

高管访谈

长城汽车副总裁刘艳钊:

把产业链能力转化为赛场竞争力

本报记者 张晓玉

5月18日,2026中国环塔国际拉力赛(以下简称“环塔拉力赛”)迎来SS2全沙漠赛段比拼,严苛的赛道环境考验着参赛车手的实力。作为亚洲规模最大的、难度最高的国际汽联A级长距离越野赛事,本届赛事吸引多家主流车企参赛。其中,长城汽车股份有限公司(以下简称“长城汽车”)携四支厂商车队、12组中外车手、多款核心越野车型亮相,所有参赛车辆核心部件均与量产版本保持一致。

长城汽车副总裁、赛事经理人刘艳钊对《证券日报》记者表示,越野赛事始于热爱,成于规范。只有在标准化、体系化的规则与完善的保障体系支撑下,中国越野拉力赛事才会走得更稳、走得更远,才能真正打造出属于中国自主品牌的越野赛事名片。

据刘艳钊透露,本届赛事的参赛队伍是由长城汽车董事长魏建军3月份发起全球招募,历时两个月组建完成,核心目标是为中国车手搭建家门口的国际交流平台。

支撑参赛队伍的,是本届赛事规模最大、功能最完善的厂商保障体系。长城汽车打造了整体使用面积超5000平方米的厂商大本营,含3000平方米厂商队区与各1000平方米共创伙伴区域,配备维修工位、战术指挥、数据运营、医疗保障、车手休息、餐饮服务完整功能区,实现“一站式”赛事运营与应急保障。

赛事后勤保障团队规模达200人,汇聚多国资深赛车技师、退役专业车手、整车研发工程师与生产技术骨干。餐饮、医疗等配套服务均由长城汽车品牌自有专业团队全权负责,服



2026中国环塔国际拉力赛现场

公司供图

务标准全面提升。在移动随行保障层面,4台搭载Hi4-G混动技术的长城汽车自研G1050混动重卡组成专属后勤车队,兼具强动力、低能耗、外放电等实用性能,全程跟随赛事行进,实时提供车辆维保、物资补给、电力供给等全方位支持。

刘艳钊坦言,完整的自研制造体系是底气所在。从核心零部件到整车,从赛用装备到改装件,长城汽车坚持自研自产与生态共创结合,把产业链能力转化为赛场竞争力。

“依托完善的自有后勤体系,长城汽车还可为中小型参赛车队、民间俱乐部提供一体化后勤配套支持,有效缓解小型参赛队伍备件储备压力。”刘

艳钊表示,长城汽车始终致力于搭建本土化自主研发、体系完备的专业赛车技术产业生态,助力中国越野赛事行业高质量发展。

本届环塔拉力赛,长城汽车联合东利机械、科曼减震器等伙伴,推进“赛事共创计划”落地,构建技术共研、资源共享、风险共担、利益共享的新模式。同时,长城汽车向所有共创伙伴开放大营维修、备件库、医疗与后勤体系,打破赛事各车队孤立作战的壁垒,让合作伙伴共享赛事服务,同时其专业技术反哺车型性能优化,实现主机厂、供应链、车队三方共赢。

魏建军此前曾表示,汽车赛事是打造中国汽车文化的必由之路,也是

中国汽车产业由大到强的重要组成部分。他提到,长城汽车将开启“赛事共创计划”,希望把中国越野生态相关方聚在一起,推动中国汽车运动发展。

刘艳钊表示,去年,魏建军董事长亲自上阵参与环塔拉力赛。对他而言,参赛不只是体验越野赛事、感受竞速乐趣,更重要的是深入一线,真实倾听车手、车队以及越野赛事全产业链生态伙伴的心声,摸清大家真实的诉求、面临的困难和行业发展的瓶颈。

目前,国内越野保有量、市场体量和用户基础逐渐壮大。对长城汽车而言,深耕越野赛事从来不是一道可选的“选修课”,而是品牌必须做做好的“必答题”。

智元合伙人、联席总裁、营销服总裁姜青松:

