

科创之声

芯片快速迭代优化大模型应用

银

近日，渤海银行、广发银行等银行机构发布公告表示，取消通知存款产品自动转存功能。渤海银行公告称，自动转存个人通知存款产品于2024年5月1日起自动终止，终止后存量自动转存个人通知存款产品统一变更为“通知存款+”产品。“通知存款+”产品不作自动转存处理。广发银行于5月上旬下线单位通知存款业务自动滚存服务，存续中的资金将根据具体产品服务规则调整为非滚存服务模式，或返还至签约活期账户。记者梳理发现，今年以来，多家农商银行、村镇银行也陆续下架通知存款产品。

本报记者

王宝会

据了解，普通通知存款需要存款人操作指定为“1天通知存款”或“7天通知存款”选项，如果通知存款时间超过了7天，但事先选定的却是“1天”，则收益就会按照1天通知存款的利息计算。中国社会科学院金融研究所银行研究室主任李广子表示，如果是智能通知存款则无需用户进行预设的指定，会根据实际存款时间自动转存，自动按照最高收益计算。与普通通知存款相比，智能通知存款能给存款人带来更高收益。对于银行来说，智能通知存款的成本要高于普通通知存款。

多家商业银行为何调整通知存款产品？李广子认为，对于银行来说，智能通知存款的成本要高于普通通知存款。因此，取消通知存款产品的自动转存功能有助于降低银行资金成本，提高盈利能力。之所以进行这种调整，主要与近年来银行业盈利能力下滑有关。此外，在当前经济形势下，银行资产端需求下滑，相应地，银行在资金端吸收存款的动机也不是很强烈。

近年来，政策利率已进行多次调整。整体来看，信贷利率下降要快于存款利率，由于我国商业银行营收中利息收入占比较高，银行净息差面临一定压力。多家商业银行一季度业绩报告显示，息差水平持续承压。中国银行研究院研究员梁斯认为，去年以来，随着利率下行，存款利率也出现多次调整。2022年9月，国有大行率先调降存款挂牌利率，拉开了存款降息序幕。至今，存款利率经历了4轮下调，通常是国有大行率先下调，股份行、中小银行跟进，“梯次”轮动调整存款利率。在利率持续下行影响下，定期存款、通知存款、协定存款、大额存单利率等类产品利率均出现下调，年利率3%以上的定期存款少见，大额存单更是一单难求。

《2024年第一季度中国货币政策执行报告》显示，贷款主要投向了企业和实体经济的供给端；存款主要在居民部门。当前，居民家庭资产配置除存款外，居民购买基金等理财的热情也在逐渐升温。今年以来，理财市场“吸金”能力加速。普益标准数据截至4月末，银行理财产品存续规模为28.42万亿元，环比增加2.34万亿元。

理财魔方创始人兼CEO袁雨来表示，在监测梳理理财魔方平台用户购买数据时发现，债券基金组合类产品的用户购买量显著高于权益类基金组合产品。其针对稳健理财需求的用户问卷数据显示，有近70%的用户表示将部分银行存款转移购买了债券型基金组合。

李广子表示，从风险角度来看，存款风险较低，基金理财风险相对较高。此外，二者之间也存在着一定的替代关系。今年2月份以来，我国资本市场明显回暖，基金理财总体上为投资者带来了较高的投资收益，一定程度上推动了存款向基金理财的转化。

本版编辑 孟飞 李苑 美编 倪梦婷
来稿邮箱 jrbgzb@163.com



国内人工智能大模型市场正在经历一场价格战。字节跳动、阿里云、百度、腾讯、科大讯飞等公司纷纷加入战局，价格一降再降。有业内人士甚至开玩笑说，下一家跟进的厂商可能得倒贴钱来奖励客户用大模型了！

这场价格战是迟早的事。2022年底，美国OpenAI公司的ChatGPT掀起人工智能大模型热潮，一年半以来，国内外大模型市场风起云涌。今年3月，国家数据局局长刘烈宏曾在一次论坛上透露，中国10亿参数规模以上的大模型数量已超过100个。

从技术逻辑看，这场价格战是GPU算力与模型优化快速进步的必然结果。

GPU芯片的快速迭代让同样的计算量成本更低，模型优化则让同样的推理任务所需计算量更少。比如，百度是国内“百模大战”最早入局者之一，其文心一言大模型已经迭代至4.0版本，与一年前刚推

出时相比，推理性能增长了105倍，推理成本降到了原来的1%。大模型的训练成本和推理成本不断降低。而降低价格提高使用量，才能持续打磨出更好的大模型，也才有可能在未来进一步降低模型推理的单位成本。

