

腾讯公布MaaS全景图 提供一站式大模型服务



视觉中国图片

6月19日，腾讯云公布MaaS（模型即服务）全景图，依托腾讯云TI平台打造行业大模型精选商店，为客户提供一站式大模型服务，全面降低落地门槛，助力客户构建专属大模型及智能应用。腾讯云称，已为文旅、政务、金融等10余个行业提供了超过50个大模型行业解决方案。

此前，百度、阿里巴巴等均推出了通用大模型产品，而字节跳动亦被指将在今年年中推出大模型。相比其他对手，腾讯本次推出的是行业大模型。腾讯集团高级执行副总裁、云与智慧产业事业群CEO汤道生表示，产业场景是大模型最佳练兵场。业内人士表示，百度、阿里巴巴、腾讯等拥有大量的通用和特色数据，且都有对应的云计算业务，算力基础雄厚、工程化经验丰富，更容易实现大模型的工程化落地。

● 本报记者 于蒙蒙

解决企业应用痛点

今年以来，通用大模型受到市场瞩目，众多企业也跃跃欲试，构想如何把大模型技术应用到企业场景中，为经营带来更多的降本增效。

但在具体企业场景中，通用大模型尚无法完全满足企业的很多需求。首先，通用大模型的训练数据主要来自公开数据集或网络数据，对于特定行业的专业领域知识了解有限。其次，通用大语言模型的训练需要大量计算资源和漫长的训练周期，这对企业来说可能昂贵且耗时。最后，安全和合规也是必要考量因素。因此，选择与具备一站式行业大模型服务能力的云厂商合作，打造企业专属的行业大模型至关重要，好用、易用的同时还能降低企业的成本和时间投入。

汤道生举例称，通用大模型不一定懂行业的专业术语，也不了解企业内部独特的情况，回答会比较笼统，信息也不够及时。“大家既期待越来越强大的通用大模型，同时也在思考如何在使用大模型时，保护企业数据的产权与隐私，如何降低大模型的使用成本，这都是企业要考虑的现实问题。”

基于客户实际痛点和需求，腾讯云全新公布MaaS全景图，依托腾讯云TI平台打造行业大模型精选商店，为企业客户提供涵盖模型预训练、模型精调、智能应用开发等一站式行业大模型解决方案。在TI平台内置高质量行业大模型基础上，企业加入自己独有的场景数据，就可以快速生成自己的专属模型；同时，也可根据自身业务场景需求，“量体裁衣、按需定制”不同参数、不同规格的模型服务。

服务多个行业

腾讯推出的行业大模型效果如何？在现场的演示环节，腾讯云副总裁、腾讯云智能负责人吴运声展示了文旅旅客大模型场景的精调过程及效果。他发出了端午假期出游攻略的指令，在文旅旅客大模型场景中，模型不仅给出了不同档次的酒店推荐、介绍，甚至可以直接提供预订链接，给用户提供了非常人性化的服务体验，也让智能客服系统实现服务商业化的闭环。

会上，腾讯云还联合22家客户正式启动行业大模型共建合作，并携手17家生态伙伴共同发起了“腾讯云行业大模型生态计划”。据悉，腾讯云已经为传媒、文旅、政务、金融等10余个行业提供了超过50个大模型行业解决方案。

基于技术认同，福建大数据集团早前选择与腾讯云合作，以腾讯云智能AI

算力调度平台、大语言模型算力及技术服务能力为基础，共建“福建智力中心”项目，并助力打造互动式政务大模型应用“小闽助手”。

以小闽助手为例，福建大数据集团总工程师林欣郁介绍，这是福建政务领域首个互动式大模型应用，未来将为福建市民提供零距离、高质量、7X24小时管家式政务的办事体验。通过人机交互窗口，“小闽助手”能够为用户提供一站式的智能咨询服务，譬如办事指南、政策咨询、数据查询等，提升老百姓的办事效率，减轻政务人员的工作负担。

众多巨头入局

腾讯祭出行业大模型背后，是在本轮AI浪潮中，国内科技巨头在大模型赛道的竞争日趋激烈。

百度2012年便对AI领域加强投入，经过10多年的探索，目前已经形成了完善的AI体系。尤其是在今年3月16日，百度率先推出中文版ChatGPT“文心一言”。随后，百度又推出一站式企业级大模型平台“文心千帆”，可专为B端用户提供一站式大模型定制服务，推出云计算和AI结合的打包式产品，优化商业模式，采用MaaS的方式，实现差异化竞争。

