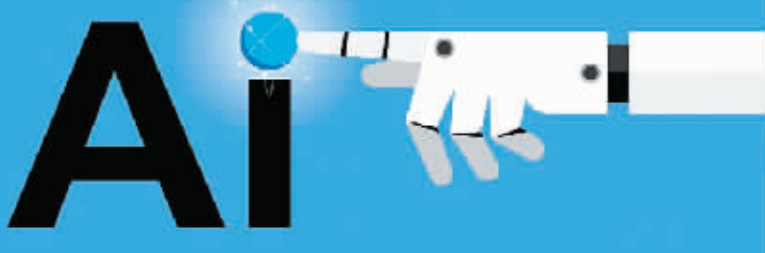


“失控”OpenAI

OpenAI创始人山姆·奥特曼35岁开出的那一“枪”，正中38岁的自己的眉心。他或许不曾想过，当年自己一手设立的权力结构，将在38岁的这一年以董事会的形式主导一场震惊世界的光速“政变”。但情况又在迅速反转，24个小时之后，随着OpenAI的投资者入局施压，董事会逐渐从掌握绝对主动权陷入被动。回归还是另起炉灶？



去还是留

如果进展顺利，这可能是最快被颠覆的一场“政变”。

11月19日，科技网站The Verge援引多位知情人士的消息称，OpenAI董事会正在与奥特曼讨论重返公司担任CEO的问题。但后者对回归感到矛盾，而且如果他选择了回归，将希望对公司的治理进行重大改革。

更重要的是，奥特曼已经有了另起炉灶的新打算，并考虑了哪些OpenAI员工将加入他们。据悉，一批OpenAI的高级研究人员已经接连辞职，更多人员正在酝酿离职中。

根据目前多方消息梳理，推动董事会态度转变的原因在于投资者的施压，后者要求董事会撤销罢免这一决定。据悉，微软CEO Satya Nadella一直与奥特曼保持联系，并承诺无论奥特曼下一步采取什么措施，都会支持他。

大约24小时之前，情况还对奥特曼极为不利。当时，OpenAI一封毫无预兆的声明炸翻了整个AI圈。内容显示，奥特曼将不再担任CEO并离开公司，CTO接任为临时CEO。格雷格·布洛克曼将辞去董事会主席职务，不过仍留在公司。

而漩涡中心的奥特曼本人更像是个局外人，在一无所知的情况下突然“被出局”。董事会声明发布后，奥特曼也只得在社交媒体上打出了一句震惊的“What”。

OpenAI董事会表示，奥特曼在与董事会的沟通中始终不坦诚，阻碍了董事会履行职责的能力。董事会不再对他继续领导OpenAI的能力充满信心。如何不坦诚？如何阻碍董事会履行职责？对于这一决定最关键的原因，声明却只是草草带过。

被OpenAI董事会留下的布洛克曼选择了追随奥特曼，作出辞职决定的同时还在社交媒体上还原了他所了解的事情经过。根据布洛克曼的梳理，OpenAI首席科学家伊利亚·苏茨凯弗或是这次罢免行动的主导。

OpenAI转舵

OpenAI成立于2015年，马斯克、奥特曼以及布洛克曼等都是发起人。2019年，定位本是非营利人工智能研究公司的OpenAI经历一次重大转型，成为一家营利性和非营利性共存的“利润上限”公司，也正是这次转型导致了马斯克的离开。

直到今年3月，马斯克还在社交媒体上公开炮轰OpenAI称：“我仍然很困惑，当初我捐

赠了约1亿美元的非营利组织，如今为何变成了一家市值300亿美元的营利性公司？”

马斯克之感，也是奥特曼之劫的导火索。对于引发风波的原因，目前外界普遍认同的观点是，这是一场营利派与非营利派的“派系之争”。前者代表的是OpenAI的前景，而后者代表的是OpenAI的初衷：创造造福全人类的安全的通用人工智能。

过去一年，因为ChatGPT的横空出世以及一系列高调的举动，奥特曼逐渐成为OpenAI的“灵魂人物”，其人物画像也越来越明显：激进是他，野心也是他，天才是他，疯子也是他。

