

三家基础电信企业8月末5G移动电话用户较去年底净增1.54亿户

■本报记者 郭冀川

9月21日,工业和信息化部运行监测协调局公布2023年1月份至8月份通信业经济运行情况。总体来看,电信业务收入和业务总量稳步增长,云计算等新兴业务保持较快增长;5G、千兆光网、物联网等新型基础设施建设持续推进,网络连接用户规模不断扩大,移动互联网接入流量较快增长。

电信业务收入和总量保持平稳增长。1月份至8月份,电信业务收入累计完成11417亿元,同比增长6.2%。按照上年不变价计算的电信业务总量同比增长16.6%。

固定互联网宽带业务收入稳中有升。1月份至8月份,三家(中国电信、中国移动、中国联通)基础电信企业完成互

联网业务收入为1741亿元,同比增长7.3%,在电信业务收入中占比为15.2%,占比较1月份至7月份提升0.1个百分点,拉动电信业务收入增长1.1个百分点。

移动数据流量业务收入低速增长。1月份至8月份,三家基础电信企业完成移动数据流量业务收入4432亿元,同比增长0.5%,在电信业务收入中占比为38.8%,拉动电信业务收入增长0.2个百分点。

新兴业务收入保持较快增长。三家基础电信企业积极发展云计算、大数据、物联网、互联网数据中心等新兴业务,1月份至8月份共完成业务收入2392亿元,同比增长18.9%,在电信业务收入中占比21%,拉动电信业务收入增长3.5个百分点。其中,云计算和大数据收入同比增速分别达35.4%和44.8%,

物联网业务收入同比增长24.8%。

语音业务收入持续回落。1月份至8月份,三家基础电信企业完成固定电话音和移动语音业务收入126.4亿元和759.2亿元,同比分别下降9%和1.9%,在电信业务收入中占比7.8%,占比同比回落0.6个百分点。

千兆光纤宽带网络建设持续推进。截至8月末,全国互联网宽带接入端口数量达11.18亿个,比上年末净增4689万个。其中,光纤接入(FTTN/O)端口达到10.76亿个,比上年末净增5099万个,占互联网宽带接入端口的96.3%,占比较上年末提高0.6个百分点。截至8月末,具备千兆网络服务能力的10G PON端口数达2144万个,比上年末净增620.7万个。

5G网络建设稳步推进。截至8月

末,5G基站总数达313.8万个,占移动基站总数的27.5%。

移动电话用户规模稳中有增,5G用户数快速发展。截至8月末,三家基础电信企业的移动电话用户总数达17.14亿户,比上年末净增3074万户。其中,5G移动电话用户达7.14亿户,比上年末净增1.54亿户,占移动电话用户的41.7%,占比较上年末提高8.4个百分点。

蜂窝物联网用户较快增长。截至8月末,三家基础电信企业发展蜂窝物联网终端用户21.77亿户,比上年末净增3.32亿户,占移动网络终端连接数(包括移动电话用户和蜂窝物联网终端用户)的比重达55.9%。其中,应用于公共服务、车联网、智慧零售、智能家居的物联网终端规模已分别达7亿、4.4亿、3.2亿、2.4亿户。

卫星通信技术消费级应用前景广阔 多家上市公司已深度布局

■本报记者 丁蓉

近日,华为新款旗舰手机Mate 60 Pro的卫星通话功能亮相之后,受到各界广泛关注。无论是在深山密林还是海岛大洋,使用卫星通话可实现与外界联系,这对于卫星通信产业的发展具有里程碑意义。

多位接受《证券日报》记者采访的业内人士表示:卫星通话功能进入大众智能手机,标志着卫星产业链正逐渐走向成熟。这是新一代卫星通信技术在消费级应用领域迈出的第一步。长远来看,随着卫星通信技术应用领域的拓展,产业链上下游企业均有望享受行业发展红利。

