



豪恩汽电董事长陈清锋:

深挖护城河 勇闯新赛道

本报记者 王镜茹

从超声波雷达的单一产品供应,到构建“感知+决策”双重系统能力;从立足本土供应链,到直面国际巨头展开竞争。深圳豪恩汽车电子装备股份有限公司(以下简称“豪恩汽电”)的进阶之路,是中国汽车零部件企业从“跟随者”向“定义者”跨越的一个缩影。

近日,豪恩汽电董事长陈清锋接受了《证券日报》记者专访,详尽阐述了公司如何通过“难而正确”的战略定力,在加固汽车感知底座的同时,利用技术迁移,开辟机器人及低空经济的第二增长曲线。

提供全栈智驾方案

在智能驾驶领域,感知系统被形象地称为车辆的“眼睛、耳朵、鼻子”,豪恩汽电在该领域已沉淀16年。

“我们最初只是一家做超声波传感器件的感知产品公司,现在已经演变为一家提供感知系统及决策系统的集成化方案供应商。”陈清锋表示。

目前,豪恩汽电的产品矩阵已全面覆盖超声波雷达(含最新的AK2)、视觉感知(含8M、双目及AVM感知)以及4D毫米波雷达。特别是AK2超声波雷达,作为新一代智能化传感器,具备更高的编码能力和抗干扰能力,是实现高级别自动泊车(APV)的基石。

陈清锋直言,L2到L3、L4的核心在于决策能力的飞跃,豪恩汽电通过与国内外头部芯片厂商深度合作,将算法与硬件进行深度耦合,为车企提供全栈智驾方案。

“单纯的硬件组装已失去超额利润空间,未来的核心竞争力在于感知融合。通过将视觉信号与雷达信号在底层进行数据融合,车辆能够更精准地识别障碍物的距离与属性。”陈清锋表示。

在客户结构上,豪恩汽电已进入福特、Stellantis(斯兰蒂斯)、雷诺等国际一线车厂,以及国内头部造车新势力的供应链体系。

“进入顶级车厂的过程极其严苛,甚至有些痛苦。”陈清锋回忆,为了拿到相关客户的供应商代码,团队花了整整



图①豪恩汽电董事长陈清锋(右)接受《证券日报》记者专访
图②豪恩汽电生产车间
图③豪恩汽电办公大楼

钱柏樟/摄
公司供图

八年时间进行技术对接和管理评审。

不过,在陈清锋看来,这是企业发展必经之路。“这八年里,对方不仅审查公司的技术参数,更是在考验公司的管理体系、质量稳定性与长期交付能力。只有经过最严格的评审,才真正具备与国际厂商平起平坐的能力。”

切入机器人赛道

在稳固智驾底盘的同时,2024年,豪恩汽电做出了一项关键决策:正式发力机器人赛道。

陈清锋认为,机器人是继智能汽车后下一个十万亿元级赛道,且两者在底层技术上具有高度同源性。他将这一跨界描述为“降维打击”:汽车对高温、低温、震动等严酷环境的要求,远高于目前的室内机器人。

“机器人同样需要眼睛、耳朵和鼻子,我们现有的超声波、视觉和毫米波感知技术可以无缝迁移。”陈清锋表示。

为了建立竞争力,豪恩汽电选择从技术壁垒最高的“机器人大脑”切入,公司组建了专门的机器人研发团队,重点攻克运动控制算法与环境感知算法的融合。

这种由难及易的策略逻辑十分清晰,以大脑带动感知的成套供应,提升单机价值量。

不过,陈清锋也坦言,机器人业务实现大规模量产仍需一至五年的培育期,但早期的布局已让公司拿到了通往未来的入场券。对于低空经济等新兴领域,豪恩汽电则采取“技术储备先行”的策略,即先成立小规模团队进行技术预研,用低成本完成技术摸底,待商业化路径清晰后再加大投入。

定下十倍增长目标

自2023年上市以来,陈清锋便为豪恩汽电定下了营收与盈利十倍增长的目标,并提出了一套“飞机模型”战略架构。

首先是“机头”,即自我增长。依托现有智驾业务,通过增加客户覆盖面、提升单车配置价值,确保基本盘稳健。目前,豪恩汽电在手订单(预订单)超过200亿元,覆盖未来三至八年的发展周期。

