|  |
| --- |
| 伴随AIGC（人工智能生成内容）技术在影视产业领域的快速发展，新的艺术样态和内容呈现也为短视频创作带来更多的可能性，在诸如剧本创作、剪辑特效、字幕制作等方面实现了智能应用。 |
| 值得关注的是，AIGC技术赋能短视频创作仍存有真实缺失、道德缺位和审美缺乏等问题和挑战。 |
| 在短视频策划方面，AIGC技术助力创意生产与开发。通过学习和理解大量的内容，AIGC技术能够提供智能化的创作建议，帮助创作者更好地表达创意，拓展思路。它可以针对当下热点话题进行受众分析，促进更具吸引力的内容创作；还可以通过分析社交媒体数据，更好地了解用户的情感需求，使内容更具共鸣力。 |
| AIGC技术在短视频制作方面发挥了极大的作用，对各阶段效率有显著提升。比如，AIGC技术通过深度学习算法，可以更好地识别和理解不同类型的角色，包括性格、言行举止等方面的特征，生成如“小冰”等虚拟网红。这些AI角色完全由计算机合成，比起真人表演成本低、易控制，备受创作者和用户青睐。 |
| 当作品进入拍摄制作阶段，AIGC技术可以用于智能摄影，通过分析场景和光线条件，提供拍摄建议，帮助摄影师更好地捕捉画面，甚至生成基于剧本的自动导演建议，包括镜头选择、切换和移动等。在进行后期制作时，AIGC技术可以理解视频剧情、画面节奏，自动进行剪辑、调整参数，甚至还根据视频内容自动生成字幕和配乐。这种自动化的过程大大提高了短视频制作的效率，进一步降低了短视频生产的技术门槛。 |
| 当前，AIGC技术赋能短视频创作，但是也产生了有关真实性、道德伦理、审美性等方面的争议。 |
| 首先，AIGC技术算法基于大量的数据学习。目前，AIGC的角色人物、环境空间等仍然存在一定的失真感，有的虚拟角色出现三条手臂、六个手指等现象，一些人物的动作也略显生硬，甚至出现各种异样神态，严重影响了作品的真实感。其次，AIGC在短视频创作展现了强大效能，但却没有规避道德弱化、责任缺失的情况，其中尤以盗版和侵权行为最为常见。例如，在某些AIGC技术生成视频中，会出现剪辑风格相似度极高、素材内容重复使用等情况，以及甚至有人通过AIGC技术将未经授权的脸孔进行拼接或替换的情况，严重侵害他人利益。此外，尽管AIGC技术内嵌的推荐算法基于用户需求和市场趋势进行内容创作，但这些算法依然产生了大量商业或擦边内容，在一定程度上弱化了短视频的美学特征；另一方面，立意不高、价值不显的短视频内容在AIGC中也颇为常见，如有的AI剪辑缺乏对短视频品性、格调、意蕴的提炼与表达，以及海量同质化内容，给用户带来了一定的审美疲劳。 |
| 技术迭新。当前，AIGC技术在短视频创作中仍徘徊于“赋能”与“负能”之间，在推动短视频创作快速发展的同时，如同质化、庸俗化等问题甚为常见。面向未来，应不断更迭AIGC技术及算法大模型，从以市场需求、大众偏好为生产结构基础，向以模拟人脑神经元工作方式转变，进而有效地驱动短视频创作创新，使得生成式内容更为智能、富有创意且规避风险。 |
| 加强监管。2023年7月13日，国家网信办联合国家发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部、公安部、广电总局公布《生成式人工智能服务管理暂行办法》（以下称《办法》），成为我国首次针对于AIGC产业发布规范性政策，以此促进AIGC有序使用和健康发展。但当前，基于短视频层面的AIGC应用管理，仍未有相关的法律法规形成对照。面对不断涌现的隐私、版权等问题，相关部门应持续监督AIGC应用管理，在《办法》的基础上推动相关法律法规出台，以此保护短视频用户隐私和原创内容。 |
| 文化赋能。党的二十大报告强调“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”，并将“创造人类文明新形态”作为中国式现代化的“本质要求”之一。作为视听生态格局中的新成员，短视频将在建构人类文明新形态方面起到重要作用。面向未来，AIGC技术在短视频创作中应注重对中华优秀传统文化的挖掘，打造兼具高思想性、高艺术性和高观赏性的作品，以此不断提升用户文化涵养和审美修养。 |
| AIGC技术将如何有效推动短视频创作，其关键仍在于如何升级、规制和使用。诚然，这并非一套固定、闭锁的规范，而是在不断思辨与创新中打造出更便捷、更和谐、更安全的AIGC应用模式，以此实现短视频创作的高效、健康发展。 |
| AIGC成为创作传播新引擎。AIGC开创“内容生产自动化”新模式，新技术辅助创作并赋能机器翻译和粉丝共创，大幅提升生产效率并降低翻译成本，同时为粉丝提供了新的阅读体验。AIGC成为年度网络文学新热点。 |
| 作为一个基于大语言模型的人工智能聊天机器人，ChatGPT在常规的人机对话功能之外，还展现出极为强大的多模态内容生成能力，可依据指令流畅地撰写行政文书、计算机代码、学术论文、诗歌小说，甚至绘制插画、谱写歌曲等。 |
| 机器翻译助力网络文学的海外传播 |
| 需求与产能的不匹配，自然而然地召唤着生产方式的革新，此时，技术日趋成熟、能够大幅度提升翻译效率、降低成本的AI翻译便成为不二之选。 |
| AIGC作为网络文学创作的辅助工具 |
| 由此牵扯出的有关训练语料来源、产出内容的原创性、著作权等问题的争议，将比过去面临的任何案例都要复杂百倍。在相关政策、法规充分完善之前，更需要广大从业者以深思熟虑、小心谨慎的态度，积极地探索未知、应对新变，同时也承担起相应的试错成本。 |
| 随着AIGC的兴起，许多空有“脑洞”而缺乏相应艺术创作能力的读者，也开始尝试利用各种AI创作工具，如ChatGPT、Midjourney等，通过提供关键词与引导，生成符合自身喜好的同人小说段落或漫画作品等。在仅供自己欣赏而不涉及大范围传播、售卖的情况下，这种行为显然是合理合法的。AIGC为粉丝参与同人文化活动的形式提供了新的可能性，帮助他们更加灵活地分析、探索那些早已耳熟能详的故事和角色，并将自己独特的构思与偏好融入其中。 |
| 除此之外，训练具有特定性格及语言风格的聊天机器人，也是AIGC的拿手好戏。 |
| 已经对行业的发展产生了极其深远的影响，未来更有可能利用其强大的多模态转化能力，在IP前置开发等领域大显身手。而由此引发的一系列悖论与挑战，则需要广大从业者、研究者着眼于技术、法律以及文学创作等多重维度，充分考量AIGC的著作权归属、数字资产的转化、训练数据来源的合法性、算法的可追溯性与可解释性、AI生成内容的鉴别与区分等等问题，在其中找到一个复杂微妙的平衡点，以促进政策、法规和文学创作伦理的制定与重估。 |
| AI翻译系统可使行业效率提高3600倍，翻译成本却是此前的1%。 |
| 在技术不断革新的情况下，人们更需要知道技术是干什么的、如何适用于市场、怎么进行技术的产品化。 |
| 过去复杂的视频制作过程，对Sora来说只是简单几句话的事。 |
| Sora是一项正在进行的工作，当涉及到现实世界中的空间细节和因果关系时，它可能具有明显“弱点”。 |
| 该模型不仅了解用户在提示中提出的要求，还了解事物在物理世界中的存在方式。 |
| 在他看来，制作传统影片涉及到的选址、选演员、分镜构图、架设机位、后期制作等复杂流程将被Sora简化，降低了影视制作的周期与成本。 |
| Sora是一个视频辅助工具，它没办法体验人的真实感受。 |
| 创意是最重要的，这也是目前生成式工具无法替代的。 |
| 人有多少想象力，有多少社会阅历，就会产生多少灵感，好的故事需要敏锐的观察力和想象力支持。 |
| 目前生成式视频的信息量远不如真实拍摄大，短视频平台用户更看重的是人与人之间的连接和情绪价值。因此，“Sora并不能替代抖音、快手，更不会取代此类社交平台。” |
| 或许，低成本的设计、剪辑工作会被技术取代。 |
| 不难看出，伦理问题仍是业界讨论与商榷的重点。 |
| 算法技术的发展打破了人们之间智力的围墙，但也会形成对人的个体价值的蔑视、贬低与驯化。 |
| 人们如何去形成自己个性的生存之地是首要问题。 |
| 喻国明说，在技术不断革新的情况下，人们更需要知道技术是干什么的、如何适用于市场、怎么进行技术的产品化。 |
| 人类将从过去的物质生产压力中释放出来，拥有更多精神性的、文化性的和个性化的追求。 |
| “随着人工智能等新兴技术逐渐渗透到社会生活的方方面面，我相信它们对于目前劳动岗位的替代并不是人类的危机，而是人类的福祉。”喻国明认为，工业革命发生以后，劳动强度的减低是历史性的趋势，未来人类劳动会得到某种程度上的强度递减。 |
| 但宋健认为，当技术刚刚出现的时候，人们或许对这种新技术寄予厚望，甚至将它称为实现社会平等、减轻人群分化的工具，然而技术也天然带有不平等的力量。 |
| 美国一家非营利组织Common Sense Media曾发布研究报告指出，来自低收入家庭的青少年每天在电子屏幕上平均会花8小时7分钟，而高收入家庭的青少年每天只会花4小时42分钟。从这样的对比来看，电子产品是这个时代最低廉的娱乐消遣方式，它可以用来替代其他如教育、陪伴等更“昂贵”的东西。 |
| 此外，宋健担忧地说，这些年，从DALL-E、Midjourney等静止图像生成器的发展中不难看出，短短一两年时间人工智能就可以使机器生产的图像与真实照片几乎毫无差别。未来随着生成式工具的发展，Sora是否会成为一种快速且低成本的深度伪造工具，加剧网络信息的判断难度和不平等，这个仍未可知。 |
| 胡钢说，这项技术可能造成显性风险与实质危害，损害个人和组织的人格和财产权益，甚至严重危害社会秩序和国家安全，必须全过程有效治理。 |
| “我国已经建构了人工智能多元化监管机制，实现了多维协同治理体系。”胡钢说，未来我国需要及时响应即将生效的欧盟《人工智能法案》和美国系列人工智能立法的挑战，强化国际立法竞合与协调，促成全球防范和制止人工智能风险共识，推动普适性的高风险人工智能系统的监管措施。“特别是协同风险评估、安全测试、相互认证、透明度和可解释性要求，以实现数据保护、隐私捍卫和国家安全的共同目标。” |
| AI技术辅助网文IP生态不断提速。报告认为，AI正在掀起一场规模宏大、影响深远的内容生产方式的变革。伴随着2023年7月首个网文大模型“阅文妙笔”发布，其应用端作家助手妙笔版同步上线，并于当年年底向阅文所有签约作家开放内测，AIGC辅助网文作者提升创作效率已成行业共识。 |
| 对此，阅文集团副总裁、总编辑杨晨认为，AI之于网络文学的特殊优势在于它不仅是媒介和载体，还是创作工具和产能放大器。AI的功能触角将为网络文学创作带来不可小觑的附加值，未来伴随“AI+IP”系列技术成熟，逐步嵌入到IP开发工作流中，将极大释放IP开发产能。 |
| 利用AIGC技术，透明屏幕为工作协作和提高效率开辟了新途径，能够将物理对象与数字信息相结合，创造出独特的用户内容，让设备能够自然融入周围环境。 |
| 大数据、人工智能、虚拟现实、区块链等技术的创新突破，特别是生成式人工智能（AIGC）的爆炸性发展，例如OpenAI新近发布的文生视频模型Sora，将会让动漫的生产流程、产品形态、传播方式、服务场景发生历史性的深刻变革。这要求动漫产业以全球性、前瞻性和战略性视野，加速智能化转型，大力培育基于智能技术逻辑的新业态，更好地彰显动漫产业的独特优势。 |
| “2021年我们最早讲元宇宙的定义是完整深度的数字化，这一刻看到Sora正在努力复现这个世界，虽然仍然有很多bug，但在学习理解了大量真实世界的视频素材以后，AI正在努力接近人类理解学习的能力。”天风证券全球科技首席分析师孔蓉说道。 |
| 当前AIGC（生成式人工智能）应用于文本翻译，正在突破产能和成本限制，让网络文学作品大体量、规模化走出去成为新可能 |
| 产能强劲，库存充足，品类丰富，中国网络文学仿佛是一个大型的“文化超市”。 |
| 网络文学并不是把文学搬上网络。网络文学是基于互联网基础设施、文化消费环境原创出的一整套文学生产机制。 |
| 文字本身影响力有限，出版物、影视、动漫、广播剧、微短剧等网络文学衍生转化作品形成的影响力更大。”晋江文学城总裁刘旭东说。 |
| 网络文学创作最重要的特性是“即时”“互动”。据统计，超八成用户会把“作品更新稳定，题材多样”作为选择平台的第一要素。因此网文出海的数量、频率会直接影响海外用户阅读体验。“正在追的小说更新太慢”“突然没有下文”“中国朋友推荐的小说没人翻译”等，成为海外读者在平台上讨论最多的话题。 |
| 得益于生成式人工智能（AIGC）在创建文本等方面的表现，人工智能正在重塑办公模式，助力用户提升创新与生产效率，协同办公市场规模逐渐扩大。 |
| 2023年11月发布的《中国AI大模型创新和专利技术分析报告》显示，软件业、制造业及服务业等是中国大模型创新主体专利布局较多的行业，专利布局数量分别为3.6万件、3.4万件、2.8万件。百度、腾讯、阿里等企业深入推进专利产业化发展，在软件业、制造业等行业专利布局较多。 |
| 用户使用时只需输入一些文字内容，即可快速生成相应的视觉图像。联想集团副总裁、中国区消费业务群总经理张华表示，人工智能电脑将实现多模态自然语言交互，提升机器的用户意图理解能力，这样的创新能给用户在工作、学习、生活等多场景中带来别样体验。 |
| 同时，在具体应用时，仍需注意人工智能的基建、场景应用和安全保障等问题。 |
| 中国计算机用户协会副理事长顾炳中认为，在大模型的训练过程中就要注重权利保护，明显侵犯版权的行为要及时阻止。比如，利用气象局的数据训练得到的气象预测模型，就应该得到权利人的授权，要从源头规范数据使用。 |
| 在生成式人工智能的初始阶段，可以给版权方面留有更多的宽容和时间、实践去验证，要及时跟踪，对可能带来的问题进一步研究，但不能匆忙下结论。随着技术和时代的进步，很多传统概念会发生改变，版权也可能如此，要用发展的眼光去看待新技术带来的版权问题。 |
| 此外，随着人工智能、大数据等技术的不断应用，直播电商将更加智能化，用户体验和商业效率也将大幅提高。 |
| 关注以AIGC为代表的新兴技术安全。在AIGC的助力下，防御成本将大幅度下降，防御体系的自我决策和反应能力都会指数级提升，核心思路也将从攻防驱动转为风险驱动，大量低级网络攻击手段将快速失效。 |
| 从“赶时髦”到“真有用”，大模型成为提效手段 |
| 从个人视角看，掌握优秀工具的员工将事半功倍；从企业视角看，AIGC已在客户服务、销售市场、知识管理以及辅助决策方面为企业带来效率的跨越式提升。 |
| 多模态大模型在行业实践中显现出极强的可交互性，能够跨多个模态的数据融合，使应用具备更高处理能力，帮助开发者与最终用户精准理解输入信息的上下文关联和隐含信息。在艺术设计、市场营销和客户服务等领域，多模态交互能够提升应用的可用性，带来更丰富的用户体验。 |
| IDC调研结果显示，AIGC在内容生成、数据处理、实时分析、客户服务等领域发挥关键作用，帮助企业实现无缝融合，提高运营效率。AIGC已经实现与办公场景的全面融合，提升了生产力工具的效能。 |
| 在向行业纵深的进程中，AI产品不应仅被视为模型能力的搬运工，而更应该由行业用户带着痛点寻求AI+解决方案，即从方案设计初始就开始思考AI的融入，贯穿于业务应用的全生命周期中。同时，AIGC也会进一步改变软件开发设计的模式和方法，提高技术创新的效率。 |
| AIGC产品与生态的发展也将推动AI变得更加普惠，降低个体创作者和开发者的商业化门槛，使更多的人能够积极参与到AI时代的变革中。各行业领域的服务体验将持续提升，商业试错的成本不断降低，企业的多样化服务将丰富，AIGC相关的商业模式也将获得持续创新。 |
| AIGC在推动人工智能发展的同时，也存在隐私保护、结果失控和数据泄露等风险，因此，各参与方需要采取有效措施来确保AIGC的安全和可靠性。IDC的调研也显示了企业对于AIGC开发和使用规范的重视 |
| 流程变革，每个电商工作人员都会有更加智能的“私人助手”，帮助进行商品上架、价格定制、活动页面生成、客户数据分析等工作。这些都会释放员工大量精力，让他们集中到更有创造力的工作上。 |
| 根据用户洞察，营销上可实现精准获客，进一步打开新的增长空间。 |
| 更高程度的自主决策，实现更科学的销售策略制定 |
| 利用大模型AIGC的能力，消费者可以用关键词或一句话生成定制画面，进而享受联想官网提供的个性化定制服务，摆脱笔记本电脑A面千篇一律的面貌。 |
| 大模型在给电商行业整体带来更多机遇。郭勇表示，联想官网将深度挖掘大模型技术，给用户带来耳目一新的购物体验。 |
| 其能够帮助客户快速完成购买决策并且形成闭环，大大缩短用户的购物时间、提升购物体验，并且改变电商的人机交互方式。 |
| 近日，上海某高校教师在社交媒体上“吐槽”自己遇到的新难题——一些想偷懒的学生开始用人工智能技术完成论文。 |
| 不少人质疑，人工智能到底能不能用于辅助学术论文写作。有人认为，它只是提高科研效率的工具。有人则对此持审慎态度，认为容易引发大规模的学术诚信问题。 |
| 去年《自然》杂志对全球博士后的一项调查发现，约有三分之一的受访者使用人工智能聊天机器人来优化文本、生成或编辑代码、整理文献。 |
| “一般是先写一句话，然后进行分条论述。当老师看到这样套路化的内容就会猜测，这类文章很大程度上是人工智能写的。” |
| 但记者浏览后发现，其生成的段落中，存在大部分重复且言之无物的内容。 |
| 这样的论文看似条理清晰、层次丰富，但实际上每个层面的内容都很少，而且非常空洞。我马上就怀疑是AI生成的。 |
| 用AI写论文的关键在于提示词。如果提示词选用的不恰当，就极有可能得到一篇套路化的文章。 |
| “这些文章的共同特点就是非常水。虽然它生成的语言连贯性不错，但是缺乏深度，创新性也不强。”对此，徐彬略显无奈，“综述类文章是使用AI的重灾区，但目前期刊还缺乏相关的评价标准和处理机制。” |
| 一篇大部分由AI生成且隐瞒使用情况的文章，既没有作者智力的贡献，也不符合科研诚信的要求，属于学术造假。 |
| AIGC造成的学术造假还发生在数据领域。记者在采访过程中，多位业内专家提到了伪造数据集问题。相比直接的文本生成，这一方式更具有隐蔽性。 |
| 人工智能不能做实验，哪怕它给的实验数据再理想，也都是虚假的。 |
| 温睿发现AIGC生成的概念简洁明了，查重率也非常低。但当记者询问这些概念是否正确时，温睿显得有些迟疑：“我也没有把握，通常默认它是对的。” |
| 在人工智能领域，描述AI“一本正经地胡说八道”的专业名词是“AI幻觉”。哈尔滨工业大学(深圳)特聘校长助理、教授张民解释，AI幻觉是指AI会生成貌似合理连贯，但与输入问题意图不一致、与现实或已知数据不符合或无法验证的内容。这多是由于AI对知识的记忆不足、理解能力不够、训练方式固有的弊端及模型本身技术的局限性所导致。 |
| 如果不警惕AI幻觉，很有可能损害科学研究的真实性和客观性。”梁正表示，AI生成的错误信息一旦被广泛传播，不仅会造成“学术垃圾”泛滥，还将影响学术生态的良性发展。 |
| 归根结底，我们认为AI将增加人类的智慧，而非取代人类。其使用应在人类监督之下，并将道德因素考虑在内。 |
| 人类的创作往往是随机且富有灵感的，而接受过大量文本训练的AI已经形成了生产文本的‘固有’范式，倾向于使用‘一致’的结构和规则，因此具有更高的可预测性。 |
| 首先是披露问题。《指引》提出，使用生成式人工智能生成的内容应明确标注并说明其生成过程，确保真实准确和尊重他人知识产权。《指南》中更是提供了声明的模板，供科研人员参考。 |
| 《指引》覆盖较为全面，对AIGC的使用总体呈现出平衡包容、敏捷治理的态度，而非一味禁止。这也说明治理的目的并不是阻止科研工作者使用新一代人工智能技术，而是让科研工作者能够负责任地去使用。 |
| 梁正也强调，作为科研诚信的第一责任人，科研人员一定要保持严谨的学术态度，关注研究领域的真问题，坚守学术研究的基本原则，如原创性和透明性；明确认识到ChatGPT等工具的潜在风险，避免使用不当而造成学术不端。 |
| 科研诚信和伦理是科研的生命线，科研人员一定要存敬畏、有底线。一旦在这方面有瑕疵，职业生涯或将葬送。”梁正提醒。 |
| 随着 AI 技术的普及，美年健康致力于进一步通过AIGC 技术深入挖掘健康大数据价值，携手合作伙伴全面推进健康管理行业大模型技术在健康体检和健康管理场景中的落地，围绕客户检前、检中、检后的体检全流程，以及检后专科、基因检测、慢病管理等一系列增值服务，为健康管理行业大模型应用开放丰富的业务场景，利用 AIGC技术重构业务流程和服务体验，全面提升服务品质及客户体验，满足客户全方位全周期的健康管理需求，引领健康体检行业向数智化健康管理全面升级。 |
| 作为活跃在网络平台中的企业，北京点众科技股份有限公司面向海内外经营网络小说、短剧、有声书等内容。其运营从内容甄选到翻译出海，几乎每个环节都少不了数字技术的贡献。 |
| 随着AIGC（生成式人工智能）技术持续突破，点众将所出版的30万册小说用于其训练优化，大大提升了机翻质量和效率。“现在，每部作品一个月即可翻译完成，费用也节约了近80%。可以说，AIGC技术给我们的运营效率带来了很大提升。 |
| 多模态AIGC领域发展迅猛，今天不仅能够生成语言、文字，接下来也会看到更多的应用能生成图片、视频、音频，甚至生成多模态数字人等多种玩法。这其中，AIGC与短视频的结合是非常吻合行业技术发展的，行业已经看到生成式人工智能正迅速从单一模态进入到多模态。“因此，AIGC赋能短视频的创作是大有可为的。” |
| 优质内容要赋能产品升级，提供极致化的用户体验价值，深度挖掘平台用户的需求，充分利用华策优质的内容资源，以及赋能移动融媒平台的新产品功能，推出热门影视IP专属定制产品。同时，共同打造影视传播标杆案例，放大内容传播的市场价值。并且，助力线下生态，促进华流出海，实现文化传媒的社会民族价值。期待发挥华策优质华语版权内容和海外的发行能力，协同中国移动视频彩铃的国际化的传播能力，共同拓展中国内容全球传播的一张网，让中华优秀文化和中国故事扬帆出海。 |
| 快手科技「快意」大模型中心负责人张富峥介绍，快手开发了语言大模型，类似于ChatGPT，以帮助内容创作者高效生成创意剧本和逻辑推理内容，从而提高内容生产的效率和质量。同时，开发视觉生成大模型，能够根据文字描述生成高清、多样化的图像，进一步丰富视频内容的创作，优化内容生产流程，增强用户互动体验。 |
| 中国移动杨董事长结合中国移动自身的行业特点，对中央提出的新质生产力的内涵外延，做了系统阐述，指出新质生产力是以科技为重要引领，创新为核心引擎，人才为决定因素，推动实和软深度融合，化学反应形成的生产力高级形态，数据将成为新生产要素，算力将成为新基础能源，人工智能将成为新生产工具，咪咕将新质生产力的概念延伸到内容产业，提出了新质内容这一创新概念，新质内容是以新一代信息技术为载体，以科技，以内容融合创新为路径，以高质量和高效能为内涵，能够创造新价值，重塑新动能，催生新业态的新型内容生态。 |
| 百度AIGC运营负责人周君凤围绕“AI助推知识内容进化”主题作了分享。她表示，在百度移动内容生态，我们拥有10亿的用户，为了满足亿万用户的知识消费的需求，百度建立了一个多元和丰富的知识内容生态吸引了大量的优质内容创作者，他们可以在百度生产图文、视频、直播、笔记等不同载体的知识内容。这些知识创作者的规模在过去的一年，同比增长了165%，他们的内容产量也提升了123%。” |
| 首先，它将程式化的写作变得极为便捷，通过主题和框架的设定，人工智能可以瞬间生产出质量还说得过去的内容（超过了很多水平一般的“作品”），从而使得没有创新的内容生产变得极为易得；其次，它使得作品合法主体的确立将变得困难，编辑加工的工作量会大大降低，但对作品“创作”程度的辨析将成为编辑“不能承受之重”，而且由于机器对内容的生产可以在“瞬间”完成，这样一来，不仅会产生巨量的“作品”，而且极大地增加了对内容选择、选用和编辑加工的难度，上游所“生成”的海量“作品”由于其生产方式的变化虽然没有内容和思想上的创新，但至少“看上去很美”，这将使得出版单位不堪重负；最后，由于作品主体确立的困难，AIGC所带来的侵权风险将会增大。出版界如何应对AIGC快速迭代所带来的冲击，将是2024年直接面对的一大难题。 |
| 生产方式的变化 |
| 媒介深度融合也影响了出版的内容生产。近年来出版业通过IP深度挖掘，开始了“出版+”“文化+”的多元开发，着力打造知识服务、跨界融合和平台建设高地，通过对出版内容的多次利用和深度开发，极大地提高了出版内容的生产效率和含金量，延展了出版产业链。 |
| 企业和个人都可以利用钉钉AI助理形成高效生产力。 |
| 个人可以创建个性化的AI助理，如工作AI助理、资讯AI助理等；企业也可以充分使用企业所沉淀的知识库和业务数据，以对话的方式开展数据分析和洞察，创建招聘AI助理、财务AI助理、报表AI助理等。 |
| 当前，以ChatGPT为代表的AIGC（AI- Generated Content，人工智能生成内容）技术产品的迭代升级和日趋成熟，推动传播智能化向前迈进了一大步，随着ChatGPT在世界范围的广泛应用，AIGC在国际舆论中的参与比重以及影响力不断增大，将会深刻影响国际传播格局和生态。 |
| ChatGPT的应用改变了国际新闻内容生产流程与模式，提高了国际新闻传播的效率，给国际传播带来了革命性影响。 |
| 挖掘内容生成功能，提高采编生产效率。ChatGPT拥有强大的信息检索、人工智能生成内容、人机智能对话功能，能够大大降低国际资讯检索难度和语际转换压力。对于一般的国际新闻，可依托大型语言模型生成的文本模版，进行简单加工处理后即时生成国际新闻报道，将采编人员从繁重琐碎的检索翻译任务中解放出来，从事更具思想深度的国际新闻产品生产。 |
| 挖掘用户画像功能，推动国际传播精准化。ChatGPT可以根据用户的搜索历史和兴趣对用户进行画像，比较准确地为用户推荐相匹配的内容。其强大的多语种文本互译、多语言文本的内容生成、智能问答等功能，扫除了来自不同国家用户跨越语言、文化藩篱获取资讯的障碍，其个性化的交互方式为来自不同文化、使用不同语言的个体破除“信息茧房”提供了高效且便捷的新途径，创造了一种新的国际交流方式。 |
| 未来随着大规模应用普及，能够以较低的成本、极高的效率、较好的质量面向全球多语种受众群体开展一对一传播。基于ChatGPT的这些特性，我们要用好人工智能背后的大数据和算法推荐，准确定位国际受众，实现对特定用户个性化需求的精准传播。 |
| ChatGPT模型用于训练的数据主要来源于公共语料库、社交媒体以及一些研究机构和公司提供的专门数据集，但内容质量良莠不齐。 |
| 随着AIGC技术的不断优化，通过技术手段深度伪造的信息往往达到以假乱真程度。 |
| ChatGPT无法完全规避预设政治立场和价值偏好，存在一定意识形态风险，影响宣传效果。因此，在利用ChatGPT进行内容生产和传播时，必须对生成的文本信息加以甄别，严格审核，过滤掉其中虚假不实的信息以及容易引发国际争议的内容。 |
| ChatGPT是一项正处于不断发展完善中的传播媒介技术，在国际新闻生产中能够发挥一定作用，但在深度思考、分析、策划等新闻生产核心竞争力方面仍无法取代人工。 |
| 需要提升采编人员的人工智能素养。一是要组织开展ChatGPT应用培训，提升采编人员应用ChatGPT技术获取、应用、管理、评价信息和资源，发现、分析和解决其运用过程中各种问题的能力。 |
| 充分发挥采编人员的主观能动性，引导他们科学运用智能内容生成工具增强竞争力。特别是利用ChatGPT的交互功能，深入捕捉国际受众的所思所想、兴趣爱好，一方面，创新国际传播的呈现形式、表达方式，增强叙事表达的说服力，让国际受众听得懂、听得进、愿意听，更好地推进中国故事的全球化表达、区域化表达和分众化表达，提升国际传播的准确率和信息传播效率。另一方面，研发全新的内容产品和交互体验，给用户提供优质的即时新闻互动体验，吸引更多的国际受众。 |
| 不同国家和地区之间存在着不同的风俗习惯、宗教信仰、价值观、意识形态，由于ChatGPT是一种通用型模型，无法充分考虑到不同文化之间的差异，生成的文本可能会引发误解、争议和冲突。 |
