

文心一言国内率先收费

49.9元/月

想要体验最新版文心大模型，花钱就可以。北京商报记者11月1日登录文心一言网页版发现，对话框上方出现两行小字，文心大模型3.5、文心大模型4.0，前者是百度6月下旬官宣的大模型版本，后者是10月中旬启动内测的最新版。

按照文心一言的规则，所有用户均可使用文心大模型3.5，如用户想要使用文心大模型4.0，需要开通会员。目前文心一言提供会员和联合会员两种服务，用户与非会员权益上的区别，体现在模型能力、图片生成、插件权益上。

以模型能力、图片生成为例，文心一言会员可使用文心大模型3.5、文心大模型4.0能力，生成的图片分辨率1024×1024，在网页端可一次生成多图。非会员可使用文心大模型3.5，生成的图片分辨率512×512，不可一次生成多图。

联合会员是指文心一言会员+文心一格白银会员，其中文心一言会员权益包括文心大模型4.0的能力，文生图能力全面升级、网页端高阶插件、App端每月赠送600灵感值；文心一格会员权益包括快速生成多尺寸高清图像、创作海报和艺术字、AI编辑改图修图。

在价位上，文心一言会员提供连续包月49.9元/月，单月购买59.9元/月两种选择，联合会员价是99元/月。

这种to C收费的模式和ChatGPT类似。目前ChatGPT用户可以免费使用GPT-3.5版本的能力，如想使用更强大的GPT-4.0版本，体验更快的响应速度，访问插件和高级数据分析等测试版功能，需要支付20美元（按实时

从上线to C产品到试水商业化，百度总抢在前面，生怕错过大模型风口。11月1日，北京商报记者发现，百度生成式AI产品文心一言上线了面向用户的会员和联合会员服务，开通任意一种会员后，用户可体验最新发布文心大模型4.0相关能力，非会员可免费使用基于文心大模型3.5的各种功能。

放大到国际市场，ChatGPT早就推出收费的Plus服务，可在国内，百度是最早采用会员模式进行通用大模型to C商业化的企业。“再不快点就要被赶上了”“大概率同行会跟进”……尽管目前其他大模型平台公司没有to C付费的时间表，但百度的迫切、行业的走向显而易见。

汇率换算约146元)/月升级为ChatGPT Plus用户。

跟不跟

对标ChatGPT，文心一言会员的价位更低，且商业化更晚。2月初，也就是文心一言推出前一个月，OpenAI就发布了ChatGPT试点订阅计划——ChatGPT Plus。

“虽然感觉在某些方面，GPT确实有些优势，但是换算下来，ChatGPT Plus服务的价格是文心一言会员的3倍，算力差距应该到不了3倍吧。”听到文心一言上线会员服务消息，名为“昊冉”的网友在社交平台发言。

“考虑到用户画像、市场和大模型性能的差异，当前ChatGPT Plus的定价只能作为文心一言会员价的参考对象，但不是唯一标准。”中国科学院文献情报中心人工智能高级工程师张或告诉北京商报记者。

“现在是尝试定价，这一步必须走。”谈到文心一言会员价位的合理性时，文渊智库创始人王超向北京商报记者表示，“不管哪个产品先开始to C商业化，都要走出尝试的第一步”。

回到国内，文心一言会员价格也缺乏可类比的对象。截至北京商报记者发稿，百度相关人士对文心一言会员定价的相关问题未予回应。

除了价位，用户关心的是还能不能薅同类产品的羊毛，还能薅多久？

针对是否收费，北京商报记者在通义千问、讯飞星火、腾讯混元助手这类to C开放的生成式AI产品上分别提问，均得到了否定回答。

通义千问回答：“作为一个AI助手，我不会向用户收取费用。”讯飞星火的回应是：“个人用户申请讯飞星火认知大模型内测体验目前是免费的；大模型面向企业能力开放会收费。”腾讯混元助手回答：“混元大模型(HunYuan)是由腾讯开发的大型语言模型，具有丰富的语义理解和计算能力。它免费提供，可以为用户提供问答式的服务，例如回答

