

## 業務概覽

二零零四年，本集團堅持有效的競爭策略，開展適度的話務量營銷，大力發展集團客戶，不斷創新推廣新業務，進一步加強品牌整合，完善營銷服務渠道，保持優質的客戶服務，優化通信網絡，成功實現新收購公司的業務整合，整體業務得到長足的發展。

截至二零零四年年底，本集團移動用戶總數達到 20,429.2 萬戶，年增長率達 23.0%；總通話分鐘數達到 6,609.0 億分鐘，年增長率達 49.4%；使用移動數據業務用戶數達到 15,683.4 萬戶，年增長率達 36.2%；短信普及率達到 76.8%，較去年提高 7.5 個百分點；

短信業務使用量達到 1,725.7 億條，年增長率達 67.1%；新業務收入達到人民幣 316.51 億元，年增長率達 76.5%；新業務收入佔營運收入的比重達到 15.5%，較去年提高 5.5 個百分點。

下表為本集團二零零三年至二零零四年主要營運數據滙總，表中以及本業務概覽所用營運數據如無特別註明均為未經審核備考合併數據，即假設目前本集團擁有三十一家營運子公司的集團結構自二零零三年一月一日起一直存在，有關本集團未經審核的詳細備考合併財務資料、編製基準及畢馬威會計師事務所（香港執業會計師）出具的報告已載於本年報內第 153 頁至 158 頁。

## 二零零三至二零零四年本集團主要營運數據

	2004	2003
移動電話用戶數（百萬戶）	204.3	166.1
淨增用戶數（百萬戶）	38.2	29.5
總通話分鐘數（十億分鐘）	660.9	442.4
平均每月每戶通話分鐘數（MOU） （分鐘／戶／月）	297	244
平均每月每戶收入（ARPU） （元／戶／月） <sup>(1)</sup>	92	99
短信業務使用量（十億條）	172.6	103.3

	2004	2003
簽約用戶 <sup>(2)</sup>		
移動電話用戶數（百萬戶）	59.9	58.1
平均每月每戶通話分鐘數（MOU） （分鐘／戶／月）	517	418
平均每月每戶收入（ARPU） （元／戶／月）	167	168

	2004	2003
預付費用戶 <sup>(2)</sup>		
移動電話用戶數（百萬戶）	144.4	108.0
平均每月每戶通話分鐘數（MOU） （分鐘／戶／月）	194	138
平均每月每戶收入（ARPU） （元／戶／月）	56	57

註：

(1) 如無特殊註明，本業務概覽所涉及金額均以人民幣列示。

(2) 簽約用戶主要包括全球通及與本集團簽訂服務合約的用戶；預付費用戶主要包括神州行、動感地帶及針對低使用量用戶市場推出的本地品牌或套餐產品用戶。有關用戶分類是作為管理參考之用。

## 客戶發展

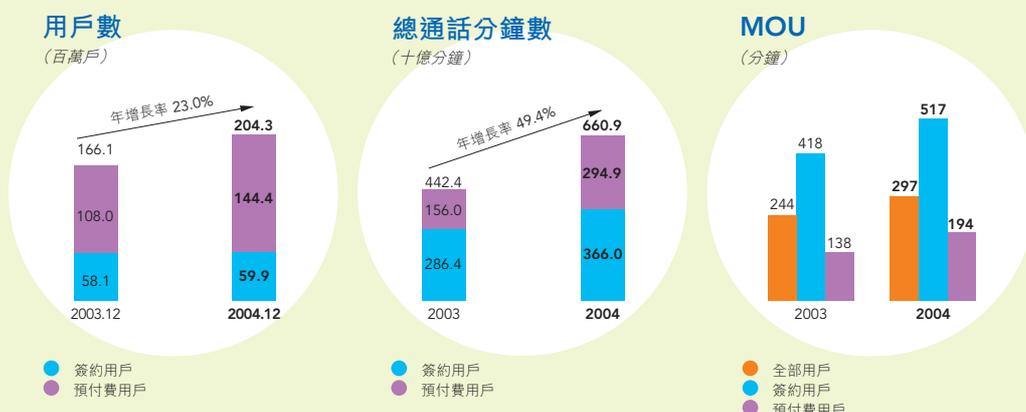
二零零四年，本集團利用話務量營銷等手段，繼續保持了用戶的穩定增長。截至二零零四年十二月三十一日，本集團移動用戶總數達到 20,429.2 萬戶，其中簽約用戶總數達到 5,988.7 萬戶，預付費用戶總數達到 14,440.5 萬戶。全年淨增用戶數達到 3,817.9 萬戶。

截至二零零四年年底，本集團在所服務地區的市場佔有率約為 64.3%，繼續保持市場領先地位。本集團所服務地區的移動電話普及率約為 25.9%。東部地區城市化的發展，中西部地區、中小城市和農村地區的移動電話普及率相對較低，預示著良好的移動通信增長潛力。

本集團大力發展集團客戶，以增加客戶忠誠度和公司收入為目標，開發儲備產品，提高業務普及率和行業普及率，優化管理機制和流程，使集團客戶發展規範化、流程化、專業化。截至二零零四年年底，與本集團簽署具體業務協議的集團客戶總數達到 111 萬家，本集團為 38 萬家集團客戶實現了信息化基本解決方案。

## 業務增長

二零零四年，本集團充分利用網絡能力，區分網絡忙閒時間、忙閒區域和不同的客戶品牌，針對性地進行適度的話務量營銷，使得話音業務繼續增長。二零零四年年度，本集團移動用戶總通話分鐘數達到 6,609.0



