

上半年分红510亿元领跑A股 中国移动寻求AI大模型变现

本报记者 谭伦 北京报道

中国数字经济持续蓬勃发展。年中财报季来临之际，近年来扮演数字基础设施建设者角色的通信运营商再度受到关注。

8月8日，国内运营商龙头中国移动(600941.SH)发布了2024年中期业绩报告。报告显示，今年上半年，中国移动营业收入达到人民币5467亿元，同比增长3.0%，归属于母公司股东的净利润为人民币802亿元，同比增长5.3%。其中，主营业务收入达到人民币4636亿元，同比增长2.5%。总连接数超35.0亿，净增1.5亿。

与去年总营收突破万亿元一样，中国移动的盈利能力是资本市场聚焦的重点。根据年中业绩报告，中国移动此次基本每股收益为人民币3.75元；EBITDA为人民币1823亿元，占主营业务收入比为39.3%；年化净资产收益率达到12.0%，同比提升0.2个百分点，显示盈利能力继续保持国际一流运营商领先水平。

为此，在业绩公告中，中国移动宣布，将向全体股东派发分红，同比增长7.0%，A股股息以人民币支付，金额为每股2.3789元(含税)。截至2024年上半年末，股份总数为214.43亿股，将合计派发中期股息约510.11亿元。

《中国经营报》记者注意到，这是继2023年中国移动分红总额达942亿元，仅次于工商银行、建设银行位居A股分红榜第三位后，中国移动再次大手笔向股东回馈。“如果下半年保持运营平稳，中国移动的分红额有望突破千亿元。”Omdia电信战略高级分析师杨光告诉记者，作为引领通信业发展的上游风向标，头部运营商的盈利向好，也反映国内通信业在近年来破解增收瓶颈的探索上有所收获，也将为我国数字经济的发展增强积极预期。

云业务贡献突出

移动云无疑是中国移动近五年来数字化业务增长最为亮眼的驱动引擎。

细窥中国移动的增长要因，融入行业数智化转型的大潮不容忽视。根据此次财报披露的详细数据，在该轮营收构成中，“第二曲线”数字化转型收入达到1471亿元，同比增长11.0%，占中国移动主营业务收入的比重达到31.7%，较上年同期提升2.4个百分点。

根据中国移动官方给出的定义，其数字化转型收入主要包括个人市场新业务收入、家庭市场智慧家庭增值业务收入、政企市场行业云收入、IDC收入、ICT收入、物联网收入、专线收入以及新兴市场收入(不含国际基础业务收入)。

其中，移动云无疑是中国移动

AI大模型商业化

中国移动董事长杨杰坦承，一两年内市场上肯定会有一大批大模型产品“死去”。

在业内看来，移动云向智能云的阶段转变，在凸显中国移动数字化转型业务前景依旧广阔的同时，也是顺应当前AI技术浪潮的积极尝试。

以移动云为例，据孙迎新透露，中国移动通过先进技术大幅提升了其智能化水平。公开信息显示，九天大模型由中国移动在今年5月举行的数字中国建设峰会期间推出，这也是由中国移动自主研发的从算力到框架全栈国产训练

近五年来数字化业务增长最为亮眼的驱动引擎。最新财报显示，今年上半年移动云收入达到504亿元，同比增长19.3%。

杨光认为，5G网络建设放缓后，运营商其实就在极力寻找创新业务开辟增长财源，云网战略正是在这个背景下被提出。“云业务的潜力被业界认识的时间早于这两年的AI，作为国家数字基础设施的传统承建者，布局云虽然可视为运营商践行国家战略的一部分，但也因其与算力深度挂钩，为运营商赶上AI浪潮红利奠定了基础。”杨光向记者表示。

IDC中国助理研究总监刘丽

的千亿参数大模型，理论性能能达到GPT-4的90%水平。

“AI大模型对于运营商来说，是必选项，但怎么做，却是有选择的。”杨光表示，由于国内目前已进入激烈的“百模大战”，而市场对AI的路径还在摸索中，因此，巨头的落子方向非常重要，将会直接决定下游厂商的走向乃至市场存活。

中国移动显然也感受到了竞争倒逼的压力。在最新的业绩说

明上，中国移动董事长杨杰坦承，一两年内市场上肯定会有一大批大模型产品“死去”，加上AI大模型底座的算力投入非常大，因此，“变现”显得非常重要，而这也是中国移动一直在思考的问题。

