

# 中国移动宣布和飞信将停止服务 即时通讯赛道竞争进入2.0阶段

■本报记者 李季宇  
见习记者 许林艳

“和飞信将从2022年9月30日开始停止提供服务。”近日,中国移动和飞信官方微博发布《关于和飞信业务发展调整的公告》,随着和飞信停止服务,用户将无法登陆及使用和飞信。

和飞信原名飞信,承载着一代人的记忆。上述消息发布后,不少网友在社交媒体上感慨,“又是一滴时代的眼泪”“当年没有微信的时候全是用飞信”……感慨之余,也有老用户坦言,如果不是此次官方宣布停止服务,自己都不记得还有过飞信账号。

7月25日,《证券日报》记者分别在苹果手机和安卓手机的应用商城中搜索“飞信”及“和飞信”,均未能找到相关应用。

## 和飞信退出历史舞台

“(和)飞信早就该退出市场了。”电信运营商行业资深观察人王征南对《证券日报》记者表示。

飞信诞生于2G时代。彼时,即时通讯存在两方面问题。一方面,当时出现的社交软件如QQ等,无法将信息即时送达给未登录用户;另一方面,能够实现即时送达的短信类产品价格较高,三大运营商为用户提供的资费套餐中所包含的短信数量难以满足用户的交流需求。

诞生于2007年的飞信,凭借着免费短信、好友不在线也能将信息及时送达的优势一炮而红。相关统计显示,在飞信运营的15年里,巅峰时期注册用户近5亿,高峰期活跃用户接近1亿。

“运营商一方面注意到了用户痛点,希望借此业务抢占市场;另一方面也意在探索新的业绩增量。”王征南对记者表示,除了飞信,中国电信也推出过业务形态相似的“翼信”。

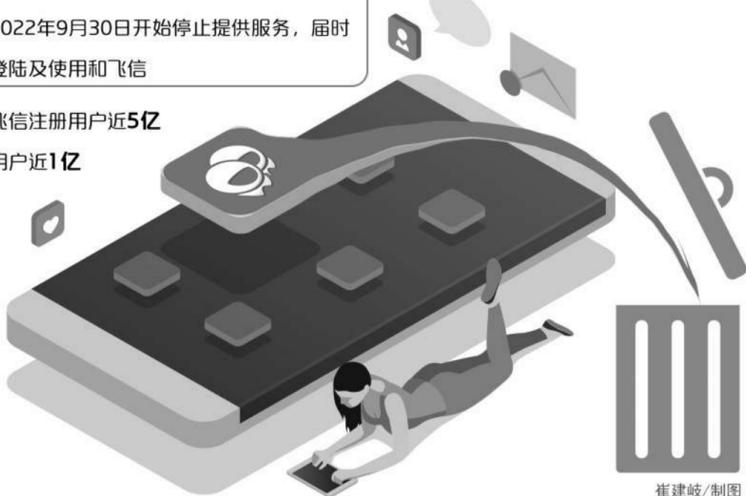
尽管运营商们抢占了先机,却难敌后起之秀。2011年微信诞生,凭借

中国移动发布《关于和飞信业务发展调整的公告》称

和飞信将从2022年9月30日开始停止提供服务,届时用户将无法登陆及使用和飞信

巅峰时期和飞信注册用户近5亿

高峰期活跃用户近1亿



崔建岐/制图

OTT通话以及图片传输等功能快速从运营商手中抢夺即时通讯市场,同时,相关功能也给通信运营商带来冲击。

面对挑战,飞信也曾积极转型。2016年,飞信更名为和飞信。在此之前的2013年,中国移动正式发布新商业品牌“and! 和”(以下简称“和”品牌),宣布移动4G网络开始向全国布局。中国移动在“和”品牌下推出了一系列细分品牌。

“和飞信就是之前的飞信被整合进入了‘和’品牌里。”通信行业分析师付亮告诉《证券日报》记者,“和飞信包含飞信的业务,又向外延伸到了政企服务领域。”

如今来看,微信已经成为国内最大的社交软件。据腾讯发布的2022年第一季度财报显示,微信WeChat的合并月活跃账户为12.88亿户,去年同期为12.42亿户,同比增长3.8%。而在政企服务领域,和飞信也面临着较大竞争压力,比如阿里的钉钉、腾讯

的企业微信等。

## 即时通讯赛道竞争持续

和飞信退出历史舞台并不代表着即时通讯赛道竞争结束,事实上,这个领域的竞争正在通过一种新的形态呈现。

2021年11月份,中国联通宣布启动5G消息商用;去年年底,中国移动亦宣布完成了5G消息专网试点;今年1月25日,中国电信正式宣布5G商用,标志着5G消息发展进入新阶段。