下游应用领域广阔

对于全球首款支持卫星通话的消费级智能手机Mate 60 Pro,深度科技研究院院长张孝荣向记者表示:“智能手机卫星通话是技术创新重要突破,也是卫星通信在消费级终端市场迈出的实质性一步,有望加速卫星通信普及进程。”

据悉,卫星通信技术受到全球各国高度重视。美国在轨卫星数量全球第一,中国拥有的在轨卫星数量排名第二。根据美国半导体行业协会(SIA)数据,2022年全球卫星产业规模达2811亿美元。

近年来,我国卫星通信产业在政策支持下取得快速发展,运营商、零部件厂商、设备商等产业链上下游企业积极布局。随着商业化进程的推进,卫星通信未来应用空间被看好。

中关村物联网产业联盟副秘书长、专精特新企业高质量发展促进会工程副主任袁帅向记者表示:“除了卫星通话功能,未来卫星通信在消费级终端市场的应用场景还会有很多,包括提供海上航行中的通信、定位和气象信息,实时监测农田的土壤湿度、温度,连接物联网设备实现全球范围

内的数据传输和远程控制等。”

同时,资深产业经济观察家、智帆海岸机构首席顾问梁振鹏向记者表示:“卫星通信还有望用于远程教育、医疗卫生等领域。”

多家公司深度布局

A股多家上市公司深度布局卫星通信技术。其中,运营商是卫星通信产业的中流砥柱。中国电信天通卫星业务2018年3月份开始试商用,并于2020年正式商用。数据显示,截至2022年,用户规模已突破11万户。

震有科技是中国电信的上游供应商,为其提供指挥调度系统、核心网络系统。震有科技近日公开表示:“公司是国内首个卫星核心网建设并成功商用的供应商。后续随着我国低轨卫星体系加速建设,有望带来地面站与核心网建设与扩容的高需求,公司作为国内卫星核心网核心参与者之一,有望深度参与这一市场。”

华力创通则前瞻性地布局芯片设计研发领域,已成功推出多款卫星通信导航基带芯片。9月5日华力创通发布公告,签订2.1亿元芯片大单,公司在公告中表示:“合同的签订有利于进一步推进公司卫星应用的产业化进程,扩展公司在民用领域的知名度及影响力,为公司开拓广阔市场提供助力。”

信维通信与华为在天线领域有合作。公司近日表示:“信维通信为华为提供天线、无线充电、EM/EMC等泛射频产品,合作领域包括手机、平板电脑、笔记本、无线耳机等应用终端。”

卫星通信产业在消费级终端市场迈出关键一步,但目前仍面临诸多挑战。全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向《证券日报》记者表示:“卫星通信产业链仍需解决技术限制、频谱资源、成本高昂、合规问题等,以实现更广泛的应用和更长远的未来。”

一心堂进入“万店俱乐部” 连锁药店拓店节奏加快

■本报记者 李如是

9月20日,一心堂在官微宣布直营药店已突破10000家。至此,又一家知名连锁药店迈入“万店俱乐部”。

截至2022年末,老百姓、益丰药房、大参林的门店数量分别达到10783家、10268家和10045家,经营规模均跨入万店水平。今年7月31日,国大药房也宣布第一万家门店开业。多家上市连锁药店的门店数量均突破“万店”规模,但其业务扩张并未止步。

源达信息研报显示,在我国医药分家、处方药外流等多重政策影响下,医药零售的市场规模结构将逐渐发生变化。各个连锁药店企业在药店数量拓展上或将进一步加速,行业或将持续加速扩张。在此背景下,具备品牌优势、专业水平更高、连锁经营管理模式更成熟和产业链上下游议价能力更强的连锁药店企业处方承接能力强,相较于个体药店将具备更强的竞争优势,受益更大。

