

百度第三季度实现营收344.47亿元 文心大模型4.0重构业务生态

■本报记者 袁传玺

11月21日,百度发布第三季度财务报告,第三季度百度实现营收344.47亿元,归属于百度的净利润(non-GAAP)达73亿元,同比增长23%,营收、利润均超预期。

百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏表示,在生成式AI和基础模型的新兴机遇背景下,百度不断强化技术,改进产品,特别是推出了文心大模型4.0。这是百度最强大的基础模型。

赛智产业研究院院长赵刚对《证券日报》记者表示:“文心大模型4.0将为百度带来两个方面的市场机遇。一方面,文心大模型将为百度带来通用人工智能新产品的市场机遇,发展百度昆仑芯、飞桨、文心一言、智能云等产品市场;另一方面,文心大模型将推动百度现有全线产品的全面智能化升级,让百度营销、百度文库、百度网盘和萝卜快跑等产品的服务更加智能化、人性化,从而更高效、更成

本满足用户需求,为现有业务带来新市场机遇。”

多款AI原生应用 数据指标显著增长

与此同时,百度核心的收入增长,既来自于传统在线营销收入,也来自于非营销收入驱动。财报显示,本季度百度核心收入266亿元,归属于百度核心的净利润(non-GAAP)达70亿元,同比增长21%;百度核心在线营销收入增长至197亿元。同时,萝卜快跑累计服务量增至410万单。

除了财务数据的大幅增长外,百度多款AI原生应用数据指标显著增长,百度基于文心大模型和文心一言对旗下产品进行全面重构,上线百度新搜索、百度新闻、百度网盘“云一朵”、百度地图、百度GBI等多款AI原生应用。

重构后的AI原生应用在用户量上实现显著增长,在百度App,有64万创作者使用AI辅助创作工具

生产了1400万条内容,获得300亿播放;百度网盘“云一朵”上线后,成为全球首个“个人云智能助理”,用户量已达2000万。

同时,百度AI原生应用的用户黏性和活跃度也在快速攀升。据介绍,文心一言已上线的提示词累计使用量达到2000万次;百度文库AI新功能累计使用次数破2亿;截至10月中旬,百度输入法“超会写”累计请求量超1亿次,用户点赞率超过80%。

此外,百度还构建了从0到1的AI原生应用,并逐步推进其使用率及商业化,例如国内首个生成式商业智能产品“百度GBI”,以及AI编程助手百度Comate。

“百度在第三季度的AI生态构建达到了一定的预期,多年在AI的布局有了实质性的推进,比如基于文心一言大模型底座打造的多款GBI等多款AI原生应用,为百度带来了营收和用户等方面的增长。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅告诉《证券日报》记者。

中金公司发布研报表示,大模型正逐渐渗透百度全产品线,加速吸纳终端用户的反馈,促进模型性能的优化,并提升不同场景适配的能力;同时,重构的产品线也有望提升业务基本盘的竞争壁垒。

文心一言用户数 已达7000万

在重构AI原生应用的底座文心大模型方面,自文心一言向全社会开放后,10月份,文心大模型4.0发布,用户可以通过文心一言体验文心4.0版本,企业可以通过百度智能云千帆大模型平台调用文心4.0的API,并且百度智能云千帆大模型平台服务企业已超过2万家,覆盖近500个场景。目前,文心一言用户数达7000万,覆盖场景4300个。

值得关注的是,文心大模型和文心一言正在为百度开辟新的发展机遇。文心一言开放首日即回客用户3342万问题,迎来用户数量的快速增长。近期,基于文心大

模型4.0的“文心一言专业版”上线,针对专业人士需求开放收费使用,这也使文心大模型与市场其他模型区别开来。相较免费的基础版,专业版具备更强的模型能力和图片生成能力。

同时,文心大模型的API调用量呈指数级增长。不久前,李彦宏在演讲中展示,文心大模型调用量“超过其他200家大模型之和”。据介绍,每个月在百度千帆大模型平台上调用大模型能力的企业超过1万家。

李彦宏表示,百度向云客户全面开放了文心大模型API,助力其开发AI原生应用和解决方案。百度坚持以人工智能为核心的业务和产品战略,为文心大模型和文心一言生态在未来多年的收入保持和利润扩张奠定基础。

富春山资本(香港)董事总经理陈达对《证券日报》记者表示,百度作为中国头部的AI公司,其不断扩大的AI产品组合,四层架构全栈布局,都展现了百度对于AI之路清晰的发展理念。

