

中国移动上市,“巨无霸”能否走出运营商新行情?

电信运营商如何借助网络优势取得差异化竞争优势,成为未来发展的关键。

随着中国移动在上交所挂牌,三大运营商正式在A股“会师”。

1月5日,中国移动开盘价为63元,相较57.58元的发行价上涨超9%,随后涨幅有所回落,截至当日收盘,中国移动报价57.88元,涨幅收窄至0.52%,成交额超152亿元,总市值为1.23万亿元。

在业内看来,作为三大运营商的“带头大哥”,中国移动的A股上市将发挥更大的带动作用,但从运营商的估值以及行业发展空间来看,中国移动在面临机会的同时也有巨大挑战。

电信专家付亮认为,连续多年的“提速降费”使得我国拥有全球领先的移动网络和有线宽带网络,但也限制了电信运营商通过基础通信服务(包括语音、短信、上网)获得超额收益,电信运营商必须寻找新的收入增长点。

上市首日“高开低走”

中国移动上市是A股近十年募资额度最大的IPO项目,首日的表现尤其令外界关注。

5日早盘,在集合竞价阶段,中国移动股价上涨20%达到69.1元,但后续回落,开盘价为63元。开盘后,中国移动股价持续下跌,一度跌至58.11元,而后经历短暂拉升后股价徘徊在58元至60元之间。按照收盘价计算,中国移动在上市当天的“振幅”达到9%。

虽然股价“高开低走”,但也打破了外界对于运营商“破发行情”的固有观点。8月20日,中国电信上市首日收涨34.88%后,在上市后两个交易日(8月23日、8月24日),中国电信A股便一字跌停,此后处于下跌态势。

有机构认为,考虑到中国移动按申报稿募资净额计的预期发行PE约为12倍,较中国电信首发PE低40%,且中国移动位居三大运营商首位,预计后续破发风险小于中国电信。此外,中国移动回A是通信板块的里程碑事件,对整个板块有一定提振作用,此次增加了在国内市场股权融资的新渠道,产业链上游相关公司会在经营上受益。

“中国移动的股价偏低,利润率、股息收益率都维持很高的水平,有利于成为未来A股股票市场的定盘星。”付亮表示,中国是目前全球5G商用领先的国家之一,全球半数以上5G基站在我国,而

A股迎年报业绩浪 布局紧扣超预期领域

进入1月份,上市公司年报业绩预告开始密集披露,A股迎来年报业绩浪行情,现实业绩和市场预期的博弈有望成为影响个股或板块走势的重要因素。

市场人士表示,“业绩超预期增长”是布局年报行情的核心,但要考量业绩高增长是否具备持续性,以及估值与业绩增速的匹配度,不可盲目追捧业绩高增长股。

业绩浪行情到来

1月4日,A股迎来2022年首个交易日,盘面特点鲜明:“茅指数”与“宁组合”相关个股出现下跌,万亿元成交额完成时间提前,年报业绩预增股走势分化。

在A股最近几个交易日,年报业绩预增股的市场关注度持续升温。

创业板个股耐普矿机近三个交易日累计上涨63.22%,公司预计2021年实现归属于上市公司股东的净利润约为1.65亿元至1.95亿元,同比增长306.17%至380.02%。

中科三环近三个交易日累计上涨23.3%,公司预计2021年实现归属于上市公司股东的净利润约

超八成年报业绩“预喜”

Wind数据显示,截至2022年1月4日下午16时,沪深两市共有127家上市公司发布2021年报业绩预告。

上市公司业绩预告情况为预增46家、续盈13家、续亏4家、首亏3家、扭亏2家、略增43家、略减13家,还有3家业绩预告类型为“不确定”。

分析上述数据,包括预增、续盈、扭亏、略增在内,共有104家上市公司年报业绩“预喜”,占比81.89%。

在业绩“预喜”个股中,东芯股份预告净利润变动幅度最大,公司预计2021年实现净利润约225

布局紧扣“业绩标杆”

未来一段时间,A股将密集迎来年报业绩预告,2021年报,以及2022年一季报的披露。因此,短期内A股将进入业绩验证期。在此背景下,投资者该如何配置?

