

北斗核心产业规模超1400亿元 迈入规模化应用期

本报记者 谭伦 北京报道

日前,工信部部长金壮龙在第二届北斗规模应用国际峰会上表示,经过不懈努力,我国北斗已成为世界一流的卫星导航系统,高精度、短报文等特色服务能力得到充分验证,具备全球服务能力。其中,2022年我国北斗核心产业规模超过1400亿元。

公开信息显示,北斗卫星导航系统,是我国自行研制的全球卫星导航系统,可在全球范围内全天候、全天时为各类用户提供高精度、高可靠定位、导航、授时服务,并且具备短报文通信能力,已经初步具备区域导航、定位和授时能力,定位精度为分米、厘米级别,测速精度0.2米/秒,授时精度10纳秒。

“三步走”走向全球

北斗也是继美国GPS、俄罗斯GLONASS之后的第三个成熟的全球卫星导航系统。

作为一款全球卫星导航系统产品,性能和精度是衡量其市场竞争力的核心指标。据中国卫星导航系统管理办公室主任、北斗卫星导航系统新闻发言人冉承其在2022年11月举办的国新办发布会上透露,北斗系统最初对外承诺的服务指标是10米定位精度,做到今天已实现了5米甚至更优,在局部地区可达到2~3米的定位精度。

“我们的授时精度对外服务的承诺是20纳秒,现在可以提供10纳秒授时精度。”冉承其表示,目前的北斗三号系统,也就是北斗全球系统,已经是世界一流的卫星导航系统,技术体制、信号设计等都是世界上最先进的,功能也很强大。

《中国经营报》记者从卫星产业人士处获悉,北斗系统的项目最早启动于上个世纪90年代,为了结合实际国情,我国为北斗卫星导航系统制定了“三步走”发展规划。第一步从1994年开始,至2000年年底,完成两颗北斗一号卫星发射,建成北斗一号系统,其服务范围仅面向我国。

第二步始自2004年,建设北斗第二代系统,即北斗二号进入研发期,在2012年发射14颗北斗二号卫星后,北斗完成对亚太大部分地区的覆盖并正式提供服务。随后,第三阶段向全球提供服务的北斗三号系统启动。2017年11月5日,我国利用长征三号乙运载火箭以“一箭双星”方式发射了北斗三号第一和

北斗产业则是基于北斗全球卫星导航系统发展而来的上下游全产业链。据国新办2022年11月发布的《携手构建网络空间命运共同体白皮书(以下简称《白皮书》)指出,2020年7月,北斗三号全球卫星导航系统正式开通,向全球提供服务,2021年,中国卫星导航与位置服务总体产业规模达到4690亿元,北斗产业体系基本形成,经济和社会效益显著。

《白皮书》预计,按照目前北斗系统的产值增加速度,2025年产业规模有望达万亿元。据金壮龙在大会上透露,截至目前,“北斗+”和“+北斗”广泛应用于交通、通信、农业、气象、电力等领域,助力各行各业加快数字化智能化转型,形成了深度融合、规模化发展的良好局面。

第二颗组网卫星,至此,开启了北斗全球组网的大幕。

在2020年前后发射30颗卫星后,北斗三号系统正式服役。据北斗卫星导航系统官方给出的统计,目前北斗系统在轨卫星共45颗,包括北斗二号卫星15颗,北斗三号卫星30颗,所有卫星均在轨提供服务,且健康状态良好,在轨运行稳定。

官方报告指出,目前北斗基本导航定位授时服务,空间信号保持稳定,近两年指标优于1米,空间信号连续性优于每小时0.998,可用性优于0.98。全球短报文通信、区域短报文通信、国际搜救、精密单点定位、星基增强、地基增强等特色服务,运行稳定可靠,均满足指标要求。

其中,国新办发布的报告显示,目前北斗三号在轨30颗卫星运行状态良好,天上300余类、数百万个元器件全部国产,性能优异。实测表明,全球定位精度优于5米,亚太地区性能更好,服务性能全面优于设计指标。

而据交通运输部北斗卫星导航系统应用工作领导小组办公室主任王松波在本次大会上介绍,2022年11月,国际搜救卫星组织宣布北斗系统正式加入国际中轨道卫星搜救系统,成为继定位导航授时服务后第二个获得国际组织认可的全球服务。此外,北斗也是继美国GPS、俄罗斯GLONASS之后的第三个成熟的全球卫星导航系统。

