

词元消耗量激增叠加硬件成本上涨

国内云服务三巨头集体调高算力价格

本报记者 袁传玺

4月9日，腾讯云发布公告称，鉴于全球AI算力需求持续激增，核心硬件供应链成本大幅上涨，为保障服务质量及算力资源的持续供给，腾讯云将于2026年5月9日起，对AI算力、容器服务及弹性MapReduce(EMR)相关产品刊例价进行统一调整，涨幅均为5%。

这是腾讯云年内第二次涨价，3月11日，腾讯云率先调整大模型服务计费策略，结束GLM 5、MiniMax 2.5、Kimi 2.5等第三方模型的限时免费公测，转为正式商用服务。同时，混元HY2.0 Instruct模型的输入价格从0.0008元/千Tokens(词元)上调至0.004505元/千Tokens，涨幅高达463.13%。

国内云服务商集体涨价

腾讯云的两轮涨价，其定价策略

略呈现出清晰的层次感与递进逻辑。有行业分析师对《证券日报》记者表示，这种模型层递进、基础设施层温和的差异化策略，既体现了腾讯云对不同客户群体价格敏感度的精准把握，也反映出其商业逻辑的精准把握，更反映出其商业逻辑的精准把握，更反映出其商业逻辑的精准把握。

事实上，腾讯云的涨价并非孤例，3月18日，阿里云与百度智能云同日官宣涨价。阿里云公告显示，因全球AI需求爆发及供应链成本上涨，其AI算力、存储等产品价格上涨5%至34%，其中平头哥真武810E等算力卡产品涨幅最高，文件存储产品CPFS(智算版)统一上调30%；百度智能云发布调价通知显示，该公司AI算力相关产品服务价格上涨5%至30%，并行

文件存储等产品涨幅约30%。

至此，国内云服务三巨头(阿里云、腾讯云、百度智能云)已全部加入涨价阵营。

这种涨价趋势的背后，是AI算力需求爆发与硬件供应链紧缺的双重挤压。据国际数据公司IDC预测，到2030年，全球活跃AI智能体将达22.16亿，年度Tokens消耗量将从2025年的0.0005 Peta Tokens飙升至15.2万Peta Tokens，增长超3亿倍。国家数据局数据显示，今年3月份，中国日均Token调用量已突破140万亿，相较2024年初的1000亿增长超千倍。

“此次国内云厂商集体上调AI算力价格，源于全球AI需求爆发与硬件成本攀升，反映了算力供需关系的根本性逆转。这不仅是成本传导，更是云厂商议价权提升、追求高质量增长的体现，将加速行业优胜劣汰，推动AI产业向商业化与高效率转型。”上述分析师表示。

述分析师表示。

商业模式发生转变

涨价潮的深层逻辑，在于成本压力已从产业链上游层层传导至下游。根据TrendForce集邦咨询最新存储产业研究，消费型DRAM(动态随机存取存储器)价格在今年第一季度已大涨75%至80%，预估2026年第二季度Consumer DRAM合约价格仍将持续季增45%至50%。

腾讯集团副总裁、政企业务总裁李强在3月份的媒体交流会上表示：“无论在国内还是全球，供应链和硬件成本均呈上升趋势，对云计算价格形成直接影响。未来一段时间，算力价格整体上行或将成为趋势。”

更为关键的是，云厂商的商业模式正在发生根本性转变。过去，云计算行业通过规模效应和技术迭代持续压低成本，以低价换市场的策略跑

马圈地。但在AI时代，这一逻辑已然失效。AI算力不再是标准化的通用资源，而是成为稀缺性战略资产。

“这意味着云服务定价正在从成本加成模式转向价值定价模式。”广州艾媒数聚信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示，短期内可能加速行业洗牌，缺乏资金与算力储备的中小企业或将出局；长期来看，将倒逼全产业链发力破局，推动AI行业走向供需平衡、健康可持续发展轨道。

张毅强调，当下云计算行业正经历一场深刻的转变，全球云厂商正集体打破只降不升的价格惯例，这标志着AI算力从普惠资源正式转为稀缺性战略资产。在Token消耗量指数级增长与硬件供应链持续紧缺的双重挤压下，算力通胀已成为不可逆的长期趋势。对于企业用户和开发者而言，适应这一新常态，优化算力使用效率，将成为未来竞争的关键技能。

3月份汽车市场环比显著回暖 出口量同比增长72.7%

本报记者 刘 刘

4月10日，中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)召开月度信息发布会，披露2026年3月份汽车产销数据。数据显示，3月份汽车产销分别完成291.7万辆和289.9万辆，环比分别增长74.4%和60.6%，同比则分别下降3%和0.6%；今年一季度汽车销量为704.8万辆，同比下降5.6%，但降幅较前两个月已有所收窄。

