

文心一言的首秀与疑问

一切都透露着不寻常，从多场预热沟通会、规模化披露生态伙伴，到严格的内测范围。3月16日，多年不到现场站台的百度创始人李彦宏，亲自演示了百度最新的生成式AI产品——文心一言。

一天前，各大科技媒体的版面也属于AI，主角是OpenAI的GPT-4。不过，OpenAI的创始人和一些学者仍在提醒不要过分神化GPT-4。艾伦人工智能研究院院长、华盛顿大学教授奥伦·埃齐奥尼也提醒，“离放心让任何GPT运营一座核电站，还有很长的路要走”。正因如此，生成式人工智能的竞争不会囿于一款产品，百度、微软、谷歌，以及或高调或谨慎的科技同行们已经听到哨声。

“逼”出来的产品

“文心一言还有很多不完美的地方。”李彦宏向所有媒体重复这句话，就像前一日OpenAI联合创始人格雷格·布罗克曼演示GPT-4时强调的那样。

3月16日下午2:00，李彦宏准时出现在百度科技园K6报告厅的舞台中央。一开场，他就直言不讳地回应了外界对文心一言推出时间的疑问，“为什么是今天，你们真的准备好了吗？”

“其实我们已经为此准备了十几年，百度2019年就推出了文心大语言模型，但也不能说我们完全准备好了，文心一言对标ChatGPT甚至是对标GPT-4，门槛是很高的，全球大厂还没有一个做出来的，百度是第一个。我自己测试感觉还是有很多不完美的地方。”李彦宏说。

从分析、总结到推理，文心一言展示了文学创作能力。它的类似能力还包括给一家用大模型服务中小企业数字化升级的科技起名、提炼Slogan、撰写新闻稿等。

要说和GPT-4功能演示的不同，做数学题算一个，那是ChatGPT刚上线时频繁翻车的部分。在这个环节，文心一言辨别出第一道题目有误，对第二道正确的问题，给出了准确结果和解题步骤。

和ChatGPT相比，“文心一言的优势是中文，这是ChatGPT的短板，但差距有限。所以文心一言能不能在中文领域给大家惊喜，拭目以待。但也不宜期待过高，毕竟两者在算力、算法、数据上的差异摆在那里”。浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林向北京商报记者表示。

不是单品竞争

遗憾的是，李彦宏演示的文心一言略显文科气，ChatGPT常被点赞的编程方面能力，文心一言没有展示。

这种有意无意的差异化，让外界对文心一言和ChatGPT的优劣更加好奇，尤其在两者几乎同时“上新”的节骨眼上。

3月10日，微软德国CTO Andreas Braun宣布，“我们将在下周推出GPT-4，会是多模态模型”。

让热度升温的还有同是搜索出身的谷歌，GPT-4发布前几个小时，谷歌推出一系列生成式AI功能，用于各种办公软件中，包括谷歌Gmail、Docs（文档）、Sheets（表格）和Slides（幻灯片）。几天之内，微软、谷歌、百度的交集似乎越来越大。

真正的PK从3月15日开始，OpenAI发布GPT-4后，不少国内用户不约而同与GPT-4交互，杭州电子科技大学副教授徐伟栋就是其中一员，“大清早我周围的人就在测GPT-4，小学算术还是不会算”。对于3月16日百度的表现，他认为符合预期，更期待亲自试用。

谈到生成式AI大模型未来的商业化，易观合伙人、企业数字化中心总经理张澄宇告诉北京商报记者，“虽然OpenAI已经占据了先机，但生成式AI的竞争还远没有结束。尤其对于中文互联网世界来说，企业在模型层面的领先不足以确保获得最终的商业成功，对用户需求的把握、对产品体验的打磨、对产业生态的塑造，甚至来自国家政策、法律、监管等层面的变化都会给市场格局带来巨大的不确定性”。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端也提出了此类观点，她告诉北京商报记者：“这不是一个单品竞争的问题，是各个大厂如何积累优势和生态的问题，一点是渗透市场，另一点是跟垂直行业去结合，形成一个融合创新题，这不是一蹴而就的。”

