

北斗三号全球卫星导航系统近日正式开通。在国新办8月3日举行的新闻发布会上,北斗卫星导航系统新闻发言人冉承其表示,10年来,我国卫星导航与位置服务产业总产值年均增长20%以上,2019年达到3450亿元,2020年有望超过4000亿元;服务7大类应用的北斗接口控制文件的发布,将进一步推动北斗在各行各业的应用。

据透露,下一代北斗建设已经着手,将在2035年前建设更智能、更泛在、更融合的北斗系统,将对室内到室外、深海到深空形成立体覆盖服务。



新华社图片

行业应用加快推进

下一代北斗建设已经着手

□本报记者 杨洁

应用道路依然漫长

新闻发布会上,北斗定位导航授时(B2b)、星基增强(BDSBAS-B1C)、地基增强、精密单点定位(PPP-B2b)、国际搜救共5类服务的接口控制文件对外发布。同时,区域短报文通信、全球短报文通信2类服务的接口控制文件将定向发布。冉承其表示,北斗系统发布的接口控制文件已覆盖全部7类服务,便于全世界企业关注、使用、研制、生产北斗产品,让北斗产品更早地深入到各行各业。

冉承其表示,相比系统建设,北斗未来应用道路依然漫长。要着重做好几方面工作。首先,构建完整的政策保障体系,如建立相应的法律保障、相应标准等,构建让北斗更好发展的产业环境。第二,推进北斗体系更加开放、更加融合。第三,进一步推动卫星导航和新兴技术融合,如5G移动通信、大数据、互联网等。第四,进一步注重科研创新。

对于5G和北斗系统的关系,冉承其介绍,随着5G时代的到来,人们对时间和位置会提出更高要求。从目前情况看,只有卫星导航系统能够提供更高精度的位置和时间信息,5G和北斗卫星导航系统具有天然的融合性。

冉承其认为,北斗和5G等技术的融合,会催生出新兴产业,带来新的经济增长点。“国内企业正在致力于将北斗高精度应用和5G融合,这在自动驾驶、互联网汽车方面将有很多创新应用。互联网汽车只是其中一个方面,无人化、智能化是北斗+5G带来的新变化。”

构建时空信息服务基础设施

冉承其介绍,按照规划,2035年前我国将建成更加泛在、更加融合、更加智能的国家综合定位导航授时体系,为未来智能化、无人化发展提供核心支撑,并将融合新一代通信、低轨增强等新兴技术,大力发展量子导航、全源导航、微PNT等能力,构建覆盖天空地海、基准统一、高精度、高智能、高安全、高效益的时空信息服务基础设施。

建设之初,北斗系统就把向全球提供更好服务作为追求目标。冉承其介绍,北斗与其他卫星导航系统的合作取得了良好进展,与美国GPS、俄罗斯GLONASS、欧盟GALILEO都签署了双方兼容互操作协议或合作备忘录。

目前,北斗相关产品已出口120余个国家和地区,向亿级以上用户提供服务,基于北斗的国土测绘、精准农业、数字施工、智慧港口等已在东盟、南亚、东欧、西亚、非洲成功应用。

冉承其表示,根据全球连续监测评估系统最近一周的测算结果,北斗系统的全球实测定位精度均值为2.34米。结合地基增强、精密单点定位,还能提供最高厘米级定位服务。

冉承其表示,高精度是北斗今后无往而不胜的一张牌,北斗高精度应用进入手机未来可期。“如果使用高精度应用的手机,开车可以实现车道级导航。”

“依靠天上的卫星系统,地面建立了一张高精度增强网。中国境内有接近3000个地面站,最高能够实现实时处理厘米级、事后处理毫米级的高精度,可以对泥石流等进行实时监测、提前预警,为转移人员、实施抢救赢得时间。”冉承其说。

今年产值有望突破4000亿元

冉承其介绍,北斗产业链所有环节全部打通,构建了集芯片、模块、板卡、终端和运营服务为一体的完整产业链。

芯片方面,北斗28nm工艺芯片已经量产,22nm工艺芯片即将量产,实现国际一流。他表示,国际卫星导航系统芯片最先进的工艺就是22nm水平,由于中国企业积极参与,芯片价格大大降低,最便宜的芯片价格(含税)约6元人民币。高精度的板卡10年前最贵要10余万元人民币,现在不到3000元人民币,极大促进了北斗产业加快