多地区加速拓店

《证券日报》记者梳理多家药店半年报发现,截至2023年6月30日,老百姓的门店数量已增加至12291家,益丰药房门店达11580家,大参林门店达11989家。对比去年年末的数据,药店行业门店拓展速度还在加速。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东对记者表示:“今年连锁药店加速扩张的原因有三点:一是政策支持,国家政策对于加强药品零售管理,推广连锁经营等方面给予了积极支持和鼓励。二是消费需求升级,人口老龄化趋势加速,健康需求的不断增加以及消费升级的趋势都带动了对药店的需求;三是行业前景看好,随着经济形势逐渐好转,人民健康意识不断加强,药店行业前



景广阔。”

9月2日,扎根于西南地区的一心堂发布公告称,全资子公司上海鸿翔一心堂药业有限公司拟以不超过8665万元收购上海康君阁大药房连锁有限公司43家门店资产及其存货,开始进军华东市场。而根据今年上半年一心堂发布的收购公告,公司收入囊中的66家门店基本处于川渝地区。

近期,一心堂相关负责人在与投资者交流时表示:“从今年门店数量拓展来看,川渝速度是最快的,门店数量拓展有一半是川渝贡献。广西公司十几亿元规模,持续盈利。川渝以外今年能做到十亿元以上的有广西、山西、上海、天津、河南还在打基础。”

大参林2023年半年报显示,公司的重点拓展区域在广东,但也提出了“深耕华南,布局全国”的核心发展战略。今年上半年,公司在东北、华北、西北及西南市场销售额增

加了72.14%。

跨区域提升经营能力成关键

扩大区域的同时,也要重视内功打磨。一心堂董事长阮鸿献表示,随着“万店时代”的到来,未来药店行业竞争的焦点是:谁赢得了顾客,谁就赢得了药店行业的新未来。公司要从消费者的需求出发,回归药店的专业属性,强化药店的品牌力,提升服务的专业度,提供更多综合性健康服务。

邓之东也表示:“在药店竞争加剧的情况下,各品牌需要实现差异化才能在竞争中占据优势。首先是产品差异化,各品牌可以开发独有的医疗保健品,加强配套服务;其次是服务差异化,提供高质量、专业化的医药咨询服务以及增值服务,如体检、健康管理等;还有用户差异化,通过精准营销策略建立品牌与用户间的情感链接,形成独有的用

户群体;以及地域差异化,根据不同城市、地区的特点制定个性化的运营策略,加强区域市场的占有。”

其中,在服务方面,上市连锁药店开始加大企业的“数智化”建设,以加强对跨多个区域“万店”业务的管理,包括高效整合供应链资源、提升线上营销体系精准度满足个性化需求、加强仓储网络的信息化建设等方面。

据一心堂6月份提出的数字化建设五年规划,公司预计总投资3.6亿元。公司表示,预计明年6月份完成客户端(如客户关系管理、慢病管理、智能化收银、智能补货)的前台信息化改造。相信通过智能化改造,对精准服务、高效快捷的资产利用有促进作用。

益丰药房2023年半年报也显示,通过业务数字化、运营流程IT化打造高效敏捷的运营系统,为公司成功实现跨区域经营、快速高效复制和行业并购整合提供了积极保障。

网约车市场进入服务为王时代 高德联合平台发起“放心选、安心坐”行动

■本报记者 许洁

9月20日,在中国城市公共交通协会指导下,高德及享道出行、携华出行、风韵出行等100多家网约车平台共同发起“放心选、安心坐”服务行动,致力于重塑基准服务,共建放心平台。

近几年,随着互联网技术不断发展,网约车已成为重要的出行方式。以高德为代表的网约车聚合平台更是极大满足了广大用户的打车需求。

北方工业大学经济管理学院教授纪雪洪对《证券日报》记者表示:“聚合模式的贡献是盘活存量运力资源,提升运力使用效率,促进公平竞争,优化市场格局。但它带来的新课题是如何保障用户体验,落实首问负责制以及完善先行赔偿机制。”