但不得不承认的是，在商业化的进程中，奥特曼是成功的。The Information的报道称，OpenAI的年收入约为13亿美元。以860亿美元的估值计算，其估值相当于年收入的66倍。自上一轮融资以来，OpenAI的股价上涨了196%，微软的股价上涨了9%。

本月早些时候，OpenAI的首次开发者大会或许可以看作是其内部矛盾被无限放大的关键点。除了推出最新的大模型GPT-4 Turbo之外，OpenAI还宣布将在11月底推出GPT商店，支持用户通过自然语言定制自己的GPT，上传至GPT应用商店后可获得收入分成。

OpenAI打造生态的野心形成的那一刻，

也就是站上非营利性对的那一面。根据OpenAI官方公布的数据，从2022年11月30日发布至今，基于ChatGPT的API开发者大约200万人，超过92%的《财富》500强公司都在使用，每周大约有1亿活跃用户。

灵魂人物离开了，OpenAI还是OpenAI吗？这几乎是风波之后，外界会想到的第一个问题。资深人工智能专家郭涛对北京商报记者分析称，如果奥特曼真的无法重回OpenAI，这无疑会对OpenAI以及ChatGPT产生一定的影响，无论是在商业化还是在技术路线方面。

相比之下，奥特曼的另起炉灶可能会带来更现实的挑战。中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力对北京商报记者分析称，奥特曼在AI领域的才华和影响力会吸引一些OpenAI的员工跟他，这可能会导致OpenAI的人才流失。

另一方面，朱克力补充称，如果奥特曼的新公司在技术路线和商业模式上与OpenAI相似，那么这可能会改变现在的大模型格局，使得AI领域的竞争更为激烈。

安全、商业难两全？

在营利与非营利的“派系之争”下，还存在着一个隐藏的boss——安全。非营利派的核心，除了造福人类之外，最关键的一个前提就是AGI研究本身是安全的，但在董事会眼里，OpenAI的迅速发展乃至朝向商业化的发展，已然突破了安全边界。

从目前投票罢免的董事会成员来看，安全也是他们最显著的标签。以主导罢免计划的苏茨凯弗为例，他在OpenAI主要负责的工作就是AI监督。

现在看来，奥特曼的离开，与其说是OpenAI营利还是非营利的冲突，不如说是大模型安全优先还是商业化优先的冲突。

从安全的角度看，OpenAI的确是在危险的边缘试探。今年5月，苹果就曾限制员工使用ChatGPT及其他外部AI工具，因为苹果在研发相关技术，担心机密数据外泄。

郭涛称，人工智能的快速进步在很大程度上推动了自然语言处理领域的发展，但同时也带来了一些安全性的问题。一方面，由于技术进步速度过快，很多潜在的风险和安全隐患可能没有得到充分的评估和解决。另一方面，ChatGPT的强大能力也可能被用于不正当的目的，如生成伪造文本、制造谣言或者进行网络诈骗等行为。

但郭涛同时认为，不能因为存在安全性问题就否定ChatGPT的发展。相反，应该从多个角度出发来解决这些问题。AI发展、安全与商业化之间的平衡问题是一个复杂而重要的议题。商业化可以为AI技术的发展提供资金支持和推动力，但同时也需要确保安全性和道德规范的考量。“我们需要在技术发展和商业利益之间找到一个合适的平衡点，以确保AI技术的可持续发展和社会接受度。”

经济学家、新金融专家余丰慧也对北京商报记者分析称，在AI发展中，安全性是至关重要的，因为不完善的AI系统可能会导致不良后果。平衡AI发展、安全性和商业化之间的关系是一个复杂的问题，需要综合考虑技术成熟度、道德准则和法律法规等因素。

国内如火如荼的“百模大战”也势必会遭遇安全的关卡。中国科学院院士何积丰就曾提醒，大模型的生成能力让隐私泄露方式变得多样化，使隐私保护更加困难。

北京商报记者 杨月涵

绘点财经

· 周一见 ·

起底花西子：成败皆营销？

9月的“79元眉笔事件”，让李佳琦和花西子双双进入“多事之秋”。前者的隔空教育刺痛千万打工人，也让越来越多的消费者开始重新审视花西子——内卷到极致的美妆赛道上，一个成立仅六年多的国货品牌为何突然崛起？如今又为何遭到空前的“舆论连坐”？起底花西子品牌发展史，我们发现这一切都有迹可循。