中汽协副秘书长陈士华对《证券日报》记者表示，从结构上看，乘用车市场降幅有所收窄，中国品牌份额仍保持高位；商用车则继续维持增长态势，货车板块表现相对更强；新能源汽车产量同比微降、销量同比微增，但内销仍显疲弱，出口端则延续高速增长。3月份车市的这份成绩单，既折射出我国汽车产业链韧性仍强，也反映出在行业迈向高质量发展的过程中，稳内需、优结构、治“内卷”仍是绕不开的重要课题。

出口增势持续巩固

从总量上看，3月份汽车出口87.5万辆，同比增长72.7%；一季度汽车出口222.6万辆，同比增长56.7%。其中，乘用车3月份出口74.8万辆，同比增长82.4%，一季度累计出口192.1万辆，同比增长63%。出口的快速增长，在很大程度上对冲了内销下滑带来的压力，也成为拉动3月份市场环比明显修复的重要变量。

与出口形成鲜明对照的是国内市场的承压运行。3月份汽车国内销量为202.4万辆，同比下降16%；一季度国内销量为482.3万辆，同比下降20.3%。其中，乘用车国内销量3月份为166.3万辆，同比下降19.2%，一季度为401.3万辆，同比下降23.4%；传统燃料乘用车一季度国内销量219.2万辆，同比下降20.5%。

不过，乘用车板块内部并非全无亮点。3月份乘用车销量241.2万辆，同比下降2.3%，环比增长57.1%；一季度累计销量593.4万辆，同比下降7.6%，降幅较此前收窄。中国品牌乘用车继续保持高占有率，3月份销量163.2万辆，同比增长0.2%，市场份额达到67.7%，较去年同期提升1.7个百分点；一季度中国品牌乘用车销量403.9万辆，占比68.1%，与去年同期持平。

新能源汽车市场同样呈现“外热内冷”的特征。3月份新能源汽车销量125.2万辆，同比增长1.2%，占汽车新车总销量的43.2%；一季度新能源汽车销量296万辆，同比下降3.7%，占汽车新车总销量的42%。分市场看，3月份新能源汽车国内销量88.2万辆，同比下降18.3%，一季度国内销量200.6万辆，同比下降23.8%；但同期新能源汽车出口达37.1万辆，同比增长1.3倍，一季度累计出口95.4万辆，同比增长1.2倍，其中，新能源乘用车一季度出口93.5万辆，同比增长1.2倍，纯电动和插电混动分别增长1.1倍和1.4倍。由此不难看出，新能源汽车仍是行业转型升级的核心抓手，但其阶段性增长动能，已更明显地由出口端来支撑。

商用车延续修复势头

相较乘用车和新能源板块，商用车在一季度表现出更强的稳定性。3月份商用车销量48.7万辆，同比增长8.9%，环比增长80.7%；一季度累计销量111.4万辆，同比增长6%。其中，货车板块增长更为突出，3月份货车销量44万辆，同比增长11.6%；一季度重型货车、中型货车和微型货车销量分别增长19.9%、19.2%和31.1%。

从企业层面看，市场集中度依然维持高位。一季度，汽车销量排名前五位的集团合计销量为658.2万辆，占汽车销售总量的93.4%；新能源汽车销量前五位集团合计销量为285.6万辆，占新能源汽车销售总量的96.5%。其中，上汽、吉利、一汽位列汽车集团销量前三；在出口方面，奇瑞继续领跑，一季度整车出口39.1万辆，同比增长54.4%，占出口总量的17.6%。

但也要看到，当前行业运行压力并未真正消散。外部环境复杂多变、地缘风险上升、原材料及关键零部件价格高位震荡，加之内需动能偏弱、行业“内卷式”竞争问题仍待进一步整治，汽车产业平稳运行仍面临不小挑战。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，对行业而言，下一步既要继续巩固出口增长、中国品牌上行、新能源转型等积极因素，也要把更多着力点放在改善预期、优化竞争秩序上。只有需求端和供给端同步发力，汽车市场的回暖势头才能真正转化为更稳固的增长基础。

中国摩托车商会副会长刘欣：

借赛场之势谋产业之变 中国摩托车迈向高质量发展



本报记者 刘 刘

张雪机车在世界超级摩托车锦标赛(以下简称“WSBK”)中夺冠，提升了摩托车行业的热度，也促进了中国摩托车行业的高质量发展。对公众而言，这是一场激情似火的胜利；对行业而言，它则鼓舞业界，努力将赛场突破转化为产业高质量发展的持续动力。