问题和提供建议。因此，混元大模型不会收取任何费用。”

一个信号

同样的问题，阿里云相关人士对北京商报记者表示，“暂时没有收费计划”。接近腾讯的人士提供的消息是，腾讯混元大模型目前没有这样的规划。科大讯飞相关人士则未予回应。

“百度在大模型赛道再不快点就要被赶上了。”王超猜测，文心一言的国内同行也会跟进会员模式，只是时间问题，“未来半年的竞争会更激烈”。

从发布大模型、生成式AI产品到版本升级、商业化，国内科技企业恨不得见缝插针。仅在刚刚过去的10月，百度发布文心大模型4.0及数个AI重构的应用在先，科大讯飞拿出讯飞星火认知大模型V3.0，腾讯混元大模型升级在后，10月最后一天，阿里云以发布通义千问2.0收尾。不论哪次发布，在哪个企业的主场，业内人士的焦点都离不开成本和商业化。

其实，会员模式并不是通用大模型唯一的变现路径，to B的商业化竞争早已开始。最常见的模式是大模型+云计算。对此，阿里云CTO周靖人表示，“这次AI技术变革，表面上看是大模型的事，背后的实质是技术体系的全面升级。云厂商要既懂AI又懂云计算，才能在这场竞争中取得战略性的优势。大家一定要给这个领域一些时间，毕竟国内整个产业的变化，是从今年(2023年)三四月才开始发布大模型的”。

只是云计算厂商营收曲线的下行趋势没法忽略。北京商报记者 魏蔚

冷暖“蔚小理”

“蔚小理”交出“银十”成绩单，理想领跑，小鹏翻盘，压力给到蔚来。11月1日，“蔚小理”10月销量成绩单相继出炉，理想月销“如约”突破4万辆，进一步拉开与对手距离；一直被压在第三位的小鹏，凭借超2万辆的交付成绩，与蔚来互换排名，重回第二位；而蔚来1.61万辆的销量成绩，虽然实现环比增长，但还需加把劲才能延续蔚来CEO李斌“下半年月均销量超2万辆”的Flag。

理想月销首破4万辆

理想公布交付数据后，理想汽车CEO李想“历经连续10个月稳定增长，理想汽车迎来月交付超4万辆的全新里程碑时刻，由此理想汽车迈入加速规模化发展新周期”来形容10月的成绩单。11月1日，理想在“蔚小理”中最早交出月销成绩单，今年10月交付量为4.04万辆，同比增长302.1%，月交付量首次突破4万辆。

今年以来，“蔚小”与“理”的差距开始拉大。今年1月，理想汽车以1.5万辆的成绩甩开未过万辆考核线的小鹏和蔚来；6月，“蔚小理”间的交付量差距继续扩大，理想率先突破3万辆，同比增长超150%。随着10月销量实现4万辆目标，今年前10个月理想的销量达28.46万辆，理想相关人士对北京商报记者表示：“理想L系列持续火爆，其中理想L9和L8累计交付量均已突破10万辆。”

在今年二季度财报会上，李想曾表示，“四季度产能提升后，我们有信心实现4万辆的月交付目标……有信心在明年提前挑战奔驰、宝马、奥迪(BBA)在中国区的销量。随着10月销量出炉，李想也提前完成月度目标”。李想彼时在微博上表示：“我们本季度正式挑战三款车5万辆/月的交付。”

值得一提的是，除现有的3款新车外，理想首款纯电MPV——MEGA，将于今年四季度正式发布。对于该车型，李想直言：“有信心该车将成为50万元以上销量第一的新爆品”。艾瑞咨询发布的《中国家用MPV市场洞察报告》显示，现阶段家用MPV产品仍有可改善之处，目前正朝着智能化、网联化、节能化、年轻化的方向改进升级。“电动化提升了MPV产品的驾