从商业逻辑看，大模型应用创新正进入密集探索期，降价是企业争夺用户和扩大市场的惯常做法。

从去年下半年开始，大模型就已经开始从“卷技术”向“卷应用”转变。不只是国产大模型在降价，OpenAI等国外大模型公司也在不断下调大模型价格。大模型降价的主要目的是通过降低使用成本来吸引更多开发者。这将让中小企业和个人开发者更加轻松地开发出直面消费终端的丰富应用。如果没有大量开发者加入，大模型仅作为聊天机器人使用，就难以实现赋能千行百业的应用生态，也难以更深入地嵌入各行业工作流程中，促进生产力的

实质提升。

推力也有主次之分。当前，大模型算力成本虽有下降，却依旧高昂，收费使用尚且是赔本赚吆喝，打价格战就更需要资金支持。此轮大模型降价，主要由商业逻辑推动。对不差钱的大厂和融到巨资的创业公司来说，价格战是保持市场竞争优势的重要手段，在放水养鱼、做大蛋糕的同时，有望实现跑马圈地、成为未来大模型普及时代的基础设施供应商。而对资金紧张的“炼大模型”公司来说，这轮价格战可能导致他们尚未成熟就惨遭淘汰出局。

价格战能否迎来乐观预测的“大模型应用爆发元年”还有待观察，需要考虑市场环境、技术创新进度和政府监管政策等多方面因素。

从市场环境看，今年1月至4月，国内大模型相关项目中标公告已发布近200个，中标数量超2023年全年总数，表明大模型的应用需求正快速增长；能源、政务、电

视点

首店经济成消费增长新引擎

首店经济是指一个区域利用特有的资源优势，吸引国内外品牌在区域首次开设门店，通常被视作一座城市商贸活力的晴雨表。2018年上海首次提出发展首店经济以来，多个城市将首店经济作为促消费转型、提振商圈活力的重要抓手。各地在推动首店经济发展方面采取了什么举措？效果如何？

激发线下消费活力

本报记者 杨学聪 韩秉志

引入国际知名品牌是北京建设国际消费中心城市的重要举措之一。日前，北京市商务局发布公告显示，为贯彻落实《促进首店首发经济高质量发展若干措施》，北京市将开展2024年度鼓励发展商业品牌首店首发项目申报工作，对品牌首店、旗舰店、创新概念店及其引进方、新品发布活动，按照不同类型给予不同额度的资金支持。

品牌首店、旗舰店、创新概念店中，北京市将对符合资格的企业给予资金支持。其中，零售企业按照项目核定实际投资总额的最高50%，亚洲首店最高给予500万元支持，中国（内地）首店最高给予200万元支持，北京首店、旗舰店、创新概念店最高给予100万元支持；餐饮企业按照项目核定实际投资总额的最高20%，最高给予50万元支持。对于品牌首店、旗舰店、创新概念店的引进方，北京将按照每新增引进1个满足以上条件的店铺最高给予10万元奖励的标准给予资金支持。

在政策激励及市场热度带动下，近期，一批全国首店及区域首店纷纷落地，为北京商业市场带来新活力。4月18日，北京超极合生汇在昌平区开门迎客。这是“超极合生汇”在北京落地的首个项目，将助力昌平区加速打造融合消费创新示范区。超极合生汇产品线主理人邓汝舜介绍，商场入驻500余家商业品牌，其中超过50家区域首店及全新业态，北京首家大规模新体验高配置的家悦超市旗舰店、MUJI京北首店等也与商场同步亮相，打造区域消费流量引力场。

北京市昌平区商务局消费专班负责人曾彦兴表示，首店经济是激发线下消费活力的有效途径。昌平区通过国际消费中心城市培育建设调度框架，加快推动解决竣工备案、工商注册等事项办理，通过政策鼓励首店落地，搭建企业协会对接平台，拓宽企业招商渠道。2023年，昌平区新增北京首店41家，同比上涨116%。2024年一季度，新增昌平首店9家，较去年同期上涨80%，首店集聚效应持续增强。

首店经济持续走热的背后，是品牌与城市的双向奔赴。北京通过“首店+商圈”等模式，带动优质消费资源集聚，让首店品牌定位与商圈主流客群相匹配，为首店经济发展提供了广阔市场空间。4月20日，北京首家茑屋书店正式亮相朝阳区朝外商圈。这里除了拥有丰富的图书，还设立茑屋在国内各门店中规模最大的杂志区，消费者可在此阅读来自世界各地的杂志。茑屋北京朝阳THE BOX店总经理何鸿森表示，选择落户北京朝阳，是因为看中了商圈的活力。书店有意容纳更多新业态，同步推出“SHARE LOUNGE”（共享休息室）品牌，兼具共享办公、图书馆、休息以及咖啡、下午茶等功能，更加注重客户体验及社群互动理念，以撬动朝外商圈的新活力。

