iResearch
艾 瑞 咨 询

企业 AI 转型韧性：全球视角

194 家全球上市公司、21 个行业的样本观察

©2026 iResearch Inc.

目录

序言 2
一、样本概览：多数企业仍处于转型承压期 3
二、评估方法：对冲韧性指数（HRI）如何衡量 AI 转型韧性 3
三、企业分布：从承压阶段到加速阶段 4
四、行业比较：AI 转型进展及其差异 5
五、企业梯队：不同阶段面临的主要问题 7
（一）领先梯队：AI 业务已形成初步对冲能力 7
（二）中间梯队：转型路径不同，主要约束各异 7
（三）承压梯队：AI 业务尚未形成有效承接 8
六、关键解释：为什么要关注新旧业务的承接关系 8
七、管理启示：如何判断 AI 转型进展 9
（一）看经营结果，不只看 AI 投入 9
（二）先识别主要约束，再确定推进顺序 9
（三）行业数据用于参照，企业判断仍需具体分析 9
附录 A　对冲韧性指数（HRI）方法论说明 10
附录 B　样本行业分类说明 13
附录 C　样本企业筛选说明 16
法律声明 • LEGAL DISCLAIMER 18
联系我们 18

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

序言

通用目的技术（General Purpose Technologies，指具有得到广泛应用、可以进行持续的技术改进、可以在应用领域促进创新等三个特征的技术，是产业革命中的关键共性技术）革新往往会改变行业的竞争格局，人工智能也在带来类似变化。当前市场讨论更多关注企业是否布局 AI、投入多少资源，却较少回答另一个更实际的问题：当传统业务增速放缓，而 AI 相关业务尚未形成规模时，企业现有的现金流、时间和组织能力，能否支撑这段转型期？

为回答这一问题，我们构建了对冲韧性指数（Hedge Resilience Index，HRI）并在本次报告中基于 194 家全球上市公司的公开数据进行样本观察。结果显示，多数样本企业仍处于转型的早期或承压阶段。长期以来，资本市场主要通过财务表现、市场指数以及包括 ESG 在内的非财务框架评估企业。这些工具分别回答盈利能力、资本配置和可持续经营等问题，但对于一家公司能否在技术变迁中顺利完成新旧业务转换，仍缺少一个直接、统一的量化视角。随着人工智能融入更多行业的产品、流程和经营活动，这个缺口变得更加明显。

当 AI 改变产品形态、成本结构和收入来源时，企业能否维持竞争力，并形成新的长期价值来源？真正需要关注的，不是企业有没有使用 AI，而是能否将 AI 投入转化为可衡量的业务成果。多数大型企业已经发布 AI 战略、采购算力或引入大模型，但采用技术并不等于实现价值。通用目的技术从部署到价值兑现之间存在一定的时间差，需要经过组织调整、流程再造和商业化探索才能逐步释放价值。AI 也可能经历类似过程：当前多数企业仍处在投入阶段，能够将 AI 技术转化为产品、收入和运营改善的企业，将更有可能率先收获回报。

这种价值兑现的时间差，意味着新旧业务的转换正在分阶段发生。对于许多正在经历这一过程的企业而言，原有产品、客户关系和经营模式仍在贡献收入，但部分传统业务已经面临增长放缓或结构性压力；与此同时，AI 相关业务尚未形成足够规模。这种变化通常不会在某一时点突然发生，而是逐季反映在收入结构、市场份额和估值预期中。等到压力完全体现在财务结果上，企业可用于调整的时间往往已经缩短。

然而，面对 AI 带来的转型压力，现有评估体系尚难提供充分支撑。正是为了弥补这一缺口，我们构建了对冲韧性指数（HRI）。对冲韧性指数（HRI）由七项指标构成，用于比较样本企业在业务结构、增长速度、未来价值、资本效率和战略时间等方面的表现。对冲韧性指数（HRI）关注的不是企业采用了什么技术，而是 AI 相关的新收入和业务增强，能否逐步承担增长责任，并缓冲传统业务面临的压力。我们把这种能力称为 AI 转型韧性。

本报告基于 21 个行业、194 家全球上市公司的公开数据进行样本观察，呈现样本企业 AI 转型的阶段分布和行业差异。报告结论反映的是本次样本与数据口径下的观察，不代表对全部企业或行业的普遍判断。

一、样本概览：多数企业仍处于转型承压期

对冲韧性指数（Hedge Resilience Index，HRI）由覆盖了业务结构、增长速度、未来价值、资本效率和战略时间五大维度的七个指标构成，其根本命题是衡量企业用旧业务赚取的现金和时间，能否买到新业务的入场券。这不是一个财务比率问题，而是一个关乎企业持续发展的生存概率问题。

