

# 首批过审大模型向全社会开放 AI原生应用面临落地检验

本报记者 秦泉 北京报道

8月31日凌晨,百度宣布文心一言率先向全社会全面开放。用户可以在应用商店下载文心一言

## 首批获批

除文心一言外,抖音的云雀、百川大模型、清华的智谱华章、中科院的紫东太初等大模型也通过备案,可正式上线面向公众提供服务。

今年3月16日,文心一言开启邀请测试。实际上文心一言的基础模型文心大模型早在2019年就在国内率先发布,至今已经快速成长。截至目前,百度文心一言大模型已经迭代到3.5版本。与3.0版本相比,3.5版本训练速度提升了2倍,推理速度提升了17倍,模型效果累计提升超过50%。

“文心大模型3.5版本,不仅是技术上的升级,更是安全上的升级。”百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏强调,“在数据质量、生成效果和内容安全性上,都得到了明显提升。”而此次向全社会开放,将使文心一言更进一步。

李彦宏表示,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。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛对记者表示,文心一言向全社会开放可以增加用户基数和影响力,提升模型质量和性能、加速技术进步和创新、构建成熟的产业生态体系、打造品牌形象和建立口碑等,为企业未来的发展提供更广阔的空间。

中经传媒智库专家、互联网时评人张书乐对记者表示,任何一种

App或登录文心一言官网体验。据悉,除百度文心一言外,抖音的云雀、百川大模型、清华的智谱华章、中科院的紫东太初等8个大模型均通过审批可向全社会全面开

放。这其中既有科技巨头,也包括初创企业与科研院所。多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,任何一种大模型,其核心都是深度学习。仅从模型本身而言,面向全社会开放必须进行压力测试,确保能够承载起来自全社会的数据调用和运算压力。全社会开放后,这些大模型可以通过实践来修补应用,查漏补缺。

目前,仅有“文心一言App”可以在App Store和安卓应用商店下载或通过文心一言官网直接体验,其他通过备案的大模型暂时没有提供下载服务。

和安卓应用商店下载或通过文心一言官网直接体验,其他通过备案的大模型暂时没有提供下载服务。

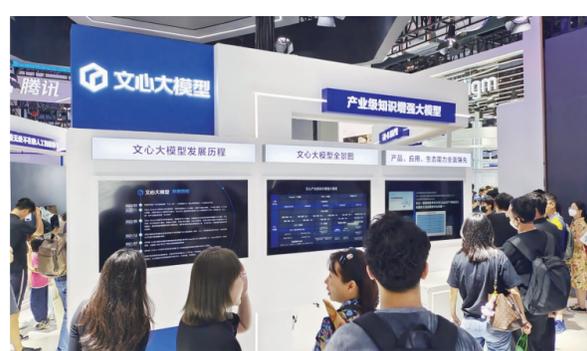
今年7月10日,《生成式人工智能服务管理暂行办法》(以下简称“《办法》”)发布,由国家网信办、国家发展和改革委员会、教育部、科技部等七部门联合审议通过,自2023年8月15日起施行。《办法》鼓励生成式人工智能技术在各行业、各领域的创新应用,生成积极健康、向上向善的优质内容,探索优化应用场景,构建应用生态体系。

《办法》规定,提供具有舆论属性或者社会动员能力的生成式人工智能服务的,应当按照国家有关规定开展安全评估,并按照规定履行算法备案和变更、注销备案手续。

张书乐认为,大模型必须走向

全社会开放,才能完成大数据意义上学习资料的累积,达成深度学习。

文心一言等大模型向全社会开放,会加速其他大模型走向全社会开放的脚步,对于国内大模型在各个领域针对垂直领域进行“专研”探索,是一个催化剂。此外,在全社会开放下,强大的中文语境和针对中文语境而研发的大模型,将会和以英文语境为内核驱动的国外大模型之间,形成一个语言理解能力和创作能力上的分野,有利于国内大模型真正服务于国人,并和国外大模型之间建立护城河。