“1月下旬集中披露年报业绩预告,超预期的领域往往是重点布局之地;根据年报业绩预告,预计资源类、新能源类、TMT年报业绩预告披露情况较好,投资者可考虑在1月重点布局。”招商证券首席策略分析师张夏说。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳建



随着中国移动在上交所挂牌,三大运营商正式在A股“会师”。

我国的5G基站中,中国移动占据了一半。

后5G时代运营商能否“翻盘”?

5G融合应用正处于规模化发展的关键期,包括运营商和互联网厂商在内的科技巨头正在进入新的竞争赛道。

“5G时代,运营商瞄准了行业应用这一新兴市场,机会不少,但竞争也变得更加激烈。电信运营商如何借助网络优势取得差异化竞争优势,成为关键。”付亮说。

从募资金用途来看,中国移动本次拟募资560亿元,拟将一半的募资额投入5G精品网络建设项目,足以看出其对5G项目的重视。

过去五年,OTT业务对运营语音业务的替代作用以及网络投建的资金压力让运营商有些“束手束脚”,如何收回网络建设成本成为了三大运营商在公开场合经常被问及的问题。

而缺乏增长空间成为运营商估值低的主要原因。从数据来看,世界电信运营商龙头平均PE倍数为15.53,我国运营商在港股平均PE倍,数为7.25,远低于国际平均水平。作为对比,美国电信运营商龙头Verizon市值为9.44倍PE,T-Mobile市值为40.55倍PE。

但随着5G的覆盖进一步提升,运营商的收益在去年迎来“拐点”。

一改过去几年增收不增利的窘况,三大运营商的净利润在2021年三季度的财报中均有大幅提升。根据电信运营商披露的业绩显示,2021年前三季度,中国移动营收达6486亿元,较上年同期增长12.9%,公司股东应占利润为872亿元,同比增长6.9%;中国电信营收3265.36亿元,同比增长12.3%,归母净利润为233.27亿元,同比上升24.7%;中国联通营收为2444.89亿元,同比上升8.5%,归母净利润为56.76亿元,同比上升18.6%。

中国电信首席科学家、贝尔实验室院士毕奇在一场会议中表示,2025年,用户月平均流量可以达到100GB。“据不完全统计,5G终端在5G网络的月流量达23GB左右。”

这意味着运营商在流量上的收益得到改善。“以前流量是包袱,现在流量是收入。”一运营商人士对记者如是表示。

但从长期竞争趋势来看,脱离基础电信网络做互联网内容或服务,电信运营商在与互联网公司竞争中并没有优势。

在业内看来,运营商要想在互联网内容或服务以及新兴的“5G+行业”上发挥更为积极的作用,必须在为全社会提供低成本、高速率的基础通信网络连接的基础上,利用网络优势,寻找到网络和服务的结合点,形成差异化的产品和服务。

据《第一财经》

财经动态

A股三大指数集体收跌 银行、保险等板块领涨

1月5日,A股三大指数集体收跌。据Wind数据,截至收盘,上证指数跌1.02%,报3595.18点;深证成指跌1.80%,报14525.76点;创业板指跌2.73%,报3161.51点。

盘面上,盐湖提锂、电力、苹果、半导体板块调整,比亚迪跌超6%,兆易创新跌停。家电板块冲高,海信家电一度涨停。保险、银行、地产板块走势向好,兴业银行、万科A等大涨。网游板块持续上涨,中药股大幅回撤。中国移动登陆上交所,首日涨0.52%。

申万一级行业板块中,银行、家用电器、石油石化等板块涨幅居前;国防军工、电子、电力设备等板块跌幅居前。

概念板块中,网络游戏、今日头条平台、首板等概念板块涨幅居前;大飞机、盐湖提锂、航母等概念板块跌幅居前。

中信证券认为,随着冬奥会场景的试点落地,未来数字人民币有望实现大规模推广,银行IT系统升级改造、终端支付设备改造、交易环节涉及的数字加密、身份认证、安全芯片将为相关上市企业带来业务增量,相关产业链迎来较大催化。

