

中国卫星导航定位协会：

今年我国时空服务产业产值将超万亿元

5月18日,中国卫星导航定位协会发布《2025中国卫星导航与位置服务产业发展白皮书》。白皮书显示,2024年我国以北斗为核心的卫星导航与位置服务产业总体产值达到5758亿元人民币,同比增长7.39%。

发布会上,中国卫星导航定位协会会长于贤成表示:“随着北斗规模应用的市场化、产业化、国际化的不断推进,产业发展呈现出了稳定回应的态势。”

于贤成表示,我国卫星导航事业发展经历导航产业培育起步、北斗产业自主创新和时空产业开拓发展三个时期。当前,卫星导航与位置服务产业正在向时空服务产业跨越升级。2025年卫星导航与位置服务产业研究将立足于时空服务产业的范畴,面向新的应用市场,涵盖地理信息、遥感、室内定位、低轨星座、移动通信、惯性导航、视觉导航、地磁导航、大数据等能够产生和处理时间空间信息的相关领域,以及相关服务提供商,在此基础上,预计2025年我国时空服务产业总体产值将超万亿元人民币。

● 本报记者 杨洁 程竹

北斗生态持续扩张

白皮书介绍,2024年,与卫星导航技术研发和应用直接相关的芯片、器件、算法、软件、导航数据、终端设备、基础设施等在内的产业核心产值同比增长5.46%,达到1699亿元,在总体产值中占比为29.51%。由卫星导航应用和服务所衍生带动形成的关联产值同比增长8.21%,达到4059亿元人民币,在总体产值中占比达到70.49%。

中国卫星导航定位协会北斗时空技术研究院院长李冬航介绍,在智能网联汽车尤其是国产新能源汽车前装应用市场等因素带动下,由卫星导航应用和服务所衍生带动形成的关联产值首次突破4000亿元,后期随着时空大数据产业发展,关联产业还将进一步发展壮大。

在北斗专业应用市场方面,据不完全统计,截至2024年底,交通、公安、应急、能源、通信、水利、农业、广电等主要行业和领域的



视觉中国图片

与低空经济深度融合

北斗终端设备应用总量接近3000万台/套。在交通、农业、公安、广电、移动通信、能源等6个行业或领域的北斗终端设备应用数量均已超过100万台/套,其中交通运输行业的应用数量最大,超过1350万台/套。

例如,北斗已经成为公路巡检和安全管理的重要手段,保障“两客一危”车辆的安全运行和高速公路与铁路的边坡、桥梁、路基等基础设施的安全;在港口装卸和堆场的全自动化作业中,安装了北斗导航设备的无人驾驶集装箱卡车运行效率提升了25%，“5G+北斗”的模式正在打造更多的智慧港口。

在北斗大众应用市场方面,越来越多的智能手机款型具备了北斗短报文功能;北斗高精度车道级导航已基本实现了全国城乡镇道路全覆盖。2024年,国内卫星导航定位终端产品总销量超过4.1亿台/套,其中具有卫星导航定位功能的智能手机出货量达到2.94亿部,车载导航仪市场终端销量超过2000万台,包括手持、物联网、穿戴式、车载(含两轮车)、高精度、船载等在内的各类监控及定位终端设备销量超过1.2亿台/套。截至2024年底,国内北斗兼容型芯片及模块累计出货量接近23亿片(含智能手机),具有北斗功能的各类型终端产品社会总保有量超过20亿台/套(含智能手机)。

在健康管理、运动追踪和智能互联等需求的推动下,2024年可穿戴设备市场稳步增长,其中,全国腕戴设备市场(含手表、手环等智能可穿戴设备)出货量为6116万台,同比增长19.3%,其中具有GNSS定位功能的超1800万台。

白皮书介绍,低空经济已经成为北斗的一个突出应用领域,应用场景已覆盖无人机物流、低空旅游、通用航空、应急救援等多元领域。

当前我国低空经济仍处于初级阶段,空域利用率不足5%,面临适航认证周期长、基础设施有待完善等挑战。白皮书指出,作为高精度定位与导航服务的核心支撑,北斗系统可深度嵌入低空经济全产业链。北斗系统将加速与5G通信、人工智能等前沿技术融合创新,在低空交通管理、应急救援、低空物流、低空文旅、城市建设和管理等领域发挥更大效能,持续为低空经济产业高质量发展注入强劲动能。

