

大众安徽三年累计亏损超百亿元 与众08上市面临市场检验

■本报记者 刘钊

4月16日，大众汽车（安徽）有限公司（以下简称“大众安徽”）旗下新款车型——与众08正式上市。这款车也是大众汽车集团与小鹏集团合作开发的首款落地产品。对大众安徽而言，这已不只是一次新车上市，更是一场重要的市场检验。

对于大众安徽来说，这场检验并不轻松。一方面，该公司首款量产车与众06上市后销量低迷；另一方面，该公司近三年持续亏损，累计亏损超114亿元。公司能否凭借与众08就此实现破局，尚不得而知。

近日，《证券日报》记者就与众06市场表现、与众08差异化竞争力，以及大众安徽何时能够实现经营改善等内容采访该公司，但截至发稿，公司方面尚未回复。

首款车型销售遇阻 持续亏损暴露转型压力

在两年前的北京车展上，大众安徽推出智能纯电新品类ID.UX，首次使用了独特的金色大众徽标。因此，大众安徽又被外界称为“金标大众”。

作为大众汽车集团在中国第一家专注新能源汽车的合资企业，大众安徽被视为大众汽车集团在华电动化转型的重要抓手。早在2020年，大众汽车集团就提出在合肥建设年产能30万辆的新工厂。此后，大众安徽被赋予了独立品牌、独立体系和更强本土化研发任务，本意是为了承载大众汽车集团在华电动化转型及“在中国，为中国”的重任。

但从结果看，这条路走得并不顺畅。与众品牌首款量产车型与众06上市后，市场表现持续低迷。易车网数据显示，该车型上市后累计销量仅1万余辆；同时，围绕充电兼容性、续航表现和动力电池等问题，市场端也出现较多投诉反馈。对于一个新品牌而言，首款车未能起到一鸣惊人的效果，直接影响了品牌认知、用户信任和渠道信心。

最终，销量迟迟不见起色，反映到了企业财务端。从大众安徽股东安徽江淮汽车集团股份有限公司（以下简称“江淮汽车”）发布的年报数据来看，大众安徽2023年亏损18.00亿元，2024年亏损53.47亿元，2025年亏损43.09亿元，三年累计亏损已超过114亿元。如此体量的亏损，说明其

经营压力已不只是新业务培育期的一般波动。

在持续亏损背景下，大众安徽仍需要外部资金支持。江淮汽车年报显示，2024年度大众安徽因经营发展需要，增加65亿元注册资本，其中江淮汽车认购16.25亿元，截至2025年12月31日尚有8.125亿元股权认购款未支付。

金董汇企业管理发展（北京）有限公司首席经济学家邢星向《证券日报》记者表示，从建设性监督视角来看，大众安徽的问题并不只是亏损数字承压，更在于战略投入、产品落地和市场反馈之间尚未形成正向循环。高产能、高投入与低销量、弱认知并存，意味着企业不仅要面对销量压力，也要面对成本摊薄困难、品牌建设反复和后续投入回报周期被拉长的现实考验。

新款车型被寄予厚望 能否破局仍待检验

大众安徽数字化销售服务有限公司CEO汤廷万此前表示，公司2025年做的所有工作，都是为2026年的产品“大年”铺路。按照预期，2026年大

众安徽将推出4款车型，形成完整的家族产品矩阵。其中，与众08将是重中之重。

正因如此，与众08才被外界视作大众安徽现阶段最关键的一张牌。这款车定位全尺寸纯电SUV，主打800V平台、智能辅助驾驶、8295P座舱芯片以及“大众+中国智能”的产品思路。公司对其寄予厚望，既希望借此补上智能化短板，也希望借此款车型重塑市场对“金标大众”的认知。

在业内人士看来，与众08面临的市场环境比与众06上市时更加激烈。23.99万元至29.99万元的预售区间，本就是当前新能源汽车竞争最激烈的价格带。理想、问界、蔚来、小鹏等品牌已在智能化、中高端定位或用户运营上形成各自优势，大众与众要在这一价格区间占得一席之地并不容易。

与此同时，与众06销量承压带来的问题尚未完全消化。邢星进一步表示，“‘金标大众’的品牌认知尚未清晰，渠道覆盖仍需完善，服务口碑仍待修复。即使与众08产品力较此前有明显提升，若无法迅速转化为稳定订单和可持续销量，大众安徽仍将面对产能利用率不高、单车成本偏高以

