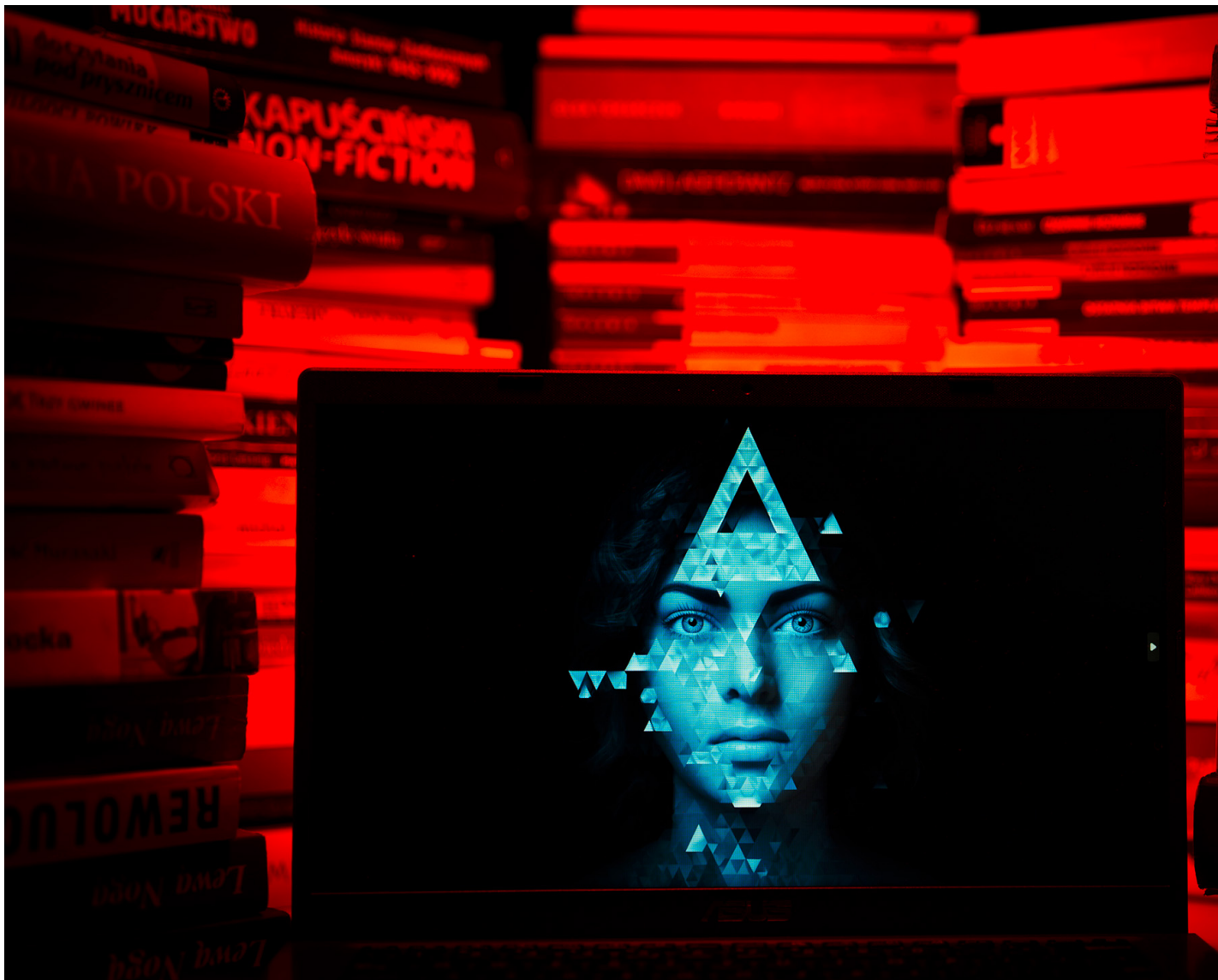


新兴AI“答案引擎”大战Google模式，媒体将成为牺牲品吗？

随着 Google 开始应对 AI 答案引擎的挑战，未来其为开放互联网上的内容出版商输送的流量，或许将会降至零。



笔记型电脑上显示人工智能的图案。摄：Jaap Arriens/NurPhoto via Getty Images

未来的人类（或是人工智能）在书写 AI 时代的媒体发展史的时候，除了 OpenAI、Google、Meta 这些巨头，应该也不会漏掉一家名叫 Perplexity 的初创公司。

Perplexity 是一家创立于2022年的人工智能初创公司，公司最主要的产品是一款“[答案引擎](#)”（Answer engine），用创始人 Aravind Srinivas [自己的话](#)来说，这个产品像是“ChatGPT和维基百科生了个孩子”。用户可以在 Perplexity 的网页内输入问题，Perplexity 会和搜索引擎类似，在开放互联网上搜索可能包含答案的页面，但比 Google 等传统的搜索引擎更进一步，Perplexity 会将网站上的内容通过大语言模型总结和整理，直接在其用户界面内呈现给用户，用户不需要点击任何链接，就可以获得一个相对全面的总结。

从商业上来说，Perplexity目前来看是很成功的——在产品发布一年多的时间里，积累了[超过1000万月活用户](#)、[2000万年度经常性收入](#)（Annual Recurring Revenue）；Perplexity 的投资人包括英伟达、Jeff Bezos 等机构和个人，在获得软银愿景基金2的[投资后](#)，它的估值达到30亿美金；它也深受用户喜爱，英伟达的 CEO [黄仁勋](#)称他每天都会使用该产品，Shopify 的 CEO 说 Perplexity 已经[取代了他对 Google 的使用](#)。

但该公司的商业模式却被指责为是“[吸血鬼](#)”、“[窃贼](#)”。

阅读全文，欢迎加入会员

华文世界不可或缺的深度报导和多元声音，[了解更多](#)

[立即订阅](#)

已经订阅？[登入](#)

[#生成式人工智能](#) [#媒体转型](#) [#人工智能](#) [#google](#) [#媒体](#) [#纽约时报](#) [#传媒](#) [#AI](#) [#Google](#) [#人工智能](#) [#媒体观察](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。