

9码雪球一个月60万表图片

EMCm7DuGMf9IBRLV

9码雪球一个月60万表图片ChatGPT开始“卖货”了！

机器人前瞻（公众号：robot_pro）编译 江宇 编辑 漠影

机器人前瞻4月29日消息，昨日，OpenAI宣布在ChatGPT中集成购物功能，为所有用户（无论是否登录）的搜索查询添加购物按钮。这一更新推动OpenAI正式进入在线购物市场，这是Google的重要业务领域之一，标志着其对Google的购物生态发起全面挑战。

与此同时，OpenAI表示其搜索产品用户增长迅猛，上周搜索量已突破10亿次。此次更新是OpenAI与谷歌竞争的一部分，旨在通过更优质、更个性化的体验，帮助用户更高效地查找产品和获取信息。对于谷歌而言，在线购物是谷歌的核心业务之一，但其搜索结果中充斥的广告内容对搜索质量产生了负面影响。

一、解锁AI购物新体验，让机器人帮你选东西

OpenAI在为《WIRED》进行的预发布演示中，ChatGPT搜索产品负责人Adam Fry展示了更新后的用户体验，重点展示其如何协助用户研究产品，例如选择意式咖啡机或办公椅。

▲在ChatGPT内搜索咖啡机

然而，用户无法在ChatGPT内完成结账，所有交易需重定向至商家网站。这一设计选择确保了平台的专注性，同时依赖外部电商生态。

Fry进一步解释，ChatGPT的推荐结果依托其内嵌的用户偏好记忆功能，并整合了网络上的产品评论，包括《WIRED》提供的经过严格测试的购买指南。这种个性化推荐机制使搜索结果更贴合用户需求。例如，在搜索最佳办公椅时，《WIRED》的相关购买指南会被链接并显示在“来源”选项卡中，增强了内容的可靠性和参考价值。

Fry表示，ChatGPT用户每周进行的网络搜索已覆盖美容、家居用品、电子产品等广泛类别，显示出其作为搜索工具的强大潜力。

值得注意的是，尽管《WIRED》的母公司康泰纳仕去年与OpenAI签署了许可协议，允许其使用《WIRED》内容，但为确保报道的客观性，编辑团队在报道OpenAI相关动态时保持了独立性。这一安排消除了潜在的利益冲突，为用户提供了可信的第三方视角。

二、推荐更个性化，能真正记住用户的偏好

ChatGPT购物界面与Google Shopping布局相似：点击办公椅图片时，屏幕右侧会列出亚马逊、沃尔玛等零售商并提供购买按钮。但不同的是，ChatGPT的结果通过算法和数据自主筛选，而非竞价排名。

“它们不是广告，”Fry强调，“也不是赞助内容。”相比之下，Google Shopping部分推荐因零售商付费展现，发布者优化评论以获高排名，可能带来推广佣金。

ChatGPT的推荐机制不同于传统的关键词算法，而是采用对话式和个性化的方式，通过分析用户评论、产品的优缺点以及Reddit等论坛讨论来生成建议。

例如，用户可以告诉ChatGPT更关注某些评论来源，如专业评测或用户反馈；或者表达个人偏好，比如只喜欢黑色服装。ChatGPT会记住这些信息，并在下次推荐衬衫或外套时，优先调整结果以匹配用户需求。购物结果将基于第三方元数据（价格、描述、评论），暂无回扣。

未来，Pro和Plus用户（不包括欧盟、英国、瑞士、挪威、冰岛、列支敦士登）将从记忆功能集成中获益，这一功能将通过记住用户的偏好和过往互动，显著提升个性化推荐的准确性。

例如，系统能根据用户之前表达的喜好，如偏爱黑色服装或特定品牌，在未来搜索中优先推荐符合这些偏好的产品，从而提供更贴合个人需求的购物建议。

此次更新从2025年4月28日起，在ChatGPT默认AI模型GPT-4o上推出，适用于ChatGPT Pro、Plus、免费及全球未登录用户。

此外，ChatGPT搜索新增了趋势建议功能，类似于Google的自动填充，通过在用户开始输入查询时提供的关键词，进行实时推荐，帮助用户快速找到当前流行的话题或需求。例如，当用户输入“最佳”时，系统可能会建议“最佳办公椅”或“最佳咖啡机”，从而节省输入时间并激发灵感。

这一功能现已扩展至Meta旗下的WhatsApp，允许用户通过发送消息直接与ChatGPT互动，获取实时的搜索结果。例如，用户可以在WhatsApp群聊中询问“今天天气如何”，ChatGPT会立即回复最新的天气信息，无需离开应用。

▲在 WhatsApp上搜索

相比之下，此前发布的AI代理Operator，作为一款OpenAI预览版工具，虽然能通过浏览器完成任务如订购杂货，但初次使用时操作较慢，需要浏览较多网页。

ChatGPT购物则速度更快，操作更简便。

三、佣金：OpenAI的新商业模式

同时，推广佣金也是发布者关注焦点。目前，读者通过点击《WIRED》提供的办公椅购买链接，可为《WIRED》带来一定的收入。

ChatGPT推荐《WIRED》评价良好的产品，推荐佣金将如何分配？Fry表示，OpenAI将尝试多种模式，优先确保高质量推荐，同时未来可能探索推广佣金的引入。他未确认长期收入潜力，强调目前是优化用户体验，并在发布后通过迭代不断改进。

OpenAI首席执行官萨姆·奥特曼（Sam Altman）曾反对在ChatGPT中加入广告，但最近他在《Stratechery》（知名科技行业分析和采访平台）采访中暗示可能接受“优雅”的推广分成模式，显示出OpenAI营收模式的变化。

OpenAI目标到2029年收入达1250亿美元，较去年近40亿美元增长，但推广分成的角色尚不明朗。

结语：AI产品的商业化才刚刚开始

这不是OpenAI今年首次涉足购物，此前推出的AI代理Operator功能较为有限，而ChatGPT的购物定位更为明确。竞争对手Perplexity的“Buy with Pro”功能，以及Google Shopping的“AI研究”部分（提供评论摘要

和推荐)也在持续演进。

奥尔特曼表示可能接受“优雅”广告形式，即推广佣金而非竞价排名，显示出商业模式的探索仍在早期。

这些事实表明，AI购物市场正处于探索阶段，其前景将取决于技术优化和用户接受度。

168飞艇全国统一开奖破解方法

澳洲幸运10|welcome-首页

澳洲五开奖数据计划

澳洲幸运10稳赢图片

澳洲幸运10计划精准7码计划

澳洲幸运10开奖结果官方直播

澳洲幸运5官网开奖记录168

10元快三平台

澳洲幸运10精准提前预测号

助赢软件手机app下载

极速3d彩票app下载

澳洲10官方免费计划

中国体育彩票内部资料网

澳洲10开奖号码

澳洲幸运10精准计划app介绍

澳洲幸运10精准提前预测号

澳洲幸运10号码统计

澳洲10在线人工计划

2022澳洲幸运5开奖直播软件