

阿里AI迈入商业化回报周期

相关产品收入占比达30%，预计未来一年将突破50%



记者 杨翔非 温婷

5月13日，阿里巴巴集团发布2026财年第四季度及全年业绩。2026财年，阿里巴巴收入为1.02万亿元（人民币，下同），同比增长3%。若不考虑高鑫零售和银泰的已处置业务的收入，同口径收入同比增幅将提升为11%。同时，阿里巴巴宣布派发2026财年年度定期现金股息，股息总额约为25亿美元。

第四财季，阿里云外部商业化收入增速提升至40%，为九个季度以来最快。相比之下，这一增速高于亚马逊AWS、比肩微软Azure。同时，AI相关产品收入在云外部商业化收入占比提升至30%，实现连续十一个季度三位数同比增长。

在当晚的分析师电话会上，阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭宣布，阿里AI已跨越初期投入阶段，正式迈入商业化回报周期。预计未来一年，AI相关产品收入占比将突破50%，成为阿里云收入增长的主要引擎。

AI商业化迎来拐点

截至第四财季，阿里云外部商业化收入增速提升至40%，创下近年新高。在此基础上，阿里AI+云业务达成了两个新的里程碑，标志着AI商业化飞轮全面启动。

AI收入占比实现结构性突破成为阿里的一大里程碑。报告期内，阿里AI相关产品收入在云外部商业化收入的占比提升至30%，实现连续十一个季度三位数同比增长，季度收入达89.71亿元。云收入结构快速转变，AI正在成为驱动云收入增长的主要引擎。

“这意味着AI正在驱动阿里云全业务升级，增长动力从传统的计算存储，全面转向模型、算力与Agent服务。”吴泳铭说。预计未来

一年，AI相关产品收入占比将突破50%，成为阿里云收入增长的主要引擎。

第二个里程碑是AI模型与应用服务收入指数级爆发。今年3月，阿里进一步提升MaaS（模型即服务）在组织层面的优先级，成立Alibaba Token Hub（ATH）事业群，强化模型、MaaS、AI应用之间的战略协同。财报显示，2026年3月，MaaS平台“百炼”的客户数量同比增长8倍，反映出企业级市场对AI需求的加速释放。

“最近，包含百炼MaaS平台在内的AI模型与应用服务ARR（年化经常性收入）已突破80亿元，今年底将突破300亿元。这部分收入的高利润率优势逐渐凸显，将是我们未来收入健康、高质量的增长支柱。”吴泳铭说。

全栈AI加速突破

“凭借其全栈AI能力，阿里有望成为中国AI领域主要赢家。”摩根士丹利研报认为，在中国AI产业从技术探索迈向大规模商业化落地的关键阶段，阿里巴巴正以全栈实力引领行业。

财报显示，阿里在模型、芯片、云和AI应用各层面均实现加速突破，进一步巩固全栈AI技术的全球领先地位。

模型层面，千问大模型智能实现显著提升，在推理、编程等方面展现领先地位，并丰富多模态模型矩阵。此外，面向实时交互的开放世界模型HappyOyster及多模态模型HappyHorse等正分阶段推出。

芯片层面，平头哥GPU芯片已实现规模化量产。截至2026年2月，已经累计规模化交付47万片。平头哥芯片与阿里云、千问模型形成完整的一体化技术栈，显著提升训练和推理效率。目前，60%以上的平头哥芯片服务于外

部商业化客户，已完成规模化外部客户AI任务适配，支持了400多家企业客户的AI任务。

应用层面，阿里推出企业级智能体平台“悟空”，千问App全面接入阿里电商服务能力，并与中国东方航空达成首个外部合作，将AI能力延伸至出行场景。

凭借全栈AI技术优势，阿里云持续引领市场。Gartner报告显示，2025年阿里云继续保持中国IaaS（基础设施即服务）市场第一，市场份额显著提升至32.8%。业内人士认为，阿里云在算力供给、模型能力和商业化落地的投入正进入收获期。

AI与消费生态加速协同

AI正在与阿里巴巴消费生态加速融合，逐渐成为贯穿各业务的新增长引擎。

报告期内，阿里中国电商集团CMR（客户管理收入）增长8%，即时零售收入增长57%，88VIP会员规模突破6200万，同比增长2.8%。业内人士认为，CMR显著增长，得益于宏观消费回暖和品牌对天猫投入意愿增强。

