

从技术单点突破到生态能力构建 AI搜索如何完成流量变现

▶ 本报记者 李洋

近日,百度披露4月份移动端搜索结果,页面中大约35%的内容是由人工智能(AI)生成的,而在今年1月份这一比例仅为22%,是迄今最大规模的扩展。百度预计,这一比例在二季度还将继续快速上升。

近年来,百度、谷歌等企业以“智能体+数字人”试水广告创新,美国AI研究和部署公司之一OpenAI通过API(应用程序编程接口)切入垂类付费场景,小红书等内容平台探索“搜索+电商”闭环……AI搜索的竞争已从“技术单点突破”转向“生态能力构建”。未来,能够平衡“深度推理能力”与“用户体验优化”、整合“通用搜索”与“垂类场景”的平台,将成为用户数字生活的核心入口。

从“三国杀”到“生态混战”

5年前,搜索引擎还是百度、谷歌、必应(微软旗下搜索引擎)“老三样”。如今,搜索赛道已形成多元混战局面:既有谷歌、百度等老牌玩家加速AI化转型,也有OpenAI、DeepSeek等AI新锐凭借大模型技术切入市场,更有知乎、小红书、B站等内容平台以“搜索+场景”模式分羹。

移动互联网行业研究机构月狐研究院最新发布的《AI搜索发展洞察报告2025》指出,全球AI搜索行业正经历前所未有的

变革:随着技术迭代加速和用户需求升级,传统搜索引擎与新兴AI应用的竞争局面被彻底打破。

值得关注的是,AI搜索对用户行为的改变正在显现。百度联合创始人兼首席执行官李彦宏近日在电话会上强调,他接触到AI生成搜索结果的用户表示,其搜索意图能被更轻松、快速、更满足,也更倾向于提出更多样化的问题,由此这一现象在长期使用中表现出更高的留存率。

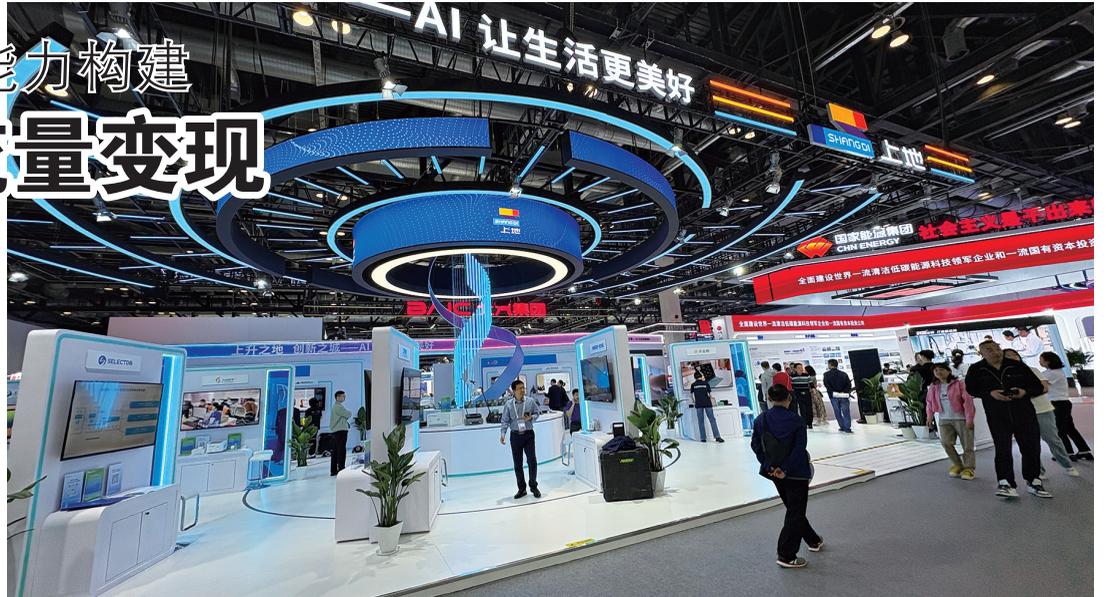
这一现象在谷歌I/O开发者大会上也得到印证。在此次大会上,谷歌首席执行官Sundar Pichai介绍说,在搜索中引入“AI概览”功能后,用户对搜索结果更满意、搜索频率也更高,由此谷歌宣布正式推出搜索的AI模式。