*ST天沃剥离不良资产 拟1元抛售中机电力80%股权

■本报记者 刘 钊

11月21日,*ST天沃发布公告称,公司拟向上海恒电实业有限公司(以下简称“上海恒电”)出售所持中机国能电力工程有限公司(以下简称“中机电力”)80%的股权,交易价格1元。中机电力80%股权评估值为-26.24亿元。值得注意的是,本次的交易对方上海恒电,系*ST天沃控股股东上海电气控股集团有限公司(以下简称“电气控股”)全资子公司。

(*ST天沃表示,通过本次交易,上市公司将剥离过往年度亏损严重的能源工程服务主体中机电力。本次交易完成后,上市公司能源工程服务相关收入将大幅下降。

昔日主要资产沦为“烫手山芋”

*ST天沃目前三大业务板块,分别是张化机为主体的高端装备制造业务、以无锡红旗船厂为主体的国防建设业务还有公司本部从事的能源工程服务业务。

目前,*ST天沃主要通过中机电力及其控股的公司从事电力行业工程EPC总包业务和电力工程设计咨询等服务。

*ST天沃介绍,中机电力业务资质优良,在行业中具备一定的竞争力,但受采购施工成本、项目拖期、应收款项回款周期、财务成本高昂等因素的影响,近年来中机电力持续大额亏损,致使公司近年来净利润持续为负。

此外,中机电力开展的能源工程承包业务,所需资金量大、回款周期较长,尤其历史上部分垫资规模较大的EPC业务对公司造成了较大的财务负担,有息负债规模居高不下。

为依托电气控股的资源进一步支持公司发展,2022年上海电气将持有*ST天沃的全部股份转让给电气控股,电气控股成为*ST天沃的控股股东。

资料显示,电气控股是中国最大的装备制造业集团之一,是集工程设计、产品开发、设备制造、工程成套和技术服务为一体的大型装备集团,本次交易对方上海恒电成立于2019年11月份,由电气控股100%控股,截至目前未实际开展经营活动。

财务数据显示,中机电力业绩近年来每况愈下,2021年、2022年及2023年1月份至6月份营业收入分别为52.07亿元、10.06亿元以及3.23亿元;归母净利润分别为-8.16亿元、-21.22亿元以及-8.08亿元;截至2023年6月末,中机电力资产总计140.76亿元,归属于母公司所有者权益-33.34亿元。

6月28日,*ST天沃曾签署《关于出售中机国能电力工程有限公司80%股权之意向协议》,宣布公司拟向电气控股或其指定的控股子公司出售所持有的中机电力80.00%股权。

*ST天沃表示,中机电力持续亏损,出售中机电力股份有利于公司维持持续经营能力,有利于维护中小投资者利益。

IPG中国首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“*ST天沃出售中机电力80%的股权是重大决策,旨在剥离亏损严重的能源工程服务主体,从而降低公司的财务压力和风险。此交易完成后,公司的能源工程服务相关收入将大幅下降,这有助于公司聚焦于其他业务板块的发展和保住公司的上市地位。”

能否顺利交易仍存不确定性

根据公告,本次交易前,标的资产因*ST天沃向电气控股提供担保而被设立股权质押。此外,因*ST天沃为标的公司垫付成本费用,导致*ST天沃存在对中机电力及其下属子公司的其他应收款项。如标的资产股权质押未能及时解除,或标的公司未能及时向上市公司归还上述资金,或相关方未能及时履行承诺完成上述事项,则本次交易的交割进度可能受到不利影响。

财务数据显示,2021年、2022年以及2023年1月份至6月份,*ST天沃实现营业收入76.75亿元、35.91亿元以及28.89亿元;实现归母净利润-13.51亿元、-25.81亿元以及-5.01亿元。截至2023年三季度末,公司总资产为222.36亿元,同比下滑6.56%;归属于母公司股东的所有者权益为-26.39亿元,同比下滑23.41%,公司处于资不抵债的状态。

鉴于公司因2022年度经审计净资产为负值被实施退市风险警示,根据《上市规则》相关规定,如2023会计年度经审计的净资产仍然为负,或者公司2023年度财务会计报告被出具保留意见、无法表示意见或者否定意见的审计报告,公司股票将被终止上市交易。

有业内人士告诉记者:“从公司目前的财务数据来看,距离2023年会计年度结束仅剩40余天,能否在此之前完成交易仍待观察。尽管本次交易完成将大幅提高公司的净资产规模,但如果无法增厚利润水平,公司净资产离扭亏仍面临重大不确定性。”

除了面临退市风险,*ST天沃仍然保持较高的有息负债余额,导致公司财务费用维持高位;同时上市公司仍然保持较高的应收往来余额以及合同资产金额,导致公司面临较高的信用减值损失风险。

