

走民企 说创新

艾华集团：“小电容”里有“大心脏”

本报记者 肖伟

在湖南益阳，清晨的阳光穿透薄雾洒向湖南艾华集团股份有限公司(以下简称“艾华集团”)的智能化车间。《证券日报》记者在这里看到，电子屏上的产能、合格率等数据在实时跳动；机械臂精准完成电容检测、封装等工序。

从地方小厂跻身行业前列，从单一产品拓展至全产业链布局，扎根湖南益阳的艾华集团，不仅实现自身跨越式发展，更带动当地行业企业抱团发展。艾华集团2024年年报提到，公司产量持续提升，年度增幅达14.42%，年出货量始终保持全球领先水平。艾华集团取得上述成绩，得益于技术突围，也有赖于政企协同的生态构建。

电容器被誉为“电子设备的心脏”，而核心元器件的技术突破与产业安全，可谓是中国制造业转型升级的“心脏”。如今看来，艾华集团的“小电容”里，也跳动着中国电子元器件产业崛起的“大心脏”。

转向“生态共赢”

“1985年，我的父亲艾立华和其他几位合伙人在益阳创办了电子元件厂，当时没人能想到，这家小厂能成长为如今全球领先的电容器企业。”谈及企业发展历程，艾华集团总裁艾亮的话语中满是感慨。

1993年，益阳资江电子元件有限公司正式成立，以中外合资企业的身份开启规模化生产，这便是艾华集团的前身。2007年，企业完成内资化转型，艾立华、王安等核心管理层确立“技术为王、扎根本土”的发展战略，为企业后续崛起打好基础。

2015年5月15日，艾华集团在上海证券交易所主板上市，募集资金悉数投入到高端电容器生产线建设及研发中心升级改造中。艾华集团董事长艾立华在上市仪式上表示：“上市不是终点，而是产业升级的起点，公司要让中国电容器技术摆脱进口依赖。”

如今这一承诺已兑现。艾华集团财报显示，截至2024年年末，公司业务遍布新能源汽车、风光储、工业自动化、轨道交通、智能机器人、5G通讯、数据中心、智能电网等多个领域，公司工业类电容器的技术性能和产销规模位居行业前沿。同时，公司也成为铝质电解电容器中高端市场的主力竞争品牌。

电子信息产业具有全球化分工的显著特征，产业链的整体韧性成为企业生存和发展的关键。

在艾华集团的带动下，益阳电容器行业企业相互配套，实现了抱团发展。目前，湖南益阳已聚集多家电容器及上游配套企业，分布在电极箔、电解液、外壳、成品电容等产业链关键环节，产品涵盖铝电解电容、薄膜电容、固态电容等多个品类，广泛应用于照明、消费电子、工业控制、新能源等领域。

2025年9月份，湖南省人民政



图①艾华集团的生产车间 图②公司主要产品 图③研发人员正在测试产品 图④公司总部大楼 肖伟摄

府办公厅印发《支持益阳市高端电子元器件产业高质量发展的若干措施》，为益阳电容器企业发展注入强劲动力。“区域内的企业配套半径短、响应速度快，不仅有效降低原材料采购成本，也缩短了交货周期。”益阳市政府相关工作人员向《证券日报》记者表示，这种“龙头引领、配套协同”的发展模式，让益阳电容器企业在全市场竞争中具备独特优势。

艾华集团的这一实践表明，元器件企业要实现长期发展，必须跳出单打独斗的发展误区，主动融入产业大链条，从“单点突破”转向“生态共赢”，以产业生态的整体升级为自身发展开辟更广阔的空间。

深耕核心技术

电容器的技术核心在于材料配方、制造工艺及可靠性控制三大领域。此前，日韩企业长期垄断国内电容器核心技术市场，国内企业原材料高度依赖进口，产品只能局限于中低端应用领域。

