

中国日均词元调用量超140万亿，三大运营商推出“词元套餐”——

盘一盘你的AI账单

本报记者 王俊岭



▲科大讯飞AI智能体Loomy团队在位于合肥的科大讯飞AI总部园区办公。
新华社记者 周牧摄

今年一季度，中国日均词元调用量突破140万亿。词元(Token)是大模型行业里最基础也最小的计量单位，用户输入的每个字，大模型生成的每段话、识别的每一幅图像，都要消耗词元。伴随AI及算力服务加速融入生产生活，中国移动、中国联通、中国电信等运营商近日相继推出“词元套餐”。

多档位套餐可供选择

手机上网消耗流量，AI服务消耗词元。1个汉字通常对应1至2个词元，1个英文单词通常对应1个词元。词元调用量越高，就意味着人工智能大模型提供的服务价值越大。随着市场需求增加，三大运营商也推出了词元套餐产品。

其中，中国移动湖北公司推出的“Lite轻享版”套餐，首购7.9元/月，当月可享1.8万次调用，主要面向写代码、轻办公人群；“Pro专业版”套餐，首购39.9元/月，当月可享9万次调用，主要服务复杂开发、团队协作需求。相关套餐在说明中还明确标注了具有“依托武汉智算中心本地节点，低延迟、高并发，告别掉线卡顿”等优势。

中国联通上海分公司宣布，面对上海“一人公司”快速发展带来的词元调用量飞速增长，公司提供“Token+AI云桌面+Uni-claw”（中国联通推出的自主执行智能体平台）融合套餐，同时制定并出台了“一人公司”专属词元优惠套餐，帮助创业企业降低成本、快速开业，客户可享受最低1元/百万Token起的续约价格。

中国电信面向个人及家庭客户，提供“Token+连接+安全”一体化服务，推出三档“词元套餐”以及宽带上行提速包和安全防护包等服务。其中，轻享版、畅享版、尊享版套餐月资费依次为9.9元、29.9元、49.9元，分别包含1000万、4000万、8000万Token额度。

对于“词元套餐”，难免有人产生疑问：平时用大模型聊天对话没交过钱，付费的“词元套餐”和咱有什么关系？不花钱就不能

用大模型了吗？

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉对本报记者说，AI大模型不是“软件复制品”，而是“按次消耗的智能基础设施服务”。人们每一次调用大模型，背后都需要实时消耗算力、电力等现实资源。

欧阳日辉说，很多人平时简单使用AI大模型提个问、聊个天、写个文本，消耗的词元相对较少，商家大多愿意免费让用户体验。但如果是直接生成视频等“大活儿”，对词元的消耗量就会大幅上升，完全免费或低价模式难以持续。相比之下，针对不同用户需求特点进行合理的分层定价，既能保障普通用户使用机会，也能促进行业持续健康发展。

中国信通院人工智能研究所平台与工程化部主任曹峰说，运营商推出的“词元套餐”其实是向用户提供涵盖大模型多能力聚合、统一资源计量计费、安全分发等功能的数字化服务。它改变了过去用户必须分别向三大运营商、阿里、智谱、DeepSeek或Kimi等不同商家单独购买API（应用程序编程接口）

或订阅会员的模式，而是通过运营商服务平台直接采购和获取不同类别的大模型词元服务。

“你可能在手机上了多个大模型APP，每个都要单独包月。未来，可能只需一个运营商Token套餐，手机里的AI通话、浏览器上的AI摘要、电视的智能协同就能共享这笔额度，使用体验更好。”曹峰说，随着运营商在网络侧和计费侧做好了“Token化”的准备，未来手机、电脑等各类智能家居可以在出厂时就会内置算力服务，让设备具有“原生智能”。

“可持续”成关注焦点

对于AI账单的出现，多数消费者表示认可，同时也表达了对“性价比”的关注。

“以前做项目的时候，像大框架、基础代码这些内容，自己写可能要花上好几个小时。现在借助人工智能大模型，三四分钟就能弄完以前几个小时的工作量，效率提升非常明

显。”福建宁德姑娘陈致羽说，从目前运营商推出的套餐情况看，每月几十元买到千万级别的词元，这个价格对普通开发者来说在可以接受的范围内。“无论哪种套餐，最重要的是价格透明、选择清晰、能保障用户体验。”

在江苏苏州一家互联网公司从事软件后端开发工作的孙正亚说，写代码时，DeepSeek、通义、Claude Code等都是自己的好帮手。不过，对于更为专业复杂的活儿来说，还是得自己亲自动手。“‘词元套餐’的出现是个好事。之前国内平台虽然基本免费，但用起来限制也多，专业用户的体验较为一般。有了合理的收费之后，厂商有钱迭代、用户也能用上更优质更稳定的服务，其实是双赢。”他说。

