

豆包大模型日均词元使用量突破120万亿

智能体成为产业竞争新焦点

■本报记者 袁传玺

4月2日，火山引擎宣布豆包大模型日均Token（词元）使用量已突破120万亿，较三月份增长一倍，较2024年5月份首次发布时增长超1000倍。同期，Seedance 2.0视频生成模型API正式面向企业用户开放公测，Ark-Claw智能体服务持续迭代升级。这一系列动作标志着，随着模型能力提升和安全机制日趋完善，AI大模型的产业落地正在全面加速。

火山引擎总裁谭涛对《证券日报》记者表示，Token使用量是衡量AI发展速度的核心指标。近期豆包大模型使用量高速增长，核心驱动因素是AI视频创作的爆发与AI智能体的加速普及。据火山引擎披露，截至目前，在平台上累计Token使用量超过一万亿的企业，已从去年底的100家增至140家。

从实验室走向千行百业

国家数据局数据显示，中国日均Token调用量两年增长超千倍。Token作为大模型处理信息的最小单元，具备智能时代可计量、可定价、可交易的特征，围绕Token的调用、分发与结算，新的价值体系正在加速形成。

火山引擎自2024年5月份首次对外推出豆包大模型以来，成为全球唯一一家持续追踪并公布Token公有云调用量的云厂商。这一数据的持续披露，不仅体现了自身业务的透明度，更成为观察AI应用落地进展的重要风向标。

从调用量的行业分布来看，

互联网行业使用MaaS（模型即服务）的比例占绝对主导地位，消费电子、金融、新零售和商务服务紧随其后。这些主导行业信息密度更高、产品迭代周期更短，且模型与生产系统之间的集成度更高。从场景分类来看，非结构化信息处理和占比最大，教育、内容创作和搜索推荐次之。

2024年，豆包大模型Token消耗主要集中在研究、数据处理等场景，解锁对话类AI助手应用；2025年上半年，在文本模型时代，互动娱乐、客服销售、教育等场景开始规模化应用。

2025年下半年至今，随着豆包语音模型、Seedream图像创作模型和Seedance视频模型的发布，多模态成为Token消耗的主力。以Seedance 2.0为例，生成一个1分钟720P视频的Token消耗在百万以上，远超文本场景。与此同时，Agentic场景异军突起，豆包大模型2.0调用量激增。由于智能体场景Token调用量与工具调用成正比，几十上百轮的调用消耗至少数十万Token。

“只有大的调用量，才能打磨出好模型。只有在真实场景中落地，用的人越多，调用量越大，模型才会越来越好。”谭涛表示。这一逻辑在火山引擎的战略布局中得到充分体现，MaaS已成为火山引擎销售最重要的KPI，2026年营收目标至少翻5倍。

火山引擎抢占AI云制高点

随着大模型从回答问题向解决问题转变，智能体正成为产业竞争的新焦点。火山引擎基于



ArkClaw智能体服务的实践，提出企业用好Agent的三个关键要素：模型、安全与Skills。

在模型层面，最新的豆包大模型2.0系列在多模态理解、复杂任务执行等核心能力上实现突破，跻身全球第一梯队。在安全层面，火山引擎正式通过信通院“智能助理智能体产品可信能力认证”及“安全防护产品有效性认证”，成为目前国内唯一一家同时获得这两项认证的厂商。

针对Seedance 2.0，火山引擎建立了行业领先的版权与肖像安全保障，覆盖视频生成涉及的各种模态和创作前后全流程，对侵权、深度伪造等进行检测和

防御。

“目前大厂在多模态Agent领域的竞争已从单点模型能力比拼，升级为‘模型+平台+生态’的系统化作战。”广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示，火山引擎依托其日均调用量的规模优势，正在Agent生态底座上确立领先地位。

谭涛认为，企业Agent未来将沿双路径并行发展：一是敏捷Agent，以ArkClaw等数字助理产品为代表，重在探索和提升个人生产力，是企业的创新试验场；二是稳态Agent，企业可实现AI最佳实践的规模化落地，重点

