百度这些年在忙什么

本报记者 佘 颖

具备L5级自动驾驶能力的百度汽车机器人。（资料照片）

- 2021年第二季度 百度智能云营收同比增长 ▶ 71%
  - 持续保持高速增长
- 根据IDC报告 百度智能云AI Cloud市场份额连续四次排名第一
- 百度研发费用支出 63亿元 占营收比重超20%
- 百度核心在线营销服务收入同比增长18%
- 百度APP月活跃用户达5.8亿
- 日登录用户占比达77%

慧眼观企

作为BAT（B指百度、A指阿里巴巴、T指腾讯，是中国三大互联网公司首字母缩写）曾经的领头羊，百度这些年是肉眼可见地掉队了。不说市值与腾讯、阿里差了一大截，搜索广告业务和内容分发业务也多了字节跳动这个强劲对手。很多人都在唱衰百度。

看好百度的人也不少。这些人往往把它定义为一家人工智能公司。普通人说不清的AI，曾一度支撑百度股价逆势上涨。

这些年，百度到底在忙什么？他还是不是一家值得关注的科技企业？8月18日，在最新一期百度世界大会上，百度全面介绍了自己。

“技术男”确实有实力

这场世界大会的主题是“AI这时代 星辰大海”，言下之意是AI技术会带来一个新时代，但要有耐心才能守候到星辰大海，而不是眼前的几筐白菜。

百度没有画大饼。经过十几年的积累，百度人工智能已经有足够的实力展现成形的产品。具备L5级自动驾驶能力的百度汽车机器人率先登场——没有方向盘，没有司机座位，未来感的车身，车里的人工智能就像随时在线的服务员，满足乘客看电影、聊天、唱KTV、查询资料等各种需求。演员金晨和央视主持人就乘坐着这辆自动驾驶无人车，从北京驶向河北阿那亚景区，一路通达。下车时，汽车机器人还不忘提醒金晨后面有课，1小时之后会来接她。

从百度创始人、董事长兼CEO李彦宏在2017年百度AI开发者大会上，坐着Apollo试验车在北京五环路上因为轧实线被罚了200元，扣了3分算起，已有4年。目前，百度积累了超过2900项自动驾驶专利、路测里程超过1400万公里，到今天有了一个能像人类管家一样通畅对话，像人类司机一样平稳驾驶的L5级汽车机器人。

无人车离普通人并不遥远。今年年初，百度与吉利汽车合作成立了一家新的公司叫集度汽车，预计2年至3年内就会有车型推出。这是百度估值中最不确定也最值得期待的部分。

同时，百度还推出了无人车出行服务平台萝卜快跑。“以后在大街上看到印有萝卜快跑Logo车的时候，你就知道，这是一辆无人驾驶汽车，是普通用户可以通过一个APP打到的车。”李彦宏乐观估计，3年内萝卜快跑会进入30个城市。

除了打造“智慧的车”，百度还致力于与“聪明的路”协同，打造兼容当下面向未来的AI出行解决方案。大会现场，百度远程展示了一条位于保定的“聪明路”，通过在84个路口部署AI智能信控系统，交通信号灯可以自动识别车流量，从车等灯变成灯看车，在车流量较小的情况下，交通信号灯之间信号联动，甚至可以实现一个红灯也不亮。日常运作中，一条条“绿波带”使车辆行程时间平均缩短约20%。相关成果已在北京、广州、上海、重庆等30多个城市落地。普通人感觉不明显，是因为铺设量还不够大，而城市交通拥堵的基数较高。

百度智能云是百度成长最快的业务，已有泉州水务大脑、新疆国网电力、丽江城市大脑、苏州智能制造落地应用，在东京奥运会取得佳绩的中国跳水梦之队也与百度智能云合作。中国跳水协会主席周继红介绍，与百度智能云合作开发的“3D+AI”跳水训练系统，通过AI技术对训练视频进行摘要、动作抽取、姿势纠正等处理，进行快速归纳整理，突破了体育运动定量评价与数据分析的难题，将转瞬即逝的跳水动作精细化定格，寻找“一根针”入水的“冠军模型”。赛前训练的几个月，系统辅助训练的效果突出，运动员的训练效率提升了20%。

百度一直被称为中国互联网企业中的“技术男”。从这次汇报来看，“技术男”确实有实力。

“码农”也要吃饭

人工智能是百度现在最想要的标签。但从现实来看，它的业务内核还是广告业务。本次百度世界大会前夕，百度刚刚发布了二季度财报。

从业绩表现来看，百度大盘基本稳定，既没有跌破眼镜，也没有什么惊喜。财报显示，2021年二季度，百度实现总营收313.5亿元，较上年同期的260.34亿元增长20.4%，高于市场预期309亿元。值得注意的是，报告期内66.4%的营收依然来源于在线营销。虽然这个数据已经比前些年高达90%的占比少了一大截，但在线广告的支柱地位毋庸置疑。