同样处于一线阵营的还有阿里巴巴。阿里巴巴的M6项目于2020年1月正式启动，同年6月推出M6首个3亿参数的模型。除了多模态的M6模型，阿里

巴巴在2021年3月发布语言大模型PLUG，并在同年6月开源通义Alice Mind。经过内部多年的发展，阿里巴巴在2022年9月正式发布“通义”大模型系列，构建大模型统一底座。今年4月7日，阿里巴巴类ChatGPT产品“通义千问”开始邀请测试，公司宣布未来将接入阿里巴巴各业务体系。

依靠算法起家的字节跳动自然不愿错过这一技术风口。据媒体报道，今年，字节跳动组建语言大模型团队，研发将与搜索、广告等下游业务相结合，搜索业务部门、AI Lab和AML（应用机器学习）团队都出力支援语言大模型，预计2023年年中推出大模型。

人工智能的竞争壁垒主要由算力、算法和数据三大要素构成，拥有这几项核心竞争要素的企业将在这场AI浪潮中获得一定的先发优势。百度、阿里巴巴、腾讯、字节跳动这四家公司从互联网业务起步，天然拥有大量的通用和特色数据，四家企业都有对应的云计算业务，算力基础雄厚、工程化经验丰富，更容易实现大模型的工程化落地。

对于大模型带来的相关影响，中金公司认为，大模型有望将C端的社交、内容、游戏、消费、旅游、信息/知识等重新定义，包括腾讯、百度、阿里巴巴等企业也许能完成转型，当然也不排除有新的创业公司脱颖而出；在B端，其认为原有的OA办公、市场营销、生产供应链等环节都有望融入通用人工智能，提升工作效率。

市场监管总局：加强广告监管领域行风突出问题排查治理

● 本报记者 金一丹

日前，市场监管总局办公厅印发《市场监管总局办公厅关于扎实做好广告监管领域行风突出问题排查治理工作的通知》。《通知》要求，各地市场监管部门扎实做好广告监管领域行风突出问题排查治理工作，将行风建设同广告监管实践有机结合，以行风治理推动解决广告监管难题，以广告监管工作成效检视行风建设成果。

《通知》要求，推进“三品一械”（即保健食品、特殊医学用途配方食品、药品、医疗器械）广告审查服务规范化、便利化、标准化。推进“三品一械”广告审查服务规范化方面，全面贯彻“四个最严”要求，严格广告审查标准，及时发现和纠正行政许可实施中的违法或者不当行为，保障广告审查质量。推进“三品一械”广告审查服务便利化方面，持续优化广告审查政务服务，不断深化“跨省通办”工作，加快推进广告审查数据归集，推动实现总局与地方数据共享回流。推进“三品一械”广告审查服务标准化方面，全面实行行政许可事项清单管理，编制“三品一械”广告审查办事指南，为市场主体和群众办事提供清晰指引。

《通知》指出，要强化监管

工作。一方面，规范广告监管工作。严格落实属地监测责任，不断强化广告监测数据安全，持续加强广告监测风险防控，切实防范廉政风险、履职风险。另一方面，加强传统媒体广告监管。积极推进传统媒体单位广告合规经营提升行动，压实广播电台、电视台等传统媒体单位主体责任，不断增强传统媒体广告活动主体依法诚信经营意识。同时，加强互联网广告监管。开展互联网广告领域治理工作，紧扣直播带货广告、弹窗广告、“软文”广告等新型广告形式，加大互联网广告乱象清理整治力度。此外，强化部门协同监管。充分发挥整治虚假违法广告联席会议机制作用，强化跨部门综合监管，着力解决“以罚代管、一罚了之”和“屡罚屡犯”等突出问题。

《通知》还提到，规范广告产业园区管理，完善广告产业园区管理制度，加强认定评估、考核评估等委托行权行为监管，严密园区工作全链条管理；推进公正文明执法，规范行使行政处罚自由裁量权，加强执法队伍能力建设，提升广告执法水平；提升广告执法效能，组织开展打击“神医”“神药”广告铁拳行动，积极开展跨地域横向协同，加大对违法广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人的查处力度。

影视企业积极布局AIGC 行业迎发展新机遇

● 本报记者 李媛媛

AIGC（人工智能生成内容）的浪潮正席卷与内容生产有关的各行各业，头部影视公司也积极拥抱AIGC，探索行业发展新机遇。6月19日，阅文集团宣布，公司的中长期业务蓝图是升级AIGC赋能原创的多模态多品类内容大平台，构建新的IP上下游一体化生态体系。