据杨杰介绍，中国移动目前在探索的大模型变现路径主要有以下几条。首先，“行业大模型是很好的变现途径，AI大模型的应用重点是to B领域。”杨杰透露，目前中国移动依托大模型

底座，已经在很多行业应用，有了实践经验，布局了40个领域的行业大模型。

同时，杨杰表示，和政企做AI及其他信息技术的融合创新，是中国移动寻求大模型变现的另一主要途径。此外，还包括全面推进to C(个人)、to H(家庭)的AI智能体业务，推进MaaS模型即服务以及上岗5.5万个数字员工，大幅提升经营效率和效益。

“由于传统的通信需求更趋

饱和，传统的增收动能有所减弱。”杨杰表示，在此背景下，加速AI商业变现变得非常重要。“AI+”行动将是中国移动2024年下半年及今后几年的工作重点之一。他指出，随着大模型算力和数据的增长，大模型的性能将会呈现指数级增长，所以，中国移动目前正在推进“三万”计划，即投产万卡智算集群，训练万亿级token数据以及发布万亿参数大模型。

分红名列前茅

根据此次年中财报，中国移动分配利润占当期股东应占利润的占比约为64%。

Wind数据显示，截至8月13日，318家A股上市公司披露2024年半年报，194家公司披露2024年中期现金分红方案，而中国移动在其中名列前茅。

记者注意到，早在2023年业绩公告中，中国移动曾表示，为更好地回馈股东、共享发展成果，公司充分考虑盈利能力、现金流状况及未来发展需要，从2024年起，3年内将以

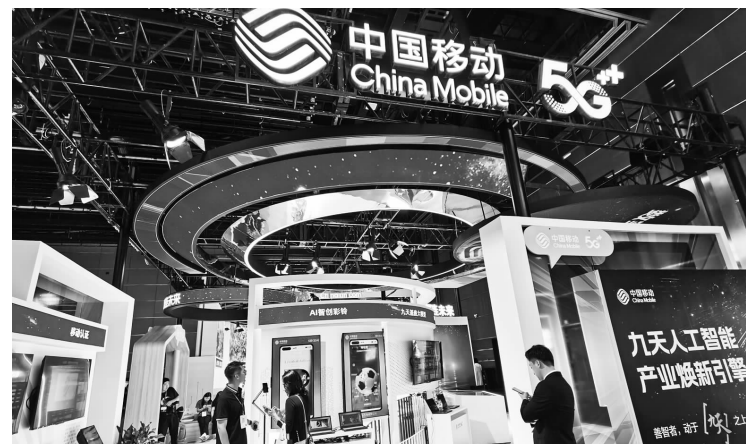
现金方式分配的利润逐步提升至当年股东应占利润的75%以上，力争为股东创造更大价值。

而根据此次年中财报，中国移动分配利润占当期股东应占利润约64%。杨光认为，这一结果，既是中国移动作为头部央企相应政策号召的举措，也反映了中国移动良好的盈利和经营能力。

记者注意到，今年3月，证监

会曾密集发布包括《关于加强上市公司监管的意见(试行)》在内的多项政策性文件，提出引导和激励A股常态化分红机制进一步健全。证监会官方表示，推动绩优公司结合半年报、季报实施一年多次分红，以增强投资者获得感。

不过，杨光认为，由于云领域竞争激烈，加上传统业务收入萎



与去年总营收突破万亿元一样，中国移动的盈利能力是资本市场聚焦的重点。 视觉中国/图

变。”孙迎新表示，在科技创新上，移动云正在向智能云创新发展。另外，移动云可以复用中国移动遍布全国各个层级的属地服务资源。

根据中国移动此前公布的目

标，集团对于2024年移动云业务的营收预期将突破1000亿元人民币。“根据目前上半年504亿元收入的表现来看，这一目标将大概率实现。”杨光表示。

大疆业务边界扩围

本报记者 陈佳岚 广州报道

大疆创新(大疆)又进军新领域了，而这次是Ebike(电动助力自行车)领域。

近日，大疆发布Avinox电动助力系统。Amlflow作为其合作伙伴，推出了首款搭载大疆

电机的山地车Amlflow PL。

事实上，《中国经营报》记者注意到，在无人机领域取得巨大成功后的大疆一直在拓展更多领域，从早期的跨界教育，到做稳定器、人局车载、运动相机，再到现在进军储能市场和Ebike领域，近