及资金压力延续等问题。”

黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示，在当前行业竞争背景下，大众安徽或应仔细反思并根据市场情况调整战略，在促进行业进步的同时，在风险可控的前提下，争取更好的经营成效。

张翔进一步表示，衡量与众08上市的意义，不应只看其上市初期的销量或参数配置，而要看它能否帮助大众安徽真正建立起新的经营逻辑。一是产品质量和用户体验能否经得起市场考验；二是品牌定位能否摆脱模糊状态；三是渠道体系能否承接销量目标；四是持续投入最终能否换来规模化回报。若这些核心问题仍无清晰答案，即使与众08能够为大众安徽带来新的市场机会，也未必能从根本上改写企业发展局面。

业内人士表示，对大众安徽而言，真正的考验从来不是“有没有新款车型推出”，而是“能不能证明大众与众系列这条路走得通”。与众08上市，或许会为该公司带来一次重新争取市场机会，但能否帮助该公司实现经营改善，最终还要看该公司能否尽快把过去几年暴露出的产品、品牌、渠道和成本等问题一并解决。

新和成2025年度拟现金分红24.56亿元

■本报记者 吴奕莹

4月15日晚间，浙江新和成股份有限公司（以下简称“新和成”）发布2025年年报，公司全年实现营业收入222.51亿元，同比增长2.97%；归属于上市公司股东的净利润67.64亿元，同比增长15.26%。在经营业绩稳步向好的同时，公司延续高比例分红传统，拟向全体股东每10股派发现金红利8.00元（含税），合计派发现金红利24.56亿元。

眺远咨询董事长兼CEO高承远对《证券日报》记者表示：“高比例现金分红，不仅是充足现金流与优质盈利质量的直接体现，更是长期坚守价值投资、积极回馈股东的有力印证。稳定的分红政策能够增强投资者信心，吸引长期资金布局，同时也为企业持续研发投入、产业升级与长远发展筑牢基础。”

作为国家级高新技术企业，新和成聚焦精细化工领域，秉持“创新驱动发展、市场竞争成长”的核心理念，依托“化工+”与“生物+”两大核心技术平台，深耕营养品、香精香料、高分子材料、原料药四大主营业务，为全球100多个国家和地区的客户提供优质产品及定制化应用解决方案。2025年，该公司四大业务板块协同发力，呈现“稳中有进、亮点凸显”的发展态势。

具体来看，营养品板块仍是新和成2025年业绩的“压舱石”，全年实现营收147.84亿元，虽较2024年同期下降1.79%，但毛利率达47.77%，成本优化成效显著；香精香料业务凭借持续的产品创新与品类丰富度毛利率高达53.14%，高附加值产品占比持续提升；新材料业务快速增长，全年实现营收21.15亿元，同比增长26.17%；公司原料药业务产品已涵盖维生素系列、抗生素系列、医药中间体系列，发展良好。

相关机构人士在接受记者采访时表示：“新和成四大业务已形成‘技术复用、盈利互补、抗周期强化’的基本格局，其核心协同价值在于关键中间体共享与工艺迁移，既降低了研发生产成本，又缩短了新产品落地周期，构筑了难以复制的产业链壁垒。”

龙蟠科技预计一季度净利同比扭亏为盈

■本报记者 曹卫新

4月15日晚间，江苏龙蟠科技集团股份有限公司（以下简称“龙蟠科技”）披露业绩预告称，预计公司2026年一季度实现营业收入33亿元至36亿元，同比增长25.25%至126.09%；预计实现归属于上市公司股东的净利润2亿元至2.5亿元，同比扭亏为盈。

公告显示，龙蟠科技一季度业绩预增的原因主要有两方面：一是报告期内公司磷酸铁锂正极材料业务（以下简称“磷酸铁锂业务”）受行业上下游需求影响，收入与销量呈不同程度增长，规模效益体现，盈利能力有所恢复；二是报告期内，公司坚持产品创新、服务升级与流程优化，把握国内外市场发展机遇，推动公司业务实现稳健持续增长。

龙蟠科技主营业务分为磷酸铁锂业务和车用环保精细化学品业务两大类。公司4月1日发布的业绩快报显示，受益于动力电池及储能电池需求增长，2025年磷酸铁锂市场需求持续提升，行业供需格局持续改善，带动公司磷酸铁锂业务销量稳步增长，规模效应逐步显现，盈利能力得到修复，亏损较上年同期显著收窄。2025年公司实现营业收入89.38亿元，同比增长16.42%。