市场进入回归服务本质阶段

交通运输部网约车行业运行基本情况显示,自2022年7月份至今年7月份,网约车行业月度总订单量增长1.26亿单,聚合平台订单占比行业增量的63%,成为网约车需求增长的主力。

高德打车总经理李新华对《证券日报》记者表示:“大家都说最近网约车行

业的日子不太好过,但在这段日子里,聚合平台承担了增长主力的角色,一直在持续为行业输血。”

李新华称,网约车行业发展可以分为三个阶段:“第一阶段是技术为王,从线下到线上,谁先拥有移动互联网技术谁就占据先机;第二阶段是流量为王,技术成为标配之后,进入烧钱换市场的发展阶段,典型特征是流量按钱分配,谁有钱,流量向谁集中,没钱就没有人入场;第三阶段则是服务为王。”

在这样的背景下,高德出行携手100多家网约车平台共同发起了“放心选、安心坐”服务行动。谈及此次行动的目的,李新华表示:“聚合模式连接网约车服务,帮助网约车平台将获客成本降低了90%,这导致流量不再奢侈,当流量可以按服务来分配,回归服务本质就会成为行业发展的长期主义。”

为此,高德会专注于聚合模式的建设上,开放技术和流量,服务好网约车平台,并以服务为价值标尺,与网约车平台协同,做好用户的体验和权益保障。

据悉,高德与100多家网约车平台共建“网约车基准服务质量评价体系”,在服务质量可量化上进行协商、探索和试行;在各个城市,基准服务质量平台排名前三的平台,高德上线五星平台服务标

识,让放心服务被看见,让服务成为消费者的另一重选择。高德还发布了安全出行大模型,从风险识别、风险预警、实时防护、常态治理等全流程帮助网约车平台提升安全管理能力,降低安全风险。

先行一步落实首问负责制

2023年4月25日,交通运输部等五部门发布《关于切实做好网约车聚合平台规范管理工作有关工作的通知》,这是国家层面首个专门规范网约车聚合平台发展的文件,明确了聚合平台的定义、合规责任、公示要求,确认了首问负责制、先行赔偿等问题,为全国规范聚合平台发展指明了方向。

8月份,中国消费者协会发布《厘清压实网约车聚合平台责任 供给侧强化消费者权益保护基础》,从法律适用、和解、核赔偿责任划分、安全保障义务、先行赔偿条件等方面进一步明确了聚合平台和网约车平台在乘客权益保障方面的责任。

早在2019年11月份,高德就联合国内27家网约车平台共同推出“敢坐敢赔”服务承诺。用户通过高德地图打车时如遇五类问题,且在客户正常投诉48小时内未处理完毕,则无需判责直接对用户赔付。据了解,这也是国内网约车

行业首个“先行赔付”服务。

“面向生态合作伙伴,我们会一直坚持开放,开放技术,开放流量。面向消费者我们坚持用户第一,以服务为价值标尺,与网约车平台高效协作,共同做好消费者权益,消费者体验保障。”李新华表示。

中国消费者协会消费监督部主任张德志表示:“‘放心选、安心坐’服务行动在落实首问负责制上先行了一步,聚合平台与网约车平台在强化消费者权益保障上形成了双保险。希望更多的聚合平台和网约车平台根据自身实际经营情况,作出更多更高质量有利于消费者的承诺,提高消费者的消费体验和聚合模式的认同感。”

中国城市公共交通协会副秘书长郭礼豪表示:“聚合模式是平台企业以数实融合服务国家战略,探索创新的典型案例,既释放创新红利,反哺实体经济,也助力企业转型升级。聚合平台不同于传统网约车平台,其服务对象、经营模式存在巨大差异,需要进一步理清网约车聚合平台与网约车的责任划分,明确网约车聚合平台的安全保障义务,细化首问负责制的具体要求,保护通过网约车聚合平台打车出行的消费者合法权益,营造良好的网约车出行消费环境。”