具身智能企业“出海”必须与海外市场协同共创

本报记者 金婉霞

作为具身智能行业领跑者之一,智元创新(上海)科技股份有限公司(以下简称“智元”)正在全球市场快速落地:2026年,智元海外首家AI机器人体验馆在马来西亚开业;在泰国,与海信集团达成战略合作;在意大利、德国等欧洲国家相继举办产品发布会……

面对具身智能这样一个全球尚未有成熟范式的产业,行业企业该如何“出海”?需求方在哪里?供应链如何搭建?海外业务如何实现可持续发展?近日,在首届香港具身智能产业峰会间隙,智元合伙人、联席总裁、营销服总裁姜青松接受了《证券日报》记者采访。“和过去单纯卖产品的模式不同,今天具身智能企业‘出海’,如何实现与当地伙伴一起共创是关键。”姜青松称。

加快“出海”步伐

今年1月份,智元海外首家AI机器人体验馆在马来西亚i-City主题公园正式开业。在约2000平方米的馆

内,智元的远征A2具身智能机器人承担迎宾导览任务,可使用英语和马来语与观众互动;灵犀X2机器人则兼具教育与娱乐功能,能够完成拳击、跳舞、踢足球等互动表演。3月份,智元在泰国与当地的海信集团达成战略合作,智元的机器人产品将进入泰国头部电信运营商AIS的零售终端与金融服务网点。

不难看出,智元正在加快“出海”步伐。对中国企业来说,“出海”开拓更大的市场并非“新鲜事”,但当“出海”的货物变成具身智能产品时,情况又与以往有了区别。因为具身智能产品本身还处于探索阶段,产品是否成熟?是否能经受住海外市场的考验?海外客户需求如何?这都是企业要考虑的问题。

基于这样的现实,姜青松认为,具身智能企业的“出海”不能只依靠产品能力,而必须与海外市场的当地生态进行协同共创。

“不同国家对机器人的需求差异是很大的。”姜青松表示,例如,制造业强国可能更关注机器人在工业场景中的操作能力;以旅游和服务经济为主要特色的国家,则更多关注机器人能

否进入零售、酒店、文旅等消费应用场景。

“具身‘出海’的关键词是‘共创’。”姜青松说,必须认清具身智能离真正大规模商业化仍有距离,因此在“出海”策略上,不能盲目追求大规模铺量,而应通过真实场景持续迭代机器人能力,“智元会与当地生态伙伴充分沟通,讨论他们真正需要什么,同时围绕需求场景建立长期合作,并在未来与合作伙伴分享具身智能大规模商业化后的价值果实。”

多维提升“软实力”

展望行业未来发展前景,姜青松表示,目前,具身智能还处于研发和展示阶段,“2026年,全球具身智能产业会更多地进入小规模商业部署阶段。”

智元为什么选择在行业早期开始布局海外市场?姜青松表示,这是因为具身智能行业未来真正的竞争,可能并不只是在机器人硬件本身,还有企业的后端服务能力,企业越早介入业务后期发展就越有竞争力。

“具身智能机器人并不是‘一次性

交付’产品。机器人进入真实应用场景后,还需要持续训练,进行场景适配、远程运维以及模型迭代。不同商场、不同酒店、不同国家,甚至不同文化环境,对机器人行为逻辑的要求都不一样。”姜青松解释称,这意味着,未来机器人企业的竞争,很可能会从硬件竞争,逐渐转向运营能力竞争、服务能力竞争以及生态能力竞争。这些“软实力”一旦形成黏性,就很难被替代。例如,在零售场景中,如果机器人已经深度接入商场运营体系,并积累大量消费者互动数据,那么后续替换成本会非常高。