这种融合，也是百度发布会后半场强调的重点。自2月官宣“文心一言”以来，超过650家企业接入文心一言生态。

李彦宏预测，大语言模型将带来三大产业机会：新型云计算（Mass即服务）；工业、金融、交通等行业模型精调；文字、图像、音视频生成等应用开发。在行业模型精调方面，百度文心大模型在电力、金融、媒体等领域，发布了10多个行业大模型。

回看国内大厂，腾讯自研的AI超大规模预训练模型“混元大模型”，融合TNN开源推理框架之后，可向客户输出数据处理、模型训练、应用及推理加速等服务，能降低AI开发门槛、提升研发精度和效率。阿里达摩院“通义”大模型系列已应用于电商跨模态搜索、AI辅助设计、开放域人机对话、法律文书学习、医疗文本理解等场景。

宽泛点讲，OpenAI面向商业用户推出的ChatGPT和Whisper语音转文字API，微软对GPT大模型植入的开发态度，也是同样的考量。

北京商报记者 魏蔚

X 西街观察 Xijie observation

文心听我一言，GPT没有背水一战

张绪旺

第一步非常重要，更重要的是日积跬步。3月16日下午，百度CEO李彦宏的演示，让国产生成式大模型文心一言露了真容。尽管市面上已经有七七八八的同类产品，但大模型与大公司大平台更匹配的广泛共识，让人们愿意相信，这是国产GPT与ChatGPT真正意义上的第一次针锋相对。

既然是第一次，磕磕绊绊在所难免，尤其是文心一言所面对的。此前一天，ChatGPT大模型升级到4代版本，跳出了只能文本对话的限制，看得懂梗图，能生成图片，10秒搭建一个网站（代码）……能力较上一代版本几何指数的成长，自然也就把压力抛给了晚一天面世的文心一言。

鉴于ChatGPT另一个重要对手谷歌Bard今年2月首秀“翻车”，文心一言出点啥“事故”似乎都在情理之中。从现场演示看，百度高管的紧张肉眼可见，文心一言倒是中规中矩。及至当天晚间陆续有更大范围用户内测流出，一切似乎回到了看好与不看好的动态均衡；有些方面文心一言表现好一点，有些地方离ChatGPT还有差距。

百度的交卷时刻，行业的思考节点。

GPT成为AI乃至整个科技圈顶流之前，凡此种种似曾相识的感觉不是没有。比如阿尔法狗，比如iPhone、安卓……区别在于，阿尔法狗没有形成用户规模化场景，在谷歌小试身手之后，成为了深度学习的开源象征；iPhone、安卓都是消费互联网的代表，国产力量

通过智能机小米、华为和世界级应用微信、淘宝占据产业链。

GPT不是最终答案，至少单个对话式产品掌控不了全局，不然不需要微软全线产品打配合。恐慌大可不必，AI技术爆发到场景爆发，始终隔着一层不确定性，企业和产品可以长跑、可以长跑甚至可以折返跑。

对于文心一言，对于百度，一场发布会甚至算不上打响第一枪，毕竟还没有足够的用户覆盖率。对于整个科技圈，国内国外，大厂小厂，GPT还远远到不了背水一战。

创业故事里，我们喜欢大开大合，喜欢宏大叙事，这在消费互联网的江湖大概率能成功：大资本驱动大产品，几亿几十亿美元砸下去，直接惠及用户也就直接支撑了产品。

但在人工智能领域，特别是GPT这次典型风口，同样是几亿几十亿美元砸进去，但真金白银无法直接与用户产生关联。不给消费者发钱却很烧钱，还不得不做，是个企业都得盘算盘算。

一旦选择了这种竞争模式，有个好处是，不太容易受用户情绪左右。AI投入很大程度上是自己与自己战斗，像GPT触及底层的模型、框架、算法的竞争，企业更接近于科学家式的触及灵魂。

