

从全民总动员到生态分战场

当时间指向2025年末，一场决定未来智能生活形态的“入口战争”，在中国科技行业已悄然进入最高潮。战争的导火索，一则看似寻常的商业合作：字节跳动旗下火山引擎据传已拿下2026年央视春晚独家AI云合作伙伴席位，其智能助手“豆包”将伴随新年钟声，叩响亿万家庭的门。

这远非一次简单的品牌曝光。回顾历史，春晚这个“全民级”舞台曾为微信支付一夜带来2亿银行卡绑定，也曾让抖音的互动量突破十亿级。

如今，战火从移动互联网烧至AI应用，争夺的焦点从“用户时长”变为“交互原点”——那个用户遇到问题后本能唤起的第一个智能界面。从搜索、本地生活到供应链、垂直服务、内容生态……各大科技巨头构筑起差异化的AI流量堡垒。这场战争，已从单一产品的短兵相接，演变为全行业生态体系的全面竞合。

■新快报记者 郑志辉

春晚战场

AI时代的流量必争之地

春晚的流量含金量，早已被反复验证。以字节跳动为例，2021年抖音春晚互动活动不仅创下70.3亿次参与纪录，更带动抖音日活跃用户数在活动后一周内增长1.2亿人。

而随着移动互联网用户增长进入瓶颈期，2025年国内移动互联网用户规模同比增长仅2.1%，春晚成为互联网产品们所剩不多的新用户增长渠道。

对于正处于快速扩张期的AI企业而言，这一平台更是实现破圈的绝佳机会。

2025年12月，一则“智元机器人开价6000万争夺2026马年春晚赞助权”的消息引爆行业，随后更有消息称宇树科技直接将报价拉升至1亿元，这场被业内称为“烧钱抢曝光”的争夺战，将具身智能行业对春晚流量的渴求展现得淋漓尽致。

尽管智元机器人随后出面回应称报价消息“不是真的”，宇树方面也保持沉默，但其实宇树科技此前已有多次春晚合作经验，2021年其24台四足机器人在牛年春晚完成首次集群舞蹈表演，节目播出后，宇树四足

机器人订单量在一个月内增长200%；蛇年春晚，宇树机器人与演员合作的创意舞蹈《秧BOT》更是火爆出圈，相关话题在抖音平台播放量突破50亿次，直接带动其全年订单量环比增长300%，其中消费级产品销量占比从15%提升至40%。

字节跳动此次通过火山引擎与豆包双布局春晚，无疑是看中了其背后的流量价值与人口潜力，这也是字节系从“流量获取”向“流量沉淀”转型的关键举措。此次配合春晚上线的互动玩法，可能将深度结合春晚节目内容，例如在语言类节目播出时，用户可通过豆包实时生成相关梗图、表情包；在歌舞类节目期间，豆包可根据用户需求生成个性化春晚观后感等。

DCCI未来智库首席专家胡延平认为，正如移动支付借春晚实现全民普及，AI技术通过春晚舞台的直观呈现，加速了普通消费者的认知与接受。“AI春晚的意义不仅是展现了AI与文化结合的巨大潜力，也为AI技术走向大众、服务社会探索了新的路径。”

巨头争霸

以差异化路径 抢占2026智能入口

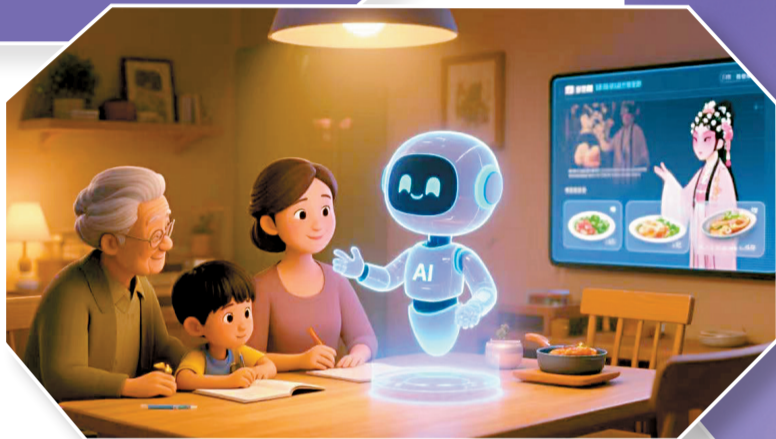
如果说春晚是AI流量入口争夺的“阵地战”，那么智能助手类产品之间的较量则是贯穿全年的“持久战”。