解决组织生产力问题，火山引擎HiAgent为稳态Agent提供开发、运营、管理一站式服务。敏捷Agent与稳态Agent共生互补，形成进化飞轮，助力企业完成价值闭环、实现AI转型升级。

“从全球视野来看，2026年全球海外模型调用营收将达到百亿美元量级。随着AI加速从实验室走向千行百业和千家万户，Token正如同水、电、网络一般，成为智能社会运转的基础资源。在这场以Token为价值锚点的产业变革中，火山引擎正尝试通过持续的技术投入和生态建设，抢占AI云服务的制高点。”张毅表示。

神工股份持续优化产品结构与产能布局

■本报记者 李勇

4月2日上午，锦州神工半导体股份有限公司（以下简称“神工股份”）召开2025年年度业绩说明会。神工股份董事长潘连胜在与投资者交流时表示，未来将持续优化产品结构，推进高端化与差异化布局。

神工股份是一家扎根中国本土市场的半导体材料和零部件公司。在上游的大直径硅材料业务方面，神工股份的产品直径覆盖14英寸至22英寸所有规格，在技术、品质、产能等方面均处于世界领先水平。此外，神工股份还积极依托上游材料优势向下游硅零部件和硅片业务拓展，是国内极少数具备“从晶体生长到硅电极成品”完整制造能力的一体化厂商。

神工股份2025年年报显示，

该公司2025年实现营业收入4.38亿元，同比增长44.68%；实现归属于上市公司股东的净利润1.02亿元，同比增长147.96%。其中，硅零部件业务无疑是神工股份2025年最引人关注的亮点。报告期内，神工股份硅零部件业务实现营业收入2.14亿元，同比增长100.15%。硅零部件业务在神工股份总营业收入中的占比也首次超过大直径硅材料业务，成为拉动该公司当年业绩大幅增长的重要驱动因素。

“公司硅零部件业务2025年实现翻倍增长，成功构筑第二成长曲线，这一增长态势在2026年及中长期具备较强可持续性。”业绩说明会上，潘连胜在回答《证券日报》记者提问时表示，当前半导体行业正处于AI算力驱动的结构性上行周期，HBM（高带宽内存）、先进制

程带来零部件需求弹性，叠加自主可控持续深化，能够有效对冲行业周期波动与存储厂商资本开支的阶段性变化。

除了硅零部件业务的突飞猛进，神工股份传统优势业务大直径硅材料业务在2025年同样表现优异。报告期内，神工股份大直径硅材料业务合计实现收入1.88亿元，同比增长8.11%。其中，利润率较高的16英寸以上产品占比进一步提升至56.72%，毛利率进一步提升至76.09%。大直径硅材料业务整体毛利率达69.87%，同比提升6.02个百分点。

“神工股份的产品结构优化一方面体现在大直径硅材料业务中，较高毛利率的16英寸以上产品占比持续提升；另一方面则体现在硅零部件业务的快速增长，成为该公司重要的新增长极。”深

圳市优品投资顾问有限公司李鹏岩表示。

各项业务的顺利拓展和产品结构的持续优化也得益于神工股份持续的研发投入。2025年年报显示，2025年神工股份研发投入3341.42万元，同比增长33.61%。据潘连胜介绍，2025年，该公司重点聚焦硅零部件精密加工、半导体碳化硅涂层技术及大尺寸硅材料制备等方向，持续夯实技术壁垒与核心竞争力。

值得关注的是，不久前，神工股份还公告作为有限合伙人，认缴出资6000万元与多家机构共同设立江城国泰海通神工（武汉）创业投资基金合伙企业（有限合伙）。目前，该产业基金已正式完成备案手续。

