

■ 读数·年度数据深一度

从两个“万亿元”看央企求新求变

李心萍



国务院国资委公布中央企业2025年成绩单,两个“万亿元”备受关注。

一是,央企战略性新兴产业营收规模超12万亿元,占总营收比重较2022年提高超10个百分点。二是,央企完成战略性新兴产业投资2.5万亿元,占总投资的比重达41.8%。

两个“万亿元”数据标注了央企布局结构的显著变化。前者代表着央企正在改变产业结构偏旧的现状,后者传递出央企求新求变、打造增长“第二曲线”的决心。

求新求变,源于职责使命之变。

迈入“十五五”,央企的职责使命已不单单是实现国有资产保值增值,更要在建设现代化产业体系、构建新发展格局中更好发挥科技创新、产业控制、安全支撑作用。

要切实发挥“三个作用”,央企就不能在前瞻性战略性新兴产业领域缺位。发展战略性新兴产业对央企而言,已不是选择题,而是必答题。

求新求变,也源于产业发展之变。

当前,新一轮科技革命和产业变革正以前所未有的力度重塑全球产业格局。要在激烈竞争中赢得一席之地,顺应技术之变、市场之变已成为央企的“必选项”。

例如,随着我国城镇化水平不断提升,对建筑央企而言,实现高质量发展,就必须向新兴领域转型、开辟“第二曲线”。又如,对通信央企而言,人工智能浪潮汹涌而来,从通信基础设施提供商变身人工智能基础设施建设者,是大势所趋,也是抢占未来发展制高点的战略选择。

当然,央企发力新兴产业,并不意味着“东张西望”,随意跨界。央企布局新兴产业,依旧需要围绕主责主业,做强产业链、延伸价值链。

有的企业选择引入新技术,全力“挖赛道”。中国一汽顺应产业变革趋势,推动向新能源转型。2025年,中国一汽自主新能源汽车销量突破36.6万辆,同比增长71.4%。

有的企业选择延伸产业链,聚焦“扩

赛道”。中国铁建依托自身工程优势,研发绿色建材,其发布的气凝胶保温隔热系列产品不仅保温,而且防火、防潮、不易脱落。中国建材则向新材料领域进军,将60%以上的投资投向新材料领域,推动企业碳纤维产能规模稳居世界前三、全球最薄1.5毫米光伏玻璃成功量产。

有的企业选择拓展技术链,实现“跨赛道”。从高铁到风车,看似无关,实则技术同源。近年来,中国中车通过强化“相关多元”业务拓展,将高铁技术平移到风电产业,快速形成了清洁能源装备等“第二赛道”,对应营收在总营收中占比已达35%。

今年是“十五五”开局之年。国务院国资委正在研究起草关于推动中央企业培育新兴支柱产业的工作文件,引导中央企业实现从重大项目投资、领军企业培育、关键领域突破到国有经济整体布局优化的跨越式发展。当“国之重器”插上“新质”的翅膀,相信中央企业的“第二曲线”将更加昂扬向上。

简提供免维护的紧固连接方案,国内市场占有率100%。

在中国中车,这样的“隐形冠军”还有很多,轨道交通的零部件在风电装备领域同样能大放异彩,二者相互促进,不断推动产品持续迭代升级。

将高铁领域积累的可靠性设计体系、工程化经验、精密制造技术以及质量保障能力移植到风电产业,中国中车快速突破风电整机核心技术,向市场提供高性能、长寿命的高质量风电装备。

“这种‘以链带新、以新促链’的发展方式,不仅降低了新业务的进入成本,也有利于推动主业与新业务形成良性互动。”中国中车有关负责人说。中国中车正将清洁能源装备领域的布局从风电延伸到电动汽车、储能、光伏、氢能等产业。

2025年,中国中车新产业板块营收超过863亿元,占总营收的比重超过35%，“第二曲线”持续生长壮大。

去年
年轻工业经济运行态势总体平稳
规上增加值同比增长百分之五二三

本报北京2月4日电 (记者韩鑫)中国轻工业联合会近日公布2025年轻工业经济运行情况。数据显示:2025年,我国规模以上轻工业增加值同比增长5.3%,实现营业收入23万亿元。

“得益于提振消费专项行动深入实施,2025年,我国轻工业经济运行态势总体平稳,表现出较强的发展韧性。”中国轻工业联合会会长张崇和表示。

生产总体平稳。看行业,2025年,助动车、电池、塑料家具制造业增加值增速超过20%,家用电器制造业增加值同比增长4.6%。看产品,饮水机、洗衣机产量分别增长12.6%、4.8%,电热水器、空调、电冰箱、微波炉全年产量保持增长。

市场稳步扩大。2025年,轻工11类商品零售额86719亿元,同比增长7.8%。轻工商品零售额占社会消费品零售总额的比重为17.3%,较2024年全年提高1.1个百分点。

值得一提的是,消费品以旧换新政策加力扩围,相关商品消费潜力不断释放,政策效应持续显现。例如,2025年,限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额增长11%,自上年9月份以来持续保持两位数增长。高能效等级家电保持高速增长,2025年,家电以旧换新超1.29亿件,其中一级能效(水效)占比达到90%以上,家电市场呈现出明显的消费升级趋势。

“今年,随着一系列稳经济、扩内需、促消费政策措施深入实施并发力显效,轻工业韧性好、发展稳、潜力大的优势将持续显现,推动行业经济运行总体平稳、加快转型升级。”张崇和说。

辽宁海洋渔船更新改造效益好——

“这一换,值!”