“20年前短信包成了标配，10年前流量包成了标配。今天我们用AI写文章、做图片、生成视频、写代码等，背后消耗的就是Token。我们相信，Token也会像当年的短信和流量一样，成为手机套餐里的标配。”中国电信相关负责人说，有电脑的用户订购后会收到一个授权码（API Key），简单配置就能用；消费者也可以直接订购内置了各种智能体的天翼AI云电脑，即买即用。词元套餐上市后，目前总体反响比较积极，既有开发者和企业用户、也有AI办公的用户，还有AI应用尝鲜的用户。“我们将持续关注不同用户群体的需求情况，并适时进行服务优化。”

在曹峰看来，三大运营商集体推出“词元套餐”，有助于打破大模型孤岛，降低用户选择成本，让企业和开发者无需在各类大模型厂商之间反复比价、配置多套API。同时，由三大运营商提供多模型、统一量纲的统一接口，对网络与安全也具有更强保障，可以更好满足政企客户对于大模型交互中数据隐私和网络安全的刚性需求。“中国信通院围绕Token也推出了系列标准和评估服务，努力为AI服务普惠化、高质量落地提供有力保障。”曹峰对本报记者说。

加速赋能生产生活

普通人如何为自己安排合适的“AI账单”？“我们可以将AI付费理解为‘智能劳动额度’。AI账单买的是‘AI代劳能力’。”欧阳

日辉说，移动流量是让人连接信息，词元套餐是让人调度智能。普通人使用词元套餐，不能只看“有多少Token”，更应看“这些Token能不能帮我完成更重要的任务、节省更多时间、创造更高价值”。在购买AI服务时，普通人应以实际需求程度为基础、关注模型质量、树立“智能预算”意识，高价值任务优先用优质资源，低价值需求用基础模型即可。

腾讯云TokenHub产品专家何世友向本报记者介绍，现在市面上有很多的大模型，对用户来说每一个都要单独注册、充值、调用API接口。除了运营商的词元套餐之外，腾讯云也推出了大模型应用程序接口聚合平台TokenHub，通过一个腾讯账号、一个API就可以一站式调用很多大模型。对于普通用户及企业客户，可以实现快速集成式的大模型调用、降低成本。

AI账单的出现，是生成式人工智能阔步走向大规模商业化应用的生动写照。AI服务加速赋能生产生活，对行业转型乃至经济发展都正在产生深刻影响。

中国移动相关负责人表示，中国移动的算力服务包括数据中心、云服务和云应用三类，目前三项业务都表现出很好的增长潜力。中国移动将面向人、机、物、智能体海量互联与高效协作需求，一体推进通信网、算力网、智能网布局，加大智算基础设施供给，在通用大模型、行业数据集、核心算法能力等领域持续投入。

中国电信总裁兼首席运营官刘桂清在2025年业绩发布会上介绍，中国电信Token经营已有初步实践，拥有超过3000个边缘算力节点，可按需敏捷部署推理算力；AI云盘、AI通信助理、AI智铃等各类AI应用用户规模超过1.1亿户；实体渠道网点和装维人员队伍，正在逐步成为属地化AI交付力量。“Token服务是公司今后的经营主线，公司将做强自有Token，做大生态Token，积极探索国际化Token经营。”刘桂清说。

国家发展改革委新闻发言人李超日前表示，人工智能领域核心技术和应用需求都呈现快速增长态势，有关部门始终坚持系统布局、分业施策、开放共享、安全可控，推动人工智能与经济社会各行业各领域广泛深度融合，指导国产大模型加大力度适配国产算力芯片，在保持快速发展的同时，确保自主可控、向善发展、行稳致远，让全体人民共享人工智能发展成果。

“近期，我们正在谋划出台加快‘人工智能+’落地的配套文件，进一步加大要素保障。同时，我们还将持续推动央国企开放高价值应用场景，面向各行业领域和各地方打造人工智能标杆应用，加快引导人工智能融入生产、经营、管理等各方面各环节。”李超说。

世界·永康五金指数

2026年4月永康五金三大景气指数起伏波动

截至2026年4月，永康五金三大景气指数起伏波动，外贸景气指数环比上涨，市场交易景气指数和生产景气指数环比下降。

一、永康五金市场交易景气指数微幅下降

截至2026年4月，永康五金市场交易景气指数收于92.86点，环比下降0.91个点。与3月相比，要素供给景气指数环比上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

二、永康五金生产景气指数环比下降

截至2026年4月，永康五金生产景气指数收于98.89点，环比下降1.96个点。与3月相比，要素供给景气指数环比上升，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比下降，四大分项呈“一升三降”格局。

