

---

[首页](#)

[推荐](#)

— [亚运会](#)

[关注](#)

---

---

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

---

---

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

---

---

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

---

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

---

## 投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

---

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

---

---

- 观看历史



















---

0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

---

举报

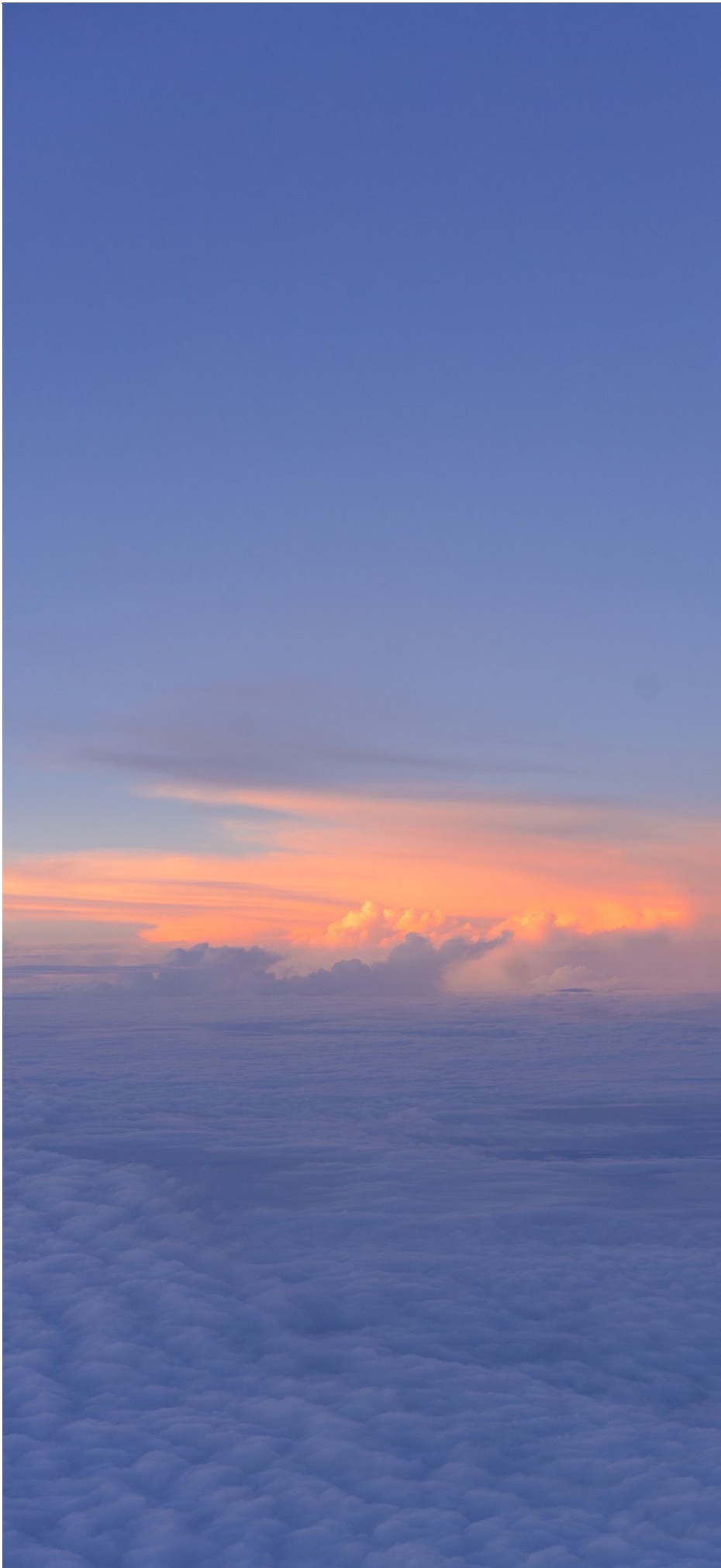
发布时间：20260403 23:47:41

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

---



粉丝 57 获赞 1

关注

本文来自微信公众号：AIGC 从 0 到 1，作者：王零壹，题图来自：视觉中国从 2023 年开始，我就在试图搞清楚一件事：AI 之间的竞争，究竟按什么逻辑展开？前面几篇文章有读者反馈，说我喜欢用宏观大词，没有行动价值，尤其是这篇开年重磅万字长文范式复盘：我们身在 AI 奇点之中。其实，范式就是共识信念，范性是微观特性，而我层层拆解、想搞清楚的是范式下面的范性——这一轮 AI 竞争里，有几个特性和以往所有商业竞争都不一样，正是这些范性，将决定谁赢、谁死、谁在不知不觉中变成别人的工具。《前文 Agent 竞争推演：谁会赢，谁会死，按什么逻辑（万字慎点）》描绘了整体轮廓：三个竞争层面，四个演化阶段。但有一块地图只画了边界，没有走进去——垂直 Agent 之间，彼此如何竞争？春节后大家都在加速研发出品，但没有人回答那个所有从业者最在意、最焦虑、每天都在面对的问题：我和同赛道的对手，到底在争什么？