其次是“两翼”,即加码新兴产业。公司正积极布局机器人、低空经济及汽车电子其他控制域(EBS)。

最后是“引擎”,即战略并购。借鉴优秀企业路径,通过“先投后并”的方式吸收优质标的,有效降低风险。

“我们不设定完成10倍增长的绝对时限,可能是3年,也可能是8年,关键在于战略执行力,而非短期激进扩张。”陈清锋表示。在管理上,陈清锋崇尚“无为而治”与“结果导向”的结合,给予研发团队充分的容错空间,但在质量底线上寸步不让。

回顾过往,从感知元器件的“点”,到系统集成方案的“线”,再到多维产业布局的“面”,豪恩汽电的每一次转身,都踩对了产业升级的节拍。

出口退税“退坡”激发碳酸锂需求释放

本报记者 曹卫新

2026年开年以来,碳酸锂期货价格迎来强势上涨行情,主力合约2605接连突破15万元/吨、16万元/吨、17万元/吨三大重要整数关口。1月12日,广期所碳酸锂期货2605合约强势涨停,收盘报收15.61万元/吨;1月13日,碳酸锂期货2605合约早盘震荡走强,盘中一度触及涨停价,午后涨幅有所回落,最终报收16.69万元/吨,涨幅7.44%。与2025年年终收盘价12.16万元/吨相比,主力合约2605开年以来累计涨幅达37.25%,创下2023年9月20日以来的新高。

《证券日报》记者梳理发现,碳酸锂价格自2025年下半年触底反弹,并在2026年开年加速上行,这一走势既是因为格局改善的体现,也受到政策调整的推动。近期,在电池出口退税政策即将分阶段退坡的背景下,电池厂为锁定当前政策红利,出口安排明显前移,带动磷酸铁锂正极材料企业备货与供货节奏同步加快,进而拉动碳酸锂短期需求集中释放,成为推动锂价上行的重要因素。

碳酸锂价格进一步走高

2025年,碳酸锂价格呈现典型“V型反转”走势。2025年6月下旬,碳酸锂价格触及5.9万元/吨的年内低点,随后下半年开启强势反弹行情。从期货市场来看,广期所碳酸锂期货2605合约从2025年6月份低点逐步攀升,2025年12月下旬一度冲高至13.45万元/吨,较低点涨幅超120%,年末收盘于12.16万元/吨。

从现货市场来看,进入2026年,碳酸锂价格同样表现强势。1月12日,Mysteel晚盘,电池级碳酸锂(Li2CO3≥99.5%)均价报15.34万元/吨,较上一交易日上涨1.38万元/吨,涨幅9.89%;工业级碳酸锂(Li2CO3≥99.2%)均价报15.13万元/吨,较上一交易日上涨1.46万元/吨,涨幅10.64%。1月13日,Mysteel晚盘电池级碳酸锂(Li2CO3≥99.5%)均价报16.39万

元/吨,较上一交易日上涨1.05万元/吨,涨幅6.81%;工业级碳酸锂(Li2CO3≥99.2%)均价报16.12万元/吨,较上一交易日上涨9.95万元/吨,涨幅6.58%。

“2025年下半年锂价回升,主要源于下游需求增长带动的基本面供需关系改善。供应扰动叠加下游需求的快速释放,是推动当前市场变化的主要原因。综合来看,在多重因素中,需求增长对当前锂价的拉动作用更为突出。”上海钢联新能源事业部锂业分析师李攀在接受《证券日报》记者采访时表示。

1月9日,财政部、税务总局发布《关于调整光伏等产品出口退税政策的公告》(以下简称《公告》),宣布自2026年4月1日起至2026年12月31日,将电池产品的增值税出口退税率由9%下调至6%;2027年1月1日起,取消电池产品增值税出口退税。

此次电池出口退税调整分三阶段推进,为企业预留了缓冲期:2026年4月1日前退税率仍维持9%;2026年4月1日至12月31日降至6%;2027年1月1日起正式取消。这一梯度调整进一步加剧了短期“抢出口”的市场预期。

“此次退税率从9%下调至6%并最终取消,根本原因在于中国电池产业已具备强大的全球竞争力。目前全球约70%的锂电池由中国生产。政策‘断奶’意味着产业已不再是需要扶持的‘幼苗’,这是产业实力强大的体现。”深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示。

记者了解到,在“抢出口”带来的需求集中爆发后,原本就偏紧的碳酸锂供给更加紧张。为确保生产不受影响,需求端企业纷纷加大现货采购力度,甚至出现主动争抢货源的情况,市场正形成“抢出口—扩生产—抢原料”的连锁反应。

