

广电5G加速落地 商用谋动基站先行



证券时报记者 吴志

随着中国广电网络股份有限公司(下称“中国广电”)在10月12日成立,国内第四大电信运营商也正式诞生。据悉,中国广电后续将发行192号段的手机号码,公众用上中国广电的电话卡和5G网络变得指日可待。

不过,大众要想真正用上中国广电的5G网络,还需要有支持广电5G频段的手机等终端设备。目前,市场上已有厂商推出了支持广电5G频段的手机产品,部分厂商在宣传中还打出了“支持四大运营商网络”概念。

广电5G加速推进

10月12日,酝酿多时的中国广电在北京正式成立。在中国广电成立的当天,有报道称,中国广电后续将发行192号段手机号码,逐步拓展公众用户。

此后的10月26日,湖北广电信息发布消息称,在中国广电指导下,湖北广电成功打通了湖北首个广电5G“192”号码,标志着湖北广电在5G建设又迈出了关键性的一步。在湖北广电之前,上海、辽宁、天津等地已经打通了广电5G“192”通话,中国广电5G距离真正走向市场似乎越来越接近。

今年以来,中国广电5G商用步伐逐渐加速。除了面向公众的192手机号段外,在5G基站建设、网络部署、设备入网等方面,中国广电均在紧锣密鼓地推进之中。

在网络建设方面,早在今年5月,中国移动就与中国广电签署了5G网络共建共享合作框架协议,双方约定共建共享700MHz,共享2.6GHz频段5G无线网络。

目前,中国广电已在多地开始了700MHz的5G试验网建设。如今年8月底,中国广电在河北完成了5G 700MHz试验网的部署,彼时共启用了10个700MHz基站,这也是当时全国规模最大、按项目方式部署应用的700MHz广电5G试验网络。

最新消息显示,深圳首批200个广电5G基站也在加速铺设中。截至目前,已初步实现福田、宝安2个城区的重点区域覆盖,计划明年完成深圳辖区基本覆盖。

部分手机支持广电5G频段

由于不同运营商5G频段并不一致,若要使用几大运营商的5G网络,手机也需支持不同的频段。同样,要使用中国广电的5G网络,也需要一部支持中国广电5G频段的手机。

中国信通院发布的报告显示,2020年9月,我国市场5G手机出货量为1399万部,已占到同期手机整体出货量的60%,不过,其中支持中国广电5G频段的手机还是少数。

中国广电所获得的5G频段号为N28。据记者不完全统计,目前市面上支持N28频段的5G手机共有10多款,这些产品的推出时间主要集中在2020年5月份以后。

比如苹果最新推出的iPhone 12系列中的几款手机均支持N28频段,华为旗舰机型Mate 30 Pro 5G也支持包括N28在内的七个频段。此外,OPPO、联想、中兴等主要手机厂商,旗下均有1款或多款产品支持N28频段。

当然,从5G手机的整体出货量来看,支持中国广电5G频段的手机,在

5G手机中所占的比例还很小。正因如此,支持N28频段也成为了部分手机的宣传亮点。

比如中兴近日发布的新款Blade V2020 5G手机,售价在1400元左右,其一大特色即支持5G全频段。在中兴天猫旗舰店中,对该手机产品的宣传中特意注明其拥有超全5G频段,可支持国内四大运营商网络,而第四大运营商即指中国广电。

实际上,为了配合5G商用,中国广电一直在推进终端设备对广电5G的支持。今年5月,中国广电就曾发布消息称,已联合华为、中兴等移动终端开展了技术指标的测试验证,旨在加速推动中低频段移动终端的商用。

手机支持的频段越多,成本虽然会增加,但不会太多;而且随着时间推移,成本会越来越低,所以成本不是厂商主要考虑的因素。”业内人士对记者表示,目前支持N28频段手机较少,主要与中国广电5G商用进度有关,随着广电5G商用的推进,未来的手机厂商会逐渐加大对广电5G频段的支持。