纸浆期现货价格同步走强

下游纸厂开足马力生产迎接旺季

■本报记者 李正

近日,作为造纸行业的重要原料之一,纸浆价格出现明显企稳回升。以现货阔叶木浆为例,生意社数据显示,9月21日阔叶木浆参考价报5000元/吨,较前一日上涨60元/吨,9月1日以来已累计上涨7.3%。

《证券日报》记者以投资者身份致电头部造纸企业华泰股份相关负责人表示,目前公司纸产品业务生产经营正常,由于公司已经及时上调了纸产品出货价格,所以近期纸浆价格持续走强对公司影响并不大。

东高科技研究院副院长揭冲向记者表示,支撑近期纸浆价格走强的主要因素,与供给偏紧、下游需求旺季以及进口成本上涨有关。“受上述因素持续作用影响,预计未来短期内纸浆价格仍会保持震荡上行。”

供需因素推动 纸浆价格上行

数据显示,现货针叶木浆9月21日参考价报5860元/吨,较前一日上涨60元/吨,9月1日以来已累计上涨7.13%。

期货市场方面,数据显示,截至9月21日收盘,纸浆主力合约报6102元/吨,当日涨幅0.53%,9月1日以来已累计上涨8.77%,创近六个月新高。

卓创资讯纸浆分析师马尚民向记者表示,近期推动纸浆价格持续上行的因素来自供需两个方面。从供给方面看,巴西在9月初发布的数据显示,8月份签订的出口我国纸浆总量环比下滑接近50%,从时间上看,9月底到10月初这批纸浆会到货,预计届时国内纸浆供给将出现下滑。

“从需求方面看,纸浆市场价格出现了上扬,部分囤货商或厂家认为纸浆需求旺季将至,再加上下游原纸厂家也在陆续发布涨价函,使得造纸产业链整体的成交重心持续上移,叠加大盘涨价在同步上涨,整体价格被看好的氛围所笼罩。”马尚民表示。

同时,马尚民补充说:“从历史数据来看,我国从巴西进口的纸浆总量,约占我国纸浆需求总量的四成到

五成。”

揭冲表示,纸浆进出口方面,我国基本是纯进口,近期人民币汇率波动,导致纸浆进口成本持续维持高位。

未来纸浆价格将呈现怎样的变化趋势?马尚民表示,短期来看,纸浆价格仍能保持强势,“现在到10月中旬纸浆价格还能坚挺,但是以目前市场实际销售来看,部分下游纸企已经开始对价格谨慎了,例如生活用纸领域,河北地区已经有个别企业由于成本走高选择停机,所以10月下旬纸浆价格能否维持强势尚无法预判。”

纸企开工积极性明显提升

《证券日报》记者在采访中了解到,虽然近期纸浆价格有所回升,但由于下游需求释放较为理想,纸企的生产积极性出现明显提升,多家纸企几乎是在维持满产运作当中。

上述华泰股份相关负责人表示,近期受公司产品下游需求稳定释放带动,公司目前正处于满产状态。另据装饰原纸生产企业齐峰新材料股份有限公司相关负责人透露,目前公司已经达到了满产状态,所有产线正在满负荷运作。

在马尚民看来,近期纸企整体的产能利用率很高,一方面是由于需求旺季到来,纸企积极备货。另一方面是由于上半年纸浆市场价格出现持续下滑,原纸厂商的利润得到了修复,带动了纸企下半年开工积极性的提升。

揭冲表示,近期造纸企业的下游需求持续改善,成品纸价格持续回升,10月份至12月份为造纸行业传统旺季,造纸企业产销普遍大幅好转,所以需求存在向好预期。

“面对纸浆价格波动的情况,林浆纸一体化的企业相对更具优势,主要体现在成本优势和供应稳定性。林浆纸一体化的企业可以充分利用其产业链优势,从木材采伐、纸浆生产到纸张制作,可减少因原材料市场波动或供应不足导致的生产波动,有助于企业稳定生产、提高产量,进而降低生产成本。”揭冲表示。