

## 10年成就面面观

## 5G商用三周年：产业链规模全球居首 覆盖与应用仍待完善

本报记者 谭伦 北京报道

在正式跨过商用三周年的节点之际，中国5G交出一份优异的成绩单。

“经过三年多的培育和发展，5G行业级应用完成了从0到1的突破，5G商用进入良性循环，在创新发展和产业生态营造方面迈出了坚实步伐。”在日前举行的“2022世界5G大会”上，科学技术部副部长相里斌如此总结中国5G产业的发展。

而这也成为全球通信产业公

## 通信业实现跨越式增长

运营商的业绩也间接反映了5G带来的收益。

来自中国信息通信研究院的数据显示，2021年5G直接带动经济总产出1.3万亿元，直接带动经济增加值约3000亿元，2025年我国5G网络建设投资累计达1.2万亿元，将带动相关投资超过3.5万亿元，直接创造超300万个就业岗位，带动超过8万亿元新兴消费，形成万亿级5G相关产品和服务市场。

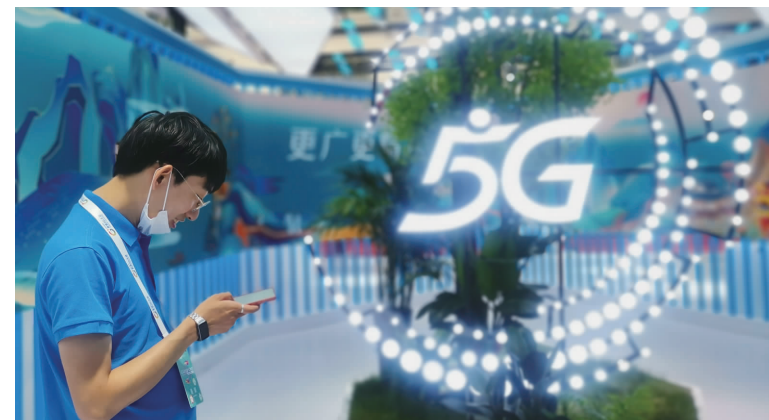
“5G对产业经济的拉动作用是很明显的，这一点能从运营商身上得到很好体现。”Strategy Analytics无线运营商战略高级分析师杨光表示，作为通信产业链最上游的“发牌”龙头，运营商的业绩也间接反映了5G带来的收益。

最新发布的2022年上半年财报显示，三大运营商营收净利润均再创新高，其中中国移动、中国电信、中国联通营收分别同比增长12%、10.4%、8.3%，而净利润分别增长18.9%、12.1%、18.7%，三家运营商合计实现营收约9133.8亿元，合计实现净利润约933.5亿元。

而剖析其中的增长点不难发现，5G套餐用户贡献了更多收入。以中

国的成就之一，在本届世界5G大会上，《中国经营报》记者获悉，截至2022年6月底，全球已有86个国家和地区部署220多张5G商用网络，5G用户数超7.4亿。其中，中国5G基站累计数量达到185.4万个，5G终端用户达到4.55亿户，均占全球60%以上，全国运营商5G投资超过4000亿元，5G也已融入矿山、港口等领域实现规模化应用，在工业互联网、智慧城市、智慧乡村等领域的应用也取得显著发展。

相里斌指出，随着5G商用进程的深入，5G技术将为各行各业



随着5G商用进程深入，5G技术将为各行各业赋能。

视觉中国/图

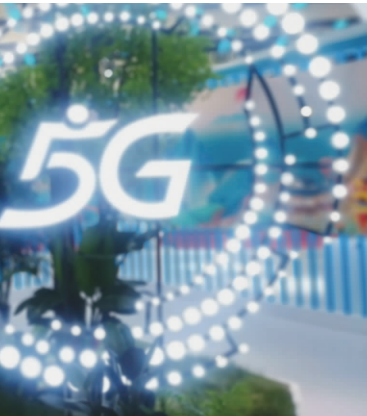
国移动为例，其手机业务总用户数为9.7亿户，其中5G套餐用户数为5.11亿户，5G套餐用户占整体用户数的比例达到52.7%，而中国移动公布的业绩显示5G套餐用户ARPU(每用户平均收入)超过80元，较全体手机用户ARPU高出六成。

对此，杨光表示，5G用户带来的营收增长虽然可以视作运营商的直接收益，但从长远来看，5G的真正大回报还是会体现在5G作为基础网络设施，为整个电信业乃至科技产业的新一轮技术变革铺好了“底座”。“因此，整个产业也会因此受益。”杨光表示。

