
[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：20260402 16:48:26

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

又到一年的除夕，每年的祝福说辞跟着生肖变来变去今年是“马上有财”“马上有福”但在祝福中不变的，还得是准时吃完晚饭就开始的看春晚除了小品和唯美的传统歌舞真叫卢俊编辑部，每年都会认真看一个部分：广告其精彩程度真的一点不比表演低作为全球收视率最高的节目，春晚的每一秒都是天价每一秒背后都是一个行业力争上游后的佼佼者今年看这些广告说实话，还真有种看老熟人上台的感觉几乎全部都在过去的一年结结实实地闯入大家的生活看春晚广告，说白了，就是看：过去一年哪些品牌成为了生活的必不可少，在未来一年还有可能成为的重中之重而要说哪个广告位最夯？一定是20点春晚开始前打头阵的广告位01这个广告位上，依旧酒品占大头还是那几位老面孔，但故事不一样了开场前我做个小预测：今年的酒类广告应该还能维持到1/3不出意料，酒类依旧在春晚倒计时广告组，这个最具仪式感的广告时刻，占了多数最重要的是，哪些酒能站前排？看完结论：稳住了前三，但内里在变古井贡酒直接打了广告组开局，后续又一直频繁出现酒类广告在整个节目中置入密度真是非一般的高看着饭桌上还没撤掉的古20，也算是一种联动了五粮液紧随其后，作为每年团圆饭基本必上桌的酒，今年依旧高调汾酒也是依旧带着那熟悉的青花瓷瓶子，那种小清新的感觉，在一众浓香酱香里反而成了辨识度要说稳，还得是梦之蓝压轴出场，熟悉的声音，熟悉的味道——“梦之蓝为您报时”好奇一查好家伙，已经连续7年了白酒的战场，早就不是酒桌那么简单是交际的品牌，是对国人重要场合面子的话语权的争夺就算没有争到开头广告，中间也得试试说的就是劲酒但有一个细节值得注意：茅台今年罕见地没出现在广告主名单里说没实力，那整个市场也不会同意更有可能得是：策略变了当老二老三们在春晚猛攻心智占有率的时候，老大有在干嘛？可能在忙国际化，可能在忙年轻化，也可能只是觉得——不需要了这就是头部和非头部的区别春晚还真是个放大器，放大生活需求，又不直接定夺说到是生活需求，今年的智能生活依靠着AI的发展算是迎来春天这类广告更是穿插在整个春晚中意料之中，又没想到能表达得这么接地气开头预告广告，格力的空调被放到后面，先播放的就是智能家居过去一年看盘过程中，虽然也感觉到越来越多的好房子都在强调智能家的概念但总觉得那是开发商的事，是新房的机会但在春晚大面积的播放智能家居的时候，真有点坐不住了有种感觉：智能家居很快将会从可选项成为必选项真正让我“破防”的是追觅的广告黄渤那个狡黠的目光，对智能生活的那种欣喜感觉就像是还了当年的愿望——要求不高，但是对生活充满希望的样子看完那一刻的想法特别朴素：这智能家电不能等了，尽快安排早买早享受追觅的密度也非常密就连魔术表演也放在了厨房背景，后面一水的追觅具体到产品，还能买谁家？MOVA

在打广告这块是真厉害小品家居环境里，直接一个印象链接——MOVA

跟那对联横批一样在正中间，左右两侧还能加上具体的产品机器看着都忍不住想去B站看测评，看看这扫地机器人到底能赢在哪衣食住行，除了住，今年智能驾驶依旧上榜问界从去年到今年，依旧稳稳展示智能生活但明显能感觉到，新能源车的热度确实相对下降了不是车不好，是这个赛道已经从“有没有”进入“好不好”的阶段观众的兴奋点自然会转移车的赛道走向了跟生活的融合03知道大家很急，但先别急有个行业怎么可能不说今年的行业爆发，就是AI早在春晚之前，火山引擎和豆包就锁定了春晚的位置只是...没想到锁地这么紧去年的deepseek

