

騰訊次季經調整多賺10%勝預期

資本開支增1.19倍搞AI 股價績前炒升4.7%

「股王」騰訊（0700）放榜，因在AI領域持續投入並從中獲益，第二季度收入同比增長15%至1,845億元（人民幣，下同），非國際財務報告準則經營盈利上升18%至692億元、持有人應佔利潤漲10%至631億元，均勝市場預期。績前發力，騰訊全日勁升4.7%，收報586港元，成交量3,760萬，成交額217.6億港元。其ADR周二收報約為563.4港元，較昨日港股收市價低逾4%，美股開盤前一度升5%。

●香港文匯報記者 周曉菁



●騰訊總裁劉熾平昨在線上業績會表示，公司在AI方面投入巨大，但會「聰明地花錢」。資料圖片

騰訊第二季業績撮要		
	金額 (人民幣)	變幅
收入	1,845億元	+15%
●增值服務	914億元	+16%
●營銷服務	358億元	+20%
●金融科技及企業服務	555億元	+10%
經營盈利	601億元	+18%
持有人應佔利潤	556億元	+17%
每股盈利	6.115元	+20%
非國際財務報告準則下		
經營盈利	692億元	+18%
持有人應佔利潤	631億元	+10%
每股盈利	6.931元	+13%
微信及WeChat的合併月活躍賬戶數	14.11億元	+3%
QQ的移動終端月活躍賬戶數	5.32億	-7%
收費增值服務付費會員數	2.64億	+0.4%
製表：記者 周曉菁		

季內公司資本開支達191億元，按年大增1.19倍，主要用於支持AI相關的業務發展。總裁劉熾平昨在線上業績會表示，公司在AI方面投入巨大，但會「聰明地花錢」，二季度就是在認真升級產品、提升用戶體驗，未來幾個月將推進旗下AI助手元寶與騰訊現有平台的整合，擴大公司優勢。他強調，騰訊有足夠的晶片用於人工智慧訓練和模型升級。

營銷服務收入同比大增20%

備受關注的廣告收入大漲，也得益於AI的運用。首席戰略官James Mitchell解釋，營銷服務業務收入同比增長20%至358億元，環比則增長12%，是AI驅動的廣告平台改進及微信交易生

態的提升，推動了廣告主對視頻號、小程序及微信搜一搜的強勁需求。季內主要行業的營銷服務收入均有所增長。

國際遊戲業務收入勁增35%

增值服務業務方面，二季度收入按年漲16%至914億元，本土市場遊戲收入為404億元，升17%。值得注意的是，國際遊戲業務收入為188億元，勁增35%，主要受益於Supercell遊戲、《PUBG MOBILE》以及《沙丘：覺醒》等出色表現，且這一增速創該部分收入單獨披露以來的新高。

此外，金融科技及企業服務業務收入增長10%至555億元，尤其企業服務收入的增速較近幾個

季度有所加快，得益於企業客戶對AI相關服務的需求增加，包括GPU租賃和API token使用，以及商家技術服務費的增長。

上半年計，騰訊錄得收入3,645億元，按年升13.7%；經營盈利為1,176億元，增加13.9%；股份持有人應佔利潤達1,034億元，上漲15.5%。

多家大行上調騰訊音樂目標價

騰訊業績放榜前，騰訊系概念股紛紛造好。騰訊音樂（1698）財報勝過市場預期，獲多家大行上調目標價，一度上揚近18%，收報102.1港元，累升15.6%；閱文集團（0772）收升19.6%，報37.32港元；微盟（2013）升6%，報2.46港元。

百度智能雲「AI創投加速計劃」提供億級算力補貼

香港文匯報訊（記者 莊程敏）百度AI DAY昨在北京舉辦，現場百度智能雲發布「AI創投加速計劃」，聯合投資機構、政府機構等多方力量，為入選企業提供億級算力補貼、專屬融資通道及政策申報支持。百度集團（9888）副總裁袁佛玉表示，AI創企的增長始終面臨一個「不可能三角」，即技術深度、迭代速度與成本控制難以兼得。面對不可能三角的技術深度問題，百度智能雲提供全棧好用的AI基礎設施，使客戶更專注在圍繞自身核心業務場景去探索技術深度。

以「樂高式」組合快速搭建解決方案

袁佛玉續稱，千帆平台已集成了數百個產業級模型，支持創企以「樂高式」組合快速搭建解決方案，這意味可直接縮短70%開發一個新模型的時間。同時，百度智能雲通過三大策略幫助企業實現「精益創新」，實現成本有效控制。創企可按需要按自己的結構，調用GPU、FPGA等異構