| 要更好发挥ChatGPT在国际传播中的作用，我们需要在利用好ChatGPT生成的文本模版基础上，发挥主导作用。一是讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，利用ChatGPT，以网络讨论文本为训练集，在交互对话中及时发现、精准识别社会意识形态领域的各种问题，有针对性地开展国际舆论引导和舆论斗争。二是根据不同国家的文化特点，构建多种国际传播叙事体系和结构文本，并不断加强ChatGPT学习和预训练，提高人工智能技术生成文本的准确性和可靠性，提高国际传播的精准性。三是要发挥采编人员的主导作用，弥补ChatGPT的价值缺陷，加强对ChatGPT生成文本的审核修改，避免引发国际传播中的文化冲突。 |
| 2023年是AIGC的起始元年，大模型将不断催生新的商业模式，这将成为未来几年人工智能发展的主要趋势。 |
| 在将AI技术应用于教育场景的过程中，有道始终坚持“满足用户需求是核心目标”，在加紧研发“子曰”教育大模型的同时，有道也在不断落地AI应用，实现AI产品与教育场景的高度契合。 |
| 网易有道展示了“子曰”教育大模型在多个场景中的最新应用成果，覆盖全科答疑、口语训练、文档速读等细分领域，充分展现了“子曰”在自然语言处理领域的技术实力和教育领域的广泛应用前景。 |
| 当孩子问小P老师数学题时，他不会直接给出答案，而是先给出方程式的解法；如果孩子反馈没学过方程式，他还会更换不同的方式讲解，确保“有问必答”；同时，小P老师还支持“举一反三”和“多轮互动”，主动给孩子推荐同类型的题目进行巩固，并总结归纳解题关键点，帮助孩子达成“解一道题，掌握一类题”的学习效果。 |
| 小P老师在与孩子的互动沟通中，通过巧妙提问的方式来启发孩子们的思维，逐步引领他们自行探索问题，从而避免了单调的填鸭式灌输，培养孩子主动探索的学习习惯。 |
| 有道速读，旨在帮助用户迅速理解文档内容，快速定位关键信息。目前，有道速读提供了五大核心功能：文档问答、文章摘要、要点解读、引文口碑和领域综述。据了解，这些功能能够帮助用户在短短10秒内快速阅读并理解长达万字的文档内容。 |
| 将开源有道速读背后的RAG引擎“QAnything”，以便与开发者社区共享技术成果，激发创新和合作，进一步拓宽这一技术的应用范围。 |
| 通过算法技术挖掘海外市场的文化偏好，通过生成式人工智能（AIGC）、数字人等技术提升文化生产效率，随着技术的更新迭代，能否运用新技术为文化企业生产降本增效，将成为影响企业出海的关键因素。 |
| 通过人工智能技术在海量的数据中找到规律，推出更符合用户收视习惯的内容，有利于将内容与收视偏好相结合，为文化产品传播提供参考。 |
| 全面提速数字化运营，持续加强产品创新力，进一步提升品牌形象，全面打造医质、服务、精细化运营的品质驱动体系，不断推进数智AI技术与医疗服务的深度融合和创新应用，为客户提供专业、有爱、个性化的全方位全生命周期的健康管理服务。 |
| 检验质控LIS系统和影像归档和通信PACS系统均上线600多家体检中心，使客户体检流程全部实现电子化、智能化，大大提高了服务效率和客户体验满意度。 |
| 质量的背后都是拼搏，创新的背后都是汗水，信任的背后都是坚守。 |
| 今天的AIGC时代，GPU算力成本相较以往大幅提高，软硬件供应链、新技术应用在带来新机遇的同时，也为中小体量金融机构带来新的挑战，如何在科技金融发展趋势下充分运用AIGC技术，已成为行业热门话题。 |
| 结合“源1.0”到“源2.0” 大模型的训练经验积累，AIGC的应用模式可分为三种形态，包括：预训练型、模型微调型和已有基础模型的提示词工程型。其中，头部金融机构与部分互联网公司在资金和研发人力储备方面相对雄厚，可通过自建大型GPU算力集群，构建AIGC服务体系。但对于多数中小金融机构而言，较难在短期内通过大量重资产投入，形成体系化营收产出。因此通过轻量AI算力基础设施建设模式，基于已有基础模型的提示词与模型微调模式的大模型技术应用，将成为中小金融客户落地AIGC的主要方式。 |
| AGI参考架构OGAI(Open GenAI Infra)：AIGC作为当前的热点技术，行业用户往往希望能够基于自身已有的云原生技术实践扩展为AI基础设施，但忽略了纯粹的GPU算力与生成式AI应用之间的技术壁垒。通过基于IT云调用GPU资源提供训练推理算力，结合算法开发、模型微调等面向大模型的MaaS(大模型即服务)能力，将MaaS作为IT云基础设施的扩展能力，构建可演进的人工智能技术体系，也将是金融机构在进行AI领域投入前，须严格审视的执行路径。 |
| AIGC等数字新技术在公益广告的制作应用和关键技术攻关，提升公益广告视听体验。 |
| 分布式融合存储在AIGC领域应用最为典型。以浪潮信息今年推出的AS13000 G7为例，一套集群即可支撑起大模型的海量复杂数据的采集、处理、训练和管理，避免了协议转换带来的效率降低和多套存储带来的管理难题。 |
| 公司做微短剧有IP储备、剧本输出、AIGC赋能、投流分发和资源整合等方面的优势，可以在剧本制作、AIGC技术等方面进行赋能，发挥优势。 |
| 今年9月，中国南方航空与腾讯合作的全动飞行模拟机视景系统通过引入自研游戏引擎和AI+PCG+AIGC等游戏技术，成功克服了传统视景产品的人工建模难题。这一创新项目包括五项核心技术，涵盖超写实仿真、高性能仿真、机场模型智能生成、多通道高精度融合校准以及高光学性能虚像。这不仅提升了飞行训练效率和效果，也将我国的全动飞行模拟机视景系统推向了国际先进水平。 |
| 生成式AI正在从基础大模型发展到行业模型，并将深入到无数应用场景。显然，在不同层面上，对算力的要求是不同的，例如AI在行业和应用场景层面上方面，更多的需求是推理，如何提升推理效率至关重要。 |
| AI上知天文下知地理，还能撰写书面材料、创作画作和音乐、制作短片，甚至可以与人类开展持续流畅的“高情商对话”。AI所展现出的全能意味着其具有取代人类工作的巨大潜力，乃至于艺术创作、科学发现等“人类独有”的创造性工作 |
| 对于约80%的美国人来说，他们至少10%的工作任务，会受到大模型的影响，此外有约19%的人，其工作任务受影响的比例超过50% |
| 而AIGC应用爆发背后虚假信息、学术伦理等问题也引发全球关注 |
| 随着多模态技术的不断发展，AI模型将迎接更加复杂多样化的交互场景，有望在智能家居、智慧城市、医疗诊断、自动驾驶等领域，打开全新的应用空间。随着技术的不断发展，AI不再仅仅是一种工具，而是人类的“左膀右臂”。人们将迈入人类与AI协同发挥作用的时代，这将大大提高生产力和生产水平 |
| AI在日常生活中的参与度不断上升也可能导致一系列道德问题，如何保证AI技术的普惠性和包容性，如何促进AI技术的公平公正和非歧视性值得人们深思。当前以及未来人工智能治理攸关全人类命运是世界各国面临的共同课题 |
| 宁畅将继续携手合作伙伴，共同促进AI等数字化技术与医药等专业场景深度融合，以创新为驱动，助力AI发挥“万能钥匙”的作用，解锁智慧医药新机遇。 |
| 人工智能生成内容（AIGC）大模型所需要的海量和高标准语料库问题涉及数据开放问题，例如数据相关的经济社会秩序和科技伦理问题等，都需要政府引导共识和全社会共同行动。 |
| 《中国国家地理》杂志社一方面充分思考自身与AIGC的结合，在更多的领域开拓创新；另一方面巩固好已具备的媒体资源，在源头上开发新内容，重构自身生态系统。“我们既要坚持原有的商业逻辑，也要强调内部的协作共享与数据采集能力，让整个品牌得到良性的进步与发展。” |
| deepin-IDE目前已率先接入大模型，AIGC助力开发者代码翻译、注释、补全、生成等环节，极大提升了开发效率。 |
| 巨量创意平台及生态产品运营经理高寒带来了优质生态共建——创意生态趋势分享。她分享了创意素材的重要性和应用，展示了创意生态策略如何助力品牌实现跑量突破。高寒表示，高标准的创意素材不仅为行业带来了前沿的视觉营销技术成长，更是品牌传播提供的优质土壤。巨量创意平台结合图虫打造头部内容营销行业基石，在摄影生态和视觉营销领域拥有的强大实力和创新能力。 |
| 她强调了合法合规的重要性，并提供了一些实用的法律建议和风险防范措施，同时带来AIGC创作内容版权归属问题的开放性讨论。 |
| 随着人工智能技术的不断发展，越来越多的品牌开始利用AI来优化营销策略。通过机器学习技术，品牌可以更好地理解用户需求和行为，从而提供更加个性化的创意内容。未来的视觉营销将更加注重多方合作与创新。图虫方面表示，将不断寻找与其他领域（如艺术、科技、娱乐等）的合作机会，创造出更加丰富多样的营销内容，图虫和AMD也将积极推动更多创意视觉可能，为品牌提供更多创新的营销解决方案。 |
| AIGC的出现也为教育带来了颠覆性影响，不仅改变了社会生产力与人才需求，更对教师教研、学生学习过程带来了直接影响，为整个教育行业带来了挑战。 |
| 夸克扫描王将持续深耕AI视觉识别技术，全面提升年轻人在学习、办公等场景中的视觉识别体验与效率。 |
| 近年来年轻用户对于扫描应用的需求呈现出了多样化、个性化与品质化的新趋势。夸克扫描王依托大模型技术已经形成了扫描能力、图像能力、内容识别和版式理解能力及学习效率工具的能力矩阵，让扫描内容呈现出更好结果的同时，能够助力年轻用户进一步提升个性化生产、创作的效率。 |
| 其利用人工智能（AI）技术，通过已有数据寻找规律，并通过预训练大模型、生成式对抗网络等方法，自动生成各种类型的内容，例如文章、视频、图片、音乐、代码等。AIGC代表了AI技术发展的新趋势。过去传统AI偏向分析能力，而现在AI正在生成新内容，实现从感知理解世界到生成创造世界的跃进。 |
| 现在，人们越来越多地使用AIGC创建整个世界。据美国《福布斯》双周刊网站近日报道，AIGC技术领域正在喷涌出一些令人兴奋和充满活力的新功能，为富有想象力、有趣且有潜在用处的产品、服务和体验（包括但不限于游戏创作）开辟了新机会。 |
| 这些聊天机器人由深度机器学习提供动力，但灵感来自人类大脑结构。在训练过程中，超级计算机会读取大量文本并进行训练，这种训练使聊天机器人能够在对话中结合上下文语境，产生类似人类的文本响应。 |
| 目前，智能客服聊天机器人集成了这项技术。随着这些机器人在语言翻译、创造性写作、理解上下文并作出有意义反应方面的能力不断增强，这些聊天机器人也可成为忙碌的专业人士的虚拟助理。 |
| 荣耀端侧AI大模型可基于对用户偏好的理解和感知提供个性化服务。结合多模态自然交互，荣耀Magic6对用户意图理解更精准、立体，能够认知学习图像、文本和复杂语义。 |
| 在生成式AI技术加持下，手机对于用户意图理解和情境感知将更准确。 |
| 制作方可以围绕短剧IP进行系列线上线下应用，乃至拓展至元宇宙、数字人的应用场景开发，激活短剧的文化和经济价值，让短剧真正成为优质剧集的孵化器，成为视听叙事新理念的试验场，成为UGC、PGC和AIGC多元视听生产主体的创作场域。 |
| 创新传播方式，讲好中国故事。光明网充分发挥青年编辑记者思路广、技术强的优势，创新自身传播语态，探索运用新媒体技术手段，打通主流内容触达网民群体的“最后一公里”。不断丰富自身“武器库”，在新媒体传播中扩大音量，产出传播精品。在党的二十大报道当中，光明网新闻中心青年骨干创新运用AIGC技术，推出主题MV《风华》，一张张由人工智能创作的精美画幅共同构成祖国壮美河山，为党的二十大胜利召开献上美好祝福。 |
| 人工智能技术的快速发展不仅为用户带来更加丰富的视听体验，也为视听行业带来了全新的机遇和挑战。通过人工智能技术的应用，可以实现内容的个性化推荐、智能剪辑、智能创作等，大大提高网络视听内容的生产能力和生产效率。 |
| 元宇宙作为虚拟现实与现实世界的融合，则为未来的各种新型视听产品带来广阔的应用空间和舞台。在元宇宙中，用户可以身临其境，与虚拟角色互动，创造出属于自己的个性化体验。 |
| 未来会产生创新劳动者。”“要以变应变、为我所用，要以更加积极的心态拥抱变化。”“数字科技要有温度，两者结合，能产生化学反应。”“AI提高的是下限，打开的是上限。 |
| 当前，生成式人工智能和大模型推动算力需求高速增长，如何通过智算力系统来更好地支撑AI创新与应用，已经成为智算产业的关键。应对生成式AI的发展和挑战，应该从算力系统、AI软件基础设施（AI Infra）、算法模型和产业生态4个方面来进行综合考量，从而加速智能产业的落地。 |
| 在网络互联方面，浪潮信息专为生成式AI计算场景发布旗舰51.2T高性能交换机，为企业级智算网络提供高吞吐、高可扩展、高可靠的智算网络产品及方案，解决了传统RoCE方案普遍存在的有效带宽低、尾时延高、故障收敛慢等问题，将大模型训练性能提升38%以上，性能接近InfiniBand，助力AI用户高效释放大模型生产力。 |
| AI Infra全栈优化：释放多元算力、提升大模型算力效率 |
| 智算力是创新力，AIGC与数字经济、实体经济的深度融合，将会创造出更多颠覆性的社会价值、经济价值，而浪潮信息将秉持开放、共享、共建的发展理念，抓住AIGC市场机遇，共同推进人工智能落地。（ |
| AI视觉大模型发展迅速，高质量图像连续生成能力日益完善，AIGC让设计师们“如虎添翼”的同时，也存在着控制不精准、生成有瑕疵等痛点。如何让机器生成与设计思维更好地结合，建设AI设计师新生态，成为行业发展的新动向。 |
| 未来的AI设计就是设计师的想象力加上AI的生产力。 |
| AI设计工具在中国的个人普及速度超预期，但仍有3成受访者因收费、操作、效果等问题放弃使用。企业层面普及度较差，仅有8.4%的企业用上了AI工具。就工作流而言，AI目前主要充当创意辅助，仍需结合传统工具才能完成设计交付。但报告认为，国产AI工具有着巨大的潜力。门槛较低、支持中文、亚洲审美是当下国产AI工具的重要优势。 |
| 美图自研AI视觉大模型MiracleVision 4.0相较于过去版本，该版本在AI设计方面新增矢量图形、文字特效、智能分层、智能排版四大能力，在AI视频方面新增文生视频、图生视频、视频运镜、视频生视频四大能力。新版搭载了经过精密计算的运动模块，并使用高质量视频数据集进行训练，使其能精准理解语义，生成流畅视频内容，并支持最高4K超清分辨率。大模型的迭代更加关注设计师的需求，模型生成更贴近艺术审美。 |
| 我们将为设计师们提供更好的服务，在AI时代施展创新才华。 |
| AI视觉大模型的发展将助力设计创新与实践，推动设计师群体交流互动，通过AI工具，助力设计师群体获得收入和个人成长，并创造社会价值。 |
| 如果说IP是网络文学出海的“放大器”，那么新技术的应用就是网络文学落地的“加速器”。尤其是AIGC（生成式人工智能）应用于文本翻译，正在突破产能和成本的限制，让网络文学作品大体量、规模化走出去成为新的可能。 |
| 业内专家表示，“人工+机器”是目前最常用的翻译模式。AI（人工智能）翻译、绘图技术等极大降低了作品的翻译成本，缩短了转化周期，准确度达95%。有的平台还会对AI模型进行集中性的“专项训练”，将既往优秀的译本、原作、标准词库等纳入学习语料。 |
| 催生新形态，提升精品创作力 |
| 一批扶持项目H5、XR、全息等新技术以及基于互联网云计算的交互视频、动画、数图等多种新型内容创作技术的落地，极大地丰富了媒体内容创作的呈现形态，提升媒体精品内容创作力。 |
| 可以看出人工智能技术与视听行业的深度融合，在内容生产、分发等领域呈现出数据驱动、人机协同、跨界融合的新发展态势。这些项目大幅度提升了视频节目推送精准度与审核效率，并衍生推出机器人播报、虚拟主持人、虚拟演播室等新业务。特别是 5G+4K+VR/AR等多种技术融合，给用户带来更多场景化、沉浸式超级视听体验。 |
| 今年入选项目有不少优质工具，赋能提升生产效率，“基于文心大模型的智能视频创作平台”，其应用方向是短视频智能化生成，将AIGC能力融入到视频生产环节里，简化生产流程、提升生产效率，同时通过AI能力一定程度激发生产者创意灵感，现已服务于大量创作机构，整体效率提升可达10倍以上。“一帧秒创”项目一键AI成片，1分钟生成数字人口播视频，工具智能化助力媒体传播，成为媒体深度融合发展加速器。该项目AI可一键成片，提升效率，为快速、高效出成果提供优质工具。 |
| “多模态内容生产与管理平台”运用当下先进的AIGC及大模型技术，实现了媒体领域文字、图片、视频内容自动生成，对推进人工智能行业与媒体深度融合发展具有积极意义，该项目当前已广泛应用于媒体、治理等多个领域，相关技术成果已推广应用至21个省、500余个市县区。遴选出的产品与技术已全面应用于媒体生产传播等相关领域，聚焦科技创新，以高新技术赋能，不仅丰富和优化内容以及呈现形式，且在实际应用中获得良好反馈，为未来更广阔的行业应用夯实基础。 |
| 新技术催生新业态，广电行业现在与未来的发展也必须依靠先进技术赋能，发挥科技创新的增量器作用，用先进技术赋能行业发展各个环节，加快形成新质生产力。 |
| 要准确把握新技术应用新变化，推动节目创新创优。技术与内容互为支撑、密不可分，科技含量和科技应用水平，应成为衡量节目质量和节目效果的一个重要方面、重要指标。推进节目创新创优要以先进技术为支撑，始终保持对新技术应用的敏感性，努力用好信息技术革命成果，使之为节目创新创优强基赋能、出新出彩。同时积极探索新技术在新闻+政务、商务、服务领域方面的深度应用，催生出更多媒体融合的新产品和新业态。 |
| 创意与技术助力文旅新媒体提升影响力 |
| 产业动量之变。AIGC可重构现有的工作方式，在内容创作、自动驾驶、零售、医疗等诸多领域改变着人们的生活和生产方式，同时也带来更大的市场机会。算力、算法、应用、服务等诸多产业变量将成为创新的加速器，在算力生态链上的各个环节催生出新的玩家。 |
| 三是算力服务格局之变。由于基础大模型的本地训练成本不菲，企业将更多地使用已有的人工智能数据中心设施和生成式AI服务器集群，这将为算力服务市场带来新机会。算力服务供应商要能够提供定制化的基础设施服务能力，满足单个用户对训练和推理资源的独占式、大规模、长时间使用的诉求，同时帮助用户实现成本控制。 |
| 中国市场对于智能算力供给能力的衡量标准将发生变化——评估指标将从硬件性能向应用效果转变，用户在获得算力服务的过程中，会更加以应用为导向进行综合考量，增加对于诸如单位时间可处理Token数量、可靠性、时延、训练时间和资金成本、数据集质量等指标的关注。 |
| 随着人工智能的高速发展，信任风险越来越不容忽视。最新研究表明，AI可能对人类造成伤害，例如：在关键场景下做出不可靠决策，无意中对某类群体产生歧视等。随着ChatGPT的普及，AI在聊天中产生不恰当甚至违法内容已不再是一件新鲜事；利用AI制造虚假信息、伪造新闻甚至换脸进行欺诈犯罪也日益多见。 |
| 数据隐私与安全问题也正在变得愈发突出：人工智能的发展使无差别数据收集愈演愈烈。用户画像需要算法收集个人信息并追踪，商业领域越来越多的企业开始收集个人的浏览记录、购买记录、交易方式、地理轨迹等信息。自动驾驶等往往在车内部署各类传感器或采集终端，以环境信息为对象进行无差别、不定向的现场实时采集，还可能对军事等目标的隐私性产生侵害。 |
| 而数据的使用更是缺乏监督手段，隐私保护长期缺位：使用敏感信息进行大规模的模型训练，安全防护和匿名化依然缺失标准，个人数据存在裸奔风险。而这又会恶化数据污染、数据投毒的风险，酝酿出更大灾祸：以数据污染导致自动化决策准确率基于人群特征形成明显的分化，会产生实质性歧视，并对政治生活产生冲击。而在自动驾驶、智能工厂等场景中，数据投毒对人工智能核心模块产生的定向干扰将会直接扩散到智能设备终端，对人身、财产乃至国家安全都造成可怕后果。 |
| 其团队近期使用人工智能生成内容写作了一篇科幻小说《机忆之地》，小说的创作过程就是通过不断给出关键提示词，引导大模型生成完整的篇章。 |
| 以用文心一言（百度的大语言模型）写周报为例，可以告诉它，我是一个高级产品经理，需要它帮我写一份周报。如果要写出一份比较满意的周报，需要做一些结构化的表示。 |
| 只有当我们定义好我们的需求背景及交付结果，我们才有可能拿到符合预期的答卷。 |
| 当前，精准地借助人工智能生成高水平的作品并非易事，操作者需要将复杂任务拆分成人工智能能识别的语言，提出多个需求，从而获得更准确的回答。 |
| 目前，多数大模型都需要一段提示词来触发它的功能，而提示词的好坏可能会决定模型完成工作的质量。 |
| 人工智能提示词有很多社会需求，特别是对于高质量的人工智能作品，合适的提示词会获得更准确的回答或者作品。 |
| WPS AI则是具备大语言模型能力的人工智能应用，可以为用户提供智能文档写作、阅读理解和问答、智能人机交互的能力。目前WPS AI已接入了文字、表格、PPT演示文稿、PDF四大日常办公组件。除AIGC能力之外，WPS AI在阅读理解和问答、人机交互两大方向也在深入探索。 |
| 另一方面可能还会出现大量由AIGC技术生成的很有价值的数字内容，它们也会成为交易对象。” |
| “穹顶光场”技术的优势在于能够以更短的时间、更低的成本和更高的质量打造数字人。“我们的愿景是让每个人都可以拥有三维创作和生成能力，以便更好地迎接人工智能时代。 |
| 在赛场上看到很多企业正在把数字技术应用到产品、内容的生产中去，这既能助力企业自身可持续发展，也能解放生产力、提升工作效率、赋能实体经济发展。 |
| 凭借在搜索业务和智能技术上的长期积累，夸克大模型利用数据、平台、知识增强等优势，可以大幅提升知识正确性。在医疗健康领域，夸克大模型已经可以将问答内容的幻觉率降低至5%，处在行业领先水平。 |
| 在互联网高速发展的30余年中，搜索曾经高效地满足了用户主动获取信息的需求。但是随着移动互联网内容生产和供给模式的转变，传统搜索逐步变得封闭化、孤岛化。基于大模型的AIGC技术将会给搜索产品带来全新变化，推进搜索革新已经成为行业共识。 |
| 要解决大模型的应用问题，关键要解决知识正确性问题。 |
| 日前，全栈自研、千亿级参数的夸克大模型发布，将被应用于通用搜索、医疗健康、教育学习、职场办公等众多场景。夸克大模型的整体水平超越GPT-3.5，在多语言翻译、写代码、安全合规、内容创作等方面处在国内行业头部水平。 |
| 针对AIGC技术与搜索产品在大模型领域的协同发展，清华大学新闻学院教授沈阳认为，依托搜索平台，夸克大模型拥有高质量的各类数据，在中文语境下，模型能力处在行业领先水平。在教育、医疗等垂直领域中，夸克在对话、解题上的能力取得了新的突破，是国产自研大模型的优秀代表之一。同时，在安全性能上，夸克经历了搜索场景下的长时间考验，累积了非常丰富的经验和能力。 |
| 在大模型技术落地层面，夸克大模型的能力体现在四个方面，可以帮助用户提升工作、学习效率。知识能力，拥有广泛的知识覆盖、信息搜集和多语言支持等，支持外接专业知识增强，提升跨领域的知识和语言理解能力；对话能力，具备较强的上下文理解、语境推理、关键信息保持和记忆能力，更好地适应不断变化的语境，理解用户的意图和需求，确保对话回复准确、合理、连贯；创作能力，能够根据主题或关键词，生成连贯、有逻辑、有深度的文本内容，支持续写、润色、仿写、批改等多种不同写作需求；安全能力，具备较好的世界观、价值观，对于明显的虚假信息，均能做到准确识别、正确回答或者给出合理指引。 |
| 从用户需求出发，打造工作、学习、生活的AI助手，夸克App持续迭代进化。据悉，夸克大模型将全面升级夸克在搜、用、存上的智能化体验，帮助用户进一步提升效率。同时，基于多年累积的搜索优势，夸克将借助AI驱动推进搜索革新，加速迈向下一代搜索。 |
| 十年来，媒体融合以先进技术为支撑，内容建设为根本，创造内容产品的新形态、新传播、新业态、新流程。 |
| 当前，大数据、云、AIGC新技术已广泛应用于新闻的采集、生产、分发、接收、反馈等全过程。对转型发展过程中的传统媒体而言，运用新技术新应用创新媒体传播方式、占领信息传播制高点，不再是一道“选择题”，而是一道“必答题”。 |
| 中国新闻技联把团体标准的研制和发布工作作为服务行业创新、推动行业发展的重要手段和路径。在一定范围内，团体标准的制定对规范某一领域的重要性事物和概念具有约束性和指导性，其具有市场主导、自愿采用、快速响应创新和需求等特点。本届年会发布的团体标准具有满足市场需求、促进技术革新、规范市场秩序、推动协同创新和树立行业品牌等5项功能。未来中国新闻技联将继续服务于媒体融合的国家战略，把握新媒体的发展规律和媒体技术的发展趋势，加大团体标准的研制和发布，服务传媒业界创新和应用。 |
| AI大模型建构融合新生态 |
| 近年来，在数据和AI技术的赋能和加持下，以大模型和AIGC为代表的人工智能技术与媒体的应用场景相结合，在传媒领域已开始逐渐普及应用。其应用涵盖了采集、编辑和播报等多个环节，为新闻报道、社交媒体管理等工作提供了更加高效、智能的技术支撑。 |
| 如何保证内容真实、可控、安全及时效性是大模型在媒体领域应用落地时所面临的一大挑战。 |
| 内容生产智能助手、基于私域数据的知识增强、多模态和知识服务等，可解决通用大模型存在的质量、时效、可控、成本等问题。 |
| 大模型在人工智能知识统一的建模、表征、推理等方面，探索出了一条路径，让知识的获取与调用变得越来越简单，成本越来越低。“雅意大模型在媒体融合发展、国际传播、舆情监测及分析等方面不断创新应用。 |
| 建设“四全”媒体，技术创新是重要驱动力，但同时技术也是把双刃剑。生成式人工智能给媒体融合发展带来了新机遇，同时也给网络生态治理带来新挑战。善用技术、趋利避害，抢抓技术红利、夯实技术支撑、发展安全并重，促进科技向善、内容向善，媒体融合高质量发展才能更好地因势而谋、应势而动、顺势而为。 |
| 对于大多数新闻从业者来说，数据新闻涉及选题、数据分析、内容撰写、设计与开发等多个方面，制作有一定的难度。“花火数图”将其中共性的问题抽取出来，统一予以解决、简化，能够帮助用户更加轻松高效地完成数据视频制作。 |
| 视频创作者在工作中往往面临着“高产”“原创”“优质”的创作三角难题，三者难以兼得。随着技术的发展，AIGC技术的引入为这些难题带来了更多可能。在本期培训中，央视频产品经理王晓佳带来了“AI创作助手”，利用生成技术赋能视频创作的全生命周期，将创作者从繁杂、重复的工作流中解放出来，回归创作本身。 |
| “AI生成助手”降低了视频制作的技术门槛，能够在视频准备、视频创作、视频宣发全过程提供助力。在传统的视频制作中，选题、素材制作等流程往往需要耗费几天甚至是几周时间。现在，“AI生成助手”能够以指数级提升的效率，在分秒级响应中完成这些步骤。同时，“AI生成助手”可以让创作者彻底告别版权风险，利用多模态生成技术，输入文本生成视频创作所需的素材，实现全链路原创。在千亿级别参数训练下，“AI生成助手”生成的素材更加贴合创作所需。 |
| “智令互动”零代码互动视频制作平台轻操作、重内容、多赋能，大大降低了互动视频制作的技术门槛。 |
| AIGC正在重塑“人机交互”方式，意味着信息获取会从“搜索信息”转向“交互式对话”，电商领域的用户搜索方式会发生变化。AI也正在推动着商家经营全流程的效率优化。 |
| 夸克大模型是基于Transformer架构、自主研发的多模态大模型，每天会对亿级的图文数据进行训练和精调，具有低成本、高响应、综合能力强等特点。同时，夸克大模型还将衍生出通识、医疗、教育等垂类模型，可以提供AIGC、智能检索的专业服务。 |
| 夸克大模型具备了对不良、虚假信息识别、回答和指引的出色能力。知识能力方面，夸克大模型拥有广泛的知识覆盖、上下文理解、创造性表达、信息搜集和整合、多语言支持等，同时具备外接专业知识增强、检索增强能力，进一步提升跨领域、时效性的知识和语言理解能力。此外，夸克大模型还具有撰写各类文本的强大文学创作能力，以及准确、合理、连贯的对话回复能力。 |
| 夸克大模型能力“爆表”源于数据、行业、知识正确性、平台等四方面优势。首先，夸克大模型拥有最全面的中文数据库，能更好地理解、评估、提炼中文知识体系；第二，夸克自建及拥有各类题库、知识点、医疗知识图谱、书籍及出版物等资料，沉淀了非常丰富的数据及用户场景；第三，在通用知识、写作增强等方面，夸克建立了从内容、搜索再到推理的一套可辨别知识真伪的技术体系。第四，夸克组建了数百人的研发团队，在搜索、教育、医疗等垂直领域中进行大模型的预训练与精调。 |