OPPO相关人士告诉证券时报记者,目前OPPO推出的OPPO Find X2 Pro已支持广电5G频段,接下来OPPO还会有新的支持广电5G频段的核心产品上市,到明年OPPO全系产品将支持广电5G网络。

在行业内我们目前的5G手机产品算比较全面的,从数百元的5G产品到高端旗舰都有,现在支持广电5G频段的手机也在计划范围内了,预计明年上半年就会推出相关产品。”深圳市锐尔觅移动通信有限公司(Realme)相关负责人表示。

基站建设有待发力

虽然中国广电近期在5G业务上动作频频,但作为新的电信运营商,市场对中国广电的这一角色尚没有清晰的概念,中国广电也尚未公布清晰的5G业务运营路径。

从1G到4G时代,通讯服务是以人为中心,而5G时代则是万物互联通讯,4G单一网速已经不能再支撑万物了,5G将以高速率、低时延、高可靠等特点,构建全面的通讯连接服务。”通信行业5G专家邹学勇表示,5G时代四大运营商巨头竞争,竞争格局不再是个人手机用户数的竞争,而是行业应用+内容的竞争。

具体到中国广电,邹学勇认为,广电作为一个新的运营商,首先能够基于有线电视用户,从家庭用户入手构建智能家居,打造垂直行业应用,用户同时享受大屏、中屏、小屏互动,广电节目内容丰富,用户可在广电5G体系下享受更多

内容服务。

针对大众最为关注的个人用户服务,邹学勇认为,中国广电以700MHz频段建设5G网络,成本较低,用户在资费方面可能享受到更多优惠服务。

在中国广电与中国移动合作共建共享部分频段5G无线网络,支持广电5G频段的终端设备逐渐增加的背景下,有业内人士认为,目前中国广电5G真正走向市场已“万事俱备”“192号段放号也已不远”。

邹学勇表示,手机终端不会影响广电5G商用,真正影响广电5G商用的,还是其基站的建设进度。5G网络建设初期很难做到信号全覆盖,当没有5G网络时,用户可以通过3G、4G网络来补充;而中国广电如果不与其他运营商合作,广电5G用户就享受不到3G、4G网络服务。”

目前,中国广电虽然已在多地部署5G网络,但主要还是试验目的。最新数据显示,我国已经开通的5G基站超过60万座,中国广电的基站数量、网络规模与三大运营商尚有较大差距。

比如前述中国广电正在深圳建设首批200个5G基站,预计将于明年完成深圳辖区基本覆盖。而实际上,早在今年8月,三大运营商及铁塔公司在深圳的5G基站就已超过3万座,基本实现了5G网络全覆盖。

新华文轩线上线两手抓 打造多层次阅读服务矩阵

证券时报记者 文华

强化优势领域

作为国内出版业的领先企业,多年来新华文轩(601811)在不断夯实教材出版发行核心业务的同时,也积极对新业态、新领域进行探索,并取得了不俗的成绩。日前,上交所联合各地证监局主办“诚实守信 做受尊敬的上市公司——价值引领投资2020沪市公司质量行”活动,证券时报记者走进了新华文轩,一探公司最新发展动态。

轻资产运营大书店

10月中旬,恰逢新华文轩主办的天府书展开幕,而书展的开幕会场就设置在公司位于繁华商圈的大型书店。

近年来,众多图书出版发行企业都在尝试对线下实体店进行创新升级,以增强对读者的吸引力。这其中新华文轩可谓“大手笔”,公司在成都九方购物中心中心的“文轩BOOKS”书店,面积近万平方米,位置显著,店内还融合了网红饮品铺、文创品展销等多种业态,提供较为舒适的阅读体验空间。

据公司董事长何志勇介绍,这类大书店采用了与物业方合作的轻资产运营模式。在这种模式下,新华文轩已在成都开设了两家位于大型购物中心、面积在1万平方米左右的大型书店。

资料显示,公司在实体店店的布局上类型丰富,包括文化MALL、大中型书店、专业书店、社区书店、商超书店、智能书店等众多业态,拥有“新华文轩”、“轩客会”、“文轩BOOKS”等多个实体店品牌。