龙蟠科技相关负责人向《证券日报》记者表示，公司2026年一季度实现了上市以来首次真正意义上的扭亏为盈，主要受益于磷酸铁锂行业景气度回升，碳酸锂等原材料价格与产品售价联动上涨，叠加存货周期差价收益，带动公司加工费与盈利水平同步改善，同时，公司磷酸铁锂业务处于满产状态，一季度产销规模可观。

今年1月份，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》，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。

在电池出口退税政策阶段性退坡的背景下，电池厂商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。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，受下游动力电池与储能需求支撑，一季度头部企业基本处于满负荷运行阶段，前期技改产能逐步释放。叠加加工费持续修复，行业整体盈利水平得到明显改善。”

董事长面对面

爱芯元智创始人、董事长仇肖莘：

智能驾驶三年之内会加速普及

■本报记者 刘钊

在行业加快迈向智能化下半场的背景下，车载芯片赛道也从单纯比拼技术参数，转向更强调商业闭环、规模落地与生态协同的新阶段。

在日前举行的智能电动汽车发展高层论坛（2026）上，爱芯元智半导体股份有限公司（以下简称“爱芯元智”）创始人、董事长仇肖莘在接受《证券日报》记者采访时表示，随着AI计算持续从云端向边缘侧、端侧转移，智能汽车正成为边缘计算落地的重要场景，未来三年将进入智能驾驶加速普及阶段。

AI算力加速下沉

作为一家成立于2019年的AI推理系统芯片（SoC）供应商，爱芯元智专注于边缘侧、端侧AI推理芯片研发，并持续向智能汽车赛道深入布局。今年2月10日，该公司成功登陆港交所。从资本市场动作到产品量产推进，再到海外项目突破，这家边缘侧AI芯片企业正加快在汽车智能化浪潮中寻找自己的落脚点。

仇肖莘看来，过去AI计算更多发生在云端，但近两年，随着算法不断成熟，算力正持续向边缘侧和端侧下沉，智能汽车正是这一趋势最具代表性的落地场景之一。

“边缘侧、端侧AI应用最典型的场景就是智能汽车，它对算力、延迟的要求极高，这种强实时性、高安全性的需求，显然无法依靠云端计算来满足，这也让智能汽车成为边缘计算落地最明确的场景。”仇肖莘表示，这一判断背后，不仅是AI技术路径的迁移，更折射出当前汽车智能化正从表层向纵深加速推进。

