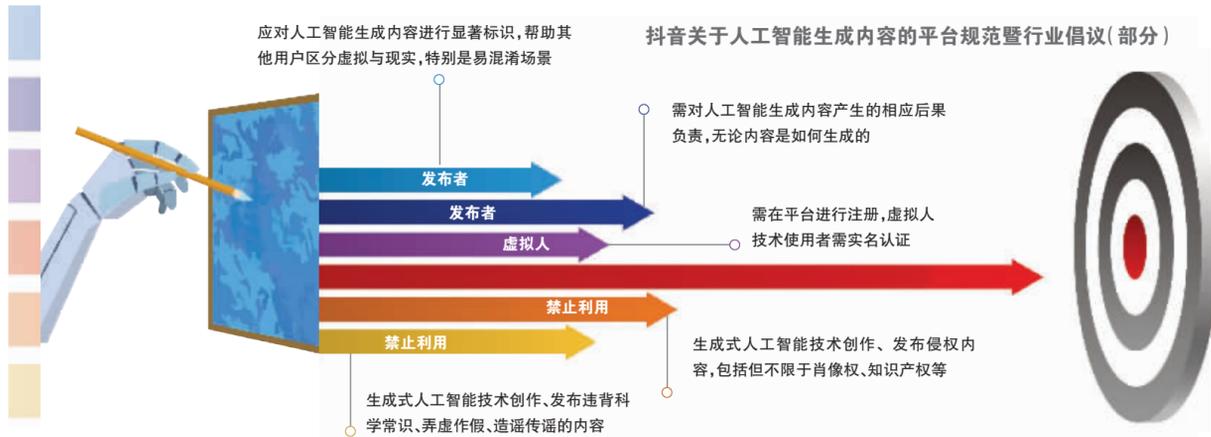


## AIGC“堵漏洞”

ChatGPT打开了人工智能的新大门,也打开了潘多拉的魔盒,一段时间以来,关于人工智能生成内容以假乱真、数据泄露以及侵权的风险被进一步放大。5月9日,作为内容平台方的抖音开出了自己的药方——贴“水印”,明确发布者应对人工智能生成内容进行显著标识。而这份倡议也成为一个月前国家互联网信息办公室发布的《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》(以下简称《管理办法》)更为落地的版本。



## 监管在追

眼下,监管对生成式人工智能的关注已经在全球范围蔓延。几天前,美国白宫刚刚重磅宣布首个AI监管计划,美国国家科学基金会计划拨款1.4亿美元,用于启动7所新的国家人工智能研究院。

紧接着,美国总统拜登就出席了在白宫举行的一个人工智能会议,会见包括谷歌、微软和OpenAI在内的顶级AI公司的首席执行官。

会后,美国副总统哈里斯在一份声明中表示,AI技术有可能改善生活,但也可能会带来安全、隐私和公民权利方面的担忧。她告诉这些科技公司的高管,他们有责任确保其AI产品的安全,政府对AI方面的立法持开放态度。

英国竞争与市场管理局也确认,该部门正在对人工智能市场展开评审,其中也包括大语言模型、生成式人工智能在内的基础模型。而在上个月,欧洲议会成员也就《人工智能法案》达成提案,对AI模型提出更严格监管要求。

天使投资人、知名互联网专家郭涛认为,当前,AIGC产业监管方面存在相关法律法规与标准体系不健全、缺乏多部门协同的自上而下的监管体系、监管技术手段落后等突出问题,政府有关部门需要尽快建立健全AIGC研发与应用相关法律法规和标准体系,建立或完善伦理审查制度和监管体系,加强对科技企业、应用场景、使用者的监管,搭建多方参与协同治理平台,推动AIGC产业健康可持续发展。

“生成式人工智能的监管也存在一些难点问题,比如平台方如何进行责任界定,内容如何确定到底出自真实的人类还是人工智能,以及取证难等。”不过王鹏补充称,监管和创新技术、创新模式之间永远都是一个跟和被跟的关系,一定是先有技术,然后产生风险,再去规范。有了监管,有了倡议,也就能更有利于行业的发展。

