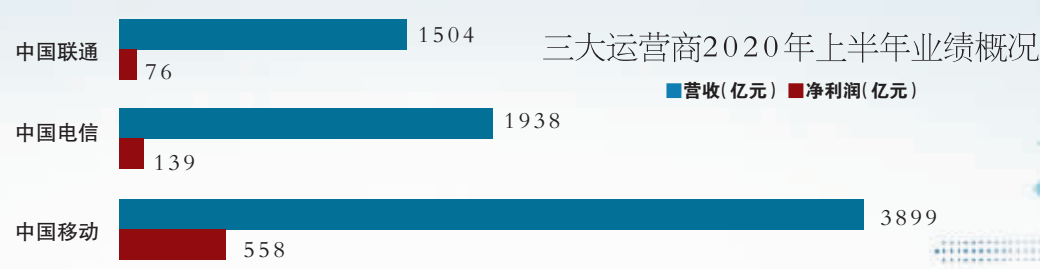


# 移动用户流失未止 运营商转型艰难

8月18日,随着中国电信发布财报,中国移动、中国电信、中国联通上半年业绩均出炉。2020年上半年,三大运营商营收均实现增长,但利润情况不尽相同。受益于销售成本降低和5G网络共建,中国电信和中国联通实现了净利增长,而成本高企的中国移动成为三家唯一净利下滑的运营商。不过,在业内人士看来,成本控制只是治标之策,运营商要想在5G市场实现业绩持续增长,还需加快转型步伐,开拓更多新的增长点。



## 传统业务低迷

根据财报,2020年上半年,三大运营商营收均实现增长。其中,中国移动营收为3899亿元,同比增长0.1%;中国电信营收为1938.03亿元,同比增长1.7%;中国联通营收为1504亿元,同比增长3.8%。

从财报来看,固网宽带业务正成为三大运营商营收增长的动力之一。上半年,中国移动宽带收入为363.68亿元,同比增长10.59%;中国电信宽带收入为353亿元,同比增长0.5%;中国联通宽带收入为219亿元,同比增长5.9%。

不同于增势明显的固网宽带业务,三大运营商移动通信业务的表现均不乐观。上半年,中国移动语音收入同比下降15.39%,短彩信收入同比下降9.88%,无线上网收入同比仅增长3.2%,增幅远低于去年同期;中国电信语音收入同比下降11.58%,互联网收入仅同比增长4.3%;中国联通语音收入同比下降15.5%。

在独立电信分析师付亮看来,近年来,随着资费持续降低,运营商面向个人的移动通信业务开始增量不增收,固网业务的重要性凸显。2020年上半年,虽然移动通信业务的降幅大幅收窄,但固网业务仍是运营商主要的增长点。

移动通信业务表现不佳的背后是用户规模的增长乏力。根据三大运营商的月度运营数据,上半年,中国移动的移动用户净流失353万户,中国联通的移动用户净流失894.7万户。而中国电信的移动用户实现了净增长790万户,事实上,自2019年以来,中国电信便已成为三大运营商中移动用户增长最快的一家,并于当年实现了对中国联通的反超。究其原因,资深电信分析师马继华认为,近两年来,中国电信对移动业务的重视度明显提高,在融合套餐方面做得最好。目前,在国内的电信市场,可以说中国电信一直在通过更大的套餐优惠力度来吸引中国移动的移动用户。

在此背景下,三大运营商在用户规模上的排名逐渐稳定。截至2020年6月底,中国移动的移动用户为9.46亿户,排名行业第一;中国电信的移动用户为3.43亿户,排名行业第二;中国联通的移动用户为3.09亿户,排名行业第三。

## 5G建设成本攀升

尽管营收均实现增长,三大运营商的利润状况却不尽相同。2020年上半年,中国移动股东应占利润为558亿元,同比下降0.5%;中国电信股东应占利润为139.49亿元,同比增