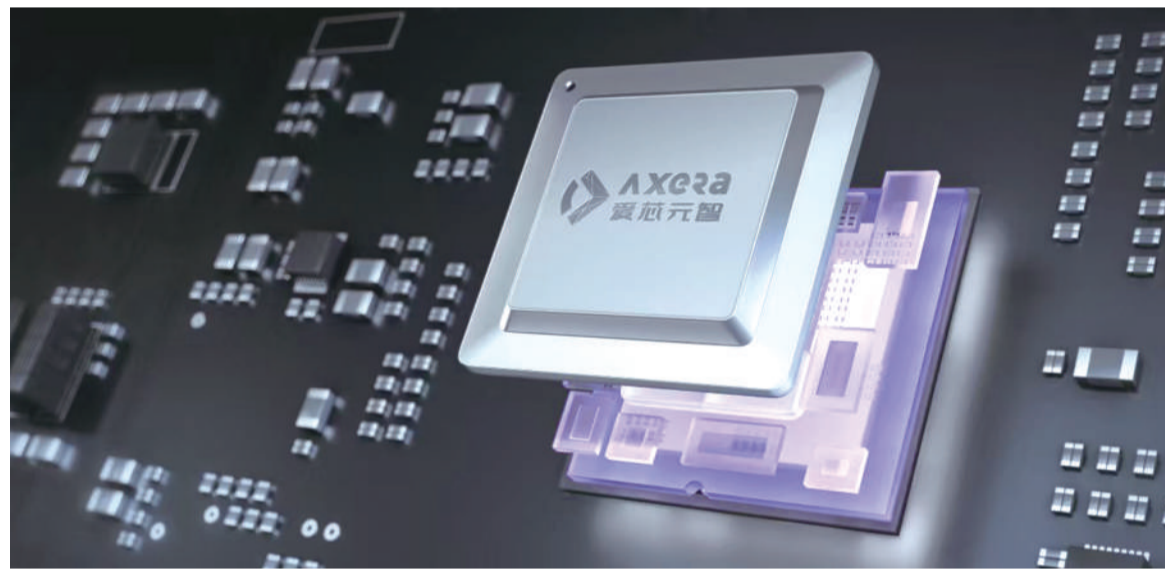
随着端侧AI Agent不断打开新

空间，智能汽车也将逐步从“单点智能”向“系统智能”跨越。“当前的智能汽车也可以看作是AI Agent在车辆上的一个应用，现阶段车上的智能座舱、智能驾驶等系统仍处于相对分立的状态，但未来，车内一定会出现一个Agent主体，统筹控制驾驶舱及各类车内智能化需求。”仇肖莘强调，这意味着未来汽车产业的竞争，将不再是单一功能较量，而是整体智能化协同能力的全面比拼。

结合当前智驾市场的发展态势，仇肖莘将其概括为两大并行发展的细分赛道：一端是法规驱动的L2普惠市场，核心诉求是标量化、普及化，在满足法规要求、安全标准和成本约束的前提下，加快技术落地速度；另一端是持续向上突破的高阶智驾市场，聚焦更高的用户体验和更强的技术能力，对芯片算力、带宽以及平台适配能力提出了更高要求。

针对行业热议的舱驾一体趋势，仇肖莘给出了审慎观点。她认为，舱驾一体的核心难点并非芯片本身，而是车企组织架构、软硬件解耦程度以及资源分配复杂性。“座舱与智驾在软件诉求、安全等级、带宽分配以及NPU（嵌入式神经网络处理器）资源优先级上存在显著差异，这些差异使得舱驾一体方案的大规模量产落地仍面临不小挑战。”

在此基础上，仇肖莘表示，看好现阶段“同版不同芯片”的推进模式。这种模式既能在外围元器件层面实现一定程度的集成与成本优化，又能有效缩短Go-to-market（产品进入市场策略）的周期，为车企新产品导入争取更多主动权。尤其在高端市场，座舱芯片与智驾芯片保持相对独立，更有利于实现技术的



爱芯元智自研芯片示意图

公司供图

快速迭代升级。

回归商业本质

与技术路线同样受关注的，是车载芯片赛道商业逻辑变化。仇肖莘认为，随着电动汽车渗透率的快速提升，汽车产品的迭代速度不断加快，技术演进节奏也显著提速。在此背景下，芯片行业高投入、长周期的产业特征愈发突出，若没有足够的规模出货量作为支撑，企业很难形成可持续的商业闭环。

对于外界热议的“芯片归一化”话题，仇肖莘明确表态认同。“保持独立性，芯片才能进入更多客户体系，进而快速扩大出货规模。这样企业既能在产品快速迭代中更快收回前期投入，也能持续投入下一代产品研发。”她表示，独立芯片公司的核心价值，就在于以中立身份服务更广泛的客户群体，在规模放量中构建商业闭

环，提升持续创新能力。

围绕汽车智能化供应链格局，仇肖莘将当前市场中的商业模式总结为三类：车企垂直自研、供应商软硬一体，以及更开放的专业分工协作。“爱芯元智的定位非常清晰，即做Tier 2芯片供应商，以统一技术底座支撑不同边缘计算和端侧计算需求，把更多选择权留给车企和Tier 1合作伙伴。”

这一定位，也在很大程度上推动了爱芯元智在车载赛道的推进速度。据仇肖莘介绍，公司从2021年启动第一颗L2级车载芯片的研发，2023年6月份实现上车量产，截至去年底，该芯片上车出货量已突破百万颗。“这一成绩的取得，主要源于两个方面：一是公司在其他产品线已完成核心技术验证，转入车场赛道后大幅降低了试错成本；二是作为行业后来者，我们对法规驱动下L2市场的性能、成本和量产要求，形

成了更清晰、更精准判断。”仇肖莘表示。

对于市场普遍关心的国产车载芯片突破进程，仇肖莘表示，当前中国智能驾驶芯片的整体市场占比仍“不足50%”，海外厂商在存量市场中仍占据较高份额，但在新车型的搭载率上，国产芯片的采用率正快速提升。“未来两三年内，法规驱动型智能驾驶芯片的国产化率有望快速攀升至80%、90%的水平。与此同时，在高阶智驾市场，国内外芯片企业仍将长期处于并行竞争状态。”