成熟,并有效扩大应用。

终端方面,冉承其称,目前大部分智能手机支持北斗功能,支持北斗地基增强高精度应用的手机已经上市。

应用方面,北斗系统已全面服务交通运输、公共安全、救灾减灾、农林牧渔、城市治理等行业,融入电力、金融、通信等核心基础设施建设。例如,北斗在中欧班列运输、京张高铁建设运营、民用航空等方面得到应用,基于北斗的高精度服务在抗击疫情和南方水灾中发挥了积极作用,并正在加速与新一代通信、区块链、物联网、人工智能等新技术深度融合。

冉承其介绍,10年来我国卫星导航与位置服务产业总产值年均增长20%以上,2019年达到3450亿元,2020年有望超过4000亿元。

北斗导航概念股8月3日集体爆发,截至收盘,北斗星通、天奥电子、合众思壮、中国卫星、中国卫通、航天彩虹、航天发展、航天科技、中航高科等多股涨停。北斗星通在互动平台表示,公司28nm芯片已经规模量产应用;22nm芯片目前处于客户验证阶段,预计明年大规模量产。多伦科技表示,公司北斗卫星应用技术研究院研发应用北斗卫星差分定位技术实现了厘米级高精度定位,主要应用于驾驶员考试、培训,以及公交优先、特种车辆监管等智能交通场景。

增近九成

7月重卡销量再超预期

□本报记者 崔小粟

第一商用车网8月3日数据显示,7月份我国重卡市场预计销售各类车型超过14万辆,环比下降16%,同比增长89%;今年1-7月,重卡市场累计销售约95.92万辆,同比增长31%。

分析人士表示,市场销量再度刷新,叠加行业需求景气高企,预计全年重卡销量或可达140万辆,增速将达19%。

多家企业销量报喜

8月3日晚,华菱星马披露产销快报,7月份公司中重卡(含非完整车辆)销量为1653辆,同比增长67.31%;1-7月中重卡(含非完整车辆)累计销量10997辆,同比下降0.7%。

7月份,福田汽车实现汽车销量61976辆,产量66565辆,同比增幅分别达66.64%、91.68%。1-7月份,累计汽车销量为382144辆,同比增长23.49%;累计产量为369957辆,同比增长20.67%。其中,重型货车7月销量为15071辆,同比增长179%,1-7月重型货车累计销量为92965辆,同比增幅达80.8%,成为拉动总销量增长的核心力量。

第一商用车网指出,推动7月份乃至三季度重卡市场继续增长的驱动力,与上半年的利好因素基本一致。今年以来,国三柴油货车提前淘汰政策,叠加二季度重卡行业订单回暖及各地治理超载持续趋严,为2020年重卡市场创造了空间。各地治超力度不减,尤其是对国道、乡村道路的中短途支线超载治理趋严,推动大量购买合规重卡、标载重卡和轻量化重卡需求。重型自卸车销量逐月走高,与基建工程项目开工季后移及由此导致的工程车需求旺季移有直接关系。

商用车表现亮眼

随着国内疫情得到有效控制及促进汽车消费政策的持续带动,我国汽车行业逐渐复苏,商用车市场表现明显优于乘用车市场。

中汽协数据显示,6月国内汽车产销分别完成232.5万辆和230万辆,环比分别增长6.3%和4.8%,同比分别增长22.5%和11.6%;上半年,我国汽车产销累计完成1011.2万辆、1025.7万辆,同比分别下降16.8%和16.9%。其中,商用车逆势上行,6月销量53.6万辆,同比增长63.1%。1-6月,商用车累计销量238.4万辆,同比增长8.6%,货车产销同比分别增长11.5%和10.8%。

