

騰訊開放AI生態 助各產業智能化

科技布局

科技巨頭繼續投入人工智能 (AI) 開發，騰訊控股 (00700) 發布混元3D模型最新3.0版本，建模精準度提升3倍，同時全面開放騰訊AI落地能力。管理層表示，隨着推理需求超過訓練，相信模型產業的重心已向推理能力轉變。

大公報記者 李潔儀

在騰訊全球數字生態大會上，騰訊高級副總裁、雲與智慧產業事業群首席執行官湯道生強調，騰訊雲目標是協助各行各業打造「智能化」與「全球化」兩大引擎，並帶動AI落地真實場景，協助企業實現效率突破及盈利增長。他認為，「向智能化要產業效率，向全球化要收入規模」，已成為企業增長的兩大核心動力。

湯道生：AI拉動基礎建設需求

「(騰訊雲)要150斤肌肉，不要200斤虛胖。」湯道生重提騰訊雲3年前的目標，經過數年聚焦產品與技術減脂增肌，現已成為雲市場極具競爭力的參與者，今年以來，生態夥伴通過騰訊雲收入增速超過行業平均水平，SaaS(軟件即服務)客戶數增長60%。

對於AI相關業務帶來的收入，湯道生透露，AI浪潮毫無疑問拉動基礎設施的需求，包括大模型的使用案例，都能帶動收入增長。他指，

國內市場環境競爭激烈，與海外訂閱式產品的付費習慣仍有一定差距，這正是國內和海外市場的差異。

在全球數字生態大會上，騰訊宣布騰訊雲智能體開發平台3.0正式登場，新增近600項功能，可預置超過12個主流模型，擁逾140個MCP插件(模型上下文協議)，平台提供大語言模型、搜索增強及多智能體協同開發框架，可幫助企業打造專屬智能體，提升AI問答效果及決策可靠性。

騰訊混元大模型的AI應用「元寶」上線逾1年，湯道生表示，「元寶」已經成為國內DAU(日活活躍用戶)排名前三的AI原生應用，現在用戶每天向騰訊元寶提問量，已達年初單月的總量。

湯道生提到，今年不斷增強「元寶」的訊息能力及互動體驗功能，打通與微信、騰訊會議等應用，包括公眾號和視頻號的評論區，已可直接點擊「元寶」總結內容及詢問知識。

此外，騰訊副總裁、騰訊雲總裁邱躍鵬指出，騰訊已與多家芯片廠商合作，騰訊雲已全面适配主流的國產芯片，積極投身開源社區。

湯道生補充說，騰訊已和多家芯片廠商



在騰訊全球數字生態大會上，騰訊雲智能體開發平台3.0正式登場。

合作适配，涉及模型多個種類，騰訊會持開放心態和各芯片廠商合作。他續說，騰訊雲今年將持續加碼基礎設施建設，加快海外開區的速度，同時完成多項產品和功能升級，全面适配全球技術生態。

分析：大模型增強騰訊業務協同

華泰證券認為，騰訊旗下公眾號與影片號的AI搜索內容壁壘強大，配合混元大模型和SaaS布局，可提供協同效應，理應給予騰訊更高的估值，因此上調目標價1.3%，由原先的742.19元升至752.17元，維持「買入」評級。



湯道生表示，騰訊雲目標是協助各行各業打造「智能化」與「全球化」兩大引擎。

騰訊全球數字生態大會發布亮點

- 首次系統發布智能體戰略全景圖，從基礎設施、開發平台到應用生態全面布局
- 騰訊雲智能體開發平台 (ADP) 3.0正式登場，新增近600項功能
- 大模型升級，正式發表騰訊混元3D 3.0模型
- 騰訊元寶成爲國內DAU排名前三的AI原生應用，用戶日提問量達年初月總量級別

科企巨頭AI布局

騰訊 混元大模型

混元3D 3.0模型，其建模精準度較上一版提升3倍，人物與複雜細節的生成效果大幅提升

百度 文心大模型

文心 4.5 和 4.5 Turbo 實現了文本、圖像和視頻的混合訓練，大幅提升跨模態學習效率和多模態融合效果，學習效率提高近2倍，多模態理解效果提升超過三成水平

快手 可靈AI

目前在全球擁有超過4500萬創作者，發布以來迭代升級30餘次，累計生成超2億個視頻和4億張圖片，服務超過2萬家企業客戶

阿里巴巴 通義千問

新架構模型Qwen3-Next訓練成本，較密集模型Qwen3-32B大幅降低逾90%，長文本推理輸送量提升10倍以上，並可支持百萬Tokens超長上下文

商湯 日日新大模型

日日新V6.5有三大突破：圖文交錯多模態思維鏈，推理性能比肩Gemini 2.5 Pro；多模態架構優化，性價比提升3倍以上；數據分析支持端到端的場景落地，實現價值閉環

字節跳動 豆包大模型

豆包 1.6 模型在複雜推理、競賽級數學、多輪對話和指令遵循等測試集上，豆包 1.6-thinking 的表現躋身全球前列

何謂混元大模型

話你知

騰訊混元大模型是騰訊控股 (00700) 研發的大語言模型，在2023年8月進入應用內測階段，具有萬億參數規模，具備中文創作能力、複雜語境下的邏輯推理能力，以及任務執行能力。

騰訊在2023年9月正式對外發布混元大模型，當時集團副總裁李強透露，騰訊提出內部所有產品接入大模型或基於大模型進行改造。其後，微信上線「騰訊混元助手」小程序，功能包括AI問答、AI繪畫等。