为打破技术封锁，艾华集团每年将营收的5%以上投入研发领域，目前已建成国家企业技术中心、博士后科研工作站等多个创新平台。

走进艾华集团的研发中心，《证券日报》记者看到，整洁有序的实验室分区明确、布局规范，与生产车间的机器轰鸣不同，这里多了一份严谨与专注。在核心实验区内，科研人员身着统一工装，紧盯各类精密检测仪器，指尖在操作面板上精准调控，专注于核心原材料的性能优化与工艺改良。在旁边的可靠性试验室内，智能均流、恒温空箱一体式纹波电源、快速温变试验机、扫描电子显微镜等高端设备有序运转，正

在对新品进行耐高温、长寿命、低阻抗等全方位性能测试，为研发成果落地提供了坚实保障。

艾亮表示：“领先的研发能力是公司最突出的核心竞争力。公司实现所有核心技术自主可控，也是同时在产品、材料、应用、设备、工艺五大方面具备独立开发能力的企业。”

在不断摸索和尝试中，艾华集团收获了一大批新工艺、新技术、新产品。例如，艾华集团掌握了以电极箔、电解液、金属化膜为主的材料技术，以液态铝电容、固态电容、叠层电容、薄膜电容为主的产品技术，以及电容器专用设备技术。也正因为此，艾华集团荣获了“国家技术创新示范企业”等诸多荣誉。

在掌握核心技术的同时，艾华集团以市场为导向，推进供应链联合开发，将研发成果不断转化为实际产品。针对车载、光伏、数据中心等应用要求，艾华集团推出了超宽温、高纹波、长寿命的铝电解新产品系列，以及超宽温、高纹波、高容量、Low ESR(低等效串联电阻)的固态及固液混合新产品系列，进一步实现了高端市场布局的结构突破。得益于优质产品的助力，艾华集团加深了与全球头部企业的战略合作，在风光储、充电桩、车载OBC模块领域的品牌覆盖率均超过95%。

艾华集团的实践表明，对元器件企业而言，唯有摒弃短期投机思维，长期深耕核心技术，把关键技术牢牢掌握在自己手中，才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟，实现可持续发展。

迈向高端化

艾华集团在管理过程中推行的

“艾上扫除”管理模式，正得到越来越多的认可。

“艾上扫除”是艾华集团独创的、融合中国传统文化与现代精益管理理念的管理模式，核心是“以扫除修心、以整洁提效、以行动育人”。艾立华大力推广“艾上扫除”，不仅在办公区、车间、厂区等普遍使用，也从企业走向社会，在益阳多个村庄、社区、学校、企业推广。

电容器作为一种大规模、批量化、定制化生产的电子元器件，对生产环境清洁度的要求很高。车间内混入的杂质会导致元器件良品率大幅下降。推行“艾上扫除”管理理念后，艾华集团的车间实行全透明化管理，不留任何死角，厂长每日带头开展环境清扫、设备维护和车间巡检工作，定期组织员工开展废品分析研讨会，贯彻“清扫环境、清除陋习、清洁身心”的管理策略。

对此，艾立华表示：“知道没有力量，做到才有力量；一日做到没有力量，日日做到才有力量。”

湖南大学电气与通信工程学院教授黎福海对《证券日报》记者表示：“从益阳资江江畔的小厂到全球行业领航者，艾华集团的发展历程是中国制造业转型升级的生动写照，也为民营企业发展提供了可复制、可推广的‘益阳经验’。未来，随着技术创新持续深入、产业生态不断完善，益阳将跻身全球电容器产业核心集聚地，书写中国高端制造业的崭新篇章。”

中国制造业正处于向高端化、智能化、绿色化转型的关键阶段，核心元器件的自主可控与产业升级、事关制造强国建设。展望未来，更多坚守实业初心的元器件企业，将深耕核心技术，携手共建产业生态，推动中国电子元器件产业实现更大突破。