业内人士指出,蓝天保卫战要求2020年底前京津冀及周边地区、汾渭平原淘汰国三及以下排放标准营运中型和重型柴油货车100万辆以上,明确了国三商用车淘汰的具体目标。此后,河南、河北等地也相继出台了国三商用车淘汰数量的指引性政策。

华西证券称,根据G7智慧物联统计,公路货运流量景气指数、货运枢纽吞吐量景气指数环比持续改善,到4月中旬景气度已恢复至2019年旺季水平。中长期看,物流重卡销量与GDP相关性高,周期性波动较小,有望带动重卡销量中枢继续上移。随着二季度以来基建项目陆续启动,工程重卡销量环比显著改善,下半年有望贡献弹性。

8月TV面板价格将延续上涨势头

□本报记者 吴科任

今年以来,TV面板市场价格呈“N”形走势。多家市调机构认为,8月份TV、Monitor(显示器,不含工业用)、笔记本等终端使用的液晶(LCD)面板价格将维持上涨态势,有望延续至9月。由于不确定性因素太多,四季度暂不好评估。

涨幅或放缓

集邦咨询表示,行业产能逐渐收敛,尽管面板厂产能恢复至满载状态,但下游客户备货需求强劲,三季度LCD TV面板价格将出现跳跃式的涨幅。32英寸、43英寸、55英寸、65英寸面板价格7月每片已分别上涨3美元、3美元、6美元和4美元。

奥维睿沃表示,三季度全球TV品牌积极争夺市场份额,采购计划积极。尤其是北美市场被寄予厚望,预计三季度北美整机出货量将继续大幅增长。不过,整机厂商库存水位上升,为市场增加了不确定因素,出货进度受阻将对面板价格涨幅有一定抑制作用。但价格仍将继续上涨,预计8月份32英寸到75英寸LCD面板将上涨3美元-5美元/片。

群智咨询表示,7月主流尺寸TV面板价格涨幅有所扩大,价格过快上涨恐将挤压部分需求,预计8月将维持上涨趋势,但涨幅或放缓。32英寸的涨幅将从7月的3美元/片收缩为2美元/片,39.5英寸-43英寸的涨幅将从7月的3美元-4美元/片收缩为2美元-3美元/片等。

笔记本方面,群智咨询认为,三季度各品牌采购策略积极,教育机和超级本需求旺盛。同时,消费市场逐步复苏,进一步拉动终端需求。分析人士表示,当前面板厂不再采取激进的低价竞争策略,而是主动调整产品结构控制供应规模。

内地厂商份额上升

根据集邦咨询的报告,上半年全球TV面板出货量为1.29亿片,同比下降8.4%。

群智咨询指出,尽管LCD TV面板出货量下滑,但受大尺寸化趋势拉动,上半年出货面积降幅只有2.3%至7560万平米。对于出货量萎缩的原因,该机构认为,受疫情影响,上半年新增产能释放受阻,供应规模不及预期;韩厂加快退出TV面板市场,部分产能稼动率大幅降低;面板厂将更多产能释放给盈利性更好的应用,进一步挤压了TV产能规模。

从上半年全球TV出货情况来看,中国内地厂商的市场份额快速上升。群智咨询指出,上半年,受益于产能增长和韩厂退出,中国内地面板厂商的出货数量在全球的市场份额较去年同期上升9.3个百分点至55.5%,出货面积的市场份额上升11.9个百分点至59%。集邦咨询预计,今年全球LCD TV面板出货量为2.7亿片,同比下降7.3%,而中国内地面板厂商的出货占比将跃升至57%。

企业方面,上半年出货量及出货面积前三强依次为京东方、TCL华星和群创光电。其中,京东方出货量下降,但出货面积增长,TCL华星出货量和出货面积均增长。

发力补短板 医疗基础设施掀起投资热

□本报记者 康书伟

职工公寓住不下的人员安排在集装箱临时房。“幸亏及时恢复施工建设,晚些时候就进入了施工队伍荒,各地都在抢人,项目建设的难度系数会大很多”。最终,该项目在4月28日快速投产。