此外记者梳理发现，华策影视、光线传媒等影视头部公司均发布了关于AIGC布局情况；同时，以上海电影为代表的影视公司拟加强IP开发运营。

业内人士认为，AIGC将赋能影视行业内容全产业链条，一方面有利于全行业提质增效，另一方面有利于IP价值的深化和放大。

争相布局

今年年初以来影视板块涨幅达20%，表现十分亮眼，多家影视公司争相入局AIGC赛道。

6月19日，阅文集团CEO侯晓楠发布全员内部信启动新一轮组织升级，并强调公司的中长期业务蓝图是升级AIGC赋能原创的多模态多品类内容大平台，构建新的IP上下游一体化生态体系。围绕这一战略目标，阅文集团将成立包括影视事业部在内的“四大事业部”。据悉，此次升级的核心是积极拥抱AIGC为代表的新技术浪潮，推动IP孵化和生态链的提质增效。

6月18日，华策影视宣布成立AIGC应用研究院，并设立AIGC专项基金，全面推进AIGC产业布局，加快新技术在行业应用落地，实现企业高质量发展。据悉，华策影视AIGC应用研究院近期将围绕三个应用场景开展研究。其中，在拍摄前，以文本大模型为基础，开发“小说、剧本高效评估系统”和“顶级编剧的编剧助手系统”。

此外，华策影视已多次公开宣布，布局AIGC赛道。据此前公告，华策影视将和包括百度在内的战略合作伙伴们共同将AIGC技术应用于内容创意、内容制作、内容宣发等影视生产全链条，充分利用AIGC技术提升影视行业全管线效率。

另外一家影视企业上海电

影日前公告称，拟与喜马拉雅等设合资公司加速接入AIGC赛道。该合资公司将创新性地探索以声音为载体，孵化大IP的途径；以领先的AI技术能力和丰富的内容储备，加速接入AIGC赛道，为产品与服务创新提供引擎。

“生成式AI正在颠覆数字娱乐行业，随着今年初ChatGPT的问世，整个内容行业也将迎来巨变。”日前阿里大文娱CTO郑勇表示，将推动AIGC与影视深度融合，创新技术打造适合中国影视行业的AIGC能力。

重塑生态

据悉，AIGC在影视行业可以用于影视剧本创作、AI换脸及换声、场景及分镜制作、数字人模拟虚拟角色、预告片剪辑、特效处理、AI海报制作等。

已有影视公司将AIGC技术应用于电影制作中。今年1月底，Netflix公开了一部由AI参与制作的动画片《犬与少年》，这是第一部AIGC技术辅助制作的发行级商业动画片，其所有动画背景均由AI生成。

在国内，今年3月22日，光线传媒宣布小说《去你的岛》将改编成动画电影，并发布了一张由AI制作的海报。随后光线传媒总裁王长田表示，AI将深度参与《去你的岛》动画电影的开发和制作。王长田此前表示，光线将会在未来的动画制作和剧本创作阶段深度运用AI工具，提高生产效率。

“对于影视行业而言，AI技术一方面有利于全行业提质增效；另一方面有利于IP价值的深化和放大。”华策影视表示，业内人士认为，AIGC将赋能影视行业内容全产业链条，“AIGC+IP”模式或缩短影视公司IP从上游到下游的变现周期。

浙商证券表示，AI能为影视制作从创意提出到发行的各个环节赋能，文生视频赛道成为未来技术落地的重心。随着Runway、Stability AI等科技公司进驻AI视频赛道，文生视频已具备巨大的市场潜力，AIGC正式迈入视频时代，未来有望在分镜、剪辑、特效、过场动画等多个领域迎来较为广泛的应用，并有望与文生图技术一道重塑行业生态。

兖矿能源回应市场关切

264亿元收购优质煤炭资产不影响现金分红

● 本报记者 张鹏飞

根据兖矿能源4月29日相关公告，公司拟收购控股股东山东能源集团两家权属公司的控股权，即鲁西矿业有限公司（“鲁西矿业”）和兖矿新疆能化有限公司（“新疆能化”）各51%股权，两家目标公司均为优质的煤炭企业，下属在产矿井的核定产能共计为3989万吨/年，兖矿能源拟实际支付转让价款共计264.31亿元。

兖矿能源日前最新披露的关于关联交易事项进展公告显示，公司拟收购新疆能化旗下新疆准东五彩湾矿区四号露天矿一期工程项目（“四号露天矿一期项目”），分别于今年5月、6月相继取得了新疆有关部门的认定及审查意见。按照目前进度，四号露天矿一期项目预计于2025年上半年建成投产，将新增产能1000万吨/年。

