

电信运营商披露2023年业绩 云计算业务表现亮眼

本报讯 近日,中国移动、中国电信和中国联通三家电信运营商的2023年业绩相继出炉。年报显示,三大运营商的营收、净利润均实现增长,其中云计算业务表现亮眼。

据年报,三大运营商经营收入总和为18956亿元,同比增长6.9%。其中,中国移动营业收入为10093亿元,同比增长7.7%;中国电信实现经营收入5136亿元,同比增长6.7%;中国联通营业收入达到3726亿元,同比提升5.0%。

三大运营商归母净利润总和为1704亿元,同比增长6.3%。其中,中国移动归母净利润为1318亿元,同比增长5.0%;中国电信归母净利润为304亿元,同比增长10.3%;中国联通归母净利润达到82亿元,同比提升12%。

从营收结构来看,2023年三大

运营商通信服务收入总和达16636亿元,同比增长6.2%,其中基础业务收入总和达11854亿元,占服务收入的比重为71.3%,较2022年同期下降2.3个百分点;第二曲线收入合计达4063亿元,占服务收入的24.4%,较2022年同期上涨1.9个百分点。

在备受瞩目的云计算业务方面,三大运营商2023年的表现均十分出色。其中,天翼云实现营收972亿元,同比增长67.9%;移动云实现营收833亿元,同比增长65.6%;联通云实现营收510亿元,同比增长41.6%。

中国电信在年报中表示,天翼云保持政务公有云基础设施第一和全球运营商云第一的头部地位,市场份额在国内公有云IaaS和IaaS+PaaS前三中,唯一实现持续提升。

(赵晨)

华为2023年营收、利润 实现5年来最大增长

本报讯 3月29日,华为投资控股有限公司(以下简称“华为”)发布2023年年度报告。报告显示,华为整体经营情况符合预期,实现全球销售收入7042亿元,同比增长9.63%;净利润870亿元,同比大增144.3%;净利润率12.3%,大大高于去年同期的5.5%;经营活动现金流达698.1亿元,接近去年的4倍。这是继2019年以来,华为营收与净利润迎来的最大的一次增幅。

从具体业务板块看,2023年,华为ICT基础设施业务实现销售收入3620亿元,同比增长2.3%;终端业务实现销售收入2515亿元,同比增长17.3%;云计算业务实现销售

收入553亿元,同比增长21.9%;数字能源业务实现销售收入526亿元,同比增长3.5%;智能汽车解决方案业务实现销售收入47亿元,同比增长128.1%。

此外,值得一提的是,2023年,华为的研发费用支出为1647亿元,占全年收入的23.4%。近十年累计投入的研发费用超过11100亿元。截至2023年底,华为在全球共持有有效授权专利超过14万件。

华为轮值董事长胡厚崑表示,2023年集团整体经营情况符合预期,是客户、伙伴和社会各界的信任与支持,帮助了华为生存与发展。

(宋婧)

中国移动全球 首发5G-A商用部署

本报讯 3月28日,中国移动5G-A商用发布会在浙江杭州举行。会上,中国移动全球首发5G-A商用部署,公布首批100个5G-A网络商用城市名单,并宣布计划于年内扩展至全国超300个城市,建成全球最大规模的5G-A商用网络。

5G-A(5G-Advanced的简称)是5G向6G发展的关键阶段,相较于5G,其具备更高速率、更大连接、更低时延等特点。通过引入通感一体、通算智一体、空地一体等技术,同时扩展5G能力边界,助力产业数智升级。

中国移动2024年,计划发展超2000万5G-A终端用户,并向用户提供更高速率、分层分级的保障体验,满足特定业务形态、特定客群需

求的通信服务需求。

会上,为进一步加速建设新型信息基础设施、加速构建新型信息服务体系,中国移动副总经理高同庆提出三点倡议:一是联合做好5G-A技术创新,占领技术“制高点”;二是共同推进5G-A产业链成熟,撬动协同“作战鼓”;三是通力创新5G-A商用新模式,按下发展“加速键”。

同时,为促进5G-A产业生态发展,中国移动联合多家产业合作伙伴成立了5G-A创新产业联盟和裸眼3D产业联盟,目前已发布了手机、平板电脑、车载屏幕、笔记本电脑、显示器等各类裸眼3D终端产品,以及内容应用、技术平台和生态能力等方面的多项成果。

(张琪玮)

