

飞书被整合 字节重押AI to B



用户使用的飞书产品和服务不变,但它背后的团队一分为二。7月30日,字节跳动进行to B(企业)组织调整,飞书产品团队与豆包产品团队整合,飞书负责人谢欣向豆包负责人赵棋汇报,飞书GTM(市场、销售、客户服务)团队与火山引擎团队整合,由火山引擎负责人谭待整体负责。重组后,飞书原有的产品和服务保留。

此次组织整合背后,字节正在进一步提升AI to B战略的优先级。2026年二季度,飞书新增客户中已有超九成同步采购飞书AI产品。按7月平均消耗口径统计,字节大模型业务ARR(年化收入)达40亿美元。在这一战略背景下,飞书的办公场景与客户资源正被更深地纳入字节AI体系。

团队一分为二

7月30日,字节跳动发布了一则意料之外的组织调整通知。

根据安排,飞书产品团队与豆包产品团队将整合,成立新的豆包产品团队,由豆包负责人赵棋负责,飞书负责人谢欣向赵棋汇报。

GTM(市场、销售、客户服务)体系方面,飞书GTM团队将与火山引擎团队整合,成立新的to B GTM组织“创造力服务平台(Creativity Service Platform)”,整体负责字节MaaS(模型即服务)和SaaS(软件即服务)等云服务的市场、销售和客户服务,由火山引擎负责人谭待负责,飞书销售负责人林娜、飞书战略及市场负责人史志隽向谭待汇报。

对于飞书与豆包、火山引擎相关团队的

整合节奏,北京商报记者采访了字节跳动相关人士,截至发稿对方未予回应。

飞书始于字节跳动,诞生于效率工程部门。随着字节跳动人员、业务的急速扩张和对异地协作需求的增长,这对信息的高速流转和办公效率提出了考验。先进企业协作与管理平台飞书应运而生。

2016年12月,字节跳动正式启动自研办公软件,项目内部代号Lark,2017年7月推出1.0基础版本,同年11月底字节跳动全面切换飞书(即Lark)。2019年,该产品前后分别面向海外和国内开放,2020年飞书向全国所有企业和组织免费开放。

六年来,飞书常被拿来与钉钉对标,包括两者服务的企业和组织数、新功能同质化、服务企业的类型以及解决方案背后的不同逻辑。

根据2024年飞书CEO谢欣在公司年度活动上披露的数据,2022年和2023年飞书ARR(年度经常性收入)分别是1亿美元和2亿美元,2024年预计达到3亿美元。

豆包进飞书

飞书与豆包的整合,不只发生在组织架构层面,产品端的绑定已经先行一步。

7月30日,北京商报记者打开飞书官网,页面出现“豆包进飞书啦”的弹窗。根据弹窗,“同时获得豆包专业版+飞书领航版,低至99元/月”,较单独购买豆包专业版(68元/席/月起)与飞书领航版(120元/席/月起)的价格合计,可节省89元/月起。

功能介绍中,该产品集成了企业AI助手,可提供智能问答、会议纪要、自动回复、群聊

总结、自动发定时任务,同时搭载Seed 2.1 Pro、Seedance 2.0模型,以及飞书办公套件,包括15TB存储空间、5万行多维表格行数、50万次/月自动化次数。

结合字节跳动的整体组织调整,这一弹窗并非临时促销,而是组织调整在产品端的直接映射。

根据字节跳动方面的说法,重组完成后,除原有的飞书产品和服务保持不变,飞书还将和豆包在生产力场景进行更深度的产品协作。

由飞书产品团队深度参与开发的豆包企业版,已经在部分飞书客户中开启内测。豆包企业版不仅拥有通用AI生产力工具的能力,而且原生集成了飞书生态体系。用户无需额外部署即可打通飞书文档、表格、会议、群聊等全办公场景,并支持基于企业自有知识库的精准问答与智能创作。此外,豆包企业版还配备了完善的企业级数据隔离、权限管控与安全审计能力。

在企业服务层面,新成立的创造力服务平台部,将会整合字节to B业务服务客户的能力,更好地满足企业客户的AI需求。

文渊智库创始人王超向北京商报记者表示:“在AI时代,飞书团队被整合几乎是必然的。现在字节跳动不能分散精力、到处出击。”

巨头的默契

在字节跳动内部,这一转向有着清晰的战略优先级。6月,字节跳动CEO梁汝波在火山引擎FORCE原动力大会上明确表示,“攀登AI高峰是字节当下最重要的事情”,并进一步指出,字节正“把精力重点聚焦到AI,在AI里聚焦到提升模型能力,在这个背景下,火山引擎MaaS业务正在变成字节的基础业务”。

