

高管访谈

未来智能CEO马啸：

做主动理解、主动判断、主动产出的AI Agent硬件

本报记者 梁傲男

当市面上大多数AI耳机还在将“智能”定义为精准的转写、高效的摘要和自动生成的总结时，加速驶来的AI Agent(智能体)时代，却对“智能”提出了截然不同的要求。

“真正的AI Agent，不需要你‘起心动念’，即你根本不用想、不用开口，它主动就把事情给你办了。”在接受《证券日报》记者专访时，安徽艾德未来智能科技有限公司(以下简称“未来智能”)CEO马啸打了一个形象的比方：“就好像每天早上，不用你问‘今天有没有咖啡’，自会有人直接把咖啡放在你桌上。”

从科大讯飞孵化出来的未来智能，聚焦于办公会议这一高频刚需场景，开创了“AI会议耳机”新品类。正是由于对这一高频刚需场景的深度理解与一路的技术演进，未来智能选择推出viam讯飞智能体耳机。这款耳机，不再等用户提问，就主动把会议纪要、项目进展甚至解决方案摆在用户面前。这背后，是该公司从“AI工具”到“AI Agent”的一次战略升级。

从AI工具到AI Agent

“这次升级最大的触动，是年初引爆AI圈的一款现象级开源AI Agent。”马啸说，今年以来，大模型在逻辑推理、任务拆解、长期记忆、工具调用以及多模态感知等能力上实现突破，使其具备了真正意义上的“智能体”特质。

但让马啸震动的不是它的技术有多颠覆，而是它打开了一个思维上的结。

过去，未来智能的AI耳机做的事情是记录、转写、翻译。用户录音会议、转成文字，然后丢到别的大模型里，或者用户的笔记软件中。“我们那时候觉得，用户不愿意留在我们这，是因为我们没有后续的服务。项目经理需要文档，还有人需要PPT，我们无法处理这些需求。”

这是一种典型的“工具思维”：“我做好我的那一段，剩下的你找别人。”但今年AI Agent的爆发让马啸意识到一个问题：为什么要守着那些固定的功能？为什么自己不能成为那个“把事情做完”的人？

正是这个追问，催生了未来智能从“AI工具”到“AI Agent”的战略跃迁。马啸认为，“真正的Agent，会不声不响地替用户完成任务。”

认知变了，产品随之而动。viam讯飞智能体耳机，就是新战略的首次产品化落地。过去，AI耳机只能围绕单

条录音做一次性总结，听完一段会议，生成一份纪要，任务结束。但知识工作者的真实工作流程不是这样运行的，一个项目往往涉及多次会议、多轮沟通、多份文档，信息分散在不同时间和载体中，很难串联起来。

这一智能体耳机首次引入了“项目”功能，用户可以将同一项目、客户或研究主题下的多条录音、外部音频和文档资料集中存放在同一个空间内。自此，AI不再理解一条孤立的录音，而是能够理解围绕同一主题持续积累的完整上下文，从“处理一次内容”升级为“推进一件事情”。这是AI Agent的“长期记忆”能力。

回顾战略演进，马啸这样总结：1.0时代的AI会议耳机，解决的是“听见、记住、整理”；而2.0时代，当“上下文”被打开之后，智能体耳机才产生了真正的“魔法效应”。AI不再被动响应，而是主动理解、主动判断、主动产出。

这背后是两种产品逻辑的根本不同：工具型产品追求“用完即走”，Agent型产品追求“越用越懂你”。用户使用越频繁，AI积累的场景数据越丰富，模型迭代越快，用户就越离不开。

进窄门走宽路

谈及公司战略路径，马啸提出了“进窄门走宽路”。

所谓“窄门”，是放弃大而全的通用路线，聚焦会议、访谈、学习等“记录密集型”垂直场景；“宽路”则是通过场景数据的持续积累和Agent能力的迭代，构建起别人难以复制的竞争壁垒。“一上来就说我什么都能做，最后做出来的东西通常什么人都不要。”马啸说，“我们现在走的就是从垂直用户的垂直需求慢慢走向普遍需求这条路。”

这条路径之所以走得通，很大程度上是踩准了AI硬件行业的大节奏。

马啸回顾了过去的两年演变：“印象中，大模型是2022年出来的，到了2024年，华强北已经堆满了各种智能硬件。大家都在问：AI和硬件结合干什么用？可能100个公司有100个答案。”

2025年，有一些产品真正有了销量。而进入2026年，答案已经非常清楚，“硬件仍然是基石，但真正的想象力，已经转移到了不断进化的AI Agent身上。绝大多数ToC消费品硬件，都在做同一件事：让硬件成为AI理解世界、获取context(背景)的眼睛和耳朵。”

