



本报官方微博

本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

新闻热线: (010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
《中国经营报》社有限公司出版
社长、总编辑/李为民

零售价/ RMB5.00

新个税法实施五年 扩大税基改革成关注重点

A2

中国移动低轨卫星成功发射 运营商锚定6G发力



本期热词

延迟退休

近日发布的《中国养老金发展报告2023》在测算养老金替代率问题时指出：“延迟退休政策出台在即，65岁可能是调整后的最终结果。”

《中国养老金发展报告2023》：65岁可能是延迟退休的最终结果 A2

融资协调

目前全国29个省份的214个城市建立了房地产融资协调机制，进入“白名单”项目数量达到了5249个。近期，57个城市的162个项目获得银行融资共计294.3亿元，而银行对接“白名单”项目的信贷资金规模接近1600亿元。这意味着，这些项目的后续建设资金将逐步到位。

落实融资协调机制 千亿元资金支持房地产 B1

“王炸”Sora

Sora是OpenAI于北京时间2月16日凌晨发布的文本生成视频的人工智能模型，甫一亮相就成为科技圈的热点话题，“王炸”“颠覆”等词语高频地出现在社交媒体对Sora的描述中，甚至直到这篇文章发稿之时，尽管Sora尚未开放接口，围绕Sora的讨论热度依然居高不下。

Sora横空出世 人类“认账服输”？ B1

“All in梅西”失利

因签约梅西为品牌代言人、推出梅西签字款产品，而在短期内迅速打开知名度的赤水河酒，最终也因梅西的“登龙门”事件下架了全部商品，并关闭了所有的线上店铺。

赤水河酒“All in梅西”失利 代言人营销需全方位考量 B1

经济大势

A1~A4

股市“开门红” 市场情绪趋稳 A3

山村“空心化”调查 A4

——2024春节返乡见闻

营商环境

B1~B16

金价波动难撼投资热情 B2

追高风险须警惕

投保难、续保难 新能源车险怎么了？ B7

春节消费观察： B9

县域经济火热、看房客意兴阑珊

返乡置业需求低迷 B10

出游意愿提升分流购房需求

银发旅游专列春节发车 B13

旅行团“70岁限制”仍未打破

智在公司

C1~C8

传OpenAI开发搜索产品 C2

微软谷歌再启搜索大战

万亿美元蜂拥AI芯片 C4

多方“围剿”英伟达

长假新能源车主遇困： C5

海南离岛“一票难求”上演“人走车留”

陷停工停产困局 C7

高合汽车行驶到“悬崖边上”

预亏超3亿元后 C8

亚虹医药核心管线遭遇临床失败

消费连锁

D1~D4

校外培训分类管理 D2

素质教育迎来利好

藏在小县城的大生意 D3

中国企业的大航海时代 商业案例 D4

刚刚过去的2023年，中国汽车整车出口491万辆，同比增长57.9%，首次跃居全球第一；目前，中国家电在全球贸易中的份额占比高达38%，多年来一直稳居全球第一；而全球手机出货量前五里有三家是中国品牌，前十名里有七家；同样风靡的还有中国各类App、网文和游戏。

SensorTower 数据显示，2023年第一季度全球95个国家和地区排名前五位共计475个App中，有156个（占比33%）

是中国App，在美国“霸榜前四”的都是中国App，分别为：Temu、TikTok、CapCut、Shein。中国App和技术出海正在欧美悄然掀起一种新的生活和消费方式。

从汽车出口全球第一，到短剧出海火爆北美，再到跨境电商征战海外，从互联网应用到数字基础设施，出海企业和产品愈发多元；出海市场上，从过去的东南亚、欧美，再到新兴的中东、非洲和拉美，遍地开花。中国企业



业的“大航海时代”已然开启，中国企业的出海浪潮席卷而来，形成了一股势不可挡的潮流。而这一切都正在发生，或许

只是刚刚开始。本期商业案例，《中国经营报》记者和你一道探究中国企业和产品走向全球背后的根源、变迁、特点及趋势。

社评

唯“深耕”人才土壤可解“AI焦虑”

近日，OpenAI发布了48个9秒到60秒时长不等的视频样片，以此推出文生视频大模型Sora。样片中高清的场景、复杂的镜头动作，及其画面流畅度、逻辑性等表现，以及Sora可以支持多个角色视频创作的能力，让全世界的人们惊叹不已。

惊叹之余，中国各界尤其是产业界感受更多的是焦虑：一年多以前和数月之前OpenAI发布其通用大模型ChatGPT及GPT-4时，中国同行在发布对标产品及推出迭代产品时，尚可豪言短期之内追上，而此次面对Sora，尚无中国同行站出来喊类似口号。

一段时间以来，AIGC已经成为创业热点。无论是文生图，还是文生视频，均属于AI的一种应用。无论是在美国，还是在中国，也都有一大批文生图、文生视频类的创业项目。比如，在美国，Sora并非第一个文生视频类的AI应用。在其之前，Runway、StabilityAI、Pika以及谷歌的Lumiere等，均已推出类似产品，但其表现能力无法与Sora相提并论。它们产出的视频只有数秒时长，并且画面质量及表现较为初级，尤其是画面核心是动态的，周遭场景是静态的这一点，遭到Sora后来居上的吊打。