争的逻辑是什么？我现在的每一步，是在赢还是在输？当我真正把这个问题拆开——意图的结构、任务的边界、数据飞轮的倾斜时机、上下文积累的本质——我有一种后背发凉的感觉。因为范性的不同，可能有些创造者，正在一个错误的战场上打一场错误的仗。他们以为在打功能战，其实战场是意图层。他们以为在比模型质量，其实决胜点是数据积累速度。他们以为竞争对手是同行业的同类产品，其实真正的对手可能来自完全不同的领域——而真正的盟友，可能正在变成威胁。

01 你以为在打功能战，其实战场是意图层打一场战的第一步是，找到主战场在哪？这像是一句正确的废话，却是最难的第一性原理。用户说 "我想让公司增长"。有人要把这句话翻译成：搜索这 10 家公司、起草这 3 封邮件、安排这 2 个会议。谁做这个翻译，谁就决定了下游所有工具的调用权。这就是意图层。a16z 把它称为 "AI 时代最有价值的地产"——因为控制意图翻译，就等于控制了用户钱包到具体行动之间的所有路径。但意图本身，比大多数人想象的复杂。Stanford HAI 的研究指出，用户意图不是线性的，而是图状的：主意图：用户说出来的目标隐含意图：没说出来但默认存在的 ("别搞坏我现有的系统") 冲突意图：互相权衡的目标 (速度 vs 质量) 演化意图：随着用户学习而不断改变的目标能建模完整意图图谱的 Agent，和只执行表面那句话的 Agent，服务的根本不是同一件事。前者在积累理解，后者在消耗机会。Google DeepMind 的研究进一步指出：意图边界不是语义的，是情境的。"帮我查一下这个药的副作用"——从医生嘴里说出来和从病人嘴里说出来，是完全不同的意图。用 "医疗 AI"、"法律 AI" 这样的语义标签切割市场，会不断遇到边界失效的情况。Microsoft Research 的结论最直接：意图分解是个性化问题，不是 NLP 问题。用户几乎从不在任务层表达意图，他们在目标层表达。Agent 必须从 "我想让公司增长" 推断出 "现在应该做哪个具体任务"——这个推断能力，依赖的是对这个特定用户的深度理解，不是通用模型能力。所以意图层的竞争，本质上是一场理解深度的竞争，不是功能竞争。大多数垂直 Agent 延续了模型层的打法——我比你多一个功能，我的模型比你准一点——在意图层的竞争逻辑面前，几乎没有意义。意图的拓扑结构图 (Topological Map of Intention) 02 你以为竞争对手是同行，其实竞争单位是任务在

