

中科星图总裁邵宗有：

把超算引入低空 构建“星图低空云”

中科星图强化低空经济领域的布局。1月18日，中科星图发布“星图低空云1.0版本”，并宣布成立中科星图低空云科技有限公司（筹）。

低空经济市场规模巨大。中科星图党委书记、总裁邵宗有在接受中国证券记者采访时表示，未来五年中科星图将坚持“向天补强、向空发展”，为我国低空经济产业高质量发展贡献星图力量。

●本报记者 杨洁



视觉中国图片

空域管理离不开算力支撑

当前，低空经济发展浪潮澎湃。邵宗有认为，计算对于低空经济发展的意义重大，中科星图要结合自身优势“以天强空、以算制空”。

中国工程院院士陈志杰表示，城市低空百级的网格化空域管理，需要建立网格坐标系统，构建全新的时空数据管理引擎，提升低空域的精细分配与动态管理能力，从而支撑大规模、高密度、高复杂度的低空运行场景。

搭建一朵“低空云”

通过对低空空域实现高性能计算，中科星图搭建的“星图低空云”有了底座支撑。邵宗有说：“中科星图通过构建一朵‘星图低空云’，建设两个低空试验场，打造N个区域示范，挖掘M个行业场景，加速低空应用场景化拓展。”

1月18日，中科星图发布星图低空云1.0版本。邵宗有说，这是中科星图未来五年强

网格化的大规模、高密度、高复杂度的空间管理离不开算力的支撑。邵宗有向记者表示，低空空域管理本质上是计算问题。“低空经济需要数字化空天系统和控制平台的支撑，迫切需要通算、超算、智算一体的算力支撑。高算力、高密度、低功耗、高可靠是低空经济发展的方向。”

面向低空空域管理需求，中科星图推出G-DGGS（GEOVIS Discrete Global Grid System）理论体系，该体系基于

OGC-DGGS国际标准框架，兼容GeoSOT国家标准，充分考虑数字地球数据组织的现状及低空空域数字化应用特点，致力于打造“高性能可计算低空空域”，通过模型简化、计算优化和数据强化，实现对低空场景的高效管理和精准服务。

邵宗有介绍，该体系覆盖的空间范围为地面以上至1万米，高度域采用等距剖分，算法简单，避免了非等距剖分带来的复杂计算问题，提高了网格构建和时空计算的效率；

同时，面向航迹规划、冲突探测等低空场景应用，G-DGGS依托地球超级计算机，把空域数据离散化、空域计算离散化，空域安全计算问题转换成超级计算机并行计算问题。此外，依托气象、电磁等商业卫星星座和天、空、地一体化的商业卫星测控网体系，G-DGGS可实现多源动态天基数据体系的统一时空组织、高效时空检索和高性能混合计算，从而形成低空空域四维时空框架，满足低空空域动态化管理的需要。

丰富“低空+”融合场景

邵宗有看好低空经济赛道，并表示低空产业涉及基础设施建设、飞行器制造及配套、飞行服务与保障、下游场景应用等，产业链长、辐射面广、成长性好、带动性强。

2024年，低空经济首次被写入政府工作报告。在顶层设计的指引下，目前已30个省份把发展低空经济写入地方政府工作报告或出台相关政策。2024年底，国家发展改革委低空经济发展司正式亮相。2025年以

化空基能力、发力低空经济的“起手式”。中科星图首席科学家张立介绍，基于中科星图数字地球十圈层的数据及天基卫星的数据供给能力，“星图低空云”是以数字地球超级计算机为支撑，以G-DGGS与GeoSOT空域网格剖分双引擎为核心驱动，由算力所打造的一朵“低空云”，也是低空经济场景下的综合性服务平台。