当然，Sora自身也并非尽善尽美，OpenAI在技术报告中坦承Sora难以准确模拟复杂场景的物理原理，无法理解因果关系，可能混淆空间细节、难以精确描述随着时间推移发生的事件等不成熟之处。全世界各地的看官们，也在最初的惊叹之后，慢慢发现了Sora存在的种种

Bug。这与ChatGPT及GPT-4的发布何其相似，现在人们已经习惯了它们“一本正经地胡说八道”。

AIGC既然是公认的市场热点，中国同行当然不是一点儿作为也没有。我们看到，百度2023年3月推出文心一言时，就发布了AI文生视频功能；字节跳动则于2023年11月发布了PixelDance，可以通过上一个视频片段的尾帧为下一个视频片段的头帧提供创作思路，但是至今没有开放用户测试。我们还看到，最近数月之间，一众A股上市公司曾在投资者互动平台透露过自己在布局文生视频AI应用的消息。尤其在Sora爆火之际，传出字节跳动打算推出一款创新性的视频模型——Boximator的消息，但相关人士的回应为，Boximator是视频生成领域控制对象运动的技术方法研究项目，目前无法作为完善的产品落地，与国外领先的视频生成模型相比，在画面质量、保真率、视频时长等方面还有很大差距。

ChatGPT、GPT-4乃至Sora的领先，归根结底是一种先发优势的领先。而且这种先发优势的建立，是有时间成本的。OpenAI是2015年成立的，ChatGPT、GPT-4分别于2022年11月、2023年11月发布，中间有八年时间的技术积累。Sora的13人团队又是八年技术积累的基础上，进行了为期一年的高强度开发才一炮而红的。但是这种先发优势，在AI技术发展一日千里的当下，很容易被赶上。在美国，GPT-4不是已经有了Gem-

ini、Mixtral等强劲竞争对手吗？

目睹美国同行的领先，中国同行有理由焦虑，却也不必妄自菲薄。但我们也必须认识到，正视差距、大大方方地承认差距，并且迅速找到弥补差距的路径，才是赶上AI技术浪潮的关键一步。正如字节跳动对Boximator的回应那样，告诉外界正在尝试一种不同但也许是更好的方法去开发AI视频应用，才是应对国外同行挑战的正确方式。字节跳动是短视频领域的领头羊，对短视频、算法、AI拥有深厚资源，我们需要耐心和时间来见证其研发能力。

我们应该承认，前两次AI技术浪潮的中心均在美国，美国同行在第三次AI技术浪潮的起步阶段领先之先也属于技术积淀的领先、牢固基础的领先。从更加基础的层面来看，算法和算力的核心都是人才。中国对基础学科比如数学的重视是举世公认的，但从AI技术发展角度来看，正如华为创始人任正非所说：“（中国）应该在基础教育和基础研究上加大投入，中国教育现在还是工业社会那种教育方式，主要是以培养工程师为中心的教育体系，所以人工智能在中国不可能发展很快。人工智能需要大量的数学家，需要大量的超级计算机，既是超级能力的链接，超级的程序员，这些地方来说中国还是一个在科技起步的国家。”所以，从人才的角度布局AI，才是中国AI赶上全球技术浪潮的重中之重。只有解决了教育和人才的问题，才能产出更好的AI算法，才能解决芯片“卡脖子”问题，才

能有更多更好的超级计算机，才能筑牢中国AI算力底座。

在这方面，令我们欣喜的是，2023年5月29日，中共中央总书记习近平在中共中央政治局第五次集体学习时强调，加快建设教育强国，为中华民族伟大复兴提供有力支撑。中国教育体制改革的顶层设计已经发生改变，明确提出未来中国教育目标是“加强拔尖创新人才自主培养，不断提升原始创新能力和人才培养质量，为解决我国关键核心技术攻关提供人才支撑”。2024年年初教育部已启动第三批基础教育改革工作，相关工作正在紧锣密鼓地推进。我们相信，假以时日，从新的教育体系下走出来的中国人才，一定会成为科技强国的重要支撑。

同时，我国应该进一步培育适合拔尖人才发挥科技创新、创业的土壤、舞台以及文化。另外，中国市场应该形成鼓励、支持原创，鄙视、惩戒抄袭的氛围，改变ChatGPT出来了就“套用GPT”“拼凑GPT”等伪创新、赚快钱的思维惯性。只有做到这些，才能改变ChatGPT横空出世以后，人们纷纷叫嚷“中国版ChatGPT”在哪里，Sora诞生之后发问“谁是中国版Sora”的局面。也只有做到这些，才能真正实现中国原创、领先世界的最终目标。

第三轮AI技术浪潮尚在起步阶段，我们坚信，只有深刻理解他人领先优势背后的基础积累与建设，从人才、教育等根基问题抓起，筑根基而望远，方可赢在未来。



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 144086 告广许可证：京海工商广字第0224号
本报常年法律顾问所：北京德和衡律师事务所
总机电话：(010)88890000 发行/订订电话：(010)88890120 广告热线：(010)88890020 监督电话：(010)88890050