

# 三大电信运营商10月份数据透出信号 更多竞争者将抢夺5G专网建设“蛋糕”

■本报记者 李乔宇

11月21日,中国移动、中国电信以及中国联通三家电信运营商陆续披露2022年10月份主要运营数据。

公告显示,今年10月份,中国移动移动业务客户总数达9.73亿户,当月移动业务客户减少78.6万户;中国电信披露的数据显示,截至今年10月份,中国电信移动用户数3.9亿户,当月移动用户数净增59万户;中国联通披露的数据显示,截至今年10月份,中国联通“大联接”用户累计达到8.5亿户。

## 5G用户占比超三成 电信业务保持两位数增长

11月份工信部披露的数据显示,电信业务收入稳步增长,电信业务总量保持两位数增幅。今年1月份至10月份,电信业务收入累计完成13215亿元,同比增长8%。按照上年不变价计算的电信业务总量同比增长21.4%。今年1月份至10月份,移动电话用户规模稳中有增,5G用户占比超三成。截至10月末,三家基础电信企业的移动电话用户总数达16.82亿户,比上年末净增3947万户。其中,5G移动电话用户达5.24亿户,比上年末净增1.69亿户,占移动电话用户的31.1%,占比较上年末提升9.5个百分点。

从三大运营商披露的数据来看,截至今年10月份,中国移动5G套餐客户数5.72亿户;中国电信5G套餐用户数2.57亿户;中国联通5G套餐用户数2.05亿户。

电信运营行业资深观察家王征南告诉《证券日报》记者,相比4G覆盖情况,5G用户数量仍有较大增长空间。当下,电信运营商或将面临5G用户数量提升,ARPU(每用户平均收入)增速放缓的状态,但随着5G用户占比提升到七至八成,或将出现量变引发质变的现象。

## 企业5G专网 会抢占运营商蛋糕吗?

整体来看,今年1月份至10月份信

## 截至今年10月份

中国电信客户数达3.9亿户, 5G套餐用户数达2.57亿户

中国联通客户数达8.5亿户, 5G套餐用户数达2.05亿户

中国移动客户数达9.73亿户, 5G套餐客户数达5.72亿户



息通信行业中传统业务收入增速放缓,新兴业务收入涨势强劲。

今年1月份至10月份,移动数据流量业务收入低速增长,三家基础电信企业完成移动数据流量业务收入5383亿元,同比增长0.7%,在电信业务收入中占比为40.7%;同期语音业务收入降幅收窄,三家基础电信企业完成固定电话和移动语音业务收入172.4亿元和958.9亿元,同比分别下降9.1%和1.4%,两项业务合计占电信业务收入的8.6%。

在此期间,新兴业务收入保持快速增长。三家基础电信企业积极发展IPTV、互联网数据中心、大数据、云计算、物联网等新兴业务,今年1月份至10月份共完成相关业务收入2563亿元,同

比增长33.1%,在电信业务收入中占比为19.4%。其中云计算和大数据收入同比增长分别达127.8%和159.3%,数据中心业务收入同比增长12.7%,物联网业务收入同比增长25.6%。

在王征南看来,当下三大运营商的业务重心正在朝5G定制专网转移,随着电信运营的业务逐步细化和垂直,三大运营商有望建立起5G定制专网的生态圈,随着智慧工业、智慧农业、智慧交通、智慧医疗等几大板块业务逐步完善,预计在长达十年的时间内,电信运营商旗下的新兴业务收入都将保持较为强劲的增长态势,并有望在未来三年至五年内超过传统业务收入金额。

日前有消息称,工信部于近期向

上海商飞发放了第一张5G专网频率许可。在业内看来,上海商飞在企业5G专网方面的尝试只是个开始,未来,出于安全以及性能的考量,或将有更多企业获得5G专网频率许可。

王征南告诉记者,这意味着三大运营商在企业5G专网建设领域将迎来越来越激烈的竞争,三大运营商在工业互联网领域的细分市场份额或将进一步被稀释。

也有不愿具名的运营商内部人士对记者坦言,5G专网频率许可确实意味着有更多的竞争者正在争夺工业互联网蛋糕。但从海外实践案例来看,承担5G专网建设的主体仍然多为运营商,且建网属于重资产项目,中小企业恐怕难以承受。

# 贵州茅台:年内茅台酒 含税销售收入已突破千亿元

■本报记者 王鹤  
见习记者 冯雨璠

11月21日晚间,贵州茅台发布关于茅台酒经营数据的公告,2022年1月1日至11月21日公司实现茅台酒营业收入894.08亿元(含税销售收入1005.69亿元)。