“公司本次设立产业基金，核心初衷正是围绕半导体材料主业，

以‘产业协同优先、财务回报为辅’为原则开展投资布局。”业绩说明会上，针对《证券日报》记者有关创投基金的提问，神工股份总经理袁欣表示：“在遴选投资标的时，我们会优先聚焦与公司现有硅材料、半导体加工配套等主营业务高度关联的上游关键材料、核心配套设备及特色工艺环节，优先考量标的在技术、客户、产业链资源上与公司的互补性与协同效应。”

对于投资者有关未来发展规划的提问，潘连胜表示，2026年神工股份将以巩固硅零部件领先地位、做强大直径硅材料、推进大尺寸硅片客户认证为核心经营目标，持续优化产品结构产能布局，同时依托全产业链优势应对行业竞争与供应链波动，牢牢把握半导体国产化与行业复苏带来的发展机遇。

AR眼镜公司XREAL递表港交所

■本报记者 袁传玺

4月1日晚间，AR眼镜龙头XREAL Ltd.（以下简称“XREAL”）正式向港交所递交招股说明书，拟于近期上市。中金公司和花旗担任联席保荐人。招股书显示，2023年至2025年，XREAL营收分别为3.90亿元、3.94亿元、5.16亿元，2025年营收同比增长30.8%；净亏损分别为8.82亿元、7.09亿元、4.56亿元。

“公司选择在此时推进IPO，是基于迈向全球化、打造下一代空间计算生态的‘战略主动选择’，而非维持运营的‘被动输血’。”4月2日，XREAL相关负责人对《证券日报》记者表示，上市将为公司聚合更多顶级产业资源。

毛利率攀升至35.2%

据悉，XREAL是一家AR眼镜公司。公司业务包括自有品牌设计、开发、制造及销售AR眼镜，并

提供相关产品与服务。公司通过光学工程、端侧协处理器整合、算法与软件开发方面的能力，使产品从以显示为中心的设备，逐步迈向更丰富的空间计算体验，并进一步扩展至AI赋能的可穿戴体验。

值得关注的是，XREAL财务数据正持续改善，最直观的指标是毛利率的跃升。XREAL毛利率从2023年的18.8%一路攀升至2025年的35.2%。

“XREAL目前的毛利率水平是经过严格审计的真实数据，这在处于早中期的智能硬件行业中是罕见的高毛利水平。”XREAL相关负责人表示。

2023年至2025年，XREAL旗下One系列产品的平均售价从2709元跃升至3196元，但销量仍保持增长态势，招股书显示，2026年前两个月XREAL的销量为25828台，较2025年同期增长62%。这种“量价齐升”的反常表现，在消费电子领域并不常见。

“作为一个新兴品类的领军者，公司当前的核心任务是品牌深耕与市场教育。”上述负责人解释，公司在维持行业领先的高研发投入的同时，销售及分销费用率已出现显著收窄。这意味着XREAL的

经营杠杆正在显现，品牌溢价能力持续提升。

艾瑞咨询数据显示，按销售收入计算，XREAL从2022年至2025年间每年在全球AR眼镜市场中位居第一；按销售收入计算，在涵盖AR眼镜和无显示型眼镜的更广泛智能眼镜市场，XREAL于2025年在全球排名第二、中国排名第一。

“随着销量的进一步爬坡，依靠良性的毛利空间和规模效应，公司跨过盈亏平衡点是一个自然且清晰的商业轨迹。”该负责人判断，同时公司在今年1月初已经顺利完成了D轮融资。这种“量价齐升”的反常表现，在消费电子领域并不常见。

指标正持续向健康、高质量方向发展。

市场主要集中在海外

XREAL的市场主要集中在海外。招股书显示，2025年XREAL海外收入占比达71%，其中美国、日本和欧洲市场分别贡献36.9%、14.6%和13.8%。销售网络覆盖40个国家和地区，北美、日本及韩国均设有本地销售与运营团队。

