

豆包开始收费了,我反而觉得是好事



豆包开始收费了。

许多人没想到的是,它选的时间点这样晚,数字又这样高:标准版每月68元,专业版每月500元,年费直接挑破5000元。要知道,就在去年底,国内玩家还在卷免费、卷token补贴,生怕用户有一丝流失的念头。

但这篇文章并不打算写一篇简单的收费新闻。放在更大的坐标系里看,当一家手握2.27亿月活的国民级AI应用决定开始收钱,而且收得不便宜,这件事情值得追问的东西,远比一张价格表多得多。

这至少涉及三个问题:字节为什么要在这个时点做这件事?五百元月费到底卖的是什么,卖给谁?以及,这场收费实验对整个国内AI行业意味着什么?

01

免费的甜头吃尽了

该谈成本了

先回到一个基本事实:豆包不是仓促收费的。

仅就用户盘子而言,它比国内任何一个对手都有资格谈钱。QuestMobile数据显示,2025年第四季度,豆包App月活飙升至2.27亿,稳居行业第一,同时也是国内首个日活破亿的AI原生应用。字节跳动旗下三款AI应用,豆包、即梦AI和豆包爱学,总月活约2.5亿,月活和下载量均跻身行业前十。

这个数字意味着什么?在全中国能称得上“国民级”的互联网产品里,一只手就能数过来。而豆包做到这个量级,花的钱却远没有外界想象的多。

国内移动广告监测机构AppGrowing的数据显示,豆包的投放费用在2025年整体呈下降趋势:第一季度1.61亿元,第二季度1.17亿元,第三季度直接腰斩到0.65亿元,第四季度略有回升至0.92亿元。

再看留存,2025年1至11月,豆包App的30日留存率平均达到44%,大幅领先第二名Kimi。甚至有更微观的数据显示,豆包的180天留存率竟然超过了90天留存率,走出了一条AI聊天类产品罕见的微笑曲线。

至少说明了一件事,就像我们此前讨论过的那样,豆包并不是纯靠烧钱砸出来的声量,它是被用户真的在用、并留下来的产品。在一个获客成本高到离谱、用户忠诚度薄到透明的行业和时期里,这些数字堪称奢侈。

然而问题也就出在这里。规模越大,账单越不好看。免费模式的代价,是要考虑GPU集群、推理成本的线性膨胀,以及未来看不到头的算力投入。

从火山引擎披露的最新数据来看:豆包大模型token调用量从2024年5月的1200亿,增长超200倍至2025年9月的超30万亿。每多一个日活用户、每一次对话、每一个“帮我生成一份PPT”的指令,背后都是算力在燃烧。

当你的用户已经到1亿日活,继续让他们免费使用越来越复杂的模型能力,等于是把金库改成了公共广场,谁都能进来抓一把。

再看字节跳动的整体算力布局,就能理解这场收费实验的经济逻辑有多紧迫。据浙商证券研报,2025年字节跳动资本开支有望达到1600亿元,其中约900亿元用于AI算力采购,700亿元用于IDC基建以及光模块、交换机等网络设备。

而且,你要知道这还不是终点。豆包每天消耗的

token还在指数级增长,字节对未来token消耗的估计“较高”,预计将持续加大算力投入。据东方证券测算,如果2027年豆包日活达到5000万、日均token使用量达到50万亿,在2.5倍峰值倍数的假设下,需要超565万个GPU,缺口巨大。

一边是2.27亿月活、日活破亿的用户洪流,一边是1600亿规模的资本开支。每一笔算力账都是真金白银,迟早要找人买单。

02

五百元月费,卖给谁?