目前,中国香港已成为智元全球化布局的重要支点。智元已宣布启动“香港具身智能产业共创计划”。根据规划,未来五年,智元将在香港成立国际研发中心,并与当地高校、科研机构成立多个联合实验室;同时,通过创投计划孵化数十家具身智能创新企业,并发展数百家产业合作伙伴。姜青松表示,中国香港具备国际化人才、资本以及应用场景优势,同时也是中国企业连接全球市场的重要窗口。“我们希望立足香港,快速走向全球。”他说。

百度一季度总营收达321亿元 AI业务成核心驱动力

本报记者 袁传玺

5月18日,百度集团股份有限公司(以下简称“百度”)发布2026年第一季度财报。报告期内,百度总营收达321亿元,一般性业务收入为260亿元,同比增长2%;归属百度的净利润为34.35亿元。此外,百度AI(人工智能)业务一季度收入达136亿元,占一般性业务收入的52%,首次突破半数大关。

“一季度,AI业务收入占比首次超过一般性业务收入的一半,表明AI已成为百度的核心驱动力。”百度创始人兼首席执行官李彦宏表示,在企业需求激增以及多年打造的差异化全栈AI能力支持下,智能云基础设施发展势头尤为强劲,AI应用持续获得企业与个人用户认可,萝卜快跑在全无人驾驶订单量上亦保持3位数增长并加速国际扩张,预期AI将在未来几个季度为百度创造更多价值。

百度AI业务收入占比,继2025年第三季度的39%、第四季度的43%后,持续攀升至今年一季度的52%,连续多个季度加速增长,正式确立核心增长引擎地位。

有行业分析师对《证券日报》记者表示,这一数据并非简单的比例提升,而是百度收入结构的根本性重构。代表着百度已从“有AI业务的互联网公司”转变为“以AI为主营业务的科技公司”,AI从战略布局转化为实打实的现金流贡献。

AI收入的高增长,核心源于AI云业务的持续发力。财报显示,一季度,百度智能云基础设施收入达88亿元,同比增长79%;自研GPU云收入同比增长184%。在项目中标准方面,百度智能云斩获国内云厂商中标项目数量与金额“双第一”,披露中标金额12.48亿元;自研GPU云市场以40.4%份额位居第一。

据了解,百度智能云已全面升级为面向大规模智能应用的全新全栈AI云,Agent Infra与AI Infra能力全面进化,从底层算力到智能体应用的全链路协同能力进一步加强。在算力硬件方面,基于昆仑芯的天池256卡超节点已成功点亮,将于6月份上市,吞吐性能较上一代产品提升25%,推理效率提升50%,并已

完成对文心一言、DeepSeek、GLM、MiniMax等主流模型的适配。近期上线的文心大模型5.1采用“多维弹性预训练”技术,仅以业界同规模模型约6%的预训练成本,即达到基础效果领先水平。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示,2026年是AI从技术探索迈向规模化商用的关键年,百度AI业务收入占比超过一般性业务收入的一半,这具有行业标志性意义,证明AI已实现可持续商业化,百度的“芯云模体”全栈布局加智能体落地的模式,为行业提供了可复制的商业化路径。

此外,财报显示,百度AI应用一季度收入达25亿元。通用智能体百度搭子DuMate自3月份发布以来,持续迭代,能够自主执行跨越多个应用程序和文件的复杂多步骤工作流;秒哒也在近期升级至3.0版本,支持用户通过自然语言生成原生App;自我演化决策智能体百度伐谋升级至2.0,聚焦生产排程、工艺优化、物流规划三大场景。此外,百度文库与百度网盘联合推出通用智能体GenFlow4.0,Office Agent能力全面升级。

AI原生营销服务一季度收入达23亿元,同比增长36%;3月份,百度App月活跃用户数达6.55亿。数字人智能体百度慧播星正式升级为百度一镜,成为全球首个全场景多智能体数字人平台,并同步推出一镜海外版。