迈入规模应用

目前全国800万辆重点道路营运车辆、4万辆邮政和快递干线车辆,全部应用北斗系统。

“北斗卫星和北斗产业,目前基本已发展成两个概念。其中,北斗卫星的产业链相对独立,而提到后者,更多是指针对融合北斗系统发展而来的应用产业。”在解析当前北斗产业的产业图谱时,Omdia电信战略高级首席分析师杨光向记者表示。

按照当前主流的产业架构划分,基于北斗卫星导航系统发展出的产业链包括卫星侧、地面侧和应用侧三大部分。其中,卫星侧涵盖卫星设计、研制

及发射等环节;地面侧包括主控站、注入站、监测站以及地基增强系统建设等;而应用侧,则包括卫星导航的具体应用和相关产业链环节。

“应用是目前整个北斗产业中最受市场关注的部分。”杨光向记者表示,北斗应用市场目前主要分为行业和服务两块,前者发展较早,在农业、气象、应急救援等领域深入应用且相对成熟;后者随着近年来手机中卫星导航与位置服务的兴起逐步发展起来,

尤其是自2022年手机卫星通信功能商用以来,成为当前最受市场关注的细分产业。

《2023中国卫星导航与位置服务产业发展白皮书》数据显示,2022年,我国卫星导航与位置服务产业总产值达5007亿元,同比增长6.76%。其中,由卫星导航应用和服务所衍生带动形成的关联产值达3480亿元,同比增长7.54%,占总产值的69.5%。

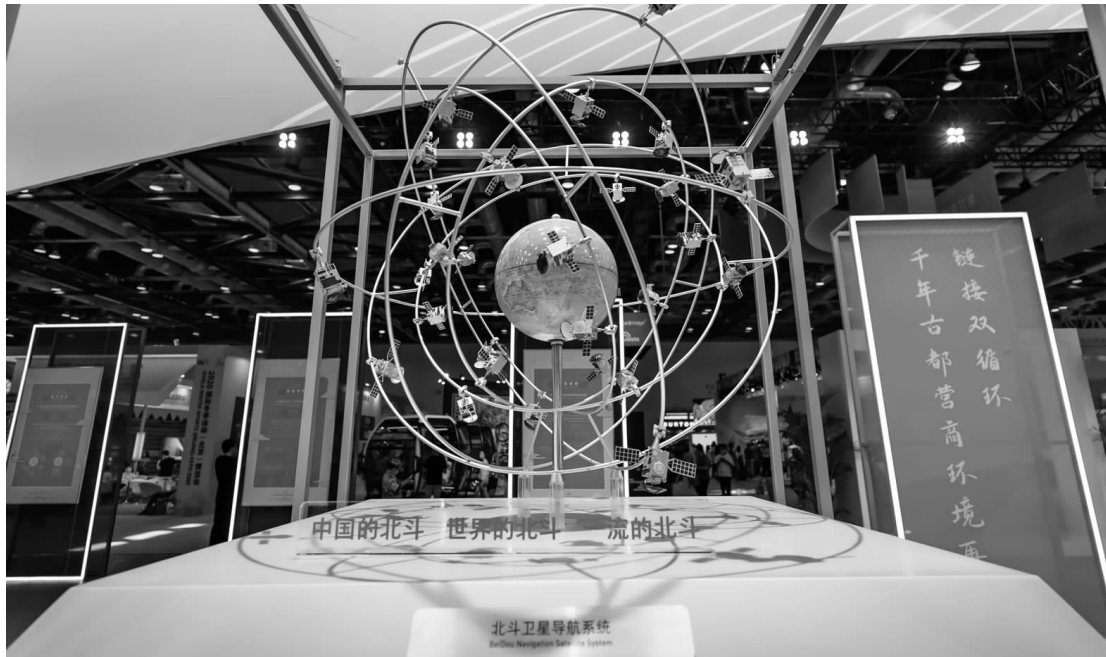
以最受关注的车联网为例,王松波表示,目前全国800万辆

重点道路营运车辆、4万辆邮政和快递干线车辆,全部应用北斗系统。而在农业领域,据中国卫星导航系统管理办公室提供的数据,北斗系统为超过10万套农机自动驾驶系统提供了便利,“北斗+农机”大力赋能农业生产活动。

在消费级市场,北斗的“成”也在持续扩大。中国北斗卫星导航系统官方发布的最新报告指出,据不完全统计,系统开通以来,包括华为、小米、苹果等国内外主流智能手机厂商均支持北斗。北斗正在成为智能手机、手表等大众消费产品定位功能标准配置。2022年国内新入网的智能手机支持北斗出货量共计2.6亿部,占比达到98.5%。