三、永康五金外贸景气指数环比上涨

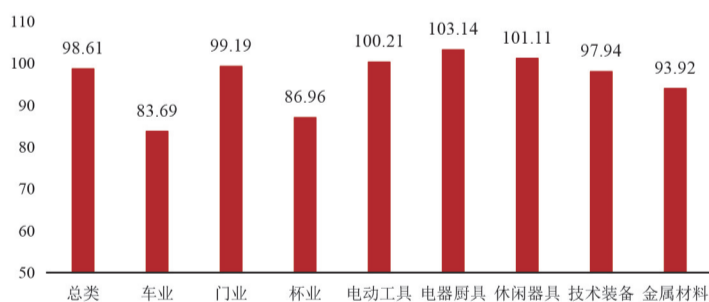
截至2026年4月，永康五金外贸景气指数收于98.19点，环比上升5.29个点。与3月相比，市场需求景气指数、经营效益景气指数和总体判断景气指数环比上升，要素供给景气指数环比下降，四大分项呈“三升一降”格局。

2026年4月永康五金三大价格指数有所上升

截至2026年4月，永康五金三大价格指数有所上升，市场交易价格指数、生产价格指数、外贸价格指数均环比上升。

一、永康五金市场交易价格指数略有上调

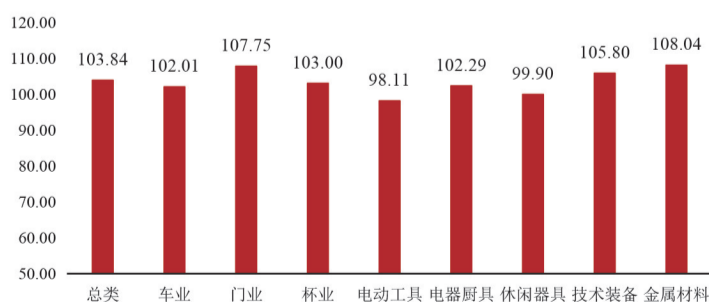
截至2026年4月，永康五金市场交易价格指数收于98.61点，环比上升0.42个百分点。与3月相比，车业、杯业、电动工具、电器厨具、技术装备和金属材料六大行业环比上升，其中，杯业涨幅最大，环比上升2.49个百分点；门业和休闲器具两大行业环比下降，八大五金行业呈“六升两降”格局。



永康五金八大行业市场交易价格指数图

二、永康五金生产价格指数环比上升

截至2026年4月，永康五金生产价格指数收于103.84点，环比上升0.92个百分点。与3月相比，车业、门业、杯业、电动工具、电器厨具和技术装备行业环比上升，其中，杯业涨幅居首，环比上升4.54个百分点；休闲器具和金属材料行业环比下降，八大五金行业呈“六升两降”格局。

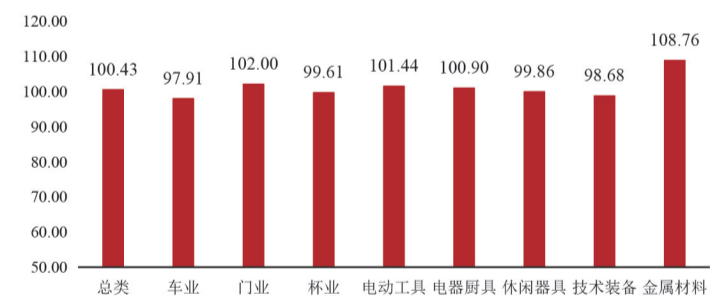


永康五金八大行业生产价格指数图

三、永康五金外贸价格指数微幅上行

截至2026年4月，永康五金外贸价格指数收于100.43点，环比上升0.83个百分点。与3月相比，杯业、电动工具、电器厨具、休闲器具、技术装备和金属材料行业环比上升，其中，杯业涨幅最大，环比上升

4.26个百分点；车业和门业两大行业环比下降，八大五金行业呈现“六升两降”格局。



永康五金八大行业外贸价格指数图

2026年4月永康五金产业发展分项指数走势向好

截至2026年4月，永康五金产业发展分项指数走势向好。具体来看，永康五金电商指数、永康五金创新指数和永康五金产业链指数均环比上涨。

一、永康五金电商指数略有上升

截至2026年4月，永康五金电商指数为122.62点，环比上涨0.67个点。其中，境内电商指数收于105.61点，跨境电商指数收于139.63点。

二、永康五金创新指数稍有上涨

截至2026年4月，永康五金创新指数为129.77点，环比上涨0.98个点。其中，创新投入指数为115.33点，环比上涨1.97个点；创新产出指数为137.74点，环比上涨0.31个点。

三、永康五金产业链指数微幅回升

截至2026年4月，永康五金产业链指数收于102.26点，环比上涨0.96个点。其中，产业链规模指数为98.59点，产业链质量指数为106.51点，产业链稳定性指数为101.09点。