逐鹿GPT，既然用户的情绪不必太在意，之于竞争对手的背水一战又从何谈起，短时间任何人任何企业还看不到一击必杀。

中德友谊树“搬新家”，常青树下的故事仍在继续

这是一棵雪松和它成长地的故事。

在上汽大众的厂区内，矗立着这样一棵承载了中德长期合作与互信的雪松。雪松积极昂扬、枝叶扶疏，记录了中德友谊的开花结果，承载着上汽大众必有更大发展的信念。30年来，枝叶不言，却默默见证了中国现代汽车工业的蓬勃发展，它用自己的方式诉说着上汽大众的故事……



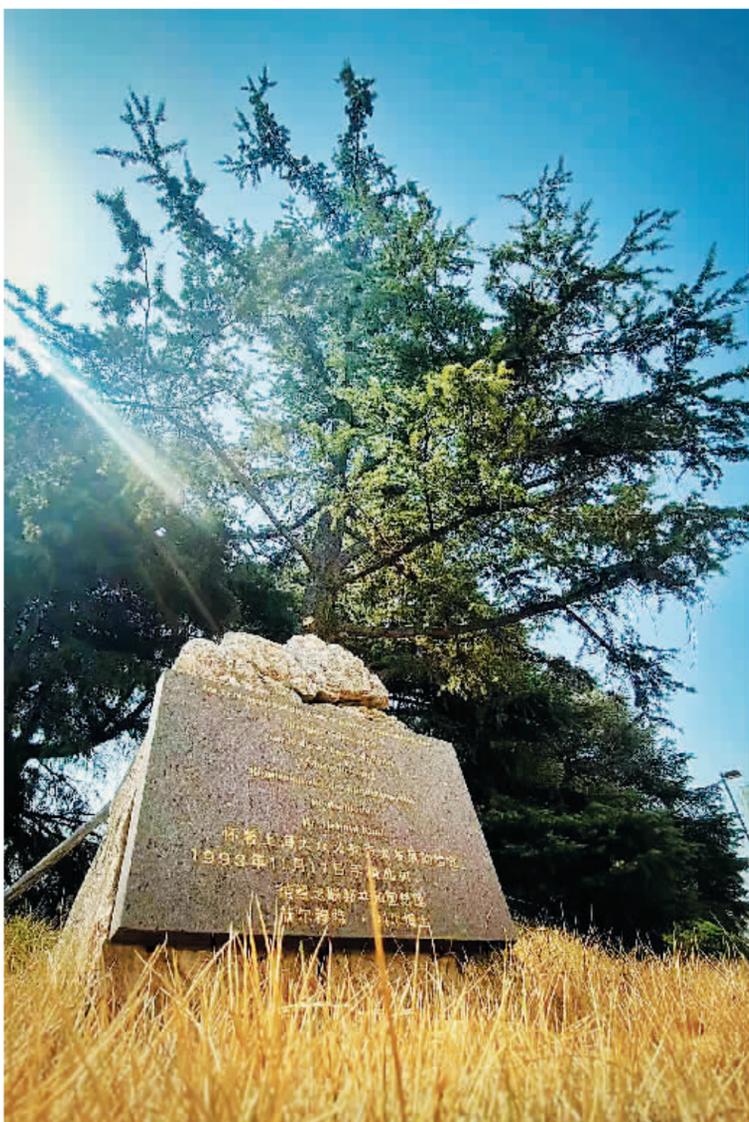
桑塔纳流水线



1988年7月1日上海-桑塔纳轿车国产化共同体成立



1993年11月17日时任德国总理科尔种下“中德友谊树”



