



政企业务前沿技术和业态

第十七期



前言

Token，这个 AI 处理和生成信息的基本单元，正在从幕后走向台前。它让 AI 从一种模糊的“能力”变成了一种可以精确计量、定价和交易的资源。当 OpenAI 的用户每分钟消耗 150 亿个 Token，当中国的 AI 智能体在后台自主拆解任务、调用工具时，一场深刻的经济变革已经发生。我们正从一个“比特”时代，加速迈向一个由“Token”驱动的时代。

这不仅是技术的迭代，更是生产关系的重构。Token 经济学正在形成它独特的规律：杰文斯悖论在此显现，推理成本的暴跌并未减少总支出，反而引爆了指数级的需求；价值光谱被极度拉伸，同一个物理单元，用于闲聊与用于药物研发，其经济价值相差十万倍。AI 不再仅仅是问答机器，而是进化为能够自主执行任务的“智能体”（Agent），每一次“思考”与“行动”的背后，都是海量 Token 的消耗。

在这场席卷全球的浪潮中，电信运营商的角色正经历着前所未有的重塑。作为数字经济的“国家队”和基础设施的奠基者，中国移动、中国电信、中国联通不再满足于仅仅扮演“管道”的角色。从年度业绩报告的战略宣示，到具体业务政策的落地，三大运营商正积极将 AI Token 融入其核心战略。它们试图利用自身在算力网络、数据资源和政企渠道上的天然优势，从“流量经营”转向“Token 经营”，在智能经济的新版图中，寻找并确立自己的核心价值坐标。

与此同时，一个围绕 Token 的全新产业链正在快速成型。从底层的芯片制造、基础设施建设，到中游的模型平台、API 服务，再到上层的应用开发和智能体工具，每一个环节都在围绕“每瓦 Token 吞吐量”这一核心指标展开激烈竞逐。其中，以 OpenClaw 为代表的智能体应用，如同点燃产业想象力的“脚手架”，让普通人也能以较低门槛调用顶尖模型完成复杂任务，极大地推动了 Token 消耗的爆发式增长，也预示着软件行业形态即将被彻底重构。

本报告旨在梳理这场由 Token 驱动的智能经济变革。我们将从 Token 时代的基本定义与经济学规律出发，剖析电信运营商这一关键角色的战略转型，并最终落脚于 Token 产业链的生态格局与 OpenClaw 等前沿应用的实践探索。

江苏有线数据公司

科技创新部

2026 年 4 月

目录

Token——智能经济的新度量衡

词元（Token）时代	6
一、Token 是什么？	6
二、Token 经济学	10
Token 经济学七问	12

运营商的 AI Token 战略

三大电信运营商的年度业绩报告解读	23
一、增速放缓是“危机”亦是“新机”	23
二、人工智能打造“新增长极”	25
三、算力业务开拓增量“新版图”	27
四、战新业务维持高速增长态势	29
中国移动 AI Token 业务的具体政策	37
一、战略定位：Token 作为核心生产要素	37
二、业务架构：Agent + Token + 算力 的闭环	38
三、核心业务与实践	39
四、市场潜力与挑战	40
中国电信 AI token 经营重塑业务	42
一、业务定义与战略定位	42
二、基础设施与技术布局	43
三、业务模式与产品形态	44
四、市场表现与趋势	45
广电运营商的 AI 布局和思考	46
一、AI 基础设施方面	46

二、AI 支撑广电内部运营	46
三、AI 智能体方面	47
四、AI+生态方面	47

Token 产业链和 OpenClaw

Token 产业链有哪些重要企业?	50
一、模型层 (Token 直接生产者)	50
二、算力基础设施层 (Token 生产环境)	52
三、硬件底座层 (Token 生产工具)	53
四、端侧与边缘层 (Token 分发入口)	54
五、安全与配套层 (Token 经济保障)	55
“养龙虾”爆火, AI 下一个万亿赛道来了?	56
一、爆火的 OpenClaw 具备的核心能力	56
二、AI Agent 高速发展	58
三、AI Agent 的商业模式	61

Token——智能经济的新度量衡

一、词元 (Token) 时代

二、Token 经济学七问

词元 (Token) 时代

近日，国家数据局局长刘烈宏在国新办新闻发布会上透露，截至今年3月，我国日均Token调用量已超过140万亿。在官方表述中，他特意补充了一句，“也就是词元的调用量”。这是官方层面首次为Token确定中文译名。上周英伟达GTC大会召开，黄仁勋在演讲中提出“Token工厂经济学”的概念，展示了一套算力革命后全新的商业逻辑。Token成为AI时代的核心数字商品，算力需求将迎来百万级指数增长。

一、Token 是什么？

什么是Token？日均140万亿调用量意味着什么？黄仁勋提出的“Token经济学”又是什么意思？

在AI语境中，Token“词元”是大模型处理信息的“最小信息单元”，具备可计量、可定价、可交易的核心特征。它不仅是智能时代的价值锚点，更是连接技术供给与商业需求的“结算单位”，为商业模式的落地提供了可量化的可能。用通俗的话来解释就是：大模型理解和生成语言的时候，不是直接处理整句，而是先把文本拆成一个个字词或子词片段，这个片段就是Token。通常1个汉字约等于1个Token，1个英文单词约等于1-2个Token，标点符号也会单独计算。例如，“我爱中国！”这句话，在大模型中可能被拆分为“我”“爱”“中国”“！”4个Token，模型通过计算这些Token之间的关联关系生成回应。



Token 的核心价值在于标准化。它将复杂多样的人类信息转化为机器可量化、可运算的统一格式，而 Token 调用量是衡量 AI 模型使用强度与商业价值的核心指标，Token 调用量的变化直接反映了大模型的应用落地进度，是判断 AI 产业从技术研发走向商业化的关键信号。不同类型的 AI 任务消耗的 Token 量差异巨大。简单的问答交互可能仅消耗数千 Tokens，而复杂的 AI 辅助编程、长文本生成、多模态创作等任务，单次 Token 消耗可达百万级甚至千万级。这也解释了为何 Token 调用量会成为衡量 AI 产业活跃度的核心标尺。

到今年 3 月，我国日均 Token 调用量超过 140 万亿，相比 2024 年初的 1000 亿增长了 1000 多倍，相比 2025 年底的 100 万亿，三个月时间又增长了 40% 多。据国家数据局局长表示，日均 Token

调用量的大量增加，充分表明中国的人工智能发展进入快速增长阶段，应用场景在不断深化，从能对话到能决策执行的智能体，中国人工智能产业的竞争力显著增强，也标志着数据集的供给在大量增加，数据要素的价值在不断释放，数据要素赋能人工智能创新发展进入了良性互动的阶段。全球最大 AI 模型 API 聚合平台 OpenRouter 数据显示，2 月 16 日至 2 月 22 日，该平台上中国 AI 大模型周度 Token 调用量首次超越美国，实现阶段性突破。3 月 16 日至 3 月 22 日，全球 AI 大模型总调用量为 20.4 万亿 Tokens，环比增长 20.7%。其中，中国大模型的周调用量上升至 7.359 万亿 Tokens，较此前一周大 56.91%；美国 AI 大模型周调用量为 2.954 万亿 Tokens。中国 AI 大模型周调用量已连续三周超越美国。

2025年3月-2026年2月全球OpenRouter上榜大模型周度调用量趋势



根据沙利文的数据显示，2025 年下半年中国企业级大模型日均总消耗量已达 37 万亿 Tokens，较 2025H1 的 10.2 万亿 Tokens 增长 263%。从 2025 年上半年到下半年，阿里通义（千问）、字节豆包、

DeepSeek 三大头部模型的日均调用占比由合计 42.1%提升至 71.8%，行业集中度显著增强。其中，千问大模型增长最为突出，占比从 25 年上半年的 17.7%大幅攀升至 25 年下半年的 32.1%，与第二名豆包的差距由 25 年上半年的 3.6%拉升至 25 年下半年的 10.8%，位居行业首位。

图 2: 2025H1 中国企业级大模型日均调用分布

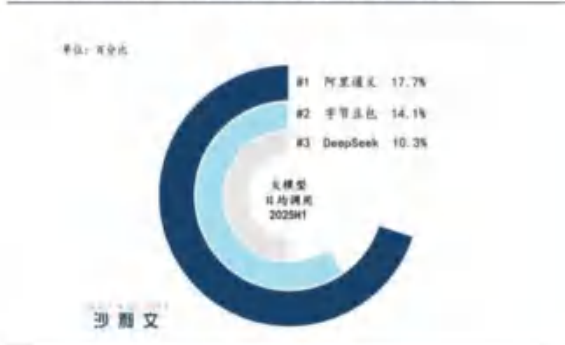


图 3: 2025H2 中国企业级大模型日均调用分布



Coding 和 Agent 仍是推动 Token 增长的关键。中国 AI 大模型 Token 调用量快速攀升并反超美国，核心源于成本优势、场景落地、爆款应用的合力驱动：