数据显示，目前高客单价餐饮及非餐品类订单显著增加，带动客单价和UE（单位经济模型）环比改善。

值得一提的是，阿里AI应用正在与即时零售业务深度融合。消费者端，淘宝千问全面打通，上线AI购物助手，通过对活理解用户需求、精准推荐商品，并推出AI试穿、AI种草、AI省钱等功能，提升全流程消费体验。商家端，发布全新客服产品AI小店小蜜，AI智能体嵌入经营流程，提升商家运营效率。

吴泳铭说：“面对AI带来的历史性机遇，阿里正处于技术红利向商业红利转化的关键节点，将保持战略定力，以全栈AI能力支撑长期增长。”

福莱新材“十五五”航向：柔性传感技术领航 四大领域深耕

记者 王玉晴

5月13日，福莱新材迎来上市五周年纪念日。福莱新材董事长夏厚君在庆典上揭晓公司“十五五”时期航向：围绕“服务大行业，贡献细微处”的理念，聚焦具身智能、新能源、循环经济、家居装饰四大材料应用领域深耕突破。

在具身智能领域，福莱新材“开疆拓土”依托的是公司“第二增长极”柔性传感技术。上海证券报记者在现场了解到，当天福莱新材发布了两款柔性传感技术新品：一是触觉数据采集终端，直指机器人模型训练“数据荒”瓶颈；二是工业检测数字感压系统，面向制造业智能化、AI升级的底层感知与数据采集需求打造，已向知名消费电子生产企业出货并创造收益。

深耕产业链 筑牢竞争壁垒

夏厚君在回顾与展望中说，公司征战市场的底气来自产业链的深度和基本盘的稳固，这也是公司新业务创新突破的“弹药”来源。

夏厚君称，五年来，福莱新材围绕“产业一体化、应用多元化”双轮驱动战略，向上延伸打通产业链，构建了从基膜、胶水和涂层的完整产业链布局。基于产业链一体化布局，公司下游应用得以横向拓展，从服务广告印刷，到赋能消费电子、家居装饰、环保包装、汽车功能膜、新能源电池，乃至为机器人赋予触觉的“电子皮肤”。

上市五年来，福莱新材创造了诸多“翻倍成果”。公司2025年实现营收28.56亿元，较上市前增长125%；总资产规模增加3倍达36亿元；累计实现归母净利润4.9亿元；上市以来分红2.29亿元，分红比例高达46.71%。此外，公司建设了浙江、山东两大生产基地，厂区面积扩大4倍达到近600亩，人才梯队持续壮大，员工人数增加1倍，已超1800人。

“核心技术是生存的根本，这是买不来、求不到、更等不起的。唯有自主研发创新，才能掌握未来发展的主动权。”夏厚君表示，上市公司通过科技创新转型升级，打造成长新引擎，累计研发投入超过4.3亿元。公司还搭建起国家级博士后科研工作站、省级重点企业研究院等八大研发创新平台。

“十五五”时期恰是福莱新材在资本市场的下一个五年。展望“十五五”，夏厚君称，公司将“产业一体化、应用多元化”的战略不变。公司将“服务大行业，贡献细微处”为指导思想，以“专注差异化和专精特新”“产品赋能服务”为核心战术，聚焦在具身智能、新能源、循环经济、家居装饰四大材料应用领域深耕突破。

在具身智能领域，福莱新材以“传感技术+场景赋能”抢占技术高地。公司柔性传感技术并非局限于单一材料或器件，而是希望通过以触觉为核心的传感系统开发和规模化部署，为人形机器人和具身智能产业提供底层感知

行业需求从中试线迈向量产 利元亨完善全固态电池整线装备技术布局

李子健 记者 黎灵希

“今年我们明显感觉到行业对全固态电池设备的需求开始从中试线转向量产。”5月13日，利元亨研究院院长杜义贤在第十八届深圳国际电池技术交流会/展览会（CIBF 2026）上表示。

作为国内较早布局全固态电池整线解决方案的企业，在此次展览会上，利元亨展出了包括全固态电池等静压机在内的多款实体装备，创新技术与复杂任务处理能力。

杜义贤判断，2026年至2027年将是利元亨与客户联合开展全固态电池量产工艺验证的关键两年，预计到2028年，全固态电池量产设备将在全球市场规模化应用。

设备需求由中试线迈向量产

近年来，全固态电池产业化进程持续推进。行业普遍预计，2027年左右实现全固态电池大批量量产，2030年左右实现规模化量产，2027年至2030年将成为产业化窗口期。