此外,截至2023年6月末,*ST天沃合并口径资产负债率为98.47%,较大规模的有息负债导致了较高的财务费用和较大的流动资金压力,对公司的整体业绩形成较大压力。本次交易完成后较大的有息负债规模,导致*ST天沃仍然面临一定程度的偿债风险。

“上市公司剥离亏损资产有助于提高公司的整体竞争力、财务状况和管理效率,同时也有助于满足股东利益和适应市场变化。”北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长、首席投资顾问邢星告诉《证券日报》记者:“需要注意的是,此次针对中机电力的股权转让能否落地以及后续组织架构的调整是否符合公司中长期战略发展预期仍待观察,毕竟当前*ST天沃面临的问题除了中机电力带来的业绩压力,还有企业成长潜力持续受限等多重因素,光靠出售资产,恐怕不能解决所有问题。”

算力需求带火高端存储器市场 HBM或成“兵家必争之地”

■本报记者 丁 蓉

在人工智能大模型高算力需求推动下,HBM(高频宽存储器)成为存储厂商布局的重点。近日英伟达宣布推出的新一代图形处理器,搭载了HBM3e内存,带来容量、带宽和性能的全面升级,也令SK海力士、三星、美光公司等供应商纷纷加大HBM产能。

集邦咨询分析师汝合媛向《证券日报》记者表示:“高端人工智能服务器的图形处理器搭载HBM已经逐步成为主流,2023年全球搭载HBM总容量将达2.9亿GB,同比增长近六成。”

而中国电子商务专家服务中心副主任郭涛告诉《证券日报》记者:“已有多家A股上市公司在HBM领域布局,随着算力需求的持续增长,预计会有更多的公司加入HBM领域的竞争中。”

HBM有望大规模商用

HBM属于DRAM(动态随机存取存储器)中的一个类别,通过将多个存储器堆叠在一起,形成高带宽、大容量、低功耗等优势,突破了内存容量与带宽瓶颈。

HBM受到了存储巨头的高度重视。自2013年SK海力士首次成功研发HBM以来,三星、美光等存储巨头也纷纷入局,展开了HBM的升级竞赛。从第一代HBM开始,逐步迭代到第四代HBM3、第五代HBM3e。

今年以来,人工智能大模型兴起,HBM成为当前人工智能服务器图形处理器存储单元的主流

解决方案。中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示:“从技术演进看,HBM技术从首次提出到现在已经历了多代发展,技术不断进步,尽管在实际应用中还面临成本、良率、可靠性等层面的挑战,HBM的带宽、容量和能效等关键指标却在持续提升。HBM作为一种高性能的存储器技术,有望在未来几年迎来大规模商用。”

汝合媛表示:“从竞争格局来看,HBM目前主要由SK海力士、三星与美光公司供应,其中SK海力士具有一定领先优势,三星、美光公司正在加速追赶。从规格上看,HBM主流将在2024年转移至HBM3与HBM3e。”

海量算力需求为HBM带来广阔的市场空间。汝合媛分析:“如果以全球范围内产生5款ChatGPT这类超大型生成式人工智能产品、25款中型生成式人工智能产品以及80款小型生成式人工智能产品估算,至少需要14.56万颗至23.37万颗A100图形处理器。”

上市公司前瞻布局

当下,HBM成为存储大厂“兵家必争之地”,产业链上下游企业在HBM领域的布局受到关注。在投资者互动平台上,近日多家上市公司被密集追问HBM领域的业务情况。

上游材料企业联瑞新材在投资者互动平台表示:“HBM是提高存储芯片间互通能力的重要解决方案。这种方案会带来堆叠层数



提升、散热需求大的技术难题,同时对封装材料要求越来越高,对粉体颗粒及性能要求也越来越高。对添加的超细粉体材料,需要用到TOPCUT20um以下的Lowα球硅和Lowα球铝产品。公司部分封装材料客户是全球知名企业,公司已配套并批量供应了Lowα球硅和Lowα球铝产品。”

芯片设计企业国芯科技表示:“公司目前已与合作伙伴一起正在基于先进工艺开展流片验证相关工作,和上下游合作厂家积极开展能HBM技术在内的高端芯片封装合作。”

概伦电子也表示:“公司在存储器、模拟和混合信号等定制类电路的芯片设计领域,掌握了部分具备国际领先能力的核心技术,获得了众多全球领先半导体企业包括存储器头部企业的量产应用,据了解,公司的EDA工具可被部分客户用于HBM相关的设计制造环节。”

“HBM会在人工智能应用驱动下成为数据中心内存的重要发展方向,预计HBM与其他存储器产品将遵循经济效率的原则长期共存、互为补充。”佰维存储相关负责人向《证券日报》记者表示:“公司一直关注着HBM等存储新