张立表示，该平台可以为生态合作伙伴提供低空数据与算力底座，为低空监管部门空域管理、飞行管控以及企业服务提供全方位解决方案，解决城市低空飞行器的安全飞行问题，让飞行器看得见、飞得稳、管得住。“目前，‘星图低空云’已在全国十多个城市开通了在线样板间，更多城市正在开通对接中。”

1月18日，中科星图宣布设立中科星图低

空云科技有限公司（筹）。新公司将围绕技术创新和商业化场景应用，构建低空云技术生态与商业生态，与生态伙伴共同拓展低空经济新领域、新场景。此外，中科星图宣布与青岛、合肥两个城市共建低空试验场，分别建设全数字化低空仿真试验场和物理低空飞行试验场，将开展低空飞行模拟验证、预测评估、迭代优化以及对比分析等工作。

邵宗有透露，可以归纳为16个字——向天补强、向空发展、空天一体、以云为本。中科星图背靠中国科学院空天院，正布局建设电磁星座、气象星座、遥感测绘星座等天基卫星星座，在天基能力方面已积累一定优势。接下来，中科星图要进一步增强空基能力，持续完善空天信息产品和应用，降低空天信息触达成本，提高易得性、易用性。

展望2025年，邵宗有认为，低空经济有望深入各行各业，包括低空+物流配送、低空+旅游观景、低空+城市出行、低空+医疗急救、低空+空巡综治、低空+机场空防、低空+电力巡检、低空+农林植保等融合场景。“我们要加快构建低空能力体系，持续丰富‘低空+’创新应用场景，打造低空经济产业创新生态，为我国低空经济产业高质量发展贡献星图力量。”

上市影企鏖战春节档 多部重点影片热度攀升

●本报记者 杨梓岩

优质内容激发春节档观影需求。据灯塔专业版，2025年电影市场春节档1月19日开启预售，截至当日14时28分，档期预售总票房突破亿元，刷新中国影史春节档预售票房突破亿元最短时间纪录。

春节档是上市影企的“兵家必争之地”，阿里影业、万达电影、博纳影业、中国电影等公司均参与出品多部春节档影片。业内人士认为，优质影片将加大供给，2025年电影市场有望持续回暖。

春节档预售火热

从待映影片看，2025年春节档已形成“六强争霸”格局，神话史诗片《封神第二部：战火西岐》、武侠片《射雕英雄传·侠之大者》、喜剧悬疑动作片《唐探1900》、军事战争片《蛟龙行动》，以及两部动画片《哪吒之魔童闹海》《熊出没·重启未来》将在2025年春节档上映。

灯塔专业版数据分析师陈晋向中国证券报记者表示，在上述六部影片中有五部为IP系列续作，“IP大战”成为2025年春节档重要特征。同时，春节档影片类型丰富，主创人员票房号召力强。业界看好今年电影市场春节档的表现。

2025年春节档观众可以在影院“过足瘾”。据猫眼专业版，2025年春节档影片平均时长为137.3分钟，较2024年春节档增加近30分钟。多部影片观众的期待值较高，想看人数创新高。《封神第二部：战火西岐》《射雕英雄传·侠之大者》《哪吒之魔童闹海》的观众期待值居前。另外，“熊出没”系列影片合家欢属

来，低空经济的发展势头强劲。赛迪顾问数据显示，2023年中国低空经济规模达到5059.5亿元，同比增长33.8%，2026年有望突破万亿元，成为经济新的增长点。

在邵宗有看来，低空经济为公司提供了丰富、庞大的市场。低空经济的发展将进一步丰富数字地球十个圈层的数据，反哺中科星图的空天信息能力。

中科星图未来五年的战略已经明确。

近年来，低空经济的发展势头强劲。赛迪顾问数据显示，2023年中国低空经济规模达到5059.5亿元，同比增长33.8%，2026年有望突破万亿元，成为经济新的增长点。

