Anthropic正在面向企业客户展现强硬议价姿态：一旦客户用完合同内采购的Token额度，折扣立即失效。这一策略，给了OpenAI机会，采取更为灵活的定价方案。

三家同时采购两家AI服务商产品的软件企业管理人员表示，尽管Anthropic与其主要竞争对手OpenAI，都会给每年承诺百万级美元消费额的大客户提供折扣，但Anthropic采取了一种特殊做法：客户一旦触达合同约定用量上限，折扣直接终止。这些人士称，达到额度上限的客户必须重新谈判新合同，否则将执行更高的标准定价。

“一旦你触达额度上限，Anthropic销售团队马上就会打电话、发邮件告知：‘我们注意到你已用完额度，如果今天敲定新协议，就能避免超额费用。’”其中一名人士说，“否则，超额部分就按原价计费。”

协助财富500强企业洽谈软件协议的NPIFinancial首席创新官杰夫·穆斯卡雷拉介绍，亚马逊、微软、谷歌通常允许客户在合同期内，超出承诺消费额度的部分依然沿用折扣价。

熟悉两家服务商客户的软件授权顾问表示，在企业客户政策上，OpenAI的尺度比Anthropic更宽松。一位接近OpenAI的人士称：如果折扣协议下客户用完承诺消费额度，OpenAI会给到客户当月剩余时间再加额外一个月的窗口期，供客户谈判新合同；窗口期结束后，才恢复官网标价。

Anthropic发言人未予置评。

上述三家采购方管理人员透露，Anthropic模型折扣幅度约为标价的15%。在截至6月的过去12个月，有超100家企业在Anthropic年投入超1000万美元，超1000家企业年投入超100万美元，这项折扣对这些企业而言相当可观。

Anthropic头部客户包括Meta、Cursor等企业，使用其模型支撑内部业务或产品服务。大量其他企业采购ClaudeCode、ClaudeCowork，Anthropic调整定价后两款产品价格均有所上涨。（Anthropic至少向一位商业伙伴透露，现有模型销售的毛利率约75%。）

近几个月，OpenAI全力追赶Anthropic；今年Anthropic营收增长大幅甩开OpenAI。OpenAI已经公开宣布，通过OpenRouter、Vercel等中间商接入新模型的客户可享受50%降价。周二OpenAI发布最新模型时，CEO山姆·奥特曼在社交平台发文：新模型每Token价格减半，完成单项任务的成本更低。

“当下OpenAI主攻企业业务，在折扣力度上比Anthropic更加激进。”软件协议

谈判服务商Redress Compliance联合创始人弗雷德里克·菲利普森表示。

OpenAI模型质量提升，也增强了它对大型AI采购方的吸引力，代码审查服务商CodeRabbit就是一例。CodeRabbit首席执行官哈乔特·吉尔称，半年前，CodeRabbit的服务模型主要由Anthropic供应；而现在，定价策略更加积极的OpenAI已经成为其主力供应商。他不愿透露具体折扣，但表示这家成立三年的企业每年在AI上投入数千万美元。

OpenAI销售团队正处在敏感调整期：负责企业业务拓展的高管在8月突然离职，企业业务部门正在大规模重组。一名员工透露，OpenAI正在合并合同售前、售后岗位，原本分工不同的岗位合并：为客户做产品演示的人员，签单之后还要兼任客户成功经理。

吉尔，以及另一家和AI实验室洽谈合同的软件厂商管理人员提到，随着竞争加剧，OpenAI与Anthropic都开始在折扣协议中加入条款，要求大客户将大部分AI预算投向自家平台，业内称为“钱包份额（shareofwallet）”条款。