自动驾驶业务方面,一季度萝卜快跑提供320万次全无人驾驶出行服务,总单量同比增长超120%;在中东,萝卜快跑已在迪拜多个区域运营,ApolloGo App于3月份上线;在欧洲,萝卜快跑将在瑞士进行公开道路测试,并与Uber、Lyft一同在伦敦开启测试。截至目前,萝卜快跑自动驾驶总里程突破3.3亿公里,其中全无人驾驶里程达2.2亿公里。

前述行业分析师表示,百度的核心突破在于已经完成“技术一产品一商业”的闭环。AI云筑牢B端基本盘,智能体打开C端与行业场景量。随着智能体在制造、金融、养老、零售等场景深度渗透,百度AI业务的收入增速有望持续领跑。

金螳螂拟进一步提升海外营收占比

本报记者 曹卫新

5月18日,苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司(以下简称“金螳螂”)召开2025年度业绩说明会。金螳螂董事长张新宏、职工代表董事张思颖、副总经理兼财务总监王振龙、副总经理兼董事会秘书朱雯雯、独立董事朱雪珍等,就公司经营业绩、市场布局、未来规划、股东回报及人才建设等议题,与投资者展开深入交流。

数据显示,金螳螂2025年实现营业总收入173.06亿元,归属于上市公司股东的净利润4.44亿元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3.33亿元。其中,2025年公司海外业务发展势头强劲,海外业务完成产值同比增长约47%;海外营业收入占公司营业总收入的比重从2024年的6.60%提升至8.66%,海外业务已然成为公司核心增长引擎。

张新宏在回答《证券日报》记者提问时表示:“目前,公司已搭建成熟的全球化业务布局,确立以东南亚为战略重心、新加坡为区域管理中心,辐射中东、中东及非洲的海外市场格局。同时,公司实施差异化区域发展策略,对标国际高端交付标准打造标杆项目,聚焦高端酒店、商业综合体、民生基建三大核心领域规模化拓展。在‘出海’模式方面,公司独创‘HBA设计+装配式产品输出+属地化深耕’三位一体发展模式,具备极强的异地复制能力与规模化拓展能力。”

“海外业务承载公司‘二次创业’的战略使命。未来,公司计划将海外营收占比进一步提升,以有效对冲国内装饰行业周期性波动,并力争利润增速持续高于营收增速。2026年公司锚定高质量发展目标,聚焦高端定制、系统集成、全周期服务核心能力建设,将集中资源深耕海外业务能力、城市更新、洁净室、高端酒店四大核心赛道。同时还将同步推进装配式及船舶内装领域研发发布,作为切入高端海洋经济,培育全

新业绩增长极的重要部署。”张新宏表示。

稳健经营之下,金螳螂持续回馈投资者。自2006年上市以来,该公司已累计实施现金分红18次,总额超44亿元。2025年度,公司计划向全体股东每10股派发现金红利1.3元(含税),合计派现3.45亿元。

朱雯雯在回答《证券日报》记者提问时表示:“本次拟派现金额占2025年度归母净利润的比例达77.8%,以实打实的分红举措回馈广大投资者,向市场传递企业长期向好、长期发展的坚定信心。充沛的现金流为高比例分红筑牢根基,截至2025年末,公司现金及现金等价物余额50.58亿元,经营活动现金流净额同比增长17.97%,资产负债率回落至58.14%,且企业暂无短期借款,整体财务结构健康稳健。”

人才建设作为企业长久发展的根基,同样受到投资者关注。张思颖在回答《证券日报》记者采访时表示:“公司高度重视人才梯队建设与核心团队稳定,深耕人才培育体系,同步布局多元化长效激励机制。人才培养层面,公司打造系统化员工进阶等多层次课程,助力员工稳步成长。同时,加大‘出海’专业人才、洁净室专业人才、装配式专业人才等引进与培养。2025年公司内部晋升率为7%,关键岗位继任计划覆盖率为4.26%。”