业内普遍认为，AI智能助手有望成为下一个超级入口，这一判断并非空穴来风。从行业逻辑来看，AI智能助手具备“去中心化”服务属性，能够打破传统App的场景壁垒，直接对接用户需求，这种模式有望重构互联网流量分发体系。

国际市场上，ChatGPT一经问世便成为历史上增长最快的消费级应用，OpenAI正积极向社交、电商等领域探索，试图将对话入口升级为通用服务入口。受此影响，全球科技巨头纷纷加码AI助手布局：Google将Gemini 3深度集成到Android系统，苹果推出Siri Pro，微

软则把Copilot嵌入Office、Windows等全生态产品，一场全球性的AI入口之争已然打响。

在中国市场，以字节跳动豆包、腾讯元宝、阿里千问为代表的AI助手产品，正展开全方位角逐，形成差异化竞争格局。花旗银行最新研报《中国互联网2026年上半年展望》中指出，阿里巴巴、字节跳动和腾讯等主要参与者正争相通过旗下的AI聊天机器人抢占用户流量，以期在AI时代锁定未来生态系统商业化的关键入口。这场“用户流量地盘争夺战”将是中国互联网巨头2026年的核心任务，阿里巴巴、腾讯被视为核心AI投资标的，而字节跳动凭借其AI应用在全球市场的迅猛扩张，已成为不可忽视的颠覆性力量。



■元宝AI生成



■豆包AI生成

▶▶ 字节跳动：野蛮生长的“破壁者”

作为较早入局者，字节跳动豆包占据先发优势，其发展路径也成为行业内AI助手产品的标杆。

自2023年8月问世后，豆包以“快速迭代”为核心策略，平均每3天就上线一项新功能，先后推出多模态生成、代码助手、学术辅助、办公自动化等数十个功能模块，覆盖生活、工作、学习等多个场景。最新数据显示，豆包的日均活跃用户数(DAU)已突破1亿大关，且已成为字节史上推广费用最少的亿级日活产品。

更值得关注的是，字节跳动正以Agent(智能体)为核心，通过硬件布局发起针对App孤岛的“破壁运动”。

与阿里、腾讯已形成完整生活服务生态不同，字节跳动虽拥有抖音等现象级App，但缺乏支付宝、微信这样的全场景服务载体，因此选择了最为激进的软硬件结合路径。其与中兴通讯旗下努比亚合作推出的“豆包手机”，

搭载基于UI-TARS模型的系统级Agent，核心逻辑是让AI成为用户的“虚拟手指”——理想状态下，用户只需说出“帮我买最便宜的同款纸巾”，豆包AI就会自动在后台打开淘宝、京东、拼多多，模拟人类完成点击比价、下单支付等操作。这种模式一旦跑通，传统超级App将沦为后台履约服务商，流量分发权则完全转移至字节的AI手中。

这一“掀桌式”创新迅速引发行业巨头的防御性反击。豆包手机发布后不久，淘宝、支付宝、高德、京东、微信等主流App纷纷采取技术措施，限制其代理用户使用自身服务。

互联网分析师丁道师表示，以微信、淘宝为代表的头部平台长期构筑的“服务闭环”与“数据护城河”受到实质动摇，一旦第三方AI能在操作系统底层调度核心应用，传统超级App的流量入口地位将被削弱，这无异于触碰其核心商业利益。