在展开具体分析之前，先看三个核心数字。它们分别回答三个问题：样本企业目前处于什么阶段，AI 新业务能在多大程度上缓冲传统业务压力，以及哪些企业已经进入加速阶段。

88%	59%	12%
企业位于 U 形底及左侧区间	企业的 AI 新业务尚未形成充分对冲	企业进入右侧加速阶段或辉煌顶部

第一个数字回答“走到了哪一步”。以对冲韧性指数（HRI）综合得分衡量（满分 100），194 家公司的中位数为 36.2，落在本报告定义的 U 型框架中“U 形底”区间。（U 形底代表新旧业务转换的承压阶段，属于转型过程中的常见位置，并非失败标志。）全量样本中，约 88%的企业对冲韧性指数（HRI）得分低于 55，位于 U 形底及左侧衰退区间，说明其传统业务已经面临不同程度的压力，而 AI 相关业务尚未形成足够规模。换句话说，多数企业已经采取行动，但这些行动还没有充分转化为可衡量的业务承接能力。

第二个数字回答“转型韧性的核心是什么”。 对冲韧性指数（HRI）关注新旧业务之间的承接关系，而不是单独评价技术先进程度。我们用原始对冲比率（HRR）衡量 AI 新业务填补传统业务压力的能力。结果显示，59%的企业 HRR 低于 50。按照本报告的指标定义，这意味着其 AI 相关业务尚未形成充分对冲。技术投入仍然重要，但工具、模型和算力只有转化为可验证的新收入或业务增强，才会形成转型韧性。

第三个数字回答“谁已经进入加速阶段”。进入右侧加速阶段或辉煌顶部的企业约占样本企业总数的 12%，并且集中在少数行业。值得注意的是，这些企业并不一定来自资本开支最高的行业。后续章节将进一步分析这一差异，以及它对企业资源配置的启示。

核心判断

先进工具和大模型是投入，不是转型结果。对冲韧性指数（HRI）关注的是，这些投入能否形成可验证的新收入或业务增强，并逐步承担增长责任。

二、评估方法：对冲韧性指数（HRI）如何衡量 AI 转型韧性

要比较半导体、金融、软件和电信等差异显著的行业，首先需要统一定义和计算规则。现实中，不同企业披露 AI 收入的口径并不一致：有些只披露直接收入，有些将 AI 增强后的产品收入纳入统计，还有一些只描述投入和应用场景。对冲韧性指数（HRI）采用同一套七项

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

指标评估全部样本企业，并将各项指标归一化至 0—100 分后等权汇总，以提高跨企业比较的一致性。

七项指标采用等权设计，减少了人为调整权重的空间。但等权本身并不自动等于可复算；第三方能否得到相同结果，还取决于指标定义、原始数据、归一化方式、缺失值处理和人工判定规则是否完整公开。因此，对冲韧性指数（HRI）的透明性不仅来自权重设置，也取决于方法和数据口径的充分披露。七项指标分别回答一个具体问题，合起来构成企业 AI 转型韧性的整体画像。

表 2-1 HRI 七项指标及核心回答问题

指标	它回答的问题
原始对冲比率（HRR）	当前 AI 新业务能否缓冲传统业务压力？
对冲加速度（HAC）	AI 相关业务的增长速度是否足够快？
增强加速度系数（HAC-Aug）	AI 对整体业务的增强作用有多大？
对冲运营期权价值（HRI-OP）	当前转型具备多大的长期期权价值？
合约对冲指数（HRI-C）	有多少未来收入已经通过长期合约锁定？
资本效率指数（HRI-CapEx）	单位资本开支能够带来多少回报？
战略窗口期（T-ow　　）	企业还拥有多长的转型窗口期？

在计算指标之前，还需明确哪些价值可以被认定为 AI 相关价值。本报告将 AI 原生产品、传统产品因 AI 升级形成的增量价值，以及 AI 带来的新增销量纳入收入侧观察。对于客户无法感知、去掉 AI 后业务仍可照常运行的收入，不计入 AI 收入。AI 带来的降本和效率提升可能改善利润与现金流，但由于企业披露口径差异较大，本轮对冲韧性指数（HRI）将其作为成本侧价值单独观察，不直接等同于 AI 收入。这样处理是测量范围的选择，并不否定效率提升本身的价值。

三、企业分布：从承压阶段到加速阶段

七项指标回答企业当前的转型能力，U 形框架则用于呈现企业在新旧业务转换中的相对位置。左侧下行曲线代表传统业务承压，右侧上行曲线代表 AI 相关业务形成规模后带来的价值增长，最低点称为“U 形底”。需要说明的是，这是一张定位图，而不是已经被验证的时间预测模型。企业未来向左还是向右移动，还取决于后续经营表现、资源配置和外部环境。

> **U 形底不是终点，而是需要作出关键选择的阶段。**

处于 U 形底的企业，既可能继续承压，也可能在完成关键调整后重新增长。决定方向的因素不只包括行业环境，也包括管理层如何配置资本、调整业务组合和推动组织执行。GE 和 IBM 可以作为说明性案例：GE 通过业务拆分重组业务组合，IBM 则通过包括收购 RedHat