在邵宗有看来，低空经济为公司提供了丰富、庞大的市场。低空经济的发展将进一步丰富数字地球十个圈层的数据，反哺中科星图的空天信息能力。

中科星图未来五年的战略已经明确。

邵宗有透露，可以归纳为16个字——向天补强、向空发展、空天一体、以云为本。中科星图背靠中国科学院空天院，正布局建设电磁星座、气象星座、遥感测绘星座等天基卫星星座，在天基能力方面已积累一定优势。接下来，中科星图要进一步增强空基能力，持续完善空天信息产品和应用，降低空天信息触达成本，提高易得性、易用性。

展望2025年，邵宗有认为，低空经济有望深入各行各业，包括低空+物流配送、低空+旅游观景、低空+城市出行、低空+医疗急救、低空+空巡综治、低空+机场空防、低空+电力巡检、低空+农林植保等融合场景。“我们要加快构建低空能力体系，持续丰富‘低空+’创新应用场景，打造低空经济产业创新生态，为我国低空经济产业高质量发展贡献星图力量。”

中金公司认为，春节期间观影已成为重要的文娱消费形式，在中性情形下预估2025年春节档电影票房约为88亿元，同比增长9.7%。

内容储备充足

根据国家电影局发布的数据，2024年中国电影总票房为425.02亿元，同比下降22.7%；观影总人次为10.1亿，同比下降23.1%。对此，陈晋向记者表示，2024年国内电影市场取得425.02亿元的票房成绩，较历史峰值恢复约七成。同时，观众购票决策趋于理性，对影片的品质提出了更高要求。

业内人士表示，2025年春节档影片内容丰富，有望极大激发消费者观影需求。从目前情况看，冯小刚导演的剧情片《抓特务》、路阳导演的《刺杀小说家2》、贾玲导演的《转念花开》等国产片，以及《阿凡达3：带种者》《疯狂动物城2》等引进片热度持续攀升。优质的内

容供给有望推动2025年电影市场持续复苏。

万达电影相关负责人对中国证券报记者表示，目前万达电影储备的影片包括《有朵云像你》《蛮荒禁地》《转念花开》等。多部影片融合多元题材，创新叙事手法，以满足不同观影需求。阿里影业方面表示，公司内容储备丰

富，待映影片热度较高，包括《东极岛》《群星闪耀时》《抓特务》《镖人：风起大漠》等。

展望未来，广发证券认为，供给改善有望带动观影需求回暖，预计2025年电影票房为479亿元至527亿元，同比增长13%至24%。



视觉中国图片

性情、受众稳定，有望在春节档取得较好表现。”陈晋说。

影企布局春节档

从影片的投资方看，《哪吒之魔童闹海》由光线传媒主投、发行。《封神第二部：战火西岐》的出品方包括北京文化、阿里影业。该片延续前作《封神第一部：朝歌风云》制作班底，备受市场期待。作为《唐人街探案》系列的前传电影，万达电影主投、猫眼娱乐参投的《唐探

1900》受到市场高度关注。中国电影主导出品的《射雕英雄传·侠之大者》和华强方特出品的《熊出没·重启未来》均有庞大的观众基础，《熊出没》系列更是成为春节档“常客”，横店影视也参与投资了这两部影片。

《蛟龙行动》由博纳影业主投主控。博纳影业董事长于冬表示，相较于博纳以往出品的影片，《蛟龙行动》在制作难度上迈上了新的高度。

另外，2025年春节档影片“特效”含量足，多部特效大片将集中上映。

索菲亚：瞄准个性化需求 提倡“超一级质量标准”

●本报记者 任明杰 王婧涵

伴随地产市场的变化，定制家具行业发展趋势呈现新的趋势，消费者的需求更加个性化、对价格越发敏感，同时行业环保与可持续性要求持续提升。中研普华产业研究院认为，2024年至2028年，家具市场年均复合增长率将保持在5%以上。

定制家具龙头企业索菲亚副总裁陈炜在接受中国证券报记者专访时表示，索菲亚将发挥优势积极应对市场环境变化，推动居家家装行业板材质量和环保水平升级，提倡“超一级质量标准”，更好地服务广大消费者。

