

视点

中国新闻奖名专栏

大模型探寻盈利新路径



2026中国国际大数据产业博览会举办专业展览,观众在中科曙光展位参观曙光8000十多万卡AI超集群。

新华社记者 李旭伦摄

近日,字节跳动旗下AI助手豆包正式落地费率调整政策,在豆包内成交的酒店订单,按独立渠道单独计费,其中软件服务费11.4%,支付手续费0.6%,综合费率约为12%。在AI大模型算力成本高企的背景下,这一尝试被业内看作AI对话入口开始脱离“导流工具”定位,走上独立商业化前台的标志。

AI流量首次单独计费

事实上,今年3月,豆包已经开始测试酒店预订功能。彼时,豆包仅作为抖音来客平台的“导流工具”,并无独立收益渠道。经由豆包导流的酒店订单,统一按照抖音主站8%的费率进行结算。此次调整后,豆包被正式划为独立的“特定成交渠道”,拥有了专属结算体系。酒店品类综合费率定价12%,这是字节跳动首次对AI对话产生的流量进行独立定价,也是国内AI对话入口商业化探索的关键节点。

国研新经济研究院创始院长、智能经济首席专家朱克力分析,这一举措是对话式AI流量完成独立资产定价的重要尝试,将AI引导形成的交易流量单独核算、单独计价,推动豆包从普通的问答工具,升级为独立的消费决策入口。

12%是什么概念?依据公开信息横向对比来看,目前主流在线旅游平台(OTA)的酒店基础佣金普遍在8%至18%之间,豆包的12%费率处于OTA赛道的中等区间。

记者在多个平台实测了不同档次酒店的价格,经对比,豆包推荐的酒店报价与传统OTA互有高低,也就是说,当前费率调整暂未传导至消费端,新增成本主要由商家承担。

4个百分点的变化,难免给商家带来“提价”的感受,但二者的计费逻辑并不相同。传统OTA平台以及抖音主站普遍采用“基本佣金+广告营销”的收费模式,商家想要获取平台曝光和流量,需额外投入信息流广告、直播推广等营销费用。相较之下,豆包的12%是交易成交后收取的渠道服务费。豆包公关负责人刘星此前公开表示,豆包生活服务业务目前没有付费推广,商家不能通过付费影响AI推荐排序。

在实际运营中,两种计费模式孰优孰劣还不好下结论,对商家而言,更有参考意义的是实际渠道成本和新增订单效果,新增渠道能否换来等值甚至超值的增量订单,才是关键。

据悉,酒店并非豆包本次试点的唯一品类。抖音来客官方通知显示,家居家装、教育培训、休闲娱乐等多个行业也已在豆包进行独立收费,综合费率较抖音主站均有所提升。目前,豆包全品类独立费率体系仍处于试点阶段,后续是否会扩大品类、调整费率,

尚无官方明确时间表。

发掘可行盈利模式

工业和信息化部披露的数据显示,2025年我国人工智能核心产业规模超过1.2万亿元,企业数量超过6200家;截至2025年12月,我国生成式人工智能用户规模已达6.02亿人,普及率提升至42.8%。用户规模与产业体量快速发展的同时,如何跑通商业化,成为全行业共同探索的命题。

摆在行业面前最直接的压力,是居高不下的算力成本。据中金公司测算,2025年国内大模型行业整体亏损超180亿元,2026年亏损规模预计突破200亿元。业内人士称,算力成本始终是厂商最大的支出项,通常占到运营支出的七成以上,用户规模越大,推理消耗带来的成本压力就越突出。

8月20日,阿里巴巴集团发布的2027财年第一季度财报也显示,本季度,千问所属的阿里巴巴AI实验室与应用收入33.38亿元,经调整EBITDA亏损138.61亿元,同比扩大超百亿元。据财报披露,亏损扩大主要源于AI模型能力的持续投入,以及千问App用户规模快速增长带来的推理成本上升,属于业务扩张阶段的战略性投入。

记者梳理行业公开信息发现,从终端收费逻辑来看,现阶段,国内AI大模型的商业化路径大致可以划分为三大类。

第一类是面向企业售卖模型能力,企业按照词元调用量或项目进行收费。数据显示,2026年中国大语言模型收入中,企业级市场收入规模约150亿元,占总市场的90%左右。公开数据显示,智谱AI企业级MaaS(开放平台及API业务)增长迅速,2025年度经常性收入(ARR)达17亿元;阿里巴巴AI云收入近年来保持高速增长,百度GPU云业务同比增速达283%。可以说,面向企业售卖模型能力是目前AI商业化最成熟、收入占比最高的一条路径。

