



编者按:2022年,在元宇宙、AI、量子等众多前沿领域,不仅有大厂和创业公司,还有更多传统机构也蜂拥而入。无论是大洋彼岸的Roblox、Meta,还是身边的AR、VR、脑机、算力,各种概念和产品层出不穷。前沿科技领域卷起的商业旋风,正从上游加速传导至下游,通过由虚拟场景化应用,匹配真实需求与未来世界,在彼此细分的商业赛道上大浪淘沙,这究竟是一个酝酿巨大机会的“新风口”,还是看破不说破的商业谎言?

载人航天,三十而立

载人飞船的抉择

1966年,我国制定第一个“载人宇宙航行规划”,设想在1973-1975年发射我国第一艘载人宇宙飞船,并开始了我国载人飞船的总体方案论证工作。在1968年1月召开的载人飞船总体方案设想论证会上,我国第一艘载人飞船被命名为“曙光”1号。但是,在进行一段时间的工作以后,鉴于各方面的条件尚不成熟,这个计划被迫搁浅。

进入上世纪80年代后,我国成为世界上第三个掌握卫星回收技术的国家,这为我国开展载人航天技术的研究打下了坚实基础。于是,载人航天的问题又一次被提了出来。

1986年,我国开始实施“863”计划,即发展高技术,其中包括发展载人航天技术,中国载人航天终于再次迎来了难得的发展机遇。

关于研制哪种天地往返运输器,让当时讨论的专家们有很大的分歧。探讨的5种方案中有4种是研制航天飞机的方案,只有1种是研制载人飞船方案。经过几年的深入论证,根据我国的国情和国力,遵照“有限目标、突出重点”的“863”高技术研究发展的指导思想,专家们最后一致同意从载人飞船起步,并且决定不走美苏研制载人飞船的老路,直接研制达到世界第三代载人飞船水平的“神舟”。

1992年1月,中央专门研究发展我国载人航天问题,同年9月21日,党中央正式批准中国载人航天工程立项启动,因此它又被称为“921”工程。

“孩子,我要出趟远门,为你摘颗星星回来。”这是2016年10月17日,航天员刘洋在欢送战友景海鹏和陈冬乘坐“神舟十一”号进入太空,现场听到战友孩子问“爸爸去哪”时,想到的一句话,她想用这短短几个字,为孩子编织一个可以实现梦想。

11月29日深夜,神舟十五号载人飞船发射取得圆满成功,空间站关键技术验证和建造阶段12次发射任务全部完成,中国空间站建造阶段收官之战圆满完成。按照计划,2022年底之前,我国将完成“三步走”发展战略的最后一步,把中国载人航天工程推向高潮。未来,中国载人航天将从近地空间走向地月空间,进而迈向深空。



空间站建造收官战

2003年10月15日,航天员杨利伟等待飞行指令,倒计时、点火、升空……上午9时整,杨利伟乘坐神舟五号飞船飞向太空,这一刻,中华民族千年飞天梦圆,中国载人航天工程第一步完成。

第二步是突破航天员空间出舱活动、空间交会对接两项关键技术,并发展空间实验室和货运飞船,这些都是建造空间站的基础。

2008年,神舟七号载人航天飞船从中国酒泉卫星发射中心载人航天发射场用长征二号F火箭发射升空。航天员翟志刚完成空间出舱活动,实现了中国历史上第一次太空

漫步,也使我国突破和掌握了空间出舱活动技术。

随后的几年,通过发射“天宫”1号目标飞行器,“神舟”8号、9号、10号飞船与之分别对接,我国突破和掌握了自动和手动交会对接技术,并验证了组合体飞行技术,飞船定型。通过发射“天宫”2号空间实验室,“神舟”11号载人飞船和“天舟”1号货运飞船与之分别对接,验证了航天员中期在轨驻留技术、在轨加注技术、货运飞船技术和未来空间站的部分新技术,并进行了较大规模的科学实验和技术试验。由此,“三步走”发展战略中的第二步已经完成。