“大模型技术的发展、AI算法的改进、数据和算力的提升,以及用户对AI搜索接受度的提升,将进一步推动AI搜索市场增长。”奥优国际董事长张玥认为。

“AI搜索市场份额快速增长,但传统搜索引擎仍占主导。长期看,传统搜索引擎巨头与新兴AI企业并存,形成多元化竞争态势。”北京市社会科学院副研究员王鹏说。

从搜索工具到智能助手

AI搜索的终极形态正朝着“认知型助手”演进,其不再局限于信息检索,已具备跨领域知识



本报记者 韩梦晨/摄

融合、个性化洞察生成及主动需求预判能力,助力用户完成复杂决策。随着智能音箱、车载系统、AR眼镜等设备普及,搜索场景正从手机屏幕延伸至生活每个角落——开车时一句“找最近的充电站”,车载AI会结合路况与充电桩使用情况规划路线;AR眼镜扫过商品,即刻显示价格、评价与购买链接,这种“无感化搜索”让信息获取变得自然。

“若通用AGI(公共服务区块链)技术实现突破,AI搜索可能退化为智能体的底层信息检索模块。但其积累的用户行为数据仍具训练价值。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为。

一篇网络创始人赵宏民则认为,这并不意味着企业在技术布局中需要牺牲短期搜索商业化和长期智能体研发之间的平衡。企业应该根据市场需求和自身资源情况制定合理的战略规划,以实现长期可持续发展。

郭涛表示,企业需采取“双轨”策略平衡布局。“短期看,通过垂类订阅服务、B端API接口等搜索商业化路径反哺技术投入,快速实现现金流闭环;长期看,将搜索场景中沉淀的用户需求标签、行为数据融入智能体研发,构建‘搜索-智能体-生态服务’协同闭环,避免技术迭代中的生态断层。”

从信息工具到生态连接器

当前,AI搜索正在演变成“生态连接器”,链接起内容、服务、交易等多个场景。

如,B站测试“视频搜索+AI剪辑”功能,用户输入关键词可自动生成内容合集;小红书搜索结果不再是单纯的笔记列表,而是整合了商品标签、用户讨论、直播入口的“内容广场”;知乎“知识搜索”更把问答、专栏、Live课程串联起来。这种模式让用户从“找信息”变成“逛内容”,停

留时间大幅增加。

在大模型技术推动下,AI搜索正从“信息工具”向“价值引擎”转型,但行业仍面临变现挑战。

郭涛认为,终端用户内容付费具备可行性,但面临三重挑战:用户对百度、谷歌等免费搜索的依赖根深蒂固,付费意愿受“免费替代方案”压制;市场上独家深度内容稀缺,多数平台难以提供支撑溢价的高质量资源;版权保护机制与作者分成体系不完善,导致优质内容供给端动力不足。尽管用户对行业分析报告、学术知识库等付费意愿较高,但需突破上述障碍才能形成可持续变现模式。

百度移动生态事业群组(MEG)负责人罗戎称,在传统搜索中,只有一小部分查询能够实现变现,而AI搜索将大幅度提升对长尾查询和此前未被覆盖领域的监控能力,从而实现更多搜索场景的变现。

