 3.96 亿元,同比增长 3.43%;归母净利润 324.3 万元,同比增长 90.52%,业绩略超此前预告。

盛家方表示,此前公司的生产经营受债务危机等一系列风波影响,失去了一些客户,同时还存在着应收账款回收、库存产品清理等历史问题。“管理层清醒地认识到必须要提升公司能力,否则很难跟上客户的要求,所以我们采取了一系列举措加强内部管理。”

为提升量产产品的交付能力和交付质量,索菱股份在 2022 年成立了质量管理中心,统一管控集团质量与售后服务。此外,公司还整合成立了集经营计划、采购供应、生产制造、仓储物流四位一体的运营管理中心,提高运营管理效率。

“汽车电子产品的更新换代越来越快,对内部运营和技术更新效率要求很高。通过提升客户交付,我们在某海外客户一代产品的基础上,争取到了二代产品开发定点。”盛家方说,为确保产品项目计划稳步推进,公司不断提升研发过程管理和控制,去年开发的智能网联类多个新产品,均在今年如期完成并进入量产交付阶段。

加速出海打造增长极

索菱股份能重新实现盈利,海外市场功不可没。2022 年,索菱股份来自海外市场的收入同比增长 61.2%,同期海外市场的毛利率较此前提升了 9.56 个百分点。

与记者视频交流当日,盛家方正在国外出差。今年,调研海外供应链情况、开拓海外客户成为索菱股份高管的重点工作之一。

“我们经过调研发现,汽车电子在欧美和日本市场仍有很大的发展空间。虽然进入海外客户供应链的门槛相对较高,但是一旦合作后他们不会轻易更换供应商,利润空间也相对较大。”盛家方告诉记者,索菱股份此前在海外市场就有一定的基础,公司也在加快开拓步伐,深挖存量客户的新需求,积极发展新兴市场客户。

寻求优质合作伙伴的同时,索菱股份通过在技术方面的持续投入,不断提升产品竞争力。公司抓紧推动智能网联终端、车载视频终端重点项目开发,进一步弥补项目进度、质量与国际一流车厂客户要求的差距。

“今年,我们海外客户的数量和质量都有不同程度的提升,部分项目甚至收到客户高额的预付款,这在以前是非常罕见的。”盛家方表示,从下半年开始,索菱股份海外市场的几款主要产品都已陆续进行量产交付。

据介绍,这些产品的交付,不仅将带动索菱股份全年销售额的提升,还会让公司在后续 2 至 3 年保持稳定的客户和市场占有率。

“海外市场已经成为公司的主要战场,我们将在这基础上努力,持续拓展未来 3 至 5 年的客户和机会。”在盛家方看来,索菱股份要想在海外市场的竞争中占据更大优势,还应在四个方面提升自身能力——人才、技术、运营管理和风险防范。

坚定聚焦汽车智能化

智能化已经成为汽车技术革新的重要方向,引领着汽车行业的创新与发展。盛家方告诉记者,自去年以来,索菱股份在战略规划方面做了很多工作,确定未来公司的主要业务将围绕汽车智能化开展。

为此,索菱股份对公司架构进行了调整,成立“智能网联”“智能座舱”“智能车云”与“商用车”四大事业部。“我们原先是子公司独立管理模式,在某些方面易造成资源浪费,成立事业部更加便于进一步整合内部资源,提升管理效率。”盛家方说。

不仅是方向,回归健康经营轨道后,索菱股份的发展路径也逐渐明晰。根据公司管理层规划,下一步索菱股份将加快国内市场的开拓“脚步”,围绕汽车智能化的发展趋势和需求,提升在智能座舱和智能驾驶方向的投入力度,继续引进行业一流的人才和团队。

“我们计划今年完善智能座舱事业部研发团队,未来几年,公司将持续加大在智能座舱和智能驾驶方面的研发投入。”盛家方表示,索菱股份已经明确,要建立和巩固自己在研发技术端的优势和地位。

“公司将保持稳定的战略定力,不断研究和适应市场的变化和趋势,持续加大对核心技术研发的投入。”展望未来,盛家方压力与信心并存。“我们知道困难仍然存在,管理团队不会好高骛远去追求表面成绩,我们还是坚定做好内部管理,把控好风险,一步一个脚印往前走,越走越踏实。”