“激励机制方面,企业长期常态化推行员工持股计划,精准覆盖管理层、核心管理人员与一线技术骨干,深度绑定员工与企业发展利益,实现企业与员工价值共创、利益共享,在行业调整周期稳住核心人才队伍,保障日常经营运转与工程项目顺利交付。下一步,公司还将借助资本布局切入新兴产业赛道,挖掘全新盈利增长点,依托完善人才体系搭建长效激励机制,凝聚团队发展合力,护航企业实现长期平稳高质量发展。”张思颖补充说。

供应收紧需求向好 年内氦气价格上涨明显

本报记者 贺王娟

今年以来,受供应持续收紧、需求整体向好等因素影响,氦气价格整体上涨明显。

“氦气是高端制造与前沿科技不可或缺的战略稀缺气体资源。”隆众资讯工业气体分析师陈玉凯对《证券日报》记者表示,“其下游主要应用于核磁共振超导冷导冷、半导体先进制程工艺保护与温控、光纤高温拉丝冷却等核心场景。同时可用于航空航天燃料置换、精密真空检漏、深海潜水混合气以及高端特种焊接、科研超低温实验等领域,行业刚需属性强,替代难度大。”

上海钢联数据显示,4月份以来氦气价格加速上涨,进口价格一度冲高至550元/立方米。卓创资讯氦气分析师张卫在接受《证券日报》记者采访时表示:“此前,受中东局势影响,国内氦气

产业链下游企业担心后续断供风险,入市采购积极性升温,上游企业挺价心态随之强化。进入4月份,市场情绪被进一步点燃。国内氦气货源流通量减少,价格快速攀升,管束氦气价格最高一度触及550元/立方米。”

“进入5月份,市场心态明显转弱,氦气价格呈现回落态势。下游企业观望气氛升温,采购节奏放缓。”张卫说。

对于这一轮价格回调,陈玉凯给出了审慎的判断:“综合而言,目前市场价格的下行,更多体现在情绪面波动导致的下跌。”在他看来,情绪波动虽然在短期内干扰价格走势,但氦气市场供应紧张局面短期难以有效缓解。

隆众资讯监测数据显示,2025年全球氦气供应量约1.9亿立方米,其中卡塔尔占比33%;俄罗斯占比9.5%,目前全球货源暂时缺失份额达42.5%。受此影响,业内人士认为,中东设施损毁与俄罗斯出口受限或导致全球氦气

供给缺口贯穿今年全年。

从需求端来看,氦气的下游市场仍保持稳健增长态势。

半导体行业是氦气的核心消费领域之一。随着先进制程工艺不断迭代,芯片制造对高纯氦气的依赖程度持续提升。与此同时,国内存储芯片等细分赛道正处于产能扩张周期,对氦气的使用量稳步上升。光纤通信、航空航天、医疗健康等战略性新兴产业亦保持扩张节奏,共同构筑了对氦气的刚性需求底座。

“确保终端企业安全库存仍较为迫切。”陈玉凯表示,面对供给端的巨大不确定性,下游企业不应仅短期价格波动影响,而应维持合理的安全库存水平。

近年来,国内企业在氦气提取技术方面取得了一定进展,部分天然气液化工厂配套的氦气回收装置相继投产,自主产能有所扩大。例如,江西九丰能源股份有限公司在业绩说明会上表示,

2025年公司氦气产能规模提升至150万立方米/年。在此基础上,公司持续提升产能利用率,并适时扩大国产气源;同时积极构建液氦槽罐等资产及液氦资源,打造“自产气+进口液氦”双资源池。

广州广钢气体能源股份有限公司表示,鉴于全球氦气供应链波动加剧,公司始终致力于构建多元化的气源体系,已与美国、中东、欧洲等气源地建立了长期稳定的合作关系;依托多元化的货源网络优势和丰富的物流资源,公司持续为国内重点客户补充氦气资源,全力保障供应链稳定。

金宏气体股份有限公司披露,目前公司具备稳定的海外氦气气源保障。同时,为应对市场行情变化,公司持续拓展其他海内外气源,并积极推进新疆BOG提氦项目的建设进程,后续将进一步提升氦气自主供应与保供能力。