乘体验和拓展出更多出行场景。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

近年来，腾势D9、一汽丰田格瑞维亚、上汽通用别克世纪、岚图梦想家、广汽传祺E9等车型的推出让MPV市场迅速升温，家庭出行需求叠加电动化转型，MPV电动化成为各车企争夺的关口。在外界看来，理想已在新能源汽车市场积累一定品牌力与口碑，但入局纯电市场后理想也将面临已入局对手的挑战。

小鹏销量持续走高

相比狂奔的理想，复苏的小鹏汽车更有看点。

2021年，“蔚小理”的交付量均为约9万辆，其中小鹏达9.82万辆，蔚来为9.1万辆，理想为9.05万辆。彼时，小鹏占据榜首，蔚来、理想紧随。去年，小鹏经历G9上市时繁杂混乱的配置选装导致的“翻车事故”，今年上半年月均销量更从未跨过万辆大关，让小鹏面临危机。

多方调整下，今年下半年小鹏汽车开始销量回暖。数据显示，今年7月小鹏交付量为1.1万辆，环比增长28%，重新站回万辆交付线。今年10月，小鹏交付超2万辆，环比增长31%，同比增长292%。

销量回暖背后离不开G6的拉动。今年7月，小鹏G6进入交付期，当月交付量超3900辆。今年10月，该车型交付量达8741辆。小鹏相关人士透露：“G6月交付持续攀升，稳居20万-25万元纯电SUV月销量榜首。”除G6外，新款上市的G9车型也备受关注。此前，小鹏汽车方面透露，“2024款小鹏G9上市15天大定突破1.5万辆”。不过，在10月的销量数据中，小鹏方面并未公布该车型的交付情况。

虽然销量持续回温，但小鹏汽车近期也刺伤“鹏友”。多位小鹏P5 P版车型主近日表示，提车将近两年但未享受到CNGP(城市导航辅助驾驶)服务，但在购车时，该服务为营销噱头之一，车主们认为被小鹏欺骗。此外，部分小鹏P5 P版车型主还多次与小鹏客服人员沟通后续CNGP服务的开通计划，但均未得到准确的答复。

对此，小鹏车主联名致信小鹏汽车董事长

兼CEO何小鹏。在联名信中，这些车主希望小鹏汽车官方人员能够与车主取得联系，或通过公告给大家合理的解释以及处理方案。

蔚来2万辆是道坎

今年上半年，蔚来销量为5.5万辆，同比增长7.3%。但今年上半年新能源车零售同比增长37.3%，蔚来的销量表现不仅低于竞争对手理想，也远低于市场增速。尽管上半年销量成绩不尽人意，但对于下半年，李斌曾直言：“平均月销超2万辆。”今年7月，蔚来交付量达2.05万辆，同比增长103.6%。

然而，2万辆的销量并未维持太久，今年9月和10月蔚来均未达到2万辆目标。数据显示，今年10月蔚来交付量为1.61万辆，同比增长59.8%，环比增长2.8%。由于销量重回1万辆区间，在排名上也被小鹏超过，月度排名暂居第三位。

在外界看来，蔚来销量的波动或许与其政策调整有一定关系。今年6月12日，蔚来方面宣布，全系新车起售价降价3万元，降价的同时还宣布“新购车用户首任车主用车权益调整，免费换电将不再作为基础用车权益”。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示，选择调整相关权益，对蔚来来说一方面可降低成本提升盈利能力，另一方面对于其下半年的销量刺激也产生一定利好。

不过，今年8月起，蔚来取消新购车用户购买3万元的权益升级包，该升级包包含终身免费换电，每月4次；10年不限里程质保；终身免费车联网，每月8G。也就是说，蔚来车主们享受的权益开始减少，而免费换电也将结束。此外，目前除“蔚小理”外，新能源汽车市场品牌竞争激烈，从价格到产品性能再到车型，消费者有了更多选择。

而作为早期入局新能源汽车市场的企业，蔚来主打的就是用车体验与换电体验。业内人士认为，基础设施不断提升，快充技术提速在一定程度上削弱了换电优势，随着品牌增多加之蔚来政策调整，部分消费者也开始考虑其他车型，让蔚来在销量上出现一定波动。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