广东地区某电池生产企业对《证券日报》记者表示:“在业务布局上,公司全球化战略已进入深化落地阶段,海外布局成效显著。最新出台的电池出口退税政策,预计将对公司海外业务带来积极影响。”

产业链已提前开始布局

在退税政策调整的预期推动下,锂电产业链各环节已率先启动提前布局。

中国化学与物理电源行业协会磷

酸铁锂材料分会秘书长周波在接受《证券日报》记者采访时表示:“从磷酸铁锂正极材料企业反馈来看,目前下游电池厂正加快排产节奏,要求正极材料企业抓紧供货。从我们了解到的情况来看,

生产企业已率先启动应对举措,核心方向是与下游客户协商调整定价机制,以对冲成本压力。

上述不愿具名的磷酸铁锂厂商内部人士表示:“12万元/吨至15万元/吨的碳酸锂价格更利于行业平稳发展,温和上涨的成本压力可通过产品定价逐步传导;但当前涨势偏快,若后续出现大起大落,将显著增加产业链各环节的成本核算难度和订单谈判不确定性。”

记者了解到,目前,磷酸铁锂行业厂商正与下游电池厂密集商谈优化结算方案,形成两大核心方向:一是协商由客户100%自行供应碳酸锂原料,直接规避原料价格波动对双方合作的冲击;二是针对无法实现原料全自供的客户,推动结算价格脱离第三方网站报价依赖,转而与期货价格联动,通过市场化、透明化的定价机制保障交易公允性。

李攀认为,电池出口退税逐步“退坡”将间接推高电芯的出口综合成本。受这一预期驱动,2027年的部分海外需求有望提前至2026年释放。

“叠加下游产业主动补库行为,预计碳酸锂库存将逐步趋紧,短期仍对价格形成支撑。长期来看,政策将倒逼行业从‘价格竞争’转向‘价值竞争’,企业需通过技术升级降本增效、提升产品性能,或向高附加值产业链环节延伸,构建核心竞争力。”李攀表示。

对于碳酸锂价格的后续走势及行业影响,鲸平台智库专家、独立财经评论员郭施亮认为,出口退税政策落地后,“抢出口”需求将短期推升市场活跃度,供不应求格局下碳酸锂价格仍将保持强势,预计这一态势在今年一季度前后仍将延续。随着政策逐步实施,“抢出口”现象将缓解,需求回归稳定后,价格有望逐步回归理性区间。同时,退税取消后将加快新能源行业出清速度,推动行业集中度提升,进一步强化头部企业的全产业链竞争力。

贵州茅台: 切实推进营销体系市场化转型

本报记者 冯雨瑶

2026年开年以来,贵州茅台酒股份有限公司(以下简称“贵州茅台”)市场化转型按下“加速键”。

1月13日晚间,贵州茅台发布公告称,公司董事会审议通过了《2026年贵州茅台市场化运营方案》(以下简称《方案》),该《方案》旨在更好顺应市场和消费变化趋势,切实推进以消费者为中心、以市场需求为驱动的营销体系市场化转型。

作为白酒行业“风向标”,贵州茅台一系列的举措引发业界关注。业内分析人士认为,贵州茅台强化“市场化”改革:一方面,通过市场供求关系调节发货节奏;另一方面,形成随行就市的价格机制,体现了对市场的尊重。

满足消费者不同需求

贵州茅台从产品体系、运营模式、渠道布局、价格机制等四个方面,明确了2026年度市场化运营的工作思路。

产品体系方面,公告显示,贵州茅台回归贵州茅台酒“金字塔”型的产品结构,以更好满足消费者不同需求。其中,“塔基”产品以飞天53% vol 500ml贵州茅台酒为主,飞天53% vol 100ml、100ml等其他规格产品为辅,以进一步强化当年贵州茅台酒的社交消费属性。往年贵州茅台酒的收藏消费属性,形成消费价值认同。“塔腰”产品包括精品茅台酒、生肖茅台酒,做强精品茅台酒系列,将其打造成大单品,激发生肖茅台酒的民间收藏消费需求。“塔尖”产品则包括茅台酒陈年系列和文化系列,以市场需求为驱动,适度收缩以维护和强化超高端产品价值。

此外,飞天43% vol 500ml贵州茅台酒将聚焦主力消费场景、消费区域和年轻群体,形成“金字塔”型产品结构下的重要支撑。

从运营模式看,贵州茅台将由“自售+经销”的传统销售模式向“自售+经销+代售+寄售”多维协同的营销体系转变,以更好适配、触达、转化消费需求。

渠道布局亦是公司2026年市场化运营的核心工作。贵州茅台将构建批发、线下零售、线上零售、餐饮、私域“五大渠道”并行的渠道布局,通过“线上+线下”融合转型,线上管效率、管触达,线下管转化、管服务,形成以消费者为中心的良性渠道生态体系。

