

三大电信运营商支出下降——

5G 投资是不是放缓了

本报记者 黄鑫



截至今年6月底

中国移动

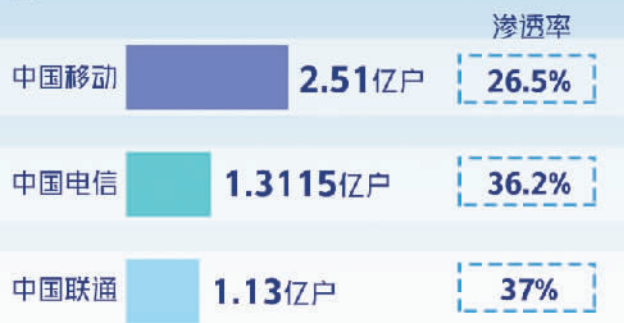
开通5G基站50.1万个
全年目标超70万个

中国电信和中国联通

共建共享5G基站

双方在用5G基站达46万个
全年目标70万个

今年上半年5G用户不断增加



在2021中国国际智能产业博览会现场,工作人员(前左)向观众介绍“5G+智能制造”的应用。
新华社记者 唐奕摄

产业聚焦

三大电信运营商日前发布今年上半年业绩报告,营业收入和净利润均实现大幅增长,业绩亮点各有千秋。其中,5G是最大亮点,三家电信运营商公布的5G套餐用户数相加近5亿户。不过从投资额看,三家电信运营商支出均有所下滑,这意味着我国5G建设放缓了吗?今年下半年5G建设会加速吗?经济日报记者就这些问题采访了有关专家。

换挡再加速

今年上半年三大电信运营商投资都有所放缓。从投资额看,今年上半年,中国移动完成860亿元投资,比上年同期减少不到15%;中国电信完成投资计划的31%,投资额相当于上年同期的63%;中国联通完成全年计划投资的20.4%。其中,中国移动上半年5G资本开支为502亿元,全年计划约1100亿元。今年上半年三大电信运营商为何减少了资本支出?据了解,中国移动是因为和中国广电共建700MHz频段的细节还在协商,投

资比去年稍有延缓;中国电信和中国联通则是有意控制投资节奏,提高设备利用效率,等待5G技术和标准更加成熟。同时,共建共享也为5G建设节省了可观的成本。

从5G基站看,截至今年6月底,中国移动已开通5G基站50.1万个,全年目标超过70万个;中国电信和中国联通共建共享5G基站,目前双方在用5G基站达46万个,全年目标也是70万个。工信部数据显示,截至今年6月底,我国累计建设5G基站96.1万个,覆盖全国所有地级以上城市,5G手机终端连接数达3.65亿户,占全球80%以上。

工信部部长肖亚庆在去年底召开的全国工业和信息化工作会议上说,2021年将有序推进5G网络建设及应用,加快主要城市5G覆盖,推进共建共享,新建5G基站60万个以上。而今年上半年,三大电信运营商新建的5G基站还不到20万个,同时,三大电信运营商在财报中都强调维持5G投资全年不变,这意味着三大电信运营商的5G投资将集中于下半年。

对此,独立电信分析师付亮认为,三大电信运营商都在“换挡”期,在新的规划没有全面实施前,适度放慢投资是正常举措。总体看,今年上半年,三大电信运营商5G网络建

设速度有所放缓,但下半年随着中国移动+中国广电的700MHz频段和中国电信+中国联通的2.1GHz频段建设全面展开,运营商将基于更低的频率提供更好的覆盖。

5G 用户不断增加

从三大电信运营商公布的数据看,今年上半年,中国移动的5G套餐用户数为2.51亿户,渗透率达26.5%;中国电信的5G套餐用户数为1.3115亿户,渗透率达36.2%;中国联通的5G套餐用户数为1.13亿户,渗透率达37%。

渗透率指的是各运营商的5G套餐用户数占其用户总规模的百分比。“从数据看,个人5G用户整体占比约为三分之一,这意味着5G商用的空间依旧很大。”众诚智库研究总监徐英分析说。

“中国联通的5G套餐用户最少,但渗透率追上并超过了两大对手,位列第一。”付亮认为这得益于两个原因,一是今年中国联通5G套餐数快速增长,上半年净增4250万;二是中国联通采用更严谨的口径即“移动出账用户”,移动用户最少,分母小,有利于渗透率的提高。

与5G用户数不断增加相对应的是,5G行业应用加速推进,尤其是5G+融合技术在政企应用领域的范围不断扩展。从半年报看,中国移动聚焦工业互联网、交通、医疗、教育等多个领域的5G应用;中国联通在工业互联网、智慧矿山、智慧医疗、智慧城市等重点领域支撑5G行业应用超过15个;中国电信在智慧工厂、矿山、港口、电网、城市等一系列5G应用的标杆项目,快速在全国多地复制。

