



# 中国智造新切片：“一汽+联想”造车也造“脑”

■本报记者 贾丽

在位于长春的中国第一汽车集团有限公司(以下简称“一汽”)红旗繁荣工厂里,《证券日报》记者近日在现场看到,机器人手臂忙着焊接装配,自动导航小车来回穿梭。据了解,最快每52秒,就有一辆新车下线,每辆车出厂时,还自带一份完整的“数字体检报告”。

此前,汽车智能制造曾面临诸多难题,比如算力不足、设备杂乱、系统不兼容以及运维太贵等。为解决这些难题,一汽找到了一个搭档——联想集团有限公司(以下简称“联想”)。两家企业合作,一汽造车,联想造“脑”。这个“脑”,就是一套从算力重构到资源调度的智能系统,让工厂会思考、能调度、会省力。

记者了解到,一汽与联想的合作,涉及底层算力重构、异构资源调度及AI工厂概念落地,也被外界视为观察中国“智造”升级的一个重要切片。

## 实时采集3000多个参数

一汽有着“新中国汽车工业摇篮”之称。踏入一汽红旗繁荣工厂,记者看到,工业机器人手臂有序升降,焊装车间机械臂迸发的璀璨火花,自动导航运输车(AGV)往来穿梭,智能控制屏幕上数据实时跳动。

在风挡玻璃装配工位,多台机器人全自动完成涂胶、定位、嵌入,全程无需人工干预。底盘合装区内,车身与底盘可在数十秒内精准对接。工厂可以实现八个以上车型的共线柔性生产。

该工厂由冲压车间、焊装车间、涂装车间、电池电驱车间、总装车间等构成,其中,焊装车间自动化率达到100%。总装车间内,多个AGV小车正沿着预设路线有序运送零部件,遇障碍则自动停止。从零部件上线到整车下线,自动化机械与专业人工实现协同配合。

记者还注意到,该工厂的数字化系统实时采集3000多个关键参数。这些参数包括拧紧力矩、加注量、涂胶轨迹等。系统同时管控和存储这些数据,并与车辆合格联网绑定,每辆下线的红旗汽车都拥有一份完整的数字证书。

在智能化转型的过程中,一汽这样的头部车企也曾面临“新旧交替”之困。

“汽车制造是典型的离散制造,从冲压、焊装到涂装、总装,每一个环节产生的数据格式、对算力的需求都截然不同。”一汽相关负责人在现场对《证券日报》记者称,“很多企业目前的困境在于,算力资源要么不足,要么虽然买了昂贵的设备,却因为异构设备纳管难、系统兼容性差,导致利用率极低,形成了巨大的沉没成本。”

破解这一困境,正是一汽与联想合作的切入点。双方合作的重点不是简单提供硬件,而是建设智能运维体系和高性能计算引擎,是从底层逻辑出发解决困难。

## 必须从底层架构出发

硬件拼接,不能破解智能化转型升级难题,必须从底层架构出发,重构“底座”解法。

作为新中国汽车工业的“长子”与向新能源转型的“国家队”排头兵,一汽奠定了中国汽车工业自主发展的基础,其对数据安全与业务连续性的要求极高。因此,在一汽庞大的研发体系中,无论是仿真计算还是智能座舱的迭代,都对底层算力的稳定性提出了苛刻要求。

此次,联想为一汽提供了包括智能设备与算力基础设施在内的全栈支持。这并非单纯地“砸钱砸硬件”。

“在仿真开发平台中,单纯堆砌顶级GPU往往会导致资源利用率在低位徘徊,因为内存带宽和调度算法的落后会造成巨大的性能损耗。”汽车文化创始人周海滨对《证券日报》记者解释。

联想带来的智能运维与主动化管理,其核心在于通过软件定义的方式提高硬件的利用率,通过引入绿色算力技术,在保障业务连续性的同时,破解高性能计算所产生的能耗黑洞。

联想东北大区总经理许辉将这种关系定义为“智能化同路人”。他表示,联想的角色已从设备供应商转变为转型伙伴,旨在将前沿技术与东北老工业基地的转型升级深度融合。

此种深度融合,意味着联想不再只是提供算力的“盒子”,而是全面深入一汽的研发流程与生产场景之中,帮助其从底层重构智能化能力。从仿真平台的高效调度到产线数据的实时处理,



图①一汽红旗未来概念车 图②位于长春的中国第一汽车集团有限公司总部  
图③一汽旗下的飞行汽车 图④红旗硬派越野

贾丽/摄

以联想为代表的科技企业,正在用软硬一体的解法,为一汽等传统企业的智慧工厂夯实地基。

“随着国家持续推进‘人工智能+’行动,实体经济与数字技术的融合已进入深水区。对于联想而言,与一汽合作,意味着其在东数西算大背景下的本地化战略攻下一城;对于一汽而言,通过与联想的合作构建起坚实的算力底座,是其在漫长的智能化马拉松中夯实基础,谋求高端化与低碳化转型的关键支撑。”锐嘉科投资控股有限公司产业投资事业部总经理王欣宇对《证券日报》记者表示。