杜义贤认为，从技术层面来看，全固态电池走向商业化，仍需要有效克服三大瓶颈：界面机械稳定性不足，导致循环寿命大幅缩短；界面电学稳定性欠佳，限制电池的倍率性能；锂枝晶生长难以有效遏制，潜藏着安全风险。

从设备层面看，全固态电池的核心设备可以总结为“干、叠、压、化”。其中：“干”为干法设备，干法工艺与全固态电池有天然的适配性，孔隙率能够控制更好；“叠”为叠片机，由于采用干法工艺，叠片机已经成为全固态电池的绝对主流；“压”是等静压机，用来解决固-固界面的问题；“化”是高压化成机。

“我们统计过，大概只有20%的液态电池装备能够直接用于全固态电池生产，约30%的装备需要进行改造、升级，剩50%需要全新研发。这对装备厂商来说是一片广阔的蓝海。”杜义贤说。

对于全固态电池商业化进程的展望，杜义贤表示，今年展会一开场，已有很多客户咨询1GWh的全固态电池产线要怎么做。“我们明显感觉到行业对全固态电池设备的需求开始

能力，为未来通用人工智能在物理世界中的落地提供基础支撑。在新能源领域，公司将进一步深耕粘接材料和膜材料，提供膜胶一体解决方案。在循环经济领域，公司将研发新型可回收及可降解材料、零碳膜材料，为包装行业相关的各个场景提供更加绿色的解决方案。在家居装饰领域，公司将响应个性化需求和消费新需要，进一步推出家居装饰产品及服务。

发布新方案 拓展传感边界

当天，福莱新材同步发布四大全新解决方案，涵盖智能感知、工业检测、数字印刷、缓冲材料等多个领域。其中，工业检测、智能感知分别代表了公司柔性传感技术最新落地应用方向。

福莱新材首席科学家陈书厅表示，机器人从运动表演到真实作业，中间的能力缺口是缺少可训练的数据闭环。目前，真机数据的训练数据虽然最真实，却十分稀缺，且昂贵。仿真数据虽然更容易实现规模化生成，但应用于真实机器人训练和部署存在一定局限性。介于两者之间的是以人为中心的数据采集，这是福莱新材关注的数据采集方向。它通过记录人的真实操作快速积累数据。

基于这一思路，福莱新材机器人数据采集终端两大版本，覆盖两条数据路线。

市场进展方面，陈书厅介绍，公司机器人触觉产品客户已有30多家，覆盖国内外头部灵巧手厂商和机器人本体企业。公司已累计交付触觉传感单元超过1万套，交付量在行业内处于领先水平。

记者留意到，福莱新材机器人触觉技术已历经四次迭代，顺应着机器人产业需求的快速变化。在第三代产品之后，机器人触觉技术又演化成了两条并行发展路径——一方面推动触觉感知能力在灵巧手和人形机器人中的规模化部署，另一方面通过以触觉为核心的数据采集终端，赋能具身智能产业的数据采集和模型训练。

在机器人之外，柔性传感技术在现代化工厂生产中也有不少用武之地，当天发布的数字感压系统即为工业生产场景打造。陈书厅称，在高度自动化、精密化的智能手机生产线上，压力检测仍依赖受压显色的压敏纸。压敏纸是一种耗材，而且需要人眼主观阅读，已落后于现代化生产要求。数字感压系统则把压力检测从一次性耗材变成可积累的数据资产。该产品已导入某消费电子头部制造企业生产线，公司正开拓化妆品代工、半导体设备、汽车零部件、精密组装等生产场景。

“科技浪潮奔涌向前，全球新材料产业正迎来前所未有的机遇。”夏厚君表示，未来，福莱新材将延续技术创新引擎，以市场需求为导向，在细分领域打造差异化优势，从产品供应商向解决方案服务商转型。基本盘稳固，增长极清晰，战略路径不变，福莱新材已叩响下一个五年的成长之门。

腾讯一季报：“慢”下来吹响AI冲锋号

记者 操子怡

5月13日，腾讯发布2026年一季度财报。公司一季度实现营业收入1964.58亿元，同比增长9%；按非国际财务报告准则（Non-IFRS）计算，经营利润为756.27亿元，同比增长9%；Non-IFRS归母净利润为679.05亿元，同比增长11%。