5G应用技术创新成果显著。徐英介绍,中国移动累计申请5G专利超3300件,标准专利储备量位居全球运营商第一阵营;中国联通成功建设全球首个5G全连接工厂,致力于打造5G+ABCDE(人工智能、区块链、云计算、大数据、边缘计算)融合创新的差异化竞争优势;中国电信通过5G+光宽+WiFi6的“三千兆”高品质泛连接服务,以及“致远、比邻、如翼”三种5G定制网服务模式充分发挥出独立组网特性,显著提升了客户的运营和管理效能。

转型仍是必修课

从半年报看,三家电信运营商的表现各有千秋。上半年,中国移动经营收入规模、增幅和

大宗商品铜铝锌国储投放怎么看

今年以来,受多种因素综合影响,部分大宗商品价格持续上涨,铜价一度创历史新高。按照国务院常务会议关于做好大宗商品保供稳价工作部署,国家粮食和物资储备局在7月份分两批次投放了有色金属国家储备,共投放铜铝锌合计约27万吨,目前总计投放铜5万吨,市场降温效果显著。

铜价迅速上涨的原因有以下几个方面。一是通胀交易。新冠肺炎疫情暴发以来,主要经济体中央银行实施超宽松货币政策,全球流动性环境持续处于极度宽松状态;二是供需错配。境外疫情持续反复,供给端仍存在制约因素,全球经济在后疫情时代的需求复苏进度阶段性快于供给恢复,特别是以中国为代表的国家消费迅速恢复;三是需求预期。主要经济体政府出台大规模刺激方案,市场普遍预期总需求将趋于旺盛;四是投机交易,境外投资机构鼓吹在“双碳”背景下,大宗商品将迎来超级周期,伦敦金属交易所(LME)铜的投资基金持仓和纽约商业交易所(COMEX)铜非商业持仓去年底至今年均达到历史最高值。

我国的铜消费位居全球首位,占全球铜总消费量近50%,从全球的铜产业链分布来看,国内企业更加集中于铜冶炼、加工和组装等中下游环节,短期的价格暴涨对这些企业特别是抗风险能力偏弱的小企业产生成本高企、资金压力骤增和利润急速萎缩等负面影响,甚至威胁到生存。

在这样的节点,国家储备投放恰当时,达到了预期效果。一是精准投放现货端起到了“压舱石”的作用。本次储备投放的目标对象是有色金属加工制造企业,意在以最高的效率、最低的成本直接帮助

净利润皆位列三大电信运营商之首,分别达4436亿元、13.8%、591.18亿元,个人市场实现了正增长,家庭市场、政企市场、新兴市场都表现优异。中国电信经营收入为2192亿元,同比增长13.1%,净利润为177亿元,同比增长27.2%,增幅仅次于中国移动,增长势头强劲。中国联通经营收入达1642亿元,同比增长9.2%,利润总额近年来首次突破百亿,达到112亿元。

毋庸置疑,5G商用的业绩增长是三大电信运营商未来的主要增收渠道,主要表现为5G用户的规模、服务内容和5G技术的服务能力,尤其是“5G+”融合应用生态的可持续性,将直接体现在业务规模上,从而影响运营商的业绩。

不过,新兴市场的培育和拓展也将极大影响运营商的业绩。徐英分析说,从上半年财报看,除5G商用市场外,中国移动在新兴市场的培育和拓展上表现最为突出,且新兴业务呈倍数级增长,其国际化服务能力和股权投资收益、其他合作收益等均渐呈规模。中国联通和中国电信在云服务市场方面取得了一定成效,但业绩增长后劲还需加大培育力度。

通信业转型仍是必修课。“通信业转型需要换赛道,这是最大的结构性挑战。”北京邮电大学经管学院兼职教授葛硕接受记者采访时说,从面向消费者提供价廉物美的信息化服务到面向行业客户提供有溢出效应的数字化生产力平台,是5G时代通信行业的最大机遇和挑战。通信业转型要着眼长期,在数字化产业已经领跑全球的基础上,争取再用20年左右的时间将产业数字化打造成中国数字经济的核心产业。

徐英认为,通信业转型值得突破的领域主要有以下几方面:在个人市场的内容服务方面,依托5G个人商用渗透率的不断提高,在数字内容、高清视频、游戏体验等方面加大技术投入、内容创作、资源整合和平台化服务,释放个人市场5G内容体验红利。在政企市场的网络服务、云服务、融合创新服务方面,依托5G基础设施的普及、5G应用技术的创新、千兆光纤网络技术的应用,“5G+”融合创新应用对各大行业的数字化、智能化发展将呈爆发式增长,尤其是工业互联网、社会化治理、数字经济等领域。在云计算、人工智能、智慧化服务方面,三大电信运营商云平台技术趋于成熟,云服务器建设基础强大,云服务业绩增长迅速,在未来产业数字化转型中的数据存储、计算、智能方案服务方面将有很大的突破空间。