近日，中国摩托车商会副会长(主持工作)刘欣在接受《证券日报》记者专访时表示，张雪机车此次夺冠的意义不止是一项荣誉，更重要的是它印证了中国摩托车企业在可靠性、产品性能及系统工程能力上，已具备参与全球高端竞争的坚实基础。接下来，行业不能满足于个别企业的“高光时刻”，而要推动“冠军能力”尽快转化为“产业能力”。

在刘欣看来，当前中国摩托车产业已彻底告别单纯依赖成本和规模竞争的发展阶段。借赛场之势谋产业之变，核心在于放大技术外溢效应、打通政策与市场堵点、凝聚产业链合力，将技术积累、消费培育与品

牌“出海”的力量拧成一股绳，推动产业高质量发展。

产业竞争转向“比技术”

事实上，近年来，中国摩托车企业在国际赛事上已实现了多次突破。刘欣介绍，早在2002年，宗申车队就在世界摩托车锦标赛耐力赛(以下简称“EWC”)第二站获得冠军。此后，春风CFMOTO Aspar车队又拿下Moto3年度车手总冠军、年度制造商总冠军和年度车队总冠军。此次张雪机车在WSBK赛场的突破，则完成了对整车系统工程能力的全面验证。“EWC证明‘能做得久’，Moto3证明‘能做得精’，WSBK证明‘能做得成体系’，这意味着中国摩托车产业正迈入‘多维工程能力并行突破’的关键阶段。”

作为服务行业的唯一全国性组织，中国摩托车商会(以下简称“商会”)目前拥有300多家会员企业，在产业转型期承担着沟通企业、赛事与市场，推动行业协同创新的重要职责。

刘欣强调，赛场夺冠不是终点，真正关键的是将个别企业的成功经验，转化为全行业可共享、可复制、可放大的技术基础。围绕这一目标，未来行业将以国际顶级赛事突破为牵引，加快打通“赛事验证—技术沉淀—产业扩散”的链条：一方面系统梳理可靠性、性能调校、整车工程三大核心技术模块；另一方面搭建行业级技术中试和验证平台，破解赛事技术成果难以规模化复制、无法顺畅导入量产端的痛点。

刘欣认为，国内摩托车行业未来3年至5年的技术攻关，重点在于高端发动机、电控系统和轻量化材料三大关键领域。“高功率密度发动机、高转速可靠性、热管理技术，以及高性能铝镁合金、复合材料的应用，仍是行业需要持续突破的核心方向。”他透露，商会后续将推动组建高端发动机产业联盟、电控系统创新联盟、轻量化材料与结构联合实验室等协同平台，引导行业竞争逻辑从“拼价格”向“比技术”转变。

有望成为消费升级增长点

近年来，多地逐步放宽“禁限摩”政策，部分地区探索实施“以检代废”，为行业发展释放了积极信号；而张雪机车夺冠引发的全民关注，更让摩托车产业迎来了政策优化契机。

“如何将这份公众关注，转化为科学、理性的社会认知，直接关系到行业未来的发展空间。”刘欣坦言，长期以来，国内部分地区对摩托车的认知较为单一，多停留在普通代步工具层面。随着消费结构升级与生活方式多元化，摩托车的属性已实现全面升级，其不仅是通勤工具，更成为承载运动休闲、文化体验与个性表达的重要载体。

尽管利好信号不断，国内摩托车

市场仍有诸多堵点亟待破解。目前，全国仍有近200个城市实施“禁限摩”措施，大排量、高端休闲摩托车的合法使用场景不足，一定程度上压制了内需潜力。刘欣表示，赛场热度能否顺利转化为市场热度，关键在于政策端能否进一步疏通堵点，制度端能否提供有力支撑，配套端能否加快完善。

针对这一问题，刘欣透露，商会今年将重点推进三项工作，第一，推动路权优化；第二，持续推进“以检代废”；第三，加快完善骑行基础设施及优化上牌、驾培、保险等配套服务，逐步构建“可骑行、有文化、易使用”的良性消费环境。他强调，政策优化绝非“简单放开”，而是“规范有序地打开”，只有建立起安全文明的骑行秩序，政策优化与市场扩容才能拥有扎实基础，实现长效发展。

从长期来看，随着政策环境持续优化、消费体系不断完善，社会认知逐步修复，我国大排量及高端休闲摩托车市场具备快速发展的基础，有望成为消费升级中的重要增长点。这不仅能够有效扩大内需，更能反向支撑企业加大高端产品研发与核心技术投入，形成“消费拉动技术、技术推动产业”的良性循环。