在内的战略动作调整业务方向。这些案例提示大型企业有可能在低谷后恢复增长，但不能仅凭个别案例推导出适用于所有公司的固定路径。

这些案例还提示我们，大型企业的结构性转型通常需要多年时间，并可能伴随重组、并购或业务组合调整等重要动作。对处于 U 形底的企业而言，真正的风险并不是得分暂时偏低，而是低估转型所需的时间，继续用局部优化应对业务结构的变化。

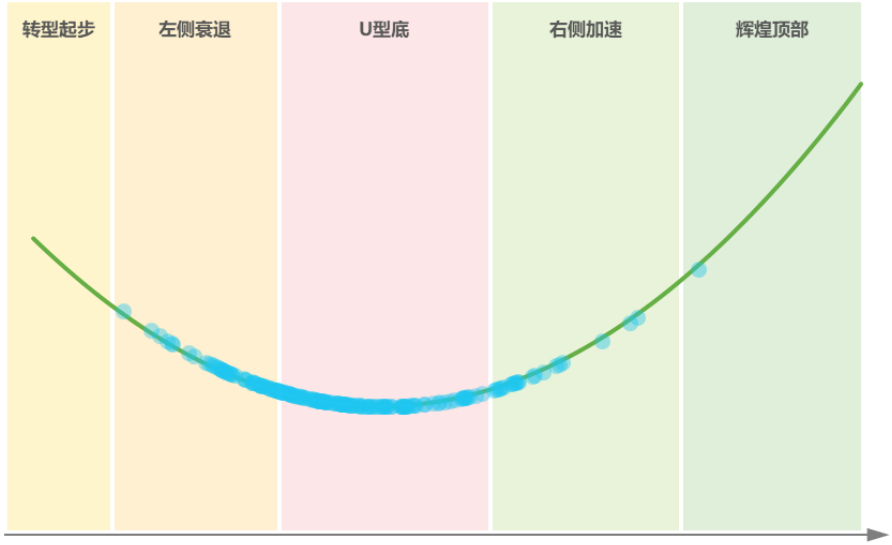

图 3-1·U 形定位图：概念曲线与 194 家企业的截面分布

将 194 家样本企业放入 U 形框架后，可以看到明显的集中分布：119 家企业（约 61%）位于 U 形底，52 家（约 27%）位于左侧衰退区，两者合计占约 88%；22 家（约 11%）进入右侧加速早期，另有 1 家位于辉煌顶部。按人数计算，右侧加速早期与辉煌顶部合计 23 家，约占样本的 12%。这一结果说明，多数样本企业仍在新旧业务转换过程中。U 形底不等同于失败，企业未来能否向右移动，仍取决于后续业务表现和战略选择。

四、行业比较：AI 转型进展及其差异

从行业层面看，本样本中的 21 个行业均未整体越过转型跨越点，各行业对冲韧性指数（HRI）中位数都低于 55 分。这说明，在当前样本和数据口径下，AI 转型仍处于普遍推进但尚未集体进入加速阶段的状态。需要注意的是，不同行业的样本量差异较大，部分行业只有 1—2 家企业，因此相关结果主要用于观察样本差异，不应直接代表整个行业。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

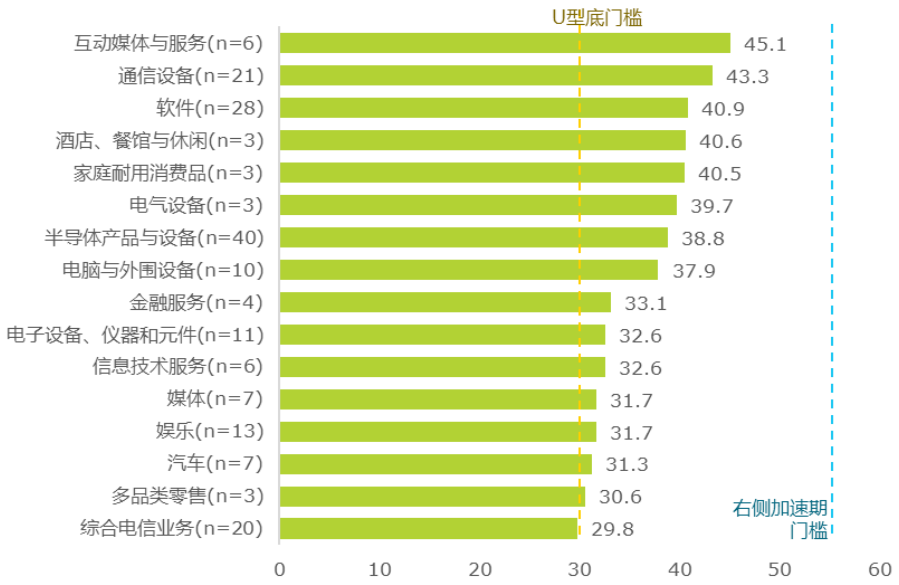

图 4-1·行业 AI 转型韧性排名（HRI 中位数，样本量 ≥ 3 的行业）。阅读时应关注行业样本量；小样本行业仅作参考。

尽管没有任何行业样本的中位数越过 55 分，不同行业之间仍存在明显差异。互动媒体与服务、通信设备和软件位于前列；综合电信业务、航空航天与国防及医疗保健提供商与服务相对靠后。下面的总表同时列出各行业的 HRI 中位数、HRR 均值、越过跨越点的企业数量、对冲成规模的企业数量和当前主导范式。阅读时，应同时关注样本量、统计口径和行业内部差异。