几年来大疆都在通过此前积累的无人机技术拓展新业务板块。

而外界也留意到，大疆当前拓展的诸多新领域并不像消费级无人机市场那样独领风骚，发展现状也不尽相同。

寻找新增长曲线

市场研究机构Allied Market Research预测，到2030年Ebike市场规模将达到1186亿美元，年复合增长率10%。千亿赛道吸引了众多玩家的兴趣和参与，既有经典的自行车制造商，也有保时捷这些汽车巨头的跨界加入，同时，不断有新的电动自行车专业玩家兴起。

大疆对媒体表示，大疆内部的“骑行文化”盛行多年，一直对骑行行业有所关注，更深层次的原因是，大疆在电机、电池、减速结构、电气化等领域都有着深厚的技术积累。以电机为例，从消费级产品到影视影像设备，再到农业无人机，涉及不同功率、不同大小的电机，均由大疆自主研发、设计、生产并交付。

过去几年，Ebike电动助力系统基本被博世和禧玛诺等巨头占据，作为千亿估值的无人机巨头，大疆跨界进入Ebike领域，也引发行业诸多遐想。

无人机“霸主”，这是不少人对大疆的第一印象。成立于2006年的大疆，最初业务集中在飞控系统，2012年推出消费级一体无人机，也正是从这时候开

始，无人机消费级市场出现井喷式爆发，也让大疆早早地成为了全球消费级无人机市场一枝独秀的企业。

在消费级无人机市场上取得诸多成就后，大疆也将目光投向专业、行业应用以及非无人机的领域。为此，大疆不仅在向消费场景之外的行业领域农业、安防救灾、石油、电网巡检、建筑工程等领域探索，还在2017年专门成立了行业应用部。

而从无人机到其他品类，早在2013年大疆就开始在教育领域的探索，当时就投入了两个团队进行研发，其中大学生团队专门研发将产业技术怎样应用到教育领域，2015年，大疆举办了首届RoboMaster机甲大师赛，也标志着大疆正式入局教育领域。同样也是2015年，大疆推出了首款手持稳定器Osmo。

2016年，大疆把目光投向车载领域，成立车载团队，为智能驾驶服务提供一定的软硬件支持，2019年，大疆车载品牌正式成立。2019年，大疆还推出了Osmo Action，进军运动相机市场以及在2021年推出地面端专业摄

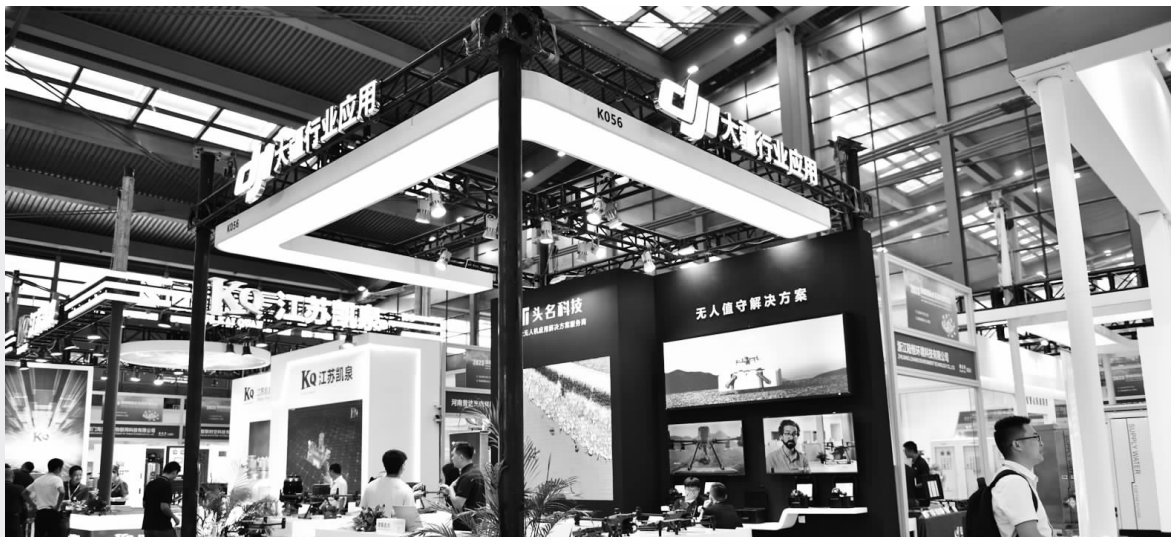
影系统Ronin 4D，多条产品线出击影像设备领域。

而在储能领域，2023年12月8日，大疆推出两款户外电源产品——DJI Power 1000和DJI Power 500，正式跨界便携式储能电源(户外电源)行业。