马啸从三个角度解释了这一共识的形成：数据、人口和供应链。关于数据，他觉得



图1马啸讲解智能化的AI办公产品入口集群

图2图3viam讯飞智能体耳机功能演示样机

“这个世界99%的信息还是没有被数据化的”；关于人口，他认为“人类进化总会把一些可获取更高维信息的设备放在离自己身体更近的地方”，耳机、眼镜这类产品比手机更有机会；关于供应链，他判断端侧AI和传感器的进步已经具备了从算力到传输，再到感知的完整条件。

基于此，马啸提出了一个核心区分：原来的硬件叫硬件，核心是服务于人；现如今，一个新的服务于AI的硬件逻辑出来了。人听、人看，硬件追求的是高清、防抖、4k、超远拾音；而AI听、AI看，只需要采集的关键画面与语义化的声音信息，就能高效理解场景。

过去一年，未来智能在全球市场的表现已经为这次升级提供了坚实的底气。2025年，未来智能国内线下门店已超过3500家，核心商圈门店达2500家，出货总量突破25万件，单店产出同比增加56%。2026年一季度，未来智能海外市场全渠道同比增长3.8倍，活跃用户同比增长11.5倍，订阅用户同比增长23.8倍。截至目前，未来智能已在全球拥有超过150万用户。

“用户群的扩大是一个必然的结果。”马啸透露，未来智能已开启多硬件矩阵布局，将推出定位桌面AI机器人的智能音箱、手持大模型对话硬件，下半年，

还将携手国内头部互联网大厂发布重磅新品。

不追风口 做好自己

在很多初创AI公司还在“烧钱”换增长的阶段，未来智能已实现营收连续增长。2025年，他们继续做了大量投入。“利润不是追求的目标，我们当下追求的是用户规模的扩大以及使用习惯的养成。”马啸表示，“只要有好的思考、好的产品，顺应这个时代需求，任何一个时代都有破局点。风口在变，风口在的时候把用户服务好，风口不在的时候做好基本盘。”

从未来智能的融资节奏来看，其A轮融资由蚂蚁科技集团股份有限公司(以下简称“蚂蚁集团”)领投，A+轮融资由深圳传音控股股份有限公司(以下简称“传音”)参与投资。两轮融资的背后，是两条清晰的战略逻辑。

蚂蚁集团的逻辑是“生态”。支付宝背后有生活、出行、医疗等各种服务，未来智能与蚂蚁建立战略纽带，能帮蚂蚁做入口，蚂蚁的服务就能进来。马啸尤其看重支付能力，他认为：“Agent to Agent支付，是未来很重要的连接点。”

传音的逻辑则是“市场”。传音在海外新兴市场建立了强大的分销体系，并且正在从“只做自己的产品”转向“成为了解当地市场的通道”。“比如印度市

场，企业自己打进去是很难的。如果跟传音合作，我们可以做到10分，如果自己进去可能连0.5分都做不到。”马啸表示。

“我们会谨慎地选择投资方，因为除了资金，最重要的是战略价值。”马啸说，“融资一方面是加强整个产品团队，打造更出色的Agent，让服务更落地；另一方面推动产品升级，同时探索未来多种形态的硬件，并布局上游的芯片和元器件。”

在资本市场规划方面，马啸回应称：“我们确实有上市计划，但并不把它看作是我们的目标，更看作是未来服务用户的手段——让公司有更多好资金、更广阔资本的支持，做出更多好产品。”

面向未来，马啸描绘了一幅关于Agent的长期蓝图：从“执行Agent”自动完成日程、邮件、总结，到“生态Agent”通过API协作完成打车、订餐、支付，再到“指导Agent”自动引入财务、技术等专业咨询。持续迭代进化的Agent技能、不断丰富的行业模板、更深度的多模态交互以及端侧智能的推进，将共同构成未来智能AI Agent硬件的核心底座。

马啸说，未来智能不会特别激进。“慢下来并不是指速度慢下来，是战略上的判断慢下来，冷静一点，别把过分精力投在某些镜花水月的东西上。我们要做的是让99%的用户获得AI高价值的服务。”

人工智能与能源融合发展提速

本报记者 许林艳

AI产业的规模化落地离不开能源体系的基础支撑，能源的高效转型、精准调度，也高度依托AI技术的迭代赋能。可以说，AI与能源的深度融合，既是我国能源转型的必选项，也是数字经济发展的刚需。

5月26日，国家能源局召开全国“人工智能+”能源现场推进会，会议释放诸多产业重磅利好。会上正式发布51个“人工智能+”能源高价值场景，25家能源企业签署《开放能源领域人工智能应用高价值场景倡议书》。

“此次公布的51个高价值应用场景，覆盖能源生产、传输、调度、消费全链条，为AI技术落地提供了清晰的应用路径与标准范式，有效解决了过往行业场景碎片化、落地难、复制难的痛点。”苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者说。