| 克大模型将会优先落地在通识问答、专业搜索等信息服务领域，满足年轻人学习知识和提升自我的需求。未来，夸克大模型应用于搜索、智能工具和资产管理助手等场景，一系列AI原生应用将为年轻人工作、学习、生活提供更全面的服务。 |
| 快手始终在进行基于AI的种种探索，不断迭代算法模型，帮助用户形成自己的数字生活圈，目前AI技术已从视频生产到理解、分发的各环节全面覆盖，成为快手的基础能力。 |
| 快手先后发布了独立自主研发的大语言模型“快意”和文生图大模型“可图”，赋能业务智能化，目前已与搜索、评论、商业化等多场景结合，内测了多个落地短视频直播的产品，打造出“AI智能对话”、“AI小快”、智能客服等智能应用，在提升用户体验和平台活跃度的同时，去创造更大的商业价值。 |
| 新算力体现在技术新、场景新、服务新，新经济要依靠新算力等催生新产业、新模式，新算力也正在改变科学创新的模式。 |
| 2023年，生成式人工智能的爆发带来了历史性产业机遇，正在逐步改造重塑社会、经济、文化等各个领域。GPT-4、LLaMA2、文心、源等大模型在写文章、对话、企划、绘画、写代码等很多领域已经表现出了让人惊艳的创作能力。未来，AIGC与数字经济、实体经济的深度融合，还将创造出更多颠覆性的社会价值、经济价值。 |
| 生成式AI蓬勃发展的背后，算力，尤其是AI算力已经成为驱动大模型进化的核心引擎。计算力就是生产力，智算力就是创新力，已经成为产业共识。大模型时代的算力供给，与云计算时代的算力供给，存在很大的差异性。大模型训练是以并行计算技术将多台服务器形成一个算力集群，在一个较长的时间，完成单一且海量的计算任务。这与云计算，把一台机器拆分成很多容器的需求，存在很大的技术差异。 |
| 从计算力、运载力、存储力以及应用赋能四个方面提出了到2025年算力基础设施发展的量化指标 |
| 人工智能大模型在业务训练过程中从推理、问答、检测到描述，重点在于解决连续性问题。”中国人民大学高瓴人工智能学院教授、博导卢志武表示，通用大模型在文本、图片、音视频等多模态内容生成能力上还存在许多需要解决的问题，“从多图理解、物体定位、OCR等业务功能上，多模态大模型对于任务预训练和数据指令微调等都需要完善升级，在应用场景落地时，如何通过大模型训练去解决用户的多元化复杂需求非常重要。 |
| 在生成式人工智能技术方面，打造并完善算力、数据和算法三位一体的协同应用生态，通用大模型和行业大模型都在做应用“减法”，让大模型从“玩具”到“工具”转变。让技术落地、让成果产生价值、让服务匹配业务，这或许就是人们正在讨论的大模型未来生态。 |
| 早期AIGC技术的发展，从各个链条和语义理解上产生了大量的大模型内容生成的“幻觉”问题，即“一本正经的胡说八道”。在中国信息通信研究院融创中心主任田辉看来，新兴技术的行业应用一定是需要产学研用结合才能健康的状态，“AIGC技术的分工角色更细，产业应用的开发、部署和应用都是需要产业链共同合作。如大模型的二次开发，迭代升级、运维服务等领域的人才培养机制，都需要细分与合作。 |
| AIGC技术产业的发展方向或路径是从人工智能技术升级方面，提升大模型的理解、生成、逻辑推理和记忆等核心基础能力；在场景应用落地方面，强化大模型的学习能力，提升生成服务准确率和效率；在行业生态建设方面，提升大模型的智能化水平和生态应用空间，打造成为辅助决策的实操性工具。 |
| 希望大模型的行业应用发展看到有百花齐放的生态，但需要关注的是低水平重复工作的问题。无论是数量还是类型，大模型的产品或商业形态还有很多探索空间。”田辉认为，AIGC技术的发展最终的落地在于内容服务。“如何提升准确率和效率，谁的平台投入的力量足够，大模型训练的速度和效率，以及应用适配更强，谁就能突破成功。 |
| 随着教育企业转入精细化运营，大班课教学时因人多产生的耳机和设备噪音就成了困扰。而声网所提供的AI降噪技术，恰恰可以解决上百种突发性噪声，为课堂带来纯净的沟通体验。在高清视频需求方面，以STEM赛道为例，老师需要用到高清视频为学生展示实验的过程和结果，声网所提供的解决方案不仅可以采用H265、AV1等编码格式搭配极速高清，还能在同等分辨率下做到码率更优、画质更好。 |
| IGC在教育行业的价值归根结底是帮助企业实现降本增效，比如在普遍流行的研究类、生产力类以及教学和学习类的场景应用。声网在AIGC上也有一套解决方案，可以为用户提供端+云一站式能力，其中包括模型能力、语言能力、场景人设定制和交互体验升级等。 |
| 目前ChatGPT已经可以用于营销文案、文学创作、代码开发、论文报告等场景。 |
| 其一，设计课程。ChatGPT可以为教师的课程设计提供创意思路，协助检索和整理文献资料，生成完整的课程材料，如教学大纲、课程计划和阅读材料等。 |
| 其二，协助备课。ChatGPT能够很好地参与到教研备课中，为老师建立一个初步的框架，提供通识性和常态化的内容，帮助教师节省初始头脑风暴时间。 |
| 其三，课堂助教。ChatGPT可以为师生提供一个实时分享的平台，7\*24小时回答问题，为课堂活动提供思路、增加课堂趣味性和丰富性，帮助学生理解复杂的内容和概念，成为师生的人工智能助教、课后导师或辩论陪练。 |
| 其四，作业测评。ChatGPT还可以参与到学生学习效果评估的过程中，生成作业测验和考试，帮助教师评估学生学习进度。 |
| 其五，辅助学习。ChatGPT能够为学生提供丰富的学习资源和学习方法，帮助学生更深刻、更富有创意地理解知识，提高学习效率和兴趣，帮助学生实现自主学习、建立个性化的学习规划，正确评估自己在学习上的不足和需要提升的方向。 |
| 在助力教育企业降本增效这一层面，目前看到了三个方向。其一是利用AIGC技术，帮助客户提升制作课件的效率、减少研发的投入；其二是语言培训场景；其三是主打“陪伴”教育场景上的一些产品研发。 |
| 当知识能够被AIGC大规模生产的时候，教育需要重新被思考。秦曾昌指出，AIGC的出现，让知识变得可以工业化大规模生产。我们需要思考的是，如何将这些知识使用好，以及大规模生产知识的背后需要什么思维和能力？以后越不能被工业化生产出来的东西，将变得越来越重要。 |
| 每个人在AIGC风潮之下，都需要学会拥抱和高效使用AI工具，并让其对我们的学习、生活和工作形成助力。 |
| 还通过“自建+联合共建”的模式，建设了5G适配验证平台、AI开源算法和工具平台等技术服务平台，帮助科技企业缩短创新周期、提升研发能力。 |
| 通过AIGC助力小微商家，观众可以现场体验这一便捷的小程序，输入简单的设计诉求，来生成属于自己的小店海报，同时了解背后的技术能力。 |
| I 技术、全媒体联合运营等多方面深度合作，推动了生产要素和优势资源的重组和优化配置，有效开拓和充分利用了媒体资源，为媒体融合提供了广阔的发展空间。 |
| 数字技术：5G 提升媒体内容生产能力 |
| 近几年，传媒产业对技术的赋能，已经从对创意的辅助表现，转变成了将其嵌入到融合的生产体系中，要想实现智能化，就必须在最短的时间内，将融合技术体系的全数据应用和全业态覆盖。 |
| 基于人工智能、大数据、云计算等技术，实现内容、管理、运营等方面的高效联动，可同时服务于智能传播、内容服务和智慧服务等应用场景。 |
| 以 ChatGPT 为代表的 AIGC 技术或将重塑媒体生产和运营模式。ChatGPT 基于其主导的 GPT-3.5 架构的大型语言模型建构，通过基于人类反馈的强化学习进行训练，从而获得比以往更为逼真的结果。给 ChatGPT 一个话题，它便可以据此写出一篇新闻资讯框架，也可以给出完善意见。从媒体生产角度来看：一是 AIGC 技术可以在很大程度上提升新闻生产的效率，不仅可以从大量新闻资料数据中快速提炼有用信息并速成一篇文字稿件，也可以根据新媒体时代的稿件特点来进行新闻产品的生成；二是明显降低文字稿在文字和语法上的低级错误率，帮助编稿人员把大部分精力放在文字内容上；三是利用机器学习生成模型，让模型学到不同文字风格的特征，实现同一事件的不同角度、不同风格的报道，更好地提升新闻产出效率。由 ChatGPT 带来的交互界面的演变、互动内涵的变化，有望进一步重塑媒体生产模式和运营模式。 |
| 通过AIGC降低创作门槛，提升互动体验，激发创作者与开发者的创新能力和传播热情，为京东双十一内容营销注入新的内容生产力。 |
| 通过发动创作者社群，自研AI绘画工具及打磨适用于行业的AIGC创作SOP，为品牌方提供全新内容生产力 |
| AIGC赋能整体项目周期缩短、营销成本降低、品牌精准曝光，京东和触手AI双方共同探索出了品牌内容营销增长的“第二曲线”。 |
| 可以快速生成播报内容满足新闻播报、内容指引、欢迎致辞等场景需求，大大提高生产效率，降低人工成本。 |
| AIGC，即人工智能图形创作，是一种结合了机器学习、深度学习和大数据技术的设计方法。其主要特点是能够自动化地产生设计概念、迭代和优化。此外，由于其基于数据驱动，AIGC能够更加精确地根据用户的行为和偏好进行设计，从而大大提高设计的有效性。 |
| AIGC的引入为传统的设计工作流程带来了前所未有的冲击。在调研和设计阶段，估计有近50%的任务有可能被AIGC技术所取代。这一转变，首先导致了设计行业中某些角色，如插画设计师等，面临了更大的职业挑战。但同时，AIGC也为行业带来了新的机会，尤其是在与AI技术结合的新兴职业领域。此外，随着技术的发展和应用，整个产业的分工和结构也可能会经历重大的调整，导致传统的工种和角色发生变革。 |
| AIGC技术的引入为设计领域带来了一系列新的职业角色。例如，AI设计策略师、AIGC系统维护师、AI界面设计师等。这些新的职业角色往往要求设计师不仅具备传统的设计技能，还需要对AI技术有一定的了解和掌握。AIGC的广泛应用导致了设计产业内部的重新分工。一方面，机器承担了更多的重复性工作，使设计师能够集中精力处理更为复杂和创新的任务；另一方面，新的技术要求设计师具备更加广泛和深入的技能集，从而引发了对教育和培训的重新思考。 |
| AIGC技术的引入不仅改变了设计产业的内部结构，还促进了与其他产业，如技术、教育和研发等领域的交叉合作。这导致了一个新的、多学科交叉的产业生态的形成，为设计师提供了更为广阔的发展空间。 |
| AI技术为教学设计提供了全新的视角和工具，特别是在处理大量数据、个性化教学以及资源整合方面展现出其独特优势。 |
| Stable Diffusion采用开源的方式，为设计师提供基于用户行为和偏好的设计建议。通过这种数据驱动的设计方式，学生能更系统地理解设计决策背后的原因，从而进行更具有针对性的创新。 |
| AI还在课程内容和教学方式上为设计教育带来创新。例如，通过AI算法的个性化学习推荐，学生可以根据自己的进度和兴趣选择合适的学习内容和项目。与此同时，结合虚拟现实和增强现实技术，AI为学生提供了更为沉浸的设计体验。这种技术的进步，不仅为学生提供了更先进的学习工具，更促使教育者对现有教学模式进行重新思考。 |
| 这意味着学生不仅要学习如何使用AI工具，还需要批判性地思考这些工具背后的设计哲学和社会影响。同时，与AI结合的设计过程为学生提供了更大的创新空间。高校应该鼓励学生挑战传统设计范式，敢于尝试AI技术带来的新方法和新思路。 |
| 在AI技术日益普及的背景下，高校需要培养学生的道德品质和社会责任感。学生应该学会对自己的设计作品进行道德审查，思考其对社会和环境的长远影响。同时，高校还需要强化学生的心理素质和团队合作能力，帮助他们在快速变化的设计环境中保持稳定和有力。 |
| 在AI技术的辅助下，设计师有更多的机会接触和分析大量的用户数据。高校应该教育学生如何洞察这些数据背后的用户需求和行为模式，从而进行有针对性的设计创新。与此同时，高校还需要培养学生的实验精神，鼓励他们不断尝试和验证新的设计方法和思路。 |
| 聚焦思想与观念的表达。 随着技术手段变得愈加易得，真正的核心竞争力转向了创意与思想。因此，高等教育应重视培养学生的独立思考能力，批判性分析能力，以及跨学科的综合运用能力。例如，对于设计专业的学生来说，不仅要求他们具备优秀的审美和实际操作能力，更要求他们能在设计中融入自己独特的思考，对设计背后的文化、社会、经济等多方面进行深入分析，使设计更具深度和广度。 |
| 第二，强化艺术、设计、科技相结合。 未来的设计师不再是单一领域的专家，而是要成为多领域的交叉融合者。这要求设计教育既要有深厚的艺术根基，又要有广泛的技术视野。例如，可以设立数字艺术、虚拟现实设计、AI在艺术中的应用等课程，让学生在实际项目中体验艺术与技术的完美结合，并在此基础上激发他们的创新思维。 |
| 第三，善用多种渠道与方式的资源。 在信息爆炸的时代，学习的方式和渠道也在发生变革。传统的课堂教学已不能满足学生的需求，高等教育应结合线上与线下，理论与实践，导入与自学等多种教学方式。例如，可以与业界合作，为学生提供实际的项目经验；可以引入在线课程，帮助学生扩展学习资源；还可以鼓励学生参与学术研究，培养他们的独立研究能力。 |
| AIGC变革下的设计教育前景。在AIGC技术不断进步的时代背景下，设计教育面临着前所未有的机遇和挑战。从微观的设计角度到宏观的社会背景，每个维度都为教育者和学生提供了新的思考方向和可能性。 |
| 设计的核心在于创新与创意，而AIGC技术为设计领域带来了前所未有的助力。它不仅解放了设计师的劳动力，优化了繁琐的流程，更为设计师提供了更多的时间和空间进行深入的创新思考。从这个角度看，设计教育应该重塑其价值观念，更多地强调创新思维和独立解决问题的能力培养。 |
| 第一，从专业的角度；随着AIGC技术的应用，设计相关的专业都面临着重新定位的机会。这并不意味着机器将完全替代设计师，而是各个专业应当重新思考如何与机器合作，以及如何更好地培养学生的创新能力。 |
| 第二，从宏观的角度；随着技术的快速发展，设计教育必须紧跟时代步伐，开发与新技术结合的课程和项目，以适应时代的变革。 |
| 第三，从个人的角度；在AIGC技术的影响下，设计的门槛正变得越来越低。设计教育不仅应该培养专业的设计师，更应当为更多的人提供设计的基础知识与能力，使每个人都有可能成为设计师。 |
| 在当代设计教育中，“传道授业解惑”的传统教育模式已逐渐显得不再符合时宜。教育者的角色应逐步从单一的知识传授者转型为学生学习过程中的引导者、思维触发者及实践方法的交流者。尽管AI技术在诸多教学领域中取得了令人瞩目的进展，但它难以替代教师在教育过程中所发挥的情感连接与深度，对学生个性的洞察和关心，这两者始终是教育中不可或缺的宝贵元素。 |
| 总结而言，AIGC技术为设计教育带来了巨大的机遇，但也提出了新的挑战。设计教育者应积极思考如何在这个技术变革的背景下，为学生提供更有价值、更有针对性的教育体验。 |
| 国内大模型算力大部分依赖国外生态，建立自主的算力生态系统是亟待解决的问题。在算法层面，大模型训练需要大量数据和计算资源，因此，增量数据的更新也是一大挑战。 |
| 人工智能作为制造业数字化转型的新生产工具，正催生AI for Engineering这一工程研发新范式。他介绍，工业智能前沿研究的重点内容和总体目标是从信息感知本质、信息理解深度和系统行为决策出发，开展跨时空感知与统一表征、多模态信息可解释泛化认知和人机共融决策与动态博弈的基础理论与关键技术研究，实现制造过程高端化、绿色化、智能化运行。 |
| 大模型可以改变信息的分发方式、提高内容生产效率、实现交互任务、成为专家级虚拟助手、颠覆传统编程方式、成为科研工作的加速器。 |
| 通用大认知大模型的技术发展仍需攻克知识幻觉、自进化、个性化等三大难题，“除了思考我要如何行动，还要思考如何结合硬件控制落实到机器行动” |
| AI等新技术的爆发，也将带来大量的商业机会，淘宝天猫作为最大的消费平台，将是一个最大的AI应用的试验和孕育场，必然会带来效率提升和巨大创新。淘天集团要做的，就是与品牌商家一起，坚定做深做透中国市场，不断创造新产品、激发新需求，持续做大消费大蛋糕。 |
| 正在测试中的AI助手淘宝问问，将为消费者带来生活消费全新体验，进而提升品牌商家的购买转化。 |
| 为消费者提供个性化推荐，预测天气、指导矿山生产，帮程序员“写代码”、帮科学家“搞科研”……丰富的应用场景，将人工智能赋能产业发展、造福生活体现得淋漓尽致。 |
| 开放之后的大模型可能将改变普通人的工作和生活。未来几年，通用认知智能技术将持续快速发展，带来重大模式创新和产业变革，比如改变信息分发和获取模式、革新内容生产模式、全自然交互完成任务、实现专家级虚拟助手、颠覆传统手工编程方式、成为科研工作加速器。 |
| 大模型的价值在于应用。只有在多样化的实际应用场景中赋能智能经济与智能社会的发展，才能找到产业价值，同时也成就大模型自身。 |
| 伴随着大语言模型的发展，产业和社会也将从数字化、网络化走向智能化。人工智能发展的根本目标是落地于产业、服务于人。能真正解决用户需求，距离场景和数据更近的企业，将拥有大模型的未来。 |
| AIGC在企业的关键职能中将释放巨大价值潜力，受影响最大的4个业务职能分别是客户运营、营销和销售、软件工程、产品研发。以游戏行业为例，AIGC将优化内部效率，随后重塑开发流程并引领游戏玩法创新。 |
| 不过，我国大模型及其行业规模虽然具有优势，但当前的应用主要集中在容错率高、任务简单的休闲场景，在更具价值的严肃场景、工作场景、专业场景等方面的应用尚待进一步拓展。 |
| 要借助全链路自研，不断积累人才和技术，逐渐形成体系化的产业链、人才链、技术链和创新链，最终形成内生动态，走出一条发展通用人工智能的中国路径，助力数字技术创新取得突破性进展。 |
| 认知大模型想要在行业实现深度应用，需满足3个关键要素：一是安全可控，包括内容安全和算法安全；二是场景驱动，要在看得见摸得着的场景上，产生实实在在的应用价值，用统计数据来证明应用成效；三是要有专属模型，能保护用户的专有数据，建立私有云平台，保障客户的数据安全。 |
| 大模型开放、AIGC深度应用，不仅对数据、算法、算力提出了更高要求，也对安全、隐私、伦理提出了更多挑战。只有在确保数据安全和隐私保护、健全人工智能伦理与安全的前提下，才能让AI技术真正释放应用价值。 |
| 我们更希望人工智能是人类友好的辅助，协助人类完成一些挑战性任务。”清华大学人工智能研究院副院长朱军认为，“但它并不一定需要在形体、行为上与人类对齐。 |
| 随着大模型开放，每个人都可以拥有‘超能力’AI助手，从繁琐劳动中解放出来，做更有价值和创造力的事。”刘聪认为，未来的智能世界中，AI将实现全面的资源普惠。 |
| 参赛者应采用成熟的AIGC技术，聚焦视听行业具体环节的应用创新。参赛技术包括但不限于智能节目策划、智能稿件生成、智能音频生成、智能音频编辑、智能图像生成、智能图像编辑、智能视频生成、智能视频编辑等。 |
| 比赛要点：技术先进性、应用成熟性、内容合规性、用户体验度、运行流畅性、性能优化能力。 |
| AIGC（生成式人工智能）作为当前新型的内容生产方式，为媒体的内容生产全面赋能。写稿机器人、采访助手、视频字幕生成、语音播报、视频锦集、人工智能合成主播等相关应用不断涌现，并渗透到采集、编辑、传播等各个环节，深刻地改变了媒体的内容生产模式，成为推动媒体融合发展的重要力量。 |
| 文心一格是百度推出的AI艺术和创意辅助平台，定位为面向有设计需求和创意的人群，基于文心大模型智能生成多样化AI创意图片，辅助创意设计，打破创意瓶颈。”百度中央媒体事务负责人杨竣凯表示，文心一格既能为画师、设计师等视觉内容创作者启发灵感，辅助艺术创作，又能为媒体、作者等文字内容创作者提供高质量、高效率的配图，让每一个人都展现个性化格调，享受创作乐趣。 |
| 如何在海量的新闻发布素材中保持更高的精准度，把更多人力成本从海量基础工作中解放至内容生产创作，成为了当下各级媒体需要解决的重要问题。 |
| “一键审核文稿、视频错误，能够有效提升稿件质量和审稿效率，助力内容安全生产。”百分点智能媒体审校产品运营负责人于亚明向记者介绍道，该产品利用前沿的自然语言处理、人脸识别、深度迁移学习等AI技术，依据行业规范、标准和业务知识，识别文稿中的错误内容，并给出纠错建议，知识库更新快、深耕模型算法效果好、开箱即用。 |
| 传统电商已经走向存量竞争，以人工智能为代表的新技术正成为商业发展的新动能。今年以来，新一轮技术浪潮席卷全球，生成式人工智能（AIGC）推动着电商产业驶入新赛道，其所开启的“效率革命”，也将持续缩短生产和服务的响应链路，影响消费形态。 |
| 当今时代，经营主体应当把握数字化机遇，全面收集数据、更有效地应用数据，以此来提升企业的运营效率。 |
| 而借力新电商，我省各项产业也拓展了新的发展路径，实现了高质量发展。 |
| 人工智能将催生互联网新应用、新业态、新产业，并开启虚实相融、产业互联、价值互联的新世界。 |
| 依托语料库训练模型，人工智能具备高于人类平均水平的内容生成能力。 |
| 目前，AIGC在文本生成、音频生成、图像生成和视频生成等行业应用已经全面展开，未来互联网上大部分内容将来自人工智能生成。例如，2023年7月，传播大脑科技（浙江）股份有限公司发布的传播大模型入选中国记协新媒体专业委员会2023“融媒有技”优秀案例库。该应用在国内外开源基础大模型和国内头部大模型基础上，针对媒体行业量身打造，具有智能写稿、AI对话和创意设计三大功能模块，包含了想标题、写提纲、写作辅助、总结大纲、生成摘要、提取关键词、写演讲稿、写邮件、图文互生、多轮自由对话等功能。 |
| 科大讯飞发布的“讯飞星火”认知大模型，拥有跨领域的知识和语言理解能力，能够基于自然对话方式理解与执行智能教育任务。该应用具备一键生成互动教学课件与课题建议、实用性的班会设计、完整的家访沟通提纲，“自动化”完成批注和作文评价，“一对一”给予学生反馈等功能，帮助减轻教师工作负担，提高教师工作效率。亦可通过虚拟形象和大模型，在与学生的“聊天”中强化英语标准发音和用词，提高学生学习效率。此外，基于教育数字基座，还可以实现应用一键共享，提升教育数字化管理能力。 |
| 智能互联网拥有海量数据，能为知识的整合与创新提供支撑，其自主探索认知物理世界的性能也能辅助科学训练、设计、推理、评测等复杂科研任务。 |
| 智能互联网具备强大的语言理解和文本生成功能，在助力政府科学决策、智能管理以及提供高效、便捷、精准的政务服务方面具有广泛的应用前景。 |
| 智能互联网在日程安排、文案撰写、语言翻译、图片及音视频制作、会议记录、客户服务等办公领域拥有大量应用，智能办公成为各大互联网企业商业化竞逐的热门场景。 |
| 智能互联网不仅能为金融行业提供高效、精确的数据分析，同时也能为金融风险智能监控预警、身份认证和金融决策提供强有力的支撑。因此，金融行业成为智能互联网热门的应用场景。 |
| 就如工业革命解放人的体力，智能互联网打开了人工智能广泛应用的大门，人类社会在爆发一场“智力革命”，其影响力或堪比甚至超越“工业革命”。这场革命以人工智能应用能力为中心，将人类的智力扩展至数亿倍，将极大推动科技与生产力的进步，成为经济社会高质量发展的新引擎。这种智力革命具有涌现性，原来没有想象到的能力，在智能互联网上出现了。 |
| 智能互联网的发展以及其催生的“智力革命”，不但会给经济社会带来巨大变迁，基于人工智能的创新能力、应用能力，基于数据、算力和算法等新地缘政治战略资源的掌握能力的差异，也会打破国家间的力量平衡，形成国际政治经济新格局。 |
| 当前，世界主要国家把发展人工智能作为提升国家竞争力、维护国家安全的重大战略，加紧出台规划和政策，围绕核心技术、顶尖人才、标准规范等强化部署，力图在新一轮国际竞争中掌握主导权。积极营造通用人工智能创新生态，同时高度重视防范其风险，才能推动国际政治经济新秩序朝着稳定、均衡的方向发展。 |
| AI技术的加入，正不断助力中小商家高效管理，智能化经营也在加速供给和需求的良性循环。 |
| 要积极拥抱AI与大模型，企业利用大模型底座训练专有大模型，一方面可提升企业自身运营效率，另一方面存在诞生新业务形态和新服务模式的潜力。 |
| 现在AIGC对于媒体的创作和创业生成已经带来了更多的想象空间，目前生成类应用方面已见成效，偏决策类应用方面成效不及预期，模态应用成为当前很多企业和科技公司的重点探索方向。 |
| 文心一格是百度依托于飞桨、文心大模型技术创新的AI作画产品，只需输入文字描达，就能快速生成各种风格的精美画作。既能为画师设计师等视觉内容创作者启发灵感，辅助艺术创作，又能为媒体、作者等文字内容创作者提供高质量、高效率的配图。 |
| 它涵盖110+种动态和静态可视化图表，最高支持4K超高清的数据视频导出，是实现数据内容生产“快反”的更佳选择。它大幅降低了数据可视化技术的应用门槛，提高了数据内容作品的生产效率。 |
| 从用户视角进行体验，我觉得ChatGPT可以立刻成为大多数智力工作的智能工作助理。它基于语言模型和概率模型的架构，能很好地通过“对话”模式，为用户提供有广度、有深度、有逻辑的回应，辅助用户的思考。同时，它能根据用户要求的限定场景，不断优化、调整文字的组织方式，生成越来越符合用户需求的回答，因此，它很像一位聪明的远程工作助理。 |
| 因此ChatGPT不会取代搜索引擎。不过，基于我个人的初步体验，ChatGPT既具备分析现有内容的能力，又是能生成新内容的人工智能，还能不断指令人工智能查重。可以预期的是，即使不是完全取代，ChatGPT对搜索引擎的替代作用还挺明显。也因此，我很赞同这样的观点：ChatGPT首先会取代“体力劳动式脑力劳动”。 |
| 在AI能胜任的事上，人类肯定比不过它，那就面对现实，学会倚重AI，尊重这个进步。与此同时，我们或许能喘口气，去专注做那些使我们更“人之为人”而非“螺丝钉”“计件机器”的事情。至少我们要有所预期，即使它现在做得不完美，它也在飞速进步。 |
| 它在信息检索、语言逻辑、展开复杂问题的路径、概率判断上，有着人类不能与之比拟的能力。而且，它还能根据人类的反馈迅速调整生成的内容，可以说是一位知错能改、乐观开放的好伙伴。但它在价值理性方面，在根据情形做出最终判断，在人与人之间的深度沟通、同理心、创造力上，都很难接近人类水平。即使它无比博学，也只能摊开它一次次的结论来看，而不应当被当作全知全能、更有判断力的主体。 |
| 虽然我很认可ChatGPT是优秀的助理，但“助理”一词意味着被助理的人需要有更高的判断力和鉴别力，才能够学会问出好问题、不断调整自己的问题、识别助理的回答中需要深究的漏洞 |
| 越来越多的人类工作将会被能够思考和学习的软件取代，更多权力将从劳动力转移到资本上。 |
| 为了创造至善至美的自由境界，人产生了创造力，而创造力自身又帮助人回归“主体性”，使人成为人。而在如今的世界里，这位思想家心中人作为主体理所当然获得的尊重很有可能轻而易举地就被淹没在海量的数据之中。 |
| 目前，人工智能已经可以生成一些简单的文本，如新闻报道、诗歌等，但是代替人类作家写出优秀的小说仍然是一个挑战。 |
| 小说需要创造力、想象力、人类情感和个性等方面的特殊元素，这是目前人工智能难以模拟的。小说还需要考虑到读者的情感和兴趣，并能够讲述有趣和有启发性的故事。 |
| 因此，虽然人工智能在文本生成方面取得了一些进展，但是它仍然难以完全代替人类作家。人工智能可能最多只能作为一个辅助工具，帮助作家更好地组织和表达他们的想法。最终，人类作家仍然是创造优秀小说的最佳选择。 |
| 由此可见，AI确实擅长抓取信息、生成非常像样的评论，甚至还能写诗——如果对诗的定义标准是分行写句子，而非内在体验的隐喻性表达。但是，虚构作品往往承载了作者太多的“价值理性”。没有人文精神的AI即使能够依照某种结构成就完整的故事，也不太可能创作出令人浮想联翩的“小径分岔的花园”，凌驾于时间和空间之上。 |
| 如今AI可以基于语言模型帮我们抓取全人类的“经、子、史”，但是，即使都抓取来了、整理好了，我们也无法将其“为己用”，除非我们能“得一物以慑之”——这一物就是“意”。 |
| 在我看来，“意”是个体独立精神的终极彰显，是个体经历生活、认识世界、不断学习成长后得来的深刻领会，是忘记所有知识型信息后，最终仍存留在灵魂深处的东西。这也是人之为人最珍贵的东西，是无论多少个“未来已来”都最应当被善加保护、悉心滋养的。 |