顺应消费年轻化趋势

多年来，索菲亚持续深化“多品牌、全品类、全渠道”战略，通过积极探索和实践，实现高质量发展。

在多品牌方面，陈炜表示，索菲亚旗下四个品牌覆盖不同需求的人群、不同价格体系，共用供应链体系和智能制造体系；在全品类方面，索菲亚已实现衣柜、橱柜、门窗、墙板、地板、家电、卫浴等全品类覆盖，更好满足不同消费人群全品类一站式购物需求；在全渠道方面，索菲亚坚持零售、装企、电商、拎包“四驾马车”并驾齐驱，探索会员营销、兴趣电商本地化、老旧社区改造、分销共创等新渠道，构建“夯实四驾马车，另建新四轮驱动”的发展格局。

伴随地产市场的变化，近年来定制家具行业呈现出消费群体年轻化、消费场景碎片化等新趋势。2024年1月至9月，索菲亚旗下主打年轻消费风格的品牌米兰纳实现营业收入3.67亿元，同比增长14.87%。

陈炜表示，米兰纳品牌快速增长，得益于其共享索菲亚的品牌、资金、制造、设计研发、供应链和渠道资源，构建扎实的“一线品质亲民价”系统能力。

近年来，互联网社交平台上居家家装话题的互动搜索量增长迅猛。年轻消费者在追求高品质的同时，青睐高性价比的产品，消费需求越来越个性化，这对索菲亚的产品研发、服务链重塑都有非常大的参考意义。

提升绿色制造水平

索菲亚研究院院长叶晓勇告诉记者，索菲亚在全国建立了八大生产基地，拥有多家国家级“绿色工厂”，绿色制造和可持续发展水平持续提升。

以索菲亚华南生产基地为例，叶晓勇介绍，华南生产基地在屋顶、空地部署光伏发电设备，基本上实现了电力自给自足；同时，工厂提升自动化水平，完善柔性化生产线，大力推进节能减排，绿色发展成效显著。

陈炜表示，作为行业龙头企业，索菲亚在提升自身绿色环保水平的同时，积极参与国家标准化的制定，推动整个居家家装行业板材质量和环保水平升级。

2024年9月，索菲亚举行“定制家居高质量标准全面升级发布会”，推出“超一级质量标准”，从环保、耐用、五金三大维度提出12项核心质量指标。

索菲亚提出的12项质量指标均达到或超过国家标准，且每项指标均具备第三方权威检测报告，坚持月度抽检并对检测结果进行公示。“环保等级一直是消费者关注的重点，但产品质量还有更多指标需要考量，包括板材的耐用性等，要全方位提高产品质量，保障家居产品有长久的良好使用体验。”叶晓勇说，“作为一家制造型企业，高质量发展首先要给用户带来高质量的产品，同时持续推进降本提质增效。”

抢抓政策机遇

消费者对产品价格的敏感度越来越高，倾向于货比三家。陈炜认为，“营销渠道、获客方式只是战术，产品和服务才是底层逻辑。消费者对服务的要求越来越高。在我们业务开展比较好的很多城市，超过一半的产品销售来自老客户的推介。高质量的服务积攒了良好的口碑，使得业绩得到保障。”

陈炜表示，房地产领域的政策以及“两新”政策持续出台落实，给家居行业发展带来新的机遇。

国家发改委副秘书长袁达此前在新闻发布会上表示，将加大力度实施“两新”工作，扩大设备更新与消费品以旧换新支持范围，提升支持标准，进一步简化设备更新审批流程、优化消费品以旧换新资金分配，持续提高政策效果。

“以旧换新覆盖到居家家装领域，将提升相关消费需求。”陈炜表示，“公司会抢抓政策机遇，联合线上线下平台制定相关措施，推动消费潜力进一步释放。”