北京商报记者 杨月涵

## 显著标识

人工智能是一把双刃剑,ChatGPT的出现与火爆,更强化了AIGC的这一属性。对此,面向创作者、主播、用户、商家、广告主等平台生态参与者,抖音发出了一份关于人工智能生成内容的平台规范暨行业倡议。

抖音要求,在抖音应用生成式人工智能技术时,发布者应对人工智能生成内容进行显著标识,帮助其他用户区分虚拟与现实,特别是易混淆场景。同时,发布者需对人工智能生成内容产生的相应后果负责,无论内容是如何生成的。

虚拟人也被囊括在内。抖音提到,虚拟人需在平台进行注册,虚拟人技术使用者需实名认证。抖音表示,禁止利用生成式人工智能技术创作、发布侵权内容,包括但不限于肖像权、知识产权等。同时,禁止利用生成式人工智能技术创作、发布违背科学常识、弄虚作假、造谣传谣的内容。

“各生成式人工智能技术的提供者,均应对生成内容进行显著标识,以便公众判断。同

时使用统一的人工智能生成内容数据标准或元数据标准,便于其他内容平台进行识别。”倡议提到。

为配合倡议,当天,抖音还发布了人工智能生成内容标识的水印与元数据规范。据悉,标识元数据规范即通过规范人工智能生成内容的元数据格式,在相关图片和视频元数据中写入信息,达到行业通用识别的效果。

大约一个月以前,国家互联网信息办公室起草了《管理办法》,明确表示,利用生成式人工智能生成的内容应当真实准确,采取措施防止生成虚假信息。

值得一提的是,5月10日及为意见反馈的截止时间。如果《管理办法》获得通过,这也意味着中国将正式开启对AIGC的专门监管。

北京社科院研究员王鹏分析称,比起此前的《管理办法》,抖音的这份倡议更为落地,让更多相关人员参与其中,尤其是针对平台上的大量创作者和使用者,督促大家能够遵守相关的规定,提前防范化解可能存在的风险。

## 真假难辨

AIGC伴随着风险,几乎已经成了全球共识。5月的第一天,全球人工智能的“高光”聚焦在了号称“人工智能教父”的杰弗里·辛顿身上。当天,《纽约时报》率先曝出辛顿从谷歌离职。辛顿坦言,他之所以离开谷歌,就是为了完全自由地说出人工智能所带来的危险。

苹果公司联合创始人史蒂夫·沃兹尼亚克也曾表达过他对人工智能散布虚假信息的关切,“如果有人想骗你,利用人工智能技术,欺骗就会变得简单得多”。

闹剧早有预演。此前,乔治华盛顿大学一名法学院教授就莫名成了“性骚扰者”,原因在于ChatGPT生成的一份“有性骚扰历史的法学学者”名单中,这位教授就在其中。而在今年2月,一则关于“杭州市政府将于3月1日取消机动车尾号限行政策”的消息也在网络疯传。但随后杭州警方证实,该消息为ChatGPT写的假新闻。

王鹏表示,生成式人工智能依托于大模型训练,在某些应用领域中发挥了重要的作

用,甚至在一些情况下能够达到相对专业人员的水平,足以以假乱真。因此从传播、社交及娱乐等角度出发,尤其是在内容平台上,就容易产生一定的问题。

瑞莱智慧深耕于AI安全领域,针对生成式人工智能内容的虚实难辨,瑞莱智慧联合创始人萧子豪以ChatGPT举例称,技术方面,有一些方法被提出,比如针对合成文本的鉴别、数字水印等,但还存在难点。

机器与人类撰写的文本差异性特征较少,机器合成文本的结果无论从结构和语义角度都能较好地遵循人类书写的规则,同时一个真人说话的方式也可能是多变的、结构有异的,因此很难单纯从文本本身就鉴别出是否由ChatGPT生成。另外,数字水印需要ChatGPT在生成内容时即添加水印,需要考虑到技术实现问题。