目前,仅有“文心一言App”可以在App Store和安卓应用商店下载或通过文心一言官网直接体验,其他通过备案的大模型暂时没有提供下载服务。视觉中国/图

张书乐认为,大模型必须走向

全社会开放,才能完成大数据意义上学习资料的累积,达成深度学习。

文心一言等大模型向全社会开放,会加速其他大模型走向全社会开放的脚步,对于国内大模型在各个领域针对垂直领域进行“专研”探索,是一个催化剂。此外,在全社会开放下,强大的中文语境和针对中文语境而研发的大模型,将会和以英文语境为内核驱动的国外大模型之间,形成一个语言理解能力和创作能力上的分野,有利于国内大模型真正服务于国人,并和国外大模型之间建立护城河。

张书乐认为,大模型必须走向

全社会开放,才能完成大数据意义上学习资料的累积,达成深度学习。

张书乐认为,大模型必须走向

全社会开放,才能完成大数据意义上学习资料的累积,达成深度学习。

文心一言等大模型向全社会开放,会加速其他大模型走向全社会开放的脚步,对于国内大模型在各个领域针对垂直领域进行“专研”探索,是一个催化剂。此外,在全社会开放下,强大的中文语境和针对中文语境而研发的大模型,将会和以英文语境为内核驱动的国外大模型之间,形成一个语言理解能力和创作能力上的分野,有利于国内大模型真正服务于国人,并和国外大模型之间建立护城河。

张书乐认为,大模型必须走向

## 押注AI原生应用

AI原生应用是指以AI为核心驱动力,从头到尾完成用户任务,让用户尽可能少地付出工作来实现其目标的应用。

赛迪顾问《IT 2023》研究显示,2023年国产大模型开始爆发式增长,仅2023年1—7月,就有共计64个大模型发布。

上述研究指出,中国在大模型方面紧跟国际前沿步伐,2021年在美国引领的大模型技术快速发展的同时,中国也开启了大模型开发热潮,逐步涌现出一批具有行业影响力的大模型。2023年,受ChatGPT驱动,大模型发展迈向新阶段,国产大模型一时间呈现出爆发式增长态势。截至2023年7月,中国累计有130个大模型问世。

不过,从基础大模型到行业大模型,大模型正在落地之路上一步步快速推进,依然有“最后一公里”亟待打通,也就是AI原生应用的落地。

李彦宏曾指出:“新的国际竞争战略关键点,不是一个国家有多少个大模型,而是你的大模型上有多少原生的AI应用,这些应用在多大程度上提升了生产效率。如果我们能挤上牌桌,获得竞赛入场券,中国将拥有更壮大的数字化产业,数字经济规模将获得巨大增长。”

记者注意到,除了向全社会全面开放外,此次百度还将开放一批经过全新重构的AI原生应用,让广大用户充分体验生成式AI的理解、生成、逻辑、记忆四大核心能力。

AI原生应用是指以AI为核心驱动力,从头到尾完成用户的

任务,让用户尽可能少地付出工作来实现其目标的应用。AI原生应用能够赋能用户,使其拥有更强大的能力;同时也能够提高效率,降低成本,创造价值。

张书乐指出,AI原生应用,是让用户以一键式、“傻瓜”式方式体验各种AI垂直能力的入口,类似从Photoshop到美图那般,通过极简工具让更多人能够理解、使用AI,并真正运用到生产生活中,加速AI从极客玩具向大众工具的蜕变。

盘和林认为:“AI原生应用应该和ChatGPT的插件功能类似,我们说大语言模型,说生成式AI,其实这类AI还有一个称呼,叫通用人工智能,而通用人工智能真正的魅力并非在聊天机器人一个领域,而在于利用AI来完成大量辅助工作事宜。”

据悉,在Baidu World 2023大会上,百度发布了多款全新的AI原生应用,涵盖了文本、图像、音频、视频等多种形式和领域。这些应用都是基于百度自主研发的生成式AI技术平台——文心千帆(Wenxin Qianfan),该平台是全球首个知识增强千亿大模型平台,具有强大的自然语言理解和生成能力。

李彦宏表示:“业界有一种说法,大模型时代来了,每一个产品都值得重做一遍。但谁真正重做了一遍呢?百度要做第一个把全部产品重做一遍的公司,不是整合,不是接入,是重做、重构。”