与此同时,低空经济的繁荣发展也将促进北斗产业发展。海量的应用需求将推动北斗技术迭代升级,加速北斗产业链向高附加值环节延伸,助力北斗系统在全球卫星导航市场中进一步提升竞争力,开辟新的增长极,实现产业发展与技术创新的双向赋能。

上市公司竞相角逐

白皮书表示,我国卫星导航与位置服务领域的企事业单位总数量已接近2万家,从业人员总数近百万。其中,在境内上市的业内相关企业(含新三板)总数为94家,上市公司涉及卫星导航与位置服务的相关产值约占全国总体产值的9.52%左右。

根据白皮书,目前,北斗基础产品供应

链稳定,芯片、模块、天线等系列基础产品不断迭代升级,性价比持续提升,已经实现亿级量产规模,有力支撑了自主产业链和供应链的安全稳健发展。北斗芯片制程不断进化,2024年国内首款14纳米北斗高精度授时芯片模组已经研发成功,基于该芯片开发出一系列模组和终端,推向市场后反响良好。

记者注意到,北斗星通、国科微、海格通信、合众思壮、振芯科技、司南导航、航天宏图、四维图新等上市公司均从事这一领域业务。

近期,高精度卫星导航芯片制造企业司南导航副总裁孙中豪在接受中国证券报记者采访时表示,受益于商业航天卫星应用场景扩展,2024年公司高精度板卡销量增长迅速,“2012年公司高精度板卡年销量约五千片,目前销量已经翻了几十倍。”

孙中豪认为:“基于技术突破,未来高精度卫星导航的应用领域和场景会得到极大的拓展,从工业级向消费级发展,让技术使更多人受益。例如,近两年智能手表等智能终端发展迅速,未来这些终端上都可以安装高精度卫星导航芯片,使得网约车等日常场景中人们都能享受到高精度的定位导航服务。”

李冬航也坦言,虽然2024年我国卫星导航与位置服务产业总体产值保持增长,但企业营收表现受细分赛道竞争格局、技术壁垒及政策调整影响差异明显,过度依赖传统硬件销售或单一应用场景的企业,面临增长乏力等挑战。他认为,北斗产业将加速向需求牵引型生态演进,具备全产业链整合能力、场景解决方案差异化特色以及军民协同优势的企业有望在分化中占据先机。

昆仑万维:AI应用持续落地 商业化进程加速

● 本报记者 刘杨

从天工大模型4.0到音乐推理大模型Mureka O1、短剧大模型SkyReels,昆仑万维的AI布局之路日渐清晰。在海外,昆仑万维预计在5月中旬发布全球首款生产力场景通用Agent平台产品,AI应用持续落地。

“AI对公司是难得一遇的机会,即使短期面临亏损风险,公司也将坚定投入,保持在AI大模型第一梯队。”昆仑万维董事长兼CEO方汉近日在接受中国证券报记者专访时表示,目前,昆仑万维还处在跑马圈地、获取用户的阶段。为巩固在AI领域的领先地位,昆仑万维大幅增加了研发投入。同时,为强化技术优势,公司仍将加大前沿领域的人才投入,以技术突破驱动长期发展。

加大研发投入

面对AIGC的发展机遇,昆仑万维于2023年提出“All in AGI与AIGC”。AGI与AIGC相关投入的加大使昆仑万维业绩承压。今年4月26日,昆仑万维披露2024年报显示,2024年,公司实现营收56.62亿元,同比增长15.2%;净利润亏损15.95亿元。

“为了巩固在人工智能领域的领先地位,公司大幅增加了研发投入,全年研发费用达15.4亿元,同比增长59.5%。”方汉对记者表示,这一战略性投入为增强公司长期技术竞争力奠定了基础,但短期内显著推高运营成本,影响了利润表现。

方汉认为,2023-2024年是AI大模型的初始投资阶段,全球科技公司在AI大模型上投资数百亿美元,并基本处于亏损阶段;2025-2026年是AI大模型的应用落地和收入增长期,2026年进入全面盈利期。

“就昆仑万维而言,目前,公司还在跑马圈地、获取用户的阶段,预计2027年AI大模型业务将实现盈利。同时,AI对公司而言是难得一遇的机会,即使短期面临亏损风险,我们也将坚定投入,保持在AI大模型第一梯队。”方汉称。



昆仑万维北京总部大楼 本报记者 刘杨 摄

在AI大模型和应用人才储备及团队搭建方面,方汉透露,未来,公司仍将加大前沿领域的人才投入,以技术突破驱动长期发展。为强化技术优势,目前,公司正在通过多元化的激励机制吸引更多优秀人才加入团队,加强促进公司业务发展。