“从这一点来说,生成式人工智能,无论是音频、视频还是与虚拟人、数字人技术的结合,都可能带来一定的风险,需要有关部门、平台方加强监管,让生成式人工智能更好地服务人类社会的相关产业,提质增效降本增效。”王鹏称。

## Market focus

## 比亚迪拿下保险牌照

首家保险公司破产重整事项尘埃落定。5月9日,银保监会发布关于易安财产保险股份有限公司(以下简称“易安财险”)变更股东的批复,同意比亚迪汽车工业有限公司受让易安财险10亿股股份,持股比例为100%。至此,包括“蔚小理”在内的新能源车企巨头们纷纷完成了保险牌照的布局。

尽管易安财险的经营范围并无车险业务,但市值万亿级的头部新能源车企收购一家保险公司,依旧给新能源车险的发展带来无限想象空间……

## 比亚迪正式接盘易安财险

5月9日,随着银保监会一纸批文,上市公司比亚迪的控股子公司比亚迪汽车工业有限公司成为了易安财险唯一股东。本次股权转让获批,也代表着比亚迪正式拿下财险牌照。

被收购的易安财险于2016年2月获批开业,注册资本10亿元,是监管批准设立的国内四家专业互联网保险公司之一。2020年7月,易安财险因偿付能力不达标等原因被银保监会实施接管、监管。2022年7月,银保监会原则上同意了易安财险进入破产重整程序。

此后,易安财险管理人发布重整战略投资者招募公告,在这样的背景下,比亚迪成功拿下了易安财险牌照。

值得注意的是,根据2018年修订的《保险公司股权管理办法》,单一股东持股比例不得超过保险公司注册资本的三分之一,也就是说,比亚迪出资比例已经超过保险公司单一股东持股比例上限为33.33%的限制,实现了全额持股。

易安财险的招募公告曾提到,战略

投资者应当与易安财险有良好的业务协同,可为易安财险的健康发展提供资源支持。但从现实情况来看,易安财险目前并没有车险经营权。不过,有市场传闻称,比亚迪正式接手易安财险后,将会申请车险方面经营资质。

谈及此次股权转让,经济学家宋清辉表示,这标志着比亚迪正式进军保险行业,有助于分食车险这块“肥肉”。

## 车企涉险能否撼动市场

业内对于车企入局保险业的讨论由来已久,此前,比亚迪也已经着手布局保险行业,于2022年3月在深圳市设立比亚迪保险经纪有限公司。

不同于成立保险经纪公司需要拿到银保监会批复之后才能开展保险业务,如今的比亚迪已经正式拿到了保险牌照。至此,新能源车企比亚迪、蔚来、小鹏、理想等纷纷完成了保险业的布局。

缘何一众新能源车企如此执着于保险布局?北京联合大学管理学院金融系教师杨泽云告诉北京商报记者,大型企业基于熟悉自己的风险以及掌握着诸多

的客户信息成立保险经纪、保险代理公司甚至保险公司、自保公司并不少见。

驶入车险赛道能为新能源车企带来哪些效益?杨泽云表示,首先,新能源汽车厂商通过车机系统对自家汽车风险信息、车主信息以及车辆驾驶信息的充分掌握和了解,能够为车主提供更好的汽车保险服务甚至汽车延保服务,从而提高车主的用车体验。其次,汽车厂商也希望通过汽车保险业务形成汽车消费从销售到后期保养维护的闭环,既为车主提供更好的服务,拓展利润来源,也提升客户对于汽车品牌及汽车的信心和美誉度。再次,新能源汽车保险当前还面临着“油费”低但保险费高的尴尬处境,如果新能源汽车厂商入局,能借助其信息优势,降低自家车险的保费,增强竞争力。

