

锚定千亿级产业链群 广州拟打造“垂类模型之都”

证券时报记者 李映泉

自OpenAI推出ChatGPT后,大模型已经成为这几年全球科技界最热门的领域。而在国内,大模型也如同雨后春笋般涌现,其中既有类似于ChatGPT的通用大模型,也有针对特定行业领域的垂类大模型。

今年10月中旬,广州市市长孙志洋进行调研督导,实地考察了佳都科技、百度飞桨(广州)人工智能产业赋能中心,了解新一代人工智能垂类模型开发建设的情况及面临的痛点堵点。在随后召开的座谈会上,深刻探讨了广州打造“新一代人工智能垂类模型之都”的路径。

人工智能是广州全力建设的千亿级产业链群之一,也是发展新质生产力的重要引擎。证券时报记者采访多家企业以及业内专家,了解到广州产业门类齐全、应用场景丰富,拥有庞大的用户体量和工业数据,这些都是发展垂类模型的优势。

“小而精”的大模型

“垂类大模型的特点是‘小而精’,如果说通用大模型是学识渊博的学者,那么垂类大模型好比专精行业的专家。”云从科技联合创始人姚志强比喻称。

百度AI技术生态华南区域运营负责人曾旭东进一步向记者解释称,垂类大模型的训练依赖于特定领域的专业数据,对特定场景进行了深度优化,具备更深入的专业知识和更高的任务性能,这也使得垂类大模型在例如政务、医疗、金融、教育等专业应用场景中,能够提供更加准确、更高效的解决方案。

去年10月,广州市海珠区联合百度推出海珠政务云脑大模型,打造智能思考、懂分析、会决策的智慧政务体系,百度文心大模型自然语言处理(NLP)技术在其中起到了关键作用。如今,海珠政务云脑大模型可实现热线工单全程智能转派、审核、办结,效率大幅提升。

在广州深耕交通行业20余年的佳都科技,于2023年推出了全球首个城市交通行业大模型“知行”。佳都科技人工智能首席科学家王凯向记者表示,知行大模型能够结合交通行业特定的数据与信息,深度赋能城轨智能客服、智能运维、应急管理、安全运营、乘客服务、客流预测、节能环控等多个业务场景,真正体现出作为业务工具的价值。

王凯介绍,去年12月,知行大模型加持的客服数字人“小佳”在长沙地铁六号线黄花机场站试点应用,如今已能够代替85%的人工票务处理,代替90%的人工票卡查询,日均节省218次人工问询。目前,知行大模型在交管、停车、节能、运维等方面,已经形成了成熟并且具有商业价值的赋能解决方案。公司还作为全国智能交通领域唯一单位,参与了工信部大模型公共服务平台的研发和建设。

云从科技则针对金融、政务、能源、文娱等多个垂直领域都发布了大模型解决方案。例如,云从科技与游族网络合作,共同研究游戏垂直领域的LLM大模型,合作成果率先应用于游族网络的产品研发和全球发行。另外,云从科技与天津港集团、华为等共同研发的港口大模型PortGPT,



广州产业门类齐全、应用场景丰富,拥有庞大的用户体量和工业数据,这些都是发展垂类模型的优势。

垂类大模型由于聚焦特定领域,对数据质量和专业性的要求更高。垂类大模型的研发是一场“小而精”的革命,需要的是专业深度而非广度。

图虫创意/供图 陈锦兴/制图

是全球港口行业首次探索生成式人工智能与港口业务深度融合,已形成阶段性成果,有效提升了港口运营效率和服务质量,实现了港口业务流程的智能化升级。

“通用大模型的诞生只是一个起点,最终还是要落脚到特定应用场景之上,落到解决行业具体问题之上,也就是我们所说的垂类大模型。以行业大模型为关键技术驱动,与实体经济的应用场景深度融合,将会带来经济社会发展和产业的深刻变革。而国内广阔场景应用带来的数据和反馈,又将进一步加速行业大模型技术迭代,这也将成为国产垂类大模型的最大竞争力。”王凯表示。

商业化之路

通用大模型的研发,往往是一场比拼“烧钱”的游戏。外媒预估,OpenAI今年运营总成本可能将达85亿美元,全年可能面临高达50亿美元的巨额亏损。

“通用大模型通常需要大量的数据和巨大的计算资源,研发门槛和成本极高,训练一次可能需要数百万至上千万美元。垂类大模型由于聚焦特定领域,通常只需要较少的计算资源和时间,成本相对较低,但对数据质量和专业性的要求更高。在算力需求方面,垂类大模型在训练和推理过程中所需的算力相对通用大模型而言较少,资源效率更高。”曾旭东向记者表示。