据字节跳动方面披露,截至2026年6月,

豆包大模型日均Token调用量突破180万亿;按7月平均消耗口径统计,字节大模型业务ARR达40亿美元,超过国内其他模型公司ARR总和。

在这一数据面前,飞书作为独立SaaS(软件即服务)品牌的战略权重,已明显让位于将其拆解为AI能力落地场景的效率价值。“豆包代表字节大模型的C(用户)端,未来飞书代表的B端必须和大模型整合起来,才能释放更大的价值,否则会被大模型‘掏空’”,王超告诉北京商报记者。

类似的收缩与整合,正在其他巨头身上发生。

2026年3月,阿里成立Alibaba Token Hub事业群,首次设立悟空事业部,钉钉隶属其中,同期钉钉推出AI原生工作平台“悟空”。6月中旬,新任钉钉CEO陈宇森整合悟空与MuleRun两个团队,成立新的悟空团队。近日,阿里新的AI Agent(智能体)产品“千问办公”开始小范围测试,目前上线的是本地桌面客户端,后续将陆续上线网页端和钉钉内置版。

北京社科院副研究员王鹏认为,“这两家头部互联网企业都将企业级AI落地提升到了最高战略优先级,不再分散布局多条独立业务线,而是通过组织架构的深度重构,打通大模型、云服务与办公场景的全链路能力,全力抢占AI办公智能体的入口赛道”。

区别在于,“阿里是将钉钉整体纳入独立的AI事业群,以钉钉庞大的中小企业用户基本盘为底座,向外延伸大模型与智能体能力,走标准化强管控的普惠办公AI路线。字节的调整是将飞书产品团队并入大模型业务线,商业化团队并入云服务体系,以AI原生产品为核心指挥棒,推动办公能力向大模型载体深度融合。”王鹏表示。

北京商报记者 魏蔚

过半营收依赖中际旭创 猎奇智能IPO上会



排队逾7个月,苏州猎奇智能设备股份有限公司(以下简称“猎奇智能”)创业板IPO即将走入上市委会议的“考场”,根据安排,公司IPO将于7月31日迎来上会大考。本次冲击上市,猎奇智能营收、净利持续增长。不过,梳理公司招股书,北京商报记者注意到,猎奇智能营收依赖中际旭创,虽然报告期内对中际旭创的依赖降温,但仍有过半营收来自中际旭创。2025年,猎奇智能向中际旭创的销售收入占当期营业收入的53.42%。另外,猎奇智能报告期内合计现金分红6200万元,然而,公司此次IPO仍欲募资补流。

中际旭创贡献过半营收

深交所官网显示,上市委定于7月31日召开2026年第48次上市审核委员会审议会议,审核猎奇智能首发事项。

据悉,猎奇智能专注于光通信、半导体及汽车自动化等领域智能生产装备的研发、生产和销售。公司IPO于2025年12月26日获得受理,并于2026年1月13日进入问询阶段。

业绩表现方面,报告期内,猎奇智能营收、净利均实现持续增长。不过,2025年,公司扣非后归属净利润有所下滑。

财务数据显示,2023—2025年,猎奇智能实现营业收入分别约为2.98亿元、5.43亿元、6.98亿元;对应实现归属净利润分别约为8160.46万元、1.81亿元、1.82亿元;对应实现扣非后归属净利润分别约为9019.78万元、1.74亿元、1.71亿元。

今年上半年,猎奇智能预计实现营业收入5.5亿—6.05亿元,同比增长123.26%—145.59%;预计实现归属净利润1.58亿—1.74亿元,同比增长128.27%—151.38%;预计实现扣非后归属净利润1.52亿—1.68亿元,同比增长130.69%—155.01%。

亮眼业绩背后,猎奇智能“金主”中际旭创贡献了过半营收。

招股书显示,2023—2025年,中际旭创一直为猎奇智能第一大客户。猎奇智能对中际旭

创的销售收入分别约为1.8亿元、3.19亿元、3.73亿元,占营业收入的比重分别为62.19%、58.85%、53.42%。

对此,猎奇智能解释称,公司客户集中度较高,与下游行业发展趋势一致,与同行业公司不存在显著差异。此外,中际旭创作为光模块行业龙头企业、创业板上市公司,报告期内经营业绩良好且具有良好的透明度,不存在重大不确定性风险。公司与中际旭创合作关系具有历史基础,双方合作具有稳定性及可持续性,并且公司与中际旭创之间不存在关联关系,公司业务获取方式具有独立性,与中际旭创之间交易的定价具有公允性。

此外,猎奇智能在招股书中提到,公司已广泛开拓其他客户。报告期内,公司设备已广泛应用于索尔思、光迅科技、源杰科技、客户二、客户三、客户四等光通信行业龙头客户和知名企业,并与2025年全球前十光模块厂商(前十厂商排名来源于LightCounting)中的九家保持良好合作。

