

3C周刊

2048 MB/s

5G

115 MB/s

5G

三大运营商上半年营收利润双增长

数字新业务成增长新引擎

VCG 供图

国内三大基础电信运营商上周相继发布了2023年半年报,总体而言,三家公司经营延续向好趋势,营收利润均实现双增长。

其中,中国移动上半年实现营业收入5307亿元,同比增长6.8%;实现归属于母公司股东的净利润762亿元,同比增长8.4%。中国联通上半年营收1918亿元,同比增长8.8%;实现归母净利润54.4亿元,同比增长13.7%。而中国电信上半年营收为2587亿元,同比增长7.7%,实现归属于上市公司股东的净利润202亿元,同比增长10.2%。

值得注意的是,三大运营商加快数字化转型,上半年产业数字化相关业务增长迅速,收入占比不断提升,尤其是云业务发展强劲。

与此同时,在业绩稳健增长之际,三家运营商均大手笔分红回馈股东。其中,中国移动拟分红475.51亿元(单位人民币,下同),中国电信拟分红131亿元,中国联通拟分红近24.91亿元。三家公司拟中期分红共计631.42亿元。

■新快报记者 郑志辉

数字新业务成增长新引擎

由三大运营商最新半年报可知,虽然传统电信业务仍是三大运营商的核心业务,但得益于云计算、数据中心、算力网络等新兴业务快速拓展,产业数字化业务收入增长更快,收入占比正不断提高,已成为公司业绩新的增长引擎。

财报显示,中国移动上半年数字化转型收入达到1326亿元,同比增长19.6%,占通信服务收入之比提升至29.3%。

中国电信的产业数字化业务同样保持较快增速,收入达到688亿元,同比增长16.7%,占通信服务收入比达29.15%,同比提升了2.6个百分点。中国联通产业互联网收入达到429.77亿元,占服务收入比首次超过四分之一。

这其中,云业务竞争激烈,也是三大运营商数字化业务增长主力。上半年,移动云收入达422亿元,同比增长80.5%。

中国电信天翼云收入达到459亿元,同比增长63.4%,占电信的数字化业务收入达到66.72%。2023年天翼云力争实现千亿营收的目标。

联通云实现收入255亿元,同比提升36%,占数字化业务收入比重近六成。中国联通表示,联通云是当前发展的重中之重,2023年将力争实现收入超过500亿元。

除此之外,过去两个月里,三大运营商相继发布了专属AI大模型产品。

银河证券最新研报指出,展望2023年下半年,三大运营商云业务有望延续高增态势,赋能营业质量稳定长期增长,建议关注。

国盛证券研报认为,“算力、数据、算

法”三位一体下,运营商有望加速迎来AI与数字经济带来的第二增长曲线,同时AI发展带来的流量增加,将会直接带动运营流量收入上行。运营商作为布局中国数字时代的中坚力量,配置价值进一步凸显。

传统业务增长迟缓

相较数字新业务,受“提速降费”政策要求、技术发展等因素影响,三大运营商上半年的移动通信及固网宽带传统业务收入仅能维持平稳增长。

根据工信部统计数据,移动数据流量业务方面,三家基础电信企业上半年完成移动数据流量业务收入3356亿元,同比增长0.2%,在电信业务收入中占比为38.6%,拉动电信业务收入增长0.1个百分点。

而据财报披露,上半年中国移动客户的移动ARPU(每用户平均收入)为人民币52.4元,中国联通为44.8元,中国电信46.2元。作为对比,2021年中国移动客户的移动ARPU为52.2元,两年仅增长0.2元,而电信两年增加0.5元,联通则增加0.4元。由此可见,三大运营商移动ARPU增幅明显低于DOU(平均每户每月上网流量)增幅。

固网宽带业务方面,三家基础电信企业上半年完成互联网宽带业务收入为1301亿元,同比增长6.3%,在电信业务收入中占比为15%,占比较一季度提升0.2个百分点,拉动电信业务收入增长0.9个百分点。