C114通信网主编周桂军则向记者表示，5G更为重要的价值，是为运营商的云计算、数字化业务打好了基础，而从业绩贡献上看，整个通信产

业也因此获得更多正向增长。最新2022年中期财报显示，中国电信旗下的天翼云收入达到281亿元，同比增长100.8%。同时，2022年上半年，我们IDC(互联网数据中心)收入达到179亿元，同比增长11.1%。另外，今年上半年，中国移动数字化转型收入已提升至1108亿元，同比增长39.2%，占公司主营业务收入比重达26%，成为公司收入增长的主要驱动力。

而以信息通信业作为参照点，工信部统计数据显示，以三年前5G牌照发放为起点，2019年的电信业务收入为1.31万亿元，2020年达到1.36万亿元，2021年实现收入1.47万亿元，分别同比增长0.8%、3.6%、8%。其中2021年8%的同比增速是从2014年以来的较高增长水平。



视觉中国/图

业也因此获得更多正向增长。

最新2022年中期财报显示，中国电信旗下的天翼云收入达到281亿元，同比增长100.8%。同时，2022年上半年，我们IDC(互联网数据中心)收入达到179亿元，同比增长11.1%。另外，今年上半年，中国移动数字化转型收入已提升至1108亿元，同比增长39.2%，占公司主营业务收入比重达26%，成为公司收入增长的主要驱动力。

而以信息通信业作为参照点，工信部统计数据显示，以三年前5G牌照发放为起点，2019年的电信业务收入为1.31万亿元，2020年达到1.36万亿元，2021年实现收入1.47万亿元，分别同比增长0.8%、3.6%、8%。其中2021年8%的同比增速是从2014年以来的较高增长水平。

## 5G应用加速从“样板间”到“商品房”

如果将5G行业整体应用视作从0到1的突破，“5G+工业互联网”显然有着更大的雄心。

当4G开启了直播、短视频为代表的移动互联网黄金时代后，5G的应用价值预期也被进一步抬高。工信部发布的最新数据显示，商用三年以来，5G应用不断拓展和深入，涵盖交通、医疗、教育、文旅等诸多生活领域，案例累计超过2万个。

“5G应用正加速完成从‘样板间’到‘商品房’的落地，而行业应用目前看来会比消费市场更快显示出5G的价值。”杨光表示，5G应用的定义不应只被限定在消费市场，其在各行业的场景中已经开始发挥重要作用。

工业领域无疑是5G应用最受关注的场景之一。全国政协教科卫体委员会副主任曹健林在大会上表示，5G已经在我国的工业领域得到了广泛应用，同时随着中国工业的进一步转型

升级，5G技术将会在工业界得到更广泛的推广。

而如果将5G行业整体应用视作从0到1的突破，“5G+工业互联网”显然有着更大的雄心。在日前举行的2022中国国际智能产业博览会5G创新发展高峰论坛上，中国信息通信研究院院长余晓晖透露，5G+工业互联网已实现从“0”到“1”到“10”的突破拓展，工信部打造了“5G+工业互联网”10大行业及20大场景，指导工业企业进行融合应用实践，全国“5G+工业互联网”项目已超过3100个。

此外，记者从运营商处获悉，三大运营商也形成了规模化的5G行业应用案例，其中中国移动累计打造超8600个5G行业商用案例，而中国电信打造5G定制网项目超3000个，5G行业应用项目近9000个；中国联通打

造8000多个5G规模应用商品房项目，服务超2000个行业专网客户，覆盖矿山、钢铁、港口、医疗等38个行业。

“从目前来看，5G在行业领域的拓展其实才刚刚开始，还有很大的潜力可挖。而5G消费级的应用，更多要靠5G终端的普及来拉动，但因为新冠肺炎疫情影响到消费意愿，这一块可能还会延后。”周桂军向记者表示。

不过，仅在行业领域，5G应用的发挥空间也值得行业拥有更多期待。据工业和信息化部信息通信发展司副司长赵策表示，未来将加速5G与工业、能源、交通、教育等垂直行业融合应用，树立一批高水平先导应用标杆，以试点示范扩展到规模推广，让突破性进展和成熟应用加速复制推广到千行百业。

## 覆盖和应用完善仍是挑战

即便行业应用领域已经拥有一定纵深，但消费级应用仍被视为5G应用突破性的标志。

虽然有着全球居首的5G基站与应用案例数量，但数量无法与质量等同。在完成初期的5G覆盖与应用拓展后，业内认为，向偏远地区覆盖，同时完善应用，将是我国未来5G建设由粗放型向精细型演进的两大方向。