表 4-1 样本行业 HRI 全景

行业	样本	HRI 中位数	HRR 均值	越过跨越点	对冲成规模	主导范式
互动媒体与服务	6	45.1	69	0/6	4/6	资本密集型
机械制造	2	43.7	45.2	0/2	1/2	增强放大型/效率内化型
通信设备	21	43.3	56.5	4/21	11/21	效率内化型
软件	28	40.9	65.1	8/28	20/28	合约锁定型
酒店、餐馆与休闲	3	40.6	37.8	0/3	1/3	效率内化型
家庭耐用消费品	3	40.5	55.1	0/3	1/3	效率内化型
电气设备	3	39.7	36.2	1/3	1/3	效率内化型
地面运输	2	39.4	34.9	0/2	1/2	效率内化型
半导体产品与设备	40	38.8	50.0	6/40	17/40	效率内化型
电脑与外围设备	10	37.9	48.9	1/10	4/10	效率内化型
综合消费者服务	1	36.5	34.1	0/1	0/1	合约锁定型
金融服务	4	33.1	24.6	1/4	0/4	效率内化型
电子设备、仪器和元件	11	32.6	41.6	1/11	5/11	跨越点对冲型

行业	样本	HRI 中位数	HRR 均值	越过跨越点	对冲成规模	主导范式
信息技术服务	6	32.6	38.5	0/6	2/6	合约锁定型/跨越点对冲型
媒体	7	31.7	20.8	0/7	1/7	效率内化型
娱乐	13	31.7	24.3	1/13	1/13	效率内化型
汽车	7	31.3	58.1	0/7	5/7	效率内化型
多品类零售	3	30.6	58.8	0/3	2/3	资本密集型
综合电信业务	20	29.8	25.9	0/20	3/20	资本密集型
航空航天与国防	2	26.4	1.8	0/2	0/2	内部优化型
医疗保健提供商与服务	2	25.1	27.3	0/2	0/2	跨越点对冲型/效率内化型

五、企业梯队：不同阶段面临的主要问题

根据当前样本的对冲韧性指数（HRI）表现，可以将企业大致分为三个梯队。梯队之间的主要差异，不在于是否采用 AI，而在于 AI 相关业务已经在多大程度上形成收入，并缓冲传统业务增长放缓或下降所带来的经营压力。

（一）领先梯队：AI 业务已形成初步对冲能力

在样本量不少于 3 家的行业中，互动媒体与服务（HRI 中位数 45.1）、通信设备（HRI 中位数 43.3）和软件（HRI 中位数 40.9）位于前列。这些行业的 AI 原生收入和 AI 转型收入占比较高，原始对冲比率也相对突出。软件行业的 HRR 均值达到 65.1，28 家样本企业中有 20 家的对冲已经成规模；软件行业有 8 家、通信设备行业有 4 家企业越过跨越点，是全样本中数量较多的两个行业。对这些行业中的领先企业而言，AI 相关业务已经开始承担更明确的增长责任。

不过，高对冲比率并不一定意味着整体韧性同样较高。软件行业的 HRR 均值虽然位居前列，HRI 中位数仍为 40.9，说明资本效率、战略窗口等其他维度仍会影响综合表现。一项指标表现突出，只能说明企业在某个方面取得进展，不能替代对整体转型能力的判断。这也是对冲韧性指数（HRI）同时观察七项指标的原因。

（二）中间梯队：转型路径不同，主要约束各异

以半导体产品与设备（HRI 中位数 38.8）、电脑与外围设备（HRI 中位数 37.9）和电子设备、仪器及元件（HRI 中位数 32.6）为代表的中间梯队，较多企业采取效率内化型路径。这类企业的转型表现与资本效率密切相关：如果 AI 相关收入增速能够跟上资本开支扩张，投入可能形成规模优势；如果收入兑现慢于投入增长，则会增加回报和估值压力。因此，这是一条投入高、市场预期高，同时波动也较大的转型路径。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

金融服务（HRI 中位数 33.1）和信息技术服务（HRI 中位数 32.6）等服务型行业呈现出不同特点：HRR 相对偏低，AI 的价值更多体现为流程效率，而不是直接收入。金融服务行业样本企业的 HRR 均值为 24.6，样本中尚无企业达到“对冲成规模”的标准。由于对冲韧性指数（HRI）本轮重点衡量收入侧价值，内部优化成果在得分中的体现较为有限。这并不意味着降本没有价值；对这些企业而言，下一步需要更清楚地衡量效率收益，并判断这些收益能否进一步转化为利润、现金流或面向市场的产品能力。