特斯拉潮州事故定论与车无关

一件名誉侵权案，引出一年前潮州饶平特斯拉撞人事故定论。

11月1日，北京商报记者从特斯拉方面获悉，特斯拉诉某自媒体(大眼哥说车)名誉侵权案，法院判决特斯拉胜诉。特斯拉方面表示，该自媒体长期发布大量针对特斯拉的不实言论，其中一条视频中包含对特斯拉潮州事故的主观臆断。判决书中则显示：“本案中，被告在其抖音账号发布未经核实的言论，引发社会公众对特斯拉品牌较多的负面评价，侵犯原告的名誉权，应当承担相应的法律责任。”法院一审判决，该自媒体在其抖音发布道歉声明并置顶30日，向特斯拉公司赔礼道歉、消除影响、恢复名誉并赔偿特斯拉3万元。

随着特斯拉胜诉，特斯拉潮州事故也有了最终定论。判决书显示，案涉视频中提到的“特斯拉刹车事件”系2022年11月5日在饶平县发生的一起交通事故，其中肇事车辆为特斯拉公司生产的小型普通客车，司法鉴定科学研究院出具的鉴定意见书中载明：可以排除特斯拉牌小型普通客车因制动装置、转向装置故障而导致事故的可能性。值得一提的是，在本次判决作出前，在涉案自媒体发布的介绍庭审情况视频中，也提到鉴定结果显示，特斯拉潮州事故原因与车辆本身无关。

去年11月，广东省潮州市饶平县一辆特斯拉汽车失控，造成2死3伤，引起广泛关注。事后，对于事故原因双方各执一词，车主方面公开表示，车主拥有20多年驾龄，出事时曾猛踩刹车但未能减速。彼时，特斯拉方面回应称：“从现有事故视频可以看出，车辆高速行驶过程中刹车灯长时间没有点亮，这与后台数据反映的情况吻合。”该起事故的调查进展受到广泛关注，但此前始终未出现明确定论。

直到今年2月底，有报道称，鉴定结果已出，但承担鉴定的司法鉴定科学研究院拒绝接受媒体采访并明确表示：

“不会公布结果。”据了解，该机构为潮州市警方选定的第三方鉴定机构，是司法部直属的司局级科研事业单位，设有“痕迹鉴定学、电子数据鉴定、道路交通事故技术鉴定”等专业。今年3月初，有负责该起事故理赔的保险公司工作人员对媒体表示，事故鉴定结果已出，但车主不服要求重新鉴定，目前仍在走审批流程。

值得关注的是，不仅特斯拉“潮州事件”定论已出，美国时间10月31日，特斯拉也在另一起指控其Autopilot致人死亡的审判中获胜。据了解，该事故发生在2019年，美国洛杉矶市一位名叫Micah Lee的男子驾驶特斯拉Model 3上路时，在洛杉矶的高速公路上车辆突然偏离道路并撞上一棵棕榈树后起火，Micah Lee最终不幸身亡，同车另外两名乘客受伤。

据报道称，随后两名乘客提起诉讼，指控特斯拉在出售汽车时就其自动驾驶辅助技术存在缺陷，并认为由于Autopilot故障导致车祸，但特斯拉方面认为“是人为失误导致事故，而不是Autopilot系统”。最终，陪审团裁定，特斯拉Autopilot自动辅助驾驶系统在2019年的事故中不存在制造缺陷。

随着新能源汽车销量增长，各家车企已经迈过向电动化转型1.0时代，智能化成为各车企争夺的新风口。此外，据IDC预测，到2025年全球网联汽车规模为7830万辆，五年复合增长率将达到11.5%。到2026年，全球自动驾驶车辆规模为8930万辆，五年复合增长率将达到14.8%。“近两年围绕特斯拉与自动辅助驾驶的话题不断，自动辅助驾驶技术的发展与落地也成为外界关注焦点。”中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示，在各车企不断推进自动辅助驾驶升级下，对其安全性与可靠性成为讨论重点，因此关于各类电动车事故的最最终定论也被消费者时时关注。北京商报记者 刘洋 刘晓梦