早在2023年,昆仑万维通过增资方式控股AI算力芯片企业——北京艾捷科芯科技有限公司,前瞻性地完成了“算力基础设施—大模型算法—AI应用”全产业链布局。截至2025年一季度末,艾捷科芯员工数量已经接近200名,涵盖了芯片设计、算法研发、系统集成等多个领域的专业人才,为研发工作的高效推进提供了有力保障。

海外业务持续增长

谈及后续公司大模型投入计划时,方汉

对记者表示,公司对大模型的研发将持续进行战略性投入,但侧重点与巨头不同。“我们始终以用户需求为核心,会专注于那些增长迅速且用户需求量较大的C端场景,例如音乐生成和短剧生成等领域,进行重点投入和创新。我们的最终目的是要更大程度地降低创作内容的门槛与成本,确保每一次技术迭代都能真正解决用户的实际问题,而不是单纯追求技术指标的堆砌。”方汉称。

方汉认为,对于资源有限的中型厂商而言,关键还是要找准用户实际使用场景中的痛点,然后基于这个痛点来进行大量的数据和算法积累,通过精准化和差异化的竞争保持领先地位。

今年以来,昆仑万维已发布多款AI大模型产品。2月18日,发布AI短剧创作的视频生成模型SkyReels-V1;3月26日,发布音乐推理大模型Mureka O1;4月21日,发布SkyReels-V2。值得一提的是,昆仑万维对SkyReels-V1、SkyReels-V2,以及空间智能模型Matrix-Zero、视觉推理模型R1V等选择了开源。

对此,方汉表示,视频模型开源后,平台的订阅量是以每天10倍的速度增长,AI产品的用户量也不断增长。根据第三方数据显示,Mureka平台2025年3月全球访问量达333万次,环比增长达86.5%。

产品用户量的增长也改善了公司的盈利情况。截至2025年3月底,Mureka月流水收入约100万美元,短剧平台DramaWave月流水收入约1000万美元,为公司进一步巩固海外AI音乐市场的领先地位以及持续发展短剧内容生态打下了坚实基础。在AI社交方面,2024年单月收入峰值突破100万美元。

方汉表示,目前公司的短剧业务已经形成了包括订阅、内购及广告等多种形式的收入来源。作为公司的创新业务,短剧业务的重点在于构建多元化的短剧内容生态,提升用户活跃度和用户规模,稳固行业地位。

除了AI音乐、AI短剧外,在海外,昆仑万维预计近期发布全球首款生产力场景通用Agent产品。据介绍,该产品以高频使用

场景为核心,构建由五大AI Agent组成的智能体系,分别针对专业文档、数据表格、演示文稿、播客及网页内容进行深度优化。同时,为共建开发者生态,昆仑万维还将同步推出全球首个开源深度研究智能体框架,并开放文档处理、表格生成及演示文稿制作MCP接口,助力社区共建共享,加速AI技术普惠发展。

加速市场转化

“尽管研发投入影响公司短期利润表现,但我们坚信,技术的长期价值必将随着其商业化进程的推进加速释放。”方汉认为,未来两年,AI技术将开启商业化新周期。昆仑万维将持续迭代模型能力,从用户需求出发,加速商业化落地。

在AI应用侧,由于C端娱乐领域的增长更为迅速,目前,昆仑万维已布局AI音乐、AI短剧、AI游戏、AI社交等赛道。

在谈及AI音乐创作平台Mureka的市场发展空间时,方汉表示,当前全球数字音乐工作站(DAW)工具市场规模约40亿美元,随着AI技术的普及和音乐创作门槛的降低,其市场规模有望迅速扩大至100亿美元。如果昆仑万维最终占据10%的市场份额,那对公司而言就是一个4亿美元至10亿美元的生意。

业内人士透露,由于传统音乐创作成本高企,单曲制作费用通常在1万美元至10万美元,致使影视、游戏等下游产业对音乐的需求受到抑制。AI音乐创作平台的面市,将大幅降低音乐制作成本,吸引更多的影视及游戏创作者使用,有效释放下游需求。

在AI短剧方面,方汉表示,目前,公司的AI短剧完成度较高,但因视频生成领域模型不如音乐、图像领域成熟,仍存在一定的局限性,纯AI生成内容预计将在今年下半年或明年应用于短剧平台,相关研发正在进行中。

