



开篇语:2004年百度地图上线那年,中国测绘局将测绘单位划分为甲、乙、丙、丁四类,并在2014年对从事导航电子地图制作企业,也就是所谓的高精地图企业需满足的条件作出具体规定。那时,高精地图只是少数人关心的赛道。直到2017年以后,自动驾驶、智慧交通概念兴起,原本由传统图商把持的高精地图产业,挤进了互联网新贵、整车厂商和创业公司,拿资质、做输出、搞合作,把地图商业模式整出了花儿,也一手将高精地图市场规模曲线拉升再拉升。当年以掌控流量为己任的地图App们,早已有了新梦想。

一年7家获牌照 高精地图的流量卡位战

从17年14张,到1年7张,地图行业顶级牌照——导航电子地图制作甲级测绘资质“获批强势提速”。10月28日,北京商报记者发现,美团全资子公司刚刚拿到甲级测绘资质,业务范围是行业最高等级的导航电子地图制作,即俗称的高精地图。

而不久前,拿下牌照近三年的滴滴终于开始大规模切换自家地图,并上线导航业务。值得注意的是,以滴滴2017年10月拿下牌照为节点,此前的17年,只有14家公司拿下高精地图牌照。而今年以来,已经有7张高精地图牌照获批(或公示),不乏京东、美团、吉利等头部企业。

加上老牌的百度地图、高德地图、腾讯地图,新晋的京东物流、华为、滴滴,以及创业公司Momenta、宽凳科技等都已拿到高精地图资质。他们中有的迫不及待地搭载了高精地图的自动驾驶出租车开放,有的将地图应用在自家App中,为基于地理位置开展的to C业务做支撑。说到底,都是为了卡住入口、守住数据、构建生态。

资质!资质!

10月28日,北京商报记者在自然资源部官网发现,一家名为“北京美大智达科技有限公司”的企业,已经获批导航电子地图制作资质,资质等级:甲级,证书编号:甲测资字1101597。

天眼查信息显示,北京美大智达科技有限公司由北京三快科技有限公司(美团运营主体)100%控股。对此,美团相关人士向北京商报记者确认:“近期,美团旗下北京美大智达科技有限公司获得自然资源部颁发的导航电子地图制作甲级测绘资质证书。地图是生活服务电商平台的基础设施,美团将按照国家法规有序开展相关工作”。

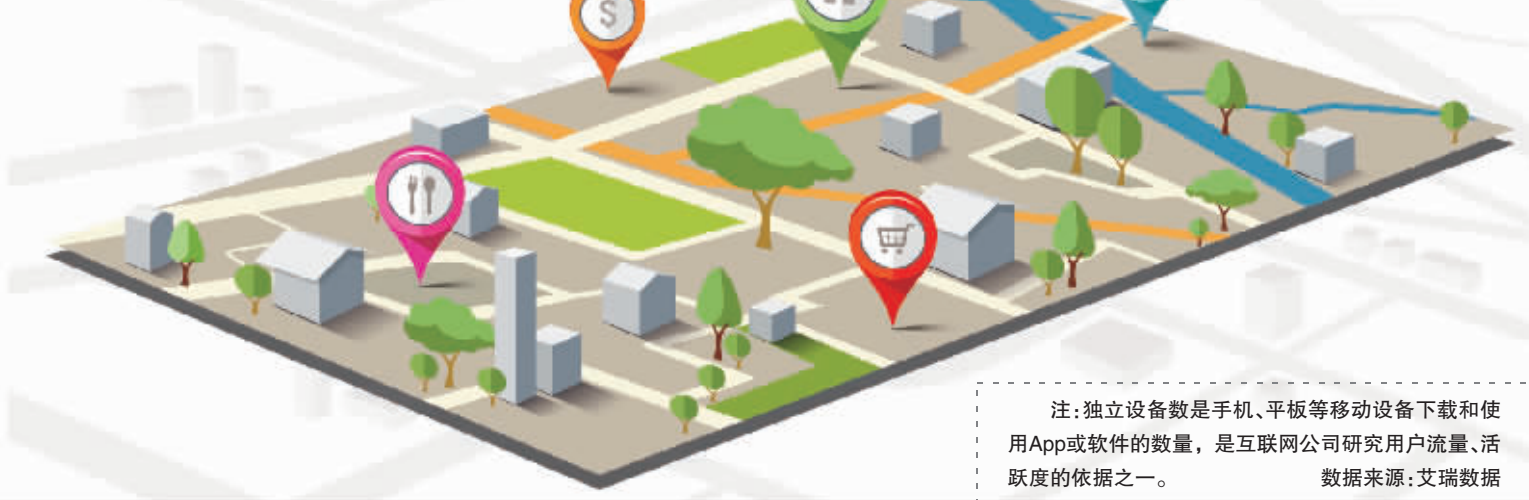
据北京商报记者初步统计,美团是最近获得高精地图资质的头部互联网公司。滴滴、华为、京东分别在2017年、2019年、2020年初获准进行高精地图制作。