隨着版本更新迭代，功能包括文生圖、文生視頻，甚至全模態、語音數字人等，去年3月推出混元3D生成模型，如今已升級至3.0版本。

騰訊點心債路演 籌集80億人民幣

發債

融資

投行消息傳出，騰訊控股 (00700) 已開始俗稱「點心債」的離岸人民幣債券路演，籌集80億元人民幣，將用於一般公司用途。

債息低於阿里百度

今次是騰訊4年來首次債券發行，外電報道指出，根據投資者反

應，騰訊點心債的債息較初步定價低0.4至0.5厘，其中，5年期債息介乎約2.1至2.2厘，略低於同業包括阿里巴巴 (09988) 及百度集團 (09888) 同期限的債息水平。

消息人士透露，騰訊尋求發行5年期、10年期和30年期離岸人民幣計價債券，初步價格指引分別為2.6厘、3厘和3.6厘，最早可能於

昨日定價。市場消息指，這些高級無擔保債券集資所得將用於一般公司用途。

根據彭博數據顯示，今次是騰訊首次發行點心債，亦是自2021年以來，首次以任何幣種進行債券發行。目前，騰訊仍有本金總額177.5億美元 (約1384億港元) 的未償還票據。

調查：81%港企投資AI獲正回報

緊貼

市場

香港無線科技商會 (WTIA) 昨日公布「亞洲智慧創新大獎業界調查2025」結果，顯示62%

受訪港企已將人工智能 (AI) 整合在業務中，較2024年大升15個百分點，同時81%港企表示投資AI已獲得正回報，當中14%的回報率更超過100%。

調查於今年8月以網上問卷形式進行，成功訪問300間來自香港及亞洲其他地區的智能科技企業管理層。結果顯示，有62%港企已整合AI技術。生成式AI成爲最廣泛採用技術，香港採用率高達73%，較2024年的60%多13個百分點。

投資回報方面，81%受訪港企指已錄得AI投資正回報。當中回報0%至50%的港企佔42%，回報51%至100%的港企佔25%，回報

超過100%港企佔14%。

培訓AI人才為最大挑戰

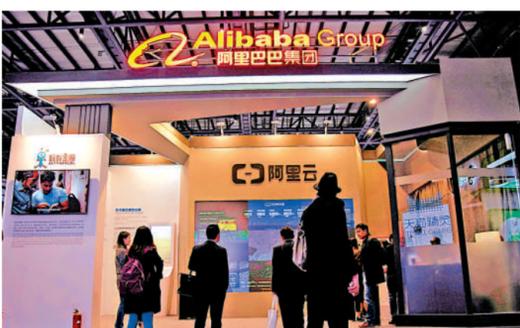
人力資源方面，61%受訪港企目前聘用不多於10名AI相關專才。首要人力挑戰是需要為員工進行升級或再培訓 (46%)，其次為缺乏行業專屬AI經驗及招聘預算限制。

香港無線科技商會主席李勁華表示，數據反映香港企業大幅採用AI，特別是生成式AI帶動整體應用及投資提升。若在算力經濟性、行業化人才培訓與清晰合規框架上再走前一步，香港有條件把握AI帶來新一輪競爭優勢，讓創科成果更大規模走進產業。



李勁華表示，香港有條件把握AI帶來新一輪競爭優勢。

阿里發力AI與外賣業務 撼京東美團



面對同業激烈競爭，阿里巴巴加強人工智能及外賣業務，以爭取市場佔有率。

【大公報訊】面對拼多多崛起，加上京東 (09618) 殺入外賣市場，阿里巴巴 (09988) 早前推出最多500億元人民幣的「燒錢」行動，據報馬雲在當中的決策發揮極其重要作用。

市傳馬雲親身督導

外電彭博引述消息指，馬雲親身督導阿里巴巴的人工智能 (AI) 及外賣業務，直接參與度是5年來最強。

現年61歲的馬雲，早在2019年卸任董事局主席，被市場形容為阿里巴巴的「幕後軍師」，雖然近年低調行事，但面對新一輪的市場競爭，馬雲只好重出江湖。

根據高盛數據顯示，截至7月，阿里巴巴在

內地外賣市場的佔有率為43%，落後於美團 (03690) 47%的份額。

知情人士表示，阿里巴巴高層正努力讓馬雲明白，集團曾經佔據85%電商市場份額的日子，已經一去不復返。在近期成功奪回部分市場份額後，馬雲堅信阿里巴巴的核心購物平台淘寶能夠戰勝京東和美團。

除了主導外賣業務的關鍵決策，馬雲亦持續要求直接向他匯報集團的人工智能 (AI) 業務發展最新情況。

Lazada助天貓商家拓東南亞

另外，阿里巴巴旗下東南亞電商平台Lazada首次向天貓商家全面開放東南亞本地化營運能

力，目前，蕉下、babycare、飛利浦等多家品牌已確認加入「一鍵輕出海」計劃。

Lazada內部人士透露，項目設計的核心是降低品牌出海的門檻，讓大家可以以更低的成本，試水東南亞市場，同時保留逐步向本地化演進的路徑。

今次是天貓和Lazada首次進行系統級打通，加入項目協議的商家可馬上擁有一間與天貓一樣的LazMall店舖，以迎接東南亞消費者，商品信息經AI翻譯後同步上架。整個過程中，商家毋須重新註冊、毋須組建本地團隊，僅需供貨至內地中轉倉，後續的多語言客服、廣告投入、國際運費均由Lazada負責，商品出境後的跨境退貨成本，亦將由平台全額負責。