本报记者 郝迎灿

新春将至,锦州湾畔的渔村处处洋溢着喜庆氛围。“以前开木船出海,风浪一来,心里就打鼓。”在辽宁锦州市太和区孙家湾村,渔民孙敬军把开了近20年的木船换成了全新的钢质渔船,“新船的抗风浪能力明显增强,遇上七八级大风也不慌,更安全。”

不光安全性能提升,新船的作业能力也大幅改善:渔网装载量从20张增至30张,航速从8节提升到10节。“跑得更快、装得更多,捕捞收获也更大,这一换,值!”孙敬军说。“老把式”换上“新坐骑”,源于辽宁大力推进海洋渔业船舶更新改造和减船转产工作,截至目前,辽宁已累计实施海洋捕捞渔船更新改造1326艘,减船转产1465艘。

作为我国北方重要的海洋渔业省份,辽宁现有海洋渔船2.5万余艘,其中,木质捕捞渔船、老旧捕捞渔船占比较高,渔业安全生产风险隐患较大。2025年10月,辽宁决定开展为期3年的专项整治,扎实推进涉海渔船“木改钢”工作,提升渔船本质安全水平。

不少渔民反映,渔船更新改造成本高,投入大,资金压力不小。对此,辽宁坚持“市场为主、政府引导、精准施策、分步推进”原则,积极协调金融机构支持渔船更新改造工作,加大对渔船更新改造的信贷投放力度。截至目前,辽宁银行机构累计发放渔船更新改造相关贷款2.16亿元。

本版责编:吕钟正 林子夜 韩文榕 制图:汪哲平

智能经济先行者

百度开启马年春节红包活动

依托月活用户超7亿的百度APP, 加快抢占AI入口

近日,百度开启马年春节红包活动,总额达5亿元。此次活动创新地将红包领取与AI功能深度绑定,1月26日至3月12日,用户通过百度APP使用文心助手即有机会领取现金红包。数据显示,活动上线以来,已吸引近5000万人次使用“拍照搜万物”“AIGC视频创作”等AI功能参与抢红包。

近年来,AI技术推动互联网入口概念发生迭代,从“汇聚流量的APP”转向“多模态的智能助手”。文心助手作为百度APP推出的AI智能助手,成为百度加快抢占AI入口的重要抓手。文心助手依托文心大模型和“百度猎户座”AI引擎,实现搜索服务与AI功能的深度重构,是集深度思考、多模态交互与全场景服务于一体的智能助手。

深度绑定AI功能,推动搜索用户转化为AI用户

与以往红包活动侧重点击与分发的逻辑不同,本次马年春节红包活动展现了百度深层的产品策略:以红包作为“引子”,引导用户深度使用AI功能。

百度将文心助手集成于月活用户超7亿的百度APP中,正是基于百度APP庞大的用户基础与高频率的搜索场景,借助春节这一高频互动时段,推动广大搜索用户平滑转向AI用户。

具体而言,用户需通过“拍照搜万物”“AIGC视频创作”等文心助手AI功能参与抢红包,而非简单点击。这种设计将红包领取与AI功能紧密结合,旨在培养用户使用习惯,让AI工具自然融入日常场景。用户在获得福利的同时,也完成了对文心助手AI能力的认知与使用。

月活用户超2亿,致力于打造“智能服务中枢”

截至目前,百度APP文心助手月活用户已突破2亿。这一数据不仅反映了文心助手的成长,也折射出中国AI应用市场的快速发展。

文心助手以“搜索+AI”为成长路径,将AI不再定位为单一聊天或垂直工具,而是以广泛的信息需求为起点,致力于成为可解决实际问题的“智能服务中枢”。

值得一提的是,1月27日,QuestMobile发布《2025中国互联网价值榜》,百度APP文心助手在“TOP15 AI赛道用户规模NO.1应用榜”中位列第一。

接入MCP服务,从“回答问题”转向“提供服务”

除了用户规模增长,文心助手更重要的演进方向是从“回答问题”转向“提供服务”,这主要通过接入MCP(模型上下文协议)服务生态实现。目前,文心助手已支持调用出行、娱乐、购物、金融、法律等第三方服务。

用户可在单一对话界面中完成“查询—决策—操作”的全流程,例如,从查询某地天气可直接跳转至预订机票、酒店,这得益于百度搜索开放平台接入的近5万个行业MCP服务。当前,文心助手正在尝试将各类移动互联网服务“折叠”进智能对话界面,实现一站式服务直达。

依托百度长期以来作为通用搜索平台的开放基因与协同优势,文心助手在整合跨体系服务时可更高效接入京东、美团、猫眼等第三方服务,逐步构建“智能服务中枢”。

构筑平台优势,助推AI行业迈入新发展阶段

中国AI行业的竞争已从早期的模型能力与用户增长,转向生态深度、服务广度与体验流畅度的比拼。

此次春节红包活动为百度APP文心助手带来了大规模的用户参与和显著的声音提升,而如何将短期热度转化为长期用户习惯,将广泛接入的服务转化为稳定流畅的体验,是百度下一阶段发展的关键。

对百度APP文心助手而言,月活用户超2亿既是一座里程碑,也意味着一个新起点。如何将“连接信息”的能力,持续升级为“调度服务”的平台优势,是文心助手在日趋激烈的行业竞争中亟需解决的问题。下一步,百度将加快打造“智能服务中枢”,努力成为用户日常生活中可信赖的智能助手。

数据来源:百度

广告