| 在李然看来，传统电商同质化已走向存量竞争，以人工智能为代表的新技术正成为商业发展的新动能。AIGC开启的“效率革命”，也将持续缩短生产和服务的响应链路，影响消费形态。数字消费将率先开展AI变革，创造新的经济增量。 |
| 生成式人工智能的快速发展催生了全新的内容生成与交互形式，AIGC开始应用于各类数字场景，带来近似零边际成本的内容生产变革。数字虚拟人被越来越多地运用于直播、短视频与智能客服中，在行为规范风险系数可控的同时，满足了大量新世代消费者的体验型和情感型需求。 |
| 大数据与人工智能技术的应用能够更为准确地预测出消费者的实际需求，使匹配更为精准，提升个性化推荐效果。精准的需求分析也有效缩短了供应链，直连供需两端，拉近了生产商与终端消费者的距离，有效带动产业协同创新与转型升级。 |
| 可结合大模型AIGC的编程自动化能力，提高数字化系统开发效率，降低开发成本。“让业务人员都可参与应用开发，更迅速地满足业务需求，同时能实现更高的业务扩展性与能力复用度，优化企业生产效率和资源利用率。 |
| AIGC变革传统模式 场景化应用创造AI伙伴 |
| 通过感知、分析、理解和推理，AIGC在提供智能化的辅助能力和解决方案方面，其广阔的应用前景已经成为共识。尤其在效率办公和在线学习领域，AIGC应用作为生产力工具，将会改变传统的工作方式和学习模式。 |
| AI教育更倾向于找到学生真正没掌握的点在哪里，从根本上解决问题。传统的教育方式正随着AIGC的发展而变化，让教学变得更具互动性和个性化。 |
| AIGC技术将不仅仅局限于文本生成，而是将融合多种媒体形式，如图像，音频，视频等，实现多模态的内容生成和输出，围绕大模型、数字人，创造办公、学习场景下人们的AI伙伴。 |
| AI算法实现了让扫描内容更精准、更清晰，同时提供强大的编辑、管理能力，给用户带来全新信息服务体验。 |
| 随着ChatGPT横空出世，生成式人工智能（AIGC）技术日益成熟，推动着虚实共生趋势下内容创作方式的转变，为内容营销行业带来了颠覆性的变化。 |
| 将AIGC与内容营销很好地结合起来，开发AIGC+内容营销的落地产品，助力国家数字经济和战略性新兴产业发展。李西沙认为，要坚持以人为本，通过“人机对话”实现“人际对话”，把AIGC的应用发挥到极限。陈永亮表示，AIGC为内容营销行业带来巨大变革，福石控股将继续秉承“营和销并重，人和科技融合”的战略思路，发挥自身优势，推动AIGC技术在内容营销方面的落地。 |
| AIGC为内容营销带来了新动能、新变革和新未来，正在通过内容重塑用户、平台和品牌的交互关系，也重构着从公域到私域的品牌营销全链路。在从前链路认知到后链路转化的模式中，AIGC作为内容生产的高效永动机，让“用海量的优质内容影响前链路的用户认知”从不可能变为可能，这些优质内容还体现在多维内容的交互方面；而在后链路的私域营销，AIGC与PGC、UGC结合，真正实现了用户信息留存和转化，尤其是加强了用户信息的再次分享，把用户运营提升到一个战略新高度。 |
| 由科大讯飞技术团队专业指导攻关、迪思AIGC团队进行专项深入研发，基于营销场景化内容应用单元，全方位赋能汽车营销传播，为用户提供高质量的内容生成解决方案，辅助人工大幅提高办公效率。未来，迪思还将推出3C、快消、金融等多个垂直细分领域的专业模型，为客户提供更具价值和创意的内容，完成从“降本增效”到“价值创造”的进化。 |
| 生成式人工智能技术不再是未来的概念，而是现实的一种工具，更是一种思维方式，以生成式人工智能为代表的技术应用与发展前景非常需要开放式跨界交流平台。 |
| 生成式人工智能驱动的内容将在生产、分发和消费全环节发生新变化。 |
| AI走向“生成式”时代，用户输入某一领域的关键词，平台就能够通过算法、模型、规则，生成相应的文本、图片、声音、视频、代码等内容。作为具有强大互联网基础的领先AI公司，百度在生成式AI的发展中存在着先天的“基因”优势。国内首个全栈自研的AI基础设施，百度搜索、百度知道、百度地图等在内的应用软件……海量数据和知识图谱为百度的创意内容生产提供更多依据。 |
| 随着文心一言全面向公众开放，百度用AI原生应用重构所有产品线，具备全新生成式AI能力的新产品陆续面世。教育客户仅需通过简单的指导系统，就能实现广告投放“零误差”、突破创作生产力瓶颈、有效提升潜在客户转化率等，实现更高效定位的商业营销。 |
| “轻舸”的核心能力是基于大模型，将生成式AI贯通营销方案的表达和投放等环节，解决传统广告投放中曲折繁复、学习门槛高、分析操作耗时的痛点，让投放系统回归营销本质。 |
| 它结合百度大模型预估CTR的基础，快速输出海量素材，帮助客户轻松获取优质创意，打破内容创作瓶颈，轻松实现文案生成、图片生成和数字人视频制作的创意生产：2分钟产出100条创意文案、3分钟生成一个数字人建模、5分钟制作一支数字人口播视频。企业只需要简单的创意指导输入，就可以降低品牌营销的内容创作成本。 |
| 商家Bot可利用其生成、记忆、推理和对话能力，刻画完整的企业形象。再基于多模态的AIGC生成能力，持续输出更符合用户消费习惯的内容，同时向其发送图片、电话卡、地图卡等信息，利用多组件实现交互、促进转化。显然，Bot能针对咨询和销售环节进行功能整合，24小时无休地面向消费者开展1v1对话式营销，在消费者从线索获取到赴店消费的全链路中与其进行双向互动，有效减少团队内耗。 |
| 达内在“轻舸”平台内使用“擎舵”插件，生成创意推荐、可视化智能数据分析，将一条广告的创编时间从原来的2小时缩短至3分钟，有效释放了人力资源。新职业在线教育科技品牌十方融海的课程丰富多样，新课迭代较快，短时间大批量的视频制作已成为其投放的痛点之一。“擎舵”上线后，十方融海积极使用数字人视频制作功能，为包括国学、配音、剪辑等在内的核心sku，制作了数十套数字人视频，整体素材产出能力提升了2倍，为客户信息流的扩量奠定了基础。 |
| 出版人秉持积极运用与理性审视相结合的立场来应对人工智能技术的迅速发展，一方面积极探索如何更好地运用前沿技术，另一方面主动应对技术运用带来的问题与挑战。他提出，目前，出版业运用人工智能技术的成效显著，高效推动出版业将资源转化为内容和产品、提高传播和运营效率，这离不开出版企业、技术公司、高等学校、科研机构等相关主体的通力合作。同时他也强调：“无论技术如何更新迭代，出版的本质不会变，出版的核心始终是内容，在推进出版变革的同时，我们必须扛起舆论引导、知识传播、文化传承的出版责任。 |
| 人工智能技术在出版工作各环节得到不同程度的应用，显著提升了出版效率和效益，同时，人工智能也给出版发展带来削弱编辑主体地位、降低价值引领功能、弱化出版的权威性等冲击与挑战。 |
| 编辑队伍亟须通过重新构建编辑的鉴别力、编辑力、传播力等核心能力，提升人工智能技术在出版业的应用效能。编辑鉴别力的重构，意味着人类编辑要对没有道德知觉的AI（人工智能）所生成的虚假、误导、贬损等有害信息进行有效过滤，建立起出版的“防火墙”，同时要避免版权和道德风险。编辑力的重构，意味着编辑必须坚持人类主体性，走“出版+人工智能”而非“人工智能+出版”的发展路径；意味着人类编辑要发挥价值引领与情感输出的作用，避免将思想塑造假手算法黑箱。传播力的重构，是指编辑应探索运用人工智能技术实现面向特定需求的精准传播和营销，同时需要确保人工智能使用的合法化与道德化。 |
| 生成式AI大模型为出版业融合发展带来了机遇和新的范式，搭载生成式AI大语言模型，能实现内容核查、稿件润色、智能纠错、推理判断，提高出版效率。 |
| 教育出版人要高度重视人工智能生产内容对教育出版、编辑队伍和教育出版服务的影响，运用人工智能技术赋能教育出版，为助力中国式现代化建设、创造人类文明新形态而努力。 |
| 人工智能技术将带来出版的范式升级，推动产品形态、产业流程和服务模式的智能化。在产品形态的智能化方面，人工智能将催生新图文产品、新音频产品、新视频产品、新游戏产品，这些产品形态更能满足用户、理解用户、解放用户。在产业流程的智能化方面，人工智能将使内容创作、编辑加工、营销手段更加智能化，实现各个生产运营环节融合、消费场景融合和产销融合。在服务模式智能化方面，人工智能将促进出版业从供应产品的“制造业”变为提供内容服务的“服务业”，实现智能客服、智能推荐和智能场景。 |
| 人工智能技术正在全面赋能内容生产和传播服务，从智能化到数智化，开启了融合出版新的阶段。同时，智能技术也成为出版融合发展的新动能，从智能内容生产，到智能编辑加工，再到知识服务体系构建，逐步建立起了一体化内容协同生产传播体系。 |
| 在人工智能技术的推动下，内容生产与出版逐渐走向了智能与融合，同时形成了新的逻辑转向，AIGC（生成式人工智能）与传统内容生产模式之间相互作用、互补共存，内容产出转向个性化、差异化和品质化。未来，VR（虚拟现实）在出版领域的创新潜力巨大，可以通过集成VR出版内容资源，建立智能化知识服务生态，打造参与式第三出版空间，全新的触达、交互和连接方式能够驱动全链路立体营销模式。 |
| 在AIGC搜索引擎流行的当下，一些用户利用“正话反说”的方式给人工智能“挖坑”，诱导其输出不合法的搜索结果。 |
| 一是AIGC内容生成，帮用户写东西、做东西；二是Copilot，帮用户做个人助理；第三是知识洞察，主要帮助用户分析和发现文档中的重要信息。 |
| AIGC（生成式人工智能）技术本身就存在着敏感数据和违规应用的可能性，因此，数据安全运营是非常重要的。 |
| AIGC 的爆发让人们对通用人工智能的进步深感惊艳，同时也看到了产业变革的巨大潜力。今年4月，APUS以千亿级多模态大模型APUS大模型的推出与应用为标志，全面转型人工智能。APUS大模型参数已达千亿规模，具备对文本、图像、视频、音频的理解和生成能力，并已通过智能问答大师等7款人工智能产品向C端用户开放使用，同时，并行落地智慧客服、智慧医疗、智慧网信、智慧判案等产业应用场景。 |
| 以“数智”融合能力创新合作，联合打造AI行业解决方案，并将协同参与多个项目共建，以“互通有无”为总体原则，积极推动技术交融、资源联动，不断拓展多元化合作形式，聚力构建大模型生态，实现价值共创，赋能百业千行。 |
| 利用AIGC（生成式AI）赋予语音能力，能根据问题生成回答、上下文互动，观众与数字人实现沟通、互动和交流，了解最新金融产品介绍。 |
| 但人工智能可以辅助翻译，生成适应不同文化背景的内容，这是推动跨文化交流与文明互鉴的AIGC。”中国外文局文化传播中心数字文化推广部主任、国家二级导演崔凯介绍，人工智能也可基于大数据进行受众分析，了解世界不同地区的受众喜欢看什么。此外，借助人工智能辅助纪录片制作，能够从脚本拆分、辅助视频剪辑、音乐音效创作、丰富视觉效果等方面，使用AI工具提高创作效率，并实现更深层次叙事。 |
| AIGC能给我们带来更多的创作技术手段，但永远不要失去纪录片人对纪录片的真情实感。 |
| 众安科技与众安保险共同发布生成式人工智能技术应用白皮书，详细拆解了AIGC在保险业33个具体可落地应用环节，不仅可以在保险产品设计、精算、营销、运营和客服等全链路环节提供深度技术赋能，同时还可以应用于险企日常办公、研发提效等多个方面。众安科技当前已规划在全系列产品中加入AIGC技术等大模型能力，探索出一条快速、可靠、可控、可复制的AIGC模型应用模式，赋能保险机构客户数字化转型。 |
| AIGC应用创新落地的关键在于约束和场景。”张静说，有效地约束能更有效地将AI应用于内容创作场景，即仅将AI能力作为工程链路的一部分，而不完全依赖AIGC。审核环节是应用落地的门槛，通过审核来防范恶意内容和事实偏差，从应用侧规避终端用户的随意输入，则能有效把握内容的安全输出。 |
| 大模型在媒体行业落地将面临信息失真和错误、新闻同质化、难以处理复杂的主题和分析、难以理解和表达情感、缺乏人类创造力和思维能力等诸多挑战。 |
| 未来媒体的‘策、采、编、审、发、营、评’各个环节，都可以用AI大数据能力去进行赋能，真正使人工智能技术在媒体融合进程中得以有效应用。 |
| 在AIGC的加持下，媒体可实现“人工定要求、智能秒出稿”的自动化生产。通过AIGC可以实现自动监测接入数据、挑选有价值素材内容、智能识别+自动剪辑+秒级合成、AI自动产出短视频、人力审核即可发稿的自动生产场景。“输入数据即视频”“输入文本即视频”切实提升了生产效率，通过构建数据链路、设定触发规则、丰富稿件形态、充分利用挖掘原有文字稿件价值，政策解读、数据新闻可实现秒产大片。而将AIGC广泛应用于各类赛事、会议会展的互动应用，则可自动生产千人千面与“我”有关的内容，用户传播意愿更强。 |
| 一般需要满足两个基本条件：普适普惠、安全可靠 |
| 在“大数据”“大模型”“大算力”支撑下，人工智能正在大幅提升生产效率、降低应用门槛；而覆盖数据处理、模型训练、模型部署及推理服务等人工智能系统全生命周期的治理工具，将确保人工智能的发展符合人类利益与诉求。 |
| AI大脑既是高科技的大脑，也是价值观的大脑。AI平台是有立场的，AI生成的内容是有导向的。 |
| 要创新报道语态，创意赋能表达，不断提升网络主流意识形态凝聚力引领力。利用人工智能等新技术手段，加强高质量网络内容供给，推出有思想、有深度的优质网络文化产品。要丰富媒介形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，助力文化传承与创新。新技术的快速发展，为文化传承创新提供了更多空间。 |
| AI引擎电影将来是可以替换掉一部分真人电影存在的。当现实世界中的数字资产积累得越丰富，AI引擎电影就会越接近现实质感，而且更加高效、便宜。”陈洪伟表示。在他看来，这场技术革新将带来一个重大变革，即个人会被赋予强大的影像生产力。 |
| 现阶段AI参与影视制作的优势在于成本低和效率高，但由于缺乏一站式的工具，创作者使用起来仍有门槛，全面改变行业还需要一些时间。 |
| “未来在影视行业，AI不仅能够表演、拍摄，还能写剧本。尽管如此，它也只是一个工具，创作者要做‘使用工具的人’，而不能做‘工具人’。你不必会摄像、剪辑，你只要有审美、有想象力、有创造力，AI就能来帮你实现。”陈洪伟认为。在他看来，创作分两种，从零到一和从一到无穷，AI解决的是从一到无穷的部分，至于从零到一，作为人的创造性不太可能被完全替代。 |
| 他们发现AI能在极短的时间内提供一个大致接近构想的作品，但当需要进一步精细化、风格化加工时，目前的AI基本无法做到。 |
| 当前AI图片生成技术最具代表性的作品是动漫风格的各类人物，其本质是AI经过大量用户的不断筛选而习得了广泛的审美标准。但是随着“生成—筛选”这一过程被不断重复，人物开始逐渐呈现出审美同质化等问题。 |
| AI在追求最大用户群的一次认可时，必定会选择满足大多数用户的普遍喜好，因此要形成更具个人化的AI工具，就必须进行长期的个性化训练，使用更多的提示与指令，不断细化要求。 |
| “电影作为创意产业，其所应用的AI工具必然不宜采用某种通用模型，而要走向垂直化、个性化模型。这也是未来人工智能发展的一个新契机，涉及到对AI模型的差异化调整。 |
| 我们不能回避创新，沉浸在旧有的舒适的体系框架内，要自我突破，全面拥抱AI带给我们的各种可能。 |
| 为了更好的释放大模型的生产力，第一、要让算力系统的效率充分发挥，大模型开发就是在抢时间，效率等于时间和金钱；第二、可扩展性，对于动辄万卡的算力集群系统来说，并行计算策略关乎性能扩展比；第三、要保证训练过程中算力供应的可持续性，充分考虑硬件、软件、算法、框架层面引发的训练中断、失效的问题。我们需要从系统层面整体设计，帮助企业跨越大模型研发门槛。 |
| 众所周知，获客、活客、留客是金融行业内公认的三大难题，随着用户消费、理财场景逐渐转移至线上，金融行业面临线上用户交流体验差、客户转化率低等问题，金融营销对AIGC产品的需求进入爆发期。在此大背景下，百度将AIGC能力与金融营销场景深度结合，打造灵感、创作、投放、运营的闭环内容模式，重构营销广告商业逻辑。 |
| 最后通过投放系统，形成闭环，结合用户的实际行为和信号，让AI理解模型基于反馈不断的迭代升级，实现效率效果联动优化，良性循环的优质营销广告生态。 |
| 百度营销已经上线AIGC营销创意平台“擎舵”，实现文案生成、图片生成和数字人视频制作三大创意生产能力，为客户在营销过程中提质增效，重构商业营销生态。 |
| 引入AIGC辅助剧本评估。内部数据显示，目前对场景和人物拆解的准确率超过90%，有效提升在剧本评估、预算规划和资源管理等方面的效率。除此之外，爱奇艺通过AIGC技术迅速实现对影视剧的剧情理解，以此改进搜索结果、推荐和用户互动来提升用户体验。 |
| 通过引入AIGC赋能内容生产和运营，爱奇艺期望在不断优化用户使用体验的同时，在内容运营、内容推广层面‘提质增效’ |
| 在突出电影技术需求重要性的同时，也要把握好技术与艺术之间的合作协同关系。”中国艺术研究院电影电视研究所副所长、研究员孙承健直言，在视效电影的创作中，创作者在展现技术水准的同时，也要将艺术与技术高度融合，实现文学性、艺术性和科学性的平衡，满足观众的观影需求，推进国产视效电影高质量发展。 |
| AIGC没有情感或价值观作为支撑，并且都是依靠缺乏透明度的黑盒算法进行分析，在由其辅助进行外交决策时，人工智能系统不仅缺乏灵活性，还极易被攻击和滥用，作出误判，恶化国家间关系甚至引发国际冲突。ChatGPT难以判断信息真假和避开问题陷阱的缺点，也导致其可能会成为传播错误信息、仇恨言论的工具，并直接将这些负面信息传播至个人，扰乱本就未成体系的数字外交秩序。 |
| 以极低的人机交互难度实现用户与流量扩张。 |
| 以特定数据库操控信息以制造认知偏见。ChatGPT通过大型语料库的无监督训练来完成语言生成，但其数据库资料或许并非完全公正的，起码在OpenAI公司公布的GPT-3训练数据集中，英文语料占比就在90%以上，这对英语国家的偏向性也就更强。而某一国家在数据库中的资料若是较少或者不存在，就会被排除在数字空间外。 |
| 以隐蔽的算法完成意识形态输出与渗透。在构建算法过程中，人所持有的偏好、信念也会有意或无意地被纳入其中。加之数据中的非客观内容，ChatGPT输出的文本也会无法避免地带有美国的价值倾向与偏见。而随着ChatGPT在各个国家的扩散和广泛应用，美国的思想文化和价值观也将渗透其中，这将会是数字时代的“和平演进”形态。而且，与其他人工智能技术相比，AIGC技术可以根据用户的意愿有针对性地生成结果，并通过结果以用户无法察觉到的方式引导用户进行提问，再生成答案，完成意识形态的输出。 |
| 易被西方用于意识形态输出。AIGC技术本身无价值倾向，但AIGC平台却不可避免地受到主权国家权力的影响，这将成为影响特定AIGC平台在全球推广的关键所在。当前，国际主流AIGC平台大多为美国科技企业所打造，其在训练语料库选取、AI算法编制等方面暗藏技术黑箱问题，存在被美西方国家用于意识形态输出的空间。例如，使用ChatGPT等聊天式AIGC平台进行政治议题检索时，其回答信息如具有意识形态倾向，将深度影响用户对相关问题的价值判断，特别是，AIGC平台的一对一运行模式，导致政府监管部门及时发现、处置及预防相关意识形态渗透的难度大幅提升。 |
| 具有诱发政治情报泄密的风险。AIGC的不断发展，将带来一场新的科技革命，其意义甚至或可与蒸汽机、电力等相提并论。在此背景下，AIGC在社会生活中的应用势必日益深入，大量的文字、图片、影音需由AIGC生成，或经AIGC优化，甚至政府和公共机构也可利用AIGC辅助进行数据分析、决策和政策制定。这一态势虽将极大提升各行业生产力，但如果使用不当也会带来国家政治情报泄密风险。例如，如果使用AIGC软件进行涉密材料处理，则存在相关涉密信息被泄露的可能。此外，如果AIGC平台未能执行相关隐私条款，将有能力大量收集用户的个人信息，利用大数据手段可从中分析出一国各领域的关键信息数据，产生严重的政治情报泄密风险。 |
| 一方面，AIGC产业的迅猛发展，将会对图文制作、视频剪辑等原有知识密集型产业构成冲击，大量挤占这些领域中相对初级的工作岗位，带来大规模失业风险，增加社会的不稳定因素。另一方面，AIGC产业的迅猛发展，也会对一国国内原有社会分配机制带来影响，掌握AIGC技术的产业群体将对诸多领域产生替代效应，如不能在此进程中预先进行合理的政策规制，将使一国国内产业结构出现严重失衡，导致资本过度集聚于部分行业，带来严重的贫富差距和社会公平问题。 |
| 海内外一系列AIGC（内容生成式人工智能）成果的推出，代表着人工智能进入高速发展阶段。以ChatGPT为代表的人工智能技术通过智能算法和大数据分析，可以从全球范围内收集、分析和处理海量数据，大型AI模型的应用场景远远超出对话聊天范畴，甚至发展出推理、理解和抽象思考的能力，正在推动就业创业格局深刻变革。 |
| 从短期来看，智能化技术的产业应用会对传统行业产生替代效应，减少或取代部分就业岗位；但从长期来看，智能化技术的广泛应用和智能化社会的深度发展会促进产业变革，增加高技能劳动者需求，创造更多就业岗位，提供更多低成本创业机遇。 |
| 依托智能化技术驱动产业链转型升级，培育更多新兴产业和就业新载体。通过智能化技术赋能传统行业转型升级，提升产业的智能化水平，加快企业产品迭代和技术创新，稳步推进智能化与各类产业融合发展，构建就业市场与智能化良性互动的生态系统，引导释放智能化对就业岗位的创造效应，扩大用工需求，带动更多就业。 |
| 提升大学生智能化技术运用技能，促进大学生低成本创业。高校人才培养应加强理念创新，探索“人机协同”培养新模式，注重大学生智能化思维提升，强化大学生智能素养培育，注重基础学科和应用学科的跨界培养，适当增加智能技能课程与通识课程，培养契合智能产业发展需求的高素质人才。加强创业指导与专业培训，增强大学生利用智能技术开展低成本创业的综合能力。 |
| 在AIGC技术的迭代与爆发背景下，数字交互引擎也为AI提供了重要训练场景，助力AIGC突破3D侧的能力瓶颈。作为底层工具的数字交互引擎正与AIGC互相驱动，将成为构建“超级数字场景”的高效工具集，不仅将变革游戏的创作与玩法，还能在感知与认知的双重维度上，实现人类生产与生活模式的全面跃迁。 |
| AIGC为数字文娱行业降低成本、提升创新能力，形成相互驱动、相互促进的关系，在游戏领域体现尤为突出。不久的将来，作为科技的创新场和试验田，游戏产业依托AIGC的技术红利，将为数字经济发展创造更大的价值。 |
| 欢迎妙鸭等AIGC时代的新产物，但在提供产品和服务时，应当将消费者权益放在第一位，并提供有说服力的举措。 |
| 优化艺术效果，提高生产效率，更从底层逻辑上重构着产业规则。 |
| 工智能能够根据制片者的需求不断创造新内容，以更快的创造速度对作品进行迭代，为制片者提供更多的艺术灵感，助力制片者创造出更优质、更理想的作品。无论是成熟的还是刚刚起步的游戏工作室，都应该积极拥抱人工智能，为内容创作插上智能化翅膀。 |
| 虽然AI可以帮助拆解漫画创作流程，解放漫画家的生产力，提高其创作效率，但AI技术在版权方面仍存在争议，并且极大程度上压缩了原创热情。此外，AI作为一个工具，在稳定性方面仍然存在技术局限。因此，目前AI在漫画创作中仅仅是一个提高效率的辅助工具。张茜强调，Bilibili尊重人在创作中的主体作用，期望AIGC能够帮助原创作者更好地创作。 |
| 美年健康坚持以数智赋能内生式增长，发力“数字转型业务赋能”、“智能应用优化体验”和“创新学科碾压推进”，引领新增长曲线。其中，数字转型业务赋能即打造数字化健康平台，立足“医学、体验、经营、开放”四大核心业务价值；“智能应用优化体验”即利用大数据+人工智能赋能医疗服务，提升疾病早筛精准度，提高到检用户体验；“创新学科碾压推进”即开发以学科为纵深抓手的创新产品，满足用户高品质健康要求，驱动健康闭环管理。美年健康以数智赋能深耕精细化运营、提升医质与服务、紧抓客服满意度、提升单价利润率四个环节，并将创收再投资于精细化运营和人才培养以促进可持续发展，最终实现企业健康发展闭环。 |
| AI技术通过分析学生的学习数据和行为模式，能够为每个学生提供个性化的学习路径和资源推荐，使得教学转向以学生为中心的模式，让大学教育也有望做到“千人千教” 。 |
| 在新的技术背景下，各大高校正面对多重变化，寻求更加灵活、智能和个性化的教育模式。 |
| 随着AI技术带来的基础客服工作效率的提升，携程客服也开始了售前服务转型尝试。“我们很高兴可以让携程客服做更具创新性的工作。”携程CEO孙洁在现场宣布携程客服售前直播间正式上线，首批携程客服主播亮相。 |
| 坚持内容为王、终端为重、移动为先、人才为本，以融合创新、渠道建设为重点，加快构建全球全媒体传播体系，抢占创新发展制高点，融合发展取得显著成效。 |
| 我们要主动谋划、提前布局，发挥人工智能对媒体融合发展的驱动引领作用，搭建更加优质有效、绿色安全的传播场域。 |
| 面对新技术，应该是拥抱的态度。使用技术提高效率，辅助人类创新，人机协同发展。 |
| 新媒体的故事一定是从技术升级开始的，技术就是内容升级的工具。 |
| 人工智能对传媒人的技能水平，提出了更高要求。最重要的是，人应该成为技术的主导。 |
| 视频文创产业总体上从“新视听”和“视听+”两个方向发力，向外拓展延伸价值链、业务链、创新链、产业链，重塑数字化商业模式和运营模式；视听产业不断涌现政企联合、区域协同、媒体联盟等发展模式，以创新性、协同性持续推动产业高质量发展。 |
| 数字孪生、虚拟现实和元宇宙的技术融合将在未来发展中发挥重要作用，它们的结合将为用户带来更真实、更直观的体验，提高生产和决策的效率。 |
| 以往新的媒体形式出现后，新老媒体的关系多是此消彼长，而现今随着新技术的飞速发展与应用，新兴媒体形式不断涌现，但原有的媒体形式并没有完全消失，而是形成了融洽共生的局面。 |
| 随着互联网及移动互联网的普及，当媒体与流行文化紧密相关时，反而容易形成多元化的小众小型市场和社区，使得信息内容的传播更具“长尾效应”。媒体传播形式越来越多元化，且传播尾部变长，各类媒体在传播中融洽共生。 |
| 目前新技术带来了许多新形式，但这些新形式并非简单地取代过去的关系，而是聚在一起后，给人的选择会更多。例如现在的XR拍摄。近两年兴起的虚拟拍摄，其并不是取代了绿幕拍摄，而是出现了新的形式，给大家拍摄提供了更多的手段。现在的技术使得很多事情的成本没有那么高，给大家更多的生存空间。 |
| 各大视频平台内容同质化越来越严重、竞争优势越来越不明显，而只有领先的产品力以及平台自身的独特定位，才更容易获得市场的认可。 |
| 5G、人工智能等技术的创新应用，使得短视频与直播在技术、场景、需求等领域得到了快速发展。 |
| 新媒体平台虽在在传播渠道方面形成了一定的优势，但在内容策划能力方面存在短板。传统媒体人的优势在于制作优质、精细的内容，短视频内容的策划能力也很强。对于传统媒体而言，在融合发展方面应发挥新闻采编能力强、策划能力强等优势，形成自身特色，高质量融合发展。 |
| 不少新媒体平台逐步进入内容端，而非仅仅关注传播渠道，因此其发展的边界越来越模糊。 |
| AI的发展对生产力的发展产生了巨大的推动作用，也让人们的生活变得更为便利了，但与此同时，它也带来了很多新的问题。在我看来，AI带来的问题当中，最值得关注的可以归纳为五个“失”，即：“失业”、“失真”、“失格”、“失陷”和“失控”。 |
| 所谓失业，即AI带来的技术性失业问题。由于AI的生产效率要远高于人类，因此在AI工具被普遍使用之后，很多人类的岗位就面临着被替代的风险。尤其是在生成式AI崛起之后，可能被AI冲击的人群已不再限于那些从事低技能职业的工人，高薪白领人群也需要面临被AI替代的风险。例如，根据OpenAI的报告，仅ChatGPT这一个AI模型就可能对美国劳动力市场上八成人员的10%工作内容造成替代。 |