长0.3%;中国联通股东应占利润为76亿元,同比增长10.1%。

中国电信和中国联通两家利润的增长与成本控制有关。中国联通在财报中表示,上半年公司总体营销费用(特别是用户发展成本)下降,推动盈利能力提升。中国电信也在财报中表示,上半年公司持续压降渠道费用、固网终端等成本。

财报显示,上半年中国电信和中国联通两家的成本费用同比增幅均低于营收同比增幅。其中,中国电信销售、一般及管理费用为259.97亿元,同比下降11%;中国联通销售费用为148.8亿元,同比下降14.8%。

除降低销售成本外,中国电信与中国联通在5G网络上的共建共享也使得两家节省了大量网络建设开支。去年8月,中国联通董事长王晓初透露,在五年的5G建设周期中,共建共享将为中国联通、中国电信各节省2000亿元的资本开支。

在此次财报中,中国联通表示,公司落实了5G网络共建共享,实现资源节约;上半年资本开支得到有效控制。2020年上半年,中国联通与中国电信新增共建共享5G基站约15万个。

不同于另外两家,中国移动之所以出现增收不增利的情况,直接原因在于成本攀升。

上半年,中国移动运营支出为3307.45亿元,同比增加10.73亿元。其中,雇员薪酬及相关成本、销售费用、销售产品成本等几项费用同比变化不大,但网络运营及支撑成本达到1087亿元,同比增加10.87%,成为运营支出攀升的主要原因。

对于网络运营及支撑成本的增长,中国移动在财报中表示,这是因为5G网络、数据中心规模扩大,电费增长较快。此前,有专家预测,5G网络要达到4G网络的覆盖水平,电费支出将超过2000亿元。在5G网络中,基站又是耗电大户,大约占据5G网络总能耗的80%。

事实上,5G基站电费成本高的问题并非无法解决。近日,为节省电费,洛阳联通在夜间部分时段休眠部分5G基站,该举措引发舆论关注。付亮表示,基站休眠能有效降低基站电费,而且对用户基本没有影响。未来,运营商可以采取更多的智能化的手段不断解决5G基站高能耗的问题,缓解成本压力。

## 从技术到内容

值得注意的是,在移动通信业务增量不增收的情况下,三大运营商开始强化在云计算、大数据等新兴业务领域的布局。

根据财报,2020年上半年,中国移动IDC

及云计算收入同比增长29%,物联网及大数据收入均增长50%以上;中国电信行业云收入同比增长30.4%,物联网收入同比增长15.5%;中国联通IDC及云计算收入同比增长29%,物联网及大数据收入均增长50%以上。

马继华表示,运营商的盈利能力与技术更迭之间的关系非常密切,从上半年财报可以看出,随着5G时代的来临,新的通信技术让运营商在2B业务上找到了更多机会,运营商的转型步伐已加快。

加码2B市场的同时,运营商并没有忽略2C市场。中国移动在财报中把数字内容描述为“公司转型升级的重要承载”。中国联通也在财报中表态将“聚焦5G内容,加大与头部企业的生态合作布局”。

长期以来,运营商在内容业务上的发展一直并不顺利。作为三大运营商中内容业务规模最大的,中国移动旗下内容子公司咪咕早在2014年便成立。但时至今日,咪咕视频、咪咕音乐在各细分市场仍然仅属于二三线产品,与头部互联网公司的产品存在不小差距。

在这次财报中,中国移动未披露内容业务的具体收入,仅公布了少量用户规模相关的数据。针对中国联通和中国电信在内容业务上的用户发展情况,北京商报记者采访了中国联通和中国电信相关负责人,但截至记者发稿,尚未获得回复。

付亮认为,5G时代业绩压力会倒逼运营商进一步布局内容业务,而且由于掌握5G网络资源,运营商在内容业务上也会更有优势。例如,5G技术能让网络游戏拥有更逼真的画面和更低延迟,而运营商能轻易设计出打通游戏内容与5G流量的融合产品。