算电协同再迎利好

本次推进会发布了《中国“人工智能+”能源发展报告2026》(以下简称《报告》)。这是我国能源领域首份聚焦人工智能与能源融合发展的年度报告。《报告》显示，人工智能的快速发展正带动全球算力设施用电需求持续增长。据国际能源署预测，到2030年，全球数据中心用电量将较2025年接近翻倍。2025年，我国已建成42个万卡级算力集群，全国算力中心总用电量达1700亿千瓦时。

算力基础设施对稳定、清洁、经济的电力供给有很高需求。“人工智能的背后是算力，算力的尽头是电力，关键是要做到算电协同。”国家能源局党组书记、局长王宏志表示，算力与电力的协同，不是简单的供电保障，而是要在规划布局、市场运行、技术标准等各环节实现深度融合、双向奔赴。

王宏志在部署下一阶段人工智能与能源双向赋能重点工作时强调，国家能源局将把算力与电力协同发展作为一项战略性系统工程抓实抓好，主动加强与有关部门密切配合，在市场建设、电价政策、绿电消纳、碳市场衔接等方面加大力度，为算力与电力协同发展营造良好政策环境。

当前，我国算电协同建设已迈入加速推进的关键阶段。付一夫对记者表示，依托“东数西算”工程形成全国统筹、多点落地的发展格局，西部算力枢纽与新能源基地深度绑定，示范项目持续落地，技术配套与产业链体系日趋成熟，国产化装备普及率稳步提升，初步实现了算力布局与绿电资源的空间匹配。

同时，算电协同模式也在不断深化升级。5月19日至30日，全国首批电碳算协同撮合交易在南方电网陆续开展。轻点鼠标即可“一键下单”算力，无需包年租用，按任务、按量灵活取用，“电碳算协同可以说是算电协同模式的进一步升级与深化。这一交易的落地真正实现了用更少、更清洁的电力资源支撑更多的算力任务。”众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜对《证券日报》记者说。

上市公司加码布局

业内人士表示，现阶段新能源领域的算电协同建设已取得显著成效。国内很多能源企业已经开始运用人工智能算法动态调整算力中心的用电量。这一模式既提升了清洁能源的消纳比例，也降低了算力中心的用电成本，相关的技术模式已经相对成熟。未来，该技术体系有望逐步向电网调度、油气生产、煤炭开采等更多能源领域延伸。

依托广阔的发展前景，上市公司持续加码算电协同领域，成为产业落地的主力军。

5月27日，盛世科技股份有限公司发布公告称，公司全资子公司深圳市盛世技术有限公司近日与某公司签署《算力产业合作协议》。双方围绕算电协同、AIDC智能算力中心运营、算力产业资源整合、算力服务采购交付四大核心维度开展深度合作，本次整体合作对应的业务体量折算合计约60亿元。

中国能源建设股份有限公司在互动平台回答投资者提问时表示，公司深度布局算电协同，依托源网荷储一体化优势，全面参与东数西算工程，在甘肃庆阳等地投资建设并运营数据中心项目。

华塑控股澄清：子公司未从事PCB生产

本报记者 蒙婷婷

5月27日，深交所主板上市公司华塑控股股份有限公司(以下简称“华塑控股”)股价继续走强，截至当日收盘，公司股价录得“三连板”。

就在前一日晚间，华塑控股刚刚发布股票交易异常波动公告。该公司在公告中表示，已关注到有部分个人用户在股吧等网络平台上发表公司涉“PCB(印制电路板)概念”的言论。

针对市场传闻，华塑控股在公告中作出澄清：公司子公司湖北宏创智能装备有限公司(以下简称“宏创智能”)主要从事制造五轴联动多轴复合数控机床、精密数控磨床的生产及销售业务。2026年，宏创智能投产全自动微钻粗磨一体机，该设备用于微型钻头的生产加工，并非从事PCB生产业务。

同时，华塑控股进一步表示，宏创智能的业务还未形成规模，占公司营业收入的比例较低，对公司业绩没有产生重大影响，网络流传的情况缺乏事实依据，提醒投资者注意风险。

公开资料显示，华塑控股主营电子信息显示终端制造、精密机床制造、瓦斯治理等业务。2025年，公司实现营业收入7.55亿元，同比下滑26.83%；归属于上市公司股东的净利润为-1070.74万元，同比减亏23.15%。2026年一季度，公司经营承压态势仍未好转，单季度实现营收1.5亿元，同比下滑21.32%；归属于上市公司股东的净利润为-250.77万元，较2025年一季度由盈转亏。

“本轮PCB板块行情的核心驱动力，源于英伟达新一代AI机架带来的价值重估，高端PCB正从普通载体向兼具信号传输与电源管理功能的AI核心互联组件演进。”盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示，大量无实质业务关联的上市公司被强行绑定，本质是市场在信息过载环境下的“标签化投机”与产业认知错位。