| “失真”，指的是AI技术导致了人们难以分辨网上内容的真假，这造成了很多的问题。如《白皮书》所列，在文本内容方面，恶意用户可以利用AI生成的文本来传播虚假信息、谣言、仇恨言论、歧视性内容或其他有害内容。在图像和视频方面，恶意用户可以使用深度合成技术生成生物识别的人脸或现实不存在的视频片段，从而构造具有合成照片的社交网络间谍账号，伪造公众人物或政企领导的有害视频。这些行为可能引发很多严重的后果：在社会层面，AIGC成为了电信诈骗等违法犯罪活动的新工具。在政治层面，AIGC技术成为攻击政治领袖、引导舆论的新武器。在金融层面，深度伪造技术攻破了支付身份认证，使风控体系失效。 |
| “失格”，指的是在AI的应用过程中可能发生的和伦理道德的冲突。比如，现在大型语言模型的训练都是以互联网上的文本资料作为材料的，所以如不加干预，它就会将文本当中蕴含的种族歧视、性别歧视等内容也一并继承下来。而这可能会误导使用者将具有歧视性的回答视为‘正确答案’而作出错误的决断。此外，在AI的训练过程中，经常会用到与个人身份、行为相关的数据，这就可能会涉及到侵犯隐私、泄露个人信息等问题。例如，2023年2月，微软Bing Chat的Prompt信息被斯坦福的学生以提问的方式轻松窃取；而三星公司引入ChatGPT后不到20天发生了三起半导体机密资料外泄事件。 |
| “失陷”，指的是AI在面临干扰和攻击时面临的风险。《白皮书》指出，在AI的应用过程中，可能面临着来自多方面的干扰和攻击，包括：随机攻击（在自然条件下随机发生的，例如随机噪声，缺失，分布漂移）、盲盒攻击（仅仅基于先验条件下的攻击，例如文字同音词替换、图像风格迁移）、黑盒攻击和白盒攻击。其中，高回报的场景如人脸识别更多面临黑盒和白盒攻击，而实际业务场景则更常见随机攻击和盲盒攻击。如果一个AI系统不能有效地抵御各种干扰和攻击，就可能给使用者和全社会带来巨大的损失。 |
| “失控”，指的是人们对于AI模型的掌控正变得越来越困难。现在的AI模型基本都是建立在深度学习的基础之上的，每个模型都具有数以百亿，甚至千亿级的参数，训练的数据集则更是海量，这使得这些模型变得越来越难以解释。以ChatGPT为例，即使其开发者OpenAI也无法解释其卓越的能力究竟是如何“涌现”而成的。在这种情况下，对AI进行有效的控制也就变得越来越难。现在，AI在各方面的能力正在迅速成长，如果不能有效对AI进行掌控，就随时可能面临各种意外的风险。在极端情况下，甚至可能如《终结者》、《黑客帝国》等影视作品中预言的AI毁灭人类、奴役人类的情况。 |
| 其他的四个“失”都是和AI的技术特征相关的 |
| AI技术就很难被人们信任，而这就会对其的发展和普及产生很大的影响。可信AI问题，就是在这个背景下被提出的。 |
| 对AI模型从算法的安全性、可解释性、精准性和性能三个方面制定了评价的标准。 |
| 一是稳健（robust，又被译为鲁棒），即AI系统应该具有抵抗恶意攻击或者外部干扰的能力。只有当一个AI系统具有充足的稳健性，可以在面临各种攻击或干扰时依然正常工作，履行其主要职能时，它才是安全可靠的，才有可能得到用户的信任。 |
| 二是透明和可解释（transparent and explainable）。具体来说，对AI模型中的各个组件都给出清晰的功能说明，让用户知道它们的大致原理究竟如何，到底可以实现哪些功能；对使用的训练数据的来源、样本量、代表性等信息进行标明，并对其可能存在的问题和不足进行说明。 |
| 三是可验证（verifiable）。这主要指对于AI的生成物应该具有明确的标识性，从而可以让用户对其真伪进行鉴别。 |
| 四是公平性（fair）。这主要指AI模型在开发、训练和应用的过程当中，应当保证公平，而不应该对特定的用户群体进行歧视。 |
| 五是隐私保护（privacy）。这要求AI模型在训练的过程当中应当尊重人们的个人信息和隐私，并提升对信息的保护程度，尽量做到不侵犯、不泄露个人信息和隐私。 |
| 六是可问责（accountable）。这主要指应当对AI发生问题时，其责任应当是可被追溯的。应当有具体的人或组织来为这些问题负责。 |
| 纵观以上几个标准，容易看到标准一主要是针对“失陷”问题的，标准二是针对“失控”问题的，标准三是针对“失真”问题的，标准四、五是针对“失格”问题的，标准六则是划定AI责任的承担者。可以看到，如果AI的模型可以遵循以上几个标准，就可以比较好地回应AI技术所造成的问题。 |
| AI正在成为更广阔创造性应用的基础，可以帮助设计师、艺术家、动画制作者、影视特效师更好更高效地创造更高质量的内容。 |
| 本轮大模型、AIGC、全新智能技术引发的科技浪潮，催生了一批全球范围炙手可热的全新应用和创新企业，越来越多的中国年轻创新者在这一进程中崭露头角。 |
| 用户只要以聊天的形式输入对话，智能流程助手就会理解用户的需求，快速生成自动化流程、自动填充复杂的参数。 |
| 考虑到用户的隐私安全,该系统是基于面部定位技术(FPS),通过AI算法不断深入学习训练,而不是通过摄像头来判断手持设备与面部的相对位置关系,从而实现美容仪所处位置的精准判断、并且读取对应位置的皮肤特征,同时输出适合该部位皮肤的能量参数,实现了定位分析与自动调节的结合,真正做到因肤定制。 |
| 进一步简化用户的护理难度,同时提升了安全性,实现面部年轻化。 |
| 互联网时代具备代表性的算法技术也为主流媒体所吸纳应用，如央视频平台引入总台算法，在算法匹配内容和信息环境均衡中实现兼顾，助力更良性、多样化的内容生态形成。 |
| 数字孪生、虚拟现实和元宇宙的技术融合将在未来发展中发挥重要作用，它们的结合将为用户带来更真实、更直观的体验，提高生产和决策的效率。 |
| 社会生产力将被AI大幅提升，企业软件行业更将被AI全面重构。未来的优秀个体一定是最善于使用AI生产力的个体，未来的优秀组织一定是最善于使用AI生产力的组织。 |
| AGI引发的生产力变革，势必会推动生产关系的革新。面对AGI时代下组织及人力资源管理的挑战，如何顺应变化以此提升组织能效成为每个企业都要思考的重要命题。 |
| 用户只需要通过自然语言文本输入，就可以快速访问数据库，查询关键指标和趋势。这种无需培训的数据访问方式，让企业端能快速获取所需的数据和指标，从而支持更好的决策制定和业务管理。而“员工Chatbot”功能则可以快速、及时、准确地帮助员工完成与招聘、人事相关的任务并获取相关信息。它不仅有效降低了基础咨询数量，减轻了 HR 团队的工作压力，还大大提升了员工体验。 |
| 未来大量传统工作都会被淘汰，但是更多新的工作和组织会诞生，每个企业和个人都需要更积极拥抱AI才可能适应这个时代。 |
| 借助这项变革性技术，会有更多的超级个体和敏捷组织出现，现代科技的“大航海”时代已经来临。第二，在未来十年，组织的竞争力取决于“人+AI”的深度，只有尽早行动，才能构建组织上的壁垒和优势。第三，HR是组织变革的一号位，在拥抱AI的过程中，需要举全公司之力，也需要自上而下+自下而上的文化支撑，没有谁比HR更适合引领这一变革。 |
| 面对呼啸而至的AGI浪潮，越来越多的企业意识到技术在驱动组织形态和管理模式变革的同时，也为组织带来提质增效的可行路径，组织的智能化转型愈发成为企业当下的重点发力方向。调研显示，50%的企业都认为有必要通过建立人机协作机制实现HR与业务协同，以AI驱动组织能力提升和员工体验改善，把握科技创新机遇，应对潜在风险和挑战。 |
| 未来在AI与影像生产力工具的紧密结合下，优质内容的创作门槛将不断降低，很多行业的生产效率也将不断提升 |
| 工具价值将在AI时代迎来大爆发。“AI对工具的意义，就好比电对于电器的意义，电的发现推动了工业革命，AI的发展则让我们进入了智能时代，AI正成为推动工具效率变革的能源” |
| 人工智能时代的数字素养将会更加前沿、更有挑战性 |
| 近期以ChatGPT为代表的AIGC应用带来巨大的想象空间，在可以直接转化为生产力的同时，也启发人们思考一系列的问题：AIGC带来的究竟是技术门槛降低之后的平权，还是技术门槛更高的新的两极分化和“数字鸿沟”？同时，结合全球科技竞争视角，还要考虑AIGC带来的效率革命、成本革命和交互革命，以及我们参与全球竞争的应对方式等前沿问题。杨健表示，AIGC的话题，比以往数字技术引发的未成年人保护、数字适老等问题更复杂，也更有挑战性。 |
| 在AI时代，除生活场景外，美图将提供更多生产力场景的服务，如视觉创作、商业摄影、专业视频编辑、商业设计等等。 |
| 今年3月推出的“AI动漫”实现了动漫视频生产力工具普及化；5月，结合商业场景推出“AI商品图”、“AI试衣”等功能，为商业设计降本增效，并通过“AI写真”帮助用户训练个人专属AI模型……吴欣鸿在现场回顾了一系列美图结合用户实际需求 |
| 工具价值将在AI时代迎来大爆发。在AI与影像生产力工具的紧密结合下，优质内容创作门槛不断降低，影像行业生产效率不断提升。希望更多人享受AI科技红利，一起用上AI时代的影像生产力工具。 |
| 好的视觉大模型需要有良好的“模型生态”支撑，这个过程离不开创作者和开发者的持续参与。美图将通过模型的训练、分发和商业化，体系化构建模型生态。 |
| 在AI与影像生产力工具的紧密结合下，优质内容的创作门槛将不断降低，很多行业的生产效率也将不断提升。美图将秉持着“让科技与艺术美好交汇”的使命，不断为用户带来更优质的产品与服务。 |
| 游戏科技的价值外溢，得益于游戏产业开放的特性，以及不断积累的一系列独特技术能力。在虚拟与现实加速融合的趋势下，游戏技术正在数字文保、工业仿真、智慧城市、影视创作等越来越多的领域当中，被加以运用。随着游戏技术的跨界应用越来越多，它正在逐步融入经济发展与社会生活之中，释放更大的科技力量和创造更丰富的价值。 |
| 产业有边界，但技术没有藩篱。技术的“双向”乃至“多向”奔赴，往往会带来显著的创新与变革。 |
| AIGC为视听媒体和视听创作创造了无限可能，对于媒体来说，AIGC带来的是包含制作、储存、呈现、传感、连接的全面革命，这是未来的发展方向，智媒体成为未来媒体的一个基本的形态是一种必然。 |
| 对于创作者来说，AIGC带来的最本质也最直接的改变，是成本更低、效率更快的同时，还能做到创意更无限。 |
| 理解用户需求、原创图片的生成、根据用户需求进行编辑或者二次创作，最后一部分是基于用户的反馈数据去进行优化和闭环，最后形成精美图片。 |
| 文心一格对普通用户的赋能体现在只要用好关键词和描述，人人都可以成为创作大师。自2022年8月推出到现在，每一个新用户都可以在平台上使用AI绘画，不需要任何技术门槛。 |
| 从企业用户画像来看，文心一格已成为内容创作和泛设计领域的“必需品”，应用范围包括但不限于游戏原画，广告营销素材、工业设计、建筑设计以及手办设计等众多分支。 |
| 文心一格，创意无限的技术赋能者 |
| 文心一格，商业应用的降本增效者 |
| AIGC激起全新内容创作浪潮的同时，也正成为商业领域的实干家，扩宽应用领域，降低创作成本。 |
| 知乎AIGC 技术领域内容创作者Aladdin带来了对AIGC发展和百度AIGC产品的一线观察。Aladdin认为， AIGC商业应用的范式是提示词+大模型，需要解决的核心问题是如何帮助用户用自然语言表达清楚想法，即提升提示词质量，以此来充分发挥大模型的潜力，生成预期的内容。 |
| Aladdin认为，更多的创业机会潜藏在AIGC中，有待发掘。 Aladdin理解，文心一格正在打造普通用户可以使用的开放性平台，不管是电商用户还是其他领域的用户，都可以将该技术与所在特定场景结合起来使用，可能会形成一些新的创业机会。 |
| 高效、快速、多风格的生产，连接内容创作者和商业应用两端的是AIGC，现已掀起创作和产业的创新浪潮。 |
| 网络游戏作为数字文化产业中增速最快、用户基础最大、学科交叉融合度最深的产业，对科技创新起到了“试验田”和“助推器”的作用。 |
| 目前人工智能仍然处于模仿创作阶段，其作品常常带有明显的“AI味”。比如AI处理2D美术人体、结构等复杂部分常出现细节错误，仍需人工进行后期处理；AI配音缺乏情感的真实表达，尤其在一些需展现角色情感波动的场景无法替代真实人声。值得注意的是，AI创作的作品版权归属至今在法律领域仍属空缺状态，也为商业化使用带来一定风险。 |
| 著作权法意义上的作品应满足以下四个条件：由人类创作，具有独创性，是蕴含一定思想内容的表达形式，且不属于法律法规、通用数表、公式等著作权法排除对象。目前AIGC有三种形式，分别是完全由人工智能独立创作、由自然人辅助创作、按照自然人输入的提示词生成。 |
| 曹新明说，上述三种形式中，只有一种是人类直接参与的，这种情况下AIGC才可能具有版权。“在剩下两种形式下，将AIGC界定为‘作品’是有问题的。”这是因为人工智能并没有独立的思想，并不能独立地进行“创作”，更遑论具有版权。 |
| 人类对AIGC的简单形式选择并不足以构成著作权法上的独创性。 |
| 生成式人工智能涉及从数据抓取到内容生成的全过程。这个过程中，作为生成式人工智能最终产品的AIGC在版权归属上界定模糊，其训练过程中抓取的数据也会有侵权的风险。 |
| 版权的设立是为了鼓励更多创新。”他表示，若不对数据和AIGC进行确权，会导致生成式人工智能开发商喂养成本过高，从而抑制创新。但另一方面，由于大模型具有显著的聚集效应和马太效应，人工智能开发商在训练人工智能时又极易产生数据垄断风险。 |
| 要理性对待AIGC创新，探索AIGC应用边界，优化对数据爬取的制度设计，分类分级探索场景化和精细化的算法治理机制，夯实算法开发者、应用者相应法律责任。“对于数据垄断风险，要发挥政府对市场的敏捷监管、精准监管作用，推动企业‘开源’发展，并确立多元监管机制。 |
| 未经他人允许使用人工智能模仿其声音、动作、姿势、手势，甚至使用人工智能“盗脸”，就侵犯了公民人格权。 |
| 大模型重新定义了人机交互方式，极大提升了用户体验效果；大模型也意味着一种新的生产力的诞生，会极大提升生产经营效率。这种“双效提升”必然将推动整个社会加速实现“智能化跃迁”。 |
| 企服点评平台也迅速应用了AIGC技术，为用户提供了更加精准高效的产品全景信息和决策支持，并通过智能客服实现产品介绍与用户问答的自动生成，在提升用户体验的同时，将整体运营效率提升10倍以上。 |
| AI设计的相关商品热卖中，彰显了36氪对AI技术的敏感性和前瞻性。 |
| 在内容创作领域，无论是什么形式的创作，个体也都需要借鉴企业家精神的内涵，有坚持，有韧性。“能够在激烈的竞争中脱颖而出，经受住环境和市场考验的人必然是有个人的坚守，有长期主义信仰的一类人。 |
| 未来将更加呼唤高质量创作者，并指出“在这个重构、颠覆、创新的数字时代，我们需要重新思考创作者的角色和价值。创作者不再只是创作出作品，更需要作品的传播、推广、维护各方面，扮演着更加重要的角色”。 |
| 将内容生产的方法论拆分成五个部分，分别为“明确赛道的选择”、“创造鲜明的人设和标签”、“用讲故事的方式建立认同感”、“用短视频思维指导内容创作”、“完成商业闭环”。他认为，IP打造的核心持续产出优质的内容，流量的本质是内容带来的注意力，持续优质内容的生产能力是打造IP获取流量，形成商业闭环的核心能力，当形成这样的能力就不惧怕媒介的更迭，因为好内容是有声的。 |
| 为创作者们提供了前瞻性的思考和指导。 |
| 虚拟系统所做的事情就是让用户可以通过运营一个数字IP，实现形象展示、社交互动、内容传播等营销价值，大大缓解了通过传统动画方式制作数字人打造虚拟IP的效果不理想、成本超高、缺少支撑平台等难题。 |
| AIGC以其真实性、多样性、可控性、组合性的特征，有望帮助企业提高内容生产的效率，为其提供更加丰富多元、动态且可交互的内容。 |
| 隔阂就是如何做到图文并茂、博采众长。“为此，需要深度测试各大模型供应商能力，甄选与场景适配的模型，模型之间也要支持灵活切换，甚至要自研相关工具。 |
| 持续推进AI技术融入数字内容生产，实现提质增效。 |
| “AIGC+UGC”独特内容共创生态，驱动业务长期发展 |
| 基于行业、用户实际需求，网易持续创新，扩大数字内容产业增量空间。在今年的网易游戏520发布会上，首款开创独特UGC内容生态模式的自研爆款《蛋仔派对》、首创AI驱动智能NPC等新体验的《逆水寒》手游，引发行业对“AIGC+UGC”创作新模式激发全民创意、拓宽游戏产业价值的关注。 |
| 创新地打造了UGC地图编辑工具，同时逐步激励玩家共创游戏内容 |
| 网易将继续沉淀关键技术能力，加快探索“AIGC+UGC”相结合的数字内容生产新模式，推动各项业务长期发展，创造更多的经济和社会价值。 |
| 作为火山引擎面向企业推出的智能内容创作平台，火山引擎智能创作云帮助企业智能、快速、批量生产视频内容，并通过各类AI赋能的创作工具、编辑技术、媒资素材、和流程管理能力，为企业提供敏捷高优的内容生产服务，在降低内容创作门槛的同时，提升创作效率和创作质量。 |
| 未来，火山引擎将会继续携手轻松健康，深入产品设计、智能系统、用户服务等各个环节，赋能轻松健康为以“银发族“为代表的终端用户提供更加数智化、体验化的健康保障服务，在提升自身业务增长和客户体验的同时，加快构建完善的健康保障体系。 |
| AIGC浪潮下的时代特征是一种断裂式的发展和破坏式创新，AIGC是对于人类的又一次重大赋能赋权，并将促成传播领域的生态级变局，微粒化社会、体验时代、作为承担未来社会主流传播“升维媒介”的游戏和认知竞争，将成为新智能传播时代传播生态的四个关键性标签。 |
| 提出AGI时代的传媒行业在就业、数据隐私、内容监管等方面可能面临的机遇与挑战。 |
| 随着AIGC引发全产业的颠覆性变革，IDP Engine 4.0也将全面引入生成式AI技术，通过将大模型算法能力与3D实时渲染能力结合，以技术内嵌到工具软件的方式提高生产效能，为虚拟现实、增强现实、虚拟仿真、数字孪生、信息可视化等各行业数字化应用提供全栈式的创新。 |
| 底层技术的安全可靠是实现数字内容生产工具自主化的前提和基石，而生产工具的好用、易用则会成为国产化过程中用户群体的优先考量要素。 |
| 在技术创新不断突破的同时，国内生成式人工智能服务与协同办公软件等深度结合，加速向应用层面落地。 |
| 一是生成式人工智能服务，主要是辅助编辑、改写、润色，帮助用户撰写更优质的文章；二是阅读理解和问答，基于已储备的语料做问答式交互，辅助阅读和知识检索；三是人机交互，基于大语言模型技术做下一代基于自然语言的人机交互。 |
| 此外，飞书宣布将推出智能助手“My AI”，功能包括汇总会议纪要、创建报告、优化和续写文字内容等功能。 |
| 从原本主要帮助数据分析师、创意设计师和广告优化师提高效率，到在一定程度上取代这三者的工作，未来我们的工具平台潜力将得到极大拓展。”汇量科技相关负责人认为，大语言模型不会直接取代行业应用，而是结合行业数据和知识来提供高质量的结果。 |
| AI时代，数据资产的价值将更重要，每个组织中的数据密度会快速增加。 |
| 以App、插件、微信服务号等多产品形态，帮助用户随时随地、一键收集互联网上的图文、音视频等多模态信息，成为用户收集助手。还推出了一系列智能硬件产品作为线上场景的补充，解决日常生活中手写内容电子化、语音记录及文字转写、阅读场景电子化等信息收集的难题，让印象笔记知识硬件成为“第二大脑”的延伸，帮助用户全场景的信息收集。 |
| 帮助用户在工作、学习、生活的全场景下，实现多渠道、多模态信息的智能化分析与处理。未来，印象笔记坚持最前沿的技术驱动产品进步、为用户提供更智能的信息管理服务 |
| AI可以在数据库高度发达的情况下，在总结创作经验和样板的基础上，创造出相对来说无限接近完美的作品，但是做不到像创作者那样，对作品和世界怀有独特理解，以及在某一瞬间对情感、对世界的神来之笔的认知。 |
| 对于AI技术而言，拥有更大规模、更丰富类别、更罕见标的数据，有助于其进一步推动技术升级。而对于体检行业而言，这有助于其得出更准确的体检建议，实现精准预防。 |
| 更能够为客户提供具有专业性及指导意义的个性化咨询报告。 |
| 作者和读者都能够借助人工智能参与到创作中来，创作与阅读相互交融，共创阅读新价值，让阅读无处不在。 |
| 从技术上看，生成式人工智能（AIGC）的确具备一定的创作能力，并且具有替代现有创作工具的趋势。同时，AIGC降低了内容门槛，让更多用户可以参与到内容创作当中。虽然AIGC的功能日益丰富，但是人类在网络媒体领域依然是不可替代的，只有人类能够做好情绪输出和内容价值取向的决策。所以AI技术对于网络媒体来说是机遇，不是危机。网络媒体工作者要做的便是适应、拥抱新的媒体时代。 |
| 追求什么样的价值取向、维护什么样的价值系统、推广落地什么样的价值标准。这是我们在所有平台建设中首先需要思考的，没有价值取向就没有说服力。 |
| 价值追求和技术支撑是整个网络生态系统构建中不可缺少两个要素。 |
| AIGC内容创作平台项目，为内容创作者提供的智能内容创作基地，用户可通过简单地输入文本、选择发音人或虚拟形象，一键完成音、视频的输出。 |
| AIGC等新技术与网络媒体的深度融合，体现在三个方面：高质量助力创新应用、高性能蓄势数字生产、高效率赋能内容创作。 |
| 生成式人工智能等新技术越来越多介入内容生产和传播实践，给媒体融合发展带来了新机遇新空间，给网络生态治理带来了新风险新挑战。要坚持社会主义核心价值观，要用好优质数据资源、创新内容生产、强化人机协同，以技术赋能拓展媒体融合发展，维护网络传播秩序，共建清朗网络空间。 |
| 在AIGC（人工智能生成内容）大行其道的今天，精品化对我们来说更加迫切。我想我们可以在情感、思想、生活化等方面下功夫。深入生活、扎根人民，将是网络作家未来安身立命的重要方面。 |
| 基于AIGC技术的人工智能出现后，大家的确被它震惊到了。它一定会对内容生产和传播产生无可回避的影响，但我们也不能盲目夸大这种大语言模型对内容生产的冲击。 |
| 它会减少内容生产中的人力投入。它已经从单纯的理解语言走向了理解图片与视频，它可以把你给予的提示输出成多媒体，甚至几秒内就可生成几千条内容。所以，我们可以把很多程式化的工作交给人工智能，这样可以在提升效率的同时减少人力投入。 |
| 人工智能不太可能成为真正的原创者，它的内容生成方式是通过对大量的文本数据进行挖掘，用统计学来推断出问题的答案。所以，严格来说，它生成的内容并不是原创，而是对已有文本的再加工。那么，当我们需要真正的原创内容时，只有人类才具有这种原创性。此外，人工智能生成内容的真实性也有待考究 |
| “人工智能幻觉”就是指人工智能产生的答案是错误的，但它会将它提供的答案伪装成很权威、很正确的样子。最近使用过人工智能机器人的人就遇到过这种情况，它会编造文献、编造作者，甚至编造作者压根没写过的内容。未来，人工智能机器人一定会替代“伪专家”，但不能破除真专家。从这个角度看，人工智能的内容生产是存在缺陷与漏洞的，它需要人们调动主观能动性与原创性去进行甄别。 |
| 在整个知识生产过程中，创作者可以利用人工智能协助内容创作、提升创作效率，人工智能将会成为一种“写作助手”，替代一些自动化、模式化的工作。但这并不是说可以将知识生产这项工作完全交给人工智能。现阶段，人工智能在原创性与资料的真实性方面仍未超越人类，机器远达不到人的原创力。也就是说，人工智能可以帮助我们完成一些级别较低的任务，让人有更多的时间与精力投身到更擅长的事情，这就是人工智能对我们的意义。 |
| 回到“延续史观”，人与机器应当是相互补充帮助的关系，而不是取代与被取代的关系。人工智能所要做的不是模仿人类、成为人类，而是应当专注于增强人类的能力，这是它真正的价值所在。 |
| 就目前的技术而言，人工智能是不能替代人类进行文艺创作的。一方面，从内容上看，它缺乏原创性，它所生成的内容，都是基于已有的人类文本而进行的模式化、套路化的创作；其次，基于这种“文本的过时性”，它对一些新的议题是无能为力的；再次，它无力处理复杂的议题，比如宗教和政治的议题。另一方面，它还存在算法限制，一些人工智能本身内置了一定的界限，而它的训练数据也无法摆脱偏见，这在某种程度上限制了其内容的客观性，所以人工智能背后仍需要人——有鉴别力的人。 |
| 人工智能就像一个反向的图灵测试。图灵测试是人类去检测机器在多大程度上像人类，而反向的图灵测试是说，也许是我们人类通过使用人工智能，来测试自己具备多少专属于人类的创造力。因此，从某种意义上来讲，人工智能的出现是让人的归人，让机器的归机器。技术应当引发人们去思考“何以为人”这一命题，也应当激发创作者思考自身创造力的问题。未来，在文艺创作上，人工智能将会追赶着创作者去不断创新、创造。 |
| 内容行业可以把更多的精力放在创意创新方面。”王飚认为，未来，AIGC技术可能会逐渐取代内容领域中一些偏重于程序性、重复性、资料性以及简单归纳性的工作，可以有效提高生产效率、服务水平和用户体验等。与此同时，内容行业应提升对智能生成内容的辨别能力，研判规避意识形态、版权等方面的风险。 |
| 美图希望构建自己的AI生态，挖掘更多的模式，让创作者、开发者、外部客户等更多角色在生态中共赢。 |
| 美图仍会利用AI技术助力中国传统文化的数字化，例如通过与非遗传承人合作、与国内知名博物馆联名、与AIGC相结合等方式，唤醒沉睡中的传统文化，激发年轻人的兴趣，让传统文化走进年轻人的生活，助力文化自信。 |
| 一方面，AI将大大提升我们的工作效率，另一方面，AI对算力集群的诉求，也会加速云计算的发展。“大模型对大算力和高速网络有高需求，同时AI的应用也要求以云为载体，实现即插即用。AI与云融合，对云的增长空间和发展模式都将产生重大影响。 |
| 生成式AI已经形成全球性的“AI再造业务”趋势，企业迎来“智能化跃迁”的历史机遇。企业的生产经营效率和用户体验效果将会大幅提升。未来的工作模式，很可能是机器人执行人类的决定，重塑整个生产线。同时，生成式AI还将彻底改变人机交互方式，更加直接和高效。 |
| 要扶持本土互联网机构开发“人工智能内容生成平台”（AIGC），秉持“技术向善”的基本原则，借助新科技打开“叙事突破口”，形成用户与内容的连接，培育圈层社群，提升传播效能，在国际传播与自主叙事体系的构建过程中，与时俱进地向世界“智能化”言说中国、传播中国，为构建人类文明新形态助力赋能。 |
| “AI创作时代”到来，创作者将迎来三重新的机会，包括新的流量风口、新的内容生产力革命、新的多元变现蓝海，而百度将与广大MCN机构和创作者一起拥抱“AI创作时代”，让AI技术赋能内容创作、分发和变现的全流程。 |
| 生成式AI的发展，是全新的计算范式带来的新机会。 |
| 生成式AI与百度搜索整合，将引领搜索体验的代际变革。除了提供更好的搜索和答案，还会提供全新的交互和聊天体验，以及独特的生成内容，极大地丰富内容生态和供给，吸引更多用户，并有机会形成新的流量入口。 |
| 。在AIGC的帮助下，创作的效率将大大提高,创作的门槛将会无限降低，创作的想象力持续延伸。 “未来，AIGC工具将会成为创作者最得力的搭档、最核心的标配，而且使用门槛会比鼠标键盘还要低。 |
| 新的多元变现蓝海也在开启。内容变现一直是困扰众多创作者和MCN的核心难题，而百度内容生态拥有百度搜索这样的超级流量入口，是用户离交易最近的决策入口，也是创作者多元变现的绝佳场域。 |
| 从创作到变现，百度内容生态也有自己独有的解法。何俊杰表示，百度要与创作者们一起挖掘内容消费场景的“聚宝盆”，还要用AI修一条内容变现的“高速路”。接下来，百度移动生态将会全面整合生成式AI，推出内容创作的一站式AI创作平台、AI笔记等系列AIGC产品。 |
| AI创作时代之于创作者，是蛋糕变大了而不是变小了，是机会更多了而不是更少了。它不是危机，而是生机。AI的每一次创新与进化也都是为了提高社会生产力，为人类带来更多的自由与可能。 |
| 百度内容生态将从流量、技术、商业三个维度，引领创作者拥抱AI创作时代，帮助创作者创造风口、把握风口。 |
| AI不仅将具备推理、思维链等涌现能力，也更加灵活可控。 |
| AI 2.0 时代创作内容的革新。虽然说ChatGPT只是AI 2.0时代的一个内容工具端的应用体现，但它背后所体现的AIGC对创作内容的重塑能力已经可以管中窥豹。 |
| AIGC从文化创意领域已经开始拓展到大文娱、影视传媒等多个产业，其不仅能带来更加实时、高效、批量的规模化内容生成，也能在创意方面作为人类创作者开拓灵感的得力助手。 |