这背后也释放出明确信号——产业资本正加速从传统的产能扩张型投入,转向算力基础设施与智能化软件的软硬协同布局。

构建AI工厂生态

但要真正实现从算力支撑到智能生产的跃迁,仅靠底层基础设施还不够。企业还需要一套能够将数据“原料”标准化加工为智能“产品”的完整流水线,方能率先跑通智慧工厂的商业模式。

联想中国基础设施业务群战略管理总监黄山提出AI工厂这一关键概念。黄山认为,从场景定义到数据采集,再到智能体开发,

这个过程还需标准化,否则AI就无法规模化。联想正试图通过其万全异构智算方案及一横四纵的布局,将复杂的算力调度隐藏于后台,为一汽提供即插即用的底层支撑。

然而,智能化转型是一项复杂的系统工程,单靠联想和一汽一方,难以覆盖智算链条的所有环节。若要改变现状,还在于生态伙伴的协同。

“智能汽车的研发与智造,本质上是一场海量数据的‘较量’。”联想凌拓科技有限公司(以下简称“联想凌拓”)首席技术官陈弘认为,面对由摄像头、激光雷达和产线传感器产生的海量数据,传统的存储架构存在运输瓶颈。联想凌拓此次带来的智能数据管理方案,所打造的高性能与高可靠的数据底座,正可以解决相关问题。

一汽红旗繁荣工厂代表了当前中国汽车制造先进水平。这座智能工厂既是智能化转型的前沿实践阵地,也是检验传统制造业与科技碰撞成效的试金石。“未来,每家大型制造企业都将拥有自己的AI工厂。”黄山说,新一轮基础设施投资的竞赛才刚刚开始。

这不仅是多家企业之间的业务协同,更是传统制造与数字科技深度融合的关键一跃。这场竞

赛也已引发产业链上下游的连锁反应。头部制造企业的智能化改造订单正在成为PE/VC机构眼中的“确定性资产”,而围绕AI工厂的数据服务、算力调度、智能体开发等细分赛道,也纷纷获得战略投资。

放眼更广阔的产业图景,一汽与联想合作,提供了一个观察中国制造业如何从“制造”向“智造”跨越的微观切片,这一合作模式正在为国内外传统制造业的智能化转型提供一种可复制的新解法。

“以AI工厂为核心范式,以生态协同为落地路径,以资本力量为加速引擎,越来越多的行业龙头开始构建自己的AI工厂,算力基础设施成为像水电一样被评估、被投资、被优化的核心资产,中国制造业的全球竞争力有望完成从规模红利到效率红利、从成本优势到智能优势的历史性跨越。”清华大学经济管理学院金融系教授朱武祥对《证券日报》记者如是说。

从一座工厂的云端起跑,到一条产业链的重构,中国智能制造的跃迁,再到资本加速涌入,造车也造“脑”的实践已然跨越了单一企业的边界。这不仅是一汽与联想的跨界,更是开启了传统产业在数字时代重获新生的之路。

## 科华控股：进一步加强开拓提高市场份额

■本报记者 张敏 见习记者 李亚男

“对外,公司将进一步加强市场开拓以提高市场份额,增加营收;对内,公司将加强质量管理提高运营效率,通过各项降本增效举措改善公司业绩。”5月26日下午,在科华控股股份有限公司(以下简称“科华控股”)2025年年度暨2026年第一季度业绩说明会上,科华控股总经理宗楼在回复《证券日报》记者提问如是说。

业绩说明会上,宗楼、科华控股财务负责人兼董事会秘书朱海东等公司高管围绕公司业绩改善举措、未来业务布局等核心问题,与投资者进行了深入交流。

2025年,科华控股实现营业收入22.4亿元,同比下降5.59%;归属于上市公司股东的净利润9750.42万元,同比下降7.21%。2026年一季度,科华控股实现营业收入4.99亿元,同比下降5.04%;归属于上市公司股东的净利润1569.56万元,同比下降38.71%。

对于营业收入及净利润双双下降的原因,宗楼向记者表示:“受产品结构调整和市场格局影响,以及汇兑损失,公司2025年及2026年一季度营收及净利润较上年同期有所下降。”

科华控股主要生产汽车动力单元和传动、底盘系统的关键零部件,包括涡轮增压器涡轮壳、中间壳、差速器等。公司涡轮增压器壳体产品除了广泛应用于传统燃油动力车型之外,同时还全面渗透到新能源混合动力车型(插电式混合动力、增程式混合动力)。

