

# 大厂跑步入局 AI究竟有多香

## A 大厂跑步入局 AI AIGC成布局热点

随着AI绘画、ChatGPT的爆火, AI又再次火了一把,而这波科技浪潮迅速席卷了国内互联网圈,甚至从美团退休两年的原美团联合创始人王慧文,通过朋友圈宣称要入局AI领域,打造中国的OpenAI(ChatGPT的开发商),自己出资5000万美元,并透露下轮融资已有顶级VC认购2.3亿美元。

作为头部互联网大厂显然不会放过这次新的创业浪潮。Tech星球通过公开数据整理了近两年大厂在AI部分领域布局的产品和业务,可以发现,大厂从以前的B端研发,移步至C端,特别是在AIGC(AI Generated Content,人工智能生成内容)领域的布局更甚。

目前,包括美团、字节、百度、腾讯、快手和阿里等互联网大厂,都在AIGC领域有所布局,这是大厂切入AI在C端赛道的最快途径。

AIGC领域最广的当属AI绘画,字节旗下的今日头条App,以及美团App都推出了各自的绘画功能。今日头条的AI绘画位于“个人中心”内,用户只需要拍摄或上传图片,即可一键生成漫画效果的照片,还可以发布到今日头条,作为今日头条图片创作的一部分。

美团的AI绘画功能同样位于App的“个人中心”,进入AI绘画后,用户可以根据系统提供的标签来定义自己的图片主题,随后会生成一张新的图片,并且好的作品会被“画廊”收录,对外展示,其他用户也可以对其进行点赞,形成互动。此外,美团的AI绘画还具有社交属性,可以一键分享给微信好友或群聊,通过这种新奇的功能玩法,为美团App进行引流。

AI编曲也是AIGC应用较为广泛的一个领域。比如字节内测多时的AI作曲工具“海绵乐队”App已于近期上线,并

在抖音上推广,该AI产品在实现传统的录音、效果器,同时,还引入大量AI智能来协助用户创作,降低使用难度,提高创作趣味和效率,对于抖音而言,这款产品能够为抖音用户降低短视频在编曲上的难度,并打造花式的背景音乐效果,丰富抖音的内容创作。

同样,腾讯的街舞编曲App“五音核”也开始扩大范围测试。这款产品主打“音乐可视化”,用户点击音乐编曲后,可以体验音乐库或热门音乐的音乐可视化能力。进入音乐可视化后,有4个音乐效果可以选择,分别是“人声”“鼓点”“贝斯”和“伴奏”,对于一首歌可以按照这4个维度进行拆分。

目前该产品在测试近一年的时间,已获得较多街舞爱好者的喜爱,去年一年有上万次活动参与度,上百万次视频播放量,并且有超过百所高校社团和街舞厂牌入驻。这也是腾讯在AI小众领域的一次重要探索。

## B 引爆大厂装备竞赛 人才招聘竞争激烈

实际上,早期的AI在国内,对大部分用户而言,仍是一种看不见摸不着,感知度不高的一种技术概念,哪怕是后来推出了相关的AI设备和产品,但大部分都用于工业和企业端,对于大众而言缺乏参与。

但随着近些年,一些AI技术在C端落地,包括AI写作、绘画、游戏、编程、音视频编辑等,拉近了AI技术和用户之间的距离。反观另外一条热门赛道的元宇宙,原本被一些互联网大厂视为新的发展机遇,但经过一年的时间,大厂元宇宙的相关业务却一步步在缩减和调整。比如腾讯的XR业务线变更硬件发展路径,相关业务团队进行调整。字节的PICO也做了组织调整,部分业务和人员优化。

行业分析人士表示,这主要原因是技术和内容上的不成熟,元宇宙需要足够的技术支持,包括超高的计算能力和强大的网络基础设施,这样才能开发出设想中的元宇宙产品。而AI,技术更加成熟,体系也相对完善,目前已经在多个领域完成项目的落地,而且这是

近十年来,互联网大厂首次不约而同地瞄上同一条赛道。可见AI已经引爆了大厂之间的新一轮装备竞赛。

目前,大厂在AI人才招聘方面的竞争程度非常激烈,一位猎头透露,他从2月初就开始替某头部互联网大厂招募NPL算法工程师,仅3天就收到近百份简历,而且目前大厂还委托猎头公司招聘更多算法方面的职位,甚至明确要有主导To C端AI应用产品经验的人才。