值得关注的是,2022年7月30日,北斗三号短报文通信服务成果发布,实现了北斗短报文通信以“不换卡、不换号、不外加外部设备”方式融入大众智能手机,全球首次实现大众智能手机卫星通信能力,在亚太区域大众用户可享受北斗三号短报文通信服务。

记者了解到,目前全球范围内已经有137个国家与北斗卫星导航系统签订了合作协议,随着全球组网成功,北斗未来的国际应用空间将会不断扩展。



2022年我国北斗核心产业规模超过1400亿元。

视觉中国/图

提升北斗竞争力

北斗发展目前面临的主要课题就是在应用端,要逐渐地向更深度应用发展,而不是面上的应用。

规模应用的铺开,让北斗在走向全球规模最大的卫星导航的路上更进一步。但与此同时,与各行业的进一步融合,以及迈出国门后面临的竞争,也成为摆在北斗眼前的最大挑战。

此前,国防科大电子科学学院导航中心副总师孙广富教授公开表示,北斗发展目前面临的主要课题就是在应用端,要逐渐地向更深度应用发展,而不是面上的应用。所谓“深度应用”,就是要融入各行各业当中去。

对此,金壮龙在本届大会上强调,下一步,将重点加快北斗在重点行业的应用。他表示,将充分利用北斗系统高精度时空基准

信息,加快北斗与移动通信、惯性导航、高精度视觉等技术融合创新。同时,积极拓展北斗在工业互联网、物联网、车联网等新兴领域应用,助力工业企业“智改数转”,培育“北斗+”新模式新业态,促进形成新质生产力。

而在大众消费市场,工信部也将落实《关于大众消费领域北斗推广应用的若干意见》。金壮龙表示,将聚焦智能手机、穿戴设备、车载终端、共享两轮车等典型产品,扩大终端应用规模,加快构建应用基础设施,推动形成更多高质量的北斗时空服务。实施北斗大众消费领域应用推广行动,培育一批好用易用的新产品、新应用。

记者注意到,目前,基于北斗高精度的车道级导航功能,已在国内8个城市成功试点,未来计划向全国普及。此外,“定位查询”“绿灯导航”“共享位置报平安”等特色服务功能已应用于大众出行。截至今年1月,国内知名地图调用的北斗卫星日定位量超3000亿次。

此外,面对走向国际化后的竞争挑战,中国卫星导航系统管理办公室已在今年3月公开表示,今年我国将发射1至3颗北斗组网备份卫星,进一步提升星座稳健性和可用性。该办公室表示,在加速推进北斗规模应用市场、产业化、国际化发展的同时,未来将积极发展多种导航定

位授时技术,2035年前建成以下一代北斗系统为核心,更加泛在、更加融合、更加智能的国家综合时空体系,提供基准统一、覆盖无缝、安全可靠、便捷高效的定位导航授时服务。

对此,金壮龙也在本次峰会上强调,下一步,工信部将支持国内企业与全球供应深化合作,鼓励中外科研团队联合研发,欢迎更多外资企业参与到北斗发展中来。加强与3GPP等国际组织密切合作,推动北斗进入国际标准体系。面向新兴市场国家和发展中国家,加强市场对接和科技人才交流,推动共建“一带一路”,为促进全球共同繁荣注入新动能。

抖音入局“小时达” 巨头激战即时零售

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近日,抖音上线了“小时达”业务,市场普遍认为该业务与美团“闪购”业务、京东“小时达”等即时零售业务平台展开了竞争。用户可以在抖音上搜索小时达,也可以通过抖音

抖音试水

抖音小时达内的商户除了可以通过同城推荐卖货,还可以通过直播来卖货。记者在抖音小时达搜索发现,各类商品均显示60分钟送达,不知后期是否会有所提升。

实际上,早在2022年8月,抖音就曾首次试水小时达服务,并将深圳设为首个试点城市。经过一年多的滚动,小时达服务的势力范围不断扩大,目前已覆盖北上广深、杭州、成都、重庆、合肥、福州、武汉、苏州、天津、西安等城市。

今年9月,成为抖音电商对外打响即时零售第一枪的关键节点。为了让小时达业务能够得到进一步曝光和造势,抖音电商选择加入今年由各大即时零售平台发起的新版iPhone抢购大战。

抖音电商宣布,9月15日晚8点起,用户只需打开抖音App,搜索“iPhone新品”,在“商品栏”下,点击标记小时达的产品直接下单,或搜索“Apple授权专营店”进入店内/直播