而语音业务收入出现小幅下滑。三家基础电信企业上半年完成固定语音和

移动语音业务收入96亿元和572.4亿元,同比分别下降7.5%和2.5%,在电信业务收入中总占比7.7%,占比同比回落0.7个百分点。

手机业务收入逆势增长

有趣的是,当前全球手机市场持续衰退,上半年中国智能手机市场出货量更是大跌7.4%(据IDC数据),但三大运营商相关业务收入却在逆势增长。

根据财报,今年上半年,中国移动销售产品及其他收入增长11%达到785亿元,约占公司总营收的15%,是语音业务的2倍,期内包括手机在内的泛终端销量达到4713万台。同期,中国电信出售商品及其他收入227亿元,中国联通销售通信产品收入为208亿元,分别约占公司总营收的9%、11%,同比分别增长21%、36%。

不过,在运营商扩大合约手机销售的同时,一些第三方投诉平台上与此相关的消费投诉也在增多。其中最常出现的就是,部分营业厅销售代表故意引导办理通信业务或者购买手机的用户签署信用购、消费贷协议,或者通过支付宝等渠道强行打包、捆绑不必要的金融贷款,最终导致严重的用户投诉,值得运营商给予足够关注和重视。

有律师分析指出,信用购实质是一种贷款消费,在使用这一产品中,运营商有义务向用户充分告知业务内容和借款风险。从用户反馈的细节来看,用户在办理信用购产品过程中,全程由营业厅人员操作,未告知产品细节,损害了用户的知情权和自主选择权。

网红按摩仪SKG折戟IPO 公司分红金额远超净利

新快报讯 记者陈学东报道 昔日网红按摩仪品牌SKG母公司——未来穿戴健康科技股份有限公司的IPO梦,终究还是破灭了。日前,在未来穿戴更新了四次招股书后,深圳证券交易所公告显示,未来穿戴创业板上市申请终止。

而在不到一个月之前,未来穿戴回复了深交所第二轮问询函。当时,问询函对未来穿戴的营业收入、营业成本、募投项目、销售返利等方面进行了问询。

2022年12月8日,未来穿戴更新招股书显示,未来穿戴专业从事SKG品牌

可穿戴健康产品和便携式健康产品的研发、设计、生产及销售。2022年上半年,颈椎按摩仪产品贡献了未来穿戴近五成的主营业务收入,而近年来其颈椎按摩仪的毛利率有所下降。此外,未来穿戴还调整了其募资计划。

根据招股书数据显示,2020年至2022年,公司的营收分别为9.91亿元、10.60亿元和9.05亿元,其间营收增速分别为25.13%、6.96%和-14.62%;净利润分别为1.43亿元、1.32亿元和1.15亿元。连续3年呈下降趋势。记者还留意到,2020年、2021年及2022年1-6月份,未来穿戴现金分红分别达到1.55亿元、1.6亿元及5000万元,大额现金分红超过净利润受到关注。

在对第一轮审核问询函的回复中,未来穿戴称报告期内的现金分红是系基于股东回报和增资安排需要而制定实施。其中,2021年12月实施利润分配1亿元,背景是未来穿戴拟增资扩股至3.6

亿股,基于时间效率考虑,采用了先分红、后增资的方案,未来穿戴现金分红1亿元后,全体股东以货币同比例增资1.6亿元。

针对第二轮审核问询函,未来穿戴再次回复了“关于大额现金分红与资金流水核查”。未来穿戴称,从申报前最后一期财务数据来看,发行人净利润、扣非后归属于母公司股东的净利润、经营活动现金流量净额、货币资金、流动比率、资产负债率等指标均较好,因此,首次申报前在财务指标健康、货币资金充裕的前提下,发行人综合考虑前期的股东增资投入、个税款项缴纳及未来一至两年股东的资金需求,于2022年申报前实施了一次分红,具有合理性。

一起了解更多
3C前沿资讯