整体上看,公司的各项AI业务均在有序发展,后续公司也会根据市场情况,动态调整各项业务的发展节奏,确保自身的领先优势。

开立医疗副总裁陈刚：

“设备+AI”战略驱动创新 多维布局谋发展

● 本报记者 傅苏颖

开立医疗副总裁陈刚日前在接受中国证券报记者专访时表示,公司依托“设备+AI”核心战略,通过高强度研发投入实现多产品线技术突破,多款搭载AI的高端医疗设备陆续上市。政策层面,公司紧抓医疗设备“设备更新”机遇,快速抢占市场;海外市场凭借三维推进策略,实现稳健增长。“未来,公司将深化AI与医疗设备融合,拓展医学影像AI和大语言模型应用,以创新驱动实现高质量发展,持续向全球领先品牌迈进。”

政策赋能

开立医疗自2002年成立以来,一直致力于医疗设备的研发和制造。目前的产品主要为超声医学影像、消化与呼吸内镜、微创外科产品以及心血管介入产品四大板块。

医疗领域“设备更新”招标采购正为行业带来显著机遇。2024年3月,国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,提及到2027年,工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗等领域设备投资规模较2023年增长25%以上。

陈刚称,四川、石家庄等地的中标项目中,开立医疗斩获高端设备订单超百台,短期市场份额提升显著。

谈及采购规模,陈刚强调,集采购项目单次采购量达数百台,远超常规采购。他进一步透露,此次集采规模实现突破,部分项目单笔高端设备中标量创历史新高。

针对政策周期与价格影响,陈刚表示,“设备更新”政策尽管导致设备价格有所下调,但降幅低于药品和耗材。通过以价换量,公司销售总额稳步增长,市场份额提升更为显著,利润影响可控。“设备更新”政策有望为公司贡献一定的业绩增长,尤其在消化内镜领域,作为国内第一品牌,开立医疗将充分把握政策机遇。

陈刚表示,公司将持续加大研发投入,提升内镜产品品质,未来必将实现市场占有率的重大突破。此外,外科产品已成为公司新的增长点,从多镜联合到4K荧光技术的迭代升级,展现了强大的技术创新能力;在心血管介入领域,作为唯一参与制定血管内超声通用技术标准的企业,公司将迎来快速发展期;耗材研发也不断取得进展,新产品将陆续推向市场。



视觉中国图片

加码研发和AI驱动

开立医疗始终坚持自主创新,秉持“设备+AI”战略,持续保持高强度研发投入,每年研发投入占收入的比例达到20%左右。2025年一季度公司研发投入1.26亿元,同比增长23.7%。自创立之初,公司便同步布局海外研发中心。

今年以来,公司多款重磅产品集中获批上市,构建起多元化的业绩增长矩阵,为公司在市场竞争中实现可持续发展筑牢根基。

在AI技术研发路径上,陈刚强调,开立医疗坚持自主创新。“我们的AI系统从框架搭建、模型训练到数据集构建,均为完全自主开发。”同时,公司积极拥抱开源技术,将DeepSeek引入超声设备应用,结合自有超声语料库进行定制化训练,实现智能问答与语音交互功能。

在未来AI布局方面,陈刚透露,公司将重点聚焦医学影像AI与大语言模型两大方向。“我们将持续探索大语言模型在医疗场景中的应用,同时深化AI技术与设备的融合,让产品更智能、临床更便捷、患者更安心。”

三维策略深耕全球市场

开立医疗2024年海外市场营收9.70亿元,同比增长3.27%。

近年来,开立医疗通过“战略据点强化+新兴市场渗透+本土化运营深化”的三维推进策略,持续完善全球化战略布局,目前已辐射全球近170个国家和地区。在营销人才团队的建设及提升上通过内生外引的协同机制,对内通过股权激励+职业发展路径规划的长效绑定机制的建立,保持了人才团队的稳定。

“在海外市场投入策略上,开立医疗坚定选择加大投入,走本地化发展道路。”陈刚介绍,公司正逐步开拓多国市场。多年来,开立海外市场表现出色,目前正升级完善海外布局,在当地建立公司并大量聘用外籍员工,目前外籍员工人数在海外业务员工中占比已超半数,实现全球市场规划与数据化管理。

开立医疗也在积极加快海外产品注册。陈刚表示,医疗产品的注册周期长达一年甚至三年,需要提前布局,才能获得新的增量。而加强海外代理商队伍建设,加大代理商的发掘与培育,将开立医疗的设备落地到各个国家,这也是个长期的过程。