# 大厂竞相布局 AR赛道拐点临近?

本报记者 吴清 北京报道

元宇宙热潮消退背景下,作为元宇宙基础设备的VR(虚拟现实)/AR(增强现实)发展也开始承压,但这并不妨碍国内外大厂继续加码AR赛道。

继苹果宣布于明年推出首款头显设备Vision Pro后,日前,国内AR厂商Rokid发布消费级OST(Optical See Through)个人空间计算平台Rokid AR Studio。Rokid创始人、CEO祝铭明表示:“今年和明年是行业最重要的拐点。”

如今,互联网巨头如Meta、谷歌纷纷布局AR,苹果计划明年推出AR头显,国内腾讯、字节跳动等也在抢占AR赛道,甚至罗永浩此前也宣布其新创业公司Thin Red Line选择AR方向再度创业,“我们相信AR就是下一代计算平台”。

在5G、物联网、人工智能(AI)等技术不断突破之际,AR被认为可能是继电脑、手机后消费电子领域的下一个爆点。

《中国经营报》记者注意到,目前,AR领域的三大主流场景分别为影音、办公与游戏。中国AR线上市场前三品牌为雷鸟创新、XREAL、Rokid。相比在B端推进缓慢,在人工智能浪潮加持下,中国消费级AR眼镜市场正逐步进入快速成长期,2023年因此被认为是国内消费级AR市场发展的关键之年。CINNO Research的最新数据显示,2023年第二季度国内AR消费级市场销量为5.2万台,同比增长251%,环比增长19%,AR行业加速成长。

## 竞相布局AR赛道

据悉,相较之前的AR产品,Rokid AR Studio在人机交互方面的特色在于,不依赖手柄或遥控器,只用眼睛、手势和声音,就能实现实时操控。

同时,在硬件设计、视觉体验、算力性能等方面都有相应提升。而这也是此前苹果推出的Vision Pro发力的方向。只不过国内AR厂商后发先至,抢先发布。

值得注意的是,Rokid目前与国内互联网巨头阿里巴巴、B站、腾讯、字节跳动都有合作,比如在观影

## 背后的考量

“目前,AR行业的企业有越来越多的动作和产品,整体上看是大的行业周期到了。”雷鸟创新CEO李宏伟此前表示。

对于消费级AR眼镜的再度风起,易观分析文化消费行业资深顾问廖旭华认为原因有很多,包括技术、资本和市场。因为之前有B端市场的实践,消费端目前的显示方案和产品方案逐渐成熟,各家出新品都不难。另一原因是此前元宇宙

## 机遇与挑战并存

实际上,这已不是第一次AR/VR的起势。在过去10年里,已几经起伏。

2016年前后AR/VR曾迎来一波风口,仅从2015年初到2016年7月,全球VR/AR企业数量便从200家猛增至1600余家。但风口很快消退,惨淡的销量导致AR/VR热潮无法持续,更无法吸引开发者进入,最终一部分AR/VR公司撤资转行,少部分沉淀下来的AR/VR企业则转向了B端。

2021年元宇宙概念爆发后,作为其技术支撑的VR/AR再次被推向风口浪尖。不过2022年元宇宙热潮消退后,VR/AR热潮也随之

场景上,Rokid Station国内版预装了爱奇艺、优酷、腾讯等几大主流视频平台。在办公领域,则引入阿里巴巴无影云电脑,支持轻量化办公等。此前Rokid的AR眼镜还上线了北京、天津等多家苹果专卖店。

真正引发全民对AR关注的,还是今年6月份苹果宣布将推出头显设备Vision Pro。有供应链人士透露,Vision Pro在2022年年底~2023年年初启动量产,主要放量将在2023年。

事实上,目前AR赛道的创业层出不穷,其中最具有代表性的是徐驰创

立的AR独角兽XREAL。徐驰曾在英伟达参与GPU计算平台的研发,而后加入AR领域先行者MagicLeap早期团队,2017年回国创立XREAL。

XREAL于2019年实现商业化,但其仅用两年就成为AR眼镜领域的头部企业。据IDC发布的2022年AR/VR报告,XREAL以9.8万台出货量排名第一,在全球消费级AR眼镜市场占有率达57%。

徐驰坦言,今天苹果的Vision Pro让很多人关注到AR领域,不过AR的应用生态需要在一个更漫长的阶段中去完善。Vision Pro目前像一辆“肌肉车”,希望将武器库中所有的技术都用上,因此Vision Pro本质上是一款开发机,而非一款给普通消费者的产品。