2022年11月30日,中国航天员首次在中国空间站迎接载人飞船来访。7时33分,在“1”字基本构型的中国空间站里,翘盼已久的神舟14号

航天员乘组顺利打开“家门”,热情欢迎远道而来的亲人入驻“天宫”。“胜利会师”的两个航天员乘组,一起在中国人自己的“太空家园”里留下了一张足以载入史册的太空合影。

商业航天遍地开花

根据公开资料,通信卫星累计为国内偏远地区1.4亿户家庭提供直播卫星电视以及远程教育、远程医疗、农村电商等服务,并在多次灾害救援中提供高效应急通信服务;北斗导航为超过700万辆道路运营车辆提供安全保障服务,为超过4万艘海洋渔船提供定位和短报及通信服务;卫星遥感为国内数万家用户和全球100多个国家提供服务,有力保障国内外重大自然灾害应急监测。

银河航天是较早进入商用航天领域的一员。2018年成立后不久,银河航天便开启了自主研发低轨宽带通信卫星之路。花费一年半的时间,银河航天成功研制了国内乃至全球首颗通信能力达48Gbps的Q/V频段低轨宽带通信卫星——银河航天首发星,并于2020年1月成功发射。目前,银河航天首发星已在轨良好运行1000余天,完成了多种应用场景测试,迈出了卫星互联网建设坚实的一步。

能不能把汽车导航芯片用在卫星上?银河航天综合电子团队突然产生了一个疑问:汽车导航用的是什么芯片?按照市场价算,一台普通的汽车大概十几万、二十万元,那汽车芯片的价位不可能是10万元。

当时银河航天正在02批卫星的研制阶段,而根据首发星的成本,一个导航芯片就高达几十万元。这样的想法让这个团队如获至宝,越想越兴奋的他们马上开会,把思路打开后,大家开始去民用工业领域里找替代品。最终,银河航天02批卫星上的星载计算机,其中导航芯片就使用的是汽车导航芯片。

银河航天只是我国商业航天发展的一个缩影。在政策扶持下,已成为推动国家创新体系建设和航天产业高质量发展重要支撑的商业航天,正在进入快速发展期,资本也已闻风而动。华泰证券统计,2011-2021年,中国商业航天领域总披露融资额达243.1亿元,其中,2021年就超64亿元。华泰证券预测,2023年将成为中国商业航天大年,商业航天板块是未来几年的重要投资方向。

北京商报记者 郭秀娟

商查用户需求向纵深发展 天眼查率先赢得用户心智

日前,《中华人民共和国社会信用体系建设法(向社会公开征求意见稿)》起草推出,开启了我国社会信用体系建设的新阶段。随着国家推进社会信用体系建设以及数字经济的发展,商业查询行业的发展潜力逐步被释放。

近日,第三方研究机构易观分析发布《透视用户需求深挖服务潜力:2022中国商业查询行业洞察》(以下简称《报告》)显示,商业查询行业已经迈入多维查询的深度发展阶段。

作为征信系统的补充,商业查询在推动社会信用体系建设、构建诚信社会上发挥着越来越有效的作用。《报告》称,商业查询行业服务人群逐渐拓展,服务场景也向纵深发展。与此同时,行业竞争激烈,用户流量逐步向头部平台集中,天眼查App的市场渗透率已近八成。

2021年1月-2022年9月 商业查询行业 典型APP 流量趋势(万)



2022年9月 商业查询行业 典型APP 流量情况

| APP名称 | APP MAU(万) | 行业渗透率 |
|-------|------------|-------|
| 天眼查 | 3526 | 77.4% |
| 企查查 | 862 | 18.9% |
| 启信宝 | 273 | 6.0% |
| 爱企查 | 21 | 0.5% |
| 企知道 | 12 | 0.3% |

位也需逐渐迈进“服务业+数智化”的商业综合服务阶段。

用户需求的纵深延展意味着商业查询平台需要提供更加多样化的服务。《报告》分析表示,商业查询行业用户需求正在向纵深发展,纵向向场景化需求和增值需求方向发展;深度方面向深度分析需求、数智化需求方向延伸。比如大众人群和中小企业的的需求逐渐拓展细化,未来需要商业查询平台提供更多的场景化服务、增值服务;专业人群、集团公司、政府部门的需求则不断深化,未来在深度分析、数智化方面的需求将越发强烈。

据了解,天眼查以八大技术群打造了数据结构化能力,首次实现了AI引擎助力商业决策,比如分布式图计算、海量数据采集、多源异构数据清洗融合、高性能并行计算、多模态数据挖掘分析等。

