

外滩大会诞生 AI Coding 吉尼斯纪录

上万人用 AI 编程把想法变成应用

热搜·科技

9月9日,外滩大会现场诞生一项新的吉尼斯世界纪录。

外滩黑客松·AI Coding大赛完成吉尼斯世界纪录认证,以AI应用作品数创造“线上生成式人工智能编程马拉松大赛中开发最多的应用”这一新纪录,成为国内首个以AI Coding(人工智能编程)为主题挑战世界纪录的赛事。赛事吸引上万名参赛者,共完成万件AI应用作品,其中近七成参赛者未满18岁,最小参赛者仅6岁,最终由一名9岁选手夺得冠军。

一项世界纪录,见证 AI Coding 走向大众

按照纪录规则,此次参赛者需要在线完成原创应用开发,作品达到相应 MVP(最小可行产品)标准,并经过吉尼斯世界纪录官方审核认证。最终,大赛以15577件应用作品完成纪录挑战。

对于 AI Coding 而言,这项

纪录体现的不只是应用数量,更是一次大规模真实使用:当大量应用由不同年龄、不同背景的参赛者借助 AI 完成, AI Coding 也从专业开发者使用的工具,进入了更广泛的大众创作场景。

吉尼斯世界纪录官方认证官胡晓雯表示:“通过纪录的力量,吉尼斯不断见证人类的极限与创造力。”她表示,中国参赛者正在以新的方式创造纪录,也将 AI 时代的创造力带入这一全球性的“成就档案”。

赛事主办方、外滩大会组委会相关负责人表示,发起外滩黑客松·AI Coding 大赛,希望通过一场真实的大规模 AI 创造实践,让更多人看到 AI 正在如何改变创造的门槛。当越来越多人能够借助 AI 把想法变成应用, AI Coding 也将从少数开发者掌握的专业技能,走向更广泛的大众创造。

从6岁孩子到职场人, 越来越多人开始用 AI 创作

近七成参赛者未满18岁,

最小参赛者仅6岁。9岁的罗安歌用 AI 做出了“泥土实验室:泥土变形记”,把自己参加江西陶艺夏令营的经历做成了一座线上数字博物馆。她用自然语言不断与 AI 对话,两天内将作品迭代至 V7.4,最终获得一等奖。

在她看来, AI 有点像爸爸小时候玩的泥土,“能把脑子里的想法做出来”。“我很幸运,两种都玩到了。真的泥土给了我体验, AI 帮我把它做成游戏。”她说,自己最大的感悟是,“很多事情原来不懂,但跟 AI 一起共创之后,就开始懂了一点点。”

同样9岁的选手葛睿航制作了“几何实验室”,通过拖拽、互动等方式,让原本抽象的几何公式变成可以直接操作的学习工具。

参赛者来自不同职业和生活场景。

上海交通大学博士生杨培杰基于十多年养宠经验和300多份用户调研,开发宠物养育助手“毛伴 PawPilot”;“90后”无障碍公益从业者王孟琦开发“达格 ScriptGrid”,希望用 AI 提升

无障碍音频描述的制作效率;24岁的腾讯策略产品经理王怡婷则在走访3个老旧小区、完成200多份问卷后,开发停车需求匹配工具“可妙停 Parking Genie”。

他们并不都是程序员,却都通过 AI 把一个具体想法变成了可以运行的应用。

11家头部平台集结, 共同探索 AI Coding 新规则

除参赛者的变化之外,11家国内头部 AI Coding 平台的共同参与,也让这场赛事成为一次行业集结。

本届大赛由外滩大会组委会发起,联合小红书、观猫共同主办,国内十余个头部 AI Coding 平台共同承办。蚂蚁旗下灵光、QMUSE、WeaveFox,百度秒哒,阿里Qoder、秒悟、阿里云百炼,腾讯吐司,字节跳动扣子,商汤小浣熊,360纳米等国内主流 AI Coding 平台集体亮相,共同参与这场面向大众的 AI Coding 挑战。

蚂蚁灵光运营负责人李响表示, AI Coding 改变的不只是写代码的效率,而是软件由谁创造、如何创造。它正在把软件从专业人员掌握的工程能力,转变为更多人都能使用的创作媒介,让数字产品的诞生从“以技术为起点”转向“以想法为起点”。

百度秒哒产品负责人朱广翔表示,当学生、产品经理、创业者和普通用户都成为 AI Coding 的使用者,行业面对的就不再只是代码效率问题,更重要的是让更多人的想法被准确理解,并最终真正落地。

随着参与者和创作方式发生变化, AI Coding 行业也开始面对一些新的共性问题:什么样的应用才算完成? 如何保障作品原创? 面向全民的 AI Coding 赛事应该建立怎样的评价标准?