商城进入小时达业务。《中国经营报》记者发现,小时达业务已经上线了蔬果、肉蛋水产、米面粮油、服饰鞋包、美妆、手机数码、药品等类目。

盘古智库高级研究员江瀚向本报记者说,“与美团相比,抖音小时达业务有着自己的优势和劣势。优势

在于,抖音有着强大的社交属性。用户可以通过抖音短视频了解商品,再通过小时达服务快速购买,形成了从了解到购买的完整闭环。而劣势则在于,抖音小时达作为后来者,在配送网络和商家资源上可能还没有美团那么完善。”

要建立更完善的物流体系和配送服务。此外,抖音需确保配送速度和服务质量达到用户期望的水平,以提供良好的购物体验。据媒体报道,抖音目前正在搭建配送产品能力,包含骑手作业平台、商站作业平台、物流基础能力、派单策略等相关模块。完善配送产品能力,也将进一步提升抖音电商的物流配送体验,以期在当前的配送环节的竞争中,打好基础。记者向抖音方面求证相关业务未来的布局规划,对方称不便回应。

在市场前景方面,即时零售被认为是电商市场的新增量。根据商务部发布的《即时零售行业发展报告》,近年来即时零售一直保持50%以上的年均增速,2022年即时零售的市场规模已经达到5042.86亿元,预计2025年的市场规模将较去年翻3倍。抖音显然很看好这一市场机会,其超7亿日活的巨大流量,也给了抖音入局即时零售赛道的底气。

然而,即时零售的市场前景虽好,但面临的挑战亦不小。目前,即时零售赛道已经是互联网巨头的核心战场之一,美团、京东、阿里巴巴等早有布局。根据交银国际数据,美团包含美团闪购(平台)及美团买菜(自营前置仓)2022年总销售额合计1600亿元,排名第一;其次是饿了么(不含外卖),估算交易额1080亿元;然后是京东到家,交易额合计630亿元。该机

构数据显示,上述三大巨头已经占据了75%的市场份额。也就是说,抖音要想切走即时零售市场的蛋糕,需要先打败强大的对手。

京东在8月将“小时达”作为App首页的一个TAB(标签),并设置了小时达专区。而淘宝App内,小时达业务(淘鲜达)放置在首页App的频道内,而美团则是在今年的App迭代中,将外卖、小时达等业务统统放置在首页顶端的外卖专区内。

根据公开资料,抖音主要依赖达达、闪送和顺丰同城这三大大平台进行小时达服务。这

巨头激战

三家平台都表示,只要在抖音下单,它们都能做到即时送达。京东经过多年物流经验积累,以及跟达达的合作,能做到小时达、次日达,且入库商品能够保证质量。阿里巴巴收购饿了么后,为400个城市提供配送服务。饿了么蜂鸟业务,也为大润发、欧尚、顾客隆等近千家商超提供配送服务。简单说,就是“零售版的饿了么+渗透的商超”。美团有多个配送渠道,除自己的配送服务外,合作的有蜂鸟、UU跑腿、顺丰、闪送等。

京东2023年一季度财报显示,京东小时购GMV(商品交易额)同比增长60%,已与超过30万家实体店展开合作,在超过2000个县市提供小时购业务。

到了今年二季度,京东将即时零售服务统一更名为小时达,包括京东App重要人口之一的城市频道名称改为小时达。根据京东财报,今年第二季度,小时达频道的日活用户同比增长超过100%,成交额同比增长超过300%。

江瀚认为,从抖音小时达

的发展情况来看,其背后依托的是抖音这个巨大的流量池。抖音作为一款短视频应用,拥有数亿的用户和很高的日活,这为小时达提供了源源不断的用户基础。在如此庞大的用户基数上,抖音小时达有着很大的发展空间。

艾瑞咨询的数据显示,预计2026年即时配送服务行业订单规模将接近千亿量级,达到957.8亿单,2021—2026年年复合增速为28.0%,行业整体仍处于快速发展阶段。在传统的零售电商逐渐触碰到增量天花板的背景下,即时配送或许能为平台带来新的增长点。

“针对未来的布局,抖音小时达可以首先着眼于拓展商家资源,为消费者提供更多元化的选择。只有商品丰富,才能吸引更多的用户。其次,抖音小时达还需要持续优化其配送服务。配送的效率和准确性是消费者关心的重点,也是小时达服务的核心竞争力所在。通过技术和数据的驱动,提高配送效率,减少配送时间,将有助于提高用户满意度。”江瀚说。