第二类是面向个人售卖增值服务,按周期订阅收费。像豆包、千问等部分国内AI助手已经推出会员分级体系,以豆包为例,其在今年5月正式推出的付费版本,月费区间为68元至500元不等。

如果说企业端是目前AI最成熟的“赚钱机器”,那么面向普通用户的增值服务则是另一番景象:产品不缺用户,但缺乏愿意付费的消费者。据外媒报道,即便是最早开启付费会员模式、用户规模处于全球领先地位的ChatGPT,也仅有5%的使用者愿意为付费会员服务买单。

于是,开辟新的收入渠道,成为一些平台的选择,第三类商业化模式应运而生——撮合交易赚取服务费,按成交效果收费。这正是豆包当前试水的交易分佣模式,既不向普通用户收取会员服务费,也不向企业售卖模

国产开源模型创新活跃

国家级人工智能开源社区汇聚用户

1100余万

国内大模型全球累计下载量

突破100亿次

型能力,而是通过精准的需求匹配促成交易,从最终订单中按比例抽取服务费。

谈及三类模式的计费逻辑差异,朱克力表示,面向个人售卖增值服务需要用户为模型能力提前付费,面向企业售卖模型则为按资源消耗向企业收费,而交易分佣是成交后付费,只有订单真实完成,平台才获取收益,与商家“纯成交付费”的诉求相契合。在参与关系上,前两者是平台与使用者双方关系,交易分佣则形成平台、商家、消费者三方联动,平台还要对接线下履约、售后等服务,业务边界远超单纯的模型输出。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,字节跳动此举不只是为了覆盖算力成本,还可以看作向互联网平台经济模式的回归,依托豆包打通交易全链路,撬动生活服务行业的存量格局,从而进一步扩张商业生态。

商业化之路仍需观察

交易佣金模式对本地服务业数字化与消费提振都具备正向产业价值。但这条商业路径能不能走通,目前仍是未知数。

朱克力表示,对中小商家尤其是精品酒店而言,AI能精准匹配需求,再加上按成交付费的机制,可减少无效营销投入,带来差异化发展空间;从产业层面看,也能倒逼本地服

务业完善线上信息、补齐数字化短板,推动商家打磨产品服务;对消费端来说,AI能够高效筛选匹配供给,降低用户选择成本,释放潜在消费活力。

不过,AI交易分佣这条路要面临的挑战并不少。盘和林认为,这一价值的实现有着明确的前提:平台必须保持推荐中立,不能让佣金高低左右推荐排序。用户希望从与AI的对话中得到客观、中立的决策参考,一旦感知到推荐结果与平台收益挂钩,就容易对AI助手的信息公正性产生怀疑,损耗产品长期积累的用户信任,模式的根基就会被动摇。

而竞争者的跟进速度,可能比想象中更快。该模式复制门槛有限,如果其商业价值得到验证,同行可快速跟进落地,对于平台而言,难以形成长期独家优势,赛道竞争可能迅速进入同质化比拼阶段。朱克力认为,交易分佣的价值上限会受到场景规模、商家接受度、推荐公正性等多重条件约束。

整体而言,AI交易分佣这条新路径还处在早期探索阶段。“只有模型价值转化成实实在在的产业收益,规模化盈利才会真正到来。”朱克力说。

豆包这次在生活服务领域的抽佣试点,更像是一次探路,这一步能走多远,接下来几个季度的订单数据和商家反馈,会比任何判断都更有说服力。

在加快推进农业农村现代化建设、夯实乡村防灾根基、筑牢农业生产风险屏障工作中,韧性农业建设必不可少。今夏,黑龙江多地出现洪灾险情,作为我国粮食产量第一大省,黑龙江坚决守牢农田防护关键防线,以精准高效的气象水文预警、农田应急排涝举措,极大减轻洪灾对田间作物的冲击,这也印证发展韧性农业对保障粮食安全的重要作用。

韧性农业是具备更强抗打击能力和自我恢复能力的农业模式。《加快农业农村现代化“十五五”规划》作出全面加强农业防灾减灾救灾能力的部署,并明确提出发展韧性农业,提高气象、水文、地质灾害监测预报预警精准度。当前,全球气候环境不断变化,灾害风险提高,面对极端灾害时,农业系统提前防范、承压抵御、灾后快速修复等韧性表现十分关键,韧性强的农业系统可有效抵御风险冲击,尽快恢复生产。

眼下推进韧性农业,灾害监测预警等环节仍需持续改进。比如,部分偏远村落、低洼农田的监测点位布设稀疏,小型沟渠、山地地块水文数据采集滞后。此外,针对复合型旱涝灾害的研判经验不足,预警精细化、分区化程度有待提升。针对以上薄弱环节,应综合施策,系统性补齐短板。