不过,内容业务上的翻身并非朝夕之功。在5G时代,内容业务的创新离不开5G网络的成熟。但目前,三大运营商的5G网络覆盖范围相当有限。即便是进度最快的中国移动,要实现全国所有地级市以上城市提供5G商用服务,也需要等到今年年底。

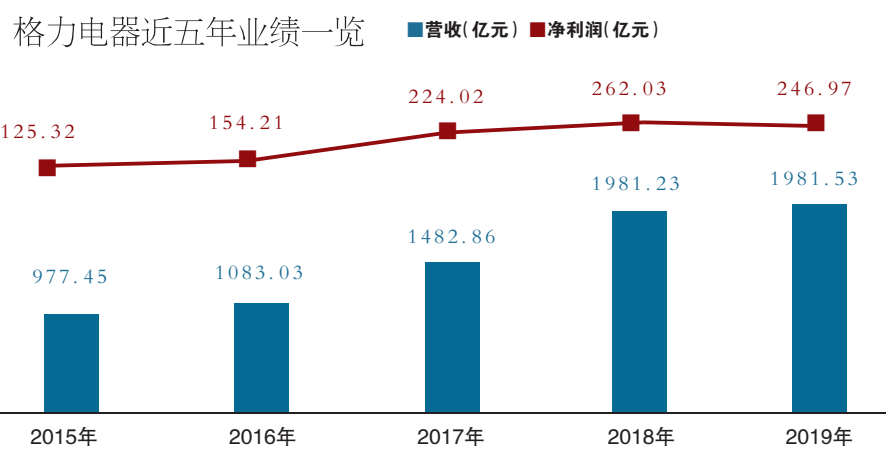
此外,马继华表示,将5G技术与内容业务相结合也是很多国内互联网头部企业布局的方向,5G时代的内容市场竞争会更加激烈。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇



## 格力的混改阵痛

在前一晚宣布“元老”望靖东辞职后,8月18日,格力电器股价以56.02元/股收盘,下挫1.37%。对于望靖东辞职的原因,公告称是个人原因,但也有分析称是为混改后的新股东派CFO腾空间。2020年是格力电器混改的第一年,高瓴资本入主,直播风起,格力的转型面临诸多风波动荡,而董明珠或许只是其中的一环。格力电器董事长董明珠最终将交出一份怎样的半年报和年终成绩单,备受业内关注。



## 18载元老辞任

格力电器公告称,董事会收到公司董事、副总裁、董事会秘书望靖东的书面辞职报告,望靖东因个人原因申请辞去公司董事、副总裁、董事会秘书职务。辞职后,望靖东不再担任公司任何职务。

格力电器表示,为保证董事会工作的正常进行,公司在未正式聘任新的董事会秘书期间,暂由公司董事张伟代行董事会秘书职责,后续公司将按照相关法律法规《珠海格力电器股份有限公司章程》的有关规定尽快聘任新的董事会秘书。

其实望靖东的离开此前已有征兆。10天前,格力电器就发布一则公告,宣布解聘望靖东财务负责人的职务,聘任廖建雄为公司财务负责人。

望靖东是格力电器的“老人”了,也被业内看作是董明珠的接班人。公开资料显示,2002年11月-2006年4月,望靖东先后任格力电器财务部部长、采购部部长、审计部部长;2006年4月,升任公司总裁助理;2008年1月,