深圳中金华创基金董事长龚涛在接受《证券日报》记者采访时表示：“这类炒作主要是利用AI股散户投资者基数大、对科技类产业等概念及产业逻辑认知不透彻的特点，凭借信息差、认知差赚取投机收益。”

就公司后续如何破除不实概念标签、遏制股价非理性炒作等问题，记者联系华塑控股董事会办公室，截至发稿时，尚未获得相关回应。

快手可灵AI全球用户规模已突破6000万

本报记者 袁传玺

5月27日，快手科技(以下简称“快手”)发布2026年第一季度业绩。财报显示，2026年第一季度，快手总营收达337亿元，经调整净利润达34亿元；包含线上营销服务和以电商为主的其他服务在内的核心商业收入同比增长10.7%。

快手科技创始人兼首席执行官程一笑表示：“2026年第一季度，我们坚持深化AI战略，以技术创新驱动内容生态繁荣与商业增长，实现了稳健的开局。展望未来，我们将继续深化AI技术与业务场景的融合创新，通过持续的技术迭代与生态建设，为用户、合作伙伴及股东创造更多长期可持续价值。”

主营业务稳健增长

在线上营销服务业务方面，

2026年第一季度，快手线上营销服务收入达196亿元，同比增长9.3%。快手方面表示，一季度，内容消费、生活服务以及AI应用行业，是驱动非电商营销服务收入增长的主要动力。其中，在内容消费行业，AI技术显著降低了漫剧制作成本和创作门槛，带动漫剧内容供给快速扩张，并推动相关营销需求持续释放。

值得关注的是，目前，快手的AI能力已覆盖投放前、中、后全流程。投放前，AIGC营销素材生成帮助商家更低成本、更高效地生产素材。截至2026年3月份，AIGC短视频营销素材在短视频营销大盘中的消耗渗透率达到10%。

用户与内容生态方面，2026年第一季度，快手应用平均日活跃用户(DAU)达到4.13亿，平均月活跃用户(MAU)达到7.72亿，月活跃用户(MAU)实现历史性突破。春节期间，凭借丰富的内容矩阵和互动玩法创新，平台DAU峰值也再创

历史新高。数据显示，春节内容直播总观看量超过150亿人次，短视频总播放量超过2500亿次。社交互动方面，社交互动产品“火崽崽”的用户对数较春节前增长25%，好友私信发送人数较春节前提升15%。

直播业务方面，快手坚持以直播生态健康为核心导向，聚焦供给提质、内容丰富与AI创新，构建长期可持续发展的直播生态。产品技术方面，AI互动助手、AI数字分身服务、AI私信等智能工具，全方位提升直播服务效率，优化观众互动体验。可灵AI的视频生成能力也深度赋能直播礼物生产，提升AI礼物上新效率和创意表达。2026年第一季度，用户送出AI万象系列可自定义专属特效礼物达110万个。

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，AI已成为快手重塑平台增长方式和经营逻辑的现实变

量。同时，用户基本盘持续扩大，核心商业收入保持强劲增长。公司通过深度赋能广告与电商等核心链路，极大提升了经营效率。随着技术创新持续驱动内容生态与商业场景的融合，快手正不断构筑新的长期增长壁垒。

可灵AI商业化加速

作为快手AI战略的重要一极，可灵AI在2026年第一季度持续保持技术领先，并逐步打开独立的产品化、商业化与全球化空间，成为公司最具想象力的第二增长曲线。2026年第一季度，可灵AI营业收入超过6.5亿元，同比增长超300%，商业化进程进一步提速。2026年3月份，可灵AI年化收入运行率(ARR)近5亿美元，而去年同期可灵AI的ARR为1亿美元，一年时间增长4倍。

收入大幅增长背后，是可灵AI模型深度、产品体系和专业场

景落地的持续推进。今年2月份，可灵AI上线可灵3.0系列模型，基于All-in-One理念，支持文本、图像、音频和视频等多种原生全模态输入与输出，将视频理解、生成与编辑整合到高效流畅的AI工作流中。

用户规模方面，可灵全球用户规模已突破6000万，累计生成超过6亿个视频，为超过3万家企业客户和开发者提供API服务。2026年1月份，可灵AI月活跃用户数已突破1200万。

有行业分析师对《证券日报》记者表示，随着模型能力、产品体系和应用生态的持续演进，快手有望在内容生态、商业生态与组织效能三个层面持续释放AI红利。可灵AI为快手提供了面向下一代内容生产方式的想象空间，而主站场景中的AI落地则为公司提供了持续、稳健、可验证的增长支撑，进一步巩固其在AI时代的差异化竞争力。