点燃了所有人对 AI 的激情短短一年，生活就像打了思想钢印一样——没有 AI 的生活、没有大模型的生活，就不是当代生活豆包将 " 技术到生活运用 " 这个转移，算是运用到了极致先是展示豆包对人生活的助理印象，然后中间不停展示豆包的总结功能细下一想，何止成年人，3 岁不到的小侄子已经把豆包当作好朋友，时不时就去聊聊还记得最近新出的豆包 Seedance 2.0 给人的震撼吗？视频创作能变得这么简单从技术层面看，豆包正在从被动问答转向能自主完成复杂任务的 AI Agent，实现全感官多模态深度融合行业定制、端云协同、软硬一体，让 AI 在更多设备和场景中自然落地同时兼顾易用性、安全合规与商业化，打造稳定可持续的 AI 生态这些术语落到短片，那是真厉害沈腾那懵又机灵的劲，跟豆包也太配了随着不断深入到日常生活中，都不敢想以后豆包还能做出多少事同时，有些玩法依旧在延续——线上线下的互动感就算之前没在手机上安装豆包的家人，为了今晚的抢红包也下载了豆包这个玩法不新鲜，但属实是好用之前的支付宝、阿里巴巴、快手都靠这一招，一晚高速增长用户正常的底端配合也是随时随地豆包上看到一半，满脑子想知道豆包能憋出什么解释来要说真厉害，豆包后面的大模型火山引擎必须得有个位置近两月火山引擎以大模型升级 + 春晚标杆落地为双引擎，实现技术、调用量、营收、客户四重爆发，坐稳国内 AI 云龙头春晚的广告就不止是广告，根本就是行业格局的公示 AI 都说了，机器人必须也不能落下增量一定是最值得关注的部分去年还只是一个宇树，扭个秧歌还有颤颤巍巍今年机器人是全方位的上桌宇树科技（人形机器人）、银河通用（具身大模型）、魔法原子等也借位晋升一开头都没在预告广告里出现，但是凭借跟生活可能有的多处链接直接参与各个形式的表演小品上，蔡明从扮演机器人到了多个机器人孙子，还有替身怎么不算是一场穿越周期的 call back 歌舞上，今年武术表演、腾云驾雾、后空翻，都好太多要说机器人肯定大批量出现在春晚在播放之前就已经没有任何的疑问了开盒之后，震惊我的还得是机器人干啥都行的感觉去年如果说 AI 第一次亮相是 " 时代的信号 " 今年机器人扎堆就是 " 时代的轰鸣 " 05 网络上有个段子说，除了本来就喜欢看春晚的人，现在还有一类人喜欢看：股民直接给春晚展示绩优股的能力盖章要说前面那些优势行业有目共睹，那接下来的，真的服今年的春晚广告，最不能忽视的就是一股隐性的年轻力量小红书、B 站、抖音——这些年轻人精神世界聚集地，都在成为真正的春晚推广主力它们是一个接口，让更多年轻人去看春晚也让一些之前可能被视为非主流的社交平台有了被正视的机会这就是当下、未来都没有办法逃脱的生活环境这就是互联网的升级这些打广告的方式也是见缝插针但是主打一个场外的金牌合作方就算相应的品牌没有登上预告广告，但开始出现，就说明一个问题年轻人喜欢的那些东西，其情绪价值被正式盖章对，名创优品从商场负一层走向了春晚堪称情绪价值被高度重视的社会舆论里程碑以前我们觉得潮玩是小众的、圈层的、年轻人的但当它出现在春晚这种全民舞台上，意味着一件事：情绪消费，已经和物质消费平起平坐文创、盲盒、IP 联名，这些词不再是亚文化，而是主流情绪价值，真就到了收拾收拾，准备好升咖的准备虽然每年都有人说春晚没意思，不想看了但是到了除夕夜，还是有很多人忍不住断断续续地看春晚的乐趣可能被质疑，但其地位几乎从未被超越依旧是全球华人共同守候的节目就是这种一年一度的仪式感，让春晚始终成为春节的记忆而看着春晚里广告的我们，也借助着这些品牌和相关的产品将宏大的叙事和个人生活联系在了一起比我们更爱看广告的可能还有股民，他们看的是 K 线，我们看的是生活最后放一个我私心喜欢的细节娃哈哈、金典有机奶、海澜之家等等这些国产实业的消费品依旧存在宏大归宏大，科技归科技，但最贴近生活的那些产品还在春晚舞台上这就非常老百姓放在马年这个节点看，有句话挺应景的商业世界风起云涌，能留下来的，都是经得起考验的 2026 年，愿我们都经得起考验新春快乐，马年大吉！