在姚志强看来,垂类大模型的研发是一场“小而精”的革命,需要的是专业深度而非广度。“垂类大模型的研发成本相对较低,但研发门槛并不低。垂类大模型的成功,离不开高质量、大规模的专业数据积累和跨学科的智慧融合。”

与研发成本相对应的,业界当前也亟待大模型在商业化上取得突破。

在曾旭东看来,相较广而泛的通用大模型,垂类大模型在特定领域内可提供更精准的解决方案,可以通过自动化处理复杂的专业任务,提高工作效率,降低人力成本,还可以在行业中提供定制化的服务和产品。因此,垂类大模型往往具有更高的应用价值和商业潜力。“长远来看,由于各行业对专业化、定制化AI解决方案的

需求不断增加,垂类大模型的市场需求势必是增长的,这也有助于构建以垂类大模型为核心的产业生态。”

姚志强也表示,垂类大模型是行业痛点的精准解药,为各个领域带来了智能化的革新。

在具体的商业化变现路径上,海外相对常见的方式包括定制化解决方案、SaaS服务、API接口等。而在国内市场,内置大模型的“大模型一体机”被视为更具有落地性的商业路径。

广电运通研究院院长田丰向记者介绍,大模型一体机通过集成硬件、软件及大模型的完整系统,可以简化企业部署AI的过程,提高大模型技术的可接入性和可用性,构建“终端+软件+服务”的模式,实现“开箱即用”,满足了用户对于数据安全、模型优化、应用快速部署的多重需求。目前,广电运通也推出了大模型一体机,主要面向数字政府、银行业务、企业数字化、数据治理等应用场景。

王凯向记者表示,佳都科技已联合华为发布“知行交通大模型训推一体机”等多款一体机产品,加速推动垂类大模型在地铁、交警、交通枢纽等场景的销售落地,还可以为智慧城市、智慧金融、智慧政务等垂直行业领域提供全私有化的模型训练能力。

不久前,云从科技与华为合作发布的智能制造一体机亮相为全联接大会2024,该产品集成了云从科技在人工智能、大模型等方面的技术优势,结合华为的计算平台,为制造业提供了从数据采集、分析到决策执行的一站式服务,能够显著提升生产线的智能化水平。云从科技董秘杨桦此前也在2024年中期业绩说明会上表示,公司的一体机项目正在顺利推进中,目前已取得初步成果,并开始带来收入,未来一体机业务将成为公司重要的增长点。

人才是关键要素

最新发布的《2024年广东省人工智能产业发展白皮书》显示,截至2024年8月,广东省大模型累计发布数量为63个,位居全国第二。其中,广州全市

人工智能AI瞭望台

人工智能产业链相关企业总数达2112家,具体来看,30家企业被评为省大数据骨干企业、13家企业被评为省人工智能骨干企业,数量均居全省第一。2023年以来,广州企业和机构发布了近20个行业大模型,9个通过中央网信办备案。

曾旭东表示,广州作为人工智能企业聚集地,为垂类大模型的发展提供了丰富的人才资源、政策支持、产业基础和市场需求。百度2006年就在广州设立分支机构,近年来加大力度在大模型、深度学习框架、自动驾驶等新兴业务的布局。“当前,广州正立足建设国家人工智能创新应用先导区,加速推进人工智能产业创新发展,全力打造具有全球影响力的人工智能活力城市。在这个过程中,百度希望能发挥所长,贡献力量。”

对于广州打造“新一代人工智能垂类模型之都”的愿景,曾旭东建议继续加强产学研合作,推动科研成果转化,加速人工智能在各行各业的融合应用。“广州可以打造一批具有全国影响力的应用示范场景和标杆项目,构建具有国际影响力的人工智能产业生态体系。”

在姚志强看来,打造“垂类模型之都”,人才是关键。“广州应重视人才培养和引进,通过设立专项基金支持高层次人才创新创业,构建多元化的人才培养体系。同时积极拓展国际合作,吸引全球优质资源汇聚广州。”王凯也建议,应当支持人工智能产业链企业与科研院所合作,双聘引进高端科技人才,鼓励科技机构的科学家到企业中任职。

此外,王凯还建议在场景打造上开拓优势赛道,重点支持大模型等技术在智慧交通、智能制造等广州优势产业的落地应用。“全国车路云一体化建设的背景下,智能交通产业的辐射带动作用非常强。佳都科技知行大模型在交管、停车、节能、运维等方面已经有了成熟并且具有商业价值的赋能解决方案。通过‘模型+场景+产业’的融合创新模式,希望发挥链主企业的带动作用,助力广州打造‘地上+地下’立体化的场景示范,希望政府方面继续予以支持指导。”