营收增速9%是腾讯近六个季度以来最低水平，这只市值4.2万亿港元的“企鹅”似乎“慢”下来了。事实上，虽然看起来“慢”了点，但依旧“强壮”——一季度毛利同比增长11%至1113亿元，毛利率同比增加1个百分点至57%。

细读财报可以看到，腾讯增速放缓的背后，实际上是一场其在AI领域发起的全面总攻。

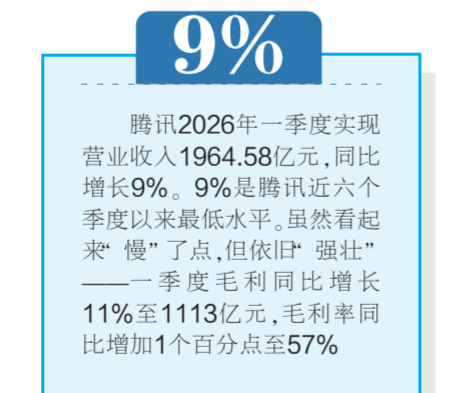
AI基础投入快速增长

“（一季度）我们在新AI产品上取得了显著突破，并持续以AI赋能核心业务增长。”腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾表示。具体来看，从模型重建发布、云端上新，到Agent产品矩阵推出，短短数月内，腾讯AI相关重大更新及发布达数十项。

腾讯表示，若剔除新AI产品相关收入、成本及投入影响，一季度Non-IFRS经营利润同比增长17%至844亿元。

为支持模型迭代和AI基础设施建设，腾讯一季度研发投入225.4亿元，同比增长19%；资本开支319.4亿元，同比增长16%，约为2025年全年资本开支的四成。此外，公司近年来一季度的销售及市场推广开支在75亿元左右，但今年猛增至113亿元。

对于内部如何评估AI基础设施的投入，腾讯管理层在财报电话会上表示，腾讯不会



用短期、季度化的财务目标约束每一项新产品和新服务，而是采用投资组合管理模式，按照产品完整生命周期进行评估，而非单一季度或12个月周期。“回顾腾讯发展历史，游戏、微信、支付等业务都经历了长期孵化才逐步释放价值，AI同样包含短周期与长周期两类投入。”

在腾讯管理层看来，AI行业仍处于早期阶段，从聊天机器人到代码工具，再到AI智能体，新场景不断出现。与互联网模式不同，AI服务的算力与推理成本较高，单纯追求DAU与用户时长不具备经济性，更重要的是找到高价值使用场景。AI的价值体现在用户愿意为之付费的能力上，而非单纯规模，这是公司在产品与模型协同设计中的核心考量。

混元大模型走向“C位”

一季度腾讯在AI领域最大的变化不是投入增加，而是其研发的混元大模型不再只是助力内部业务的“配角”，而是靠实力上榜的“C位”。

今年4月，腾讯发布了新一代大模型Hy3

preview。自4月28日以来，其在Open-Router的token消耗量排行榜上稳居前列。以日活跃账户数计，腾讯发布的WorkBuddy已成为中国受欢迎的效率AI智能体服务。

腾讯总裁刘炽平在电话会上表示，Hy3 preview只是腾讯AI战略的第一步，公司正在推进更大参数规模基础模型研发，同时持续升级AI基础设施、训练组件及数据体系，强化长上下文理解与复杂任务处理能力。

从现金流来看，腾讯进一步投入AI研发的底气十足。一季度，腾讯经营活动现金流达到1014亿元，创历史新高，自由现金流达到567亿元。

AI驱动核心业务提质增效

和前两年的逻辑一样，腾讯AI的进步也成为核心业务快速发展的新动力。

广告业务（营销服务）是腾讯一季度增长最快的板块，实现收入382亿元，同比增长20%，较去年第四季度17%的增速进一步提升。腾讯表示，公司通过升级AI驱动的广告推荐模型，并强化微信生态闭环营销能力，推动广告投放效果及广告单价持续提升。

AI推荐算法的优化，也带动了视频号活跃度增长。腾讯透露，通过扩大视频号内容推荐模型参数规模、优化算法，视频号总用户使用时长同比增长超过20%。

云业务同样受益于AI需求爆发。财报显示，一季度包括腾讯云在内的企业服务收入同比增长20%，主要受国内外AI相关需求增长及更有利定价环境推动。

腾讯管理层表示，AI需求正带动GPU、CPU及存储资源收入快速增长。“我们升级了腾讯云AI智能体解决方案，并结合自研安全基础设施服务政企客户，推动产品使用率和token消耗量快速提升。”