筑牢韧性根基。应持续推进涝区治理、田间沟渠疏通改造,升级田间排涝管网,改造老旧灌溉排涝设备。如对于常年容易积水的低洼耕地,可优化田块规划,深耕松土打破犁底层,提升土壤渗水排水性能。还可结合积温带变动趋势科学划分种植区域,因地制宜选育耐涝、抗倒伏的优良粮食品种,从源头增强农作物本身的抗逆能力,做到硬件基建和良种选育双向发力。

健全运行体系。应注重健全灾前防范、灾中处置、灾后补救的全链条应急机制,为韧性农业建立起运行体系。如汛期来临前下乡排查田间隐患,指导农户提前清理排水沟渠;暴雨来袭之时实行分片值守,动用抽水设备抢排田间积水;汛情结束之后快速开展中耕松土、追肥壮苗、病害防控,及时落实补种改种方案,最大限度挽回汛情造成的收成损失。

优化保障措施。应依托政策保障与农业保险,如地方财政资金向农田防灾基建、智慧监测设备适度倾斜,优化涉农金融服务,为受灾农户提供低息救灾贷款。还可扩大洪涝灾害农业保险覆盖范围,优化查勘定损流程、加快赔付进度,分摊极端天气带来的经营风险等。

筑牢韧性农业防线是发展现代农业的有效之举,必须具备主动迎战汛期各类风险、守好各地良田的能力,方能从容应对极端天气考验,稳稳扛起保障国家粮食安全的重大使命。

本版编辑 辛自强 美编 吴迪
来稿邮箱 jrbgz@163.com

新版期货公司监督管理办法发布——

聚焦主责主业强监管防风险

本报记者 马春阳

□ 进一步完善了期货公司监管的主要制度规则,对于强化期货公司监督管理、规范期货公司行为、防范期货公司风险、保护客户合法权益、维护社会公共利益具有重要作用。

□ 不仅要求期货公司强化股东股权穿透管理、境内外子公司管控、细化业务监管标准等,还明确把外部接入系统纳入监管范围,强调信息技术系统安全与客户终端信息管理。

易),并在此基础上具体完善了期货公司设立变更、业务准入等方面的规范要求。

为什么要业务分层?罗旭峰认为,做市、衍生品是重资本业务,业务开展需要资本支持,风险也要靠资本来抵御。《办法》对期货公司业务实施分类管理,配套差异化资本与净资产门槛,不是简单提高门槛,而是把业务复杂度、风险外溢程度和资本实力挂钩,做什么业务就要有匹配的资本实力和风控能力。

同时,《办法》还强化对期货公司股东、实际控制人的监管,强化股东的说明、报告等义务,提升期货公司股权透明度。例如,《办法》明确同一主体对期货公司“一参一控”的要求,即同一主体持有和实际控制百分之五以上股权的期货公司数量不得超过2家,其中实际控制的期货公司数量不得超过1家,国家另有规定的情形除外。对此,罗旭峰认为,强化股东监管有利于从源头堵住风险传导的通道。资本从哪里来、公司被谁控制,决定了风险的底层来源。股东出了问题,风险可能向公司传导,最终影响客户资产安全 and 市场稳定,股东净

资产门槛、负面清单和“一参一控”要求,是把不合格的主体挡在门外,让真正有实力、有责任能力的股东进入行业。

此外,《办法》加强了对期货公司子公司和分支机构的监管,完善了期货公司的公司治理和内部控制。“从发展导向看,《办法》有助于厘清业务边界,促进解决母公司做通道、子公司做业务的现实问题。”胡军表示,在过去,期货公司主要通过设立风险管理子公司开展场外衍生品、做市业务等,但子公司属于非持牌机构,这在一定程度上造成了责任不清等问题。而这次修订则明确相关业务回归至期货公司,进一步划清经营权属与责任分配,并纳入行政监管范围。

“从监管长效看,《办法》强调在守住合规底线的基础上实现高质量发展。不仅要求期货公司强化股东股权穿透管理、境内外子公司管控、细化业务监管标准等,还明确把外部接入系统纳入监管范围,强调信息技术系统安全与客户终端信息管理,将有效强化期货公司全过程监管、防范期货公司各类风险,切实保护客户合法权益。”胡军说。



9月16日,安徽省内首座数智化动车运用所——合肥动车运用所正式启用,工作人员在对动车组进行试检修。合肥动车运用所建成启用后,对增强运输组织灵活性,加快合肥都市圈建设、促进沿线经济社会发展等具有重要意义。

方东旭摄(中经视觉)