汇顶科技筹划购买云英谷科技控制权

证券时报记者 严翠

半导体公司汇顶科技(603160)拟拿下同行云英谷科技股份有限公司(简称“云英谷科技”)控制权,公司股票将于11月25日起停牌。

据11月22日晚汇顶科技(603160)最新公告,该公司正在筹划以发行股份及支付现金的方式购买云英谷科技控制权,同时拟发行股份募集配套资金。

企查查APP显示,云英谷科技成立于2012年5月,注册资本约3.75亿元,是一家集AMOLED显示驱动芯片、MicroOLED/MicroLED硅基微显示芯片和显示技术IP授权的集成电路设计和生产企业,自然人顾晶为该公司法定代表人、董事长、总经理。

值得一提的是,小米旗下的湖北小米长江产业基金合伙企业(有限合伙)、华为旗下深圳哈勃科技投资合伙企业(有限合伙)、京东方、高通中国控股有限公司分别持有云英谷科技近4.4%、4.4%、4.3%、2.46%股份。

汇顶科技表示,本次交易的主要交易对方为顾晶、深圳翼秀一号企业管理中心(有限合伙)、深圳市翼升一号企业管理中心(有限合伙)及深圳翼升二号企业管理中心(有限合伙)。

另外,云英谷科技去年还曾开启冲刺A股IPO的进程。2023年1月16日,中金公司发布《关于云英谷科技股份有限公司首次公开发行股票并

上市辅导备案报告》,此后完成上市辅导工作。

今年9月2日晚间,云英谷科技在官微发布消息称,公司近期完成新一轮增资,由祥峰投资与成都策源共同投资。此轮融资完成后,云英谷科技拥有超过10亿元的资本储备以应对业绩的快速增长以及行业周期。云英谷科技预计,2024年公司给品牌手机出货OLED驱动芯片达到5500万至6000万颗。

据企查查APP,云英谷科技2022年上半年净利润为2081.32万元,同比增长171.64%,资产总计10.86亿元。

汇顶科技表示,因本次交易尚处于筹划阶段,有关事项尚存不确定性,为避免造成公司股价异常波动,经公司申请,公司股票自2024年11月25日开市起开始停牌,预计停牌时间不超过10个交易日。

汇顶科技强调,本次交易的定价将由交易各方协商确定,上述协议为交易各方就本次交易达成的初步意向,具体方案及相关条款由交易各方另行协商并签署正式交易协议确定。

分析人士指出,汇顶科技与云英谷科技下游客户均为消费电子品牌企业,若此次收购成功,双方将在业务、技术、人才、客户等领域产生较好的协同效应。

双方签订意向协议当日,11月22日汇顶科技股价收跌2.79%,报收81.8元/股,总市值375亿元。

企业家直播带货:任何新型商业模式都值得学习

证券时报记者 王小伟

近日,农夫山泉董事长钟睺眈直言自己永远不会做直播带货,也看不起那些做直播带货的企业家。他认为,做直播的企业是平面型的,“没有根”,并表示企业家应该去做“更有价值的东西”。

站在快消品赛道特殊性等角度考量,钟睺眈这一判断自有其道理。比如,在抖音等短视频平台的直播带货风潮中,真正尝到甜头的企业数量并不多;更遑论,直播带货等模式主导下,电商平台持续的价格战,有可能会造成恶性竞争。出于产业有序竞争,以及反内卷的角度,有没有企业家掌舵者来冷峻批判直播带货,客观审视其中的泡沫和“毒流量”,并由直播带货乱象延展至电商价格战的弊端,敢说实话,这难能可贵。

不过,时代一直在变,任何人都不能固步自封。从“互联网+”到“人工智能+”,直播带货已经成为网络营销模式的革新趋势,甚至是市场竞争中的“显学”,被全盘否定并不适宜。

在新媒体电商时代,相比于部分企业家乐于做“甩手掌柜”,一批企业家给自己的产品代言,通过直播带货等形式,实现品效结合,这既有利于老品牌复苏,也有利于新品牌被市场认知。能把货卖出去,产品得到消费者的认可,最终受益的都是实体经济。从企业角度看,这有利于销售额的提升;从整个社会来看,也有利于消费需求的复苏,利大于弊。

更何况,直播带货的背后指向也并不相同。某些企业家或者掌舵者的直播带货,有被动或自救的意味,

包括罗永浩直播带货还债,俞敏洪通过直播带货实现企业生存和转型等。此外,还有小米雷军的直播带货,更倾向于传播自家产品,尤其是助力人生创业“最后一战”——小米造车走向成功。