“XREAL觉得一个更优质的AR产品,硬件的剪裁与取舍应该从用户的视角出发”,徐驰对记者表示,而衡量指标只有一个,就是来自市场销量的反馈,这是最真实的反馈。

记者梳理后发现,从2022年至今,国内已有二十余款AR新品问世。2022年,XREAL、雷鸟创新、

君盛投资从2018年开始关注AR赛道,君盛投资执行事务合伙人李昊认为,当前仍处于VR/AR行业的融资低潮,但在全球范围内,头部企业对AR技术的储备在加速,而且产业链成熟度有进入拐点的迹象。以此为节点,君盛投资先后投资了多家初创企业,包括亮风台、珑璟光电、影目科技、视讯科技等,如今均已成为各细分领域的龙头企业。

谈及AR将成为下一个计算终端的话题,李昊表示,任何一个新的计算终端其实都与产业链成熟的节奏同步。首先是硬件供应商的成熟,随后是老平台的应用厂商将应用移植到新平台上,慢慢形成用户的认知和需求,然后销售量快速起来,再促进产业链的成熟与价格的下降,从而慢慢孕育出属于新的终端交互方式的应用与内容公司。

次平台更迭,中国会跑在世界的最前面。”徐驰表示,中国有机会更好参与甚至引领AR行业发展,这源于中国具备的四大优势:智能硬件的供应链基础、互联网科技企业人才资源、庞大的市场规模、国内对创新企业的政策扶持等。

中国正成长为全球AR/VR最重要的市场之一。IDC数据显示,2021~2026年中国AR/VR市场将以42.2%的年复合增长率高速增长,在涨幅方面超越美国和西欧等其他八个区域,位列全球首位。

而这对于中国AR产业链而言,将是风口和风险俱在,机遇和挑战并存。

度、续航等诸多问题得到了改善。

“无论AR还是VR,仍然都处于一个很早期的阶段,所以需要大家有更多的耐心,等到那个爆发点的到来。”徐驰坦言,归根到底,现在行业拼的就是终端的体验是否成熟。简单来说,就是消费者能否买到足够成熟且价格合理的终端产品。

徐驰认为,生态的发展对于终端的数量有一个基本需求,终端数量不够,不可能有爆款的内容出来,也不会有厂商愿意在一个体量很小的平台上去做内容。如果用一个个具体、量化的标准,是某款AR眼镜做到了500万~1000万这样的销量。

“我们有一个大胆判断,这一

整体而言,AR技术仍处于起步阶段,上游还处于核心零部件和技术的攻关阶段,仍存在清晰度不高、光学/场景畸变等问题。由于技术问题,面向市场的产品销量还远未达预期,内容端生态也需不断丰富,电子和光学元件有待升级,而这一切短时间内或难以改善。

同时,目前市场上AR厂商云集,竞争压力凸显,产品的同质化比较严重,AR下游还未出现杀手级应用,离规模化推广仍较远。

虽然热潮几经起伏消退,业内认为,从2015年到2022年这7年间,AR和VR行业仍有相当多的技术积累和突破,包括渲染、分辨率、舒适

度、续航等诸多问题得到了改善。

“无论AR还是VR,仍然都处于一个很早期的阶段,所以需要大家有更多的耐心,等到那个爆发点的到来。”徐驰坦言,归根到底,现在行业拼的就是终端的体验是否成熟。简单来说,就是消费者能否买到足够成熟且价格合理的终端产品。

徐驰认为,生态的发展对于终端的数量有一个基本需求,终端数量不够,不可能有爆款的内容出来,也不会有厂商愿意在一个体量很小的平台上去做内容。如果用一个个具体、量化的标准,是某款AR眼镜做到了500万~1000万这样的销量。

“我们有一个大胆判断,这一

整体而言,AR技术仍处于起步阶段,上游还处于核心零部件和技术的攻关阶段,仍存在清晰度不高、光学/场景畸变等问题。由于技术问题,面向市场的产品销量还远未达预期,内容端生态也需不断丰富,电子和光学元件有待升级,而这一切短时间内或难以改善。