（三）承压梯队：AI 业务尚未形成有效承接

综合电信业务（HRI 中位数 29.8）、航空航天与国防（HRI 中位数 26.4）和医疗保健提供商与服务（HRI 中位数 25.1）位于当前样本的后列。以综合电信业务为例，20 家样本企业中只有 3 家的对冲达到规模，尚无企业越过跨越点；行业 HRR 均值为 25.9。庞大的传统业务仍能提供收入和现金流，但 AI 原生收入占比较低，AI 相关业务尚未形成足够规模。主要风险不是传统业务会在短期内消失，而是企业可能因为现有业务体量仍然庞大，低估培育新增长来源所需的时间。

六、关键解释：为什么要关注新旧业务的承接关系

在比较完行业和梯队差异后，我们回到对冲韧性指数（HRI）的核心问题：AI 相关业务能否逐步承担增长责任，并缓冲传统业务面临的压力。下面两幅图分别呈现全样本的 HRR 分布和 U 形位置分布，帮助读者同时理解“对冲程度”和“所处阶段”。

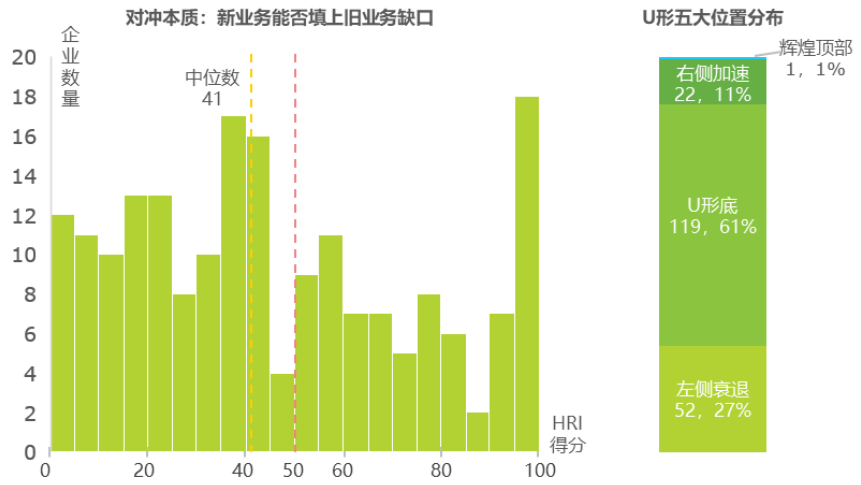

图 6-1 AI 转型韧性的对冲关系。左：原始对冲比率（HRR）分布，中位数为 41，近六成企业低于 50 的参考线。右：U 形五大位置分布，U 形底与左侧区间合计占 88%。

左图显示，多数样本企业的 AI 新业务还不足以覆盖传统业务压力；右图显示，多数企业仍位于 U 形底或左侧区间。两组结果共同说明：在当前样本中，企业的 AI 投入已经较为普遍，但能够形成规模化收入并承担增长责任的企业仍然较少。

> **企业分层的关键，不是 AI 投入金额本身，而是投入能否转化为可验证的新业务贡献。**

这里所说的“对冲”，是指企业利用现有业务提供的现金流、时间和组织能力，支持 AI 相关业务逐步形成规模，并在传统业务承压时承担更多增长责任。技术是实现这一过程的手段，而不是结果本身。对冲韧性指数（HRI）衡量的也不是模型或工具有多先进，而是企业完成新旧业务转换的相对能力。

七、管理启示：如何判断 AI 转型进展

基于这组样本，企业领导者可以重点关注以下三项判断。它们概括了本报告的主要发现，也可以作为进一步诊断和讨论的起点。对投资者和政策制定者而言，这些判断具有参考价值，但具体使用方式仍需结合各自目标。

（一）看经营结果，不只看 AI 投入

样本中越过跨越点的企业集中在软件和通信设备行业，而非资本开支最高的行业，不支持“投入越多，转型就越成功”的简单推断。企业评估 AI 转型时，除了看投入规模，还应回答几个问题：AI 相关收入增长多少，新产品或增强产品贡献多少业务，投入是否改善了利润和现金流。投入是必要条件之一，只有转化为可验证的经营结果，才会形成转型韧性。

（二）先识别主要约束，再确定推进顺序

不同转型范式面临的主要约束并不相同。按照当前分类，资本密集型企业更需要关注资本效率，合约锁定型企业需要关注存量合约的持续性，效率内化型企业则需要解决价值衡量和商业化问题。因此，不存在一套适用于所有企业的转型路线图。企业应先判断自身关键的约束，再确定投资重点和推进顺序，而不是简单复制处于不同业务结构中的竞争对手。

（三）行业数据用于参照，企业判断仍需具体分析

数据还显示，部分行业内部的企业差异，明显大于行业之间的平均差异。半导体和软件行业中，既有进入加速阶段的企业，也有仍处于左侧承压区的企业。行业排名可以提供方向性参照，但不能替代对单个企业的分析。对企业而言，“同行都在做”只能说明市场趋势，不能证明自身的转型路径已经有效。