值得关注的是,价格机制方面,

贵州茅台明确提出,将以市场为导向,构建“随行就市、态势平稳”的自营体系零售价格动态调整机制,2026年自营体系零售价格已在茅台和自营店执行。

以飞天53% vol 500ml贵州茅台酒为例,公告显示,飞天53% vol 500ml贵州茅台酒(2026)的价格为1499元/瓶;飞天53% vol 500ml贵州茅台酒(2019)的价格为2649元/瓶;飞天53% vol 1L贵州茅台酒的价格为2989元/瓶。

贵州茅台还表示,将以自营体系零售价为基础,科学合理测算渠道利润率,以确定经销合同价和佣金。经销模式将根据经营成本、经营难度、经营风险、服务水平等,科学合理测算确定经销商合同价并动态调整;代售模式和寄售模式按自营体系零售价执行,将根据经营成本、运营能力、资源价值、服务水平等,科学合理测算确定佣金。

构建动态价格体系

面对白酒行业的深度调整,贵州茅台持续寻求破局之路。

自新任董事长陈华上任以来,贵州茅台强调要全面市场化转型。这次改革,重心是让产品各归其位,重建“金字塔”结构。作为官方数字营销平台,“茅台”成为贵州茅台市场化转型的主阵地之一。据“茅台”官微消息,1月13日起,正式上线陈年贵州茅台酒。而1月1日,53度飞天茅台酒已率先以1499元的官方价格在该平台直销,上线后已连续多日秒空。

有业内人士分析表示,贵州茅台以市场为中心构建全新的零售价格体系,这一价格体系与此前最大的不同在于,打破了传统意义上的“出厂价”(或“打款价”)决定“零售价”,而是根据产品、渠道、运营模式的不同,构建起“多价态并存”的供给侧动态价格体系,以此维护渠道韧性和良性生态。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青认为,伴随着贵州茅台旗下多款产品价格回归,相对应的适应人群及消费场景将进一步扩大,公司的“护城河”将进一步筑牢。

中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞对《证券日报》记者表示:“贵州茅台正在强化终端价格管控,通过直营渠道压缩投机空间,重塑市场秩序;通过数字化触达消费者,构建品牌私域流量池,减少中间依赖,从而在高端消费理性化趋势下,以透明价格巩固市场的信任。”

苹果将基于谷歌Gemini模型等推出新版Siri

本报记者 袁传玺

当地时间1月12日,苹果与谷歌同步宣布达成多年期合作协议,苹果下一代基础模型将直接采用谷歌Gemini模型及Google Cloud基础设施,首批落地场景为“预计今年晚些时候推出的新版Siri”。消息公布后,谷歌美股股价当日上涨1.09%,收于323.73美元/股,市值首次突破4万亿美元。

苹果方面表示,谷歌的技术为苹果基础模型提供了最强大的支撑,公司非常期待它为用户带来的创新体验。

双方深化合作

苹果与谷歌的“交情”可追溯至2002年,当年Safari首次把谷歌设为默认搜索引擎。三年后,双方合作升级为收入分成协议,谷歌以广告分成换取“独家默认”席位。2014年起,谷歌每年向苹果支付约200亿美元,占苹果服务收入近两成,成为其搜索广告的核心流量入口。

人工智能层面,两家公司的谈判早在2025年8月份就浮出水面。苹果拟每年掏10亿美元换取Gemini AI对Siri的底层赋能;11月份进一步传出消息,新版Siri锁定2026年春季发布。

有业内人士对《证券日报》记者表示,此次合作标志着苹果AI战略的重大调整,转而采用“借力外部技术、叠加自有体验”的路径,即在第三方AI能力之上构建独特的“苹果层”。

“然而,此举也进一步加深了外界的忧虑,在生成式AI时代,操作系统与智能助手等关键人口正日益被少数科技巨头垄断。”上述人士表示。

分析人士普遍认为,2026年春季新版Siri的落地效果,将成为检验苹果AI战略成败的关键试金石。若无法在中国市场提供流畅、实用且本地化的智能体验,即便技术底座再强大,也难以转化为实际换机动力。对苹果而言,这场与谷歌的联手,既是技术补课,更是市场自救。