保时捷2025年营业利润同比下降92.7%

本报记者 刘 钊

近日，保时捷公布了2025财年业绩。财报显示，公司全年营收为362.7亿欧元，同比减少9.5%；营业利润为4.13亿欧元，同比减少92.7%；销售回报率由2024年的14.1%降至1.1%。与此同时，保时捷全年全球交付量为27.94万辆，同比减少10.1%。

作为大众汽车集团长期以来的重要利润贡献者，保时捷此番业绩“失速”，既有销量下滑的直接拖累，也与战略调整、关税冲击和电动化转型成本集中释放有关。财报显示，2025财年公司特殊支出合计高达39亿欧元。这意味着，保时捷在市场竞争的同时，还要为此前的战略修正支付高昂代价。

在华销售“失速”

从交付结构看，中国市场销量下滑是保时捷2025财年业绩承压的重要变量。保时捷首席执行官弗伦斯表示，2025财年保时捷在中国市场交付4.19万辆，同比减少26.3%，在全球交付中的占比降至15%；同期北美市场交付8.62万辆，基本与上年持平，继续成为保时捷最大销售区域。保时捷相关负责人直言，中国市场销量下滑的主要原因是受豪华车细分市场需求疲弱，以及中国市场尤其是纯电车型领域竞争异常激烈影响。

数据显示，保时捷在华产品矩阵正面临“新旧动能断层”：传统燃油车方面，曾经的利润支柱Cayenne在中国市场全年销量为1.72万辆，这是其在华10余年来年销量首次跌破2万辆；保时捷911在中国市场销量为1686辆，同比减少26.2%。新能源车型也未能有效“接棒”，纯电车型Taycan交付量为1.64万辆，同比减少22%，纯电车型Macan虽已开启预订，但市场反响未达预期。

除销量走弱外，价格体系松动和渠道承压也在加速传导至终端。Macan等车型终端折扣明显加大，Taycan则出现较大力度优惠和金融补贴，部分经销商盈利承压。2025年，中国区保时捷经销商门店总数超40家，门店数量降至114家，退网比例达到30.7%。郑州、北京等地部分门店暂停营业或终止销

打造懂业务可执行的AI数字员工 滴普科技发布全新Deepexi企业大模型

本报记者 袁传玺

在人工智能从“尝鲜”走向“深耕”的关键节点，企业级AI的落地难题再次成为行业焦点。通用大模型虽能言善辩，却往往难以读懂企业复杂的业务逻辑，更无法直接操作后台系统执行任务。

3月12日，滴普科技股份有限公司(以下简称“滴普科技”)推出了全新升级的Deepexi企业大模型，并与同步优化升级的FastData Foil(企业级数据智能)、FastAGI(企业级人工智能)融合形成AI级企业操作系统Deepexi OS，旨在为企业展示“养”AI员工和规模化落地的关键路径。

滴普科技创始人、董事会主席、执行董事兼首席执行官赵杰在接受《证券日报》记者采访时表示：“企业需要的不是只会聊天的‘网红’AI，而是能在约束范围内准确干活、可审计、可追溯的数字员工。”

提升人机协作效率

此次发布的Deepexi 2.0并非简单的参数迭代，而是一次对企业AI认知逻辑的根本性重构。长期以来，企业数字化转型的痛点在于技术与业务的割裂：传统软件固化了流程，而通用AI缺乏对企业专有知识和复杂逻辑的理解。滴普科技提出的“数据治理能力约等于企业业务理解能力”核心观点则直击这一痛点。

Deepexi 2.0的最大亮点在于其独特的“本体思维链”方法。依托滴普科技持续建设的企业本体数据库，该模型能够像人类专家一样，自动梳理企业的业务语义，生成标准化的业务数据本体。这使得AI不再仅仅是学习互联网公开数据的“通才”，而是通过深度学习企业内部核心业务逻辑、流程、专有名词和内部数据，形成了企业“独一家”的专属认知。