现实地图中要争夺的是山川河流、城池堡垒，在意图层战场的竞争单位是什么呢？我想，这个问题虽然抽象，但极其关键！"法律 AI" 不是一个市场。看看法律 AI 赛道真实发生的事：Harvey 做通用法律，Ironclad 做合同管理，EvenUp 做人身伤害案件，Casetext 做法律检索（最终被 Thomson Reuters 以 6.5 亿美元收购）。他们都叫"法律 AI"，但他们服务完全不同的用户、完全不同的工作场景、完全不同的成功标准。他们之间的竞争，远比表面看起来少得多。真正的竞争单位，是任务。First Round 和 Reforge 的研究给出了任务的完整定义，需要四个要素：触发情境：什么情况下用户需要这个期望结果：用户想要什么约束条件：用户在什么限制下操作成功标准：用户怎么判断成功用这个框架，"帮创业公司 CEO 在 30 分钟内完成合同风险判断"和"帮大所律师完成并购案的诉讼文书研究"，是两个完全不同的任务，两个完全不同的市场。这个认知有两个让人后背发凉的推论：第一，同一行业的两个产品可能根本不竞争。如果任务定义不同，用户不同，数据不同，成功标准不同，竞争就不存在。你花大量精力盯着的"同行"，可能根本不是你的对手。第二，不同行业的两个产品可能直接竞争。一个法律合规 Agent 和一个金融合规 Agent，如果都在服务同一家企业合规总监处理跨领域问题，他们就在争夺同一个用户的同一个判断权。你从未注意过的"外行"，可能正在抢你的核心用户。a16z 进一步指出了任务层在整个意图层级里的战略位置：目标层("我想让公司增长")：市场最大，但直接面对 OpenAI 和 Anthropic 任务层("帮我找 10 个潜在客户")：垂直 Agent 的甜蜜区——足够具体可以执行，足够宽泛可以有规模步骤层("在 LinkedIn 搜索 XX")：市场最小，但高度可防守但任务层有一个持续的威胁：任务层和步骤层之间的边界，会随着模型能力提升而不断下移。今天需要你做的任务层工作，明天可能被模型原生能力降维到步骤层，然后被工具化、商品化。任务层的玩家，必须持续向上移动，更深地理解用户的目标层意图，才能保持价值。03 你以为在比模型，其实在比数据积累速度有了竞争单元，那比的是什么呢？数据、数据、还是数据！Bessemer Venture Partners 对垂直 agent 市场的研究，给出了一个清晰的竞争阶段图。第一阶段(0~12 个月)：功能平权期所有玩家功能差异不大，竞争靠营销和价格。这个阶段的领先没有实质意义。今天的第一名，明天可能被一个功能相近但营销更好的对手超过。第二阶段(12~24 个月)：数据分化期这是真正的关键窗口。有真实客户数据的玩家开始拉开差距。数据飞轮开始转动：更多真实场景数据 更好的产品质量 更多用户 更多数据。这个飞轮一旦转起来，跟随者很难追上。第三阶段(18~36 个月)：格局固化期头部玩家建立了难以逾越的数据壁垒。后来者只有两条路：去更细分的子赛道，或者退出。NFX 的研究给出了市场倾斜的具体条件：当领先者积累了 3~5 倍于第二名的训练数据时，市场开始倾斜。在大多数垂直市场，这个倾斜点发生在第一个严肃玩家进入后的 18 个月左右。竞争的本质不是模型质量，是数据积累速度。因为大家都在用同样的基础模型，模型质量的差异会越来越小。真正的差异来自两个地方：你有没有这个领域的专有数据，你的工作流嵌入有多深。这意味着：现在在很多垂直 Agent 在做的事——优化模型调用、打磨产品体验、做功能迭代——在竞争逻辑上是次要的。最重要的事，是以最快的速度积累最多的真实场景数据，在那 18 个月的窗口期里建立 3~5 倍的数据优势。窗口期关闭之后，再努力也很难改变格局。04 颗粒度：你能吃多大的任务颗粒度的选择，本质是意图层级的选择——你决定在哪个位置建立根据地？往上走的诱惑很真实：任务层的玩家都想往目标层移动，因为目标层市场更大、粘性更强、切换成本更高。但往上走有一个致命陷阱：目标层需要的不是更多功能，而是更深的上下文积累。没有在任务层建立足够的信任和数据，直接声称自己在目标层，是空的。用户不会因为你声称"我是你的全能工作 Agent"就把高层判断权交给你。判断权是一层一层往上交的，每一层都需要用实际的任务完成质量来换取。往下走同样有陷阱：步骤层看起来安全，做工具和 API，被其他 Agent 调用。但步骤层的边界会随模型能力提升而移动。今天的步骤层工作，明天可能被模型原生能力直接覆盖。平衡点只有一个：你的真实服务能力能匹配的那一层。量力而行，战略清醒。还有一个更精细的判断工具——生态位的四个维度：功能生态位：你解决什么任务用户生态位：你服务谁数据生态位：你积累什么专有数据关系生态位：你在用户工作流的哪个位置(上游/核心/下游)两个 Agent 在这四个维度上高度重叠，就会发生激烈竞争。有足够差异，就可以共存。这个框架比"同一垂直"或"不同垂直"的判断精确得多——它告诉你竞争的真实烈度，而不只是表面的行业标签。05 移动速度：从任务层打到目标层如何在战场上穿插？有万里长征、有志愿军战术穿插、也有 2023 年用 8 万发炮弹打一个目标的饱和进攻战例。移动的条件有三个层次：细分任务的服务质量 能高质量完成单个任务，建立基础信任。这是起点，没有这个，后面都是空的。细分任务的连贯性 多个相关任务组成完整的工作流，用户开始依赖你处理一整个目标，而不只是单个任务。这是从任务