WhatsApp 网页版全新升级：快速扫码，随时随地连接亲友

随着移动互联网的普及，人们对于即时通讯工具的需求日益增长。WhatsApp 作为全球最受欢迎的通讯应用之一，其网页版功能的升级无疑为广大用户带来了极大的便利。今天，我们就来详细了解一下这款全新升级的 WhatsApp 网页版，它如何通过快速扫码，让用户随

时随地连接亲友。WhatsApp网页版是WhatsApp官方推出的一个功能，允许用户在电脑上使用WhatsApp进行聊天、语音通话和视频通话。相较于手机端，网页版在操作上更为便捷，特别是在处理大量信息时，可以节省用户的时间和精力。此次升级，WhatsApp网页版在原有功能的基础上，进一步优化了扫码登录流程，实现了快速连接，让用户随时随地畅享通讯的乐趣。首先，我们来看看快速扫码这一亮点。在新的WhatsApp网页版中，用户只需在电脑上打开网页版，使用手机扫描屏幕上的二维码，即可完成登录。这一过程仅需几秒钟，相较于传统手动输入验证码的方式，大大提高了登录效率。对于经常使用WhatsApp的用户来说，快速扫码无疑是一个巨大的福音。其次，随时随地连接亲友也是WhatsApp网页版的一大特色。用户无论是在家中、办公室还是外出，只需打开电脑，登录网页版，即可与亲朋好友保持实时沟通。这对于商务人士、学生等需要随时关注信息的人群来说，具有极高的实用价值。此外，WhatsApp网页版还支持多设备登录，用户可以在多个设备上同时使用WhatsApp，实现信息的无缝切换。除了快速扫码和随时随地连接亲友外，WhatsApp网页版还具备以下特点：1. **界面简洁**：网页版界面与手机端保持一致，简洁明了，方便用户快速上手。2. **功能全面**：网页版涵盖了手机端的所有功能，包括发送文字、图片、视频、语音消息，以及进行语音通话和视频通话等。3. **隐私保护**：WhatsApp网页版同样遵循严格的隐私保护政策，确保用户信息安全。4. **跨平台使用**：WhatsApp网页版支持Windows、Mac、Linux等操作系统，用户可以根据自己的需求选择合适的平台。总之，WhatsApp网页版全新升级后，凭借快速扫码和随时随地连接亲友等亮点，为用户带来了更加便捷的通讯体验。在这个信息爆炸的时代，WhatsApp网页版无疑成为了人们沟通的得力助手。让我们期待WhatsApp网页版在未来能够带来更多创新功能，为用户带来更加美好的沟通体验。

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 《长期生肖特码表开奖》](#) | [《2026一码必中精准推荐大全网》](#) |
[《长期精准六肖资料大全推荐》](#) | [《长期免费资料公式规律图解》](#) |
[《免费平特一肖精准推荐导航》](#) | [《长期精准六肖公式规律公式》](#) |
[《官方管家婆资料资料大全内容》](#)

[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