中国 AI 大模型性价比优势：中国 AI 大模型依托 MoE 架构与高效推理优化，在性能接近国际一线水平的同时，API 调用价格较美国 AI 大模型更低。在性价比优势突出的情况下，推动各行业开发者和企业用户的快速使用。

国内企业场景加速落地：企业智能体、多模态客服、内容生成等高频任务推高单次 Token 消耗。尤其是 AI 辅助编程工具在企业开发中普及，代码生成、调试与重构需求激增，进一步推动 Token 的消耗。

文生视频爆款应用的出圈：2026 年初，Seedance 2.0 作为现象级多模态生成应用爆火，其文生视频、AI 创作、虚拟人互动等

功能带来海量高 Token 消耗的生成类请求。该应用不仅在国内登顶下载榜，更在海外快速破圈，直接拉动中国大模型调用量陡峭跃升，成为短期增速冲高的关键变量。

二、Token 经济学

就在国内 Token 调用量爆发式增长的同时，英伟达 CEO 黄仁勋在刚结束的 GTC 大会上提出的“Token 工厂经济学”，为 AI 产业的未来发展提供了全新的商业框架。他认为未来数据中心不再是存储仓库，而是生产 Token 的工厂，每瓦性能决定商业命脉。Token 将是新的大宗商品，一旦成熟将根据速度和智能程度分层定价，从免费层到超高速层（约 150 美元/百万 Tokens），为推理场景打开商业化空间。“每瓦 Token 吞吐量”成为核心竞争力。由于电力是 Token 生产的核心瓶颈，传统以服务器数量和存储容量为核心的架构设计，将逐渐让位于以 Token 生成速率和能效比为核心的新型架构。黄仁勋甚至预言，未来工程师的薪酬将包含 Token 配额，有望帮助其产出扩大 10 倍。阿里巴巴最近也成立 Alibaba Token Hub（ATH）事业群，整合了通义千问研发团队、钉钉、夸克等核心资源，以“创造 Token、输送 Token、应用 Token”为核心目标，标志着阿里 AI 战略从模型能力转向 Token 经济。

Token 经济催生了三大核心投资主线。随着 Token 持续增长，AIDC（人工智能数据中心）、算力租赁、CDN 三大领域将直接受益。此外，液冷、供电等配套设施也迎来发展机遇。对于企业而言，能否掌握 Token 生产的核心技术（算力）、能否挖掘 Token 应用的场景价值、能否构建 Token 经济的商业闭环，将决定其在

AI 时代的市场地位；对于国家而言，Token 背后的算力资源已成为核心战略资源，自主可控的算力体系是保障产业安全与数字主权的关键。随着“AI+”行动意见的落地实施，以及国产大模型、算力基础设施的持续升级，中国 Token 经济有望持续领跑全球。未来，随着推理成本的进一步下降和应用场景的不断拓展，Token 将渗透到经济社会的每一个角落，推动 AI 产业进入更具质量的增长周期，为数字经济发展注入源源不断的新动能。

Token 经济学七问

Q1. 全球一天消耗多少 Token?

我们先看一组数字，建立量级感。OpenAI 的 API 每分钟处理 150 亿 Token，折算一天约 21.6 万亿。谷歌 2025 年 9 月披露，Gemini 每月处理 1300 万亿 Token，日均约 43 万亿。而中国国家数据局 2026 年 3 月的数字是：日均 140 万亿——大致相当于 OpenAI 和谷歌之和的三倍。两年前，中国的日均 Token 调用量还只有 1000 亿。两年，翻了 1400 倍。140 万亿 Token 是什么概念？粗略折算，相当于每天生成约 2000 亿篇千字文章。全中国 14 亿人，人均每天“消费”上百篇 AI 生成的千字内容。当然实际不是这么算的——大量 Token 消耗来自企业级 API 调用、智能体运行和模型间交互——但这个量级本身就说明问题。摩根大通预测，中国 AI 推理 Token 消耗将从 2025 年的约 10 千万亿增长到 2030 年的 3900 千万亿，五年再涨 370 倍。我们现在看到的，可能只是开胃菜。

Q2. 一个 Token 能创造多大的价值？

并非所有 Token 生而平等。同样一个 Token，用来闲聊的，百万个值 0.01 美元，用来写代码值 200 美元，用来做法律文档审阅的，值 1000 美元，价值差了十万倍。



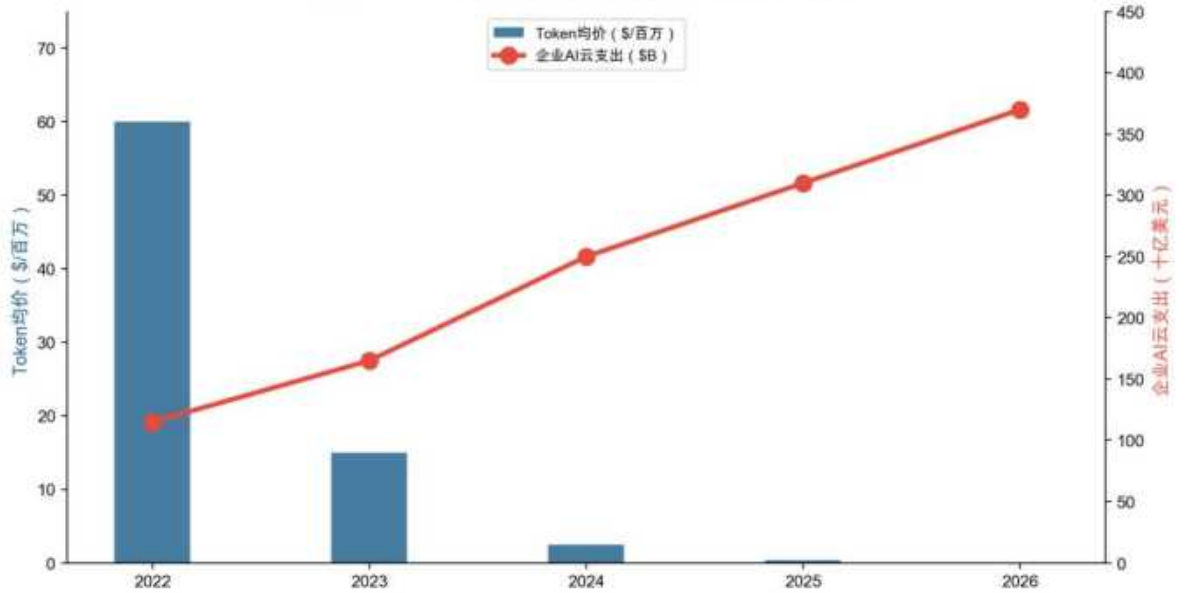
为什么？因为 Token 有一种此前生产要素不具备的属性：可编程性。同一个底层模型，接收不同的 prompt，可以变成翻译、程序员、律师、科学家——直接产出不同价值的智力成果。钢铁做不到这一点，石油做不到，甚至电力也做不到。没有任何一种传统生产要素，能仅凭“指令不同”就改变自身价值百千倍。耶鲁大学 Cowles 基金会的 Bergemann 等人精确地捕捉到了这个特征：Token 是可合同化的计量单位——数量可精确计量，但价值完全取决于它被编程做什么。⁶ 这产生了一个反直觉的现象：不到 5% 的 Token 消耗，创造了超过 80% 的可测量价值。所谓平均 Token 价格，就像用平均房价来描述一个既有茅草屋又有摩天楼的城市——数字正确，但毫无意义。这种价值分层已经体现在宏观数据中。Collis 和 Brynjolfsson (2025) 估算，生成式 AI 在 2024 年仅为美国消费者创造的消费者剩余就高达约 970 亿美元——用户从 AI 中获得的價值，远超过他们实际支付的金额。⁷ 而这些剩余价值，绝大部分集中在高价值应用场景。理解这一点至关重要。