据何志勇介绍,在2020年天府书展中,新华文轩将旗下全省书店和众多公共图书馆都发展为书展会场,让更多市民能参与其中。数据显示,2020天府书展线上线下共组织800余场阅读文化活动,参展人数达3452万人次。

10月18日,新华文轩位于成都仁和新城的儿童书城开业,总面积超3000平方米。何志勇介绍,该店是公司儿童书店的4.0版本,主打亲子阅读,不仅满足儿童的阅读需求,父母在该店也能获得相应的阅读服务。

事实上,少儿图书正是新华文轩具备较强竞争力的领域。公司旗下四川少年儿童出版社位列全国出版社排名第20位,该社拥有爆款IP“米小圈”,多次登上开卷少儿图书全国畅销榜,累计销量近9000万册,形成了较强的内容品牌优势。

何志勇认为,新华文轩是文化企业,文化企业就是要做好内容,对公司而言就是做好出版。正是在这种坚持做好内容的情怀下,又有振兴四川出版的愿景,通过持续发力,从2016年到2019年,公司利润接近翻倍。

除了少儿图书出版,线上销售也是新华文轩较为突出的板块。如今,在大众图书销售领域,网络购书的销售额已超过线下书店。2020年上半年新华文轩在天猫、京东等主要平台保持图书类销售前三的地位。用公司高管的话说,这得益于公司在该领域较早的布局和投资。

虽然已有优势,但新华文轩并未懈怠。今年疫情期间,对图书线下销售产生较大影响,公司则在此期间加大了线上营销力度。据悉,上半年公司举办“直播带货”、“社群营销”等活动400余场,收看人次达20余万,带动线上渠道销售增长。

体现在业绩上,上半年公司互联网销售业务实现营业收入超7亿元,同比增长2.13%。而更突出的是毛利率的增长,较上年同期增加了3.73个百分点,公司表示,主要得益于互联网销售业务整体经营水平持续提升。疫情或许给公司互联网业务提供了一次意外的练兵机会。

广博股份董事长王利平:未来将大力发展文创产品

证券时报记者 刘晓晖

在广博股份(002103)2020年第二次临时股东大会上,证券时报记者见到了公司董事长王利平。作为全国人大代表,他很忙,当天上午刚刚接待了领导来访。下午的股东大会结束后,王利平又和参加股东大会的公司高管们再开了一个碰头会。

“我每天再忙也要看一下《证券时报》。”王利平对证券时报记者的到访表示欢迎。

这是一个延迟了好几个月的专访,因为突如其来的新冠肺炎疫情,全国两会延期举行,证券时报记者对王利平的专访也因为种种原因拖到了公司这次股东大会之后。在这次股东大会上,广博股份审议通过了《关于开展外汇套期保值业务的议案》等。王利平说,本来以为新冠肺炎疫情会令人民币贬值,没想到现在出现了升值,因为出口等经济指标在持续好转。

跨境电商表现出色

广博股份是国内纸制品文具行业龙头企业,今年的新冠肺炎疫情,对经济尤其是出口企业影响巨大,令人意想不到的,随着疫情在中国得到有效控制和海外疫情的蔓延,这个影响正在逐渐地由负转正。

今年我们外贸业务增长,内贸平稳增长,政企大客户稳步增长。”王利平对公司今年1-9月份整体平稳的发展感到满意。

回忆年初疫情严峻时,王利平说:自今年疫情发生以来,国内众多量大面广的中小外贸企业面临巨大压力。随着劳动力成本的持续上升,制造业



的比较优势已经大幅减弱,与此同时,中美贸易战甚嚣尘上。内外部各方因素影响下,出口形势日渐严峻,新冠肺炎疫情的发生,对于出口企业来说更是雪上加霜。”