贵州茅台主营茅台酒及系列酒的生产及销售。一直以来,茅台酒作为公司的拳头产品,毛利率高达90%,在市场上常常“一瓶难求”。

据贵州茅台三季报数据显示,今年前三季度公司茅台酒实现营收744亿元,系列酒实现营收125.40亿元。其中,茅台酒营收占比达85%。

今年以来,贵州茅台在营销渠道改革及数字化上的发力,为公司业绩增长提供了更多助力。“公司营收保持稳健增长主要来源于两点,一是公司不断加大直营体系的营销,另一个是数字营销App‘茅台’的上线为公司带来不少盈利。”常年代理酱香型白酒销售、白酒营销专家王建军对《证券日报》记者表示。

在业内看来,直销渠道改革及“i茅台”的上线,也为茅台酒贡献利润占有一席之地。经计算,今年前三季度公司直销渠道营收占比已提升至36%。

此前,贵州茅台董事长丁雄军在股东大会上提出,2022年公司的经营目标之一是实现营收1259亿元,增速15%,较去年提高4.5个百

分点,增长额164亿元。从今年第一季度、半年度、第三季度数据看,贵州茅台营收增速均已超过15%的增速目标,第一季度、半年度、第三季度的营收增速分别为18.43%、17.38%、15.61%。

营收保持稳健增长的同时,公司产能的持续释放预计也将创造更多增量空间。天风证券发表研报表示,公司茅台酒基酒产能稳步增长,保证成品酒品质与未来发展空间;系列酒产量整体上行,产能有序释放,预计2023年实际产能将达6.6万吨。

在拥抱全球化的背景下,贵州茅台走向国际的步伐也在不断加快。丁雄军近日在参与2022年亚太经济合作组织(APEC)工商领导人峰会上发言称,在产品出口方面,从1953年开始出口到现在,公司产品已销往64个国家和地区,其中亚太地区是主要市场。

他还提到,在世界经济形势不明朗和不利因素增多的挑战下,贵州茅台业绩保持两位数以上的高增长,有赖于企业自身在产品服务提升、市场拓展和降本增效上所做出的努力,并呼吁各界携手营造一个公平竞争、包容开放的亚太地区营商环境。

数据显示,目前茅台国外收入占比较低,潜在增长空间广阔。据三季报数据显示,今年前三季度贵州茅台实现国外收入27.73亿元,占比约3.2%。

# 逾7亿元资产遭查封冻结拒绝披露 ST星源八名董监高被警告及罚款

■本报记者 李昱丞  
见习记者 李雯雯

上市近32年的“老股”ST星源,最近因为重大违规操作受到监管部门处罚。11月21日,ST星源发布公告,因公司涉嫌信息披露违法违规行为,收到中国证监会深圳监管局下发的《行政处罚事先告知书》,公司及8名董监高被处以警告及3万元到100万元不等的罚款。

公开信息显示,2019年11月7日,因ST星源与深圳前海东方创业金融控股有限公司(下称“前海东方”)相关诉讼案件,深圳市中级人民法院裁定查封及冻结ST星源账面价值合计约7.43亿元资产。但该公司董事局主席丁芑、总裁郑列列在知悉上述重大事件发生后,要求董秘罗晓春暂不披露。

针对上述情况,《证券日报》记者致电ST星源董秘办,相关人员并不愿意做出更多回应,仅表示:“相关情况请以公告为准,对于公司往后的合规管理也请以公告为准,无法做更多详细的披露。”

## 董监高故意隐瞒重大事件

ST星源的违规行为始末要追溯到6年前,2016年12月份,前海东方委托中信银行深圳分行向深圳市创意星源能源基建投资有限公司(下称“创意星源”)发放3.5亿元委托贷款,ST星源作为保证人,为创意星源该笔贷款提供了连带保证责任担保。

由于创意星源未按期偿还贷款本息,2019年9月8日,前海东方向深圳国际仲裁院申请仲裁,请求裁决创意星源偿还贷款本金及应付利息等合计3.87亿元,并请求保证人ST星源承担连带清偿责任。同年11月7日,前海东方财产保全申请,深圳市中级人民法院裁定,查封及冻结公司账面价值合计7.43亿元资产。

实质上ST星源8名董监高除了故意隐瞒逾7.43亿元资产遭查封外,还存在大量关联担保未披露,且持续三个会计年度。2017年至2019年期间,ST星源为公司实际控制人丁芑提供共11笔担保,合共金额2.42亿元。根据相关规定,公司应及时披露相关担保事项,但ST星源并未及时披露且存在重大遗漏。

更为不可思议的是,ST星源

董事局主席丁芑是相关担保事项的担保人,且丁芑本人参与策划,主导了上述关联担保事项;总裁郑列列,作为共同担保人在担保合同上签字,也参与了上述关联担保事项。其余被问责高管均同意为丁芑借款提供担保,并进行相关文件的签署。