Token 的价值不取决于它的生产成本，而取决于它被用来做什么。这是理解后面所有问题的前提。

Q3. 生产一个 Token 要花多少钱？

生产一个 Token 的价格是不同的，取决于你用什么模型、做什么任务。用轻量模型处理简单问题，比如 GPT-4o-mini 回答一句闲聊，消耗掉的电力约为 0.03 瓦时——比 LED 灯泡亮一秒钟还少。而用最强的推理模型做深度分析，比如 GPT-5 处理一个复杂的科学问题，，能耗可以高达 18 瓦时——是轻量模型的 600 倍。也就是说，同一家公司的不同模型之间，生产 Token 的成本就能差出几百倍。为什么差这么多呢？三个因素：一是模型大小，参数越多，生成每一个 Token 需要的计算量越大；二是任务复杂度，新一代推理模型在输出每一个可见 Token 之前，会在内部进行大量隐式推演，相当于想了几十步才说一个字。用户看到一个 Token，模型内部可能已经生产了上百个。单个可见 Token 的成本，被思考过程成倍放大了。也就是说，光是生产端，同一家公司不同模型之间的 Token 成本，就能差出几百倍。但总体趋势是清晰的：Token 在飞速变便宜。

价格崩塌99.7%，支出反涨3倍——AI版杰文斯悖论



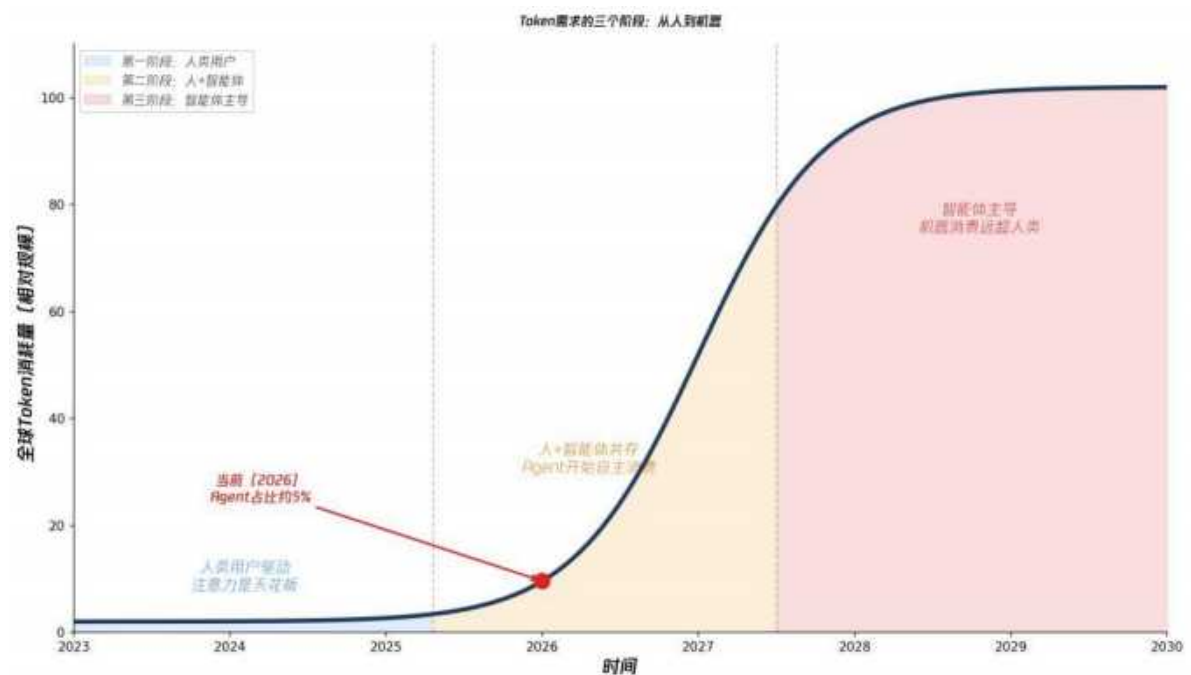
2022年，调用GPT-3级别模型需要60美元/百万Token。到2026年初，同等能力的开源模型只要0.06美元——降了99.9%。驱动降价的是三股力量的相乘效应：硬件效率每年提升2-3倍，算法效率每年提升2-3倍，系统优化每年再提升2-4倍。三者相乘，Token成本每年下降5-10倍。同样规模的模型，从上一代GPU换到新一代，每个Token的能耗就能下降约10倍。但这里有一个反直觉的事实：Token越便宜，全世界在Token上花的钱反而越多。2022-2026年间Token单价降了99.9%，但同期全球企业AI云支出从115亿美元涨到了370亿美元，翻了三倍多。为什么降价却没省钱？经济学家对此不会感到意外——这是经典的杰文斯悖论：当一种资源的使用效率大幅提升，总消耗量不降反升，正如蒸汽机效率提升后，煤炭消耗不降反升一样。Token价格的下降，将原本被成本约束抑制的潜在需求大规模释放出来。当Token价格是60美元/百万时，

只有金融分析、药物发现这些最高价值的任务用得起。当价格降到 0.06 美元时，代码审查、实时客服、个性化教育、甚至 AI 角色扮演都变得经济可行。每个新场景都是新的 Token 消耗。而且故事还有更深一层：单个 Token 的生产成本在持续下降，但单个答案的成本可能在上升——因为更好的答案需要调用更多 Token、更大的模型、更深的推理。用户买的不是 Token，是答案。所以更好的答案消耗更多的 Token，也消耗更多的电。

Q4. 为什么突然全世界的 Token 都不够用了？

在第一个问题中我们看到了 Token 消耗的疯狂增长——中国两年增长 1400 倍。但增速背后还有一个拐点：就是从人用 AI，到 AI 自己用 AI。过去两年，Token 需求增长主要靠两个驱动力：一是 C 端用户习惯养成，比如 ChatGPT 和元宝等成为日常工具，二是企业把大模型嵌入业务流程，比如客服、代码审查和数据分析等。但这两个驱动力都有一个共同的天花板——人脑。人一天能读多少字，能处理多少信息是有上限的。无论 AI 多便宜，人的注意力和带宽是固定的。2025 年底开始，一种叫智能体 (Agent) 的新东西改变了这个格局。智能体不是聊天机器人——它是能自主执行任务的 AI 程序。你给它一个目标，比如帮我订最便宜的机票，它自己去搜索、比较、填表、付款。整个过程中，它在不断调用大模型、消耗 Token，完全不需要人类注意力参与。一个企业部署 1000

个智能体，每个智能体每天消耗 100 万 Token，一年就是 3650 亿 Token。这相当于一个中等国家所有人类用户的总消耗量。

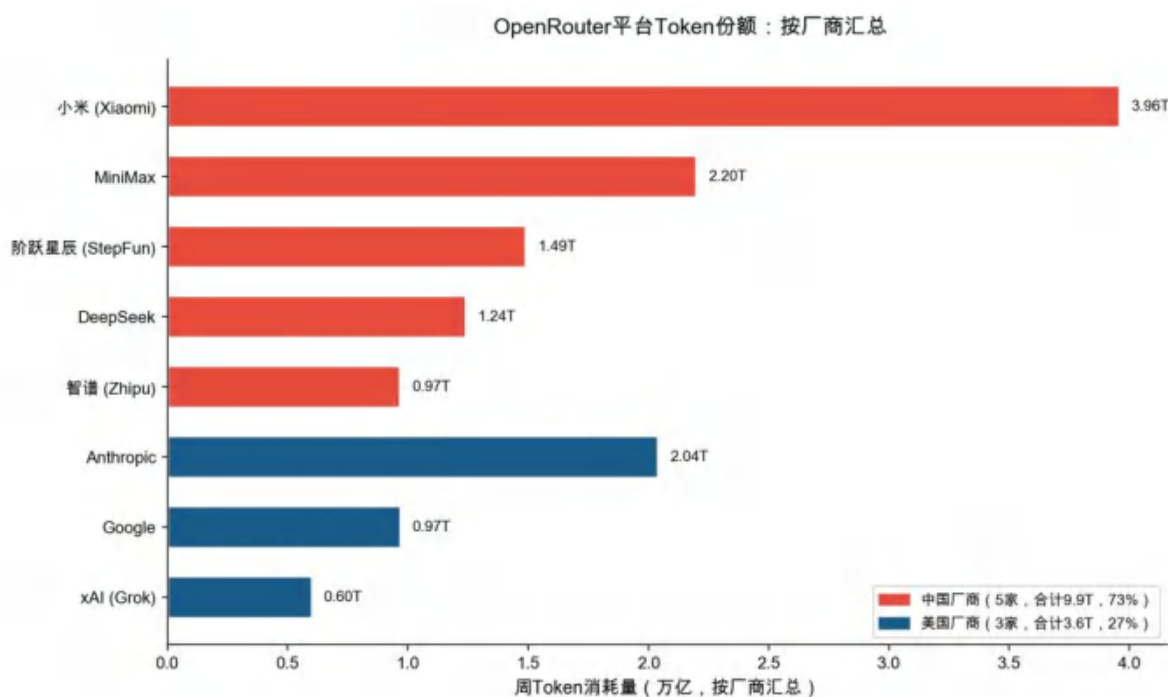


图中三个阶段：人类用户驱动（注意力为天花板）→ 人+智能体共存 → 智能体主导（机器消费远超人类）。红点为当前位置。更值得关注的是，智能体不只消耗 Token——已经有实验项目让智能体拥有自己的账户，自主接任务、赚收入、再用收入购买更多 Token。AI 正在从工具变成经济主体。这带来了全新的问题：智能体的收入算谁的？它签的合同有没有法律效力？它造成的损失谁来承担？