报告期分红6200万元

左手分红右手募资补流,是猎奇智能此次IPO过程中的又一疑点。经计算,公司报告期内合计分红6200万元。

本次冲击上市,猎奇智能拟募集资金约为9.13亿元,扣除发行费用后,将投资于高端智能装备制造建设项目、研发中心建设项目和补充

流动资金。其中,公司拟投入8000万元用于补充流动资金。

然而,拟募资补流背后,猎奇智能报告期内持续分红。2023—2025年,公司现金分红1200万元、1500万元、3500万元,合计分红6200万元。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛表示,公司IPO前现金分红需辩证看待。一方面,若公司盈利稳定、现金流充足,分红是对股东的合理回报;但另一方面,若分红后公司研发、扩产等资金需求依赖IPO融资,一定程度上也反映出公司长期发展资金规划合理性不足,影响投资者对其持续经营与成长能力的判断。

股权关系方面,昆山奔博直接持有猎奇智能1516.58万股股权,占公司总股本的36.77%,为公司控股股东;猎奇智能的实控人为罗超,其合计控制公司58.15%的表决权。同时,罗超担任猎奇智能董事长和总经理。

另外,报告期内,猎奇智能存货规模持续走高。

财务数据显示,报告期各期末,猎奇智能存货账面价值分别约为2.61亿元、3.11亿元、8.27亿元,占流动资产的比例分别为41.1%、32.32%、52.62%。猎奇智能表示,随着公司生产和销售规模的扩大,存货整体规模随之有所增加。

针对相关问题,北京商报记者向猎奇智能方面发去采访函进行采访,但截至记者发稿未收到公司回复。

北京商报记者 马换换 李佳雪

利润率跌至2.3% 宝马挥刀裁员

7月30日,宝马集团发布2026年上半年财报。财报显示,报告期内,集团营收622.66亿欧元,同比下降8%;净利润28.58亿欧元,同比下降25.75%;毛利率为14.13%,同比下降2.23个百分点。在中国市场,集团销量也出现明显下滑,上半年销量261999辆,同比下降20.4%。

在汽车业务板块,二季度的息税前利润(EBIT)为6.29亿欧元,息税前利润率则回落至2.3%,较2025年同期的5.4%大幅下滑,宝马集团指出,该利润率包含了二季度因关税上调带来的1.25个百分点的负面影响等,2026年上半年汽车板块息税前利润率为3.6%。

在交付量方面,今年上半年,宝马集团向全球客户共交付了115.67万辆汽车,同比下降4.2%,二季度交付约59.1万辆汽车,同比下降4.9%。

从各品牌来看,二季度,宝马品牌交付约50.9万辆汽车,同比下降7.7%;劳斯莱斯交付1252辆汽车,同比下降11.5%;MINI则成为集团唯一的亮点,二季度交付量约8.1万辆,同比增长17.1%,主要得益于纯电动MINI车型的强劲市场需求,截至目前,MINI已实现连续六个季度增长。

在此背景下,宝马集团下调2026财年全年业绩预期,预计税前利润将出现显著下滑,汽车业务息税前利润率预计在1%—3%区间。

在利润率大幅收缩之际,针对此前爆出的裁员传闻,宝马集团新任CEO米兰·内德科尔科维奇在本次业绩电话会上回应称,宝马已与工会达成人员重组协议,推出配套补偿的自愿离职方案,但并未给出具体的裁员人数。

此前有市场消息称,宝马集团裁员的原因之一是宝马近年来对新型电动车平台“新世代”投入了大量研发资

金。宝马集团2025年曾表示,随着“新世代”平台研发阶段结束,公司将削减包括人力成本在内的研发成本开支。

宝马方面表示,公司计划在2026年底前推出超过40款新改款车型,其中便包括在中国市场推出的首批新世代车型——长轴距版BMW iX3和BMW i3。上述车型在沈阳生产基地制造,专为满足中国客户的偏好开发,并融入了本地科技企业的技术。

北京商报记者走访终端市场发现,目前宝马新世代车型仍未到店。据北京一家宝马4S店销售人员介绍,BMW iX3将于8月8日—9日在北京举办城市首秀,并将于8月21日开幕的成都车展期间开启预售,预计年末进行交付。

产品结构方面,宝马集团二季度纯电车型交付占比达19.8%,同比提升1.9个百分点,欧洲区域纯电销量占比则为31.3%。宝马集团官方暂未披露其在中国市场的纯电车型占比,但今年6月,中国市场新能源零售渗透率已超62.8%,其中纯电渗透率达到42.8%,宝马集团在中国的电动化步伐仍相对滞后。

经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出,宝马正面临双重市场竞争压力:在海外市场,要直面中国新能源车企出海带来的份额争夺;在中国市场则受品牌形象老化拖累,导致其市场地位不断下滑。

盘和林建议,宝马应不断调整产品,推出符合市场定位的电动化、智能化车辆;品牌定价逻辑也需要与时俱进,在新能源车时代,品牌不能继续固守过往的高端定位,需要更加亲民才能稳住市场基本盘。此外,在设计上加大投入,“MINI的成功,一定程度上也说明宝马在产品设计上仍有可取之处”。北京商报记者 简雨葳