

# 飞艇5码2期全天计划

EMCm7DuGMf9lBRLV

飞艇5码2期全天计划豆包为何对社区不上心？

“全能AI助手”，在苹果应用商店中，豆包这样介绍自己。

打开豆包，也的确能看到一个“六边形AI战士”，深度思考、AI生图、拍照答疑、视频生成、语音通话……几乎现在用户常用的AI功能，都被集成在了这个应用当中。

然而，有一个东西是豆包没有的，那就是“社区”。在豆包应用中，可以看到“创作”页面，用户可以分享创作案例，但是其他用户仅能一键“做同款”，无法互动。

在当下，AI产品做社区似乎在渐渐成为共识。近期，先后有Kimi测试产品内社区功能，以及OpenAI被传正在测试社交网络，疑似要和马斯克的X展开竞争。其他的AI产品如可灵、即梦、文小言等，也早就将社区融入其中，这些社区要么看起来神似小红书，要么神似抖音（竖屏滑动），转评赞功能俱全。

AI产品盯上社区，背后的逻辑也不难理解——随着时间的推移，产品获客成本升高，而目前用户在不同AI产品间迁移成本很低（包括情感成本），用户黏性又不高。加入社区，是改变这一现状的希望。

豆包也面临同样的难题。

据量子位智库数据，今年2月AI智能助手下载总量超8200万，其中豆包、Kimi、DeepSeek、腾讯元宝占比超过90%。然而，从三日留存率来看，最好的成绩也不过是超过27%。用户平均使用时长超过10分钟的只有百度文小言和天工，其他产品均在5分钟以下。

作为字节在AI领域最重要的产品之一，对手纷纷做社区，豆包为什么不着急？

A

豆包没有AI社区，不代表字节没有。

最有代表性的是即梦。去年12月，“智能涌现”就曾援引知情人士消息称，字节提高了即梦的产品优先级，尝试用新的路径打造“AI时代的抖音”。

即梦的定位正是AI创作工具和社区。“社区”一开始就植入了这款产品的基因里，这并不令人意外。带队的张楠曾创办图片社区“图吧”，“图吧”被字节收购后，张楠进入字节，从0到1推出抖音。即梦相当于她的第三次创业。

如今打开即梦，不论是PC网页，还是手机APP，首先进入的都是发现页，且有数字人、写真、海报、萌宠等多个分区。页面排布类似小红书，有若干内容卡片，显示图片/视频预览、标题以及发布内容的账号名。点击进入帖子，用户可以做同款，也可以直接点赞和评论。

同样内置完整社区的还有字节旗下AI角色扮演产品猫箱。在社区中，用户可以发布自己制作的虚拟剧情，其他人可直接使用和点赞、评论，还可以进入用户主页、关注该用户。

产品众多，各显神通。“下饺子”一般并行推出若干产品，这是字节在移动互联网时代“起家”时的经典战术，也因此，其有“APP工厂”的名号。在AI时代，字节延续了这一战术，快速推出了20余款应用。

而在这种战术背后，是字节内部的赛马机制。

去年十月时，“硅星人”就曾援引内部人士报道，字节内部形成了多轮赛马制。

除了“排头兵”Flow部门，还有其他业务部门如剪映、大力教育、今日头条、火山引擎、巨量引擎等多个业务部门和团队或多或少在AI领域进行探索。其产品要在市场上经受检验，在内部争取资源与人才。“Tech星球”曾报道，Flow部门开放“活水”岗位，吸纳其他业务部门的人员转岗。

在字节全产业链AI布局的框架下，豆包俨然成了字节AI生态的超级连接器，其战略优先级已经明确指向国民级AI助手这一核心定位。

所以，豆包适配的是效率工具场景。例如短视频脚本生成效率提升、企业级智能客服成本降低。这种强工具向的架构，与社区产品所需的用户关系链沉淀、UGC内容分发逻辑不能自然咬合。抖音的推荐算法依赖用户行为数据的长期追踪，而豆包的场景化解决方案更侧重即时任务响应。

B

社区很火，但现阶段还处于产品开发的相对早期阶段。

和豆包形态相近的AI产品中，那些加入社区功能功能的APP中，创作者可以在社区分享作品，其他用户可以转评赞。但是，在该页面略加滚动，就可以看到疑似擦边的内容，prompt（提示词）写得不堪入眼。

在另一个AI产品中，很多创作者的分享下，评论区都有人给自己的社群“打广告”。尤其是在总体互动率并不高的情况下，这样的评论尤其突兀。

从现有的AI产品来看，内置社区往往还比较稚嫩，互动量低，内容质量不稳定。

这也暴露出了AI产品与内容社区相融的困难之处。一方面，AI产品要比拼底层模型能力和产品的能力表现，另一方面，社区偏重运营逻辑，需要一系列的UGC内容审核、活动策划动作，对人力、资源和运营能力都有要求。新一代的AI产品，并不能“降维打击”传统的社区产品。

从外界来看，AI产品做社区/社交似乎已经是一个共识，但现阶段豆包和用户之间并没有形成类似的共识。豆包对用户来说仍然是事件驱动型应用，有需求、打开豆包、解决问题、离开豆包。

AI产品做社区的逻辑不难理解，大家的用户黏性都远低于传统互联网产品，投流、获客、流失、再投流，如此循环。如何沉淀用户，增加用户忠诚度，跳出循环是AI产品竞争的下一个关键。社区是一贴很容易被想起的膏药。