Token 需求的下一波暴涨，不再来自人类用得更多，而来自机器自己开始消费。这些新的模式其实已经在浮现，智能体越来越多的落地和应用，也解释了为什么突然间全世界的 Token 都不够用了。

Q5. 中国的 Token 和美国的有什么不一样？

2026年初，一件事让硅谷措手不及：在 OpenRouter 上，中国模型的 Token 调用份额已经超过 60%。DeepSeek、Kimi、Qwen 系列在性价比排行榜上碾压了大量美国竞品。



核心驱动力是算法创新。DeepSeek V3 采用的混合专家架构 (MoE) 让同等能力的推理成本下降了一个数量级——大模型里有多个专家子模块，每次推理只激活其中一小部分，既保留能力又大幅降低成本。

有人把这称为“Token 出海”。但这里有一个常见的误读需要厘清。在海外平台上提供服务的中国模型，其推理计算通常部署在海外云节点，如新加坡、美国，而非中国境内的数据中心。所谓 Token 出海，更准确的说法是中国的 AI 算法在出海，而不是中国的电力在出海。中国 Token 的真正竞争优势在三个方面：第一，算法效率——MoE 架构、量化技术等创新让单位算力的 Token 产出远高于同行；第二，开源策略

——DeepSeek、Qwen 的开源版本吸引了全球开发者，形成了生态飞轮；第三，极致定价——中国厂商愿意以接近成本价来换市场份额。对全球 Token 市场来说，中国模型的加入大幅加速了 Token 价格的下降。竞争越激烈，Token 越便宜，最终受益的是全球所有开发者和用户。

Q6. Token 有哪些卖法？

Token 经济中已经出现了三种截然不同的商业模式：第一种：按量计费。用多少 Token 收多少钱。OpenAI 的 API、Anthropic 的 Claude API 都是这个模式。好处是简单透明，问题是用户为了省钱会刻意减少调用。¹¹ 第二种：包月订阅。ChatGPT Plus 每月 20 美元，不按 Token 计数。这让用户不再纠结每次调用的成本，使用量通常比按量计费高 5-10 倍。订阅制的本质是让用户形成习惯——一旦 AI 成为 workflow 的一部分，退订的概率就很低。第三种：按价值收费。不按消耗了多少 Token 收费，而按创造了多少价值收费。比如 AI 帮你发现了一个合同漏洞，避免了 1000 万的损失，收你 10 万。这种模式的利润率可以高到夸张，但前提是你能可靠地衡量 AI 创造了多少价值。目前这仍然是最大的难题。还有一种正在萌芽的模式：Token 期货。企业预购未来的 Token 额度来锁定价格，就像航空公司对冲油价一样。¹² 当 Token 可以被期货交易的那一天，它就真正完成了从技术概念到经济基础设施的转变。

Q7. Token 经济需要什么新规则？

每一代通用技术都会催生新的制度需求：铁路时代是反垄
断法，电力时代是公用事业监管，互联网时代是数据隐私。
Token 经济也不例外，至少有三个问题需要回答。第一，能耗
治理。Token 生产是吃电的。IEA 预测，到 2030 年，全球数
据中心用电量将翻倍。¹³ 一次 ChatGPT 查询的耗电量约是一
次搜索引擎查询的 10 倍。¹⁴ 如果 Token 消耗按当前速度增长，
AI 的碳足迹将成为气候谈判的新议题。第二，跨境流动。上
面的第五个问题已经展示了，中国模型通过海外平台服务全
球用户。Token 作为一种数字化的智力产品，不需要集装箱和
海关，直接跨境交付¹⁵ 现有的贸易统计框架还没有一个分类
能准确描述这种新型贸易。第三，统计盲区。你用免费的
ChatGPT 写了一封完美的求职信，省下了 500 美元的职业顾问
费——这 500 美元的价值被创造了，但在 GDP 中消失了。用
传统 GDP 指标衡量 Token 经济，就像用体重衡量健康——能
反映一部分信息，但遗漏了最重要的东西。这三个问题也只
是 Token 经济带来的众多挑战的代表，它们没有简单答案，
但有一点是非常清楚的：制度建设的窗口从来都在技术爆发的
早期，而不是在它已经重塑一切之后。移动互联网爆发时，
流量计费、网络管理等基础规则，花了近十年才逐步成形，
行业为此付出了大量试错成本。Token 经济的演进速度远快于
移动互联网，留给制度设计者的时间更短。

结语：

七个问题，一条线索：Token 正在从一个技术术语变成一种经济基础设施。它的消耗量两年增长了 1400 倍。它的生产成本每年下降一个数量级，但全球总支出反而翻倍——160 年前，杰文斯在煤炭上观察到的同一个悖论。它的需求正在从人类消费者扩展到智能体。它的跨境流动绕过了一切物理运输。我们今天能观察到的，不过是这场变革的开头几页。目前有一系列问题亟待研究：当智能体开始自主购买和消耗 Token，非人类市场主体需要什么样的法律身份和金融基础设施？Token 的跨境流动本质上是算力和智力的跨境流动，现有贸易统计和监管框架尚未覆盖。Token 消耗正在成为衡量经济体 AI 化程度的核心指标——它能否像用电量、货运量一样，成为宏观经济的先行信号？最后一个问题留给每个人自己：你现在的工作中，有多少环节可以被拆解为“输入信息、处理、输出结果”？凡是符合这个模式的标准化流程，迟早会被 Token 化。留给人类的，是判断、创意、关系和不确定性——恰恰是单纯依靠 Token 做不好的事。

运营商的 AI Token 战略

- 一、三大电信运营商的年度业绩报告
- 二、中国移动 AI Token 业务的具体政策
- 三、中国电信 AI token 经营重塑业务
- 四、广电运营商的 AI 布局和思考

三大电信运营商的年度业绩报告解读

作为观察我国数字经济、智能经济发展态势的重要窗口，三大电信运营商的年度业绩报告一直受到社会各界的高度关注。随着“十四五”规划在 2025 年圆满收官，今年 3 月陆续发布的三份“收官答卷”，称得上是对过去五年信息通信行业高质量发展的一次集中检阅，含金量不言而喻。细读财报可以发现，2025 年三大运营商整体运行情况稳中有进、质效双升，呈现出盈利能力稳健、收入结构优化、动能加速转换的良好发展态势。以移动通信、固网宽带为代表的传统主营业务稳定发挥着“压舱石”作用，以人工智能、算力为代表的战略性新兴业务成为企业转型发展的关键助推器。运营商 2025 年的业绩表现，无疑为我国数字经济做强做优做大、千行百业数智化转型注入了强大信心。回首“十四五”一路踔厉奋发，三大运营商业绩表现有哪些亮点？眺望“十五五”启航的新方向，行业巨轮将驶向哪片蓝海？

一、增速放缓是“危机”亦是“新机”

2021 年至 2025 年，三大电信运营商一直维持着较为稳定的盈利水平。具体来看，中国移动 (93.520, -0.48, -0.51%) 营业收入从 8483 亿元增长至 10502 亿元，以绝对规模处于领跑地位；中国电信 (5.750, -0.04, -0.69%) 营业收入从 4342 亿元增长至 5239 亿元，增速维持了较高水平；中国联通 (4.560, 0.00, 0.00%) 营业收入从 3279 亿元增至 3922 亿元，稳健跟随行业发展整体步伐。三大运营商营收总体保持稳健的核

心驱动力(7.270, 0.04, 0.55%),要归功于数字经济红利的充分释放、5G网络的规模商用、数字化转型的火热开展以及传统通信业务的稳定需求。

不可否认的是,近年来三大运营商收入增速均出现了明显下滑,传统业务红利见顶、市场竞争加剧、运营成本高企等问题日益凸显,发展压力空前加剧。

但“发展危机”之中亦蕴藏着“发展新机”——数字经济发展持续向纵深推进,人工智能、低空经济、量子通信、卫星通信方兴未艾,行业数字化转型热度高涨。未来,三大运营商加快从传统通信服务商向综合数字化服务商、AI服务商转型,深耕智能化、数字化赛道,将有望在危机中培育新的增长点,实现高质量发展。