“飞信业务完全无法与5G消息相比,双方甚至不在一个量级上。”王征南告诉记者,“未来5G时代的富媒体不仅服务于即时通讯业务,还将超越微信,实现微信难以实现的功能。”

“提速降费政策实施以后,运营商需要在新兴业务上找寻利润增长点。”付亮在接受《证券日报》记者采访时表示,在政策指引和激烈竞争下,通信运营商正在进行业务结构的转换,创新型业务逐步扛起运营商业绩增量的重任。

在最新发布的6月份经营数据中,中国移动移动业务客户总数为9.70亿户,6月份净增325.2万户,5G套餐客户数达5.11亿户;中国电信移动用户数为3.84亿户,6月份净增307万户,5G套餐用户数达2.31亿户;中国联通“大联接”用户累计达8.05亿户,5G套餐用户累计达1.85亿户,物联网终端连接累计达3.36亿户,5G行业虚拟专网服务客户数为2014个。

在王征南看来,即时通讯赛道的另一次更新不会太快到来。“目前积极的一面是,三大运营商对于5G消息的标准是统一的,在技术上也能够为5G消息提供支撑。但不得不承认,5G消息的推广需要上下游的共同努力。”

## 复苏@旅游业

# 疫情因素影响运营业绩 酒店业期待下半年迎转折

■本报记者 刘斯会

上市公司半年报业绩预告陆续披露。《证券日报》记者梳理发现,截至7月25日,已有首旅酒店、锦江酒店等多家酒店业上市公司发布上半年业绩预告,预计2022年上半年归属上市公司股东的净利润为负。

## 上半年业绩承压

首旅酒店披露的业绩预告显示,预计上半年归属于上市公司股东的净利润为-3.6亿元至-4.2亿元,出现亏损的主要原因为2022年上半年疫情多点散发,受疫情影响,疫情防控措施升级,旅游和商务出行均受到较大影响,对酒店行业正常经营造成冲击。

锦江酒店预计2022年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为-1.1亿元至-1.5亿元,业绩变动原因主要包括,2022年上半年,国内休闲旅游及商务差旅消费需求受到限制,短期内对公司旗下境内有限服务型酒店运营造成影响。

华住集团最新披露的2022年第二季度酒店经营初步业绩同样不乐观。截至2022年6月30日,华住在乐酒店(不包括征用中酒店)综合日均房价为218元,同比减少14.5%;综合入住率为64.6%,同比减少17.7个百分点;受日均房价和入住率的影响,平均可出租客房收入为141元,同比减少32.9%。

而结合一季度数据来看,华住集团一季度酒店营业额为95亿元,同比增加16.4%;营业收入27亿元,同比增长15.2%;净利润持续三个季度亏损。综合来看,一季度亏损叠加二季度运营不利,华住集团上半年净利润或持续下滑。

# 云南景点酒店交通预订爆棚 丽江股份下半年业绩有望回暖

■本报记者 谢岚  
见习记者 李如是

7月25日,丽江股份旗下5A级风景区——玉龙雪山官网数据显示,预估25日至27日旅游人次分别为13228人、12356人、11728人。进入7月份以来,该风景区游客数量持续破万。

产业经济咨询机构景鉴智库创始人周鸣岐对《证券日报》记者表示,“暑期快速回流的客流量,有望在一定程度上弥补旅企上半年的业绩亏损,但长期来看,业绩的恢复进程依旧存在不确定性。”

## 7月份游客数量大幅增长

对丽江股份而言,今年的旅游市场可谓“大起大落”。7月15日,丽江股份披露的2022年半年度业绩预告显示,公司预计净利润亏损4800万元到5700万元,而业绩大幅下降的原因正是游客数量大幅减少。

丽江股份表示,今年上半年,公司游客接待量出现较大幅度下降,公司运营的三条索道共计接待游客51.45万人次,同比下降61.70%,其中,玉龙雪山索道接待游客41.31万人次,同比下降53.64%。但进入7月份,景区接待游客数量出现大幅回升,月内接待游客数量直逼上半年游客总数。

据2022中国国际旅游交易会发布的最新数据显示,今年6月份,云南接待游客人次、旅游收入已恢复到2019年同期的89.8%和75.5%。进入7月份之后,云南热门旅游景点的酒店预订更是出现爆满的情况。