层向目标层移动的关键跨越。细分任务的领域代表性 你完成的任务越能代表这个领域的核心工作，目标层的意图就越向你聚拢。做边缘任务积累不了意图层的认知，做核心任务才能。移动的本质是：让用户在某个领域里，把越来越高层的判断权交给你。这个过程不能跳级。速度是每一步的质量和连贯性共同决定的。一个在核心任务上持续高质量交付的 Agent，比一个功能很多但每个都做得一般的 Agent，移动速度快得多。06 护城河：上下文积累，行为不是功能有进攻必然有防御，别的一部分在《别 FOMO 了，AI 真正护城河不是技术，是...》介绍过了，这里只说上下文积累。三种上下文，层层叠加：个人上下文：用户的偏好、习惯、沟通风格、风险边界组织上下文：公司流程、团队动态、历史决策模式领域上下文：行业知识、监管规则、最佳实践这三层上下文随着服务时间增长而加厚。用户迁移的成本，不是“我要把数据导出来”，而是“我要重新让一个新 Agent 理解我的这一切”。这个成本会随使用时间指数级增长。但这里有一个来自移动互联网时代的重要警告。Benedict Evans 的研究梳理了移动时代的生存规律：活下来的是拥有“行为”的 App——Uber 拥有叫车行为，Instagram 拥有美照分享行为，Waze 拥有社区驱动实时路况；死掉的是只提供“功能”的 App——天气、手电筒、计算器，全部被系统原生功能杀死。Waze 的案例尤其值得深思。导航功能被 Google Maps 和 Apple Maps 原生化了，但 Waze 活下来了，因为它拥有的不是导航功能，而是“司机社区共同维护实时路况”这个行为——这个行为，平台没法原生化。结论：护城河要建在“行为”上，不是“功能”上。功能可以被复制，可以被原生化，可以被更好的模型覆盖。行为——用户在你这里形成的使用习惯、工作流依赖、判断委托——才是真正难以迁移的资产。还有一个威胁需要正视：如果意图本身发生了迁移——用户的需求升维了，你还在原来那一层——护城河就变成了围墙。上下文积累是壁垒，但它同时也是惰性。最危险的时刻，是你的用户已经开始需要目标层的服务，而你还在用任务层的逻辑服务他们。数据护城河的“地层”剖面 (Stratigraphic Profile of the Data Moat) 07 生态里谁是朋友，谁是对手毛选《中国社会各阶级的分析》写道：“谁是我们的敌人？谁是我们的朋友？这个问题是革命的首要问题。中国过去一切革命斗争成效甚少，其基本原因就是因为他们不能团结真正的朋友，以攻击真正的敌人。”在新的范性中，朋友和对手要重新划分。用 Brandenburger 和 Nal