可以看到，大疆在这些领域跨界动作与其跨界Ebike的内在逻辑十分相似。

比如去年年底大疆跨界进入便携式储能领域，便携式储能看似是个新领域，但可以看到，无人机充电是户外电源的应用场景之一，大疆选择了从无人机补能场景切入户外市场等于补足了无人机生态的闭环，消费者可以在购买大疆无人机的同时，搭配购买大疆的户外电源。

再比如，可以看到，大疆首款手持稳定器Osmo是把把在无人机领域积累的稳定技术直接应用到了其稳定器产品中，可编程教育机器人RoboMaster S1的麦克纳姆轮是从无人机的四轴控制演变而来的，而车载也是基于大疆在无人机领域积累的感知、决策、规划技术以及智能硬件的量产经验提供技术基础。



在一些领域，大疆如果想要颠覆市场也要面临不小挑战，其他一些领域也仍在市场培育期。

视觉中国/图

新业务现状

作为消费级无人机巨头，早在2016年，大疆创始人汪滔就预见消费级无人机领域的饱和，而大疆也一直在拓展无人机新的应用场景及非无人机的领域。

外界也好奇，大疆在无人机市场取得巨大成功后，寻求新的增长点和不断的业务拓展，以复制其在无人机领域成功经验的成果如何？从大疆官网来看，大疆目前的产品线布局包括航拍无人机、手持摄影设备、户外电源、商用产品及方案几类，其中商用产品及方案又包括行业应用(公共安全、测绘、电力、水利)、农业产品、运载应用、Ebike助力系统以及教育应用。而大疆车载由于已在2023年1月从大疆拆分为卓驭，为此并不在大疆官网列表。

记者注意到，2018年时，曾有国内媒体报道，一份大疆发给投资机构的融资材料中，大疆彼时预测“未来5年的营收结构预期是，约50%来自无人机板块(消费级和行业级)、25%来自影像板块、25%来自新业务”。而大疆要拓展的新业务包括医疗影像AI市场、教育市场、新兴产业三个方向，也被视为大疆营收与估值的新增长点。

记者也就融资材料真实性及业

务营收构成等联系采访大疆，对此，大疆表示“没有回应”。

由于大疆至今仍未上市，其财务数据和业务营收比重并未公开，但人们仍可通过市场分析、行业报告及公司自身的一些公开资料中来洞察大疆的各项业务成果。

比如大疆在运动相机市场中虽然起步较晚，但近几年的影响力却在扩大，根据2024年的市场数据，国产品牌大疆和Insta360已经与GoPro并列成为市场三巨头，这三者的市占率之和接近90%。

在农业领域，根据大疆发布的《农业无人机行业白皮书2023》数据，截至2024年6月，大疆农业的无人机保有量已超30万台。而在国内市场，大疆的植保无人机也占据着较高的市场份额，中商产业研究院《2024年中国植保无人机行业市场前景预测报告》显示，大疆占比54.82%，排名第一；极飞科技占比为37.59%，排名第二。

而车载业务，正是由于大疆对该业务的重视，才对车载业务进行了分拆。通过分拆，车载业务能够更加专注于智能驾驶系统的研发和市场拓展，同时也有利于吸引外部融资，加速业务成长。2023年下半

年，市场传闻大疆车载团队接受外部融资，经过两轮融资后其估值可达15亿美元，目标在2024年之前实现财务指标转正。

值得注意的是，新业务布局多年，大疆已在一些领域有所建树，但在一些领域，大疆如果想要颠覆市场也要面临不小挑战，其他一些领域也仍在市场培育期。

便携式储能市场，大疆入局之际，便携式储能市场在越来越多竞争对手参与下，早已从蓝海市场变成“红海”市场，而部分便携式储能巨头像华宝新能，已经在寻找其他赛道了。大疆作为后来者想要颠覆现有市场格局也并不容易。高工产研的数据显示，2023年上半年，便携式储能市场全球市占率前五的厂商排名为：正浩创新(35%)、华宝新能(8%)、德兰明海(8%)、Goal Zero(5%)、安克创新(3%)。

而在教育领域，大疆虽已布局多年，但在去年年底进行了一些调整收缩。大疆在官网公告，Tello ed、机甲大师RoboMaster EP、AI人工智能套件、大疆教育平台以及AI场景化教育解决方案于2023年12月31日正式停止售卖，停掉的产品主要以K12教育为主。