外滩大会现场,11家参赛平台共同发布《AI Coding 公开挑战赛技术规范》,围绕应用开发、作品原创性、完成度等形成行业共识。

扬子晚报/紫牛新闻记者 徐晓风

“高浓”指比自家产品浓,“潘婷3分钟奇迹”是商标

知名品牌网红发膜引热议

热搜·热议

近日,潘婷一款网红产品“深水泡弹高浓精华发膜”引发热议。有网友发帖质疑,产品名称中的“高浓”仅指部分成分浓度高于该品牌另一款护发产品,而非采用其他衡量标准,认为该表述易误导消费者,涉嫌玩“文字游戏”,相关话题登上热搜。对此,潘婷官方旗舰店工作人员表示,“高浓”是对产品配方特征的客观描述,相关表述为行业常规做法。

据该网友晒出的产品包装说明,产品名称中的“高浓”,是指配方中的硬脂醇、鲸蜡醇浓度高于另一款“潘婷3分钟奇迹护发素 多效损伤修护”,并非和行业其他同类产品对比,也未采用其他衡量标准。此外,说明还提到,“潘婷3分钟奇迹”为注册商标,“多效损伤修护”为产品名称后缀,均非功效宣称。

该网友认为,品牌宣传可以做包装,但不应拿小字注释当作挡箭牌,此类做法容易使消费者产生错误认知。评论中有人表示,相关解释文字字号偏小,普通消费者选购时很难注意到;也有人称可以理解该命名方式:“我用3分钟奇迹护发素确实两三分钟就能吸收,品牌起名也要突出卖点。”

9月9日,记者走访南京建邺区一家超市,看到了网友所



涉事产品图片

说的这款“潘婷深水泡弹高浓精华发膜”产品,售价为79元,一盒8个装。包装正面的产品名并不明显,而关于“高浓”“潘婷3分钟奇迹”“多效损伤修护”的解释,则均印在包装背面的小字部分。

同时,某线上电商平台潘婷官方旗舰店显示,该产品累计销量超10万件。产品介绍页面并未对名称中的“高浓”单独作出说明,仅在产品包装细节实拍图内可以看到对应表述。

资料显示,潘婷是宝洁公司旗下洗护品牌。此前,“潘婷3分钟奇迹”洗发水、护发素产品也曾引发讨论。

9日,记者以消费者身份咨询某平台潘婷官方旗舰店客服。工作人员表示,“高浓”是对产品配方特征的客观描述,



相关注册商标 图源企查查

相关表述为行业常规做法。而“潘婷3分钟奇迹”确实是注册商标,但从功效角度来说,“3分钟修护三个月累积损伤”是有数据支持的,数据来源于第三方试验报告;同时,“多效损伤修护”的功效描述也具有充分的数据支持。

同日,记者致电宝洁官方服务热线,工作人员表示相关采访事宜需通过邮箱对接。随后,记者也已向其发送了邮件,截至发稿前暂未收到回复。

企查查 APP 显示,宝洁公司已申请注册“分钟奇迹”“3分钟奇迹”“潘婷3秒奇迹”“潘婷3分钟奇迹”商标。值得注意的是,除“潘婷3分钟奇迹”商标已注册成功外,其余3个商标均处于无效状态。

扬子晚报/紫牛新闻见习记者 鲁珺

热搜·热点

寿司郎一门店 被曝让员工用手焐化冻虾 门店回应:已处罚带教,并排查所有门店

“寿司郎让员工用手解冻冻虾?”近日,一网友在社交媒体发帖,称自己是寿司郎河北某分店的员工,9月5日在后厨工作时,带教让他用手焐住带有冰坨的虾进行解冻,“我操作了一会儿,双手冻得通红”。9月9日,该发帖人告诉扬子晚报/紫牛新闻记者,目前他已经从门店主动离职。同日,寿司郎涉事门店的工作人员回应记者称,“这是我们部分员工的错误操作,已经对涉事带教进行记过处分,让其重新接受培训,并排查了所有门店,彻底纠正所有错误操作。”

该网友的发帖显示,他于8月15日入职寿司郎河北某分店,担任后厨全职切配员工。9月9日,记者联系上了该发帖人,他告诉记者,“当时我手里拿着一筐鱼,打开冰箱门准备放进去,带教用手指向我,叫我过去焐虾。我看到有另一位员工也在焐虾,我过去之后他就放下了,之后就只剩我一个人在做。那时虾的外壳微微发软,内部还是冻硬的,冰坨,带教让我依靠人手的体温把冻虾焐开。我操作了一小会儿,双手冻得通红,手掌像灼烧一样难受。”他并不理

解带教为何让他这样做,质疑这种做法不符合后厨食材处理规定,“海鲜解冻只有冷藏缓化和流动冷水冲两种正规方式,第一次见靠人身体温焐冻食材的。当时我觉得自己受到了侮辱,焐了几只虾之后就离开了。”

他告诉记者,目前自己已经从门店主动离职,“事后门店负责人有给我打过电话做过简短说明,也对带教做了处罚,但是这个内部处罚是否实际落地,我作为已经离职的人员没办法核实。”

9月9日,涉事门店的工作人员就此事回应记者称,“我们关注到网络爆料后,进行了内部确认,发现帖子里提到的并不是寿司郎要求的正确解冻方法,而是部分员工的错误操作,已经对该带教进行记过处分,让其重新接受培训,并排查了所有门店,彻底纠正所有错误操作。”关于事后与当事人沟通的细节,该工作人员表示,“事后我们和当事人进行了面谈,了解事情经过,他对这件事有点气不过,其他方面没觉得有什么不妥。”

扬子晚报/紫牛新闻见习记者 甘嘉颖