在服务深度上,天眼查细分用户的使用场景,比如个人用户的工作、生意和生活等不同场景,企业在不同发展阶段的使用场景,探索具体场景的需求不同,进而提供差异化服务。在服务深度上,天眼查走在用户需求和行业其他玩家前面,对行业服务深度的发展具有深刻的影响。

与此同时,天眼查在以用户场景化需求为核心的理念指引下,透析并预测到了用户服务广度方面的需求,通过提供场景化服务、增值服务,引领行业在服务广度方面的发展。

比如在其他商业查询企业较少涉足的政府部门用户上,天眼查洞察到不同政府部门的发展需求,提供数据支持和数智化服务,支持建设数据治理体系。

针对司法部门,通过天眼查数据系统,为司法部门提供相关人员线索,解决数据不全、更新不及时、接入门槛高等问题。根据“多模态数据挖掘分析”发现数据中的隐藏信息,并通过数据可视化呈现,助力司法部门数字化建设。

《报告》认为,从平台竞争情况来看,天眼查在数据查询、数智化服务、增值服务方面均有领先优势,且与数字经济、全国统一大市场中的社会信用体系建设更为契合。

图片来源:企业供图

流量向头部平台集中

商业查询是指基于公开信息,使用大数据、人工智能等技术手段,及时、准确地提供多种数据维度商业信息,服务于个人、企业、政府的第三方信息查询平台。

随着商业查询的广泛应用,其价值被越来越广泛的知晓。比如24-35岁的年轻人群,在求职或者生意合作过程中,会使用商业查询平台进行基础信息查询,以此防范相应的决策风险,保障财产安全。

《报告》把商业查询的价值总结为三部分,包括用户价值、商业价值和社会价值。对个人,提供第三方客观数据,为企业信用背

书,输出商业、信用信息,为个人、企业决策提供依据;对企业,提供多维信息助力商业决策,避免系统性风险,提供数智化赋能商业监管,提升管理秩序;对社会,打破信息不对称,降低社会运行中的“信用成本”,补充征信系统,建立围绕企业征信的多维数据体系,以第三方视角跟踪企业、个人行为,助力诚信社会建设。

商业查询行业的发展,离不开政策、经济、社会、技术、用户等多方因素共同推动,其中用户需求变化是推动商业查询发展的重要力量。《报告》显示,截至2022年9月,商业查询行业总体用户规模已达4500万,增速放缓。2021年1月以来,天眼查的流量增长明显,数据显示,天眼查的月活跃用户人数已超3500

万,行业渗透率为77.4%,在行业中占据近八成规模。企查查与启信宝位居二、三位,渗透率分别为18.9%以及6%。

QuestMobile 数据也显示,2022年前9个月,办公商务行业TOP 10 App中,效率办公、商业查询相关App符合增长率表现最佳,其中天眼查的月活跃用户规模居商业查询行业第一。

用户需求逐渐拓展

目前,商业查询经历了征信数据查询阶段(2014-2016)和企业信息查询阶段(2017-2019),现在正处于商业多维查询阶段(2020-2022),能够支持不同企业间多维度数据查询。

用户需求变化是推动商业查询发展的重要因素。《报告》中提到,商业查询的用户依据用户属性和对商业查询的使用深度和广度可以分为大众人群、专业人群、中小企业、集团公司和政府部门五类。

目前,天眼查是唯一囊括了五类服务对象的商业查询平台,在提供商业查询相关功能和服务基础上,还能满足用户场景化需求。

比如对不同发展阶段的企业,天眼查提供的场景服务就不同。初创期和发展期,为企业提供助力企业发展的营销服务、增值服务,提升业绩,对于成熟期的企业,则通过数智化升级提升效率,加强企业内部监管,帮助企业实现提质增效。

统计数据显示,天眼查在满足不同类型用户需求时,用户选择使用天眼查的比例均领先于竞争对手:在大众人群之中选择使用天眼查的用户占比为62%,企查查与爱企查分别为22%以及18%;专业人群之中选择使用天眼查的用户占比更是高达62%,企查查与爱企查分别为38%以及28%;集团公司之中选择使用天眼查的用户占比为67%;政府机构选择使用天眼查的用户占比更是高达70%,更是远超行业平均水平,用户的真实选择才是一款产品最好的注解。

纵深服务引领行业

从商业查询行业的发展趋势看,用户需求的变化促进商业查询的价值从工具价值向服务价值、经济价值、社会价值延展,平台定