“5G目前在大中型城市的覆盖基本已经完成，接下来主要是针对室内场景的精细覆盖以及边远地区的覆盖。”杨光表示，前者主要由5G小基站的解决方案提供商解决，而后者则主要需要依靠中国广电与中国移动共建共享的700兆赫兹基站发挥作用。

周桂军向记者表示，根据运

营商的已有规划，700兆赫兹基站的建设目标是，在城市城区解决深度覆盖和质量问题，在乡镇县域以下解决覆盖问题，而如今建设进度应该推进到乡镇。

对此，中国移动董事长杨杰在年初的2021年业绩发布会上曾表示，2021年中国移动建设了20万个700兆赫兹基站，2022年计划再建28万个700兆赫兹基站。而在“2022世界5G大会”期间，中国广电董事长宋起柱透露，目前中国广电与中国移动已经共建共享了85万座5G基站。

值得注意的是，在“2022世界5G大会”期间，国家农业信息

化工程技术研究中心主任、中国工程院院士赵春江也发出呼吁，希望三大运营商可以加强对农村5G基站的建设，以此为智慧农业的应用推进奠定网络保障。

同时，即便行业应用领域已经拥有一定纵深，但消费级应用仍被视为5G应用突破性的标志。对此，中国工程院院士邬贺铨日前指出，5G虽已可以实现超高清视频播放，在AR/VR等领域也得到应用，但无论是终端还是内容都还没有完全成熟，均还达不到普及阶段。

“如微信与短视频都是在3G、4G商用几年后才出现并爆发，从这一角度看，公众对于5G消费级应用还需等待一段时间。”杨光最后表示。

## 影视业上半年业绩总体承压 三季度有望回暖

本报记者 郭梦仪 北京报道

在暑期档进入冲刺阶段的时候，多家影视公司也公布了今年上半年的财报。

《中国经营报》记者梳理19家A股上市影视公司半年报发现，15家公司上半年营收同比下降，8家公司发生亏损。此外，净利润同比下降幅度超过100%的有横店影视(603103.SH)、华谊兄弟(300027.SZ)、金逸影视(002905.SZ)和万达电影(002739.SZ)。其中，万达电影亏损5.81亿元，文投控股(600715.SH)亏损2.16亿元、金逸影视亏损1.96亿元、华谊兄弟亏损

## 行业新趋势显现

此次亏损较为严重的是万达电影。受新冠肺炎疫情影响，半年报数据显示，万达电影营业收入约为49.38亿元，同比减少29.79%；归属于上市公司股东的净利润为-5.81亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-6.53亿元，经营活动产生的现金流量净额为11.08亿元，同比减少55.65%。

其次是华谊兄弟。今年上半年，华谊兄弟的影视娱乐和实景娱乐两大主营业务增长乏力，公司归母净亏损达到1.9亿元，而去年同期为盈利1.06亿元。

除了万达电影和华谊兄弟之外，中国电影(600977.SH)2022年上半年实现营业总收入15.2亿元，同比下降49.5%；实现归母净

1.92亿元。

太平洋证券传媒互联网首席分析师倪爽在接受记者采访时表示，新冠肺炎疫情导致影院无法营业、拍摄场地、演员调度等不确定致拍摄周期变长，对行业造成很大的冲击，随着新冠肺炎疫情的好转，影院恢复营业，会对行业产生有利影响。但也需要看到，影视行业过去几年比较低迷是有一些深刻原因的，一是来自于市场对影片的题材和质量有越来越高的要求，这对于影视产品是一个挑战；二是自2017年开始，中国内地的年度总票房增长逐渐放缓，下游的播放平台也开始逐步的加大对

利润2019万元，同比下降93.4%。对于本期业绩下滑，中国电影曾在中报业绩预告中表示，新冠肺炎疫情期间，公司全产业链上下游业务均受到较大冲击，由于营业收入下滑且需承担较大的固定成本和刚性支出。

当然也有业绩表现不错的影视上市公司。比如欢瑞世纪，影视剧已成为该公司主营业务。上半年数据显示，2022年1月至6月，欢瑞世纪实现营业收入3.59亿元，较去年同期增长481.64%；归属于上市公司股东的净利润2966.07万元，同比增长161.31%；扣除非经常性损益后归母净利润7594.45万元，较上年同期增长672.47%。