价格表公布了,毫无疑问,国内市场的第一反应一定是“贵”。标准版每月68元,加强版200元,专业版500元。专业版年费5088元,甚至超过了ChatGPT Plus年度订阅价格(约240美元/年)的两倍以上。

放在国内互联网这么多年“赢者通吃、普惠免费”的叙事下,这个数字确实有一种反差感。

但这恰恰是最值得琢磨的地方。豆包并没有打算让所有人都掏这笔钱。豆包官方的回应很明确:“豆包始终提供免费服务,在免费服务的基础上,豆包也在探索推出更多增值服务,相关方案细节目前还在测试阶段”。

接近豆包的人士进一步透露,付费功能将主要专注于复杂任务和生产场景,如PPT生成、数据分析、影视制作等。当模型能力持续升级后,产品已经能够满足越来越多的复杂高价值任务,但此类任务需要消耗更多算力与推理时间,因此计划上线付费服务来满足这部分需求。免费版则继续面向用户的日常使用。

换句话说,豆包在画一条线:日常聊天、写文案、查资料这类轻量级使用,仍然免费;只有用AI干活、真正把大模型当生产力工具的那些人,才需要为此付费。

这是一种“按计算成本分层”的定价逻辑,轻量使用,豆包免费兜底;中重度使用,用户为自己的算力消耗买单。事实上,这个定价思路在海外早有成功样本。Claude Code在2025年就正式公开发布,半年做到10亿美元年化,今年2月已经冲到25亿美元,靠的就是高性能模型+订阅收费的逻辑。

那豆包的专业版为什么定到500元/月?坦率地说,这可能不是因为豆包觉得自己的产品值500元,而是因为它打算给“AI生产力工具”这个品类立一个国内的价格锚点。

在C端AI订阅付费这件事上,国内几乎没有对标,也没有行业标准。豆包本身足够高的数字就可以明证,这不是一个廉价工具,也不是一个需要用低价来讨好用户的新玩意,它是一个真的能替代一部分专业生产力的东西。

至于市场上多少人愿意为此买单,那是后话。先把位子占住,价格锚定住了,后续无论是促销、打折、还是按功能拆分套餐,都有充足的腾挪空间。

把视野拉开,豆包其实并不是孤例。

国内C端AI助手的商业化在2025年下半年到2026年初进入密集探索期。Kimi去年上线付费会员,设三档:免费版限次使用深度研究与OK Computer功能;49元/月送等额API兑换券;99元/月增加配额并支持并发。

Kimi内部信透露,2025年11月以来,海外API收入增长4倍,海内外付费用户月环比增速超过170%。Kimi“OK Computer”单次对话成本即达到4-5元,没有付费模式根本无法规模化。

更早的时候,百度文心一言在2023年就曾推出专业版,定价59.9元/月,连续包月优惠价49.9元。这是国内大厂中首个面向C端推出的付费大模型产品。但在2025年4月,文心一言宣布全面免费,这背后既有DeepSeek免费模式带来的竞争压力,也折射出百度在C端AI应用上攻坚不利的现实。

至于腾讯元宝,目前仍然坚持全功能免费策略,所有核心功能免费向用户开放,尚未推出独立的会员订阅体系。

梳理下来,一个清晰的格局浮现出来,全行业都在从“免费试用”向“分层付费”过渡,区别只在于各自的步调和姿态。

豆包的定价最高、步子最大,我们可以认为,是因为它的用户基本盘最稳、成本压力也最大;Kimi走中档路线,靠Coding工具和Agent模式差异化;百度率先尝试付费但最终退回到全面免费;腾讯元宝还在观望,一边免费笼络用户一边试探未来的付费可能。

03

付费实验的真正赌注

每次我们单看一家公司的收费动作,很容易陷入价格贵不贵、用户会不会跑的浅层讨论。

从行业视角来看,豆包收费的意义,在于它给国内AI行业抛出了一个必须正面回答的问题。

这个问题几乎关乎生死:当免费红利吃尽,当融资窗口收紧,当IPO退出遥遥无期,国内AI公司是否能够靠产品本身,而不是靠to B的定制化项目、不是靠卖算力、不是靠政府订单——养活自己?