企业家直播带货是一种新鲜的营销方式,更是一种传播范式的变革。只要合法合规,任何一种商业模式都不存在禁区,包括勇于从高在上的管理层走向直播端,敢于尝试直播带货的企业家在在,都值得尊敬。

从互联网时代开始,企业家圈层对于带货和带货等行为,就存在某种意义上的“鄙视链”。此前新兴电商崛起时,部分传统电商就曾认为,自己处于“鄙视链”的相对下端。部分企业家掌舵者也将这次争议,看作短视频时代新“鄙视链”的出现。

无论是饮用水赛道还是从农夫山泉的龙头地位来说,其都具有特殊性,这也是其敢于放出电商平台销售额不超过5%豪言的底气。但从另一个角度看,倘若农夫山泉能更早重视起对直播带货、新形式的流量传播重视起来,在遭遇类似互联网舆情事件的时候,也必然会应对得更加自如、高效。

诚然,在企业家直播带货的过程中,无论是企业方,还是短视频平台方,都应该高度关注“度”和“质”的问题,既要接地气,又要注重实效,既不过于追逐泡沫,也不做封闭的绝缘体,或许这才是更理性的态度。同时,对于直播带货过程中涉及的虚假宣传或假货滋生等乱象,也需要监管措施的优化和完善。多方努力,才能把直播带货带入高质量发展的进阶轨道。

华致酒行年内第三次分红 预计派发3.3亿元

证券时报记者 康殷

11月22日晚,华致酒行(300755)发布公告,将向全体股东每10股派发现金红利8.09元(含税),预计派发现金红利3.3亿元(含税);本次利润分配不送红股,不进行资本公积金转增股本。本次分红主要是使用以往年度所积累的未分配利润进行分配。

公告显示,截至2024年9月30日(未经审计),华致酒行合并资产负债表未分配利润为23.05亿元,母公司资产负债

表未分配利润为9.9亿元,本次现金分红总额占母公司未分配利润33.34%。值得注意的是,此次分红已经是本年度华致酒行开启的第三次分红动作。

华致酒行表示,此次分红是为进一步回报股东对公司的支持,积极落实分红实施,提高分红水平、增加分红频次,加大投资者回报力度,分享经营成果,提振投资者对公司未来发展的信心。

近两年,随着资本市场对上市公司股东回报重视程度的提升及现金分红政策的出台,上市公司分红“诚

意”十足,通过现金分红、股份回购等方式增强对股东的回报。

值得注意的是,自今年10月中旬,华致酒行进行了一系列组织架构调整和战略改革的落地动作。包括面向合作门店、合伙人、企业内部积极开展“去库存、稳价格、促动销、强团队、调结构、优模式”等措施。此外,华致酒行实控人、董事长吴向东以及公司高管团队自华致酒行上市以来始终没有采取过减持行为。

2024年,受消费需求的持续疲软

和宏观经济通缩的影响,整个酒水行业面对的是需求急剧萎缩的现实。据了解,三季度以来,受经济弱复苏和消费力下降的影响,涉酒类上市公司业绩普遍趋缓。

相比往年,更有酒业企业存在不同比例的下行趋势,作为酒类经销商更因库存高企、动销缓慢而影响营收及利润,加之线上线下的竞争内卷日趋严重,经销商对市场缺乏信心,原本韧性极强的中国酒业市场仿佛步入漫漫寒冬。

交通银行深圳分行联合福保社区 开展金融反诈与红色教育活动

近日,交通银行深圳分行携手福田区福保街道福保社区举办了一场主题为“我说你听,你说我听”的金融反诈与红色教育活动,旨在提升社区居民,特别是退伍老兵的金融素养,增强他们的反诈意识。

活动现场,交通银行深圳分行的工作人员针对老年人群体容易受骗的特点,通过播放小视频、案例讲解等方式,详细介绍了当前电信网络诈骗的作案手法、基本套路和防范措施,还现场指导老兵们如何设置手机安全支付模式,有效增强了他们抵御电信诈骗的能力。

交流互动环节,老兵们踊跃发言,提出了实际生活中遇到的金融问题及诈骗手段。现场工作人员进行了详细解答,并结合大家的提问,通过以案说险,进一步分析了各类诈骗案例,帮助老兵们提高识别诈骗信息的能力。

现场,退伍老兵们还分享了红色故事,他们用铿锵有力的话语,讲述了抗战时期的英勇事迹,让在场的老兵们深受感动。这些红色故事不仅弘扬了爱国主义精神,也激发了大家珍惜当下、砥砺前行决心。

交通银行深圳分行将继续践行“金融为民”理念,加强与社区的合作,常态化开展金融知识教育宣传活动,为营造安全稳健的金融环境贡献力量。(CIS)