这在某种程度上解释了为什么百度对于搜索广告不离不弃。没办法，再纯粹的“码农”也要吃饭。尤其是身上还背着人工智能这么一个需要巨额投入、暂时又不见多少产出的板块。

此外，百度正积极将人工智能付诸商业化。作为百度移动生态的核心，百度APP是“改刀”重点，在原有搜索基础上引入信息流，用人工智能的方式成为用户决策的辅助。百度APP的口号也升级为“百度一下，生活更好”。

所谓的决策，一方面来源于海量的搜索数据积累可以形成知识图谱，另一方面也因为百度背后连接了大量的用户和专业人士。

与微信超过12亿的月活用户规模相比，百度APP目前5.8亿的月活用户还有增长空间。如果能在拉新的同时，把用户留在APP内一站解决需求，百度APP的故事也会更好看。

除了手机里的APP和暂时无法普及的无人车，百度也试图将人工智能带入消费者的日常生活，推出了系列小度产品矩阵。小度智能音箱在全球排名靠前，其中有屏音箱位居全球出货量首位。本次世界大会，百度又推出了旋转智能屏、小度智能巨屏电视、小度智能词典笔和小度主动降噪智能耳机Pro等。

这些产品不算炫酷，却能实实在在卖货；虽然算不上独门绝技，却能让更多人体会到百度人工智能。而消费者的感知和认可，也是现阶段百度亟需的软实力。

今年3月，百度赴港二次上市，股价一度破发，本该开心的时刻颇有几分尴尬。当时，李彦宏发布了题为《爱这时代，星辰大海》的致股东信，信里说：从过去到现在，我们的信仰没有变，我们相信技术可以改变世界。我们也有决心、有耐心。我们熬得过万丈孤独，藏得下星辰大海。

现在，就看百度展现的技术实力能不能让投资者拿得住股票，等到百度的星辰大海了。

企业漫谈

无人车是百度的『复兴号』吗

佘 颖

一年一度的百度世界大会如期举行。不出所料，打头阵的果然是无人车，百度APP、小度智能音箱等大家更熟悉的“现金牛”反而排在了后面。

自打从中国互联网的第一梯队掉队，百度最受资本关注的故事就是无人车。目前全球新能源车发展是大势所趋，业内普遍认为新能源车的最终形态将是无人车。这不仅源自对科幻世界的向往，更重要的是，就像当年智能手机开启了移动互联网时代，智能汽车也被视为车联网的入口以及万物互联的重要场景，而智能汽车的决胜高地就是无人车的自动驾驶能力。

近两年，百度无人车Robotaxi已在多个城市投入运营，不赚钱，却向大众展示了无人车技术已相对成熟。本次世界大会，百度又发布了具备L5级自动驾驶能力的无人车，并宣布推出无人车出行平台萝卜快跑，让普通人也可以打到一辆百度Apollo无人车。这些举动秀出了百度自动驾驶的技术肌肉，也显露了百度对自动驾驶商业化的急切盼望。

在百度眼里，无人车就是那趟能让自己重回第一梯队的“复兴号”。但百度“复兴号”想要满速运转，光靠自己有车是不够的，还需要轨道。这恰恰是百度身为一家中国企业的幸运。

作为人工智能技术的集大成者，无人车需要给力的政策环境保驾护航，需要先进的制造业和完善的供应链降低成本。当然，还需要庞大的愿意尝新的消费者。今年发布的《中国消费者自动驾驶信心指数调查》显示，中国消费者对自动驾驶技术的信心指数为50分，较美国高出39%。这些是中国无人车的优势，也是百度无人车吸引人的重要原因。

有了车和轨道，无人车能把百度拉多远，现在还不好说。百度的选择之一是直接面向消费者销售车辆，目前已经与吉利汽车合作成立了集度汽车。Apollo无人车成本已压缩到48万元，集度汽车价格应该差不多。这个价格的无人车能否成为全球爆款，集度这个新品牌能否支撑足够的品牌溢价，还有待观察。如果新车成功了，参照特斯拉的估值，百度有希望重回BAT。

百度创始人、董事长兼CEO李彦宏曾表示，预计到2025年，自动驾驶出租车业务的总成本将低于有人驾驶网约车，业务可以单列。届时，百度或将会分身出一个无人版Uber。