国储精准投放

广大企业对成本控制有了底,更加有信心精益求精做好生产。二是预期管理在交易端起到了投机“挤出效应”。国储投放,是在向全球大宗商品交易的参与者传达我国有信心遏制大宗商品价格不合理上涨的坚定立场,首先影响众多境外参与者调整预判,直接体现就是LME和COMEX的交易易持仓回落;其次稳定国内参与者的预期,杜绝恐慌性购买出现。市场参与者预期的理性回归是价格脱离投机回归供求基本面重要基础。

杨志军

经过两次国储铜投放,前期过热的铜价近期显著降温,对于国内企业来说,与6月高点时的采购价格相比,现在每吨采购价格下降近1000美元。就目前主流观点来看,以美联储为代表的主要经济体逐步退出宽松是大趋势,通胀交易等非产业因素将散去。同时,随着全球疫情得到控制,供需错配也将逐步回到正常轨道上来。数据显示,今年上半年国内铜消费相较于去年同期还出现了下降,需求预期落空;叠加后期国家储备的继续投放,以铜为代表的有色金属价格预期回到合理水平。

从长期来看,针对铜对外依存度很高的问题,国家可以鼓励支持一批国内企业“联合出海”走出去,向上游进军从源头上获取铜资源,使中国企业在全球铜产业链中能够实现一定程度的上中下游各环节产业链内“自对冲”价格波动风险,切实保障产业链供应链安全稳定,促进国民经济畅通,为我国经济的长远发展作出贡献。

(作者系五矿有色金属股份有限公司铜部副总经理)

快递包装如何“瘦”下去

本报记者 吉蕾蕾

日均业务量约3亿件、日均服务用户超过5亿人次,随着我国快递业飞速发展,随之而来的包装浪费和环境污染问题也日益凸显。如何让快递包装“瘦”下去,成了行业对绿色包装的诉求。

据国家邮政局相关负责人介绍,在邮件快件包装中,纸箱的回收利用率很高,污染和浪费主要在快递塑料袋包装上。塑料袋、塑料胶带、快递内部塑料缓冲物,并称为快递业的“三大污染”。

以2020年快递包裹830亿件为例,根据有关调研报告,快递包裹40%是塑料袋,50%是纸箱,10%是文件封。据此估算,快递塑料袋共消耗聚乙烯48万吨,相当于耗费2000万吨石油。

“要真正减少快递过度包装所带来的环境污染,必须从源头减量,按规定使用环保材料。”国家邮政局市场监管司副司长管爱光表示,今年4月,国家邮政局正式启动过度包装专项治理,争取利用一年时间,有效遏制过度包装等违法违规行为,初步构建防止过度包装的长效机制。推动出台《快递业限制过度包装要求》行业标准,结合行业实际进一步细化过度包装的认定依据,方便全行业操作执行。

目前,全国电子运单使用基本实现全覆盖,电商快件不再二次包装率达75%,可循环中转袋全网应用率达93.8%,每年可替代传统的一次性塑料编织袋43亿条;45毫米以下瘦身胶带使用率达96.4%,相较传统胶带减少塑料胶带使用20%以上;共有9万个邮政快递网点设置了包装废弃物回收装置,年可回收使用包装箱2亿个。邮件快件包装绿色化、减量化和循环化均取得明显进展。

相关企业也在积极行动。2018年中国邮政集团有限公司率先启动“绿色行动”,开展绿色包装。比如推广应用窄胶带,推广“一字”“十”字和“井”字科学打包法,避免胶带过度缠绕。2020年全年胶带使用量比2017年末减少5亿米,少用40亿张纸质面单,节约2万吨纸张。目前,苏宁物流共享快递盒投放使用累计超过1亿次,生鲜循环箱在45个城市实



在中通快递广西柳州转运中心,员工对螺蛳粉快件进行分拣。
新华社记者 黄孝邦摄

现常态化应用,每天节省的泡沫箱超过5万个。

国家邮政局副局长赵民坦言,近年来,国家邮政局践行新发展理念,实施可持续发展战略,扎实推进快递包装绿色治理,在快递包装绿色化、减量化和循环化等方面取得积极进展,快递运单小了,胶带瘦了,纸箱薄了,油墨减了,可循环包装应用多了。但快递包装绿色治理还有一些亟待补齐的短板。例如,绿色供给相对不足,针对全链条的法治体系尚不健全,上下游协同治理的力度仍然相对不足,产学研衔接有待加强。

邮件快件包装涉及生产企业、寄递企业和用户等多方主体。加强邮件快件包装管理,需要多方协

同共治。为推动公共机构积极参与绿色快递建设、促进绿色低碳发展,国家邮政局近日联合国家机关事务管理局启动“绿色快递进机关”活动,旨在对推进全社会绿色低碳发展起到积极的示范引领作用。

赵民表示,要以“绿色快递进机关”活动为契机,推进绿色快递建设。一方面,要提升环保意识,提倡简约包装,对非环保快递包装材料说“不”,拒绝过度包装和随意包装;另一方面,要贯彻循环经济理念,优先选择使用可循环快递包装,设置快递包装回收设施,促进快递包装回收再利用。此外,还要加强宣传,影响和带动更多的人参与绿色快递建设行动。