| AI 2.0 时代办公方式的革新。AI辅助写作、AI图形图表生成、AI辅助公式计算等生成式AI让用户更加专注自己的业务领域，把繁琐的生成工作交给AI，让用户工作成果的产出和展现更加高效与精确。 |
| AI 2.0 还重新定义搜索引擎新范式。从关键词匹配到语言理解，NLP、搜索不再仅仅是体现相关性，进一步将语义、知识融入搜索过程和结果，形成更具深度及广度的洞察。在信息、知识的基础上，能够结合更大时间空间范围的大数据进行推理和趋势预测，并可直接生成答案回复。 |
| 我们看到创业者们仍在创新进取，更加注重AI产业价值的创造 |
| AI2.0将是提升21世纪整体社会生产力最为重要的赋能技术。 |
| 第一阶段人机协同，生产力工具将会首先实现升级，所有使用者界面将被重新设计；第二阶段局部自动，容错度高的应用和行业将会实现 AI 自动化，例如广告投放、电子商务、搜索引擎、游戏制作等；第三阶段全程自动，AI 将变得完全自动化并可在任何地方使用，在不容出错的领域出现突破，AI 医生、AI 教师等应用成为可能。 |
| AI 无法保存全世界的数据，只能通过压缩形成抽象的概念，因此会出现“一本正经地胡说八道”的现象。更重要的是，AI 目前还无法分辨真伪和辨别是非，如果被恶意利用将会带来无法衡量的负面后果。 |
| AI2.0是否意味着通用人工智能就此到来？对此，李开复表示，答案是否定的。“人类有很多与生俱来的关键能力，诸如创造力、策略思考、跨领域常识、自我意识、同理心和爱等，这些尚未被破解的深层次能力，是AI2.0也无法全盘复制的。 |
| “秀才不出门，便知天下事”，它能根据读到（或学过）的知识和各种逻辑程序，对人提出的问题给出全新的表达，比大多数人甚至专家还“聪明”，学富五车、才高八斗、满腹经纶都不足以描述其“博学”。 |
| ChatGPT虽然很先进，是“活字典”，是移动“大百科全书”，但尚未能完全替代人，仍有局限性：只能根据给定的训练数据信息，如某些单词或词组出现的概率生成文本，无法理解“字里行间”的含义或语境；只能提供受过训练的信息，无法回答训练数据之外的问题；还会生成包含冒犯性或不恰当语言的回答，以至于人工智能初创公司通用智能（General Intelligent）的首席技术官乔希·阿尔布雷希特（Josh Albrecht）说：“令人印象很深的地方在于，技术人员能在现有基础上添加相关操作，以防止其一直说冒犯性的话或瞎编东西。” |
| 一是科技伦理问题，二是收入分配不均问题。了解人工智能技术及其应用的最新进展，以利于理解人工智能的潜在益处和风险，努力确保它被公平公正使用，防止对社会产生潜在的负面影响等。 |
| ChatGPT在格式化、标准化、逻辑框架设计和非颠覆性事项上的价值毋庸置疑，将对具备相应功能施展的工作，如一些研究文章需要的文献综述、“应试教育”、“死记硬背”产生替代作用，进而会令很多八股写手、作业型导师和大纲式研究生导师、科层式管理人员、照本宣科人员的岗位安全感与岗位价值受到质疑。其革命性意义在于可以将教育推向更一般的“劳动者生产”范畴，劳动者泛化为“人机融合”，在未来一段时期内倒逼现有人才结构进行前瞻性调整。 |
| 创新技术只有用于经济社会活动和人们的日常生活，才能产生巨大的生产力。 |
| ChatGPT涉及算力、算法、算策、链接等多项功能，是人类社会经过实业革命、金融业革命后进入信息产业革命阶段的产物；它从数据读取、机器学习、深度学习，到数字解决方案支持、成果呈现形成的系列算法模块集成，试图将人们对人工智能技术的关注从算力要素、算量要素吸引到算法要素上来。一旦与脑机接口等技术相融合，就会吸引越来越多的忠实用户，人工智能也将赢得全球的社会经济主动权。 |
| 人工智能的发展催生出新的知识生产模式AIGC，加速释放数据要素资源整合和价值释放。 |
| 近期引发热议的ChatGPT和AIGC，将会改变很多现有的生活模式和生产活动，创造极大的想象空间。新型的分布式标识体系也会在数据要素管理、价值释放方面提供全新的解决方案。” |
| ChatGPT的最大贡献在于基本实现了理想型语言预训练模型的接口层，让机器人学习适应人类的表达方式，而不是反过来让人类学习可以命令机器的指令，这是一种更符合人类表达习惯的人机接口技术。 |
| 除了具备更像“人类”的对话能力外，还兼具邮件、新闻、论文撰写、视频脚本、翻译、代码编写等能力，打通了技术与人类之间的“语言”壁垒。 |
| AI技术的应用，使得人们的体力劳动和简单的脑力劳动得到解放，人类有了更多自由安排的时间与空间。 |
| 而AIGC所具备的图文、音视频处理能力，将改变我们熟悉的内容生产模式，革新信息采集、制作与传播的广度、速度。AIGC大大降低内容制作的门槛，以前普通人难以实现的拍电影梦想，在AI技术的帮助下也可以制作出以假乱真的电影大片。 |
| 从用户视角进行体验，我觉得ChatGPT可以立刻成为大多数智力工作的智能工作助理。它基于语言模型和概率模型的架构，能很好地通过“对话”模式，为用户提供有广度、有深度、有逻辑的回应，辅助用户的思考。同时，它能根据用户要求的限定场景，不断优化、调整文字的组织方式，生成越来越符合用户需求的回答，因此，它很像一位聪明的远程工作助理。 |
| 不过，基于我个人的初步体验，ChatGPT既具备分析现有内容的能力，又是能生成新内容的人工智能，还能不断指令人工智能查重。可以预期的是，即使不是完全取代，ChatGPT对搜索引擎的替代作用还挺明显。也因此，我很赞同这样的观点：ChatGPT首先会取代“体力劳动式脑力劳动”。 |
| 若误以为“体力劳动式的脑力劳动”就是学习的一切或者说是学习中的重要部分，放弃独立思考，放弃探寻自我，放弃真正的创造，就类似跟魔鬼交换灵魂的浮士德，没有意识到自己已然付出了巨额代价。 |
| 在AI能胜任的事上，人类肯定比不过它，那就面对现实，学会倚重AI，尊重这个进步。与此同时，我们或许能喘口气，去专注做那些使我们更“人之为人”而非“螺丝钉”“计件机器”的事情。至少我们要有所预期，即使它现在做得不完美，它也在飞速进步。 |
| 它有极好的工具理性。它很难读懂隐喻，能否在文学性上有优秀表现我们先按下不表。但我们可以确信的是，它在信息检索、语言逻辑、展开复杂问题的路径、概率判断上，有着人类不能与之比拟的能力。而且，它还能根据人类的反馈迅速调整生成的内容，可以说是一位知错能改、乐观开放的好伙伴。但它在价值理性方面，在根据情形做出最终判断，在人与人之间的深度沟通、同理心、创造力上，都很难接近人类水平。即使它无比博学，也只能摊开它一次次的结论来看，而不应当被当作全知全能、更有判断力的主体。 |
| 为了创造至善至美的自由境界，人产生了创造力，而创造力自身又帮助人回归“主体性”，使人成为人。而在如今的世界里，这位思想家心中人作为主体理所当然获得的尊重很有可能轻而易举地就被淹没在海量的数据之中。“人是追求自由、神秘、奇妙的主体”“人不应该被当作机器的竞争对手和手下败将”竟成了需要被证明和捍卫的观点。 |
| 人是高度动态、立体、个性化的。只有我们不断留心，对内在世界的变化有充分的觉察和认识，方能“于无声处听惊雷”。 |
| 小说需要创造力、想象力、人类情感和个性等方面的特殊元素，这是目前人工智能难以模拟的。小说还需要考虑到读者的情感和兴趣，并能够讲述有趣和有启发性的故事。 |
| 因此，虽然人工智能在文本生成方面取得了一些进展，但是它仍然难以完全代替人类作家。人工智能可能最多只能作为一个辅助工具，帮助作家更好地组织和表达他们的想法。最终，人类作家仍然是创造优秀小说的最佳选择。” |
| 由此可见，AI确实擅长抓取信息、生成非常像样的评论，甚至还能写诗——如果对诗的定义标准是分行写句子，而非内在体验的隐喻性表达。但是，虚构作品往往承载了作者太多的“价值理性”。没有人文精神的AI即使能够依照某种结构成就完整的故事，也不太可能创作出令人浮想联翩的“小径分岔的花园”，凌驾于时间和空间之上。 |
| 海量高价值信息的全量在线记忆能力； |
| （2）自然语言输入的任意任务和多轮对话理解能力； |
| （3）复杂逻辑的思维链推理能力； |
| （4）多角色多风格的长文本生成表达能力； |
| （5）即时新知识学习应用与进化能力。 |
| 此外，因为引入了代码作为训练语料，ChatGPT还额外产生了自动写代码和理解代码的能力。 |
| ChatGPT的能力之强已不仅是停留在单一场景的人机对话，而是一个同时具备多种能力的通用“对话式AI系统”。与传统认知智能需要针对各领域任务定制对应的系统不同，它不仅能完成多个场景、多轮的相当自然的人机对话，更为重要的是以自然语言交互式学习的“类人”新范式，能在多轮交互中以“类人”的方式交流、学习和进步，并可以自主、快速、不间断地学习各领域专业知识并达到人类专家水平。 |
| “求真务实”和“躬身入局”是我们面对人工智能发展的正确态度。我们不仅要结合实际效果和技术原理客观理性地分析ChatGPT现有技术水平，还要进一步思索未来的技术发展方向。 |
| 改变现有人机交互模式。未来人们可能用自然对话的方式与智能产品交互，ChatGPT通过精准理解用户意图，调用系统的各种软件或服务来满足用户需求，提高交互效率与任务成功率。这种人机交互模式的改变将可能改变当前的APP等应用的使用方式，例如多个功能的软件能力被整合，甚至出现“大一统”能力的超级通用APP； |
| 二是改变信息分发获取模式。基于认知智能技术可实现更高效的信息整合和知识推荐等。以搜索为例，传统搜索引擎根据关键字匹配内容，使用者需要在海量搜索结果中筛选出有用信息，而ChatGPT加持的必应直接给出答案，并提高了问题与答案的匹配精准度，大大提升用户体验。信息分发获取模式的改变将影响流量的分布，并改变流量变现的商业模式。 |
| 三是革新内容生产模式，提高生产力。作为AIGC（人工智能生成内容）技术的典型代表，ChatGPT一经上线便被大量应用于公文写作、邮件编写、代码编写等，ChatGPT的编程能力将极大拓展普通人利用电脑和网络进行创新和创意的能力。未来ChatGPT被集成到word、excel、ppt等工具软件后，将提升内容生产效率与丰富度，变革人们的办公方式，成为新的全行业生产力工具。ChatGPT还将带动图像、音频、视频等形式的AIGC技术与产业发展，使得AIGC的内容既有“好看的外在”，更有“丰富的内涵”。 |
| 四是加速“AI for Science”的发展。对于科研人员，ChatGPT不仅可以辅助生成论文摘要与文献综述，随着其学习的科研数据越来越多，未来有可能提供专业的研究建议甚至主动探索发现新的理论，带来整个科学研究范式的全新变化，把“AI for Science”推上一个全新台阶。 |
| 以用户为中心，以创作者为本，让汽车生活更美好。”项碧波表示，汽车之家的消费端战略方向将从内容、工具和服务层面打造多维立体，围绕年轻化、个性化、新能源化、智能科技化四个方向进行内容创新，布局新的趋势。同时，以创作者为本，在孵化、成长、收获三个阶段发力构建活跃多元的内容生态，同时坚持以用户为中心，共创汽车生态，共享汽车生活，为用户提供便捷的汽车消费服务体验。 |
| 年轻化、高知化用户已经成为汽车市场消费主力，用户内容偏好更加多元。而在汽车内容创作者方面，新能源创作者和车主创作者的规模正在迅速壮大。此外，创作者的粉丝运营意识也显著提升，也更注重充分挖掘流量价值。 |
| 创作者为消费端用户提供内容服务也是如此，就创作者生态计划而言，汽车之家聚焦内容、激励、工具、服务等维度，通过高效创作、数据画像、流量货币等为优质内容创作者提供一站式服务平台。 |
| 信息服务提供者往往最大的价值体现在是否足够了解自身平台的用户。对于用户的个性化需求来说，平台也需要主动求变提供有温度的服务，实现正向二次需求反馈。( |
| AI人工智能正在逐步刷新着人们的想象，编曲、写作、聊天……作为新型内容创作方式，其对时尚的时装领域也发挥着极大的爆发力，尤其是AI概念下输出的科技感产品，如充满膨胀感的背包、纺织镜框墨镜、羊绒手镯式运动腕表等，灵感迸发与迭代速度均十分亮眼。事实上，AI技术从感知理解世界到生成创造世界的跃迁，正推动人工智能迎来下一个时代。时尚业内普遍认为，AI概念下的时装趋势将会一边抓科技赛道布局，一边抓精准消费者习惯，流行与功能将借服装这一载体，迎来新一轮的变革。 |
| 在拥抱AI科技的创意道路上，产品设计并不是唯一，还包括数字化转型赛道上呈现的营销思维，如切入年轻用户的高频社交场景，带着AI科技感。 |
| AIGC未来有较广阔的发展空间，而目前在内容质量、投入成本、隐私规范、版权归属等方面仍存诸多问题。 |
| 目前已发现ChatGPT存在局限性，如基于知识产权、版权限制，专业报道内容不够，应对重复性问题的能力不足等。 |
| 作品应当是人类的智力成果，AI算法能够通过数据分析和深度学习等技术，生成大量原创性作品。这些创作虽然是机器自动化操作而来，但AI本身是由人类作者设计的作品生成软件产生的成果，实际上是人机合作的智力成果 |
| 作为一种从大量原创性作品中发现规律，生成模板，利用算法组合素材的产物，AI的创作作品也可能出现与其所利用的与原创者的作品相似度较高、或者数据集与原创者相同的情况。在这种情况下，直接使用该创作作品，也可能在用户不知情的情况下构成对其他作者的侵权。 |
| 爱奇艺将全面接入百度“文心一言”，双方共同探索将AIGC（AI-Generated Content人工智能自主生成内容）技术应用于爱奇艺内容搜索、内容宣发、内容创作工具、小说创作等业务。此次合作将把爱奇艺丰富的在线视频娱乐资源与百度的前沿技术相结合，进一步赋能爱奇艺，拓展其在影视内容创意、制作效率、用户体验等方面的生产能力。 |
| 百度在人工智能领域深耕十余年，拥有产业级知识增强文心大模型ERNIE ，具备跨模态、跨语言的深度语义理解与生成能力，在搜索问答、云计算、内容创作生成、智能办公等众多领域都有更广阔的想象空间。 |
| 技术创新始终是推动影视产业进化的重要关键因素，AIGC等新技术或将成为影视产业的“新生产力”。此次爱奇艺全面接入百度“文心一言”，在提升内容生产和推广效率的同时，将帮助创作者打开想象力，为用户创作更多高品质影视作品。 |
| 孟子模型所学知识远超个体，“写出”的文案在多样性和新颖性方面更具优势。“整体来看，利用AI辅助创作，提高内容生产效率、降低成本，已是大势所趋。” |
| 通过无监督学习条件下的“大数据+大模型”方式，自然语言处理、语音识别、计算机视觉等任务的性能均显著提升。这些技术的变革使AI越来越“聪明”和“善解人意”，通过大量训练，在很多专业领域可表现出超过人类的创作能力，同时还能与人类顺畅交流。 |
| 标准化、制式化的创作和职业将被更多替代，而具有独立思考、具备丰富创意的内容及工作，重要性将更加凸显。 |
| AIGC在减少重复劳动、提升生产效率的同时，也会进一步激发创造力，为不同行业带来更多变革。 |
| 随着AI蕴含的知识、数据越来越丰富，可帮助人类减少重复性劳动。如在家装行业，AIGC可生成1000多种摆放，大量减少配图等工作，人类可以在这些组合里再进行个性化的优化改进。 |
| AIGC应用将提升生产效率，加速内容生产和产品研发进程；改变信息获取来源，优化用户搜索体验；也会降低互联网内容的生产门槛。 |
| AIGC有助于拓展艺术创作的想象力。创作者受自身习惯、风格与偏好影响，其想象力易拘泥于某一子空间；而人工智能没有桎梏与约束，能更好地激发艺术创造力。 |
| AIGC与人类的内容生产方式和效率差异巨大，也会出现版权归属、标准判定等新问题。技术的提供方和使用方应加速协同构建完备、可执行的技术应用规范。 |
| 其在交互和创作方面展现的出色能力，标志人工智能由决策式向生成式转变。 |
| 对于人工智能生成内容不能全盘接收，要注意甄别风险、加强监管，正成为业界共识。 |
| 以ChatGPT为代表的AIGC在逻辑性、可解释性和可溯源性方面都有待完善。 |
| 在“人机共生”的未来时代，人工智能确将解放人类、提高效率，但其身份是“助手”而非“主人”。 |
| 智算中心能够提供大规模数据处理和高性能智能计算支撑，将经济、社会、产业中各种模型和经验“固化”下来，形成新的生产力。 |
| 从AIGC技术生成AI写作、AI绘画等多种模态的数字作品，到以元宇宙代表的新兴场景逐渐走进大众视野，再到人工智能给基础研究带来全新的研究手段，承载人工智能计算的智算中心正在为各类技术创新提供支撑。 |
| “AI新基建为人工智能的高水平应用提供了坚实基础。”中国信通院云计算与大数据研究所所长何宝宏表示，数据基础设施、算力基础设施、AI软件基础设施作为AI新基建的核心要素不断释放效能，降低AI开发和应用门槛，致力于让人工智能成为水、电一样触手可得的普惠资源，推动人工智能在各行各业的价值释放。 |
| ChatGPT是一种大型预训练语言模型，它的出现标志着自然语言理解技术迈上了新台阶，理解能力、语言组织能力、持续学习能力更强，也标志着AIGC（人工智能生成内容）在语言领域取得了新进展，生成内容的范围、有效性、准确度大幅提升。 |
| 在传媒、电商、影视等重点领域发力推广，为技术创新和应用普及提供强大驱动力。 |
| AICG技术对于游戏产业来说更大的意义是降低参与门槛，提供更多创作可能性，最终会刺激更多初创企业进入。 |
| ChatGPT将繁琐和耗时的任务进行自动化生产，人类被解放出来专注于更关键的任务。它还可以产生原创内容和想法，并帮助研究和开发新产品和服务。 |
| 与其担心工作被AI取代，不如发挥主观能动性和创造性，利用好新技术、新工具提高工作效率和生活质量。毕竟，人工智能是人的延伸，社会真正的主角是你。 |
| AIGC技术目前尚不成熟，在音频、视频、图片、文字等形式的内容创作中存在明显的机械性问题，常常出错，还离不开人类的创意和把关。前述获奖画作就经过了设计师的反复调整、筛选，人类在其中付出了约80小时的脑力劳动。 |
| 对于一名务实的内容创作者来说，与其担心人工智能抢饭碗，还不如学会使用AIGC技术应用工具，让AI助手把自己从繁琐枯燥的重复劳动中解放出来，将自己个性化的创造力锤炼成真正的市场竞争优势。 |
| AIGC技术让人工智能从感知理解世界到生成创造世界，是一次开创新时代的巨大跃迁。对有志于在新时代浪潮中掘金的企业来说，数据、算力、算法这驱动AIGC发展的三驾马车，每一项都耗资巨大，都可能导致经营成本的居高不下。而挑战也在于此：用户期待AIGC工具将内容创造工作的边际成本降至无限接近零成本，以便产生巨大的经济价值。 |
| 从个人角度，要学会利用AI助手并找到更具创造力的竞争优势；从企业角度，要做好商业模式和技术路线的融合谋划；从政府角度，要前瞻布局，搭建配套的法规和伦理框架。君子善假于物，要让AIGC成为人类创造新历史的新工具。 |
| 相比于其他聊天机器人，ChatGPT能更好地理解对话语境，并在生成文本时考虑到先前的对话内容，输出更符合语言逻辑与人类价值观的高质量文本，同时还增加了代码理解和生成能力，极大地提高了实用性，拓宽了应用场景。 |
| 互联网与数字技术使得分享创意和内容变得越来越容易，但同时也将数字内容创作带入强需求、视频化、拼创意的螺旋式升级周期，而AIGC行业在这阶段的技术融合变革恰好迎合了用户需求。”陈晓华表示，AIGC应用可通过人机协同的方式释放价值，且已作为工具被广泛运用在如传媒、电商、影视、娱乐等数字化程度高、内容需求丰富的行业中，未来将成为互联网乃至元宇宙的重要内容生产基础设施。 |
| 目前ChatGPT无法进行自我创新，这就导致其无法更加深入的理解逻辑思维。 |
| 受限于模型化的学习资料，ChatGPT并不能保证其答案的准确性，可能会对使用者进行误导，若之后使用在搜索引擎、客服等领域，其回复的信息真实性将可能导致法律风险。同时，文本、图像数据挖掘再创作涉及合规问题，AI生产内容是否侵权很难进行判定。当前国家层面的AI立法正处于预研究阶段，对AI领域的监管有待完善。 |
| 伴随着社区生态的不断扩展，内容创作品类和分工更加精细化、专业化，更多产业创新将在数字社区发生。 |
| 从核心特征来看，数字社区拥有普惠、连接、效率和信任四大特征。其中，普惠包括技术普惠和流量普惠两部分：技术普惠是指通过机器学习、强化学习等技术手段，降低内容创作门槛；流量普惠是指利用“去中心化”流量分发机制，给每个普通人平等的展示机会，保证了更多好内容可以被发现，有效并全方位地为不同群体提供平等的数字化服务。连接是指通过打破内容创作者、商家、用户、商品等之间的距离，实现人与人之间的连接、人与内容之间的连接、人与物之间的连接、人与社会之间的连接，实现实时交互体验，满足数字化生活的多元需求。效率是指通过数字化技术可有效提升用户信息获取效率、交易达成效率和经济系统效率。信任是指通过短视频、直播等内容呈现形式，在内容创作者、主播、商家和用户之间建立情感连接和信任关系。 |
| 工智能生成内容（AIGC）帮助创作者激发灵感，拓展创作空间，降低了普通人生产制作内容的门槛。 |
| 创新理念，打破内容同质化。越来越多的品牌和企业进军数字社区开展短视频营销，但创新能力和优秀的营销创意有限，营销模式趋同，导致出现同质化现象。对此，不少平台和品牌企业逐渐从用户规模竞争转向内容竞争，坚持内容创新理念，加强知识产权保护，找准企业的独特定位、做好内容建设、拓宽传播视角、形成创新文化，用丰富多彩的内容吸引更多社区用户。 |
| ChatGPT在用户界面和交互上是一种比较创新的模式，用户更容易以自然语言的方式进行交互，这会给大家带来革新性的认识，也会给AIGC带来新的启发。 |
| ChatGPT会犯一些常识性错误，反映出其在可控性、准确率方面仍存不足。有人形容，ChatGPT像极了一个很能聊但有时候喜欢信口开河的人类朋友。 |
| 中国信息通信研究院评测结果同样显示，ChatGPT在非闲聊型对话的任务完成率上表现一般，难以摆脱传统深度学习模型普遍存在的知识整合和逻辑推理的问题。 |
| “ChatGPT虽然能够较好地回答不少问题，但在一些略有深度的、专业性较强的领域，其答案往往‘捉襟见肘’。这说明ChatGPT语料库规模和计算能力的天然不足，也说明了算法依然需要完善。”张孝荣说。 |
| 在技术层面以外，人工智能还面临着悬而未决的科技伦理问题。张孝荣表示，ChatGPT在科技伦理方面至少面临三大挑战：“一是版权问题，ChatGPT生成的内容更多来自搬运，容易引发侵权；二是信息安全问题；三是社会缺乏接纳这一新生事物的准备机制，这对监管挑战很大。” |
| AIGC（人工智能自动生产内容）作为基于大规模数据训练的大模型，将颠覆现有内容生产模式，可以实现以十分之一的成本，以百倍千倍的生产速度，创造出有独特价值和独立视角的内容。AIGC不仅用于内容生成，其新思路和途径也可用在工业领域。 |
| AI大模型、AIGC、自动驾驶、蛋白质结构预测等人工智能应用大量涌现，数字办公、知识共创、远程交互风起云涌，人与人之间的沟通从“在线”向“在场”转变，协同的边界正在逐渐被打破。复杂场景下，“人机物”的深度融合、全面加速，算力不仅成为人类智慧的核心，更是国家核心竞争力的体现。 |
| 当下人工智能具有的所谓“人格”，更多只是模仿人类的语言风格，有自我意识、有感知能力的AI应该具备能动性，并具有独特的视角看待人和事，但目前AI还只是人们设计的一个计算机系统，作为工具来做一些特定之事。 |
| AI创造力、人类判断力有机融合，最终形成了尊重原画、富有创造力并符合中国画风格的作品。 |
| 进一步简化应用和解决方案的开发周期和难度。 |
| 将助力搜索与需求的高度匹配，让更多的知识流动起来，让更多创作者和优质内容被搜索、被看到。 |
| 人工智能应用于百度移动生态，不仅会给用户带来体验的提升，给增长带来新变量，更将给创作者带来新机会。 |
| 内容创作层面，百度在此次大会上推出“创作者AI助理团”，通过文心大模型、文心一格、图文转视频等技术，为创作者提供“AI文案助理”、“AI插画助理”、“AI视频制作助理”，帮助创作者大幅提高生产效率。 |
| 开放更多更低成本、更高效率的“数字人能力”，助力创作者实现“数字人自由” |
| 人工智能应用于百度移动生态，不仅会给用户带来体验的提升，给增长带来新变量，更将给创作者带来新机会。 |
| 可以实现以十分之一的成本，以百倍千倍的生产速度，创造出有独特价值和独立视角的内容 |
| 一方面，智能搜索让创作者的内容与用户的需求连接更精准，智能推荐则让创作内容更大规模地呈现在用户面前；另一方面，百度为创作者开辟多元变现模式，创作者可通过商单、站内电商带货、付费专栏、付费订阅、用户赞赏、问一问等丰富的形式，获得收入。 |
| 文心·一格更是为大众用户提供了一个零门槛绘画创作平台，让每个人都能展现个性化格调，享受艺术创作的乐趣。 |
| 面对日益增长的内容创作需要，如何准确理解用户需求，进而精准刻画并满足多样化风格、高质量生成的要求是技术要解决的关键挑战。 |
| 新技术在产业实践中应用并创造出价值必须要足够实用化。因此，百度基于文心大模型进行了系统创新，研发了支持AI作画的文生图系统，提供了从用户需求理解到满足的全流程解决方案。 |
| 该模型在学习海量数据和知识的基础上，进一步学习百余种不同形式的任务知识，增强了模型的效果，在各类NLP任务上表现出了更强的零样本和小样本学习能力。通俗地讲，文心大模型就像个见多识广的“尖子生”、“学霸”，它的理解能力和创作能力比传统模型更强。不仅具备“倚马可待”的快速生产能力，还具备“下笔如有神”的质量保证。 |
| 可以激发创意，提升内容多样性，降低制作成本，实现大规模应用。 |
| 基于飞桨文心大模型实现的AIGC创作。文心大模型具备“知识增强”的核心特点，能从大规模知识和海量数据中进行融合学习，学习效率更高、效果更好，具有通用性好、泛化性强的特点。 |
| 在文心大模型的支持下，AI已经具备了很强的理解和生成能力，能够实现创意作品的自动生成，包括AI作画、AI写歌、AI剪辑等。 |
| 文心大模型也全面应用于智能搜索、信息流、智能音箱等互联网产品，提升用户获取信息、知识和服务的效率和效果。 |
| 目前飞桨已构建了业内布局最全、最适宜产业应用的模型库体系，大模型作为人工智能 “基础设施”的一部分，进一步拓宽了人工智能技术落地的场景覆盖广度，更加深了产业应用的深度。文心大模型将持续降低应用门槛，推动产业智能化升级，让人工智能技术惠及每一个人。 |
| 依托百度AIGC（AI generated content）技术的度晓晓数字人作为首个数字人科普官在节目中亮相，帮助观众更好地体验和感受大国重器的魅力，开创了智能化、强交互的知识科普新范式。 |
| 通过创作者的实用内容与用户搜索需求的精准连接，“泛知识”内容正在释放出新的增长空间。 |
| 新鲜血液的注入让泛知识内容呈现出丰富性、多样性、专业性，更加细分的创作领域正在被挖掘 |
| 在内容趋于同质化的行业背景下，带有鲜明职业背景的实用泛知识内容越来越受欢迎，行业达人开始崛起。 |
| AI辅助创作，数字人成为创作者 |
| 容行业的科技含量也在大幅提升，随着创作工具的智能化，百家号创作者越来越喜欢用短视频、直播创作内容。而百家号平台的搜索技术，也为泛知识创作提供很大助力。报告显示，在创作者的日常内容生产中，巧用搜索找选题，洞悉用户的真实需求，是撰写内容前的核心环节，精准助力创作者更好地借东风上热门。 |
| 百家号创作大脑AIGC智能辅助创作提供热点挖掘分析、智能质量检测等丰富功能，解放了生产力，提升了内容生产效率。 |
| 信息爆炸的当下，用户越来越希望高效获取信息和服务。目前，在百度每天60亿次搜索请求中，用户带着问题找答案的泛知识搜索需求仍在持续攀升。 |
| 在短视频内容趋于同质化的当下，这些专业实用的生活化内容满足了用户的真实需求，寓教于乐，未来将涌现更大潜力。 |
| 泛知识内容精准匹配有真实需求的用户，实现专业内容的价值，打造新增量。一个企业存在的价值就是能够创造新的分工，在百家号上，我们参与和见证了泛知识创作的新分工。” |
| 优质的创作生态离不开平台的助力，比如，基于百度多项AI技术，百家号创作大脑AIGC智能辅助创作提供热点挖掘分析、智能质量检测等丰富功能，让创作变简单；通过“搜索人格化”战略，帮助创作者加速个人IP塑造；用户主动求知的氛围，激发更多创作灵感，助力知识趣味化内容生产；而百度百科、问一问等知识产品的打通，让优质内容在更多平台被看见。 |