问题的难处,数据已经给出了部分答案。以MiniMax为例,2025年全年收入7903万美元,其中海外收入占比高达73%,整体毛利率25.4%。这已经是国内C端AI产品跑得最好的一家了,但核心收入来源是海外市场,国内市场对AI产品的付费意愿和付费能力,仍然是整个行业最大的不确定性。

放眼海外,故事完全不一样。OpenAI 2025年上半年营收43亿美元,全年营收预计达130亿美元,其中约超8成收入来自ChatGPT的付费订阅用户,包括Plus个人订阅、企业版和团队版。OpenAI的付费企业用户已突破300万,ChatGPT周活跃用户超过8亿。

Gartner预测2025年全球GenAI模型终端用户支出将达到142亿美元,而实际上,其实际ARR已超过200亿美元,AI应用商业化落地给模型厂商贡献的营收呈快速增长趋势。在海外,个人订阅已经可以撑起一家千亿美元估值公司的营收预期。

但在国内,情况要复杂得多。一个核心差异在于支付土壤:海外从GitHub Copilot到JetBrains,写代码的人每年自己掏几百美元买IDE是常识,工具付费文化经过了数十年的培育。

而在国内,C端用户为软件工具付费的习惯始终没有真正建立起来。更棘手的是,国内大模型产品的同质化极为严重,你有的功能对手几乎立刻就能复现,真正的差异化极其稀缺。一旦收费,用户换到另一个免费App的成本几乎为零。

在这种环境下,谁先收费,谁就得承担被对手用免费策略反噬的风险。

这也是为什么豆包选在DAU过亿、月活过两亿的时间点才开始收费,体量给了它足够的用户筛选余地和试错空间。即便只有1%-2%的付费转化率,对应的收入规模也不容小觑。相比之下,Kimi的付费体量和用户基数要小得多。腾讯元宝至今未收费,很可能是在等更合适的时机。

从更长远的视角看,豆包收费这件事,把一条行业里人人都在盘算、但谁都没挑明的逻辑,摆在了台面上,大模型不是公共服务,也不是慈善事业,它是一个需要回收成本的生意。

当国内最大的C端AI应用开始向用户伸手要钱,整个行业就再也无法用“还在技术红利期”“还在跑马圈地”来回避商业化的追问了。

对DeepSeek这样的开源免费模型而言,压力传导会非常迅速。DeepSeek一直主打免费路线,但2026年初接连被挖走核心团队成员,从基座模型到推理、OCR、多模态,四条核心技术线的关键人物先后出走,背后是竞争对手开出千万甚至近亿的年薪。

“幻方赚的钱够烧”这套逻辑,在人才争夺战的烈度面前已经显得力不从心。豆包打响收费第一枪,某种程度上意味着行业比拼造血,只有靠产品本身赚到钱,才能留住最顶级的人才,进而做出更好的产品,形成正向循环。

回看过去一年多的AI创业浪潮,一个尴尬的事实始终挥之不去:国内大模型公司在技术能力上追赶极快,某些指标甚至实现了反超,但在商业化闭环这个最朴素的命题上,几乎集体交了白卷。

技术领先带来的短暂溢价很快被跟风者抹平,价格战和免费策略让整个行业陷入了囚徒困境。豆包这次的动作,无论最终成功与否,至少给行业提供了一个参照系——大模型服务到底值多少钱,应该值多少钱,用户到底愿意为什么样的AI能力付费。

我们认为,以豆包目前的体量和字节跳动的战略耐心来看,这场收费实验大概率会持续相当长一段时间。它会经历用户流失、舆论争议、产品迭代、定价调整,最终在不断的博弈中找到一个动态均衡点。

对行业而言,如果豆包能够在收费的同时维持住用户基数和市场地位,那就证明了,哪怕在国内,AI也是可以靠用户买单而不是靠输血活下去的。反之,如果收费后用户大量流失、竞品趁势反超,那这个行业可能还要在免费泥潭里挣扎很久。

“免费的,往往最贵。”这句话放在AI行业再合适不过,它说的不是用户要为免费付出什么代价,而是说企业自己也要为“免费”买单。