广东圣马律师事务所主任律师田勇向《证券日报》记者表示,“ST星源高管未遵守法律法规和有关制度的规定,应披露而不披露重要信息,是违法乃至犯罪行为。公司主要负责人董监高和总经理等高级管理人员在知道以后不予制止反而共同协商隐瞒真相,已构成‘违规披露、不披露重要信息罪’。同时,该公司的刻意不披露行为已经对期间投资者造成损失,应追究有关方民事责任。”

## 连续三年被出具保留意见

深圳监管局在对ST星源下发的《行政处罚事先告知书》表示,上述事实,有仲裁文书、法院裁定书、借款合同、担保合同、公司审批单、董事会决议、诉讼材料、情况说明、相关当事人询问笔录、公司公告等证据证实。

根据当事人违法行为的事实、性质、情节与社会危害程度,依据2005年《证券法》第一百九十三条第一款以及《证券法》第一百九十七条第二款的规定,深圳证监局拟对ST星源给予警告,并处以100万元罚款;对8名董监高人士处以3万元至100万元不等的罚款。

ST星源作为深市“老五股”之一,其主营业务为酒店及物业经营、清洁能源、水资源基础设施经营性项目的开发投资。2022年前三季度实现营业收入1.74亿元,同比下降40.3%;归母净利润1007万元,同比下降94.8%。环保业务占营收比例约80%,酒店经营及物业管理收入占比约20%。

值得注意的是,ST星源2019年至2021年连续三年被会计师事务所出具具有保留意见的审计报告;2020年至2021年连续两年被出具否定意见的内控审计报告,认为公司内部控制在重大缺陷。

ST星源认为,根据此次《告知书》认定的情况,初步判断,本次信息披露违法违规行为不触及《深圳证券交易所股票上市规则》相关规定的重大违法强制退市情形。

11月25日10点至11月26日10点,斯诺威矿业54.2857%股权将再次拍卖

# 时隔半年保证金大涨逾118倍 天价锂矿控制权将花落谁家?

■本报记者 曹卫新

一度吸引近百万人围观,经过3000多次出价,历时5天5夜,从335万元起拍价起步,最终以20亿元成交收场的天价锂矿控制权争夺战时隔6个月卷土重来。

阿里资产破产拍卖平台显示,2022年11月25日10点至2022年11月26日10点(延时除外),成都兴能新材料股份有限公司(下称“成都兴能”)持有的斯诺威矿业54.2857%股权将再次进行公开拍卖。竞买公告显示,相较于前次拍卖,本次拍卖保证金和起拍价均大幅上涨。第一轮拍卖的保证金和起拍价为4000万元、2亿元,涨幅达118.4倍、59倍。若第一轮拍卖达到封顶价,起拍价和保证金还将继续增加。截至2022年11月21日19点,该场拍卖引来4049次围观,暂无人报名。

## 竞买人海拍 33.5万元保证金被没收

京东拍卖显示,成都市中级人民法院曾在2020年2月份公开拍卖兴能新材所持斯诺威54.29%股权,起拍价为8.49

亿元。但因案外人对标的物的查封提出异议,拍卖中止。

今年5月16日,成都兴能管理人在京东拍卖平台公开拍卖斯诺威矿业54.2857%股权,起拍价为335万元,保证金为33.5万元。历时5天5夜,最终这笔股权以高于起拍价597倍的价格收尾,买受人为一位叫谭威的自然人。

记者从知情人处获悉,买受谭威在竞拍结束后迟迟没有后续动作,海拍后竞买保证金被没收。

此次拍卖,成都兴能管理人大幅提高了保证金的起步金额。第一轮拍卖起步价为2亿元,封顶价为4亿元,保证金为4000万元。第一轮拍卖达到封顶价后将进入第二轮拍卖,起拍价调整为6亿元,保证金涨至8000万元。相较今年5月份的拍卖来说,参与竞拍的竞买人的海拍成本将大幅提升。

11月20日晚,A股上市公司盛新锂能宣布,公司拟参与斯诺威矿业54.2857%股权竞拍,以进一步增强公司的资源储备,为公司锂盐产能的扩张提供强有力的资源保障。公司相关工作人士表示,“目前拍卖还没有正式开始,公司正在履行相关的程序。”

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示,“锂矿目前是紧俏资源。今年以碳酸锂、氢氧化锂等动力电池的正极材料频频涨价,年涨幅超过500%。”

## 多公司相中锂矿资源 话语权争夺战一触即发

中信证券研报指出,得益于下游需求持续旺盛,2022年第三季度南美盐湖锂企业的产品售价高位运行,经营业绩持续增长。海外锂资源开发难度加大,本土锂资源的重要性不断提升。