算力，讓成本比自建數據中心降低60%以上。

面對技術深度問題，百度智能雲擁有業界最完整的AI能力體系，從崑崙芯等算力底座，到百度百舸、AI異構計算平台、千帆大模型平台，再到覆蓋多場景的應用級解決方案，為企業提供全棧技術支撐，已成為眾多AI創企的落地首選。

至於產品迭代速度問題，百度智能雲端持續建置工具平台，推出了千帆大模型開發平台，提供



●百度智能雲發布「AI創投加速計劃」活動現場。

從資料標註、模式訓練到調優部署的全流程自動化工具。同時，千帆應用開發平台也為開發者提供了快速建置AI原生應用的工具，協助開發者在營運層面應用AI技術，進行使用者行為分析、個人化內容推薦等，協助創企實現產品體驗升級與營運效率提升。

千帆大模型擁逾百產業模型

目前，百度智能雲千帆大模型平台在交通、電力、醫療等領域已沉澱了超過100個產業模型，形成可重複使用的產業經驗庫，創企可基於這些「經驗包」快速適配細分場景，搭建解決方案。百度智能雲亦推出「大模型行業合夥人計劃」，開放10億商機，提供1,000萬元大模型市場專項資金，100萬人次大模型人才培訓。隨著「AI創投加速計劃」深入推進，未來將有更多AI創企在百度智能雲的賦能下走向商業成功，讓AI創新價值在千行百業中持續落地生根。

羅兵咸：5年內生成式AI將佔電視廣告收入45%

香港文匯報訊（記者 殷考玲）受惠數碼轉型和AI技術整合驅動，羅兵咸永道昨日發布的《2025至2029年全球娛樂及媒體行業展望：香港摘要》指出，香港娛樂及媒體行業將穩步增長，預計2029年市場規模將達150億美元，2024年至2029年的複合年增長率為2.26%。在全球貿易前景不確定性的影響與消費者偏好轉變之際，香港企業正調整策略以契合本地發展重點，推動產業穩健前行。另一方面，該行認為生成式AI正重塑全球娛樂及媒體的廣告格局，預計2029年將佔據近45%傳統電視廣告收入。

「消費者付費」轉向「廣告支出」

該報告的數據顯示，未來5年香港娛樂及媒體行業將持續由「消費者付費」轉向「廣告支出」，與全球趨勢一致。預計到2029年，廣告支出佔整體產業的比重將由2020年的約兩成提升至近三分之一。

羅兵咸永道中國內地及香港媒體行業主管合夥

人邱麗婷表示，香港娛樂及媒體企業正加速轉向廣告和訂閱並重的收入模式，標誌著整體行業收益策略的重大轉變。此外，隨著數碼平台及串流服務持續超越傳統媒體，消費者對個人化、沉浸式體驗的需求日增，促使企業投放資源打造優質內容與服務，以吸引並刺激消費。因此，本地媒體集團正重整策略，將重點從一次性交易轉移至可持續的數碼收入來源。而且，未來五年，帶動香港娛樂及媒體行業增長的核心領域將為互聯網廣告和OTT串流影片，兩者預計分別以7.4%和4.6%的複合年增長率持續增長至2029年。

互聯網廣告增長料放緩至4.9%

互聯網廣告方面，去年香港互聯網廣告收入為18億美元，預計以7.4%複合年增長率增至2029年的26億美元。不過，隨著該細分市場的成熟，預計年增長率將從2024年的14.3%逐漸放緩至2029年的4.9%。其中，影片廣告成長最快，複合年增長率達8.5%，預計2029年將佔整體市場

29.3%。

相對而言，分類廣告收入幾乎持平，但由於整體市場快速擴張，其市佔率預計由2020年的3.8%下滑至2029年的約1.5%，凸顯業界正加速轉向影片等更具互動性的廣告形式。

OTT串流影片方面，香港串流影片市場預期將持續發展，2024至2029年複合年增長率為4.6%，收入將由4.9億美元增至6.13億美元。市場格局活躍多變，國際英語平台與本地業者激烈競逐；本地服務透過區域專屬內容與定製化方案打造差異化，推動整體生態持續成長。

報告又指出，生成式AI正重塑全球娛樂及媒體的廣告格局，而聯網電視（ConnectedTV）正是最佳例子。憑藉高度個人化廣告能力，生成式AI正在顯著提升聯網電視對觀眾和廣告商的吸引力，帶動廣告支出高速成長，其市佔率將由2020年的5.9%躍升至2024年的22%，預計2029年更將佔據近45%傳統電視廣告收入，規模約達510億美元。