云南旅行社从业人员对《证券日报》记者表示,“云南省内的旅游团从7月初开始就一直爆满,因为酒店交通费用上涨,7月16日公司的团价还出现了一波上涨。现在前往西双版纳、大理、丽江的旅游团已经满员,但还是有一直有游客咨询。”

对于部分地区客流量猛增、酒店预订单大幅增长的情况,周鸣岐表

文化和旅游部发布的统计数据显示,2022年上半年,全国出游总人次14.55亿,出游总花费1.17万亿元,同比下降28.2%。对此,北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋对《证券日报》记者表示,疫情背景下,消费者会首先考虑搁置相对非刚需、低频、高客单价的旅游消费产品。

## 下半年逐步复苏

值得注意的是,虽然上半年国内三大酒店龙头公司经营业绩有所承压,但当下本地游作为补充力量,成为不少酒店的营业支撑。华美顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱在接受《证券日报》记者采访时表示,在精准科学的疫情防控措施以及旅游业多重利好的推动下,下半年休闲旅游和商务出行或将迎来强劲修复。

“7月份以来,单日入住率超90%的门店达1576家,满房酒店近千家。”首旅酒店集团总经理孙坚表示,“平台数据的持续上升意味着市场在向好的方向发展,也是新市场秩序建立的关键机会。”

7月份至8月份有望成为年度旅游经济运行止跌回升的转折点。首旅酒店表示,下半年的重点之一是拓展下沉市场。据首旅如家酒店集团产品中心总经理姚东透露,今年公司旗下“如家系”品牌的主要开发目标是下沉到四五线甚至六线城市,计划拓展600家门店。

“下半年酒店业企稳打地逐步复苏,既不会报复性上升,经营状况也不会进一步恶化。各省市本地游仍值得期待,特别是亲子游、野外生活体验等,同时,发展迅速的露营地旅游也会为酒店住宿带来客源。”赵焕焱补充说。

# 邮局咖啡北京首店落户望京 中国邮政试水新业态加速转型

■本报记者 向炎涛  
见习记者 贺玉娟

邮局咖啡扩店提速。继6月6日邮局咖啡首家校园店在东南大学开业后,7月24日,邮局咖啡北京首店在望京小街正式开业。这是邮局咖啡首家独立于传统邮局营业厅的咖啡店。

邮局咖啡相关负责人表示,当前邮局咖啡重点布局CBD店、景区店和校园店三种类型。未来将继续在全国市场布局,持续扩店。

“布局咖啡业务,并不意味着该业务要成为一个大的利润增长点。”中国商业联合会专业委员会委员赖阳在接受《证券日报》记者采访时表示,对于众多跨界企业而言,更多的是为了通

过咖啡等业务为原有业务赋能,拓展服务场景,拉近与用户的距离,给予企业品牌新的形象。

7月25日,《证券日报》记者实地走访位于望京小街的邮局咖啡门店,该门店由咖啡制作区、室外休息区及文创甜点区三部分组成。虽然面积不大,但前来排队的消费者不少,门口还有外卖小哥跑腿代购。

据店内菜单显示,邮局咖啡的产品包含美式、拿铁等基础品类以及几款特调咖啡,价格从12.8元/杯到28.8元/杯不等。另外,邮局咖啡文创区域还陈列着中国邮政明信片、信封、杯子等带有中国邮政特色的文创产品,以及茶叶和多种口味的蛋糕甜品,吸引了诸多消费者。

对于中国邮政多元化发展咖啡业务,深圳市思其晟公司CEO伍佰麒对《证券日报》记者表示,在竞争激烈的咖啡赛道,邮局咖啡有一定的竞争优势,一是渠道网点分布广,且网点已分布到下沉市场,二是中国邮政企业实力雄厚、知名度高、市场信任度高,此外咖啡店与邮政网点在业务层面也有一定匹配度,例如在旅游景点的邮局,依靠咖啡业务完全有可能转型成新型邮局,能够具备除邮寄等功能外的休闲作用,价格年轻人喜爱。

通过多元化的业务发展,中国邮政“老字号”正在迸发新活力。

除了跨界新式茶饮、咖啡赛道,中国邮政也在积极探索直播电商,打开抖音平台以关键词“邮政直播”搜索,

可以看到数十个邮政分公司在直播卖货,带货产品多为农产品。

实际上,早在2020年中国邮政就开始涉足直播,曾在快手等多个平台试水直播带货。2021年9月份,中国邮政主办了中国邮政新媒体主播大赛,此后成立了中国邮政MCN运营中心,负责主播培养、专业扶持、供应链合作等全链条商业运营。