在“煤超疯”呼啸市场两年之后，煤炭价格近期出现较大幅度回调，市场各方较为关注此次交易的定价、大额收购价款是否影响现金分红能力、股份回购等问题。6月19日，中国证券报记者就上述市场关心的问题采访了兖矿能源相关负责人。

煤价波动对评估值影响不大

煤炭价格波动是否会对标的资产评估值带来影响？对此，兖矿能源相关负责人表示，公司在设计收购方案时对煤

炭价格波动有所预期，充分考虑到煤炭价格波动的客观属性，在对相关矿权进行评估时采用了较长周期的平均煤炭价格作为评估参数，而非采用2022年的高位价格，能够规避价格短期波动对资产评估结果的影响。

上述负责人举例说，对鲁西矿业的七个煤矿矿权进行评估时，选用了各个煤矿最近四至五年的平均煤价作为评估参数，提前考虑到煤价的周期性变化。“尽管较2022年煤价出现大幅回调，但当前煤炭价格仍维持在2021年上半年的中高价位水平，并且随着近期煤炭需求及耗煤水平提升，煤价已呈现企稳修复趋势。”该负责人表示。

标的资产产能提升空间较大

根据公司此前公告，上述并购的交易对手方山东能源集团就标的资产做出了业绩承诺，并明确补偿机制，确保标的资产可直接贡献利润和现金流，保障上市公司整体盈利能力的提升。

兖矿能源相关负责人进一步解释，交易对手方承诺鲁西矿业、新疆能化2023年-2025年归母净利润累计不低于154.38亿元。“假设业绩承诺未能足额实现，将按照利润差额占承诺净利润总额的比率，与全部交易价款的乘积计算补偿金额，而非简单补足承诺利润。”该人士表示，这一业绩承诺及补偿机制，充分体现了交易双方对标的资产盈利能力的信心，以及对公允合理交易的诚意。

上述人士分析，这一方面源于标的资产储量较大、煤种质量好、盈利能力强；另一方面，标的矿井的未来产量具有很大的提升空间。公开资料显示，鲁西矿业和新疆能化2022年实现煤炭产量合计3181万吨，而现有在产矿井的核定产能为3989万吨，有望在2025年基本达到核定产能。

此外，新疆能化还持有1个在建矿井和11宗探矿权。其中，五彩湾四号露天矿一期项目于2023年1月获得国家发改委核准，项目设计产能为1000万吨/年，将于2025年上半年建成投产。同时，五彩湾四号露天矿二期项目已被列为新疆维吾尔自治区“十四五”储备煤矿项目，具备进一步提升煤炭生产能力的条件。这意味着未来2-3年，鲁西矿业和新疆能化的合计产能将至少达到5000万吨规模水平。

“新疆区域煤炭市场与内地市场价格的关联度较低，其产品价格至今仍保持稳定，盈利空间较好。”该人士称，新疆能化下属矿井生产成本极低，煤质特别适用于作为化工原料煤。“从长期来看，新疆能化定位于打造大型煤化一体化基地，随着煤炭优势产能释放及配套项目发力，对于公司落实战略布局，优化产业和区域结构，持续提升盈利能力具有重要意义。”

现金流将保持充沛

针对有投资者提出“公司是否会选

择回购自身股票以提升每股收益和股东价值”的问题，兖矿能源方面表示，资产收购和股票回购均是推动公司高质量发展的资本市场工具。“本次资产收购是公司落实《发展战略纲要》和推动高质量发展转型发展的重要举措，是向煤炭产能3亿吨和化工品产能2000万吨战略规划目标迈出的坚实一步。”上述人士回应称。

如此大的资本支出是否会影响到公司现金分红能力？这是一个投资者比较关心的问题。对此，兖矿能源相关负责人回应称，公司承诺2020年至2024年度分红派息比例均保持在50%以上。“兖矿能源上市25年来，分红金额达到658亿元，最近三年，年度分红比例维持在60%-70%，远高于市场预期。从具体的分红能力来看，公司通过此次并表收购两家公司51%股权，两家公司均具有良好的盈利能力，能够提升公司归母净利润，从而提高分红能力。”该负责人表示。

此外，记者了解到，兖矿能源目前现金实力雄厚，截至今年一季度末，公司货币资金超500亿元。“本次交易将分三期支付价款，预计最后一期付款在12个月之后支付，对公司支付能力挑战较小，且公司资本性开支已经度过了2022年的高峰期，未来会有所减少。公司现金流将保持较为充沛的状态。”上述负责人对记者表示。