此后不到半年的时间,蓝帆医疗快速上马了一系列手套项目。2月,公司启动了年产20亿只PVC健康防护手套项目和第三期年产20亿只健康防护(新型手套)项目;2月11日公告了6000万副/年手术手套项目以及新增12.5亿只/年TPE防护手套项目;7月2日,总投资33.87亿元的300亿只医疗健康防护手套一期项目正式开工。

前几年,公司通过并购切入心脏支架等高端耗材领域。面对疫情,蓝帆医疗及时调整了战略重心。刘文静介绍,规划项目全部投产后,公司产能将达到600亿只,将成为全球手套品类最全、产业布局最合理,拥有最完整产业链的公司。

需求激增

与蓝帆医疗比邻而居的同行业公司英科医疗也在迅速扩产。最近半年,公司先后与多地政府签署投资合作协议,粗略统计协议约定的投资额总额近80亿元。

奥美医疗上半年则推出了总投资约10亿元的计划,主要产品为熔喷布、高品质滤材、高品质隔离服等感染防护产品。公司接受机构调研时表示,疫情之后,口罩需求至少是以前的8-10倍。以前是季节性需求,现在去医院戴口罩是一种常态;此外,政府有

储备的需求。同时,医院对院内感染的重视程度提升,防护服、隔离衣、手术衣的需求也会上升。

迈瑞医疗拟对武汉研究院项目追加投资。预计迈瑞医疗武汉生产基地项目及武汉研究院项目总投资额不超过45亿元。公司在接受机构调研时表示,国内加大力度建设重症ICU、传染病医院、发热门诊等医疗设施,带来的不只是1-2年的增长。

重症设备的采购预算和传染病医院基础设施建设需多年才能完成,重症和传染病医护人员的人才培养亦非一朝一夕之事。长远看,国内人均ICU床位数、医疗投入占GDP比重、药械比等方面和欧美发达国家和地区差距仍然很大,国内医疗器械市场将持续增长。

疫情之前,医院用呼吸机是医疗器械领域中市场规模很小的一个品类,但疫情迅速地放大了市场容量,包括战略储备以及在重症医学领域的应用等。

重构产业链

除了加速产能扩张,完善产业布局是医疗器械公司未来发展一大方向。刘文静表示,疫情催生全球产业链重构,一些地区形成自我配套的产业链成为趋势,这对国际化企业而言是一轮新的机遇。

以手套行业为例,刘文静表示,医疗及防护手套的全球主要产能约三分之二在东南亚,三分之一在中国。医用手套作为产业链配套要素较高的产业,在疫情冲击下,部

分国家和地区的产业链配套资源受到较大影响,制约了产能有效发挥。而中国产业配套要素齐备,优势明显,在疫情中发挥了中流砥柱的作用。

根据马来西亚手套行业协会数据,2019年度马来西亚一次性手套产量占比约为63%,泰国占比约为18%,中国占比约为10%。从细分产品看,PVC手套全球产能的90%在中国,产能集中在约40家企业。其中,蓝帆医疗以150亿只的产能占据市场第一;乳胶和丁腈手套全球产能的70%在马来西亚。Top Glove是全球最大的丁腈、乳胶和手术手套制造商,截至2020年6月底的产能为787亿只。

业内人士表示,国内防护手套企业这一轮投资,加上人力资源、生产成本、自动化控制方面的优势,有望颠覆全球手套产业格局。方正证券研究报告指出,根据各家企业的扩产计划预测,2024年蓝帆医疗、英科医疗的产能规模将超过马来西亚绝大部分手套厂商,与Top Glove、Hartalega公司同列第一梯队。

奥美医疗则表示,目标是复制医用敷料细分领域成为全球出货量最大企业的成长路径,把感控系列产品做到全球规模最大。

迈瑞医疗在接受机构调研时表示,公司的呼吸机、监护仪等设备大量进入海内外全新高端客户群,大大缩短了公司品牌和产品的推广周期,品牌影响力和客户群突破实现质的飞跃,未来有望加速提升产品渗透率和市场占有率。

企业方面,上半年出货量及出货面积前三强依次为京东方、TCL华星和群创光电。其中,京东方出货量下降,但出货面积增长,TCL华星出货量和出货面积均增长。