> **真正需要回答的，不是企业有没有使用 AI，而是现有现金流、时间和组织能力，能否支持 AI 相关业务逐步形成规模。**

企业目前处于 U 形框架的哪个位置？这个问题值得带入下一次战略讨论。相比单独审视 AI 采购清单，更重要的是同时讨论业务组合、收入贡献、资本效率和可用的转型时间。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

附录 A　对冲韧性指数（HRI）方法论说明

在 AI 时代，许多企业都需要回答一个共同问题：当传统业务增速放缓，而 AI 相关业务仍在培育时，现有现金流和可用时间能否支持企业完成新旧业务转换？对冲韧性指数（HRI）尝试把这一问题转化为一组可计算、可追踪、可横向比较的指标。

对冲韧性指数（HRI）的核心视角是：评估 AI 转型不能只看技术投入，还要看 AI 相关业务能否缓冲传统业务压力，并形成与资本投入相匹配的未来价值。HRI 通过七项指标观察这一过程。

（一）对冲韧性指数（HRI）七项指标

七项指标覆盖业务结构、增长速度、未来价值、资本效率和战略时间五个维度，用于形成企业 AI 转型韧性的综合观察。

表附 A-1 对冲韧性指数（HRI）七项指标及核心问题

维度	指标全称	简称	核心回答
业务结构	原始对冲比率	HRR	当前 AI 新业务能否缓冲传统业务压力？
业务增速	对冲加速度 增强加速度系数	HAC HAC-Aug	AI 相关业务的增长速度是否足够快？ AI 对整体业务的增强作用有多大？
未来价值	对冲运营期权价值	HRI-OP	当前转型具备多大的长期期权价值？
	合约对冲指数	HRI-C	有多少未来收入已经通过长期合约锁定？
资本效率	资本效率指数	HRI-CapEx	单位资本开支能够带来多少 AI 相关回报？
战略时间	战略窗口期	T_ow	企业还拥有多长的转型窗口期？

（二）AI 价值分类

随着 AI 产业快速发展，市场中存在 AI 概念泛化、价值口径不一和收入边界模糊等问题。部分企业将传统业务直接贴上 AI 标签，容易高估 AI 带来的真实价值。为提高判断的一致性，本报告从价值来源出发，引入了 AI 收入分类标准（AI Revenue Taxonomy Standard，ARTS）。ARTS 将 AI 收入分为三类，只有通过这三类界定的收入，才能计入 对冲韧性指数（HRI）的核心指标计算。

表附 A-2 对冲韧性指数（HRI） ARTS AI 收入三层分类

收入类型	核心定义	判定核心问题
Tier 1	没有 AI 技术就不存在的	「客户购买的首要原因是否为 AI 功

AI 原生收入	产品/服务	能？」
Tier 2 AI 转型收入	传统产品通过 AI 功能升级带来的溢价	「AI 功能是否独立定价且带来 ≥20% 的溢价？」
Tier 3 AI 增长收入	AI 加持带动原有产品销量提升的增量	「销量增长是否可归因于 AI，且产品形态未变？」

（三）U 形框架

U 形框架是对冲韧性指数（HRI）的可视化表达。横坐标为 HRI 综合得分，纵坐标表示概念上的企业价值位置。左侧用于描述传统业务仍具规模但转型不足的企业，右侧用于描述 AI 相关业务形成规模的企业，中间为新旧业务转换的承压阶段。当前图形主要用于定位和解释，不应直接视为已经由纵向数据验证的市值预测模型。

表附 A-3　HRIU 形位置及参考含义

U 形位置	战略含义	典型行业
辉煌顶部	AI 相关业务已形成规模，综合表现位于样本前列	云计算
右侧加速早期	越过当前设定的跨越点，AI 相关业务进入加速阶段	互联网平台
U 形底	处于新旧业务转换的关键阶段	通信软件
左侧衰退	具备一定 AI 基础，但尚未形成充分对冲	传统制造
转型起步区	转型仍处于起步阶段，需关注发展差距	传统服务业

（四）企业 AI 转型范式

企业 AI 转型范式（AI Transformation Paradigm）是对企业 AI 增长来源、现金流结构、资本依赖和主要风险的归纳性分类。它用于识别不同企业面临的主要约束，并为后续分析提供统一语言。范式属于分析框架，具体归类仍需说明判定规则和证据来源。

范式 I　跨越点对冲型：传统业务面临明显压力，AI 原生业务仍在起步阶段。企业能否越过跨越点，主要取决于 AI 相关业务的增长速度能否形成有效承接。

范式 II　增强放大型：核心业务仍在增长，AI 主要用于增强产品和放大现有增长，例如改善用户体验、转化率或客单价。主要挑战是将增强效果稳定转化为可衡量的经营贡献。

范式 III　合约锁定型：收入结构较多依赖长期合约，存量合约为转型提供一定缓冲。需

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

要持续关注合同期限、续签率和新增合同，以判断未来收入的稳定性。

范式 IV　资本密集型：企业通过较大规模资本开支建设 AI 基础设施，包括数据中心、GPU 集群或芯片研发。主要约束是资本效率；如果收入增速无法匹配资本开支扩张，回报和估值可能承压。