从传统通信业务角度来看,三大运营商在这一板块的收入增速虽大幅放缓,但合计达到万亿元级别收入规模,足以说明传统通信业务依然发挥着“压舱石”作用。值得关注的是,随着AI大模型、AI智能体受到消费者热烈追捧,融AI、融智能的传统通信业务已经展现出广阔的发展前景。根据财报披露的数据,2025年,中国电信天翼智铃、AI云电脑、天翼智盒等消费级服务产品日均Token调用量猛增10倍以上,中国移动AI智能助理灵犀智能体月活跃客户数超1亿、咪咕视频AI智能观赛累计使用人次达3.1亿,中国联通云智产品服务客户突破3亿户。

从新兴业务角度来看,这类业务在2025年财报中交出了亮眼答卷,高水平的发展增速和盈利能力,为三大运营商高质量发

展提供了强劲引擎。三大运营商在人工智能、低空经济、工业互联网、量子通信等新兴赛道上具备了较强的市场竞争力，不仅充当着传统电信业务增速放缓的“稳压器”，也是三大运营商重塑发展逻辑的“催化剂”。通过新兴业务应用场景拉动全社会对千兆光网、5G 专网、算力互联网、低空智联网的需求，让传统电信业务的价值被重新激活，实现“以新促基、以基托新”的良性循环。财报还显示，中国电信经营活动产生的现金净流入达 1245.2 亿元，中国移动经营活动现金流入净额达 2319.2 亿元，中国联通自由现金流同比增长 24.7%，充足的现金流储备无疑将为新兴业务进一步拓展提供有力支持。展望“十五五”，三大运营商依托海量数字化、智能化需求和万亿级基础业务稳住“基本盘”，叠加算力、云、AI、量子、低空经济、卫星通信等新兴业务开辟爆发式增长路径，进而形成“基础稳、新业强”的双轮驱动格局，全行业的高质量发展之路前景清晰、韧性充足、确定性强。

二、人工智能打造“新增长极”

2025 年三大运营商财报清晰显示，人工智能已从战略布局转向业绩增长核心引擎，成为拉动营收、优化结构、打开未来空间的新增长极。三家依托各自算力、网络、数据与场景优势，加大 AI 投入、深耕模型研发、加速场景落地，形成差异化竞争格局。

中国电信认识到人工智能带来的颠覆性变革，正推动企业战略从“云改数转”向“云改数转智惠”升级。从财报数据看，2025 年，中国电信智能收入达 123 亿元；从 AI 应用上看，中国电信强化央企首个全模态、全尺寸、全国产星辰大模型体系，构

建覆盖智能客服、营销、运营、研发、管理五大领域的应用图谱，累计上线超 250 个 AI 应用、打造 110 余个行业大模型与 350 余个行业智能体，汇聚超 10 万亿 Token 通用语料数据。

据了解，中国电信依托“通智超量”一体弹性计算、统一数据存储与高性能云网络，实现云智一体高效协同，已具备高并发、高吞吐、高算效的 AI Token 规模化生产能力。在业绩说明会上，中国电信表示未来将把 Token 服务作为公司经营主线，用 AI Token 经营重塑业务，明确了要从“流量经营”向“Token 经营”转型升级的发展思路。

中国移动提出智能服务是公司赢得未来竞争的制高点，深化落实“人工智能+”行动，在数智生活、数智生产、数智治理场景发挥创新牵引作用，规模与增速双优。财报数据显示，2025 年中国移动智能服务收入 908 亿元，同比增长 5.3%。数据算法、数智文化收入分别增长 12.6%、13.3%。AI 产品和能力上，中国移动升级九天大模型 3.0，推出超百款 AI+产品与解决方案、29 款垂类智能体，自建高质量数据集 3500TB，自研 50 余款行业大模型，联合能源、水利、农业等行业龙头企业共建生态。智能服务方面，充分发挥九天人工智能禀赋，发力数智生活场景，融入数智生产场景，拓展数智治理场景。公司成功打造收入百亿级产品 13 项、客户超亿户产品 17 项，AI 智能助理灵犀智能体月活跃客户数超 1 亿。

如今，“智能服务”已成为中国移动的三大主业之一。中国移动表示，2026 年，公司资本开支计划 1366 亿元，尽管同比

下降 9.5%，但却在智能网络投资方面增长 19.8%，目标是到“十五五”期末智能服务收入实现翻番。

中国联通抢抓新一轮科技创新和产业创新机遇，落实“人工智能+”行动。2025 年人工智能收入同比增 147%，增长势能强劲。AI 产品能力上，联通云加速向 AI 云演进；“应用+模型+资源”算力经营新模式，正支撑 180 余个省市级政务云、赋能近 40 万家企业数智转型。此外，中国联通开放数智平台，推出“万象”数据工程平台、“元景”MaaS 平台、“万悟”智能体平台，汇聚 400TB 高质量数据、140 余种主流模型与万名开发者，助力广大客户快速构建智能体。同时，中国联通着力推进安全 AI 化与 AI 安全化，为数字中国筑牢安全底座。

综合而言，三家指向“以 AI 为新业绩增长极”的同一方向。未来随着算力基建完善、大模型成熟、场景深度渗透，AI 将持续打开增长空间，推动运营商从管道商走向智能经济主力军，为数字中国与新质生产力建设提供坚实支撑。

三、算力业务开拓增量“新版图”

三大运营商之所以能稳稳接住这波人工智能红利，与近年来持续加码的算力基础设施建设密不可分。2025 年，中国移动智算总规模达 92.5EFLOPS；中国电信自有及接入智算规模为 91EFLOPS，其中自有智能算力 46EFLOPS；中国联通智算总规模为 45EFLOPS。下一步，三大运营商也不约而同地选择了继续加大资本开支向算力领域的倾斜力度：中国电信算力基础设施资本开支计划增长 26%，中国移动算力网络投资计划增长 62.4%，中国联

通计划将算力投资比重提升至资本开支的 35% 以上，彰显出深耕算力赛道的决心。

在 AI 业务迅猛的发展势头之下，三大运营商的 2025 年业绩报告也传递着全新趋势——以算力为核心支点，重构业务增长版图，算力服务日益成为驱动三大运营商实现高质量发展的关键引擎。

中国移动智算服务收入实现了 279% 的爆发式增长，展现出强劲的增长势能，算力服务收入达 898.32 亿元，占主营业务收入比重为 10%。中国联通数据中心收入 281 亿元，同比增长 8.5%，算力业务占服务收入比重已达 15.4%，为公司收入结构优化注入了强劲驱动力。中国电信 AIDC 收入达 345 亿元。

可以预见，算力业务将在“十五五”时期为三大运营商描绘一条全新的“增长曲线”。而推动这条“曲线”从趋势落到账面的商用路径，已经在人工智能的大潮中悄然成型。

今年 3 月，我国日均词元（Token）调用量突破 140 万亿，两年增长超千倍，算力需求高涨。根据中国电信财报披露的数据，2025 年公司面向个人、家庭用户提供的智能产品服务的日均词元（Token）调用量增长十余倍，中小企业智能体单企业的词元（Token）调用量涨幅则达到 50 倍。词元（Token）调用量呈指数级增长，背后反映的是个人、家庭、行业用户对 AI 大模型、智能算力的旺盛需求，能够为运营商算力业务提供稳定且高速增长的市场基础，尤其是在政企数字化、行业智能体等高附加值应用场景。

与传统的算力租赁商业模式不同，人工智能时代应运而生的 Token 经营模式更强调服务用户的智能需求，凭借近年来在算网基础设施、算力调度平台、基础大模型、行业大模型与智能体等领域的持续深耕，运营商“云+网+算力+模型+平台”的一体化服务优势将在 Token 经营模式下迅速凸显。中国电信总经理刘桂清在业绩说明会上表示，中国电信提出的“五位一体”（算力+平台+数据+模型+应用）智能云体系，本质上就是 Token 经营体系。因此，运营商的角色定位将从提供基础算力向提供智能算力运营、行业一体化解决方案转变，成长为数字经济时代的核心 AI 服务商。

展望“十五五”，算力业务的蓬勃发展有利于三大运营商重塑营收结构、提高盈利质量、驱动长期价值提升，从而对冲传统电信业务萎缩带来的经营压力。算力服务相关业务将成为驱动三大运营商业绩增长的重要引擎，为企业乃至行业的高质量发展注入更大的活力和更强的韧性。

四、战新业务维持高速增长态势

2025 年，在传统电信业务趋于饱和的行业背景下，中国电信、中国移动、中国联通凭借战略性新兴业务的强劲爆发，交出了一份结构优化、动能转换、质效双升的亮眼财报。以云计算、算力、人工智能、量子通信、卫星通信、安全服务为代表的战略性新兴产业，已经从转型发展的新生代跃升为业绩增长的主引擎，成为支撑运营商稳定营收、夯实利润、重塑行业价值的核心力量。