无论如何，无人车已经给百度带来了复兴的希望，能走多远，就看实力和运气了。

“死磕”出来的500强企业

本报记者 王轶辰

- 有研究报告分析 到2035年，我国新材料产业市场规模有望超过 2万亿元
  - 未来的年均复合增长率将高达 15%以上
- 机构预测 2021年至2023年我国EVA光伏材料需求量分别为
  - 2021 75.1万吨
  - 2022 94.9万吨
  - 2023 107.1万吨
  - 每年新增15万吨至20万吨消费量
- 盛虹集团旗下斯尔邦石化EVA光伏材料年产能超过 20万吨
- 占全球EVA光伏材料产量 28.6%

凭借营收突破2652亿元，盛虹集团成为2020年国内新上榜《财富》世界500强的民营企业。在最新出炉的世界500强排名中，盛虹集团排名跃升至311位。通过贯通化纤到炼化的产业链，盛虹集团已然成为中国制造业中的“佼佼者”。

从解决中国乃至世界穿衣问题的纺织龙头，到一路向上游打通化纤、聚酯、石化、炼化的一体化产业集团，盛虹集团以领跑新能源、新材料赛道为契机，在行业内率先开启战略转型，决心再造一个新盛虹。

近日，盛虹集团董事长缪汉根主持召开战略转型会议。根据会议内容，盛虹集团将瞄准国家能源转型、产业安全和高端新能源、新材料短板，深入推进战略转型。“十四五”期间，盛虹集团将企业建设成具有“强大基础原材料保障能力，世界领先的科研与创新能力，世界一流的新能源新材料供应能力”的高新技术产业集团。

新能源、新材料是世界化工强国和跨国公司竞争的战略高地之一。有研究报告分析，到2035年，我国新材料产业市场规模有望超过2万亿元，未来的年均复合增长率将高达15%以上。

“我们要争取在1年内扩大新能源、新材料领域的领先优势，3年内实现一批新能源、新材料项目投产达效。通过提高我国高端新能源、新材料自给率，推动国家能源转型和产业竞争力提升。”缪汉根说。

以光伏产业为例，EVA光伏材料是光伏组件不可或缺的封装膜材料，具有高透光率、抗紫外线性、抗湿热黄变性等特点，能直接决定光伏组件的产品质量和使用寿命。有机构预测，2021年至2023年我国EVA光伏材料需求量分别为75.1万吨、94.9万吨、107.1万吨，每年新增15万吨至20万吨消费量。但与快速增长需求形成鲜明对比的是，由于技术工艺复杂、负荷提升难、危险系数高等原因，国产EVA光伏材料供应量十分有限，进口率曾长期在90%以上。

盛虹集团旗下斯尔邦石化通过自主研发打破国外垄断，EVA光伏材料年产能超过20万吨，占全球EVA光伏材料产量的28.6%，2016年投产后，降低进口依赖度30%以上。目前，公司正在规划新建EVA光伏材料项目，力争“十四五”期间，EVA光伏材料年产能突破100万吨，伴随国家“双碳”目标的推进，斯尔邦石化将极大幅度提升新能源、新材料的国产自给率。

相对于单点技术的突破，平台能力更有助于企业持续创新。今年6月份，盛虹集团每年1600万吨炼化一体化项目顺利完成，常减压蒸馏等首批核心装置业已交付，正式转入投产准备阶段。该项目采用国际领先工艺技术，在紧缺型化工产品结构占比上，实现了从50%提高到70%以上的大幅跨越。项目投产后，我国基础化工原料进口可降低10%左右，为后续“延链”发展新能源、新材料、电子化学、生物技术等战略性新兴产业提供了原料保障。

据了解，盛虹集团已经从三方面开始布局：一是围绕新能源领域，布局氢能、风能、太阳能及配套新材料项目，建设百万吨级EVA光伏材料生产基地、锂电池隔膜材料、电解液和氢燃料电池质子交换膜等新能源重大需求项目；二是围绕高性能新材料领域，布局建设国内最大聚烯烃弹性体（POE）产业化装置、特种工程塑料尼龙66和特种橡胶等国家重大战略需求项目；三是围绕低碳绿色产业领域，布局建设百万吨级PBAT可降解塑料、CO_2综合利用及回收提纯等环保型新材料项目。

“我们需要根据国家战略需求、产业需求，灵活调整研发和生产能力。”盛虹石化创新中心总经理安玉贤说，我们已经规划设立100亿元产业基金，用来攻关“卡脖子”技术难题，以及前沿新能源、新材料技术项目的快速落地。

本版编辑 王 琳 向 萌 美 编 王子萱