其实,这样的情况并不是常态。

2004—2007年,拿到高精地图资质的企业寥寥无几,四年间仅有8家获批,且只有高德地图、百度地图、腾讯地图3家互联网公司。2008—2013年,4家企业获批高精地图资质,

2020年9月独立设备数

高德地图	百度地图	腾讯地图
独立设备	独立设备	独立设备
50241万台	32378万台	2361万台
环比增幅▲0.1	环比增幅▲0.5	环比增幅▲0.6



2014—2016年无一家拿到牌照。

转折点发生在2017年,2017年10月至今的三年时间里,获批高精地图资质的企业共15家,其中2019年5家,2020年迄今7家,且互联网公司、创业公司和车企控股企业的比例占绝对优势。

说到资质,并不是所有拿到甲级测绘资质的企业都可以被称为高精地图企业。根据2014年测绘地信局印发的《测绘资质分级标准》(以下简称“标准”),测绘资质的专业范围划分为:大地测量、地图编制、导航电子地图制作、互联网地图服务等。

标准介绍了互联网地图服务的专业子项,包括地理位置定位、地理信息上传标注、地图数据库开发三项内容。但在人员规模、仪器设备、保密管理等多个考核指标上,导航电子地图制作比互联网地图服务的考核标准都要高很多。

以人员规模和仪器设备为例,甲级导航电子地图制作专业要求测绘及相关专业技术人员100人(含注册测绘师5人),其中高级10人、中级20人,对仪器设备的考核内容包括外业数据采集设备、导航地图编辑系统、在线存储设备。

甲级互联网地图服务专业,对人员规模

的考核标准是地图制图或者计算机类专业技术人员20人(其中中级5人),地图安全审核人员5人。对仪器设备的考核,只要求有独立地图引擎。

搭载产品

“简单来说,只有拿到导航电子地图制作甲级测绘资质的企业,才能提供高精地图服务,而该资质获取难度较大,但拥有该资质的企业申请互联网地图服务资质较为容易,反之很难。因此,仅从事互联网地图服务的企业,可向拥有导航电子地图制作甲级资质的企业寻求合作。”易观分析高级分析师覃承萍向北京商报记者解释。

多位地图厂商内部人士在与北京商报记者交流时也直言:“导航电子地图制作甲级资质是门槛最高的。有些不是地图厂商的企业也会申请这个资质,不是说它要上线某某地图App,而是担心在业务需要地图、导航服务时,自己提供不了支持”。

拿到资质的目的是应用,最顺手的就是搭载在自家的产品上,滴滴就这么干。10月中旬,滴滴地图与公交事业部总经理柴华宣布,滴滴导航能力已开放至乘客端。

北京商报记者登录滴滴App发现,导航入口在滴滴App顶部,司机或乘客点击进入,即可直接使用滴滴导航服务,滴滴地图的字样则出现在导航页面左下方。

在滴滴司机端App中,滴滴提供了滴滴地图和百度地图两种选择,滴滴导航的选项置于百度地图之上,且在司机选择百度地图时提醒:“接乘客时和拼车时默认自动开启滴滴导航,方便您接送乘客”,并在滴滴导航选项旁边标示“计费准、投诉少、易判责”。

滴滴地图相关负责人告诉北京商报记者:“在司机端,司机可以自主选择使用滴滴导航或其他第三方导航。”

观察美团App中的各类业务,刚拿到高精地图资质的美团,动作则没那么迅速。

北京商报记者在使用美团App中共享单车服务时发现,腾讯地图的字样出现在页面右下方,但在美团打车页面,并没有标注地图服务商。对于北京商报记者提出的美团高精地图应用计划,美团相关人士未予回应。

