

澳洲幸运55开奖官网

EMCm7DuGMf9lBRLV

澳洲幸运55开奖官网AIO或将爆发？AI的尽头也是广告，大模型或秒变AI带货助理

最终，AI大模型没能逃脱植入广告的命运。

据英国《金融时报》报道，多家广告集团和技术初创公司正在开发新工具，帮助品牌在AI大模型的回复中植入广告，并透露Profound和Brandtech的工具可以监控品牌被AI提及的频率，通过向聊天机器人提供文本提示内容的方法，分析AI生成内容的情感导向。

广告一直是搜索引擎公司营收的主要来源，以行业巨头谷歌为例，刚披露的财报数据显示，2025年第一季度营收为902.3亿美元，其中搜索业务营收为507.02亿美元，占比超过一半，广告业务总营收则达到了惊人的668.85亿美元。

一个规模庞大市场摆在面前，相关企业考虑在AI大模型的回复中加入广告也是顺水推舟。继SEO/SEM（搜索引擎优化/营销）、ASO（应用市场优化）后，市面上也将兴起类似AIO（AI优化）等营销产业。

广告投放，从搜索引擎扩散到AI大模型

搜索引擎竞价排名众所周知，无论是国内头部厂商，还是谷歌这种海外巨头，都无法免俗。对于搜索引擎公司而言，竞价排名是最简单有效的赚钱方案，而对于投放广告的企业而言，则可以提高曝光率和产品销量。

最关键的是，与开屏广告、App植入广告不同，搜索引擎竞价排名只有在检测到关键字时才会推送，针对有需求的用户，而且无需下载特定App，具有成本低、易传播、易维护的优势，得到了企业的高度重视。

然而AI大模型的广泛应用，已经对传统搜索模式造成了冲击。企业需要增加新的广告投放渠道，以便于提高品牌和旗下产品的曝光度，逐渐崛起的AI领域无疑是这些企业最好的方向。

（图源：豆包截图）

Profound联合创始人James Cadwallader表示，AI广告植入的到来，就像CD到流媒体的转变。的确，搜索引擎广告植入主要是在用户搜索某些物品时，将产品链接或网站网址摆在前列，能够提高点击率，却无法让用户直观了解到他们的优势和特点。

AI大模型则不同，不但会推荐具体的产品和网址，还会对其进行总结，方便用户快速、直观地查看该产品是否符合自己的需求和预期。在小雷的实际体验中，如果问两款产品哪个更好，AI大模型有时还会列出表格，以便于用户进行对比，体验比搜索引擎更胜一筹，只是硬件配置常有错漏。一些多模态大模型，除了文字总结外，也会给出产品图片，贴心程度远高于搜索引擎。

（图源：豆包截图）

在AI大模型的回复中植入广告，或将对企业提高曝光度、增加产品销量起到重要效果。尤其是在AI冲击到搜索引擎的情况下，企业更需要AI作为新的广告投放窗口。对于AI企业而言，也应当考虑在AI大模型中植入广告，包括但不限于AI应用生成的内容。

国内AI大模型众多，文心一言、豆包、通义千问、混元、Kimi、DeepSeek等均有大量用户群体，在文心一言免费向用户提供服务后，这几款大模型已经没有一家收费了。

营收模式方面，国内AI大模型普遍面向B端，比如与软硬件厂商合作，定制相应的大模型，并发力垂直领域，寻求在金融、医疗等方面取得突破。其次则是利用AIGC帮助企业提高工作效率，以百度为例，基于文心一言大模型，百度通过AIGC实现了从营销方案、图片、文字生成，到智能体、直播、转化增强等经营方式，再到精准投放一条龙服务。

（图源：百度截图）

AI大模型行业仍在发展期，企业正在全力建设数据中心，提高算力规模，用于大模型的训练和推理任务，这些布局投入甚巨，现有的营收模式不足以抹平亏损。尽管互联网巨头们财力雄厚，也需要尽快提升AI业务的盈利能力，而广告植入，或许是他们扭亏为盈的最好方案。

互联网的尽头是广告，AI呢？

「互联网的尽头是广告和放贷」这句话一度在网上十分流行，的确，搜索引擎、App、网站的广告植入无孔不入，各类贷款App的广告更是不断骚扰着我们。小雷并非要为互联网企业开脱，只是任何企业都不可能「用爱发电」，哪怕现阶段国内AI企业还不敢在AI大模型的回复中植入广告，但在小雷看来广告的加入几乎已成必然。