上汽大众中德友谊雪松

1993年，时任德国总理科尔博士访问上汽大众，并在汽车二厂冲压车间的花坛

内种植了一棵象征中德友谊的雪松，为雪松浇下“定根水”。一块莱阳绿大理石纪念

碑在树前矗立，碑上用中德两国文字刻着中德双方的冀望——“怀着上海大众必有更大发展的信念”。

彼时的上汽大众，在中德两国政府的关心下茁壮成长、迅速发展。桑塔纳国产化目标初步达成，零部件国产化率超过80%，也直接促进了400多家高质量的零部件企业成熟落地，汽车产业链初具规模。同年，上汽大众年生产桑塔纳10万台，占了全国轿车销量的六成以上，一切都预示着下一场厚积薄发，而这一切来得并不容易。

枝叶初生 以合资模式开创新纪元

上世纪70年代，中国轿车工业仍处于规模小、机械化程度低的状态。随着改革开放逐步推进，怀抱发展汽车强国的心愿，中国与西方各国开始洽谈合资建设轿车事宜。1978年，一支由中国政府代表组成的团队踏上陌生的联邦德国国土，来到了大众汽车集团的沃尔夫斯堡总部，开启了中德合作的序幕。1983年4月11日，中德以合资形式在上海汽车厂生产出第一辆汽车——桑塔纳。尽管厂房条件简陋，但无论是中国员工还是德国专家，每个人脸上都充满希望和干劲。1984年，上汽大众正式签约奠基，人们意识到，中国汽车产业的全新支点诞生了。

更大的发展，源于一颗种子、一株幼苗。在生产桑塔纳早期，只有轮胎、喇叭、天线和标牌真正实现国产，其余零件全部是进口拼装，国产化率不足3%，比起生产不如说是组装。如果无法提升国产化率，中国汽车生产技术便无法真正实现提高，上汽大众项目也将叫停。中国轿车生产第一次真正意义上接触到国际的制造标准和工艺，“从0到1”的艰辛可想而知。

亭亭如盖 桑塔纳国产化奠定基础

当时中国汽车零部件企业的状况是缺技术、缺钱，提高国产化率就必须对汽车零部件

企业进行技术改造，大笔的改造费便是当时制约提高国产化率的主要障碍。

1988年，“国产化基金”正式设立，根本性地解决了零部件企业引进技术、设备的经费问题。同样在1988年，105家零部件配套企业、6所高校、7家科研院所的成员则共同成立了“桑塔纳共同体”。桑塔纳的国产化不再是一家企业的事情，而是整个城市，甚至是中国汽车产业的问题。有了政策支持、有了资金支持，大批零部件企业开始脱胎换骨地成长。甚至后来，只要质量标准获得过上汽大众认可的零部件，其他厂家就直接采购，成了“免检产品”。

而在企业内部，上汽大众从德国大众聘请了20多位退休工程师来培训和指导零部件生产，严格按照德方的“六道关口”，即入门关、首件样品关、工装样品关、质量保证体系评估关、批量供货关和正式供货关，实现零部件国产化100%合格。同时，如果国内本土零部件工厂想成为上汽大众的供应商，就必须按照德国标准重新改造，零部件经过德国标准测试，才能通过考察。上汽大众坚持了高标准，也正式走出了中国汽车产业“敲敲打打”的时代。

十围之木，始生如粟。桑塔纳国产化的过程，中德合作伙伴共同建立了400多家高质量的零部件企业，成为了中国汽车零部件体系的核心，为国内汽车产业发展打下基础。上汽大众也逐步建立包括产品研发、零部件供应体系、现代化的整车生产系统以及全功能的销售和售后服务系统在内的完整产业链。

如今，这棵中德友谊之树已经从落地生根长成枝繁叶茂。亭亭如盖之下，上汽大众也从桑塔纳起步，一步步成为中国汽车市场代表性的车企。帕萨特、朗逸、凌渡、途观、途昂、ID.纯电家族，一款款明星产品遍布全国各个角落。2023年3月，这棵承载上汽大众奋斗精神的雪松被移植到了综合管理厂区，继续记录上汽大众在电动化转型新时代下的新征程。植根沃土，奋斗不息，常青树下的故事仍在继续……

图片来源：企业供图