王利平告诉记者,为了有效应对新冠肺炎疫情的影响,公司及时调整了销售策略,克服了线下营销受阻、物流效率放缓等诸多不利因素,通过自建的新零售体系、系统化的网络直播,助力疫情期间营销工作的顺利开展。

此外,公司利用越南生产基地资源优势,在稳定外贸订单生产需求的同时,积极拓展东南亚市场,满足客户本地化制造的要求。在实现规模不断扩大的基础上,实施国内市场和国际市场双轨战略,进一步带动品牌影响力。

王利平介绍,由于海外疫情持续,今年跨境电商业务表现十分出色,公

体系,提高市场占有率和市场地位,实现品牌价值最大化、渠道效益最大化。广博股份最早是做OEM(代工生产)的,现在以品牌输出为主。”王利平对此十分自豪。

王利平告诉记者,在拓展国际市场方面,公司将依托越南生产基地,通过对“一带一路”沿线国家进行充分的市场调研,布局中东、东南亚等新兴市场,新兴市场人口基数庞大,产品需求广泛,我们对于新兴市场存在的商机充满信心。未来,公司将努力成为文具制造行业的领先品牌,服务全球不同客户,满足客户不同需求。”

王利平在20世纪90年代初开始创业,2007年1月,他带领广博股份成功登陆深交所中小板市场。回忆往昔,王利平十分感慨:创业是一个漫长的、机遇与挑战并存的过程。在这个过程中,困难无处不在,面对困难我们不能畏缩不前。”

创业之初,公司没有自有品牌,只能给客户做OEM,如果客户不接受,全部损失都得自己买单。随着公司外贸订单的增加,王利平意识到,企业发展必须要有自己的品牌,与其被动等待客户下单,不如主动出击,发展自有品牌,有了自有品牌就有了“选择客户的底气”,就有了更为广阔的市场空间。

从OEM到品牌输出

王利平认为,广博股份代表了一部分先进制造业,公司始终坚持线上线下有机融合,国内和国际市场两手抓。当前国内市场以现有广博品牌为基础,针对不同消费群体的特性,重点打造独立子品牌Kinbor和Fizz,其中Kinbor面向中高端文创产品市场,Fizz主打时尚办公用品类,走品牌发展路线,构建多渠道、多层次的综合营销网络

需求越来越多元化及个性化,公司在保持产品个性化及IP开发等方面做了许多工作,不断提升品牌的影响力和产品毛利率。

王利平说,随着国家对教育投入的进一步加大,居民可支配收入的提高,消费升级和品牌意识的加强,文具消费市场后续增长空间非常巨大。

伴随着市场增长的同时,文具消费也逐渐呈现品牌化、时尚化、个性化和高档化的趋势,精品文创类产品需求进一步释放,消费者看重产品的附加功能、情怀与主题,对文具的品牌重视程度、设计美感要求进一步提高。

据悉,公司针对不同的消费群体,联合国内外优秀设计师,同热门IP联名合作,推出了面向不同消费群体的热门IP产品,产品一经推出,消费者反响热烈,有效提升了公司品牌影响力和产品毛利率。

作为企业家,王利平跟记者多次强调管理的重要性。他说,公司的核心竞争力主要体现在人才、管理、文化价值观等方面。企业要真正做好引才、聚才、育才工作,才能抢占发展先机。公司根据业务发展需要,以高层次人才和创新型人才为重点,打造年轻化、专业化的管理团队。通过扁平化管理方式,促使公司快速地将决策延伸至企业生产、营销的最前线,从而提高公司经营决策效率,快速应对市场变化的客观需求。

他表示,我们始终坚持以市场为导向,以为客户创造价值为核心来开展工作。每一个员工都应牢记自己的工作使命,始终把客户需求放在第一位,从行动上帮助客户解决问题,让客户满意,是我们每个岗位上的应尽之责,也是个人价值、公司价值的根本体现。”

文创产品是未来发展重点

广博股份做文具起家,目前文具