范式 V　效率内化型：企业主要将 AI 用于内部流程、成本控制和决策优化，直接收入贡献仍然有限。分析重点是效率改善能否被可靠计量，并进一步转化为利润、现金流或面向市场的产品能力。

附录 B　样本行业分类说明

（一）分类来源与适用范围

本报告的行业分析基于 194 家上市公司样本，仅覆盖上市主体。样本企业需具备可核验的公开披露材料；未上市企业以及不在上市主体披露范围内的业务，不纳入本次分析。

行业分类参照全球行业分类标准（GICS，Global Industry Classification Standard）在 2023 年 3 月 17 日收盘后生效的结构版本。企业按主要业务活动归入单一分类，收入构成是判断主营业务的重要依据。

（二）分类及业务范围

本报告中各分类的业务范围参照 GICS 相应层级的公开定义，并结合样本企业主营业务进行独立判断。

表附 B-1　行业分类与业务范围界定

分类	业务范围界定
航空航天与国防	民用及军用航空航天与国防装备、零部件与产品制造商，包括国防电子设备与航天设备。
电气设备	电线电缆与电气部件制造商，以及发电设备等重型电气设备制造商，包括动力涡轮机与配套大型电力机械。
机械制造	工程机械与重型运输设备、农业机械、工业机械及零部件制造商，涵盖机床、压缩机、泵、轴承、电梯扶梯等产品，以及非军用船舶制造。
地面运输	航空货运与快递物流、客运航空、海上运输、铁路与公路货运及客运、按需出行平台，以及机场、港口、公路与铁路等交通基础设施的业主和运营商。
汽车	乘用车与轻型卡车制造商，以及摩托车、小型摩托车与三轮摩托车制造商。汽车零部件企业单独归类，不在此列。
家庭耐用消费品	消费电子产品、家用电器、家具与软装、住宅建筑及家庭器具制造商。个人电脑及其外设不在此列。
酒店、餐馆与休闲	酒店、度假村、游轮、餐馆与酒吧的业主及运营商，体育健身与游乐等休闲设施运营商，旅行社与旅游批发商，以及赌场与博彩设施运营商。
综合消费者服务	通过线上或传统方式提供教育服务的公司，以及未归入其他分类的专门消费者服务提供商，涵盖家居服务、家庭安全、个人服务等。
多品类零售	经营广泛非必需消费品的零售商，包括综合与折扣货品零售商、百货店、线上零售商，以及以非必需消费品为主的平台型市场。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

分类	业务范围界定
医疗保健提供商与服务	医疗器械与医用耗材制造商，医疗保健产品经销与批发商，医疗服务及医疗机构运营商，管理式医疗组织，以及主要面向医疗机构提供信息系统、应用软件与 IT 咨询服务的公司。
金融服务	以金融服务与保险为主业的公司，覆盖综合及专门金融服务、支付与交易处理、消费信贷、资产管理与托管、投资银行与经纪业务、金融交易所与金融数据服务，以及人寿健康险、财产意外险、多元化保险与再保险。
信息技术服务	信息技术咨询与系统集成服务商，以及为互联网行业提供数据中心、云网络与存储基础设施、主机托管等服务的公司。
软件	面向企业与消费市场开发应用软件的公司，含企业级软件、技术类软件与云交付软件，以及系统软件与数据库管理软件开发商。
通信设备	通信设备与产品制造商，包括局域网与广域网设备、路由器、交换机、话机及交换系统。手机制造归入电脑与外围设备。
电脑与外围设备	手机、个人电脑、服务器、计算机零部件及外围设备制造商，外围设备包括数据存储部件、主板、显示器、打印机等。
电子设备、仪器和元件	电子设备与仪器制造商、电子元件制造商、电子制造服务商，以及技术硬件与设备经销商。
半导体产品与设备	半导体及相关产品制造商，以及半导体材料与专用设备制造商。
综合电信业务	固定电信网络运营商及同时提供固网与无线业务的电信企业，包括面向终端用户的互联网接入服务商，以及依托高带宽光纤网络提供通信和大容量数据传输的运营商。
媒体	广告、营销与公共关系服务公司，电视与广播系统的所有者及运营商，有线和卫星电视服务商，报刊图书出版商。
娱乐	影视内容的制作、发行与放映公司，音乐制作与发行公司，在线流媒体内容提供商，以及互动游戏产品开发商。
互动媒体与服务	依托自有平台创建或分发内容与信息，收入主要来自点击付费广告的公司，包括搜索引擎、社交媒体与网络平台、在线分类信息及点评服务。以自营商品销售或交易平台佣金为主的电商不在此列。

本次样本中，半导体产品与设备、软件、通信设备和综合电信业务四个分类合计占比接近六成。这主要与公开披露和指标可得性有关，不代表各行业在国民经济中的实际权重，也不能据此推断行业规模。

GICS®为 MSCI Inc.与 S&P Dow Jones Indices LLC 的商标。本报告仅参照其公开分

类结构进行分组，具体归类由报告编制方独立判断，上述机构未参与本报告编制。GICS 的中文名称可能随版本更新而调整；由于归类依据企业主营业务，个别结果可能与市场惯常认知不同。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