同时，XREAL也在持续加强与国际公司的合作，其在芯片架构、光学引擎、空间感知算法及操作系统领域，其中与Google的合作充分发挥了两家公司的优势，XREAL贡献专为其产品设计的行业领先协处理器、独家的光学技术及工程专长；Google则注入了操作生态、全球最广泛的移动开发者生态以及Gemini多模态AI模型能力。

然而，高海外依存度也意味着

高风险敞口。XREAL相关负责人表示，早期智能眼镜行业高度依赖中国成熟的供应链体系，这是产业发展的客观规律。从短期来看，XREAL具备较高的产品附加值和超35%的毛利率，这为公司应对潜在的关税波动提供了充足的安全缓冲空间，实际影响可控。

“长期来看，作为一家海外收入占比超70%的全球化企业，XREAL表示将稳步推进供应链的多元化与全球化布局。更重要的是，公司始终坚信‘创新是应对不确定性的最好武器’。”该负责人表示。

有行业分析师对《证券日报》记者表示，XREAL此时赴港IPO，正值AI眼镜概念爆发窗口期，资本溢价空间可观；同时，持续亏损、现金流承压及产品单一化风险，亦考验投资者耐心。能否借上市完成从硬件单品到空间计算生态的跃迁，将决定其是否沦为赛道先驱抑或真正成为行业定义者。

长海股份2025年营收净利双增长

■本报记者 陈虹

4月2日晚间，江苏长海复合材料股份有限公司（以下简称“长海股份”）披露2025年年度报告。报告期内，公司实现营业收入31.39亿元，同比增长17.92%；归属于上市公司股东的净利润3.26亿元，同比增长18.80%；基本每股收益0.81元，同比增长19.12%。

业绩增长得益于四大核心支撑的协同作用。公告显示，一是下游需求结构性回暖，汽车轻量化、风电等新兴领域需求集中释放，拉动长海股份主营产品销量稳步增长；二是产能释放叠加规模效应，公司新建及技改项目落地突破产能瓶颈，规模化生产有效摊薄单位成本；三是产品结构持续升级，公司“制品化、高端化”战略落地见效，高附加值玻纤制品收入占比提升，增强盈利韧性；四是产业链协同优势凸显，公司全资子公司常州天马集团有限公司（以下简称“天马集团”）精细化工业业务产销两旺，既延伸产业链价值，又成功对冲原材料价格波动风险。

分业务来看，长海股份玻纤行业板块实现营收24.97亿元，同比增长23.98%，占总营收比重79.56%；化工行业板块营收6.42亿元，虽同比小幅下降0.93%，但毛利率提升24.16%，盈利质量显著改善。区域布局上，国内市场营销25.08亿元，同比增长24.03%，成为营收增长的核心引擎；海外市场营收6.31亿元，同比小幅下降1.37%。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平对《证券日报》记者表示：“长海股份2025年的业绩表现，精准契合了玻纤行业从‘规模领先’向‘价值领先’转型的核心趋势。在汽车轻量化、风电、光伏等新兴领域需求持续扩容的背景下，公司凭借完整的产业链布局和高附加值产品矩阵，成功把握了行业结构性机遇，其业绩增速显著跑赢行业平均水平，这印证了‘玻纤+化工’双轮驱动模式在抵御市场风险、提升盈利稳定性方面的独特优势。”

值得一提的是，报告期内，长海股份的核心竞争力进一步夯实。一方面，公司全产业链优势持续巩固，已构建起从“玻纤纱—玻纤制品—玻纤复合材料”的完整产业链，天马集团的精细化工业业务可提供不饱和聚酯树脂等关键原材料，实现资源共享、成本可控、质量协同的多重效益；另一方面，产品与技术优势凸显，短切毡、湿法薄毡等拳头产品稳居细分市场领军地位。