掌握流量

从拿到资质到应用部署,需要时间,在这一点上,早期入局的百度地图、高德地图、腾

讯地图有绝对优势。比如哈■使用高德地图,滴滴使用百度地图,腾讯地图是美团单车地图服务商。

“这3家互联网图商刚入局时,琢磨的是用地图圈住流量,阿里2014年收购高德的时候就是为了流量。”比达咨询分析师李锦清说。

根据艾瑞数据分类,高德地图、百度地图、腾讯地图被归为旅游出行类。2020年9月,以上3家的独立设备数分别是5.02亿台、3.24亿台、2361万台,相应环比增幅为0.1%、0.5%、0.6%。包含携程、去哪儿等在线旅游企业,滴滴、哈■等用车服务企业,也在旅游出行类目下,但月度独立设备数和地图App们差距悬殊。

覃承萍认为:“to C地图早期更大的意义在于建立流量入口,通过免费向大众提供服务,吸引更大客流,百度地图、高德地图、腾讯地图早期跑马圈地时就是基于这个逻辑。to C地图通过吸引大量客流,再以此为基础联动B端商户,实现地图导航与交通出行、生活服务等多方位协同”。

作为生活服务平台的美团,将地图与线下商户结合顺理成章,值得注意的是,以出行起家的滴滴也有这个愿望。

北京商报记者使用滴滴导航功能时发现,在滴滴导航页面搜索框下,设置了美食、商场、景点等分类,并在部分线下商户介绍中出现评分、电话、均价等信息。

对此,滴滴地图相关人士告诉北京商报记者:“为更好地为车主用户提供服务,我们在导航的目的地显示上进一步进行了优化,也在携手携程等合作伙伴为车主用户提供更多信息”。

从产品设置上看,互联网新贵的地图应用似乎和老牌互联网图商越来越像,不禁让人猜想,滴滴、美团等已拿到高精地图资质的新人们,会不会推出单独的地图类App。对此,分析人士观点不一。

艾媒咨询CEO张毅向北京商报记者直言:“一定会,因为所有做大的to C产品都与衣食住行有关,地图的重要性可想而知”。

但在覃承萍看来:“虽然滴滴、美团拿到了资质,但未来应该不会上线单独的地图类App产品。因为作为后来者,现在很难追赶头部产品,而且滴滴、美团入局高精地图,我认为更多的是想沉淀自己内部的数据,做内部赋能”。

北京商报记者 魏蔚

Focus

上半年亏超200亿 中石化三季度赚463亿

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)10月28日,中石化发布的财报显示,今年前三季度,中石化营业收入为1.55万亿元,同比下降30.4%;归属于母公司股东净利润为235.07亿元,同比下降45.7%,与今年上半年228.82亿元的净亏损相比,实现了扭亏为盈。

中石化相关负责人向北京商报记者表示,按照中国企业会计准则,今年三季度中石化归属于母公司股东净利润为463.89亿元,公司生产经营和盈利水平大幅好转,呈现逐月好转、逐季上升的态势。

在厦门大学中国能源政策经济研究院院长林伯强看来,中石化业绩回暖与国际油价走势不无关系。根据国家发展改革委价格监测中心的分析,今年前三季度国际油价先降后升呈“V”形走势。4月20日,纽约WTI原油5月合约临近交割前跌至每桶-37.63美元的低点。但到了6月底,伦敦布伦特和纽约WTI油价均反弹至每桶40美元的水平。

在勘探及开发业务上,前三季度中石化油气当量产量为3.39亿桶,同比下降

0.7%;原油产量为2.1亿桶,同比下降1%,其中境内产量为1.86亿桶,境外产量为2396万桶;天然气产量为7721亿立方英尺,同比下降0.2%;原油实现价格为38.24美元/桶,同比下降35%。

在炼油业务上,前三季度中石化原油加工量为1.74亿吨,同比下降6.3%;成品油产量为1.05亿吨,同比下降12%,其中汽油4246万吨,柴油4786万吨,煤油1487万吨;化工轻油产量为2954万吨,同比下降1.7%。