于内容与成本的控制。

不过，根据目前暑期档的表现，业内多位分析师看好第三季度影视行业的回暖。截至8月31日，灯塔专业版APP显示2022暑期档(6月1日~8月31日)总票房已达91.13亿元(含预售)，高于去年同期水平。

猫眼研究院高级分析师刘振飞表示，无论是影院场次的规模，还是热门影片的供给，目前的暑期市场都已恢复到了一个较好的水平。相信伴随着下半年更多热门影片持续上映，电影市场有望在暑期档的基础上更进一步，发挥更好的水平。

记者发现，2022年上半年，为欢瑞世纪贡献最多收入的项目为电视剧《南风知我意》，来自该剧的收入约为1.51亿元，占半年度主营业务收入42.10%。主营业务收入第二名的项目为电视剧《山河明月》，来自该剧的收入约为1.37亿元，占比38.15%。来自部分电视剧多轮授权的收入为1.57亿元，占主营业务收入收入的4.39%。

对此，西南大学文学院教授刘帆在接受记者采访时表示，目前电影行业的不景气是由多方面因素决定的，新冠肺炎疫情只是其中之一。当然还有一个趋势，就是网络观影分流了相当数量的观众，这种大趋势对电影行业来说是需去调整适应的。

## 黎明前夜？

虽然第二季度影视公司业绩惨淡，但目前来看，第三季度的业绩有好转的可能。据灯塔专业版数据，截至9月1日，2022年暑期档票房达91.35亿元，同比增长23.7%，一定程度上改善了上半年受新冠肺炎疫情影响而导致的市场下行颓势。

灯塔专业版数据分析师陈晋在接受记者采访时表示，进入暑期档后，疫情逐步缓解，营业影院数量从4月底的5000家恢复至9000家，并且持续保持稳定，定档影片数量也逐渐增加。可以说有效的新冠肺炎疫情防控、国家电影局等相关部门的政策支持、头部大制作影片的上映是暑期档推动整体大盘回暖的主因。

截至9月1日，科幻喜剧《独行月球》以29亿元的票房领跑暑期档，小成本国产剧情电影《人生大事》以17亿元票房位居第二，好莱坞电影《侏罗纪世界3》票房突破10亿元排名第三。按照票房数据，《人生大事》《独行月球》已跻身中国影史票房前50。两部大热影片的背后涉及A股、H股多家上市公司。《独行月球》的出品方包括开心麻花、中国电影、阿里影业等。《人生大事》的出品方则包括横店影视、中国电影和万达电影等。

除了影片持续不断上映的同时，国家电影局也为了提振影院消费，开展了2022年电影惠民消费季的通知。以“爱电影·爱生活”为口号，在8月至10月开展电影惠民消费季活动，促进



灯塔专业版APP显示2022暑期档总票房已达91.13亿元，高于去年同期水平。

视觉中国/图

电影市场持续恢复。通知提出了一系列惠民利企电影消费促进措施，包括联合电影票务平台发放1亿元观影消费券、丰富影片供给、挖掘农村消费潜力、推动纾困政策落地等四大方向。同日，国家电影局宣布与中国建设银行股份有限公司签署促进观影消费的框架合作协议。根据协议，建设银行将于今年年内投放共计5000万元用于直接补贴观众观影购票。

猫眼研究院分析师刘振飞认为，受新冠肺炎疫情影响，市场整体呈现热门影片数量减少的趋势，这对于观众观影习惯的培养是不利的。这需要产业上下共同协调、科学布局，也需要优质热门影片持续上映，未来观众的观影积极性势必会逐步回升。从市场投资角度来看，观众对于多种题材的优质内容呈现积极反馈，无疑为产

业上游在内容开发、项目制作上提供了更多信心。在现阶段中国电影制作水平不断提升的情况下，《独行月球》《神探大战》等题材的电影有机会在突破受众圈层。而《人生大事》《隐入尘烟》等具有扎实剧作和强烈情感内核的现实题材剧片，也将获得更多机会展现其商业潜力。

倪爽对于未来的影业发展也持乐观态度。其表示，一方面是新冠肺炎疫情终会结束，观影与制作都会恢复正常；另一方面，这几年行业的不景气必然淘汰那些没有竞争力的公司和劣质的产品，比起几年前，很多质量一般的影片也能拿到很高的票房，现在的影片总体质量是有一个很大提升的，所以说这几年产品的质量有所提升，新冠肺炎疫情过后应该可以实现更好的效益。