在锂资源供不应求的背景下,A股上市公司对锂矿开发的重视程度也不断加大。除盛新锂能外,四川、广东亦有公司对斯诺威股权感兴趣,A股上市公司协鑫能科也相中了斯诺威矿业的锂矿资源。11月13日晚,协鑫能科曾发布公告称,为完善公司移动能源产业布局,保障电池包有效供给,储备上游锂资源,公司拟参与斯诺威矿业破产重整案重整相关事项。

11月21日,协鑫能科相关工作人员告诉《证券日报》记者,目前相关工作正在积极推进中。

从参与路径来看,两家公司的入局方式有所不同。盛新锂能选择参与斯诺威矿业的股权拍卖,协鑫能科选择以重整投资人身份入局。在这场锂矿资源的话语权争夺战中,二者孰胜谁负?

上海明伦律师事务所律师王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示,“两种方式是可以并行的。从身份上来说,入局的公司均为破产重整公司的股东。只是如果重整企业股东的股权被拍卖,可能会影响重整投资人的重整预期,并最终影响重整出资人的出资意愿。而对于参与实践的企业来说,拍卖成功后,即便通过拍卖的方式入主了这家重整企业,也不意味着有了足够的话语权,存在出资人权益被调整的风险。”

对于协鑫能科参与斯诺威矿业锂资源争夺一事,北京特亿阳光新能源科技有限公司总裁祁海坤认为,“协鑫能科向上做锂矿资源的延伸,以锁定优质矿源来稳定自己完整的产业链,完成垂直一体化的布局。”

# 方大特钢:钢铁工人变废为宝 自造上百件“钢铁侠”

11月17日获悉,方大特钢工业旅游景区“我为景区再添一景”作品评选结果揭晓,“霸王龙”“美猴王”等33件作品获奖。这些由员工自制的钢铁机器人吸引了广大员工和游客们的眼球,让原本“无用”的废料重新“活”了起来,焕发出新的生机。

为进一步提升国家4A级旅游景区形象,展现方大特钢人的工匠精神,该公司广大干部职工充分发挥聪明才智,精心构思设计钢铁工艺品,为钢城增添靓丽风景。目前景区内共有大、中、小型“钢铁侠”150余件,这些钢铁机器人的制作经过创意、描图、切割、焊接、打磨、刷漆等多道工序,完全由员工利用废旧材料自主制作完成。每

个机器人都有自己的标牌,标注机器人介绍和制作者姓名,可以说每个机器人都拥有它自己的故事。

在景区的焦化湿地景观内,一只“霸王龙”正发出雷鸣般的咆哮。它长6.1米,宽1.8米,高2.95米,闪闪发光的红眼睛,长长的红舌头,锋利的牙齿,废旧轮胎经过有序穿插组成的肌肉线条,让“霸王龙”霸气十足,靠近它仿佛置身于《侏罗纪公园》。“我们历时一个多月时间,用400多条废旧轮胎经过切割、上漆等工艺打造而成,希望用这样的创意作品呼吁大家关注环保,参与废物利用。”方大特钢物流储运中心员工、“霸王龙”制作者之一的张勇刚说。

在炼钢厂综合楼,一个巨大的钢

铁“美猴王”映入眼帘,几名员工正在对“美猴王”进行拼装。高约7米,重约4吨的“美猴王”手持金箍棒,惟妙惟肖,全身都是由废旧零部件改造组合而成,部件多达上千个,该作品由该厂有着丰富制作经验的秦兵和他的团队历时一个月制作而成。

此外,在该公司工匠园和钢铁文化园内还摆放了大大小小的机器人,仿造的“擎天柱”“大黄蜂”……一个个荧屏中广为人知的“汽车人”陈列于此,让游客仿佛置身于“擎天柱”与“威震天”的惊天大战中。园内的每个作品,或高大威猛,或小巧可爱,均栩栩如生,吸引了众多游客带着孩子前来参观游玩。

据了解,方大特钢工业旅游景区是集观光、研学旅行、钢铁文化展示于一体的旅游景点,拥有“一馆、二中心、三园、四工艺、五种体验区”的旅游模式,包括企业文化展示馆、游客中心、智慧管控中心、工匠园、樱花园、钢铁文化园、炼焦、炼铁、炼钢、轧材四道生产工艺,文化展示区、观光旅游区、休闲娱乐区、实地体验区、研学主题区等,是江西省工业旅游示范基地。该公司作为江西省首家、国内第三家被评为国家4A级旅游景区的钢铁企业,给游客带来了文化性、趣味性、现场感、动态感的工业旅游体验。

(段文海)  
(CIS)