在2022年全国邮政农村电商发展推进会上,中国邮政集团公司副总经理康宁表示,2021年中国邮政物流规模实现新增长,全年双向物流规模达136亿元,建成100个全国级农产品基地,718个县完成三级物流体系建设,建设了100个农产品产地仓。2022年一季度,电商分销量实现收入50亿元,同比增长30%。

# 国际粮价高位震荡 专家称对国内CPI影响可控

■本报记者 杜雨萌  
见习记者 韩昱

民以食为天,粮稳天下安。今年以来,国际粮价价格高位震荡。以小麦为例,Wind数据显示,今年3月7日,芝加哥期货交易所(CBOT)小麦期货收盘价为13.113美元/蒲式耳,较年初上涨72%。此后波动调整,截至7月22日收盘,报7.555美元/蒲式耳,较3月7日高点下跌超42%,整体仍处相对高位。

国际粮价价格高位震荡,对我国影响几何?多位接受《证券日报》记者采访的业内人士认为,当前我国粮食安全形势较好,国际粮价的剧烈波动对我国CPI影响可控。

## 国际粮价大幅波动 海外通胀水涨船高

从近期经济数据可以看出,食品价格的加速上涨,已成为推动海外经济体通胀超预期上行的重要动力。

例如,美国6月份CPI同比涨幅达到9.1%,创1981年以来新高。其中,食

品价格同比大幅上涨10.4%,同比增速为1981年2月份以来最高水平;欧元区6月份调和CPI同比上涨8.6%,食品项对通胀的贡献率约22%。

中信证券首席经济学家明明在接受《证券日报》记者采访时表示,虽然近期国际粮价价格出现回落,但食品项价格对美国以及欧元区CPI的拉动作用依然很大。

谈及近期国际粮价价格与食品价格出现的“分裂”走势,东方金诚首席宏观分析师王青对记者表示,这主要在于传导时滞效应,即从国际粮价价格下跌到CPI中食品项涨幅收窄,往往有2个月到3个月的传导周期。

在国元证券看来,本轮国际粮价上涨主要是疫情发生后,海外部分经济体为刺激经济超发货币导致。在流动性超宽松的环境下,持续通胀交易推动国际粮价走高,进而传导至加工食品价格,从而拉升通胀水平在高位运行。结合过往经验看,国际粮价成本的变动传导到加工食品价格平均需要6个月的时间,但这一次明显不同,即国际粮价减速后,食品价格依然在

加速,这说明整体食品价格在脱离经验轨道。意味着当前海外通胀的性质不仅仅是流动性问题,还有预期问题。

有业内人士认为,即使未来国际粮价价格继续下行,食品价格对海外通胀的拉动作用也未必会减弱。

## 国内粮食市场平稳 物价运行在合理区间

相较于美欧等主要经济体通胀居高不下,我国物价水平持续运行在合理区间。

国家发改委经贸司副司长张国华表示,尽管全球粮食市场剧烈波动,不稳定、不确定因素明显增加,但总体看,当前我国粮食安全形势较好。究其原因,除了粮食生产稳步发展外,今年我国夏粮再获丰收。截至7月10日,主产区累计收购小麦3433万吨,同比增加160万吨。除此之外,国内粮食市场的总体平稳以及粮食物流和应急保障能力显著提升亦有重要贡献。

国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖表示,我国

在面对国际输入性通胀时,加大了国内市场保供稳价力度;此外,加强粮食生产,保障了CPI总体稳定。

结合国家统计局数据看,6月份,我国CPI同比上涨2.5%,涨幅明显低于欧美国家水平。其中,食品价格上涨2.9%,涨幅比5月份扩大0.6个百分点,影响CPI上涨约0.51个百分点。上半年,我国CPI同比上涨1.7%。其中,食品价格同比下降0.4%,影响CPI下降约0.08个百分点。

英大证券研究所所长郑后成在接受《证券日报》记者采访时表示,预计国际粮价价格下行趋势大概率在中短期内还将持续,对国内CPI的推动力大概率减弱。

明明认为,即便国际粮价在下半年出现意外波动,对我国物价的影响也较为可控。一方面是因为粮食分项在我国CPI统计“篮子”中权重较低;另一方面是我国粮食对外依存度较低,国内粮价受海外粮价价格的影响较小。

“鉴于我国三大主粮自给率高,国内粮食市场独立性很强,所以,国际粮价波动对国内粮价的影响将处于可控状态。”王青表示。