与此同时，研发与绿色转型同步发力。2025年长海股份研发费用达1.46亿元，占营业收入的4.65%，重点攻克超高性能玻纤产品技术难点，同步布局低可燃物耐水解PA短纤维、光伏边框用玻璃纤维等新兴产品，多项研发项目已进入中试或试生产阶段；同时，公司积极推进绿色智能制造，实施清洁能源替代与节能减排改造，成功获评国家级绿色工厂称号，数字化与智能化运营水平持续提升。

股东回报方面，长海股份诚意十足。公司拟以扣除回购股份后的总股本4.04亿股为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.5元，合计派发现金股利1.41亿元，占2025年度归属于上市公司股东净利润的43.27%。

深度科技研究院院长张孝荣表示：“当前玻纤行业竞争格局呈现明显分化，技术壁垒高、产品高端化的企业持续抢占市场份额，而传统产品领域同质化竞争加剧。长海股份凭借在短切毡、湿法薄毡等细分领域的技术积淀与规模优势，叠加研发端对高性能产品的持续投入，已构建起难以复制的差异化竞争壁垒。”

林先平进一步表示：“随着国家‘双碳’目标的推进与高端制造业升级，玻纤材料的应用场景将从传统建筑、交通领域向新能源、电子信息、海洋工程等领域延伸，行业需求结构将持续优化。长海股份的产品链布局与技术研究方向，与行业发展趋势高度契合，有望在新一轮行业竞争中进一步巩固市场地位，提升全球市场话语权。”

展望未来，长海股份将持续聚焦“绿色化、高端化、智能化”发展方向，不断夯实产业链协同优势，加大研发投入布局新兴赛道，优化营销与供应链体系，深化精细化管理，力争实现主业稳健增长与新兴业务突破。

AI短剧行业面临合规大考

■本报记者 李豪悦

4月2日，中国广播电视社会组织联合会演员委员会（以下简称“中广联演员委员会”）发布声明，直指当前AI换脸合成、声纹克隆复刻、影视素材任意篡改等侵权现象。

声明提出，任何主体未经演员本人书面授权，严禁擅自采集、使用、合成、传播相关影像、声纹与专属艺术形象。声明特别强调，即便标注“非商用”“公益分享”“个人二创”等字样，仍需承担全部侵权责任。

声明要求，短视频、直播、影视剧分发等网络平台须严格落实内容审核主体责任，建立AI演艺内容授权核验长效机制，立即全面排查下架存量侵权内容。AI技术研发及服务平台亦须强化前置审核义务，对用户上传的演员肖像、声纹影像等素材严格核验授权资质。

声明表示，中广联演员委员会将启动全网常态化侵权监测、公证取证及批量维权行动，对恶意侵权个人、机构及未尽审核义务的平台，依法追究民事、行政乃至刑事责任。

据不完全统计，2026年仅前3个月，国内已经发生多起演员针对AI短剧维权事件。例如，3月20日，演员迪丽热巴起诉AI换脸短剧案一审胜诉，法院判定制作方和播出方侵犯肖像权。除长剧演员外，配音演员季冠霖、吕艳婷等也在今年相继公开要求停止声音侵权。

DataEye研究院研究总监刘尊对《证券日报》记者表示，此次中广联演员委员会的声明，是行业自律层面的重磅补充，与监管政策形成合力，标志着AI内容监管进入“全链条、强约束”阶段，AI短剧赛道洗牌加速。

“对行业而言，‘偷脸’‘偷声’的中小短剧团队将被快速淘汰，行业门槛大幅提高；头部平台、正规制作公司将加速布局合规AI内容，与演员签订专属授权协议，推动AI技术在合规框架内应用。中广联演员委员会发布的声明，明确了平台的主体责任，将进一步改变‘重流量、轻审核’的行业现状。平台需建立演员授权核验系统，对AI合成内容进行前置审核，无授权内容一律不得上线；全面排查下架存量侵权作品，全程留存侵权数据，配合取证溯源，违规平台将面临监管处罚与行业追责；短视频、短剧平台将加强AI内容管控，AI换脸、仿声等内容将成为重点审核对象。”刘尊表示。