而对于行业更为关注的L3、L4级智能驾驶发展进度，仇肖莘也给出了时间预判：三年之内，将看到智能驾驶的加速普及。“尽管当前智能驾驶的用户体验已经相当出色，但真正实现无人驾驶，仍需要持续的技术优化与演进。不过可以肯定的是，真正的无人驾驶并不遥远。”仇肖莘表示。

资源自给率成A股铜板块2025年业绩关键变量

■本报记者 曹琦

Choice金融终端数据显示，截至4月15日，A股市场铜板块（按东方财富行业分类）共有6家上市公司披露2025年年报。其中，5家公司报告期内实现营业收入同比增长。从归母净利润变动情况来看，这6家公司中有4家在报告期内实现归母净利润同比增长。

接受记者采访的业内人士表示，2025年全球铜市场走强。在需求端，AI算力基础设施建设、电网扩容及新能源汽车产业高速发展，成为拉动铜消费的核心引擎；在供应端，全球铜矿增量有限，叠加头部矿山生产扰动，铜精矿供应紧张局面持续。

国际铜价一路冲高

2025年，在全球铜矿短缺、新能

源需求爆发、美联储降息三重因素共振下，国际铜价一路冲高并刷新历史纪录。数据显示，2025年，LME铜现货价格从年初的8500美元/吨起步，一度飙升至年末的12960美元/吨，创下历史新高，全年涨幅超42%。

这波铜价上涨行情直接推升了A股市场多家铜企业绩，其中资源型矿企的业绩表现尤为突出。例如，2025年全年，紫金矿业实现营收3491亿元，同比增长15%，实现归母净利润518亿元，同比增长62%；洛阳钼业实现营业收入2066.84亿元，连续两年站上2000亿元台阶，实现归母净利润203.39亿元，同比增长50.3%。

上述业内人士向记者透露：“资源自给率是影响铜企盈利情况的核心要素之一。紫金矿业、洛阳钼业

之所以在去年实现净利润高速增长，主要得益于资源自给率高以及铜价上涨。”

值得注意的是，去年铜价上涨，纯冶炼企业受益有限，有企业甚至出现了业绩承压。例如，云南铜业2025年实现营业收入1795.42亿元，同比增长4.80%；归母净利润为13.01亿元，同比减少7.31%。

“去年，资源自给率低且以冶炼加工为主的铜企，受加工费低迷影响，利润空间普遍被挤压。纵观整个铜产业链，资源禀赋差异、成本结构不同与战略布局差距等核心因素，是导致企业业绩不一的主要原因。”上述业内人士表示。

市场需求结构生变

在能源转型与数字革命的双重

浪潮下，铜的市场需求结构迎来了历史性变革。

一方面，虽然房地产市场持续调整影响了建筑用铜需求，但电力、家电、工业等传统领域凭借庞大基数与稳健增长，对铜需求提供了支撑；另一方面，伴随着新能源汽车、风光储、AI算力三大新兴赛道的指数级增长，这些领域的用铜需求数倍于传统产业，成为拉动铜需求增长的绝对主力，其中AI算力基础设施建设是数字经济的隐形“铜耗大户”，据摩根大通预计，2026年全球AI数据中心铜需求增量将达47.5万吨。

“AI数据中心每兆瓦用铜量是传统数据中心的数倍以上，例如一个80兆瓦的AI园区耗铜超2000吨。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示，此外，在电网联动下，AI算力爆发倒逼电网大规模扩容，带动电网配套

用铜量激增。

数据显示，2025年全球精炼铜消费量达2816万吨，同比增长3%。中国作为全球最大消费国，年需求量1658.3万吨，同比增长4%。然而，随着优质铜矿枯竭、品位“断崖式”下滑，全球铜矿已进入低品位时代，导致铜供应端出现刚性收缩。

在“好矿越来越少、差矿越来越多”的背景下，铜矿企业必然面临开发成本上升、技术瓶颈待解等问题，因此头部企业纷纷通过技术创新推动降本。例如，江西铜业（江铜）与赣州好朋友科技股份有限公司联手，以光子智能分选技术为突破口，在国家重点研发计划支持下，成功攻克斑岩型铜矿废石精准选铜的世界级难题，让“沉睡”的低品位资源焕发新生，为中国矿业绿色高效转型树立了标杆。