| 在内容的高颗粒度数据化方面。总台“三网”积累了海量的音视频内容资源，而且每天依然在生产大量的音视频内容。例如，仅仅央视网就积累了超过200万小时的视频内容数据，如果再加上央广网和国际在线的内容就更多。积累的内容资源是沉睡的财富，而要真正发挥其作用，就必须把其数据化，即给内容打上很深很细的标签，能够更好地把数据化的内容匹配给用户需求。 |
| 在用户精准化画像方面。严格地说，传统媒体是没有用户的，传统的广播和电视只有受众，而传统网站只有网民，只有人工智能企业才有用户。受众、网民和用户的本质区别在于，受众和网民是概貌数据，并没有建立起个人数据模型，而用户是个体数据，每一个用户都建立起了个体数据模型。经过多年建设，央视网积累了超过1亿的用户行为数据和100多种优质的算法模型，具备每天运算处理100亿条数据的算力，能够给每一个用户进行相对精准的画像。 |
| 在内容生产流程方面。总台“三网”的人工智能编辑部，基于海量、权威、优质的数据资源，在核心技术上坚持自主创新突破，同时联合国内顶尖AI技术机构，大力推动AIGC（智能生产），打造集新闻采集、生产、分发、接收、反馈全流程变革的智慧引擎。 |
| 未来可能对产业和社会发展带来帮助，让人们从相对枯燥、重复的劳动中解放出来，从事更具有创意性的工作。 |
| 乐于通过学习来使用这些工具，培养自己与人工智能协同工作的能力。 |
| 它是人的一种辅助工具。它让人的认知边界被扩展了，人的能力得到更大的一个提升。ChatGPT也好，Sora也好，它现在的出现是帮助我们人类能够更好地去做更多以前难以想象的事情。 |
| 极大鼓励了生成式人工智能创新应用，促进了技术的进步和产业发展，带动人工智能等新质生产力在推动产业升级方面发挥巨大作用；另一方面规定强化了风险治理意识，突出分类分级监管，强调网络安全、数据安全、个人信息保护等，明确了生成式人工智能服务提供商的内容安全责任。 |
| 像珠宝设计、服装设计等等这种艺术设计的领域，或者包括一些市场文案的制作，这些都是在感性领域，生成式人工智能可以做得非常好。因为这些领域没有标准答案，它的答案是多重的，不是唯一的。另外一个就是像代码生成这样的理性领域，它的结果它的功能就很容易被判别，所以也非常适用于生成式人工智能。 |
| 新版本依托人工智能大数据分析能力，从海量信息中提炼，推出基金大数据榜单，助力客户进行投资决策。 |
| 对手机银行来说，生成式人工智能可应用于风险管理、客户服务、智能推荐和交易监测等多个方面。像个性化推荐和客户服务对生成式人工智能的应用，可以让客户更加便捷地获取需要的服务和产品，提升服务体验。 |
| 社会整体对人工智能技术的认知和接受程度还不高，涉及人工智能的法律法规也有待进一步完善。从主观上看，部分金融机构相对封闭，还处在“甲方思维”之下，缺乏主动创新和服务的意识，在金融科技方面投入不多，人才储备不足，人工智能技术也不强。 |
| 新质生产力是代表生产力演化过程中的一种能级跃迁，是科技创新发挥主导作用的生产力，以高效能、高质量为基本要求，以高新技术应用为主要特征、以新产业新业态为主要支撑。 |
| 很多专家聚焦生产力的能动要素即劳动者，指出劳动者的高新科技化、劳动对象高新科技化、劳动资料高新科技化是形成新质生产力的必然要求。由此，人们就自然地联想到2023年的另一个热词——“新职人”，从这类人群身上，人们能够看到适应新质生产力发展要求的新型劳动者应具备的某些素养和特征。 |
| 目前，以AI大模型为基础的编程辅助工具已经发展到一个新的阶段，能够根据用户十分模糊的指令来生成软件或网页代码。例如，2023年的GPT-4演示中，演示人员仅仅是在A4纸上手写了一个十分潦草的结构示意图，GPT-4就根据其自动生成了能够实际访问的网页。这无疑大大降低了开发IT服务的门槛。只要一个人有足够有创意的、能够满足许多人需求的数字服务“点子”，就可以成为互联网创新的风口，“人人皆可创新”的时代已然到来。 |
| 生成式人工智能热潮引发算力需求暴增，算力缺口大、供需矛盾凸显。张东认为，高算效是实测性能与资源利用率的双重提升，是算力供需失衡、算力利用率低等矛盾的破局之道。而高能效是在最低碳排放前提下实现最大化算力输出，确保能源利用最优解。 |
| 生成式人工智能的发展标志着人工智能正在从专用智能迈向通用智能，进入了全新发展阶段。大部分传统人工智能模型的安全风险仍然存在，同时生成式人工智能也有一些特有的问题：技术软肋难以避免，易培育假信息“温床”；使用方式简单便捷，易形成失泄密“陷阱”；新兴技术尚难监管，易成为信息战“武器”。 |
| 生成式人工智能深刻改变了人类知识生产方式，呈现出主体从单一个体到群智协同、过程从经验积累到数据分析、形式从原理形态转向差异（交叠）形态的知识生产剧烈变革。 |
| 知识的创造、整理与传播更加高效和智能，知识生产过程中的人机协作更加密切，知识的开放共享更加普遍和容易，这推进了科学发现进程、扩展了科学理解途径，也带来了科技伦理挑战。 |
| 智能知识生产范式的学理阐释。主要研讨了从AI1.0迈向AI2.0带来的知识生产范式变革背后的认知透视、内容挖掘、价值衍生等，以及知识生态环境和知识技术体系的交汇重塑等。2.智能知识生产范式的创新建构。主要研讨了人工智能应用于科学发展、科学研究的模型构建、风险治理、知识创新，以及从数据密集型第四科研范式迈向人工智能驱动的第五科研范式的核心议题、模式升级等问题。3.智能知识生产范式的路径选择。主要研讨了人工智能时代知识生产变革可能隐含的数字偏见、价值失控、数字致瘾等问题及其治理路径，以及迈向这一范式变革中的人机共情共融共存发展路径。 |
| AIGC技术经过多年的沉淀与积累，已成为实现跨越式变革的驱动力，并为数字内容生产的新范式敞开大门。当前，以传媒产业为首的众多数字化程度高、内容需求旺盛的领域正积极布局AIGC发展新赛道。在合理监管的条件下，AIGC的发展将开启一场深刻的、广泛的人机协同创作新模式，实现全产业数智发展新变革。 |
| 蓝皮书指出，AIGC正引领数字内容生产新范式，带来极为多元的应用场景，率先对围绕传媒相关的众多领域产生强烈影响和冲击。AIGC使大量成果得以实际性落地，推动科技跨越发展、产业优化升级、生产力整体跃升，整体呈现未来媒体拥抱AIGC的产业形态。 |
| AI大模型在处理海量数据时，可能学习到的信息本身就存在错误，以此生成新的内容就会误导投资者的决策。除此之外，AI大模型对生成式人工智能的运用，可能生成“编造”的内容，直接影响金融分析结果的可信度。一旦AI大模型产生不准确的结果，目前也很难分清到底是算法技术不可靠，还是提供的底层数据不可信，这就使责任难以明确，可能造成金融业不同部门间的信任危机。 |
| 管生成式人工智能存在版权问题和假新闻等弊端，但智能手机和生成式人工智能，对作为内容提供方的媒体而言，可以被称为信息技术革命中出现的‘两大游戏规则改变者’。这种媒体环境的急剧变化，大大改变了以向报纸和广播电视台提供内容产品为业务模式的通讯社的发展环境。 |
| 但美联社不会使用生成式人工智能来撰写报道，而是利用人工智能工具来优化制作新闻的流程。 |
| 结合生成式人工智能与数字人技术，可以训练出一个高度智能AI，进一步辅助精神科医生诊断，提升医生的工作效率。 |
| 通过这些数字化应用，使得好心情在精神心理服务的提供中，各个环节衔接更为流畅，不断提升患者满意度。然而，由于神经网络基础理论的限制，AI只能通过经验与拟合来学习与判断，因此目前并不适合提供100%精确可靠的结论。 |
| 打通产业壁垒，让人工智能之路“走通”，创新人才也不可缺少。在方明看来，“创新能力首先最重要，创新意识的培养更为关键。一个人工智能领域的人才要把创新等同于呼吸，当成生命中非常自然，迫切急需的事。要从青少年培养创新意识，铸就创新人才。 |
| 因为人工智能高度依赖其所接收的数据，若用户提供有偏见的数据，人工智能将使用它来定义结果，那么结果本身也会有偏见。 |
| “学习助理”有时也会变身为他的“秘书”，当他需要给外国友人发邮件时，就会请这位“秘书”帮他润色或修改语法错误。在张航眼里，已经学习了大量语料的人工智能堪比“六边形战士”。 |
| 人工智能生成的内容可能对人们的认知产生影响，它可能存在偏见，也可能是虚假的、有害的，会带来一些消极影响；此外，人工智能鸿沟的存在可能会拉大人与人之间的认知差距，人对它的依赖性过强，其独立思考能力的形成恐会受到影响。这都是潜在风险所在。 |
| AI归根结底是一种工具，它能发挥怎样的作用，使用者的认知力和创造力才是决定性因素。 |
| 在正确认识AI的基础上去合理使用AI十分重要。“如果任由人工智能来塑造我们，会是一种比较危险的情况，在使用AI的过程中，人们需要保持主体性。” |
| 他还会刻意避开使用AI工具，避免其影响独立思考。他不希望自己对AI工具产生完全的依赖，而更愿意将其作为自己的助手。 |
| 当AI工具帮助她提升了效率，为她创造出更多剩余时间，她应该利用这些时间做些什么。“或许我可以对自我价值做更深的反思，更好地理解自我，并塑造自己的价值。说不定在AI工具的辅助下，我们可以实现更为自由、全面的自我发展。 |
| 个性化AI助手指日可待，将使人们从自身不擅长的事务中抽身，投入到更热爱、更具创造性的领域，“木桶短板”理论或将颠覆。 |
| 这意味着开发垂直类大模型的难度大幅降低，全社会创新创业的门槛也会随之降低，将会产生许多专注细分领域的‘小而美’企业。在未来创新创业中，个人或企业只需聚焦自身核心业务，打造最强的‘长板’，而其他部分，外包给相应专业机构完成。 |
| 未来考验开发者和用户的将不再是数据分析能力，而是针对大模型的问题设置及提问能力。 |
| 在需求的不断发展和变化之中，算力服务将呈现出便捷普惠化、智能泛在化、灵活定制化、安全可信化特征。 |
| 企业正在转变思路，从大模型的消费者变成共同的创造者，深入探索产业价值。 |
| Web3.0 则以创造者为基础，收益将更多回归创造者本身，是价值的重新评估与分配。这场生态变化的前提是技术变革，但在浪潮中，我们仍要处理好诸如规模化、可持续性等方面的挑战。 |
| 生成式AI是一种能够基于算法、模型、规则生成文本、图片、声音、视频、代码等内容的技术，可以模拟人类的创造性思维，生成具有一定逻辑性和连贯性的语言文本、图像、音频等内容，实现与人类的对话交互。 |
| 大模型驱动的生成式AI一个突出特点是对多任务的适应性非常强。这打破了以往一种AI算法只能解决一类特定问题的专用化范式。目前，生成式AI已经可以在数字内容创作、辅助软件开发、辅助客户服务、知识管理等方向上扮演好助手的角色，让短视频、直播电商等领域的大量从业者受益，初步展现了广阔的发展前景。 |
| 生成式AI大模型的价值就在于应用。只有在多样化的实际应用场景中赋能智能经济与智能社会发展，才能找到产业价值，也才能成就大模型自身。 |
| 我使用生成式AI主要想实现辅助创作的功能，一是丰富词汇、生成视频文案的脚本，二是对视频影像进行放大和优化。但总体使用下来，感觉达不到我的期望。特别是它实际上输出的文案只是一些通用型文本，既没有特点，也没有针对性。”赵世明说，自己其实并不在乎生成式AI的价格，而是更希望产品本身及整个生态能进一步优化，真正为自己的视频创作带来便利。 |
| 消费者更愿意为高品质、个性化的服务买单。 |
| 如果我需要一个写作大纲，生成式AI可以辅助我进行构思，这是很让人期待的。我愿意为此买单。 |
| 尽管仍然要对生成式AI产品生成的图片、素材进行完善和优化，但它给了我们更大的自由度和更多的可能性。 |
| 生成式AI在应用中可能会产生有害言论、虚假信息、隐私泄露、偏见歧视等风险。安全是生成式人工智能被市场应用、社会接受的基础。打造一个健康、安全、可持续的商业模式，让有价值的创新和服务获得相应回报，是生成式AI行业高质量发展的现实需要。 |
| 以生成式人工智能为代表的新技术在电商领域的广泛应用，将进一步激发消费升级的内生动能，有效助力平台商家降本增效，不断提升用户消费体验，推动释放更大发展潜力，成为嘉宾共识。 |
| 生成式人工智能引发电商新风潮。“生成式人工智能+新电商”将有望升级新电商的场景服务，为新电商客户提供全方位、个性化的支持，有利于新电商企业提质增效，优化体验，打造品牌。 |
| 得益于强大的文本、图像生成功能，生成式人工智能不仅能够帮助学生进行资料检索与自主学习，还能为学生提供良好的互动体验，更能协助教师提升教育教学的质量和效率。然而，生成式人工智能给教育领域带来变革机遇的同时，也给教育领域带来诚信危机、信息欺骗与隐私泄露等诸多潜在风险。 |
| 生成式人工智能对教育的根本挑战不在于前述教育诚信危机、信息欺骗风险与隐私保护问题等，而在于对学生思维培养的威胁。因此，从教育技术产品设计的角度，任何技术应用都应该进行教育化改造，并通过教育市场的准入制度进行前端防范。 |
| 改进当前的直白问答模式，根据不同学段的育人目标、认知规律，采用更加安全、科学的方式与学生进行对话交流和提问引导，降低学生的工具依赖风险。同时，这种教育专用系统可以开发多用户同步对话模式，既能促进学生的合作探究与相互引导，也能方便教师成为人机互动、人人互动的调停者与监督者。此外，技术研发部门亟须开发相应的文本、图像检测器，甄别AI生成作品和人类作品的区别，并将AI检测作为学术出版、考试评价的常规流程，抵御生成式人工智能所引发的学术伦理、作业抄袭、考试作弊等问题。 |
| 主体合理应用是关键。任何教育技术产品的应用都需要保持工具理性与价值理性的平衡和张力，既要注重教育效率和效果的提升，也要关注教育主体的内在尺度和精神存在。大多学者虽认同生成式人工智能在教育领域的合理应用而非简单屏蔽，但没有具体说明技术的应用边界。应用边界的划分是教育领域合理应用生成式人工智能的规范与保障。 |
| ，在缺乏成熟的技术防范机制或工具的情况下，禁止低年级学生使用生成式人工智能工具是必要的。当然，这并不意味着将低年级学生作为生成式人工智能的绝缘体。相反，教育者需要探索如何将生成式人工智能作为中小学信息科技教育的重要内容，让学生不仅可以体验生成式人工智能的特点、功能、优势和限制，还可以收集数据、训练人工智能模型，深度学习算法和人工智能应用，从而体悟人工智能的有限性和应用边界。同时，各地教研部门可以有针对性地加强以生成式人工智能为主题的教学教研，加强对中小学教师人工智能应用、人工智能伦理规范等主题的培训，为生成式人工智能进入课堂做好充足准备。 |
| ChatGPT等生成式人工智能服务打破了社会公众对人工智能技术应用的传统认知，其生成内容具有高度的智能化、仿真性特征，在特定情况下，甚至能够替代人工生成相关营销文案等信息内容。 |
| 一旦生成式人工智能技术得到广泛普及，社会生产方式和分工架构必然会发生颠覆性变化。 |
| 生成式人工智能技术应用的最大优势在于能够在短时间内批量生成同质性的网络信息内容，一旦这种技术优势被应用于电信诈骗、网络造谣等违法犯罪活动，既会对网络舆论生态造成毁灭性破坏，也会对国家安全和社会稳定产生重大威胁。 |
| ChatGPT以其丰富的知识与出色的自然语言交互能力，引起了现象级的关注。 |
| 进一步鼓励生成式人工智能技术在各行业、各领域的创新应用，支持各类组织在生成式人工智能技术创新、数据资源建设、转化应用、风险防范等方面开展协作，推动生成式人工智能基础设施和公共训练数据资源平台建设。 |
| 生成式人工智能具有“大数据、大模型、大算力”三大技术特征，以及自然语言理解、知识工程方法、类脑交互决策等关键技术，已在金融、医疗、教育、电商、传媒等领域有了广泛应用。 |
| 面对社会价值、用户使用、数据合规、数据安全、数据质量这五大生成式人工智能的风险问题，各国已陆续出台政策积极防范。相信通过生成式人工智能的应用，能够有效融合信息技术和实体经济，推动国家各行各业技术数字化的转型 |
| 生成式人工智能可以被用来创建背景丰富、看似来源可靠的信息，进而诱导用户点击恶意链接或下载恶意软件；可以塑造丰富立体的社交媒体形象，甚至模仿某人的声音或外貌，引导造谣与诈骗；可以被训练为向特定用户推荐误导性内容，或在某些情况下加强他们已有的偏见，等等。 |
| 在生成内容时，明白不应该滥用工具；要鼓励公众充分了解生成式人工智能的逻辑和可解释性、推断和生成过程，鼓励选择更透明和可解释的模型，以便更好理解生成内容的来源和原理，不轻信在看似严肃的行文和环境中插入的各类信息和煽动性观点；要提醒用户保护个人隐私和数据安全，不分享敏感信息尤其是机密信息；政府、行业、企业等相关各方应加强风险研判，有效防控人工智能的科技伦理风险，进一步加强行业自律，不断推动科技向善、造福人类。 |
| 生成式人工智能促进减负增效，增强了思想政治教育的能动性。由于ChatGPT等生成式人工智能产品拥有强大的算法支持及万物互联的开放性特征，它可以链接、创建各类丰富的教育资源，为学生提供一个开放、自由、包容的人工智能学习环境，切实增加“大思政”课堂建设的阵地资源；同时通过人机交互对话实现了学习进程中的即时反馈，在加深学生体验感的基础上，拓展其认知范围和学习兴趣，改变传统思政课教学采用“投喂式”和“说教灌输式”所构建的单向话语机制，并助益于学生与思政教学内容的共情。此外，生成式人工智能可实现生成教学计划、推荐文献、提供图片影像及编写代码的高效整合，为思政课教学设计提供丰富的图像、音频和视频等便利条件及参考案例。这也有助于思想政治教师从繁复的工作中“解放”出来，将更多精力投入到学生思想政治教育理论与实践探索中，提高思想政治教师的教学与科研效率。 |
| 生成式人工智能强化了生活化传播，提高了思想政治教育话语的感召力。思想政治教育话语实践本质上在于通过“说理”的方式来引导和形塑受众的价值理念，而以ChatGPT为代表的生成式人工智能可借由大规模语言模型与人进行多轮对话，实现与受众之间有关议题的互动，并借助算法化的信息推送及超强动态感知能力为受众提供符合人类语法规则与语义习惯的个性化答案，以“知其所想”“投其所好”的话语供给模式迎合受众的话语期待；同时，生成式人工智能链接和承载海量的网络信息，随着其应用场景的扩展，现实与虚拟、在场与离场等传统二元社会结构的边界渐次被打破，人类情感陪伴和社交支持的需求得以满足，日常生活成为多种思想价值理念彰显其权力属性的重要场域。对此，依托可扩散化模型的双向可逆通道，生成式人工智能常以遍及“生活世界”的信息有效连接了“原子化”的网络个体，引导其在日常行为中受到思想政治教育话语的感召，将学生用户置于主流意识形态传播场景中，在拟态环境下满足青年学生对主流意识形态的情感需求与价值期待。这也使得青年学生原本碎片化的意见表达重而聚焦于可调适、可建构的网络空间内，并借由网络流行符号与生活常识在此群体中传递教育理念，促进智能技术迭代下思想政治教育话语价值共意的生成与聚拢，从而提高思想政治教育的扩散度和感召力。 |
| 第三，生成式人工智能促进教育过程的精准化，助推思想政治教育决策的科学化。依托数据支持、算法推送、人机交互和深度学习等手段，生成式人工智能技术可助力思想政治教育突破过往那种经验性、预判性和“大水漫灌”式的教育方式，而成为一种可计算、可测度、可预测且高度个性化的教育实践：一方面，它使得思想政治教育中的思想、情感、行为和活动场景等因素皆实现数据化，也正是由于思想政治教育系统中的每一个要素、环节、步骤及效果都可借由智能技术实现数据支持，思想政治教育工作者可以从中发现教育的亮点、痛点与规律，预测未来走势，为思想政治教育资源供给、教学方案调整与决策优化提供科学依据；另一方面，生成式人工智能可精准感知学生实际需求，锁定各类青年群体建构精确的数字画像，即可针对不同学生群体的学习模型、行为习惯等方面建立数学模型，掌握该教育对象的一般习性与特殊需求，推动思想政治教育课程教学内容供给侧与学生学习需求侧的精准对接与动态平衡，最终实现思想政治教育工作的精准施教、精确评估与科学决策。 |
| 生成式人工智能赋能思想政治教育变革，使之呈现出智能化、精准化和个性化的新样态。然而，我们也应当清醒看到：技术实用主义盛行下智能产品工具理性大有扩张之势，而形成对价值理性的僭越，这容易引致信息茧房、技术依赖与数字霸权等一连串问题，并带来价值判断丧失、学术诚信缺失与人文关怀迷失等伦理困境。尤其是类ChatGPT产品所存在的算法黑箱与责任圈囿等技术缺陷，也容易引发意识形态安全风险。因此，应从协同治理的视野出发，构建一套彰显数字正义、整体智治、高效协同的风险治理策略，推动新时代高校思想政治教育的守正与创新。 |
| 当基于服务类型特点，采取有效措施，提升生成式人工智能服务的透明度，提高生成内容的准确性和可靠性；特别强调国家对利用生成式人工智能服务从事新闻出版、影视制作、文艺创作等活动另有规定的，从其规定。这意味着，人工智能将以一种更规范、更智慧的方式服务于生产生活，也包括文艺领域。 |
| 赋能文艺创作技巧却无法拥有人类的灵魂 |
| 生成式人工智能进行文艺创作如作画、写作、演唱等，是通过深度学习大量著名艺术家的经典作品，分析其创作风格、技巧特点，再由人工标注数据进行人类主观偏好下的有监督学习，从而为新内容的生成打下基础，以实现对人类作品的模拟。 |
| 文艺作品是文艺家以文字、音乐、绘画、雕塑等艺术形式，通过自身的创作行为形成的作品，是文艺家情感与思想的外在表达形式。而人工智能创造的文艺作品，从本质上来说是基于算法模型和海量数据的创造，凭借积累得到的语法规则和程序进行的模仿。我们常说艺术源于生活又高于生活，可见无论科技如何发展，文艺创作都必须扎根于现实生活，这样才能产出意义深刻、有情感共鸣的优秀作品。 |
| 与人工智能不同，人类具有主观能动性，在改造客观世界的同时又改造自己的社会实践，在创造的文艺作品中融入文艺家个人的理想、个性、才智、品德等。马克思主义认为文艺创作是人类一种特殊的精神生产活动，只有从事文艺生产活动并具有主体性、自觉意识的人，才是真正的文艺创造的主体。艺术家拥有按照美的规律进行自由创造的能力，并在尊重客观规律的基础上发挥主观能动性。 |
| 人与人工智能文艺创作有着根本的区别。人工智能作为人类社会实践活动的产物，其功能是对人类行为的模拟、物化和延伸。从本质上来说，人工智能只是物质世界范畴的概念，不具备感性思维。因此，人工智能产出的作品并非结合人的个体经历，也缺乏通过作品与欣赏者进行的情感交流，人工智能无法实现与人的情感、意志、情绪、经验等方面的自然交互，有匠人之“行”却无匠人之“神”。 |
| 人工智能可以根据输入的指令迅速生成画作或文本，其内容细节丰富且风格多变，也没有明显的技术痕迹，反而还可以辅助修正文艺作品中隐藏的缺陷和不足。这使得文艺家能从重复性、程序化的劳动中解放出来，让他们有更多时间和精力开展设计、策划、创作等“高级”活动，从而提高文艺作品的创作效率和创作质量。 |
| 在要求极其富有创造性的文艺创作领域，人工智能凭借在图像识别、语音识别、文本处理技术上的优势，可以突破传统的文艺创作的思维模式、方法和应用范围，以人机交互协同的方式助力文艺家大胆想象，大幅延展艺术表现力，推动文艺创作的进步，为文艺创作赋能。 |
| 人工智能尚不能挖掘人类更深层次的精神需要和文化需求。长此以往，算法推荐大量重复性内容，收窄了用户的信息接收范围，遏制了用户接收丰富性和创新性更强的信息的可能，不利于个体提升文化生活质量、追求品质更高更好的生活。 |
| 人工智能的评判准则影响艺术家的创作主题、艺术风格和作品倾向，同时也对大众的审美标准和评价尺度产生影响，进而对社会的审美观念产生重要作用。 |
| 为文艺评价提供技术性标准但无法产生审美与共情 |
| 审美是一种由想象力和知性在一种协调的不确定之中的自由活动，主要与情感相关，是与人的主观意识相关联并产生了愉快的情感。审美是判断的活动，同时也是评判的标准。正是基于这一点，人类的审美标准与数字计算的标准不同。因此，人类感受到的美也远远超出数字计算所能精准表现出的范围。 |
| 而人工智能通过机器学习、自然语言处理等技术，对文艺作品的评论主要是一种认知性的识别，并非从艺术鉴赏的角度。 |
| 人工智能进行的文艺评价是机器根据人类以往文艺作品的学习而产生的评判标准，尚且还无法像人类一样依照个人经验，从整体意识层面来评价和鉴赏文艺作品。 |
| 我们有必要着力培养能与智能工具良好协作的数字素养，掌握好驾驭这项新技术的本领，迎接人工智能在人类智慧指导下带来的原创性突破和创新性文艺作品 |
| 生成式人工智能还有很多亟待解决的问题，比如生成信息的准确性、真实性以及价值观等问题。 |
| 生成式人工智能技术是把“双刃剑”，其在推动社会进步的同时，也有可能带来技术、设计、算法以及数据等方面的安全风险。因此，必须做好前瞻研究，建立健全保障人工智能健康发展的法律法规、制度体系、伦理道德，在重视防范风险的同时，同步建立容错、纠错机制，努力实现规范与发展的动态平衡。 |
| 既然人工智能不能像人一样进行思考，那么人工智能势必不能像人一样进行创作。人工智能生成物中不可能体现人类的思想与情感，人工智能生成物自然也就不是作品，而仅为算法和数据学习的结果。那么，人工智能生成物似乎确实不应被认定为《著作权法》中的作品并享受著作权的保护。 |
| 人工智能生成物的外观与人类创作行为的产物并无太大区别。人工智能生成物与人类创作行为的产物给普通受众的精神生活所带来的一般满足感似乎区别并不大。 |
| 人工智能创作离不开机器学习和大数据。而构建人工智能生成内容之“基石”的大数据是由用户提供的。缺乏用户参与和训练，人工智能是无法成长和长期经营的。用户对其投入、训练并生成的成果应拥有使用的权利，这也符合劳动理论。 |
| 人工智能技术只是通过机器学习将信息摄入与重组推到了一个崭新的高度。可以预见，在人工智能参与和帮助下，创作者与作品的数量都将大大提高。 |
| 目前人工智能之创作的基本框架并没有颠覆性创新，它依然是一个辅助人类创作的技术工具。 |
| 生成式人工智能技术可能也会将人从较为基础的、千篇一律的内容产出上解绑，而使得人可以更高追求心手合一的创作境界。我们应该看到生成式人工智能技术的巨大潜力，看到它广阔的应用场景，做好自主研发、追赶而不是回避人工智能技术的发展。 |
| 能够生成新的内容。生成式人工智能并非只是根据已有数据进行模拟和预测，而是能够对这些数据进行学习，并在此基础上生成新的内容。因此，生成式人工智能表现出了一定的“创造性”，呈现了“智能的生成性”这一重要特征。 |
| 具有语言处理能力。面对人类用自然语言提出的问题，当前基于大语言模型的生成式人工智能，已经在一定程度上可以给出类人的回答。这也是ChatGPT使很多人惊叹并让人印象深刻的重要原因。依托突出的语言理解与文本生成功能，当前的生成式人工智能已远超以往的聊天机器人，有望成为人们广泛使用的新一代学习和工作助手。 |
| 更新人机交互生态。生成式人工智能的新进展再次表明，功能上的突破不仅是数据量和模型参数达到一定规模后的功能涌现，人类的反馈微调和使用过程中的人机智能交互也会反过来对功能进行改进。据此，研究者可以更精准地把握事实、权衡价值。 |
| 转换知识生产方式。与人机交互生态更新相伴随的，是知识生产方式的转换。生成式人工智能所开启的“大模型+人类反馈”的自动化知识生成模式，则是一种面向智能化未来的新综合。与传统的知识生产方式相比，生成式人工智能所支撑的知识生产方式具有速度快、成本低、范围广等特点，能够大幅提高知识生产效率。 |
| 对人提出新的要求。生成式人工智能往往并不具备甄别所生成内容是否正确、准确以及相关价值判断的能力，对内容的评价仍有赖于人类自身的信息素养、知识体系和思辨能力。无论是数据输入（训练、喂养等），还是数据输出（判断、利用等），都对人类的能力提出了不同于以往的要求。 |
| 人工智能的参与和支持，有助于人文社会科学研究者更加深入地理解人类思维和行为的本质，并探索深度科技化趋势下人类文明的未来命运。 |