不仅仅是人才,在AI技术储备上,部分大厂已具有一定的规模。比如百度在深度学习框架层面拥有飞桨平台,基于飞桨创建了67万个模型,构建起AI技术生态,另外,百度还开发了文心大模型,已经形成知识增强的ERNIE 3.0系列、跨模态系列等底座模型,而基于文心大模型,百度即将在3月推出生成式AI产品“文心一言”,并计划将多项主流业务与其整合,包括搜索、智能云、Apollo自动驾驶等。

在推出文心一言前,百度已经于近日推出了一款名为AI虚拟聊天社区App

“小侃星球”,用户可以和虚拟人进行简单的聊天,虽然达不到深度的AI聊天,但具备了AI在社交场景的应用。

腾讯则是在ChatGPT和AIGC相关方向上已有布局,专项研究也在有序推进。据悉,将基于此前在AI大模型、机器学习算法以及NLP等领域的技术储备,进一步开展前沿研究及应用探索。在产品方面,腾讯已推出混元AI大模型,完整覆盖NLP、计算机视觉、多模态等基础模型和众多行业、领域模型。

而字节也已经开展类似ChatGPT产品,以及AIGC的相关研发,据36氪的消息称,搜索业务部门、AI Lab和应用机器学习团队都调了一部分人支援语言大模型,团队目前的预期是在今年年中推出大模型。

可以预见的是,接下来大厂在AI领域的布局会愈发密集和迅速,而AI相关的App或会成为新的竞争焦点。



AI技术越来越多应用于人们的生活中,比如AI绘画、AI作曲等。

字节、美团、百度在近期纷纷推出自己的AI(Artificial Intelligence,人工智能)产品,字节在今日头条内推出AI绘画,并将测试已久的AI作曲工具“海绵乐队”正式在抖音上推广,而美团则在主App中推出了美团AI绘画,百度推出了AI社交产品“小侃星球”,打造AI虚拟聊天社区。

嗅觉敏锐的互联网大厂没有错过AI绘画的风口,从去年开始多家互联网大厂纷纷推出了自己的AI产品。比如腾讯QQ的AI绘画,AI编曲产品五音核,百度的AI绘画产品“文心一格”,以及即将上线的文本创作工具“文心一言”。

互联网大厂正加速AI的落地应用。不仅仅是AI绘画,基于AI的应用领域也在近些年增多,比如智能创作、作曲、试衣等,而且AI也由原来触不可及的神秘东西,走进大众的日常生活。



风口之下,大厂们摩拳擦掌,但是如今想做出一个爆款越来越难。

无论是此前的社交竞赛、社区团购,还是元宇宙,大厂蜂拥而上,但大部分都铩羽而归。

AI更是远比上述行业更难出成绩。像最近大火的AI应用分支“ChatGPT”,从真正上线到火爆仅用了不到一个月的时间,但看似简单的背后,其历程却用了近8年时间。从2015年,AI创业公司OpenAI成立,再到2016年,OpenAI推出初代GPT,具备较强的语言生成能力。紧接着在2019年,OpenAI发布GPT-2,支持生成语言,并且在一定程度上准确识别语言。再到2020年,OpenAI发布GPT-3,支持生成各种类型的文本,可以理解文本的语义。最后到

## C 想做爆款越来越难 坚持多久仍是未知

2022年,OpenAI在GPT-3的模型基础上构建,推出ChatGPT,风靡全球。

作为全球科技大厂的谷歌,也顺势推出了类似ChatGPT产品Bard,但这个万众瞩目的Bard,却在回答一个问题时,因为犯了事实性错误,而导致首秀翻车,谷歌市值蒸发7172亿美元,可见AI产品就像罗马城一样,不是一日建成的。

同样,此次互联网大厂纷纷入局AI,仍然面临不小的挑战。首先是盈利问题,只有这些阶段性人工智能成果的大规模商业应用才能给企业带来营收,但AI的研发到落地需要大量的人力和财力,在目前“降本增效”

的大背景下,赚钱增收是第一要务,对AI领域的持续投入能坚持多久是个未知数。

半途而废,专门做AI的初创公司也并不少,AI能力普遍提高后,会倒逼目前的AI公司更专业化。“创业的成功率只有5%,未来大部分AI创业企业都会被淘汰”,埃森哲首席技术和创新官保罗·多尔蒂对第一财经这样评价AI初创企业。

另外,在机器学习、机器感知、数据等技术方面,需要大规模的数据积累和训练。而且在此前,大厂也并非没有做过AI产品,但大部分都是依附于主要业务成为一个功能,或者就是草草下架,没形成气候。

AI终究是未来的一个重要风口,近日,科技部将把人工智能作为战略性新兴产业,作为新增长引擎,继续给予大力支持。面对利好的政策和AI创业热潮,这一次,互联网大厂能沉下心做成这门好生意吗?

据新浪财经、Tech星球

