

---

[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 20:32:05

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

OpenAI 于 2 月推出 ChatGPT 广告测试，但这场备受期待的商业化尝试正遭遇一个“仓促”且“混乱”的开局。据追风交易台，2 月 23 日，UBS（瑞银）发布《ChatGPT 广告专家电话会议纪要》，一位掌握约 8 亿美元数字广告预算的专家直言，ChatGPT 广告体验“比 Google、Meta 甚至 Snapchat 的早期还要糟糕”。尽管市场寄望 ChatGPT 广告能撼动 Google 搜索的统治地位，但目前广告预算仅来自厂商的测试性支出（占总预算不到 10%），对 Google 尚无任何影响。当前 20 万美金的最低参与门槛、混乱的用户体验和不理想的投资回报率，意味着 ChatGPT 广告的商业化之路还很漫长。

高门槛准入：只为大玩家开放 OpenAI 为 ChatGPT 广告设置了 20 万美金的最低支出承诺，这实际上将参与者限定在月预算 1000 万美元以上的大型广告主。测试从 2 月开始，持续时间尚未确定。尽管门槛高企，市场参与热情不低。该专家观察到广泛的垂直行业采用——家具零售商、汽车、订阅制消费品、奢侈品、B2B 和食品行业均有参与。广告主可以自主选择想要测试的广告格式。

四种广告格式：从品牌曝光到闭环交易 ChatGPT 目前提供四种广告格式，但专家预计未来可能扩展至 15-20 种：赞助推荐广告作为品牌广告的主力，将品牌文本插入到用户查询的自然回复中，按 CPM（每千次展示成本）定价，目前平均价格约为 60 美元。轮播广告用户可以滚动浏览多张图片，每张图片可点击跳转至特定产品。但功能仍显稚嫩，每张图片仅链接一个 SKU，所有图片都跳转至商家网站的同一落地页。相比 Google 和 Meta 还有很多不足。伴随展示广告出现在聊天文本侧边，是赞助推荐广告的展示版本。专家指出，广告主可以直接复用现有创意素材，降低了采用门槛。这一格式被定位为品牌广告，成功标准是提升认知度与引导流量的组合。原生内容购物车广告可能是最接近“智能体广告”的形式。用户点击产品后，无需跳转至卖家网站，而是在 ChatGPT 内完成产品详情查看和结账。这一格式按 GMV（商品交易总额）百分比收费。但这种闭环交易模式也引发了争议。专家指出，该格式适合大宗商品化产品，高端品牌可能犹豫不决，他们失去了向用户追加销售的机会、无法通过官网强化品牌形象，也无法收集用户信息进行再营销。

预算与回报：理想与现实的落差目前 ChatGPT 广告预算完全来自广告主的测试性预算，对 Google 搜索预算尚无任何影响。专家指出，品牌类广告预算通常设有上限，未来或从其他渠道转移预算而来；但效果类预算（如果 ChatGPT 能持续证明广告支出回报率的改善）则可能是增量预算。广告表现方面，数据喜忧参半。ChatGPT 广告产生了“良好的点击率”，但广告支出回报率表现不一，且数据量有限、样本量小，难以得出确切结论。定价方面，60 美元的 CPM 明显高于社交媒体和流媒体广告。但专家认为不应与这些渠道对比，而应对标 Google 搜索。按照 Google 搜索广告每次点击 2 美元、每千次点击产生 200 次转化计算，每次转化成本为 40 美元。相比之下，ChatGPT 的 60 美元 CPM 并不算贵。但问题在于转化率。赞助推荐广告的平均转化率低于 0.5%，意味着每次点击成本约为 12