| 人工智能驱动的人文社会科学研究，指向一种人机协同的知识生产方式，有利于解放研究生产力并释放创新潜力。一是进一步降低获取知识的门槛。借助人工智能强大的搜索、分类等信息处理能力，研究者可以随时、随地、随身地获取海量知识。二是增加知识供应的丰富度。研究者可以获取更多以前难以获得的数据，以此突破领域和学科的壁垒。三是实现内容的初步加工。依托人工智能具备的文本加工合成能力，可以减少研究者知识生产过程中的基础性、重复性劳动。四是提供可选择的知识。人工智能可以提供研究主题需要的各类相关信息，使研究者获取多元而非单一的研究方案。五是辅助整合与输出知识生产结果。人工智能可以协助研究者撰写常规性任务文本（如文献综述、研究计划、文章摘要、课程大纲等）。六是知识生产过程反馈与校正。人与机器之间的协同式、互联式关系，使人工智能支持基于人类反馈的强化学习。 |
| 从知识生产的全过程来看，人工智能带来的显著变化还包括知识管理与传播环节，将使知识得到更为快速、高效的管理、传播和应用。人工智能可以为知识管理提供更多高效、实用的解决方案。比如，知识图谱、数据仓库等工具，能够帮助人们处理、分析、维护大量的数据，从而更好组织和管理知识。人工智能也可以为知识传播提供更为便利的技术环境，打破数字鸿沟和数据垄断，促进知识交往和公共传播，提高知识开放程度。有观点将人工智能时代的知识生产方式形容为一种纠缠的“技术—社会结构”，拥有明显的超时空性、自组织性、动态适应性和系统开放性。 |
| 一是更好地满足研究者的一般需求。要优化传统数据库的文献存储与查找功能，做到文献总量更庞大、种类更丰富、查找更快捷等。二是用户界面与体验更加友好。要告别传统平台那种仅有搜索、功能繁杂、结果散乱的单向使用模式，使研究者更易适应、更快上手、更好操作。三是人机交互新生态达到“1+1＞2”的效果。所谓人机交互新生态，并非指机器智能取代人类智能，而是指机器智能与人类智能各自优势的有效结合。四是为用户提供个体化、差异化的服务。不仅要在更多场景中生成更丰富的内容，对用户所提出的需求给予更精准的响应，而且要能够关注到作为微观主体的每一位研究者，全方位获取用户的需求和偏好。五是扮演好高级研究助理的角色。在创新平台的使用过程中，人们的主体作用应能够得到更充分发挥。 |
| 提升研究者的创造力和研究成果的创新性。以往，人类身处信息较为匮乏的环境之中，提升智能的关键是如何获取知识；如今，人类身处信息爆炸的环境之中，提升智能的瓶颈则是如何对所获取的知识加以评判、贯通、运用。可以预计，低阶研究行为（如查找资料、梳理文献、撰写摘要等）未来可能均会由人工智能来完成，而高阶研究行为（如提出问题、总结经验、创造理论等）未来则可能不会被替代。这对研究者的创新能力提出了更高要求，甚至或许创新能力便是人类难以被机器取代的重要禀赋和特征。在创新平台普及后，人文社会科学研究者或可产出更多经人工智能启发灵感、激发顿悟的创新成果。人工智能生成文本内容的质量，往往取决于所学习语料的质量及数量。可以通过深度学习大规模的中文语料库，使驱动平台的人工智能尽可能掌握中文的语法、词汇、语义以及更高级的学术史、研究前沿、专业动态等，从而能够生成高质量的中文文本。 |
| 生成式人工智能技术快速发展，为经济社会发展带来新机遇的同时，也产生了传播虚假信息、侵害个人信息权益、数据安全和偏见歧视等问题。办法坚持目标导向和问题导向，明确了促进生成式人工智能技术发展的具体措施，规定生成式人工智能服务的基本规范。 |
| 目前面临的最大问题是“没有办法判断提供内容的真假，可能虚构一段内容来迷惑用户。”香港科技大学教授冯雁直言，每一个需要作出决定的领域，都得是人说了算，机器只能提供辅助。 |
| 生成式人工智能能够改善生活，未来其面临的最大问题在于如何提升其精确性。 |
| 人工智能最终是为人类服务，需要用人类智慧来管理和使用这项技术，把人类从繁杂和重复的劳动中解放出来，以充分发挥创新性和创造力。 |
| 人工智能可以拓展人类发现、理解与创造的能力。未来，它的发展要承担起赋能生活、提升幸福感的使命。 |
| ChatGPT作为辅助工具后可能出现过度采集使用者信息的情况，如果ChatGPT本身的源代码上游系统有漏洞，也会导致不同用户的交互隐私遭泄露。 |
| 人类最大的危险，最大的不可持续，并不是创新带来的不确定性。相反的，我们停止创新，不发明不创造不进步，按照惯性走下去，所带来的各种各样不可预知的风险，才是人类最大的威胁。 |
| 创作者挥洒才情的自由、未来诸多音乐可能性的实现，都必须建立在技术规范化运行的基础上。AI要学习唱歌，就需要大量数据“投喂”，而获取授权是不可忽视的环节。我国目前对此类问题的判定尚不明确，随之而来的侵权问题也就无法回避。尤其是，如果AI音乐进一步发展，让生成的作品变成糅杂多个曲目、多个作者的“缝合怪”，情况会变得更为复杂，创作者维权难度也会大大增加。 |
| 对包括AI歌手在内的生成式人工智能，从服务商的准入，到算法设计、训练数据选择，包括用户个人隐私、商业秘密等方面提出了相关要求。而后续如何规划落地，如何平衡监管与创新，显然还需要在具体实践中不断摸索。 |
| 我们应当注意的则是AI在音乐审美机制方面带来的割裂。由于音乐的自动生成与演绎很大程度上将降低创作者和表演者的实际参与度，不可避免地压缩两者通过创演活动进行审美抒发的空间。这就会使得原本集创作—表演—欣赏为一体的完整音乐审美生态链逐渐萎缩至仅剩欣赏者。显然，当任何艺术的审美活动进入了只有纯粹接收而无实践产出的不良境地，其结果不只是降低欣赏者自身的审美能力与素养，更可能直接导致这一艺术形式的彻底灭亡。为此，我们应当即刻反思音乐及其他艺术借助AI生成的必要性，把握和控制AI技术在艺术创作与传播领域的使用尺度。 |
| 数字经济领域的创新还需以应用为牵引，以需求为导向，让创新更有效率和价值 |
| 生成式人工智能的功能远不止于提供信息内容服务，其可以作为“技术基座”给金融、医疗、自动驾驶等多个领域赋能。在产业分层中，首先通过海量数据使生成式人工智能底层大模型“见多识广”，具有强大能力；其次通过“术业有专攻”的专业优化训练，让其适配不同行业和场景；最后再向C端用户直接提供服务应用。由此可见，生成式人工智能未来将成为社会的“技术基础设施” |
| 类似文心一言这样的人工智能技术，归根结底还是人类创造的工具，它可以模拟延伸和拓展人的能力，从而为人类带来更大的价值，但是工具本身并没有好坏之分，它不会去真正地控制人。”王海峰说，“人工智能一些能力已经等同于甚至超过人的能力，但是人工智能永远不会跟人的智能完全画等号，就像人造地球卫星永远也不会和月球这样的自然卫星画等号一样。我也不认为人工智能会真正具有和人一样的意识。 |
| 生成式人工智能有助于更加高效、便捷地将艺术创意转化为内容产品，也因产品数量的激增而面临艺术性和原创性等考验，艺术创作的诗意和不可预期的灵感愈发显得珍贵。 |
| 不是取代作者，而是为创作赋能 |
| 正如对艺术境界的探索没有终点，技术创新也永无止境。在多种技术交织而成的新型创作语境中，理解人机交互模式、探索人机协同应用场景，是智能时代进行文艺创作的新要求。 |
| 人工智能辅助创作也是一个披沙拣金的过程。传统的创作过程是创作者就一部作品持之以恒地进行打磨，但在人工智能辅助下，创作者的艺术创意在很短时间内就产出批量内容，风格品质参差不齐，创作者需要从众多“产品”中选取一件进行精心调整。 |
| 无论是基于机器学习的参数式内容生成，还是风格迁移的程序应用，它们在极短时间内批量化产出的语段、图像、音频、视频等，都尚未催生出获得公认的人工智能艺术家。这也对人类创作者提出了新的学习要求——要有意识地培养能与智能工具良好沟通的数字素养。 |
| 创作者需要有效组织人工智能所能理解的语言，形成最优指令，尽可能释放人工智能的潜力，使之快速而大量地输出内容，以便创作者从中进行甄别和挑选。回顾人机结合的具体实践可以发现，艺术创作经历了人工创作、机械复制和数字化转型之后，生成式人工智能已经将人机结合的创作实践带入了新的智能化阶段。将人工智能作为辅助工具的创作者们正在大幅延展自身的想象力和表现力，体现出生成式人工智能对创作的全新赋能。 |
| 它一方面有助于更加高效、便捷地将艺术创意转化为内容产品，另一方面也因产品数量的激增而面临艺术性和原创性等考验，艺术创作的诗意和不可预期的灵感愈发显得珍贵。我们要掌握好驾驭这项新技术的本领，借以提升文艺创作生产效能，减少它所带来的其他影响。 |
| ChatGPT准确率不高的问题不容忽视。由于ChatGPT的大部分答案都是从已知内容中摘录或搜集而来，对于未知的或者ChatGPT知识的盲区，则可能会给出错误或者不恰当的建议意见。比如，司法工作人员在办案工作中常常需要兼顾“天理国法人情”，需要考量办案的法律效果社会效果政治效果的统一，具有一定的人性化思考，而这些往往是人工智能有所欠缺和不足的，因此，此时ChatGPT给出的建议，会存在一定程度的偏颇。 |
| 面对一些提问，ChatGPT反应速度、准确性较高，表现甚至优于一些搜索引擎。但ChatGPT的回答通常是笼统的、整合性的回答，而不是具有个性色彩的、创新性的回答。 |
| 人工智能生成内容的出现也降低了社区创作者的门槛。 |
| AIGC频繁成为社会热点，不断引发大众的期待与畅想。AIGC通过对技艺的“平权”，让葆有创作动力的大众不再被技艺束缚，极大降低了艺术创作的门槛。与此同时，AIGC内在的合成逻辑，使其辅助生产的作品被视作一种“生成”而非“创作”。这一观念，又包含着对艺术“门槛”进行反思与重构的意味。 |
| AIGC的普及意味着“艺”与“技”经历了分化和发展，在数字环境中出现了新的融合，形成了一种超越传统的艺术创作路径。其中，“技”的部分交由计算机与算法来掌握，“艺”的部分则体现为创作者的“想象力”。 |
| 具体而言，过去，个体需要掌握特定的技艺，才能进行艺术创作。如今，在AIGC的帮助下，我们不再需要经年积累就能掌握相应的技艺，只需要输入特定的“提示词”（Prompt），普通人也可以借助人工智能生成独一无二的作品。 |
| 依照控制论系统运行的AIGC工具，只能建立关联，而非达到理解。另一方面，“生成”不等于“创作”。创作包含了人的实践部分，指向对风格、观念、技巧的积累和演变，而生成则体现为一种替代性的模仿。所以，使用“生成”一词来描述人工智能合成的作品，而不是包含人类实践属性的“创作”，成为一种共识。 |
| 借由AIGC的辅助，我们获得了掌握某些“技艺”的便利。工具的平民化，使艺术创作更加触手可及。 |
| 技术的加持，将使艺术创作更具多样性与创造性。真正的艺术家，将更加专注于开拓艺术的边界与探索艺术的可能。就此而言，AIGC正在经由视觉创作驱动大众，从实践与观念上完成对艺术本体的反思与重构。 |
| 但AI生成内容的大量涌现一定程度上对传统创作者的生存空间进行挤压也容易导致“AI垃圾”或错误内容的泛滥 |
| AI代写的论文“看似条理清晰、层次丰富，但实际上每个层面的内容都很少，而且非常空洞。”这是一种最常见到的批评：在很多人眼中，AI写作终究只是内容空洞的“样子货”，无论如何都比不过人类用心的创作。 |
| 人类创作的艺术价值，远远超出那些流水线上批量生产的商品。同样的道理，也适用于AI代写——无论AI能否写出人类创作的高度，因为缺乏人的参与，其本身也就失去了灵魂。 |
| 在AIGC强大的内容生成能力协助下，品牌的创意生产瓶颈正在被打破，以往需要耗费大量人力、时间去做的设计与优化，通过擎舵正变得越来越高效和简单。 |
| 大量的用户生成内容，海量的自由对接机会，创造了更多就业机会，给更多人以自由选择的弹性，也提升了资本增殖的效率——不必讳言这是新业态的原始驱动力。 |
| 通过秒创平台，创作者可以把一篇文章甚至是一个想法快速地制作为视频，5分钟即可从文案到视频成品。为了达到这样的效果，秒创除了提供图片生成、视频生成、声音生成、数字人生成等AIGC功能外，还提供了一个千万级的结构化视频库位用户提供精准匹配。 |
| 我们认为AIGC可以从两点提供行业价值：提升用户体验，扩充内容产能”。具体而言，用户体验包括阅读体验、听觉体验、视觉体验，扩充产能则通过辅助创作者提升内容生产效率的途径，二者都是通过引入新技术可以实现的，并最终将为行业创造新的商业价值。 |
| 以快看打造的AI集成全流程辅助创作数字化工作台为例，其将可以帮助创作者寻找灵感和创意、辅助编剧，并实现自动上色、角色换装、为角色创造个性化声音、让角色形象“活”起来的面部动效、头部/身体旋转、呼吸细节等，从文、图、声、视大模型出发，将创作者从无意义的劳动中解放出来，从而提升生产力，并通过更丰富的体验来提升漫画宣发与运营等环节的效率 |
| ChatGPT为代表的人工智能工具会深刻改变人类获取知识的方式，进而影响人们的知识体系建构。 |
| AIGC工具只会越来越多，同质化非常严重，说是新一轮“百团大战”也不为过。关键的问题是谁能解决某一个垂直领域用户的根本需求，用户买单与否也只取决于产品是否真的 work。 |
| AIGC的出现，则进一步降低了创作门槛。“AIGC的核心价值是让内容创作的边际成本逼近于零。”复旦大学大数据研究院教授、元宇宙与虚拟交互联合研究院院长赵星说，由此将开启一个内容创作极大丰富的时代，以低成本、高效率的方式满足海量用户的不同需求。 |
| AIGC最大的风险在于消解人类的主观能动性。比如在欣赏一幅人类画作时，人们可以解读出作者处于什么时代、在怎样的情绪下创作，而一幅再精美的AI作品，也不过是一堆0和1。 |
| 保护人类能动性”已被列为AI伦理五项原则之一。这条被冠以自治原则的内容提醒人们，AI创作要确保创作主体是人，而AI只是辅助。 |
| AI在动画领域的应用，也许会倒逼创意从业者改变思路，专注于研究绘画技术以外的创意。在动画、设计领域工作多年的逗砂，对未来还是保持乐观的态度，她觉得AI可以把人从过长的制作周期里边彻底解放出来，从事更有情感性和独特性的工作，因为这些内容才是文艺创作的核心。“真正流传下来的作品，还是需要人类情感和故事性的支撑。 |
| AIGC作品实际上是AI在被“投喂”了大量人类创作的素材后，通过不断学习，生成一个庞大的数据库，然后根据用户需求进行创作。这就导致AI生成的作品在风格和细节上和原作品存在诸多相似点。 |
| AI本身无法超越人类，其本质仍基于现有人类智慧的积累和传承，是借助人类的大数据和深度机器学习等技术的助力发展起来的。 |
| AI也许能够精准复制人类画师的色彩和线条，但永远无法复制创作中人类画师对画作倾注的情感。 |
| AI作画延展了艺术的边界，人们不必经过专业训练便可以绘制图画作品，具备了一定的实用性和商用潜力。 |
| AIGC不仅能够提高内容生产速度，还能够提高内容创作的质量。在AIGC生成的内容中，往往集成了大量的数据和信息，可以快速分析和优化内容，做到“质量与数量并存”。 |
| AIGC可以根据用户需求和偏好进行个性化创作，从而提供更加精准的内容。 |
| 随着AIGC技术的发展，越来越多的工作可以被自动化，这将使得创作者和编辑可以将精力更专注于内容本身，而非花费时间在繁琐和机械的重复性工作上，如内容管理、数据分析等，这将大大降低人力成本。 |
| 灵感，作为创意的起点，往往被视为神秘而不可捉摸的东西。然而，在AIGC时代，我们可以看到，灵感并非无中生有，而是对过去知识的整合与提升。通过对历史数据、案例和解决方案的深入挖掘与分析，我们能够发现新的灵感火花。这种对过去的混剪与重组，不仅为我们提供了丰富的灵感来源，还使得创意更具针对性和实用性。 |
| AI技术可以协助医生分析海量的病历数据，发现疾病之间的潜在联系和新的治疗方法。通过深度学习和自然语言处理技术，AI还能自动提取和总结医学文献中的关键信息，为医生提供即时的专业支持。这些应用不仅加快了医学创新的步伐，还提高了医疗服务的质量和效率。 |
| 在创意的生成过程中，反馈的质量和数量起着至关重要的作用。高质量的反馈能够帮助我们及时发现并修正创意中的不足，而数量的积累则为我们提供了更多的优化空间和可能性。在AIGC技术的辅助下，我们可以快速获取大量精准的反馈信息，无论是来自用户的实时反馈还是通过模拟测试得到的数据结果。这种反馈机制的高效性，使得我们能够在短时间内对创意进行多次迭代和优化，从而加速创意的成熟和落地。 |
| AIGC技术则为我们提供了强大的支持，帮助我们在这个过程中更加高效地处理信息、优化方案并加速迭代进程。 |
| 在创新过程中，AIGC与TRIZ（理论解决创造性问题的发明方法）的结合为我们提供了强大的助力。AIGC技术能够自动化处理大量数据和复杂计算，为我们提供即时的反馈和优化建议。而TRIZ方法则为我们提供了系统的创新问题解决框架和工具集，帮助我们更加有针对性地识别和解决创新过程中的矛盾和问题。 |
| 在AIGC时代，创意的生成和演化已经发生了深刻的变化。通过对过去的混剪与重组、利用高质量反馈进行迭代优化以及结合AIGC与TRIZ等创新方法的应用，我们可以更加高效地推动创新进程并取得丰硕成果。展望未来，随着AI技术的不断发展和普及应用，我们有理由相信创新将变得更加容易、更加普及化，为人类社会的进步和发展贡献更多力量。同时，我们也应该保持对新技术和新方法的敏感性和探索精神，不断挖掘和拓展创新的边界和可能性。 |
| 多样性和创新性增加：AIGC的应用可以降低创作门槛，使更多人能够参与内容创作。这将带来更广泛的创作者群体，从而增加了创作领域的多样性和创新性，涌现出更多不同视角和想法。 |
| 内容定制和个性化：基于用户数据和偏好，可以为特定受众生成个性化的内容。这使得内容创作者能够更好地满足用户的需求，提供更加相关和有吸引力的内容。 |
| 专业性和深度分析：根据关键词、语境等信息生成内容。这种数据驱动的生成可以使创作者更深入地探讨特定主题，并为读者提供更丰富的信息。 |
| 版权和原创性问题：随着AIGC技术的应用，保护原创内容的版权和知识产权变得更加复杂。生成的内容可能相似甚至相同，这可能引发版权争议，需要制定更精确的规定来保护创作者的权益。 |
| 新媒体平台越来越注重用户体验。在AIGC模型的帮助下，内容生产和传播的效率和速度得到了进一步提升，这也进一步促进了互联网信息的流动。 |
| 头部创作者可以利用AI工具完成基础的重复性工作，提升生产效率，将自身在创意部分的优势更加凸显。因此头部创作者的能力优势会更加显著；2）腰尾部创作者的竞争会加剧，腰尾部创作者的生存空间会受到头部创作者优势扩大和腰部创作者内卷的双重挤压；3）由于创作门槛被大幅降低，更多创作者会加入创作做行列，从而大大增加内容的多元化，更多不同的组合和内容题材会被创作出来。 |
| 由于存在创作成本过高以至于很多内容创作团队难以为继的情况，AIGC有望通过降低创作成本改变供给端的盈利能力，从而大幅提升供给数量，进而拉动需求。 |
| 从GPT-3.5到GPT-4，生成式AI的逻辑推理能力显著提高。拥有强大的分析能力（如从文章中提取数据，总结趋势），控制能力（如将人类语言转化成复杂系统控制指令）和初步的逻辑推理能力（如解答简单的数学、逻辑题）。可生成的文本内容也扩展到数据、表格、代码、指令序列、工作流或工具链等结构化文本。 |
| 设计越来越平民化，对设计要求不高的个人、团队、组织将可以靠自己“完成设计”，拿到产物，某种程度上讲，这部分中低端设计需求工作变少了。 |
| 生成式人工智能难以真正输出感性的、拟人化的深刻表达，音频的流畅度和真实感还有待加强，视觉感知能力的欠缺导致视频或3D模型在精准度、仿真度和还原度上难以兼顾。 |
| AIGC的内容创作也是人来引导的，人通过与AI对话不断调整内容，优化内容，其实就是加速了自己大脑设想中的内容实现落地的速度。 |
| 它也能创造，要摆脱AI的信息茧房，人类要做的就是尽快利用AIGC，来激发自己的创造力，消灭的只是重复性劳动的低阶工种，正如工业革命减少了大量农民、纺织手工业者，但也同样催生了工程师、工人等。那么未来的工种将强化每一个人，人类的潜力也被不断激发。 |
| AIGC最大的优势就在于简化了内容创建过程，可以快速高效地制作大量内容，同时保持品牌调性一致。对于时效性强、迭代快的营销内容，AIGC的高效尤其突出 |
| AIGC帮助广告优化，生成与个人消费者产生共鸣的定制内容，包括个性化推荐、产品建议、有针对性的广告和动态网站内容，实现大规模个性化营销。AIGC能够帮助品牌高效地向特定受众传递消息，提高客户参与度和转化率。AIGC还可以生成广告变体，并实时测试，及时更新最有效的内容和信息。 |
| AIGC能够跨越文化和语言的障碍，生成多种语言的内容，调整内容以适应不同的文化背景，确保营销活动与全球不同的受众产生共鸣。人工智能可能会具备比人类更高的“情商”，在与用户的互动过程中分析对方的情绪线索，生成引发特定情绪反应的内容，在情感层面上更好地与用户建立联系，帮助品牌提高用户黏性。 |
| 人工智能带来的自动化、个性化和工作效率方面的挑战。人工智能技术可以实现自动化的营销过程，并根据用户数据提供个性化的体验。传统的营销手段无法与这种程度的自动化和个性化相媲美。 |
| 新的趋势更加需要营销人掌握全局观和科学方法论。运用庞大的信息流来把握品牌调性，在纷繁市场动态中识别关键线索，并引导企业走向长期增长的道路。 |
| AIGC技术的日益完善和广泛应用，正在让人类的想象力跃然屏幕上，赋予静态文字以鲜活的动态生命力。 |
| AI绘画技术能够根据需求瞬间创作出极具创意的艺术设计，大幅缩短设计周期；AI视频技术则可以高效完成视频录制与剪辑，精准定位受众需求，生成个性化视频内容；而AI写作则能在短时间内生成高质量文案，满足不同场景的营销需求 |
| AIGC还将推动内容生产模式从PGC向AIGC的转型，释放更大的创作空间，提升内容质量的专业水准。 |
| AIGC技术为企业提供了创新和实验的空间。通过尝试新的内容生成方法和算法，企业可以探索不同的创意和内容形式，不断迭代和优化内容营销策略。 |
| AIGC生成的内容可能缺乏人类的创造力、情感和共情能力。在内容营销中，这些因素对于建立与用户的情感连接和品牌认同非常重要。 |
| 虽然AIGC技术可以生成大量内容，但仍需要人工进行监督和编辑，以确保内容的质量、准确性和合规性。人工的参与仍然是不可或缺的。 |
| 维护用户关系的重要性：虽然AIGC技术可以生成大量内容，但企业仍需要与用户进行有效的互动和关系维护。直接的人际交流和情感连接对于建立长期客户关系至关重要。 |
| 因此，企业在应用AIGC技术进行内容营销时，需要在技术和人工参与之间找到平衡，结合人类的创造力和情感： |
| 策略规划：制定清晰的内容营销策略，明确AIGC技术的应用范围和目标。确定哪些内容适合由AIGC生成，哪些需要人工创作和编辑。 |
| 人工编辑和审核：为AIGC生成的内容设立人工编辑和审核的流程，确保内容的准确性、质量和合规性。人工编辑可以进一步优化和提升AIGC生成的内容，增加人类的创造力和情感因素。 |
| 个性化和定制化：在AIGC生成的内容中融入个性化和定制化的元素，以满足用户的个体需求和兴趣。人工的参与可以提供更深入的理解和洞察，为内容增加情感和人性化的因素。 |
| 与用户互动：不仅仅依赖AIGC生成的内容，还要与用户进行直接的互动和沟通。回复评论、提问和私信，建立真实的人际关系，增加用户参与和品牌认同。 |
| 监测和反馈：定期监测AIGC生成内容的表现和效果，通过用户反馈和数据分析来了解用户的喜好和反应。根据反馈进行调整和优化，确保内容的质量和受众的满意度。 |
| 保持人性化：在整个内容营销过程中，始终保持人性化的触达和互动。通过让用户感受到品牌的关怀、理解和共鸣，建立真实而持久的用户关系。 |
| 综上所述，结合AIGC技术和人工参与，企业可以在内容营销中获得更高的效率和创造力。关键在于平衡技术和人类因素，确保内容质量和用户关系的维护，以提供有意义和有影响力的内容体验。 |
| AIGC不仅提供了丰富的设计灵感，还帮助我节省了大量的时间，让我能够更专注于设计的细节和用户体验的提升。 |
| 通过用户数据的挖掘和分析，AIGC可以生成详细的用户画像，揭示用户的偏好、习惯和需求。设计师可以依据这些信息进行设计方案的调整和优化，从而更好地满足用户的期望和需求。这种基于数据的设计方法提高了设计的针对性和实效性，增强了用户的使用体验。 |
| 强调设计师在利用AIGC的同时，应保持独立思考和创意能力，结合个人风格和专业知识，实现设计的独特性和个性化。 |
| AIGC将使工作人员投入更高价值的创新活动，从而释放出更强大的核心生产力。IDC预测，到2028年，由于效率提升，中国的开发人员投入到创新工作的时间将大幅提升，由原来仅占开发时间的20%提高到50%。 |
| AIGC技术对于传统设计工作的影响，对人机共协模式的改变。AIGC促进了技术与艺术的融合，为艺术家提供了技术支持，丰富了艺术创作的可能性。对于AIGC的应用，引发关于创作依赖性、内容原创性和知识产权等问题的思考，需要明确其在艺术创作中的辅助作用，强调其应作为艺术家的工具和合作伙伴，而非取代创作者的创造力和独特性。 |
| 审美和创意判断力，AIGC可生成大量视觉样式和创意，但设计师必须具备高度审美敏感性和判断力，这是不可替代的核心能力。 |
| AIGC将以内容 生产模式变革催动生产力革新，引领数实融合浪潮下的产业变革，对人们生产生活方式带来深远的影响 |
| AIGC将革新数字 内容产业的发展范式，增加内容生产的价值和影响力。 |
| AIGC将通过进一步下放内容创作权，激发UGC创作热情，加速内容裂变。 |
| 随着AIGC的发展，人工智能可以模仿创作者的风格和写作能力，生成与之相似的内容。这意味着内容创作者需要更加努力地提升自己的创作能力和独特性，才能在激烈的竞争中脱颖而出。同时，内容创作者也可以利用AIGC技术来辅助自己的创作，提高效率和质量。 |
| AIGC的爆火将对信息真实性和可信度产生挑战。AIGC可以生成逼真的虚假信息，这给信息的真实性和可信度带来了新的挑战。在社交媒体和新闻传播中，虚假信息的传播已经成为一个严重的问题，而AIGC的爆火可能会进一步加剧这个问题。普通人需要更加警惕和辨别信息的真实性，不轻易相信和传播未经证实的信息。 |
| 现在没有比想象力更重要的，AI的出现不是人们失业和创意贬值的罪魁祸首，相反会推动另一代的创意出现 |
| 生成式人工智能 的进步令人振奋,但也让人担忧它可能产生的“精神疾病”——各种认知偏差和潜在风险。 |
| 丰富创作形式：AIGC可以生成多种形式的内容，如文字、图片、音频、视频等。这使得创作者可以更加自由地选择表现形式，同时也为观众提供了更多元化的内容。 |
| 对于创作者而言，AIGC带来的效果可能不仅仅是自动化，还包括了提供了一定的创作思路和局部风格。当然不可避免的，创意性的内容因为内容上的非结构化和更具有“出其不意性”，AIGC的效果可能还不具备稳定性。 |
| 拓展创作边界。通过生成式AI，其实创作者们可以在自己并不熟悉的领域发力或者在交叉领域发力，比如图文作者转型做视频等。 |
| 为用户提供新颖的表达方式 |
| AIGC所带来的不只是内容创作方式的改变，更是对生产力和生产关系的重构。 |
| AIGC是根据已有的数据和规则生成内容的，而内容创作者可以提供独特的观点、情感和创新，这是AI难以模拟的。总之，AIGC的兴起可以看作是一种创作者工具和资源，而不一定是对内容创作者的威胁。内容创作者可以通过与AI技术合作，提高效率和创意水平，同时保持其独特的创造性价值。在这一新兴领域的发展中，监管和伦理标准也会起到关键作用，以确保生成的内容不会滥用或误导消费者。 |
| AIGC不仅代表了一种技术价值的想象 |
| 学习与适应：了解AI内容生成工具的基本原理和使用方法，跟上技术发展的步伐。创意结合：将个人的创意与AI的生成能力结合，创作出独特且有价值的内容。细分领域深耕：在特定领域深入使用AI生成工具，如写作、图像制作或视频编辑，积累经验并形成自己的风格。关注AI伦理：在利用AI生成内容时，关注版权、真实性等伦理问题，确保内容的合法性和道德性。 |
| 一方面，AIGC能够高效处理结构化任务，适合通用型文化资产的生成，效率高、产出边界固定； |
| AIGC是内容生产方式的进阶，实现内容和资产的再创造 |
| 另一方面，人类拥有感知、学习、理解、交流的能力，能够处理复杂任务，适合对通用型文化资产进行审核和再修正，以及专业型文化资产的生成，相较机器生产效率较低，但创作边界无限。 |
| 保持好奇心和学习热情，AI内容创作领域还在不断发展中，新的工具和技术层出不穷，只有不断学习，才能抓住机遇。 |