更为关键的是，Deepexi 2.0完成了从“说”到“做”的跨越。区别于仅能生成文案的对话式AI，升级后的模型具备了扎实的SQL(结构化查询语言)、Python(一种高级编程语言)及前端代码编写能力。它能够构建企业的“业务数据镜像”，直接生成SQL查询数据库、编写Python脚本处理图表，甚至通过代码对接后台ERP(企业资源规划)系统。

售业务，也反映出渠道端的经营压力正在外溢。

推动新一轮调整

针对利润减少问题，保时捷管理层已开始推动新一轮调整。保时捷全球首席执行官弗伦斯表示，公司正在推进历史上规模最大的战略与组织调整，“2035战略”将围绕“质大于量”聚焦核心业务和提升效率展开，并计划于今年秋季正式公布。就短期举措看，保时捷将通过精简产品组合、聚焦高端细分市场、延长燃油车和混合动力车型生命周期，以及压缩非生产领域开支等方式修复盈利能力。

从管理层表态看，保时捷的核心思路并不是“以价换量”，而是继续守住高端品牌定位。弗伦斯明确表示，公司不会卷入价格战，因为持续大幅折扣将侵蚀残值并削弱品牌溢价能力。

对于中国市场，保时捷也未给出乐观预期。保时捷首席财务官白禹翰表示，2026年中国市场销量预计将进一步降至3万辆左右；同时，到2026年年底，保时捷在华经销商网络还将继续缩减至80家。换言之，面对中国市场的深度调整，保时捷选择的不是激进扩张，而是主动收缩渠道、强调利润和品牌调性优先。

这种策略背后，也折射出保时捷对电动化转型节奏的重新判断。保时捷此前已终止电池自产计划，推迟部分纯电车型上市，并延长燃油车生命周期，相关调整带来了约18亿欧元一次性计提费用。与此同时，公司仍在继续推进新产品布局，包括研究推出定价高于保时捷911的双门跑车新车型，并在2030年前新增B级SUV和D级SUV，且均提供燃油和插电版本。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，对保时捷而言，当下更现实的任务已不是单纯追求销量规模，而是在需求下行、竞争加剧和转型成本抬升的背景下，重新寻找高端品牌、盈利能力与产品节奏之间的平衡点。

财报显示，2026财年，保时捷营收预计将在350亿欧元至360亿欧元之间，销售回报率回升至5.5%到7.5%。同时，财报还预计，2026年的“新一轮调整”仍将带来数亿欧元的影响。

滴普科技联合创始人、执行兼产品经理及解决方案团队(PSST)总裁杨磊对《证券日报》记者表示：“我们不是在比谁能操作鼠标，而是看模型能否在企业背景下，基于本体知识体系自动生成准确的技能，比如能否在维修场景中生成工单并推送到MES系统。这种行动型智能体的能力，将企业级AI的应用边界从信息检索扩展到实际业务操作，极大地提升了人机协作的效率与深度。”

加速商业化落地

单一模型的强大不足以支撑企业级的规模化应用，完整的生态系统才是落地的关键。滴普科技此次发布的AI级企业操作系统Deepexi OS，由Deepexi企业大模型、FastAGI企业智能体平台和FastData Foil企业数据融合平台三大核心产品板块组成，形成了从数据解析、模型训练推理到智能体应用的全链条闭环。

在商业模式上，随着智能体编程能力的增强和Token(数据计量单位)消耗的提升，行业正经历从“人天服务”向“Token经济”的深刻转变。杨磊表示：“以前传统的生意讲人天单价，现在是按Token来计算。在此背景下，外包公司的核心产能比拼就变成了谁更省Token。滴普科技的Deepexi OS实现了从Token购买到实际业务及价值沉淀的端到端闭环，高度关注Token效能标志着大模型企业商业模式的根本性重构。”

市场的反馈是对技术价值最直接的检验。截至2025年6月30日，滴普科技已累计服务企业客户283家，复购客户达94家。在国际市场开拓方面，滴普科技也取得了实质性进展，赵杰表示：“公司在中国香港、东南亚地区做得比较好，最近中东地区也在有计划地推进中。国际业务主要按照数字员工的工时收费，客户的付费意愿较强。”