至于AI企业会以何种形式在AI回复中加入广告，则值得我们深度探究。从Profound和Brandtech开发的工具中可以看出，他们正在通过定向提示词，检索AI大模型生成内容的偏好。

当我们向AI大模型提问即时性问题，AI大模型会通过在线搜索功能查询大量互联网内容，并抓取内容进行分析和总结，进而生成回复，以提高准确性。Profound和Brandtech针对AI大模型抓取内容的偏好，在网上发布大量图文内容，提高自家产品被抓取的可能性，从而对AI大模型生成的内容造成影响。

这点其实不难做到，例如此前AWE 2025大会召开时，雷科技报道团产出了大量报道，因而向DeepSeek提问AWE报道最强的媒体，DeepSeek给出的回答中雷科技位列第一。只要文章数量足够多，自然会被AI注意到。

（图源：DeepSeek截图）

不过对于AI企业而言，这种行为却似乎有点不够意思，AI大模型企业拿不到利益。察觉到利益受损的AI企业，可能会限制AI大模型输出某些品牌的内容。投放广告的企业与AI企业合作，联合为AI大模型植入广告，类似当前搜索引擎竞价排名的形式，可能会是双方最终的合作模式。

该模式下，AI企业可以提高广告投放企业相关内容在AI大模型回复中的优先级，并依靠大语言模型的总结能力和投放企业的准确数据，对产品优势和特点进行归纳整理，帮助其提高获客效率。AI企业则有望通过广告业务快速增加营收，让AI业务不再是赔本的生意。

行业的起落兴衰，总是伴随着企业的崛起与衰败，仅在互联网行业，曾经盛极一时的天涯社区、聚美优品、人人网等，如今都已少被提及。在AI大模型的回复中加入广告，或许会导致AI大模型被用户唾骂，但生存才是这些AI企业的第一要务。

今天AI企业未必没有在AI大模型的回复中加入广告，只是行业竞争激烈，文心一言都选择了以免费吸引用户的方案，这种大环境下没有企业敢于顶着网友们的骂声为产品加入广告。或许在行业更加成熟，且有一家企业起到带头作用，率先加入广告后，其他企业才会跟进。

AI大模型会被广告塞满吗？

为了生存在AI回复中植入广告无可厚非，甚至已经习惯了广告的小雷，也不是不能接受。但与许多反对的网友相同，小雷担心的是植入广告后的AI，生成的内容还值得信任吗？

若是广告在AI回复中渗透率太高，用户可能会无法得知产品的真实情况，以至于AI大模型在日常使用中的可信度大打折扣，沦为纯粹的AIGC工具。相较于这种情况，小雷更愿意接受类似App的广告植入模式，在各类信息中插入广告的连接，哪怕误触后会跳转到广告网页，也比AIGC生成的内容不可信要强。

（图源：豆包生成）

在小雷看来，这种情况出现的可能性较低，准确性是AI大模型的立身之本，减少AI幻觉是所有AI大模型开发机构都在做的事。况且如果AI大模型的问题回答准确性不高，用户还不如用搜索引擎查询答案，大不了多花点时间在茫茫多的网址中寻找有用信息。

除了内容准确性问题，网友担心的另一件事则是破窗效应。一旦开始有企业在AI回复中加入广告后，其他企业可能会更加肆无忌惮地在各个地方加入广告，例如弹窗广告、横幅广告等，大幅降低用户的体验。

AI企业在AI大模型的回复中植入广告，小雷可以理解，但小雷不希望看到AI大模型未来充满广告，影响到用户的正常使用。互联网的尽头可以有广告，但绝不能只有广告。

AI大模型把握好广告与容质量之间的平衡性，要比搜索引擎竞价排名困难许多，对于任何AI企业都不容易，但在众多企业的竞争下，小雷相信最终会有AI企业能够完美平衡体验、内容质量、广告收入，并取得用户的认可。

如何看澳洲幸运十走势

彩票拉人头入1万元每天挣200

单双稳赢公式100%

彩票最新公告

清风挑码统计器下载

澳洲幸运5历史开奖记录

澳洲10开奖结果历史1688

计划之家app官网下载

极速赛车大数据分析软件

澳洲幸运10开奖官网开奖查询

168最快开奖现场 本港台

澳洲十在线计划

澳洲10二期计划

168澳洲幸运5官方开奖记录查询

澳洲5开奖结果查询结果

来钱快的偏门赚钱路子

美国彩票中国人能买吗

澳洲幸运10怎么买最稳

澳洲幸运10杀2码公式