地區進出口物流服務的效率與可靠性。

事實上，京東物流對香港市場的布局由來已久。自2023年港澳服務升級以來，京東物流依託京東集團的供應鏈基礎，逐步構建跨境一體化供應鏈物流網絡。

目前，京東物流已經在香港運營2大物流倉庫，可為客戶實現BC同倉，更通過常溫倉、恒溫倉等儲存區隔，滿足不同客戶、產品的倉儲需求。

香港文匯報訊（記者 蔡競文）智能機械人製造商宇樹科技創辦人兼首席執行官王興興接受《人民日報》訪問時表示，目前人形機械人行業發展仍處於早期階段，技術水平未足以應付大規模在家居或工廠應用，但機械人人工智能（AI）技術進步飛快，可能3至5年內會有明顯進步，不過進入普通家庭使用涉及倫理道德和安全問題，所以需要較長時間。

王興興指出，現階段距離人形機械人走進個人生活和家庭應用仍然較遠，因此需要從小方面切入，包括科研教育、服務展示、簡單工業應用，以及供AI公司用作開發，惟仍然希望機械人在未來可以做各種動作以協助人類工作。

AI水平不足以應付大規模落地

對於人形機械人大規模落地應用面對的最大困難，王興興坦言是機械人AI水平不足，目前仍未有重大突破，惟這是全球普遍面對並正努力解決的問題。他稱，AI領域可能隨時有突破性進展，技術躍遷十分常見，未來可能會突然解決到現時難題，相信只要AI技術保持進步，機械人行業就會發展得愈來愈好，這是AI產業帶來的連鎖效應。過去兩三年間，這種趨勢很明顯，市場對AI的想像空間愈來愈大，同時更加看好機械人行業。今年人形機械人「火爆」，長遠而言，這可能是一個「小火苗」，就像當初互聯網誕生一樣。

內地有生產製造優勢 惟欠人才

問及中國的人形機械人產業水平，王興興指出，中國有生產製造的優勢，在全球出貨量較多。雖然目前中國AI人才較少，但生產製造和硬件配套優秀，製造成本及使用門檻都較低，有利未來大規模落地應用，因此長遠競爭力仍然強勁。人形機械人行業最需要的是AI人才，惟目前行業仍然較「冷門」，入行人才有限，相信人才數量和質素都需時配合行業發展，期望未來有更多年輕人參與，共同推動行業的進步。



●王興興左指出，距離人形機械人走進個人生活和家庭應用仍然較遠。資料圖片

小米任命多名高管 加力拓非洲市場

香港文匯報訊（記者 莊程敏）小米集團（1810）自2019年正式進軍非洲市場，近日有消息指正加大力度拓展。據內地傳媒引述消息報道指，小米任命劉社全擔任非洲地區部總經理兼任西非戰區負責人，向國際銷售部總經理林思聰報。另外，小米任命鄭承宗擔任東非戰區負責人，黃進華擔任肯亞國家經理，吳春暉擔任市場部負責人，劉業齊擔任售後服務部負責人，4人均向劉社全匯報。

小米創始人、董事長兼CEO雷軍早前在第八屆中非企業家大會上表示，小米已經在埃及、南非、尼日利亞、摩洛哥、阿爾及利亞、肯亞等16個非洲國家開展業務，下一步將加大在非洲大陸的投入，又指小米希望能夠在包括新能源車在內的各個新興產業領域，與非洲企業強化合作。去年，小米在非洲的銷量增長38%，市場份額升至11%，成為僅次於傳音和三星的第三大智能手機品牌。

摩通維持中性評級 目標價60元

摩根大通發報告指，過去一個月，小米集團股價表現落後於大市。主要因市場對下半年核心盈利即智能手機和物聯網放緩擔憂日益加劇。摩通預計，集團智能手機收入在2025年僅增長5%，物聯網業務增長36%，兩個業務的同比增長在2025年下半年都將顯著放緩。一旦下半年核心每股盈利的下調完成，集團電動車交付量的顯著增長可能會在未來3-4個月內推動股價上漲15-20%。該行略微調整對小米集團2025-2027年的預測，並維持「中性」評級，基於SOTP模型，設目標價為60元。

報告表示，儘管小米集團2025年3月推出新款YU7型號後需求非常強勁，但電動車的月交付量自2025年3月以來一直停滯在約3萬輛。摩通認為，集團電動車交付量應會在未來幾個月開始上升，今年第四季每月達4萬輛，較當前水平高30%，這應能支撐電動車業務的估值，故將其列入正面催化劑觀察清單。另外，由於核心盈利同比增長可能要到2026年初才觸底，核心每股盈利下調和互聯網服務增長放緩的情況下，摩通認為，集團溢價估值可能難以持續。