北京市朝阳区文旅集团相关负责人刘栋梁表示，全球知名品牌书店茑屋的落户，将加快周边商圈更新步伐，让居民生活更有质感。

带动优质资源集聚

本报记者 雷婷

作为西北地区唯一的国家中心城市，西安明确将创建国际消费中心城市列为重要工作内容，不断探索消费新场景、新业态、新载体、新业态，释放城市消费潜能。其中，西安首店经济发展势头强劲。

2023年，西安新开业各类品牌首店349家，从首店类型来看，包括全球首店1家、全国首店15家、西北首店95家、陕西首店7家、西安首店231家；从业态占比来看，餐饮品牌首店186家，占比53.3%，零售品牌首店114家，占比32.66%，生活服务类品牌首店19家，占比5.44%，儿童亲子品牌首店17家，占比4.87%，文体娱品牌首店13家，占比3.72%。2024年一季度新增品牌首店49家。

西安，这座历史悠久的城市，正以其独特的魅力吸引着各类品牌首店落户。位于西安市雁塔区的西安荟聚日前开业。作为西北首家荟聚，该项目总投资50亿元，是陕西省最大的外商独资商业项目，目前共吸引了近400家品牌入驻，包括零售、餐饮、娱乐等多业态。同时囊括影城、网选等40

多家西北或西安首店也纷纷入驻，在为消费者带来全新体验的同时，也为区域发展带来新的增长点。英格卡购物中心中国区总裁朱洁敏表示，希望通过西安荟聚这个平台，引进更多首店，给包括西安在内的西北地区的广大消费者带来一个全新的充满体验感的消费场景。

“以店招店”“品牌带品牌”不仅吸引了众多新伙伴的加入，也形成了品牌资源集聚。以小寨商圈的原力场为例，运营一年多以来已引入40家西安首店，超过总入驻商户的85%。西安西塔老太太原力场店长张金林表示，原力场的集聚效应强，使得其第一家店生意兴旺，加之潮流化的商业氛围与公司定位高度匹配，因此选择在此处开设全新品牌。首店集聚正成为带动商圈流量和激发消费潜力的密码。

有专家表示，随着西安对首店经济政策的持续优化，预计未来西安首店经济将继续保持快速增长态势。同时，更多优质品牌的入驻，将进一步增强商圈活力，提供更加多元化和个性化的消费体验，为城市经济发展注入新的活力。



合力建设品牌高地

本报记者 李治国

日前，上海市商务委等七部门联合印发《关于进一步促进首发经济高质量发展的若干措施》，助力上海打响“首发上海”品牌，吸引高能级首店落地。首发经济作为上海加快建设国际消费中心城市的引擎，正步入高质量发展的快车道。

上海市商务委主任朱民介绍，《若干措施》推出7条促进首发经济高质量发展政策举措，包括打响“首发上海”品牌，于每年3月至5月集中打造“首发上海·FIRST in Shanghai”新品首发季活动；支持具有引领性的国内外品牌在沪开设高能级首店；支持在沪举办具有国际影响力和市场引领力的首发首秀首展活动；构建首发经济专业服务生

态圈；优化首发活动报批报备管理；提供进口首发新品通关便利；鼓励上海各区出台支持措施等。

朱民表示，上海市商务委向全球邀约，培育独树一帜的首发经济，既是上海深入实施扩大内需战略的重要抓手，也是全球企业发展的难得机遇，上海希望邀请更多的企业和品牌在上海设立更多的首店、旗舰店等，合力建设具有全球影响力的首发经济集聚高地。

记者注意到，3月以来，上海推出了“首发上海”春季系列活动，欧莱雅PRO高定发艺大秀、葆蝶家(Bottega Veneta)全球首家2024夏季系列限时店、古驰安可拉红(Gucci Ancora)线下空间首发、罗意威Loewe《匠艺天地

CRAFTED WORLD》全球巡展、星巴克意式咖啡春季“首发上海”等重磅活动陆续开展，高能级首发首秀首展首店齐聚上海，成为上海首发经济的一道亮丽风景线。

开云集团大中华区总裁蔡金青表示，上海一直是开云集团最重要的市场之一，作为中国的经济和商业中心，上海拥有巨大的市场潜力，期待继续与上海共同成长。

数据显示，2018年5月，上海率先发布打造全球新品首发地政策措施1.0版，截至2023年12月，有超过4500个国际国内品牌在上海举办首发活动，引进首店5840家，日均2.8家，亚洲级别以上首店超过80家，数量和质量稳居全国首位。今年一季度，欧莱雅、葆蝶家等国际知名品牌来沪首发、首秀、首展以及开设首店，新设各类首店450家，同比增长55%，规模和质量再创历史新高。截至目前，上海全球零售商业集聚度居全球城市第二位，一线国际品牌覆盖率高达98%，上海时装周一年两季发布200余场新品，中华老字号品牌数量居全国首位。