分产品来看,涡轮壳及装配产品2025年实现营业收入13.14亿元,同比下降10.94%;中间壳及装配产品实现营业收入6.81亿元,同比增长0.99%;其他机械零部件产品实现营业收入2.34亿元,同比增长14.37%。

值得注意的是,作为公司主要营业收入来源的涡轮壳及装配产品,其2025年销量对比同期减少26.7万件,且售价有所降低。而中间壳及装配产品2025年销量对比同期增加35万件。

对于上述产品销量及售价变化,朱海东在回复记者提问时表示:“这种变化是客户需求变化所致,公司产品销售价格调整主要系受市场竞争格局影响。”

分地区来看,境外收入占科华控股营业收入比重超过50%。科华控股2025年实现境外收入12.46亿元,同比下降11.57%;实现境内收入9.83亿元,同比增长3.98%。

对于境外收入同比下降的原因,朱海东告诉记者:“主要系国外客户需求减少,销量减少38万件,其中涡轮壳销量减少32万件。”

提及涡轮增压器壳体产品未来布局、技术储备及相关业务增长预期,宗楼向《证券日报》记者表示:“公司将持续探索新产品、新业务的市场拓展与开发,进一步丰富公司产品结构,为长期可持续发展创造机会。”

## 因未及时披露仲裁事项 东华能源及相关责任人被警示

■本报记者 曹卫新

5月26日晚,东华能源股份有限公司(以下简称“东华能源”)发布公告称,因公司未及时披露仲裁发生及仲裁后续重大进展,且在定期报告中披露该仲裁相关事项,公司及相关负责人收到了江苏证监局出具的《警示函》。

公告显示,经监管调查,2022年5月13日,东华能源在中国香港发生仲裁事项,其中最大涉案金额折合约13.70亿元,占公司最近一期经审计净资产的12.64%。2025年5月14日,中国香港国际仲裁中心作出仲裁裁决。2026年1月14日,南京市中级人民法院作出民事裁定书,裁定查封东华能源8.02亿元财产。2026年1月15日,东华能源持有的子公司东华能源(张家港)新材料有限公司价值8.02亿元的股权被冻结。对于上述仲裁情况,公司于2026年4月份才补充披露,上述行为违反了《上市公司信息披露管理办法》相关规定。

除上市公司违规外,公司董事长周一峰、总经理邵晓、董事会秘书陈文辛未能勤勉履行职责,同时违反了《上市公司信息披露管理办法》的相关规定,对其任期内发生的信息披露违规行为承担主要责任。江苏证监局决定对东华能源、周一峰、邵晓、陈文辛采取出具警示函的行政监管措施,并记入证券期货市场诚信档案。

同日晚间,深交所向东华能源及相关当事人下发监管函,要求公司及全体董事、高级管理人员认真吸取教训,杜绝此类事件发生。

上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示:“关于上市公司诉讼与仲裁的信息披露标准,核心规则是在连续十二个月内,上市公司作为原告或被告涉及的诉讼、仲裁金额累计超过净资产的10%,即达到披露标准。本案涉案金额超过13亿元,占公司最近一期经审计净资产的12.64%,单案金额已达标,无需叠加其他案件。按照规定,仲裁发生时即应当披露,此后仲裁进展、审理结果、财产被查封等关键节点均须公告。及时披露风险是法定义务,风险判断权应当归投资者,管理层无权自行判断风险,决定该仲裁事项是否披露。”

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,该事件暴露了东华能源内部治理的三个问题:一是公司信息披露管控存在严重漏洞,重大仲裁、资产冻结等事项未按流程上报、跟进与披露;二是核心高管合规意识不足,未勤勉履职,漠视监管规定;三是风险防控体系缺位,重大法律风险长期失管,排查预警工作流于形式。

## 快递企业加强智能化建设迎战“618”

■本报记者 吴奕莹  
见习记者 戚辰琪

近期,京东、淘宝、抖音电商等平台相继发布了今年“618”大促实施细则,这也意味着快递行业将再次迎来一场业务承压测试。在此背景下,头部快递企业积极布局智能化运营,通过升级自动化设备、构建全链路数字化系统等措施,全面提升服务质效与履约稳定性。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示:“今年的‘618’,许多电商平台取消了预售环节,这对快递企业的

瞬时运力调度提出了更高要求,企业需要更精准地预测单量,快速调配资源。另外,大促周期的拉长使得物流企业全网协同难度加大,还要确保各环节、各网点在整个促销期都能稳定高效运作。”