## WhatsApp 网页版：无捆绑软件聊天，轻松实现跨平台沟通

随着互联网技术的飞速发展，移动通讯工具已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分。WhatsApp 作为全球最受欢迎的即时通讯软件之一，其便捷的聊天功能和强大的社交属性深受用户喜爱。然而，对于一些用户来说，频繁地在手机和电脑之间切换使用 WhatsApp，无疑增加了沟通的复杂性。为了解决这一问题，WhatsApp 网页版应运而生，它让用户无需安装任何捆绑软件，即可在电脑上实现无捆绑软件聊天，轻松实现跨平台沟通。WhatsApp 网页版是 WhatsApp 官方推出的一个功能，用户只需在电脑浏览器中输入网页版网址，即可登录自己的 WhatsApp 账号，实现与手机端同步的聊天功能。这一功能的推出，极大地丰富了 WhatsApp 的使用场景，让用户在电脑上也能享受到便捷的通讯体验。首先，WhatsApp 网页版无需安装任何捆绑软件，用户只需打开电脑浏览器，即可登录自己的 WhatsApp 账号。相较于手机端，电脑端拥有更大的屏幕和更丰富的功能，使得

---

聊天体验更加舒适。此外，电脑端还支持多窗口操作，用户可以同时查看多个聊天窗口，提高沟通效率。其次，WhatsApp网页版与手机端同步，用户在手机端收到的消息、电话和视频通话，都会在电脑端同步显示。这意味着用户无需在手机和电脑之间来回切换，即可实现无缝沟通。这对于经常使用电脑办公的用户来说，无疑是一个极大的便利。此外，WhatsApp网页版还支持文件传输功能。用户可以在电脑端直接发送图片、视频、音频等多种文件，无需在手机和电脑之间进行转换。这对于需要分享大量文件的用户来说，无疑是一个福音。当然，WhatsApp网页版也有一些局限性。首先，网页版仅支持Chrome、Firefox、Safari和Edge等主流浏览器，不支持其他浏览器。其次，网页版无法进行视频通话，仅支持语音通话和文字聊天。最后，网页版无法接收手机短信，这意味着无法接收验证码等信息。尽管如此，WhatsApp网页版仍然是一款非常实用的工具。它让用户无需安装任何捆绑软件，即可在电脑上实现无捆绑软件聊天，轻松实现跨平台沟通。以下是使用WhatsApp网页版的一些步骤：

1. 打开电脑浏览器，输入WhatsApp网页版网址：web.whatsapp.com。
  2. 使用手机打开WhatsApp，点击右上角的三个点，选择“WhatsApp Web”。
  3. 扫描电脑屏幕上的二维码，即可登录电脑端的WhatsApp。
  4. 登录成功后，即可在电脑上查看和回复消息、电话和视频通话。
- 总之，WhatsApp网页版是一款非常实用的工具，它让用户无需安装任何捆绑软件，即可在电脑上实现无捆绑软件聊天，轻松实现跨平台沟通。对于需要频繁使用电脑办公的用户来说，WhatsApp网页版无疑是一个不错的选择。

TA的作品

[更多作品](#)



---

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

---

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商 《网红三肖必中特查询》](#) | [《内部澳门内部资料资料大全公式》](#) |  
[《内部特码必中必中公式图解》](#) | [《资料三期必开免费资料结果》](#) |  
[《官方一码必中预测公开开奖》](#) | [《资料三肖必中特全网独家大全网》](#) |  
[《免费免费资料高手专用导航》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |  
算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |  
网络内容从业人员违法违规举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

| [京B2-20170846](#)

| [网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#) |

| 互联网宗教信息服务许可证 京（2022）000057