推进品牌、文化“出海”

相较于仍在培育中的国内高端消费市场，出口已成为当前中国摩托车产业的重要增长支柱。近年来，中国摩托车出口实现量价齐升，海外市场持续旺盛。

刘欣表示，出口规模的扩大并不意味着品牌价值的同步提升。尤其在欧美等高端市场，对中国摩托品牌“低价低端”的刻板印象仍然存在，这成为中国摩托车企业从“卖产品”向“树品牌”转型的重要阻碍。

杭州土地市场热度回升

本报记者 陈 潘

近期，杭州土地市场热度持续回升。4月10日，杭州出让西湖双桥、临平乔司两宗宅地，总成交额14.9亿元，平均溢价率达41.5%。在4月8日土拍高热度基础上，房企拿地积极性延续，补仓意愿明显增强。

中指研究院华东大区常务副总高院生对《证券日报》记者表示，近期杭州土地市场热度回升，核心原因在于一季度供地偏少，房企补库存需求集中释放，同时优质地块具备“低总价、高确定性”特征，提升了企业拿地安全性。

从具体地块来看，两宗地块均具备较强确定性，也反映出房企当前拿地策略更加注重新安全性和与市场需求的匹配度。

其中，西湖双桥单元经过73轮竞价，由杭州滨江房产集团股份有限公司

(以下简称“滨江集团”)以9.63亿元竞得，楼面价19129元/平方米，溢价率达59.67%。

“双桥单元地块，紧邻此前五开五罄的绿城·悦海棠，目前板块高层住宅已无库存，去化确定性高。虽上游三墩板块存在一定库存压力，但地块总价低、周转快。参照悦海棠售价3.36万元/平方米，项目仍留有合理利润空间。”高院生表示。

另一宗临平乔司地块，则体现出差异化产品逻辑。该地块为地铁口最后一宗宅地，容积率1.5，适宜打造“洋房+叠排”等满足改善性需求的产品。经过21轮竞价，绿城中国控股有限公司(以下简称“绿城中国”)以5.29亿元竞得该地块，楼面价12950元/平方米，溢价率23.33%。

高院生表示，乔司地块通过产品组合控制总价，与周边在售项目形成差异化竞争，反映出房企在改善性刚

需板块更加注重精细化定位，在保证去化速度的同时兼顾利润空间。

整体来看，两宗地块均呈现出“总价可控、去化确定性高”的特征，这也成为当前房企拿地的重要考量标准。

从拿地房企来看，均为深耕杭州市场的头部房企。中指研究院数据显示，2025年杭州房企权益销售额中，绿城中国以388.6亿元位居第一，滨江集团以346.0亿元位列第二，均在本地市场具备较强竞争力。

值得注意的是，4月份以来，杭州两场土拍平均溢价率均超过30%，土地市场明显回暖。

业内人士普遍认为，这一方面源于土地供给节奏带来的“补仓窗口”。另一方面，则与房地产市场交易端回暖形成共振。

中指研究院数据显示，在行业

调整期，2025年，杭州市场仍有绿城中国、华润置地有限公司等房企实现权益销售业绩同比增长，这些企业也成为近期杭州土地市场的拿地主力军。

与此同时，近期，杭州楼市持续回暖。杭州贝壳研究院数据显示，2026年3月份，杭州市区二手房成交9356套，环比增长178%；新房成交11026套，环比增长155%。

此前，3月30日，杭州住房公积金管理委员会发布的《杭州住房公积金管理委员会关于优化住房公积金使用政策的通知》(以下简称《通知》)提出，“住房公积金贷款最高额度由130万元提高到180万元”“住房公积金职工个人可贷额度计算倍数由15倍调整为20倍”。同时，《通知》要求提高贷款额度上浮优惠，“新市民、青年人家庭贷款额度可按家庭申请贷款时计算的贷款额度合计数上浮20%确定”“多子女家庭贷款额度可按家庭申请贷款时计算的贷款额度合计数上浮50%确定”。

上海易居房地产研究院副院长严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示，当前杭州楼市交易量明显回升，叠加政策支持，有助于增强购房者入市信心，也进一步强化房企对后市的预期。在此背景下，优质地块更容易吸引房企积极参与，土地市场热度回升具有一定持续性。

根据出让安排，4月28日及30日，杭州还将推出6宗宅地，涵盖核心区与外围区域。业内人士普遍认为，具备“区位优势+产品适配度”的优质地块，仍将是房企争夺的重点，而非核心区域地块热度或将出现分化。