AI大模型 在手机芯片端深度适配

本报讯 3月28日,记者从阿里云获悉,智能手机芯片厂商联发科(MediaTek)已成功在天玑9300等旗舰芯片上部署通义千问大模型,首次实现AI大模型在手机芯片端深度适配,大模型在手机芯片上的探索从验证走向商业化落地。据悉,相关成果将以SDK(软件开发工具包)的形式提供给手机厂商和开发者。此外,双方团队已完成通义千问40亿参数大模型与天玑9300的适配,未来还将基于天玑适配70亿等更多尺寸大模型,“打样”并支持开发更多AI智能体及应用。

端侧AI是大模型落地的极具潜力的场景之一。利用终端算力进行AI推理,可大幅降低推理成本、保证数据安全并提升AI响应速度,让大模型更好地为用户提供个性化体验。然而,要将大模型部署并运行在终端,需完成从底层芯片到上层操作系统及应用开发的软硬一体

深度适配,存在技术未打通、算力不支持、开发待完善等诸多挑战。

阿里巴巴通义实验室业务负责人徐栋介绍称,阿里云与MediaTek在模型瘦身、工具链优化、推理优化、内存优化、算力优化等多个维度展开合作,实现了基于AI处理器的高效异构加速,真正把大模型“装进”并运行在手机芯片中,这标志着大模型在芯片上的探索从验证走向商业化落地。

此外,记者还了解到,阿里云与MediaTek宣布启动联合探索AI智能体解决方案计划,整合MediaTek天玑移动平台的AI算力及阿里云通义千问的大模型能力,为开发者和企业提供完善的软硬联合开发平台,以更好支持智能终端在端侧高效地实现自然语言理解、复杂决策制定以及个性化服务生成,探索打造真正具备情境感知、自主学习和实时交互功能的下一代智能终端应用生态。

(宋婧)



小米汽车胜算几何?

本报记者 王伟

21.59万元!千呼万唤下,3月28日晚,小米集团董事长兼CEO雷军在发布会上公布了小米旗下首款智能电动汽车售价——小米SU7标准版售价为21.59万元,小米SU7 Pro版售价为24.59万元,小米SU7 Max版售价为29.99万元。“不谈配置的定价都是耍流氓。”雷军说道。如此前所料,SU7的售价算不上便宜,作为小米首款智能电动汽车,雷军自嘲小米SU7是一辆能媲美保时捷、特斯拉的Dream Car。

各项指标可圈可点

在发布会上,雷军对小米汽车的产品力十分自信,一边将小米SU7标准版与特斯拉Model3进行PK,一边又将SU7 Max与保时捷Taycan对比。

“小米SU7,就是照着特斯拉Model3做的。”雷军在发布会上直言,并将Model3换新版和SU7标准版进行了横向对比:Model3零百加速6.1s,峰值功率194kW,总扭矩340N·m,CLTC纯电续航里程为713km。而小米SU7标准版的这四项数据分别为5.28s、220kW、400N·m和700km,显

造车进入实战阶段

然小米SU7在参数层面更具优势。雷军宣布小米SU7标准版定价为21.59万元时,补充说明了两句话:一是“比Model3便宜3万”,二是“(反正)我们定价24.59万也是亏钱的,现在就是亏得多一些”。

根据雷军微博披露的信息,小米SU7 Max的性能指标直接对标保时捷Taycan——实测零百加速仅2.78秒,极速高达265km/h,后者的零百加速为2.93秒,极速为260km/h。

在电池方面,小米SU7标准版和Pro版采用弗迪磷酸铁锂电池,SU7 Max版采用了宁德时代麒麟电池,CLTC工况续航可达800km。SU7的电池支持800V高压平台超级快充,实现充电5分钟续航200公里、充电15分钟续航510公里,20分钟内可将电量从10%充至80%。

“续航是电车最贵的‘配置’,续航就是得砸钱。”雷军在发布会上说道。在电池的助力下,小米SU7在续航方面的表现可圈可点。雷军表示:“在立项之初,我就要求研发团队:全系长续航!小米SU7标准版起步就是700公里!同为19英寸轮毂的情况下,小米SU7标准版续航直接超越Model3长续航版本!小米SU7 Max更是达到800公里,成为国内唯一同时实现2秒级加速和800公里续航的电车。”

在智能驾驶领域,小米发布全球首个可量产的端到端感知大模型。雷军介绍,传统智能驾驶技术依赖高清地图,很难全国覆盖;小米自研的端到端感知大模型可实时生成道路拓扑,效果媲美高清地图,从而实现路口识别、障碍物自动绕行等功能。