细化法规政策 构建长效机制

——专家解读《网络交易平台收费行为合规指南(征求意见稿)》

据新华社电 国家市场监督管理总局近日发布《网络交易平台收费行为合规指南(征求意见稿)》,面向社会公开征求意见。

指南征求意见稿有何看点?如何规范平台收费行为,更好保护平台内经营者和消费者权益?针对社会关注的诸多热点问题,记者采访了业内有关专家。

此次公开征求意见的指南共28条,主要包括明确平台收费要遵循的原则、倡导降低平台内经营者负担、强化平台合规自律、规范平台收费行为和加强监督与实施等5方面内容。

指南征求意见稿明确,所称平台内经营者,是指通过网络交易平台销售商品或者提供服务的自然人、法人或者非法人组织。所称平台收费,是指平台向平台内经营者提供服务所收取的费用,包括但不限于佣金、抽成、注册费、手续费、会员费、技

术服务费、信息服务费、营销推广费、广告费等形式。平台收取保证金等相关行为,参照适用本指南。

目前,我国平台经济发展涉及数千万网络经营主体、众多灵活就业人员、9亿多网络消费者,赋能实体经济千行百业,成为一个覆盖面广、包容性强、开放度高的生态系统。

“透明化、规范化、法治化,是指南的政策深意。”中国政法大学副校长时建中说,指南征求意见稿坚持发展导向,以促进收费行为规范化、收费标准透明化为核心,对规范平台收费提出了明确的指导。

此次指南征求意见稿明确了平台收费要遵循的原则,要求平台根据自身经营成本,基于服务协议、交易规则、交易习惯等因素,遵循公平、合法和诚实信用的原则,充分考虑平台内经营

者经营状况,依照相关法律法规规章,合理制定收费标准。

时建中表示,指南征求意见稿细化了价格法、电子商务法中的原则性规定,是对现有法规政策的进一步细化明确。指南征求意见稿有很多亮点,如具体细化了8种“不合理收费”行为,对“先免费后收费”作出了规范指导等,有助于进一步完善平台常态化监管机制。

时建中说,指南征求意见稿首次从价格承诺的角度解读“先免费后收费”,对后期收费公示、收费方式等问题进行了规范。例如,要求“平台应当严格履行向平台内经营者作出的减收、免收费用的承诺”,并明确指出“平台前期提供免费服务的,后期未经依法在首页显著位置公开征求意见,并以显著方式提醒平台内经营者注意,不得随意变更规则收取费用。法律法规另有规定的除外”。

中国人民大学法学院教授孟雁北表示,指南征求意见稿遵循鼓励与督促并重原则,对网络交易平台收费行为中的重点热点问题作出明确的制度回应。

在倡导降低平台内经营者负担方面,指南征求意见稿鼓励平台“在合法、合理、互惠互利的范围内采取灵活多样的定价策略,降低平台内经营者负担”,并鼓励平台向平台内经营者提供让利服务,加大对中小商户的收费优惠扶持力度,支持其生存和发展。

孟雁北说,指南征求意见稿鼓励平台采取多种措施降低经营者负担,提供让利或减免扶持,促进平台和平台内经营者共同发展,权衡平台、平台内经营者、消费者三方利益,实现健康可持续发展。

孟雁北表示,总体看,指南征求意见稿有助于进一步完善平台企业常态化监管制度,引导

网络交易平台深化合规治理,推动平台企业在促进经济高质量发展中发挥更重要作用。

上海交通大学法学院教授王先林表示,指南征求意见稿直击行业痛点,进一步规范平台收费行为,其核心意义在于平衡利益格局、重塑健康生态。

王先林说,指南征求意见稿不仅聚焦解决具体问题,更注重长效机制建设。如一方面鼓励平台主动让利,另一方面大力倡导创新服务模式,打破传统的经营思维,有望实现商户端经营成本减负、平台端支撑力优化,进而推动消费端服务提升。

专家表示,未来随着指南的出台,平台收费行为将更加规范透明,平台内经营者和消费者权益将得到更好保护,从而为平台经济可持续发展注入新动力,更好维护市场公平竞争秩序。

(记者 赵文君 唐诗凝)