但AI产品究竟要怎么做社区，如何深度融合工具使用、创作与社区分享等场景，还没有人交出令人满意的答卷。大多数AI产品的社区仍然是对传统社交平台的一种复刻，且是减配版复刻。在工具型应用内，这样的社区很难突破用户即用即走的心智。

换言之，社区可能是个好东西，但怎么用仍然在探索中。

豆包走了另一条路，利用字节已有社区吸引更多用户。

如今在抖音内，用户可以直接和豆包对话，这一策略与腾讯不谋而合，其也让元宝作为可添加的好友进入微信。而豆包此举乍看之下是对社交的探索，实际使用后不难发现，在很多功能的请求中，豆包都会引导用户前往APP中体验。

现阶段社交/社区之于豆包，是在第三方平台烧钱投流之后，于内部流量池继续获客的一种手段，而非增加用户黏性的帮手。

C

从字节以往产品发展经历来看，豆包现在没有完整的社区，以后未必不会有。

而且，也不一定是豆包自己去做。

字节的赛马机制下，最终目标是筛选出赢家，赛马并不会一直持续下去。

2021年11月，梁汝波刚刚正式接棒字节CEO，新官上任的第一把火就是“大融合”。字节重塑组织架构，新设立的抖音事业群，将今日头条、西瓜视频、搜索、百科等业务“吞并”。抖音由此正式成为了字节最大的基建。

字节起家于今日头条，公司成立4年之后才推出抖音，同时推出的还有火山小视频。其后，字节还推出了专注中长视频的西瓜视频，和B站一决高下。在一番激烈的市场验证之下，抖音成为了最大的胜出者，并最终成为了那个当之无愧的业务核心。

那是视频APP的激战，如今字节高举高打地加入了AI赛道的激战，同样的赛马机制，未知的结局。

如果将字节目前的AI产品摆在一起：豆包APP、即梦、猫箱、星绘、河马爱学、PicPic、扣子……谁最有希望成为最终吞下其他AI的大象？豆包APP显然有很大的希望。

就在4月23日，“晚点LatePost”曾报道字节AI产品的最新调整。调整发生在AI产品Flow下，其中猫箱的负责人梁琛奇离开字节，猫箱由星绘产品负责人西原（化名）接管，而星绘团队又计划并入豆包。

也就是说，猫箱和星绘，原本都和豆包一样是Flow这个AI核心部门下的产品，但如今在组织架构上，星绘已经被豆包吞下了。

顶着全能型AI应用使命的豆包，未尝没有可能在未来通过吸收字节其他AI产品的创作者生态，实现工具+社区的闭环。

不过，赛马仍在继续，豆包并非一定胜出。即梦并不在Flow部门之下，而是由独立的剪映团队操刀。张楠带队之下，即梦的表现瞩目，仅在APP端日活已经超过了百万。

在去年“智能涌现”关于字节提高即梦优先级的报道中就曾提到，知情人士透露，字节管理层判断AI对话类产品可能只是AI产品的“中间态”，长期更理想的产品形式，大概率需要更视觉化的用户体验、更低的用户使用门槛。

彼时豆包的用户活跃度并不高，每天用户发送消息的轮次仅为5到6次，单次2分钟左右，用户人均使用时长仅为10分钟左右。而字节内部有管理层提出，这可能并不是豆包的问题，而是类似ChatGPT这种基于文本的对话类产品，大概率就不是最理想的产品形态。

如果豆包仍然无法打破这种局面，而这种观点在字节内部成为一种共识，那豆包也有可能会在赛马中“输给”即梦。

是豆包成象，还是被象吞去，还是一个未知数。毕竟抖音最初也不过是一个功能简单的短视频平台，却最终成为融合视频、电商等的大船。

短期看，专注工具化更符合豆包的现实需求，社区并非现阶段的必需品；长期看，豆包也需要找到出路，突破用户黏性难题。随着猫箱、即梦等产品的命运浮沉，这场AI时代的“内部赛马”终将给出答案。

参考资料：

- 1、雪豹财经社：《今日头条10岁了，它会成为下一个QQ么？》
- 2、36氪：《字节内部判断 AI 对话类产品天花板可能不高，提升剪映即梦优先级》
- 3、Tech星球：《揭秘字节AI版图：调集多位高管参战，数款重磅产品内测》
- 4、硅星人Pro：《字节AI为何凶猛：重启App工厂，争抢“豆包”，连模型也要赛马》
- 5、晚点LatePost：《晚点独家 | 字节 AI 产品调整：猫箱负责人离职，星绘并入豆包》

澳洲10官网历史开奖

单双长期最稳公式

澳洲幸运10的经历

澳洲幸运10群实力群

澳洲5分开奖官网开奖

澳洲10在线人工计划

澳洲幸运10官方开奖结果

澳洲5历史开奖号码记录查询

澳10开奖网站

澳洲幸运10最好的公式

免费168飞艇计划网页版

澳洲幸运10计划人工

168飞艇开奖官网开奖结果

澳洲幸运10开奖结果分析数据

幸运飞艇开奖记录

2022澳洲幸运5开奖直播软件

澳洲幸运5计划万位计划

澳洲十免费计划网页版

168极速赛车计划精准人工计划