小米造车的三年间,中国新能源汽车产业发展日新月异,160多个新能源汽车品牌同台竞技。小米汽车出口18.2万辆,同比增长7.5%。高速增长的新能源市场也吸引了诸多厂商加入混战。160多个新能源汽车品牌同台竞技,超过400余款新能源车型相互PK。

发布会上,雷军邀请了数家友商为小米SU7助阵和造势。蔚来汽车CEO李斌,小鹏汽车CEO何小鹏,理想汽车CEO李想,长城汽车股份有限公司董事长魏建军,北京汽车集团有限公司党委书记、董事长张建勇都在台下为小米SU7

“造车3年,终于到了交作业的时刻,不紧张是不可能的。”在发布前几个小时,雷军在微博上感慨道。三年前,雷军哽咽地宣布:“我愿意押上人生所有的战绩和声誉,为小米汽车而战!”为打磨这台小米SU7,三年间雷军付出不少。2023年雷军接连退出多家小米关联公司,此举被外界解读为专心投入造车,全力“为小米汽车而战”。进入2024年,雷军微博彻底进入了“SU7时刻”。1月份雷军发布带有“小米

SU7”话题的微博多达64条,2月份发布10条,3月份发布21条……“造车很苦,成功很酷!”雷军在发布会上感慨道。

然而令雷军没有想到的是,小米造车的三年间,中国新能源汽车产业发展日新月异,机会与挑战共存。在机遇方面,2024年中国新能源汽车仍处在高速增长阶段。中国汽车工业协会发布的数据显示,1-2月,我国新能源汽车国内销量102.5万辆,同比增长34.3%,新能源

也没有其他纯电汽车企业能够实现盈利。“小米汽车希望通过降低定价,让消费者感受到品牌的诚意,并在市场上获得更多的竞争优势。”雷军说道。

小米汽车面临着巨大的竞争压力,超高关注度能否转化成最终的销量?在业内人士看来,充分发挥差异化优势,小米可能收获意想不到的效果。

当前,雷军对于小米的优势已经了然于胸。“智能和生态,是小米汽车最核心的优势。”雷军在发布会上直言。为此,小米集团也做足了铺垫。为迎接智能汽车这一新物种,小米在2023年年底发布了全新的澎湃OS系统,集团的战略

也升级至“人车家全生态”,全面打通了“人、车、家”三大场景。

此外,雷军仿佛化身“带货主播”一般,在发布会上大力“推销”小米汽车周边产品。在介绍SU7的同时推销了超过30件小米产品(小米是小米旗下智能家居品牌),包括全景天幕遮阳帘、前风挡遮阳伞、手电筒等。被网友和媒体戏称,雷军是“要把卖车亏的钱从周边产品中找补回来”。

此外,专业机构预测,相比其他汽车品牌,小米汽车具有广大的潜在用户基础——即小米手机以及智能家居用户。汽车咨询服务机构杰兰路的调研报告显示,在小米SU7的意向用户中,超97%的群体

使用过小米产品。另一份报告指出,年轻、科技属性与经济入门车型的车主使用小米手机的比例相对较高,SU7正式上市,或将吸引大批“米粉”购买。

谈到小米汽车面对竞争的态度,雷军在采访中表示,小米汽车将继续努力,提供更加优质的产品和服务,为消费者创造更好的出行体验。他相信,通过不断地创新和努力,小米汽车能够在激烈的市场竞争中取得成功。

3月29日,全国29城的59家门店开启小米SU7的预约和试驾。雷军这份上交的小米SU7“作业”终于要交给消费者去检验打分了。

小米自研的端到端感知大模型可实时生成道路拓扑,实现路口识别、障碍物自动绕行等功能。

小米造车的三年间,中国新能源汽车产业发展日新月异,160多个新能源汽车品牌同台竞技。

上市鼓掌,但是回到竞争激烈的战场,几家车企还是要在同一赛场比拼真本事。

SU7售价公布后,多家券商研究机构分析认为,小米SU7的主要竞品车型为特斯拉Model3、宝马i3、阿维塔12、小鹏P7、蔚来ET5、吉利银河E8、星纪元ES、比亚迪汉等新势力与传统车企的主力车型,当前以上品牌和车型均已深度参与“价格战”,小米此时加入战局,或许短时间内优势并不明显。

小米在2023年年底发布了全新的澎湃OS系统,集团战略也升级至“人车家全生态”。