面对全新挑战,自动化设备、智能派送终端成为各家布局重点。韵达控股集团股份有限公司(以下简称“韵达股份”)正积极构建智慧物流网络。目前,该公司在全国布局了70个转运中心、1900个网格仓及500个集包仓。业务高峰期,数千套自动化分拣设备全力运转,以保障寄递时效。申通快递

股份有限公司日前发布的投资者会议纪要显示,2025年,该公司网站新增投入自动化设备523套,投入资金总额约4.2亿元,自动化率持续提升。

末端派送环节,智能装备也加速落地。今年“618”大促前夕,韵达股份在江苏省、山东省、河南省、湖南省等多地网点都引入了无人车、智能柜等装备,以提升操作效率与处理能力。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元在接受《证券日报》记者采访时表示:“快递企业加码智能化的举措直接解

决了大促高峰期的核心痛点,短期就能明确降本提效,自动化分拣设备可大幅提高分拣效率,降低人工出错率,加快流转速度。无人车配送则可补充末端运力,在提高配送效率的同时降低成本。”

除硬件升级外,各家企业也在持续打磨智能运营系统,有序推进寄递服务提质增效。例如,中通快递股份有限公司在网点运营中实现快递轨迹实时追踪,针对高价值货品实现全程可视化物流管理;圆通速递股份有限公司聚焦高频业务场景,深化智能体应用,实现各类经营管理数据的智能

化调取和分析,同时持续优化智慧路由系统,基于历史订单量、成本等多维要素,强化运输路径的智能规划和动态调整;韵达股份则通过与国内多个领先大模型进行技术合作,打造AI应用服务中心,并在销量预测、智能路由、时效品质等多方面探索应用,提高运营管理安全性、精确性和运行效率。

多位受访专家认为,当前头部快递企业智能化布局显著提速,技术迭代正由单点环节的自动化应用迈向全链路的数字化协同,此举不仅夯实了企业应对业务峰值的基础,更成为稳固履约能力的核心支撑。

## 智能眼镜加速迈向“大众普及”

■本报记者 袁传玺

近期,智能眼镜市场迎来了一波新品发布。5月26日,AR眼镜企业XREAL正式宣布推出年轻副线品牌xbx,其首款产品xbx a01系列AR眼镜同步发售;5月21日,VITURE发布了2026年旗舰XR智能眼镜VITURE Beast;5月27日,雷鸟创新新一代AI拍摄眼镜雷鸟V4也将正式亮相。

有行业分析师对《证券日报》记者表示,近期智能眼镜密集发布,本质是“大模型+轻量化硬件+生态入口”三大条件走向成熟的集中爆发。AI大模型弥补了交互短板,供应链进步让眼镜重量降至40克左右,叠加“国补”政策刺激与巨

头生态卡位,智能眼镜正加速从“极客尝鲜”迈向“大众普及”。

纵观近期发布的新品,各大厂商的产品主要集中在“AI交互体验”与“沉浸式显示”两条技术路线上。在AI交互与轻量化拍摄方向,厂商们正致力于将眼镜打造为全天候佩戴的智能助理。据了解,即将亮相的雷鸟V4采用了双芯协同与RTOS轻量化系统,实现了0.2秒快速唤醒、2.1秒应答。

而在沉浸式显示与空间计算方向,XREAL采取了“双线作战”的策略。XREAL采取了“双线作战”的策略。除了高端的生态布局,其新发布的a01系列则主打“随身大屏”与“潮流单品”。

VITURE Beast则搭载了新一

代索尼Micro-OLED屏幕,主打高清影音和沉浸式办公场景。

尽管新品频出,但行业仍需关注用户体验的深层优化。IDC中国分析师叶青认为,AI能力的竞争将从“有没有”转向“好不好用”,厂商需要围绕用户的日常出行、办公、健康管理等高频场景,打造具有主动服务能力的闭环体验,提升产品的不可替代性。

叶青清进一步表示:“2026年厂商需打造更多细分场景的专属产品和差异化形态,如模块化设计、特定人群定制、与生态深度绑定的功能创新等,在硬件趋同的背景下找到自身的差异化定位。”

头部厂商的密集上新并非偶

然,而是市场需求与政策红利共振的必然结果。据商务大数据监测,近期消费级自身智能快速成长,4月份智能眼镜网上零售额同比增长175.2%。

此外,今年智能眼镜首次被纳入数码和智能产品购新补贴范围,部分地方还额外发放消费券或推出叠加优惠。政策补贴直接降低了消费门槛,有效激活了市场需求。

奥维云网最新发布的线上零售监测数据显示,2026年一季度,中国线上智能眼镜线上市场零售额达5.6亿元,零售量为28.2万台,平均单价为1999.4元。

尽管市场前景广阔,但行业仍面临挑战。奥维云网分析师认为,