中国电信战新业务多点开花、增长快速，成为业绩稳健的关键支撑。天翼云收入突破 1207 亿元，公有云 IaaS 份额跃居国

内第二、IaaS+PaaS 跻身国内前三；AIDC、安全、智能业务收入分别达 345 亿元、166 亿元、123 亿元，视联网、量子、卫星业务收入同比分别增长 31.2%、65.4%、30.7%。多元化的战新业务矩阵，有效对冲了通信业务增速下降的压力，推动公司服务收入实现稳步增长。

中国移动凭借算力服务与智能服务的双轮驱动，打开规模化增长新空间。智能服务收入 908 亿元，同比增长 5.3%；智算服务收入大幅增长 279%，AIDC 收入同比大增 35.4%；算力服务与智能服务占主营业务收入比重均达到 10%。依托领先的算力规模与基础设施覆盖能力，公司实现战新业务与传统主业深度协同，巩固了行业领跑地位。

中国联通以结构优化跑出了转型发展加速度，高占比、高增速的战新业务，支撑公司营收稳步增长。战略性新兴产业收入占比超 86%，贡献突出；算力业务收入占比超 15%，同比提升 1.1 个百分点；联通云稳步增长 5.2%，数据中心收入 281 亿元，同比增长 8.5%，人工智能收入同比激增 140% 以上；5G 专网业务收入达到 123 亿元，同比增长 50% 以上。

根据近年来战略性新兴产业在三大运营商财报中的表现我们可以确定，这类业务凭借高增速、高附加值的特性，已经成为拉动运营商营收增长的第一引擎，有效弥补了传统通信业务增速放缓造成的缺口，进一步加快了三大运营商向科技型企业转型的进程。更重要的是，算力与 AI 已经渗透至经济社会发展各个方面，战新业务与传统业务正在形成“以新促基、以基托新”的良性发

展循环，逐步构建起协同共进的发展格局。

以人工智能、低空经济、量子通信、卫星通信为代表的战略性新兴产业属于典型的技术密集型产业，三大运营商在这一领域取得的成绩离不开近年来在科技创新领域的高强度投入。2025年，科技创新的“投入强度”已经实实在在地转化为科创成果的“产出密度”。中国电信在量子 / 安全、人工智能、云及云网融合等领域产出了一系列具有国际影响力的成果；中国移动 6G 国际标准立项数居全球运营商第一阵营；中国联通成为业内首个且唯一通过国家数据安全能力成熟度模型（DSMM）最高等级认证的公司。

在数字经济走深向实、未来产业加速崛起的当下，三大运营商的战略性新兴产业拥有广阔的成长空间，这类业务不仅是服务数字中国建设与赋能新质生产力发展的关键抓手，也将成为三大运营商实现业绩与价值双重跃升的重要跳板。

国际业务实现提质“加速跑”

根据 2025 年财报，三大运营商国际业务板块均呈现出向上增长的良好态势。从整体收益来看，2025 年，中国电信国际业务收入达 193 亿元，同比增长 14.1%；中国移动国际市场收入达 293.19 亿元，同比增长 28.5%；中国联通国际业务收入达 136 亿元，同比增长超过 9%。

从具体业务市场分析，三大运营商的海外布局各有重点。中国电信面向国际用户，持续推动国际业务高质量发展，稳步推进全球云网基础设施与生态体系建设，继续深化境内外一体化协

同，强化云、AI 视联网、物联网、卫星、量子、安全等战新业务海外场景适配和推广，积极拓展“一带一路”沿线市场。中国移动持续增强国内国际“两个市场”融通效应，推动优质产品、能力出海，支撑“一带一路”高质量共建。充分发挥协同效应，着力为香港地区消费者提供更丰富、更优质的通信和数字化服务。中国联通加快国际化发展，着力提升亚太、亚美、亚非欧等主干通道能力，落地东盟智能制造、中东智能仓储、非洲智慧矿山、欧洲智慧港口等标杆项目，助力高质量共建“一带一路”。

在竞逐海外市场的征途中，三大运营商也在持续强化国际业务产品服务创新。中国电信聚焦中资出海、外资来华等客户需求，推进 OTN、SD-WAN 等基础连接产品升级，加快云、AI 视联网、物联网、卫星、量子、安全等战略新兴业务出海。同时持续强化全球生态合作，推出并发布 OneGrowth 全球合作计划，积极亮相 GITECH2025、Africa-Com 等国际展会拓展生态，运营体系与市场拓展能力显著增强。中国移动不断深化国际生态合作，建成 40 个全球分支机构，服务万家中资企业跨国发展，全球合作数据中心超 1300 个，“牵手计划”覆盖全球用户超 30 亿户。同时，不断强化海外子网运营，成功收购香港宽频，香港移动 5G 网络覆盖和 5G 速率居行业首位。中国联通在 2025 年不断推动智慧家庭产品走向国际，在助力“一带一路”建设中打造并落地了多个标杆项目。此外，中国联通的权益海缆容量达到 246T，提升了 23%；国际业务 POP 点增加了 50 个，总量达到 450 个。

总的来看，2025 年三大运营商的全球化合作都呈现出持续

深入拓展的良好趋势，国际业务实现了提质和加速“双增长”，国际化实力得到进一步增强。

网络设施迈向空天地一体

2025年，三大运营商持续夯实连接能力，完善网络覆盖，提升网络质量。具体而言，以5G/5G-A为布局重心，同步向空天地一体化网络加速演进，为全域泛在连接筑牢根基。

中国电信扎实推进基础网络与空天布局，5G共建共享基站超154万站，5G-A载波聚合超11万站，RedCap超65万站；千兆光网10G PON端口超1000万个，城镇千兆住宅覆盖率超97%。同步推进高轨移动通信卫星建设，开放天通业务，开展北斗短信试验，地面与空天能力协同升级。

中国移动以规模与技术双领先夯实连接底座，5G基站超277万站，实现乡镇以上连续覆盖，全球率先实现5G-A核心网智能化；千兆网络覆盖5.3亿户，5G客户达6.42亿户。宽带联网客户再创新高，达到3.29亿户，净增999万户，宽带网络收入同比增长7.1%。物联网卡连接数达到14.8亿，AIoT平台成为全球最大的连接管理平台。公司获卫星通信业务许可，迈入商业化运营，北斗通信用户超150万户，星地融合步伐加快。

中国联通聚焦网络升级与场景拓展，移动网络人口覆盖率超99%，支撑5G-A能力升级，5G-A部署覆盖超330个城市，全国所有地市点亮5G-A载波聚合，超300个城市规模开通RedCap，近九成宽带具备千兆能力，万兆光网在百城试点。用户总量突破12亿，物联网规模超7亿，车联网市场巩固领先优势，5G专网收

入 123 亿元，同比增长超过 50%。同时，中国联通推动连接形态从移动网、宽带网向物联网、车联网、工业互联网延伸，朝低空智联网、卫星互联网演进，满足高速泛在、智能高效、稳定可靠的连接需求。把握低空经济机遇，打造通感导算一体的低空智联网，并获得卫星移动通信业务经营许可，推动手机直连卫星规模应用。

由此可见，三大运营商已共同锚定空天地一体化方向，以 5G/5G-A 为纽带，融合卫星、北斗、低空智联网等能力，推动地面通信与空天网络深度协同，构建全域覆盖、泛在智能、安全高效的一体化连接体系，为数字经济发展提供坚实支撑。

客户服务更加聚焦和精细化

根据 2025 年财报，三大运营商在客户服务方面的产品体系和服务标准都更加聚焦和精细化。针对公众客户（个人和家庭）、政企客户以及国际客户，推出了更加契合目标群众的智能产品和解决方案。

中国电信积极把握“AI+”消费升级新趋势，持续推进发展模式创新升级，面对市场新业态、新场景，不断丰富高质量产品供给，扎实推动基础业务与产数业务双轮驱动、融合发展。面向个人客户，持续推进连接体验升级，持续推进个人应用 AI 升级，持续推进全域泛在的“天地一体”通信服务。面向家庭客户，持续推进千兆光网服务升级，持续推进智家应用 AI 升级，持续推进“平台+AI”的发展模式升级。面向政企客户，持续推进算力服务规模发展，持续推进行业大模型服务规模发展，持续推进行业数

