



李志飞

中国版的 OpenAI 之运动员篇：
最近 ChatGPT 把去年躺平的中国创投圈都炸醒了，2023 年是 AI 大模型时代元年，此波变幅堪比 2010 年左右开启的移动互联网，听到最多的词是 all in，许多人跃跃欲试要搞中国版 OpenAI/ChatGPT。如果把
这个比作一场运动竞赛，那 2023 年 Q1 是
报名阶段，目前的报名费是 5000 万美金
起。失眠的我来分析一下潜在运动员派

技术的进步，确实会让世界更加美好。但王慧文明确说过自己不懂技术，众多大佬火急火燎地跟进，不管懂不懂都选择上车再说。又好像透露出这场行动背后，潜藏着技术之外的逻辑。

AI再造一个美团？

这几日，对于王慧文引领的AI创业潮，市场上有很多解释和质疑。

有人说王慧文讲了一个VC无法拒绝的故事。身份、背景、热度要什么有什么，简直就是个“完美”的投资标的。

有人质疑创投圈对AI的烧钱能力完全没数。海通证券科技行业首席分析师郑宏达称“5000万美元够干什么的？大模型训练一次就花500万美元，训练10次？互联网的人啥都不懂，就只会营销，一点都不踏实。”

但这些质疑都还处于王慧文的OpenAI是否能成功的层面，太过表面。如果将视野聚焦在王慧文本人身上，一条全新的草蛇灰线便将展露出来。

王慧文，或者资本们一拥而上要做的“OpenAI”，很可能存在着某种路径依赖。

首先，国内很多互联网大厂是依靠Copy to China起家，而不是首创。对标OpenAI给了投资者们一定的安全感。

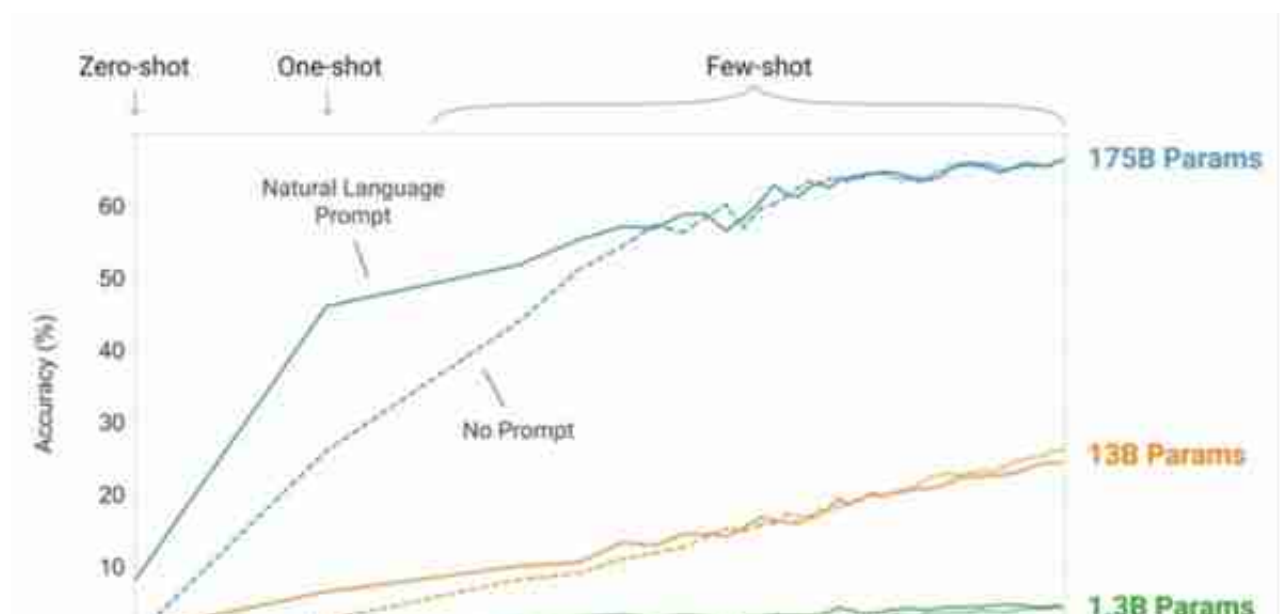
将国外已经验证成功的商业创新引进国内，其实贯穿了许多公司的发家史，例如腾讯（ICQ）、淘宝（ebay）、滴滴（Uber）、美团（Groupon）等等。甚至于整个Web1.0和Web2.0时期，几乎所有大型互联网公司身上都有这种对标的影子。此外，在生物医药行业中，相对应地也存在各种类型的仿制药（me too、me better）。

这种模式能很好地规避一些风险，甚至创业者募资的时候，可以直接说自己是做对标国外的XXX。对于投资者来说，尽可能降低风险是决策时的重中之重。如果有一个类似的模式已经大获成功，会让决策者觉得风险降低很多。

其次，王慧文本人的似乎也在追求某种“不变的变革”。

王慧文本人的履历中，最为精彩的部分就是人人网和美团。前面说了，美团是对标了Groupon的团购。有趣的是人人网当年上市的时候，宣称自己是Facebook+Zynga+Groupon+Linkedin，连套了四个国外标的，堪称是终极“缝合怪”。

2020年，王慧文离开美团，期间投资了一个社交App即刻。根据其在即刻的发帖，可以看到这段时间，他曾研究过crypto（加密货币）。4月的发帖中，其提出了一个关于人类商业在获客和融资上的看法，认为“Web1，免费获客，风险投资扩张；Web2补贴获客，风险投资扩张；Web3，X2Earn/发Token获客，ICO扩张。”



但无论如何，今天ChatGPT的火热，证明了GPT模型的成功。ChatGPT仅仅两个月

就成为了全球最快达到1亿用户的软件产品。速度如此恐怖，连抖音都望尘莫及。商业化上除了20美元正式版收费以外，背靠ChatGPT的相关产业以及各种各样的全新用途，在全世界的用户手中被各种开发，国内还产生了共享账号的营收手段。