附录 C　样本企业筛选说明

（一）选择的总体思路

本报告的研究对象，是企业在人工智能方向上的转型结果，而非某一只证券的投资价值。因此样本的选择，不是按市值或营收做机械排名，是围绕"行业特性是否适合观测 AI 转型、企业是否具备代表性、跨市场是否足够覆盖"三条线索展开。选行业看的是"这块土壤能不能长出 AI 能力"，选企业看的是"它能不能代表这个行业的转型姿态"。当前样本覆盖 21 个 GICS 行业、约 194 家企业。从构成上看，TMT 相关行业的企业占样本总数的八成以上，是研究的核心载体；其余为金融、汽车、制造、大健康等传统行业中 AI 渗透较快的先行企业。

（二）行业选择的依据

1. 以行业特性为锚。不同行业的数据要素密度、数字化基础、资本开支结构、组织柔性差异大，决定了 AI 能力的“可观测性”与“可比性”。报告优先纳入那些 AI 既能作为“供给方”（技术/产品）又能作为“需求方”（场景/效率）被清晰识别的行业，使七项指标在其内部具有可解释的意义。

2. 以 TMT 相关行业为主体。科技、媒体、通信是人工智能技术与应用的"原生主场"，既诞生算力、模型、软件与终端，也承受转型压力、释放转型红利。因此样本在行业构成上向 TMT 倾斜，确保研究能够描绘 AI 转型的"主航道"。

3. 兼顾"AI 原生"与"AI 转型"两方向。在 TMT 核心之外，报告也纳入了金融、汽车、机械制造、大健康、电气设备等传统行业中 AI 渗透正在加速的板块，用以观察 AI 从"技术供给"向"产业纵深"外溢的过程。这些行业并非主体，但构成必要的对照样本。

4. 采用 GICS 行业分类框架。全部样本归入 21 个 GICS 行业，覆盖从半导体、软件、通信设备到金融、制造、消费的梯次结构。跨行业经营的企业，按其主营归类，以保证口径一致。

（三）企业选择的依据

1. 跨市场选取具有代表性的市值头部企业。样本企业分布在中国 A 股、中国香港股市（港股）与美国股市（美股）三地，避免单一市场制度、估值体系或披露习惯带来的系统性偏差。例如半导体行业同时纳入美股算力龙头与 A 股设备龙头，通信行业同时涵盖在岸与离岸运营商及设备商。

2. 取"行业 TOP"，而非"全量上市"。每个行业内入选的是市值、营收、技术影响力或生态位居前的代表性企业，旨在用有限的样本刻画行业结构，而不是穷尽式覆盖全部上市公司。这一安排兼顾了数据可得性与结论的稳健性。

3. 龙头与高弹性创新者并重。在代表性之外，样本也保留了一部分在 AI 方向上具备高

弹性的创新型企业，用以捕捉"后发跨越"与"范式分化"的信号，避免样本被既有巨头完全主导。

4. 由行业专家研判定稿。最终的企业清单，是在行业特性、市场覆盖、数据可得性、AI 落地进度等多重因素之上，由行业研究团队逐一研判、裁定并确认的结果。

（四）说明与边界

样本为"代表性"而非"全量"。本研究重在刻画行业与企业间的结构差异与转型梯次，结论的定位是诊断与对标，而非对全市场的统计推断。

选择受专家判断与数据可得性影响。行业与企业的纳入，部分依赖研究团队的行业认知与公开数据的完整度；随着数据体系完善，样本可按行业逐步滚动扩展。

跨市场口径已做对齐。A 股、港股、美股企业的财务与披露口径存在差异，本研究在指标计算层面对此做了归一化处理，但定性结论仍需注意不同市场制度背景。

归类遵循主营原则。存在跨行业经营的企业，按其主营业务归入单一 GICS 行业，避免重复计入导致的结构失真。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

法律声明 • Legal Disclaimer

本报告中的信息来源于我们认为可靠的已公开资料，但艾瑞咨询及其关联机构（以下统称"本公司"）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。报告中所引用的财务数据以企业官方公开披露为准；如与实际披露内容存在差异，以企业官方文件为准。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，系基于当前信息的分析性判断，存在不确定性。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议、买卖推荐或任何形式的商业建议。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

对冲韧性指数（HRI）评分反映截止数据日期的量化分析结果，不代表对任何企业的综合商业评价或信用评级。同一企业的对冲韧性指数（HRI）得分可能因数据更新而发生变化。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、引证、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求复制、引证、发布、传播本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

未经授权不得转载或用于商业用途。

Copyright © 2026 iResearch

联系我们

咨询热线 4000262099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

公司网站 www.iresearch.com.cn

官 网　　微信公众号　　新浪微博　　企业微信

iResearch

艾 瑞 咨 询

助 力 企 业 增 长 与 投 资 决 策

独 立 | 专 业 | 前 瞻 | 可 信

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net