字平台规模发展,持续推进 5G 行业应用规模发展。面向国际客户,持续强化国际业务产品服务创新,持续强化全球生态合作。

中国移动深化战略品牌体系建设运营,通过构建大服务体系,加大优质服务供给,创新全面质量管理,十项服务承诺有效落地,服务水平再上新台阶。同时焕新全球通、移动爱家客户品牌,打造移动商客品牌,品牌影响力持续提升。通过持续推动公众政企“两类客群”融合贯通,移宽融合率达到 96.5%,政企客群中成员客户超 2 亿户,净增 935 万户。面向公众客群,着力稳存量、激用量、提价值,全球通客户达到 2.0 亿户,净增 419 万户;千兆宽带客户达到 1.1 亿户,净增 970 万户;公众客群收入完成 6551 亿元。面向政企客群,加快推进政企市场体系升级,着力强能力、拓规模、优质效,政企客户达到 3617 万家,净增 358 万家,政企客群收入达到 2404 亿元,同比增长 6.1%。中国移动 APP 月活跃客户数达 3.46 亿,同比增长 50.0%,5G 网络时长驻留比提升至 97.6%。

中国联通的客户服务水平进一步提升。一是深化便捷服务,传递“联通温度”。落实工信部“让信息通信发展成果更多、更好惠及全体人民”的要求,落地信息通信暖心服务“十件实事”,开展“明白办、放心用”等行动,提升服务水平。10010 热线开展温情服务活动,优化流程精准服务,完成“全国两会”“亚冬会”等专席重保,为“银龄”“双拥”等群体提供专属服务。营业厅全面深化服务转型,提高办理效率,缩短等待时长,构建智慧服务新生态,开展适老、反诈等服务。中国联通 APP 持续拓展

服务场景，强化资费透明展示与服务引导，月活跃用户数突破 1.1 亿。提升政企客户感知，赋能数字化转型。服务新型工业化，5G 工厂超过 9000 家，5G 专网项目收入 123 亿元、同比增长 51%。赋能数字政府，迭代经济运行平台，有效助力 20 多个部委和 20 多个省宏观经济科学决策。二是创新智能服务，塑造“联通智慧”。推出通通客服智能体，提供多模态交互的 177 个服务场景，推动服务从“标准化应答”向“个性化对话”升级，实现信息查询更直观、业务办理更便捷、问题解决更快速。

中国移动 AI Token 业务的具体政策

中国移动的 AI Token 业务是其在“AI 时代”实现数字化转型和业务结构重塑的核心抓手。它不仅是技术名词，更是中国移动从传统“流量经营”向“算力/智能要素经营”转型的战略标识。

以下是对中国移动 AI Token 业务的详细介绍：

中国移动在 2025 年财报中首次将三大主业描述为通信服务、算力服务和智能服务。其中，算力服务收入达 898 亿元，同比增长 11.1%。智算服务增速达 279%，拉动云算服务收入同比增长 13.9%。

在算力大规模投入等因素影响之下，公司现金流正承受明显压力。2025 年，公司经营活动产生的现金净流入为 2329 亿元，同比下降 26.2%。随着 AI 领域高强度投资持续，潜在的长期支出对运营商的财务状况构成考验。

在此背景下，中国移动提出了 Token 经营的新方向。中国移动董事长陈忠岳在业绩会上表示，AI 时代通信行业最关键的生产要素是 Token，公司即将进入 Token 用量与 BAT 流量双高速增长的新阶段。这将是公司未来业绩增长的依托，也是资源倾斜与投资布局的重点方向。中国移动计划到 2030 年基本建成世界一流科技服务企业，其中算力服务和智能服务收入都力争在十五五期末实现翻番。Token 经营正是实现这一目标的核心战略。

一、 战略定位：Token 作为核心生产要素

中国移动明确将 Token 定义为 AI 时代最关键的生产要素，类似于过去的“流量”。

核心逻辑：Token 通过计量 AI 模型推理时消耗的算力（与数据的关联），将算力服务转化为“按用量计费”的标准化产品。用户调用一次 AI 模型消耗多少 Token，就付多少钱。与传统的算力销售不同，Token 经营更注重价值创造。中国移动不再仅仅提供计算资源，而是通过智能服务帮助客户解决问题、创造价值。这种转变让运营商从基础设施提供商升级为智能服务商。

业绩增长点：公司管理层在 2025 年业绩发布会上表示，AI 时代将进入 Token 用量与 BAT 流量双高速增长的新阶段，Token 经营将成为未来业绩增长的重要依托。中国移动已为此做好了充分准备。公司打造了超万卡智算集群，积淀了超过 40 万亿 Token 的高质量数据集，并布局了 50 款行业大模型。这些基础设施为 Token 经营奠定了坚实的技术基础。

移动云平台成为 Token 经营的关键载体。通过集成优质 AI 模型，中国移动打造了可信的推理服务，打通了 Agent 使用 Token、Token 拉动算力的完整服务链路。这种模式已经初见成效。

二、业务架构：Agent + Token + 算力的闭环

中国移动构建了完整的 Token 经营链路，打通了 AI 应用的价值闭环。

服务链路：通过“移动云”平台集成优质模型，打造可信的推理服务。其核心模式是打通“Agent（智能体）使用 Token、Token 拉动算力”的闭环。简单来说，即用户使用 AI 应用（Agent）生成内容，消耗 Token，Token 的消耗直接驱动算力需求，形成一个完整的商业闭环。

技术支撑：公司已经打造了超万卡智算集群，积累了超过 40 万亿 Token 的高质量数据集，并布局了 50 款行业大模型。这些基础设施为 Token 经营提供了坚实的技术基础。

Token 经营并非简单的概念替换，而是从流量经营到价值经营的根本性转变。过去运营商主要销售网络连接和数据传输量，如今则转向提供智能产出和服务价值。每个 Token 都代表一次智能交互、一个问题解答或一次内容生成。从经营逻辑看，Token 经营实现了三重跃迁：从连接到智能的价值升维，从同质化到差异化的定价重构，从管道到生态的角色重塑。这为运营商摆脱低价竞争提供了新路径。

三、 核心业务与实践

中国移动正在将 Token 业务落地到具体的行业场景中。

行业应用：推出了“AI 巡考”、“AI 核检”、“AI 计”、“AI 急救”等 20 款行业应用，打造了 AI 办公助理、AI 视觉监控、AI 数字引擎等智能产品。

实际案例：在实际应用中，中国移动自有线下渠道已为数万客户安装养龙虾应用，使用移动云算力服务的客户超过 4 万。这个案例生动展示了 Token 经营如何赋能实体经济。

在全球化布局方面，中国移动香港火炭数据中心将于今年 4 月投入运营。这标志着公司正在构建覆盖全球的算力网络，为国际化 Token 经营奠定基础。

Token 经营的成功关键在于生态构建。中国移动不仅要做强自有 Token，还要做大生态 Token，积极探索国际化 Token 经营。通过开放合作，构建完整的智能服务生态体系。

四、 市场潜力与挑战

市场前景：随着 AI 应用从训练转向推理(Inference)，Token 的调用量正呈指数级增长。根据行业数据，截至 2026 年 3 月，我国日均 Token 调用量已超过 140 万亿，呈千倍增长。

竞争格局：中国移动与电信、联通等运营商正竞争抢占 Token 市场。凭借算力节点、政企渠道和品牌优势，移动有望在 Token 经济中开辟新的增长空间。

随着 AI 从训练转向推理，Token 消费将呈现指数级增长。中国移动凭借其网络优势、数据资源和算力基础设施，有望在 Token 经营新纪元中占据领先地位。这场转型不仅关乎中国移动自身发展，更将推动整个通信行业的变革。从卖带宽到卖智能，运营商正在重新定义自己在数字经济中的价值定位，开启全新的增长篇章。

中国信用 AI token 经营重塑业务

以下是关于中国电信（China Telecom）AI Token 业务的详细介绍。

根据最新的公开信息（截至 2026 年 4 月），中国电信已将 AI Token 经营上升为公司经营的主线，旨在通过算力、平台、数据、模型和应用的深度融合，重塑传统业务模式。

中国电信公布 2025 年度业绩。报告期内，中国电信实现营业收入为人民币（下同）5239 亿元，其中服务收入为 4854 亿元，同比增长 0.7%。归属于上市公司股东的净利润为 332 亿元，同比增长 0.5%；扣非净利润为 313 亿元，同比增长 1.9%。



一、 业务定义与战略定位

核心定义：AI Token 是 AI 交互的最小计量单元，通常对应模型推理（Inference）时消耗的算力资源。在中国电信的体系中，Token 不仅是计费工具，更是衡量 AI 价值产出的“硬通货”。

战略定位：要“用 AI Token 经营重塑业务”。这意味着公司将从传统的“流量经营”模式转向“价值经营”，通过 Token 的生产与消费闭环，抢占智能经济时代的制高点。中国电信提出五位一体智能云体系，就是 Token 经营体系。