技术的发展,以及对内存测试技术演进的影响。目前公司正在筹备的先进封装项目,涵盖了Bump、TSV等HBM所需的封装基础工艺技术。”

朱克力表示:“目前,全球范围内的半导体大厂纷纷布局HBM技术,一些初创公司正在涌现。在这种背景下,拥有自主研发能力和技术优势的公司将更具竞争力。从生态系统建设来看,HBM的普及和应用不仅需要存储器本身的技术进步,还需要与处理器、互连等其他组件的协同优化。因此,构建一个完整的HBM生态系统将是未来发展的重要方向。”

冰雪运动大众化 冬季旅游市场正在升温

■本报记者 殷高峰 贺玉娟

“冷经济”正在释放“热效应”,随着各地气温下降,冰雪旅游热度持续提升,各大滑雪场“开板”迎客,多地滑雪场订单销售量、预售量创2019年以来新高。

“目前公司旗下的照金国际滑雪场的预售情况非常好,和去年同期相比有大幅度的增长。”陕文投集团照金文旅总经理助理王兆鹏对《证券日报》记者表示。

“通常意义上,冬季是旅游的淡季,但从今年的情况看,冰雪产业有望带动冬季旅游市场持续火热。”陕西社科院文化旅游研究中心主任张燕在接受《证券日报》记者采访时表示,在政策及冰雪体育赛事的多重利好下,我国冰雪产业市场规模不断扩大,行业发展进入快车道。

冰雪旅游“接棒”

张燕表示,旅游热度持续释放,同时,旅游管理部门和一些景区也

实施了一系列优惠政策刺激需求,增强了旅游业发展的信心。旅游业基本实现了全年“高开稳增”。

中国旅游研究院分析称,国内旅游高开稳走,入境旅游小幅回升,出境市场稳步扩容。城乡居民出游意愿稳步回升,消费信心进一步增强,旅游产业链重构和动能创新的步伐明显加速。预计全年国内旅游将达55亿人次,国内旅游收入将超过5万亿元,分别恢复到2019年的九成和八成以上。

从目前的趋势看,冰雪旅游有望持续推动今年旅游热度。携程数据显示,今年年底前的“滑雪”门票订单量同比增长113%,较去年同期增长近两倍,“滑雪”主题跟团游预订量同比增长约70%,较去年同期增长近三成。去哪儿数据显示,11月份以来平台上“滑雪”相关搜索热度环比增长3倍,全国滑雪场门票预订量较2019年同期增长147%。

“目前我们的冰雪项目即将启动,相关工作已经展开,新雪季预订情况非常好。”王兆鹏告诉记者,2023年-2024年雪季,公司下属的

照金国际滑雪场早鸟预售雪票累计预售同比增长46%,销售额同比增长98.1%。

目前,新疆阿勒泰地区及河北崇礼等地的部分滑雪场已“开板”,有滑雪爱好者提前囤购滑雪场门票并预订酒店。据美团数据,11月1日至9日,滑雪场门票预订量同比增长209%。

冬季旅游加速发展

“目前冰雪旅游主要在北方,尤其是东北地区,西北市场目前开发还不够。但目前都在快速发展,包括南方。”张燕表示,随着冰雪运动由小众走向大众,以南方游客为主的冰雪消费新趋势逐渐显现,同时,南方的冰雪产业也开始加快发展。

据了解,冰雪运动在中国已逐步打破时空限制。特别是凭借室内滑雪场、室内滑冰场、室内冰雪世界等场地优势,一些南方地区也逐渐实现了全年支持冰雪运动开展。公开资料显示,广州热雪奇迹

为国内首家年滑雪人次突破100万大关的滑雪场。

马蜂窝发布的体育旅游主题报告提出,北京冬奥会给中国文旅行业带来的利好将持续,体育旅游及冰雪旅游正成为全民运动休闲的新常态。在广州、深圳这样的亚热带城市,“家门口”室内冰雪体验的常态化,正成为一种现象级风景。

《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》预计,到2023年末,中国冰雪运动产值将达8900亿元,“2025年1万亿元”的目标即将变为现实。

“但从冰雪旅游目前整体的情况看,还存在产品相对单一,产业链发展不够完善的情况。除了政策等方面的推动外,也需要地方政府和企业加速布局。”张燕说,对于地方政府来说,可以结合地域特色,像陕西等具有温泉资源的,可以说和冰雪旅游结合。对于企业来说,围绕冰雪旅游,要把场景做足,配套做足,关键是把产品做好。

而据《证券日报》记者了解,在政策和市场等多重因素的带动下,