在化工业务上,前三季度中石化乙烯产量为885万吨,同比下降4.8%;合成树脂产量为1277万吨,同比增长0.2%;合成纤维单体及聚合物产量为671.1万吨,同比下降10.7%;合成纤维产量为93.5万吨,同比下降3.4%;合成橡胶产量为79万吨,同比下降0.5%。

在营销和分销业务上,前三季度中石化成品油总经销量为1.62亿吨,同比下降15.7%;境内成品油经销量为1.23亿吨,同比下降11.5%,其中零售量8306万吨,直销及分销量为4013万吨,单站年均

加油量为3605吨/站。

资本支出方面,前三季度中石化资本支出为718.58亿元,其中勘探及开发板块资本支出为321.72亿元,主要用于胜利、西北、川西、东胜等油气产能建设;炼油板块资本支出为138.19亿元,主要用于中科炼化项目投产,镇海、天津、茂名、洛阳等炼油结构调整项目建设。

另外,营销及分销板块资本支出为137.68亿元,主要用于加油(气)站、成品油库以及非油品业务等项目的建设;化工板块资本支出为104.58亿元,主要用于中科炼化、镇海、古雷、中韩乙烯改造、九江芳烃等项目以及塔喷布产能建设等;总部及其他资本支出为16.41亿元,主要用于科研装置、信息化等项目建设。

尽管中石化三季度业绩有所好转,但四季度面临的挑战仍不小。国家发改委价格监测中心认为,疫情在海外持续蔓延,阻碍全球经济及原油需求复苏进程,油价仍将继续承压。预计四季度国际油价仍将在低位运行,波动区间为每桶35—50美元。

一月三车自燃 威马电池存忧

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)一辆EX5起火爆炸让今年10月威马车型自燃事故增加至三起。10月28日,威马汽车发布公告称,将召回千余辆EX5车型。业内人士表示,虽然启动召回并非针对本次车辆爆炸事故,但在该公告发布前再次发生相关事故,让威马汽车涉及的电池隐患问题再次凸显。

10月27日晚,有消息称,北京一辆停在停车场的威马电动汽车发生爆炸。对此,威马汽车发布官方声明称,该车辆位于北京市中国科学院力学研究所内,威马汽车已第一时间上报主管部门,并派专业人员赶往现场协助处理,目前正配合有关部门展开调查。

尽管对于本次事故原因,威马汽车方面表示正在调查,不过这已是一个月内威马旗下车型的第三起事故。今年10月5日,福建邵武市一辆威马汽车在静止未启动状态下自燃,整车烧毁;10月13日,邵武市另一辆威马EX5电动汽车在充电至96%的状态下起火自燃。两起起火事件的发生引发了相关部门的关注,邵武市交通运输局紧急叫停威马出租车运营,并要求威马汽车立即消除安全隐患、公布事件通报以及妥善处理事故。威马汽车方面表示,初步锁定为由电池问题所造成,提出更换高质量电池方案,并愿意作出赔偿。旗下车型连续发生事故,威马汽车紧急启动召回计划。10月28日,国家市场监督管理总局

理总局发布公告称,威马汽车制造温州有限公司根据《缺陷汽车产品召回管理条例》和《缺陷汽车产品召回管理条例实施办法》要求,向国家市场监督管理总局备案召回计划,决定自今年10月28日起,召回今年6月8日—9月23日生产的部分2020款威马EX5(电动汽车,共计1282辆)。

公告显示,本次召回范围内的车辆由于电芯供应商在生产过程中混入杂质,导致动力电池产生异常析锂。极端情况下可能导致电芯短路,引发电力电池热失控并产生起火风险,存在安全隐患。威马汽车将通过授权经销商,为召回范围内的车辆免费更换其他供应商提供的电芯动力电池包,以消除安全隐患。

值得关注的是,连续发生事故的威马汽车正值IPO冲刺关口。今年9月22日,威马汽车宣布完成总额达100亿元的D轮融资。10月中旬,上海证监局官网信息显示,威马智慧出行科技(上海)股份有限公司已于9月30日正式提交科创板IPO辅导备案,辅导机构为中信建投证券。按照此前公开信息显示,威马计划明年年初在科创板上市。

汽车行业专家颜景辉表示,威马车型连续发生自燃事故,一定程度上会让消费者对产品质量产生顾虑,从而影响到资本市场对威马汽车的信心,或将间接影响威马汽车的上市进程。