Token 服务是电信今后的经营主线，电信将做强自有 Token，做大生态 Token，积极探索国际化 Token 经营。坚持价值经营，按通用、专业和定制 Token，提供差异化的服务和定价。面向公众客户，创新 Token 包经营，打造特色权益，拓展价值空间；面向中小微企业，推出 Coding Plan 套餐；面向政府和大型企业，提供私有化部署+Token 批发；面向海外客户，提供境内外一体化 Token 套餐。

二、基础设施与技术布局

算力优势：中国电信拥有强大的算力基础设施，算力总规模已达 91EFLOPS（艾塔）级别这些算力节点不仅支撑核心网络，还提供按需敏捷部署的推理算力。AI 手机、AI 摄像头、AI 智屏等终端规模超过 2500 万；AI 云盘、AI 通信助理、AI 智铃等各类 AI 应用用户规模超过 1.1 亿户；实体渠道网点和装维人员队伍，正在逐步成为属地化 AI 交付力量。以某大型企业在息壤平台私有化部署为例，定制开发 73 个智能体，带动年消耗 1.2 万亿 token。

智能云体系：公司构建了“算电协同、息壤平台、边缘算力”等优势资源，形成了五位一体（算力、平台、数据、模型、应用）的智能云体系，为 Token 的生产提供了技术支撑。

数据资源：拥有覆盖 14 个行业、总量超 500TB 的高质量数据集，以及超过 10 万亿 Token 的通用大模型语料数据。

在持续深化智能云体系的过程中，中国电信已经初步形成了算电协同、

息壤平台、边缘算力、算网融合、属地服务和跨境服务等优势。

三、 业务模式与产品形态

中国电信采用了分层次、差异化的 Token 经营模式，针对不同客户群体提供定制化服务：

面向公众客户推出 Token 包经营，用户可以购买 Token 包用于日常的 AI 应用消费。春节期间，中国电信推广智铃业务，市场反响热烈，AI 制作用户规模超 400 万、Token（词元）日均消耗增长 14 倍。智能云体系为业务高并发、大规模运行提供了安全稳定、弹性充沛的资源 and 运营保障，有力推动中国电信从传统流量经营向 Token 价值经营的模式转型。天翼智屏：通过智能屏幕（智屏）将 Token 经营延伸到家庭娱乐和智能交互领域。

To B 领域同样如此。中国电信为某企业在息壤平台进行 AI 私有化部署，定制开发了 73 个智能体，带动年消耗 1.2 万亿 Token。

“Token 经营”不仅对外，也面向中国电信内部。“利用智能体、模型、数字员工等，来提升我们的运营、管理、科研、风险防范以及其他能力，从而降低成本，提高人效、物效和费效。电信内部的各项应用，实际上就是 Token 管理的过程。”

Coding Plan 套餐：面向中小微企业提供专业化的 Token 套餐，支持企业级的 AI 开发与部署需求。

行业 AI 应用：AI 手机、AI 摄像头、AI 智屏等终端规模超过 2500 万台，AI 云盘、AI 通信助理等各类 AI 应用用户超过 1.1 亿户。实体渠道与装维队伍正逐步成为属地化 AI 交付力量。以某大型企业为例，公司为其定制开发 73 个智能体，带动年消耗 1.2 万亿 Token。面向公众、中小微企业、政府及大型企业、海外客户，公司推出了差异化的 Token 服务与套餐。

公司明确 Token 服务为经营主线，策略包括做强自有 Token、做大生态 Token、探索国际化 Token 经营；按通用、专业、定制三类 Token 提供差异化服务与定价；面向公众客户推出 Token 包经营，面向中小微企业推出

Coding Plan 套餐，面向政企客户提供私有化部署加 Token 批发，面向海外客户推出境内外一体化 Token 套餐。私有化部署：面向政企客户提供私有化部署服务，客户可以在中国电信的安全网络环境下部署专属模型。面向大型企业（如某大型企业私有化部署案例）提供 Token 批发服务。例如，某大型企业定制开发 73 个智能体，年消耗 1.2 万亿 Token。

四、 市场表现与趋势

Token 消费激增：随着 AI 应用的普及，中国电信的 Token 日均消耗量已突破 140 万亿，呈现指数级增长态势。春节期间，AI 制作用户规模超 400 万，Token 消耗增长十多倍。**算力消费占比提升：**算力服务收入已成为公司收入和利润的重要来源，算力业务收入占比显著提升，推动了智能收入的高速增长。

尽管中国电信在算力、渠道和政企资源上具备优势，但面临着来自云厂商（如华为、阿里云）和互联网平台（如字节跳动）的激烈竞争。当前挑战在于如何深化与生态伙伴的协同效率，强化自有 Token 的核心竞争力，实现国际化 Token 经营的突破。

广电运营商的 AI 布局和思考

一、AI 基础设施方面

加强算力和网络基础设施的升级。加快推动有线、5G、地面无
线、高低轨卫星协同组网，加快算网深度融合，着力打造超高清、
智能化、全覆盖、高可靠和强安全的新一代广电技术底座。

思路一：算力网调度与运营平台。就是把通算、智算、超算、
边缘算力全部纳管起来，统一调度、统一运营。广电不需要自己
建一堆算力中心，可以在平台上“买算力”，像交水电费一样。

思路二：云边端一体机。对于那些不想把数据上云、但又需要
AI 能力的广电机构，把开发、训练、推理、运营全部打包成一个
盒子，开箱即用，支持私有化部署。

这两个产品背后的逻辑是：AI 要普及，算力必须先“自来水化”。
不能每个机构都去建发电厂，要有统一的水网电网。

二、AI 支撑广电内部运营

AI 最先落地的场景，不一定是面向用户的产品，而是内部运营。
因为内部数据可控、需求明确、经济账容易算清楚。这一层解决
的是“广电自己怎么用 AI 提效”的问题。

思路一：AI+DICT：这个主要面向政企业务，通过打通财务、
客户、项目、合同等这些系统数据，就可以让 AI 辅助销售写标书、
跟进客户、管理项目，等于让广电的“后台”长出脑子。

思路二：AI+反诈：用大模型自动识别诈骗号码，比如一个号
码三十天没有任何语音、流量的使用，突然大量外呼，并且归属

地也不一，就可以通过字段以及发单等进行组合判断是否涉诈，并进行相应预警和处理，把人工从重复劳动里解放出来，这个应用场景如今非常受欢迎。

三、AI 智能体方面

开放共享智能体生态，从产业趋势看，智能体正成为 AI 关键入口，我们谋划搭建集研发、测试、部署、共享、评测于一体的行业共建平台，围绕内容创作、智能编剪、多语种编制、内容审核、模型评审等场景，打造一批好用、管用、可迭代的高价值智能体矩阵，让智能体真正用在内容生产，融合在媒体服务的各个环节。

下一阶段，广电行业的 AI 竞争，不是比谁的大模型参数多，而是比谁的智能体更能解决实际业务问题。智能体的价值不在于数量多，而在于能不能真正嵌入业务流程。

四、AI+生态方面

加强 AI+广电服务升级。发展 AI 的最终目的是服务用户，赋能社会。以 AI 为纽带，深度融合有线与 5G 优势，应当着力打造广电特色鲜明的算力+平台+数据+模型+服务的一体化智慧生态，让数智广电更好地惠及千家万户，服务千行百业。

打造 AI+视听新体验，加快广电网络产品服务全链 AI 升级，打造 AI 数据差异的视听+5G+宽带+AI 融合业务，创新内容业务形态，向全场景智慧化升级，加速智能体引用，推动大屏向家庭生活服务屏转变，支撑智慧居家养老等服务。

AI+内容新支撑，依托算力网络服务为各级广电部门内容播出、转播发射、监测监管机构提供传输、智算、存储和感知一体的服务，为四个层次的传播渠道提供电视直播频道的节目信源服务，统筹发挥 AIGC 模型、垂类模型和智能体能力，为内容机构提供 AI+服务的一站式解决方案。

AI+DICD 新服务，国家文化大数据服务平台面向各类文化机构提供专网接入、采集加工和存储计算，内容分发和 Token 运营全链条服务，助力数字化运营、信息化转型。

思路一：AI 生态服务平台：类似 AI 能力超市，算力、数据、模型、应用都可以在这个平台上交易，一方面集成底层资源，一方面打通上层需求。

思路二：智能视联：把摄像头数据用 AI 分析，输出给街道办、物业等客户。广电有网络、有运营经验，做这个天然有优势。这一块最核心的能力是实现跨平台的智能分析以及模块化的原子能力组件。

思路三：康养终端：面向居家养老的智能解决方案，通过集成可以监测健康、语音交互、自动报警，为老年群体提供便捷、安心的数字化生活体验。