据《中国证券报》

今年白酒行业展望：强弱分化格局不变

白酒行业在过去一年经历了攻城略地、提价占位、角逐高端化等一轮又一轮竞赛后,新的一年将在“变与不变”中继续向前。

多位酒业人士在接受采访时表示,今年,白酒业强者恒强、弱者恒弱的竞争格局不变,消费升级红利下,白酒业追求高端化、品牌化、品质化的基调不变;与此同时,面对消费场景、消费圈层的迭代,白酒业多元化、健康化消费成为新潮流。

上述人士强调,今年,在行业新规的监管下,白酒行业税收加重的风险显现,酒商要未雨绸缪,合规合法经营。

白酒股在过去一年经历挤泡沫后,业内人士认为,白酒板块在今年仍然是值得关注的主线。前海开源基金首席经济学家杨德龙对记者表示,“从盈利能力来看,白酒板块尤其是高端白酒的盈利能力保持强劲,元旦之前多家白酒企业纷纷提价,表明其对于产品的竞争力具有信心;从行业格局来看,一二线白酒占据了酒企大部分收入和利润,行业集中度进一步提升。”

高端品牌竞争白热化

去年,高端化依旧是白酒业竞争主线,产品结构升级、走差异化路线、抢占高端价格带……2021年白酒企业高端化的竞争白热化。

与此同时,在渠道及市场端,白酒行业攻城略地仍在持续。一线名酒凭借多年积攒的品牌效应及渠道资源,持续推进产品的市场渗透力;区域酒企则加速外拓,通过渠道数字化、社群化经营等方式,抢占更多发展高地。

提价成为白酒行业在2021年收尾阶段的关注点。去年11月份以来,五粮液、泸州老窖、古井贡酒、舍得酒业、酒鬼酒、剑南春等超10家酒企宣布对旗下核心单品提价。

展望2022年,四川凤求凰投资管理有限公司董事肖竹青表示,白酒行业仍将呈现“强者恒强、弱者恒弱”的格局。

在业内人士看来,在酱香酒热的背景下,今年,被资本关注的茅台镇也将步入理性发展。“未来,拥有强势资本、优秀产能和全国化销售体系的酱香酒会走得更远,在以贴牌酒和定制酒为主要商业模式的茅台镇,中小型酒厂将会受到整合或者收编,茅台镇将迎来大鱼吃小鱼,快鱼吃慢鱼的整合过程。”肖竹青表示。

光瓶酒有望迎来大爆发

今年,白酒行业新的发展变化亦有迹可循。

今年光瓶酒(指不带包装、不带纸盒、直接能够看到瓶子的白酒产品)将迎来大爆发。近两年来,光瓶酒成为白酒业的一个焦点。在业内人士看来,光瓶酒将成为白酒行业的新盈利增长点,且从中低端到高端市场,光瓶酒有望全线开花。

肖竹青进一步表示,“今年白酒的创新营销和圈层营销将成为常态,以肆拾玖坊为代表的圈层营销已成为各大酒厂研究、学习和模仿的对象。从重视渠道大商到重视消费者意见领袖,是整个酒厂品牌意识和消费意识的觉醒。”

白酒业在变与不变中持续发展的同时,值得关注的是,面对白酒行业的监管政策,业内人士纷纷强调,国家在2022年会加大酒企税务稽查的力度,白酒行业将面临税收加重的风险。

肖竹青表示,“白酒行业生产环节是重税,酒厂税收包括20%的消费税和每斤0.5元的从量税,并且还有13%的增值税。”

蔡学飞表示,“伴随着税收、环保等行业新规以及原材料成本波动风险,白酒行业的竞争门槛将进一步提高。”

据《证券日报》