未来，以AI数字员工为核心交付形态的企业数字化新模式，将成为推动产业智能化的核心力量。正如赵杰所言：“下一代ERP将是企业AI资源管理员工的管理平台。企业除了补充还能通过算力快速补充大量的数字员工。”在这一变革中，滴普科技以“本体思维”和“Skill-based”理念，重新定义企业级AI的未来图景。

爱诗科技完成3亿美元C轮融资

在业内看来，“下一代互动娱乐范式的产品化”或是将影视和游戏合二为一的新产物

本报记者 李豪悦

3月12日，AI视频生成企业北京爱诗科技有限公司(以下简称“爱诗科技”)宣布完成3亿美元C轮融资，由鼎晖香港基金、鼎晖VGC、鼎晖百孚领投，产业投资方为中国儒意控股有限公司(以下简称“中国儒意”)、三七互娱网络科技有限公司(以下简称“三七互娱”)，知名投资机构亦庄国投、众为资本、国泰君安创新投资等超过20家机构参与。

对外经济贸易大学国家对外开放研究院教授陈建伟对《证券日报》记者表示，超20家机构参与爱诗科技C轮融资，体现了全球投资者对AI技术商业化潜力的高度认可，同时也标志着中国AI初创企业具备了在全球竞争中脱颖而出的能力。此次

融资可能将加速资本向AI视频赛道倾斜，刺激更多亚洲企业创新，推动全球AI市场从欧美主导向多极化转变。

公开信息显示，爱诗科技成立于2023年4月份，由前字节跳动视觉技术负责人王长虎创立。据不完全统计，爱诗科技的融资额从A轮到C轮已经接近30亿元。目前，爱诗科技旗下产品PixVerse(国内版名称为“拍我AI”)全球用户规模突破1亿，月活跃用户超过1600万，年度经常性收入(ARR)超过4000万美元。

爱诗科技方面表示，本轮融资完成后，资金将主要用于视频基础模型的持续迭代、实时世界模型的前沿研发、下一代互动娱乐范式的产品化与全球化的人才团队建设。

今年1月份，爱诗科技发布全球首个支持最高1080P分辨率实时生成

的世界模型PixVerse R1，用户在输入文字指令时便能实时出现对应画面，不用按下“生成”按钮，不用等待平台反应时间，每个指令都能够“实时编织”，甚至能够“实时干预”和“实时修改”。

除此之外，值得注意的是，爱诗科技还提到了“下一代互动娱乐范式的产品化”。在业内看来，爱诗科技的产品化或许是将影视和游戏合二为一的新产物。即未来观众看到的电影是“开放世界”，结局将因人而异；未来玩家接触的游戏NPC可以跟随玩家的指令实时生成，不再是统一设定。未来或许会诞生“即看即创”的新产品。

作为一家AI视频生成企业，爱诗科技和影视以及游戏公司关系紧密。例如，在本轮投资方名单中出现

了中国儒意、三七互娱等影视和游戏产业资本的身影。2026年1月份，中国儒意曾斥资1420万美元战略投资爱诗科技，双方宣布在影视视觉设计、视效制作、游戏内容创作等环节展开深度合作。

一位业内分析师向《证券日报》记者表示，在影视方面，中国儒意丰富的影视资源能够解决爱诗科技训练素材的版权问题。此外，中国儒意旗下的南瓜影视及控股的院线万达电影，均能够为爱诗科技后续产品提供合适的落地场景；在游戏方面，三七互娱和中国儒意的游戏产品，不仅能为爱诗科技提供素材，还能成为其“实时交互”的试验场。

而爱诗科技的“下一代互动娱乐范式的产品化”，也有望为中国儒意代表的电影公司，以及三七互娱代表的游戏公司提供了新的发展思路。