美元。基于此，专家认为广告支出回报率必须改善，才能保持商业可行性。混乱的现状：比早期的 Google 和 Meta 更糟专家毫不客气地描述当前 ChatGPT 广告体验为“仓促”和“混乱”，甚至“比 Google、Meta 乃至 Snapchat 的早期体验更差”。核心问题包括：缺乏性能数据使广告主难以衡量和优化广告单元，专家预计这将是 ChatGPT 优先解决的问题。没有 CRM 集成意味着广告显示的是静态信息——即使特定产品缺货或无货，广告仍会继续展示。完全手动操作是最大的痛点。Google 和 Meta 已提供自动化产品来辅助创意制作、选择和投放，但 ChatGPT 广告主目前必须手动选择所有内容。专家认为 OpenAI 的生成式 AI 和智能体能力本应轻松解决这一问题。竞价机制有限也是一大缺陷。目前如果两个广告主竞价同一广告位，OpenAI 只会展示相关性更高的广告。相比之下，Google 采用价格和相关性的双重标准来决定广告展示。广告投放和定向问题也很突出——在某些情况下，ChatGPT 向用户展示了不相关的广告。专家推测这可能是因为 ChatGPT 目前使用关键词定向，而非 LLM 能力来判断广告与内容的适配性。专家认为这应该是一个“快速修复”的问题。展望：6-12 个月或迎转机尽管当前问题重重，专家仍预计在未来 6-12 个月内，ChatGPT 将会是一个更具可扩展性的广告平台。届时最低支出门槛也有望下降，允许更多广告主参与测试。但对于投资者而言，核心问题依然是：ChatGPT 广告何时能真正开始蚕食 Google 搜索的市场份额？当前的混乱开局和不尽如人意的回报率表明，这一天的到来可能比市场预期的更晚。

## WhatsApp网页版：无广告免费聊，扫码登录直达，轻松畅享沟通新体验

随着互联网的快速发展，人们对于沟通的需求日益增长。WhatsApp 作为一款全球知名的即时通讯应用，其便捷的聊天功能和强大的社交属性受到了广大用户的喜爱。而如今，WhatsApp 网页版正式上线，用户无需下载安装，只需扫码登录，即可无广告免费畅聊，让沟通变得更加简单快捷。WhatsApp 网页版是 WhatsApp 官方推出的全新功能，旨在为用户提供更加便捷的沟通体验。相较于手机 APP，WhatsApp 网页版具有以下优势：1. 无广告干扰：在 WhatsApp 网页版中，用户无需忍受广告的打扰，可以专注于与亲朋好友的交流。这对于追求纯净聊天体验的用户来说，无疑是一个巨大的福音。2. 免费畅聊：WhatsApp 网页版免费使用，用户无需支付任何费用即可享受无限制的聊天服务。这对于广大用户来说，无疑降低了沟通成本，让沟通变得更加轻松。3. 扫码登录直达：使用 WhatsApp 网页版，用户只需扫描手机 APP 上的二维码，即可快速登录网页版。无需繁琐的注册流程，让用户节省了时间和精力。4. 跨平台使用：WhatsApp 网页版支持多平台登录，用户可以在电脑、平板等设备上随时随地登录使用。这使得用户在办公、学习等场景下，也能轻松与好友保持联系。5. 功能丰富：WhatsApp 网页版保留了手机 APP 的所有功能，包括发送文字、语音、图片、视频等，同时支持群聊、朋友圈等功能。

---

。用户可以享受到与手机APP相同的沟通体验。

使用WhatsApp网页版，只需以下步骤：1.

打开电脑浏览器，访问WhatsApp网页版官网。2. 打开手机上的WhatsApp应用，点击右上角的“三横线”图标，选择“网页版”。3.

扫描手机屏幕上的二维码，即可登录网页版。4.

登录成功后，即可在电脑上与好友进行聊天。WhatsApp网页版的推出，无疑为用户带来了更加便捷的沟通体验。在无广告干扰、免费畅聊、扫码登录直达等优势的支持下，WhatsApp网页版必将成为广大用户的新宠。让我们共同期待，WhatsApp网页版为我们的生活带来更多惊喜。

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](#) | [《网红三肖必中特必中公式导航》](#) | [《免费三肖必中特精准推荐查询》](#) | [《网红必中三肖资料大全入口》](#) | [《新版平特一肖精准推荐》](#) | [《精选特码预测精准推荐下载》](#) | [《新版官方资料大全公式规律》](#) | [《长期免费资料大全资料大全大全网》](#)

[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

[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）0000057