01 西子湖畔，梦开始的地方

“欲把西湖比西子，淡妆浓抹总相宜”
2017年，花西子诞生在杭州西湖畔
创始人吴成龙是一个“85后”福建青年
还有一个武侠风花名——花满天

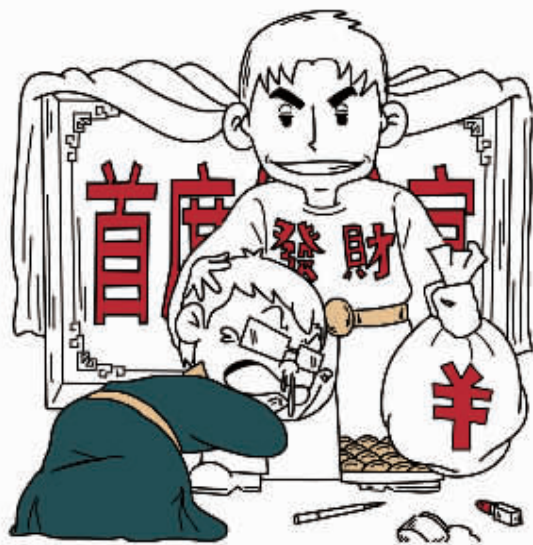


花满天大学读的是风景园林专业
对东方美学、古典园林等颇有研究
也一直有一个“国风品牌梦”

遥遥领先 东方不败



02 绑定李佳琦，命运的齿轮开始转动

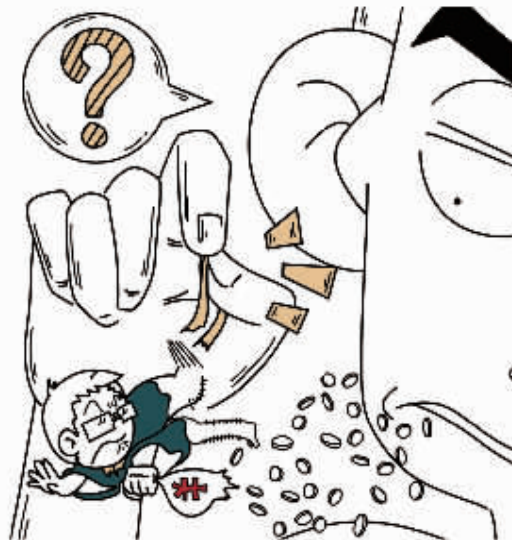


2018年
李佳琦凭借“口红一哥”的称号破圈
2019年3月
花西子首次进入李佳琦直播间
同年9月底
李佳琦正式成为花西子的“首席品牌推荐官”



03 花西子离不开李佳琦？

在李佳琦的助推下
花西子逐步从一个网红小众化妆品
迅速跃升为“国货美妆”的新锐代表之一
但与此同时，花西子高层也渐渐发现
“李佳琦依赖症”成为了品牌潜在的风险



于是2020年6月，花西子走出淘宝
在抖音、快手平台分别搭建了品牌矩阵账号
每天都进行店铺直播
月均直播数至很快超过50场
同时花西子还加大力度和B站UP主合作

这一年
花西子投入的营销和补贴预算
是2019年同期的三倍以上
客单价也随着品牌调性一同提升
从100元左右上涨到接近200元

2023年，“眉笔事件”更是让市场发现了
花西子几年来收效甚微的“解绑”
终于积累成了一场无法躲避的“连坐”



花西子联合创始人曾对外透露
花西子要打破“国货=便宜”的刻板印象
但这种涨价在消费者层面却并不被认可

随着李佳琦出道道歉
有关花西子价格贵、重营销的质疑不断涌出
不少网友表示
花西子产品华而不实、金玉其外
这一次，无论花西子再怎么“发疯文学”
标榜自己的国货属性
似乎也再难被广大网友接受



扫码看原文