望靖东开始担任格力电器财务负责人;2009年7月,兼任公司董事会秘书;同年10月起,望靖东一直担任格力电器副总裁、财务负责人、董事会秘书。

也就是说,望靖东已经在格力电器工作了将近18年,是格力电器核心高管之一。截至8月17日,望靖东直接持有格力电器股票884674股,占公司总股本的0.01%。

关于望靖东离职的进一步原因,北京商报记者也采访了格力电器方面,对方表示以公司公告为准。而格力电器董秘办公室电话也无人接听。

## 净利润缩减五成

如果从格力电器本身来分析,家电分析师梁振鹏认为,望靖东离开可能有两个原因。

第一是与格力电器业绩有关。今年格力的营收和净利下滑明显,一方面是疫情给整个家电行业带来沉重的打击;另一方面,中国空调市场已经严重饱和,从2019年起就几乎

没有增长,甚至有一定程度的下跌。业绩下滑,可能格力电器会有一部分高管承担责任,或者职务有一定程度的调整。”梁振鹏说。

目前,格力电器还没有公布今年的半年报,但根据该公司此前发布的业绩预告,其营业总收入为695亿-725亿元,去年同期为983.41亿元;归属于上市公司股东的净利润为63亿-72亿元,比去年同期的137.5亿元下跌48%-54%。

格力电器表示,2020年上半年,公司收入、利润较去年同期明显下降,主要原因如下:新型冠状病毒肺炎疫情期间,空调行业终端市场销售、安装活动受限,终端消费需求减弱;2020年“格力董明珠店”在全国范围内推广新零售模式,公司稳步推进销售渠道和内部管理变革,继续实施积极的促销政策。

第二是与格力电器混改有关。梁振鹏指出,望靖东原来是格力电器的董事会秘书,高瓴资本入主格力电器,可能会对格力电器的高管团队进行一定程度的调整,董事会也可

能发生架构上的成员变化,在这种背景下,望靖东辞职也是有可能的。

2019年10月28日晚间,格力电器发布公告称,珠海明骏作为格力集团所持格力电器15%股权转让的受让方;2019年12月2日,格力电器发布公告称,格力集团与最终受让方珠海明骏已签署股份转让协议。

此外,产业观察家洪仕斌补充道:格力电器今年在营销方式、销售渠道等方面都有一些变化,内部高管形成意见不统一的局面是正常的,造成某些方面的分歧,望靖东或许是出于这个原因离职。”

## 鱼与熊掌不可兼得

今年对于格力来说无疑是艰难的一年。从行业来看,整个空调市场低迷,销售严重下滑。奥维云网发布的《2020年中国空调市场H1总结报告》显示,2020年国内空调市场上半年零售量规模为2886万套,同比下降14.3%;零售额规模为831亿元,同比下降26.9%。

而格力电器本身存在业务模式单一、渠道太过依赖线下的问题。

数据显示,格力电器空调业务在整体营收中的占比近70%。2019年,格力电器实现营业收入1981.53亿元,其中,空调业务收入为1386.65亿元。

这几年,格力电器一直在多元化发展的道路上不断探索,逐步发力生活电器、智能家居等领域。但现在说起格力,大家的印象多半还是空调。董明珠此前在接受“生活电器占比情况”的提问时也承认:“目前仍然‘微不足道’,但是空间很大、大有可为。”

梁振鹏建议,格力电器还是要加快自己公司的多元化发展,像海尔、美的这样的小家电产品线多一些,公司的抗风险能力才会强一些。

而谈到渠道问题,格力电器庞大的经销商体系在业内非常有名,但正是因为这个盘根错节的体系,格力在线上渠道并不占优势。

因此,从格力今年多次直播活动中可以看出,格力正在迅速对自己的销售渠道进行转变,积极向互联网电商渠道靠拢,希望依靠线上电子商务渠道的流量来带动销售。从4月的第一场直播到现在,格力今年已经进行了7次直播带货活动,董明珠都参与在内。

“如果说直播带货动了谁的奶酪,动了的就是格力批发代理经销商的奶酪。”梁振鹏说。

洪仕斌也指出,线上直播带货的模式,跟传统的代理商之间,利益是没办法兼顾的,然而如果格力不去突破,就没办法实现更大的进步。我还是支持格力创新,进行销售渠道的扁平化变革,以前代理商是助力,那么现在就是束缚,只有坚定不移地走下去,未来才能有所突破。”

北京商报记者 石飞月