前景虽然可期,但从实际情况来看,两个行业的碰撞亦充满了挑战。

正如股神巴菲特所言,“保险并不是简单的业务,车企进军保险业成功的概率,与保险公司踏入汽车行业成功的概率相当”。

中国人保副总裁于泽在不久前的业绩发布会上直言,车险对承保和理赔服务网点要求很高,庞大的网点服务体系对进入到车险行业的企业而言挑战很大。

杨泽云也表示,车企入局保险公司,如果不能从风险管理角度降低事故发生率及损失程度进而实现风险减量管理,而仅仅是改变保费计算方式,很难从根本上改变车辆保险的运营状况。

北京商报记者 孟凡霞 李秀梅

## 电动化转型前夜 悦达起亚轮休

5月9日,有报道称,江苏悦达起亚有限公司(以下简称“悦达起亚”)发布内部通知显示,为实现电动化转型,业务人员结构需要整合,该公司安排管理岗员工分批轮休,首批轮休时间长达一年,为2023年6月1日至2024年5月31日。

该通知显示,员工轮休期间,公司会在第一个月正常支付工资;第二个月起,公司按当地最低工资标准发放工资,期间员工不享受公司福利、调薪、激励金等政策。一位悦达起亚内部员工透露,首批名单超过130人,主要为公司老员工。

据悉,悦达起亚总部和工厂位于江苏盐城,销售公司位于上海,管理岗人员涉及盐城和上海两地。据了解,盐城和上海的最低工资标准分别为2070元/月和2590元/月。一位接近悦达起亚的人士对北京商报记者表示,公司内部确实是在进行调整。

悦达起亚成立于2002年,原为东风悦达起亚,由东风汽车集团、悦达集团和韩国起亚三方合资。2022年1月,东风汽车正式退出并将25%的股权以2.97亿元的价格转卖,“东风悦达起亚”由此更名为“悦达起亚”。作为韩国在华合资车企之一,悦达起亚年销量曾突破65万辆。然而,随着国内车市存量时代竞争加剧,主打性价比的韩系品牌面对自主及豪华品牌的挤压逐渐丢失市场份额,2022年悦达起亚销量不足10万辆。

销量低迷,悦达起亚的亏损也持续扩大。2017-2022年,悦达起亚归母净利润分别为-11.23亿元、-4.92亿元、-12.99亿元、-47.50亿元、-26.12亿元和-37亿元,合计亏损高达139.76亿元。

不过,面对市场份额收缩,起亚方面多次强调不会放弃中国市场,并将希望寄托于电动化转型。2023年3月,起亚正式发布起

亚中国新能源战略中长期电动化蓝图。根据规划,起亚将于2027年底前在中国推出6款基于起亚E-GMP纯电动架构打造的全新电动化车型。起亚方面预计到2030年在中国市场实现18万辆的新能源汽车销量,占该公司在在华年销量的40%。

事实上,此前悦达起亚也曾尝试转型并推出起亚K3 EV等车型,但在激烈的新能源车市场竞争中并未杀出。而对于此次在华的新能源战略,起亚中国总经理金京铉表示,起亚中国到2027年将推出6款EV车型;到2030年其年销量将冲击45万辆,其中EV车型达18万辆,占比达40%。

起亚中国公布在华新能源中长期战略不久,合资企业悦达起亚便传出内部调整消息,外界认为,这或许也是起亚转型中必须经历的“阵痛期”。

在通知中悦达起亚方面表示:“鉴于公司已正式开启电动化全面转型,逐步从燃油车市场向新能源车市场过渡。根据公司战略转型发展需要,内部业务及人员结构需要重新整合。为成功实现战略转型,重塑业务体系,现对管理岗员工分批进行轮休。”悦达起亚方面还表示:“公司需要通过本次的战略转型,适应汽车市场新形势、新变化……特采用轮休的方式,进行业务调整与过渡。”这意味着,悦达起亚正在开启电动化转型前的调整工作。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为,目前自主品牌新能源汽车渗透率接近六成,合资品牌新能源车增量则依然缓慢,部分企业错失一些机会,后期要做出更大努力才有机会追上。同时,新能源汽车从研发到营销思路,对比燃油车时代均有所改变,产品转型的同时,企业内部团队和管理层也进入转型期。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