億分鐘，年增長率達 49.4%。本集團平均每月每戶通話分鐘數（MOU）為 297 分鐘，比二零零三年的 244 分鐘上升 21.6%。其中，簽約用戶 MOU 為 517 分鐘，預付費用戶 MOU 為 194 分鐘。本集團平均每月每戶收入（ARPU）為 92 元，比二零零三年的 99 元下降 7.3%。其中，簽約用戶 ARPU 為 167 元，預付費用戶 ARPU 為 56 元。整體 ARPU 下降趨緩，簽約用戶 ARPU 基本穩定。

新業務發展的指導原則首先是有力促進公司的收入增長，二是體現公司形象和市場領導地位。二零零四年，本集團不斷創新推廣新業務，對內提高管理水平，提升業務端到端的服務質量；對外提升合作水

平，健全業務營銷體系，提高營銷效率。根據成長期特點和對本集團帶來的價值分類管理，確定各類業務的發展重點。

新業務已經成為公司發展強勁的驅動力，成為拉動營運收入增長的重要因素。二零零四年新業務收入達到 316.51 億元，比二零零三年增長 76.5%，新業務收入佔營運收入的比重達到 15.5%，比二零零三年增長了 5.5 個百分點。

短信業務依然保持快速增長。二零零四年，短信普及率（短信業務使用用戶數佔用戶總數的比例）增長到 76.8%，短信業務收入達到 163.80 億元，短信業務使用量達到 1,725.7 億條。以 WAP、彩鈴為代表的其他數據業務發展迅猛。WAP 使用用戶數達 1,281 萬戶，彩鈴用戶數達 2,721 萬戶。

使用移動數據  
業務用戶數  
(百萬戶)



短信業務使用量  
(十億條)





本集團繼續規範和深化服務供應商（SP）合作管理，移動夢網業務得到健康、良性發展。截至二零零四年年底，本集團的 SP 合作夥伴超過 1 千家，移動夢網應用更加豐富，其中短信應用超過 10 萬種，彩信應用超過 1 萬種，WAP 應用超過 1 萬種，百寶箱應用超過 2 千種。

## 品牌、渠道和服務

本集團繼續強化品牌定位，加強品牌宣傳推廣，突出品牌體現的功能利益，品牌經營管理得到提高和加強。二零零四年，重點加強「全球通」品牌服務與業務差異化建設，進一步凸現這一品牌的差異化優勢；通過營銷資源傾斜的手段，加大「全球通」客戶發展和維繫力度，忠誠度得到不斷地提高。針對「動感地帶」品牌，本集團以提高客戶群規模，提高新業務比例，塑造年輕人文化內涵作為品牌發展的重點，加大品牌的形象宣傳力度，以新業務為主驅動力，全面提升品牌形象和目標客戶規模。本集團繼續加強「神州行」品牌的成本控制，保持客戶規模的合理增長，進



一步強化資費管理，使話務量與收入的增長更加合理。

本集團繼續加強渠道建設，合理配比各類渠道的功能和規模，提高渠道的整體協作能力；建立針對不同客戶品牌、不同城市級別和不同業務的差異化渠道體系；重點提高渠道的服務職能、新業務營銷職能、對終端資源的捆綁職能；聯合社會資源，形成合作共贏的局面。



二零零四年，本集團繼續秉承「追求客戶滿意」的經營宗旨，努力為客戶提供優質服務。在客戶群不斷增大的基礎上，針對不同品牌客戶開展分層服務。通過開展一系列的服務活動和舉措，保證服務資源向高價值客戶傾斜。客戶滿意度穩步提高，塑造了良好的企業形象。



## 網絡與投資

二零零四年，本集團繼續加強網絡優化和**管理**，完善網絡覆蓋，使得移動通信網絡的質量和規模繼續領先。無線接通率達到 99.2%，掉話率低於 0.8%，短信全程接通率達到 98.1%。截至二零零四年年底，本集團網絡容量達到 2.44 億戶，網絡實裝率達到 83.6%。

二零零四年，本集團的國際漫游服務範圍進一步擴大，截至年底，GSM 國際漫游服務通達 184 個國家和地區，GPRS 國際漫游服務擴大到 73 個國家和地區。本集團用戶與全球 106 個國家和地區的 214 個移動營運商的用戶之間可以互送短信。

本集團 2004 年資本開支約為 78 億美元，較原計劃增加約 1 億美元，主要是增加了 GSM 網絡方面的投資，以滿足強勁的市場需求。根據發展的需要，2005 至 2007 年確定的資本開支計劃每年分別為 78 億美元、65 億美元、55 億美元，主要用於 GSM 網絡、支撐系統、傳輸等方面的建設和新技術新業務的發展。以上資本開支計劃未包括 3G 建設投資。資本開支計劃所需資金主要來自本集團營運活動所產生的現金。

### 未來業務策略

本集團將進一步市場細分，深化品牌策略，突出差異化服務，鞏固和發展中高端客戶群，全力打造精品服務，實施精細化管理，努力降低營運成本，提高整體營運效率，加強營銷管理以及終端和渠道的掌控，充分挖掘中國移動通信市場的潛力，積極準備 3G 的推出，以新業務和 3G 為契機，保持公司的長期增長。

### 資本開支

(十億美元)



註：以上各年資本開支未包括 3G 建設投資



資本結構穩健，  
自由現金流量持續強勁，  
財務業績令人欣喜



**雄厚** 的財務實力奠定了穩固的發展基礎

