



# 移動信息專家





# 業務概覽

---

二零零五年，本集團繼續堅持理性有序競爭，着力提升領先優勢，客戶、話務量、新業務增長驅動作用顯著，數據業務發展迅速，品牌優勢進一步顯現，營銷服務渠道不斷完善，基礎服務持續改善，網絡能力和質量優勢明顯，運營管理支撐水平穩步提升，整體業務得到快速發展。

---

截至二零零五年年底，本集團移動用戶總數達到24,665.2萬戶，年增長率達20.7%；總通話分鐘數達到9,031.2億分鐘，年增長率達36.6%；使用移動數據業務用戶數達到20,668.2萬戶，年增長率達31.8%；短信業務使用量達到2,496.1億條，年增長率達44.6%；新業務收入達到人民幣501.87億元，年增長率達58.6%；新業務收入佔營運收入的比重達到20.6%，較去年提高5.1個百分點。

下表為本集團二零零四年至二零零五年主要營運數據匯總，表中以及本業務概覽所用營運數據如無特別註明均為三十一省合併數據，即假設目前本集團擁有三十一家運營子公司的集團架構自二零零四年一月一日起一直存在。

二零零四至二零零五年本集團主要營運數據

	2005	2004
移動電話用戶數(百萬戶)	246.7	204.3
淨增用戶數(百萬戶)	42.4	38.2
總通話分鐘數(十億分鐘)	903.1	660.9
平均每月每戶通話分鐘數(MOU)(分鐘/戶/月)	335	297
平均每月每戶收入(ARPU)(元/戶/月) <sup>(1)</sup>	90	92
短信業務使用量(十億條)	249.6	172.6

	2005	2004
簽約用戶 <sup>(2)</sup>		
移動電話用戶數(百萬戶)	61.3	59.9
平均每月每戶通話分鐘數(MOU)(分鐘/戶/月)	589	517
平均每月每戶收入(ARPU)(元/戶/月)	185	167

	2005	2004
預付費用戶 <sup>(2)</sup>		
移動電話用戶數(百萬戶)	185.4	144.4
平均每月每戶通話分鐘數(MOU)(分鐘/戶/月)	241	194
平均每月每戶收入(ARPU)(元/戶/月)	55	56

註:

(1) 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。

用戶數  
(百萬戶)



總通話分鐘數  
(十億分鐘)



MOU  
(分鐘)



## 客戶增長

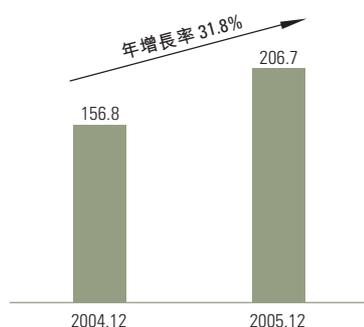
二零零五年，本集團繼續保持了客戶的穩定快速增長。截至二零零五年十二月三十一日，本集團移動用戶總數達到24,665.2萬戶，其中簽約用戶總數達到6,131.1萬戶，預付費用戶總數達到18,534.1萬戶。全年淨增用戶數達到4,236.0萬戶，月均淨增用戶超過350萬戶。東部地區客戶規模繼續擴大，中西部地區顯現良好增長勢頭，新增客戶的地域分佈出現可喜變化。

二零零五年年底，本集團的市場佔有率約為65.6%，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30.3%，其中中西部地區、中小城市和農村地區的移動電話普及率仍相對較低。中國經濟的發展、信息化的帶動以及農村的進步將給移動通信的發展提供更廣闊的空間。

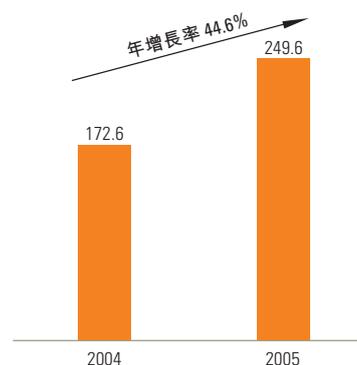
本集團大力發展集團客戶，取得明顯成效，發揮了維繫和進一步拓展個人客戶的作用，為公司的未來發展奠定基礎、搶佔先機。截至二零零五年年底，與本集團簽署業務協議的集團客戶總數達到111萬家，納入集團客戶管理的個人用戶數佔用戶總數的比例達到27%。本集團為39.9萬家集團客戶實現了信息化基本解決方案。信息化產品的開發與整合、重點行業的信息化應用取得較大進展。本集團面向城管、教育、公安、農業、氣象、銀行等20多個行業，開發推廣了諸如城管通、校迅通、警務通等近300項具體行業應用產品與功能，積累了1000多個優秀行業應用成功案例，獲得集團客戶的高度評價與認可。

二零零五年，本集團針對農村消費特點開發適當的產品和營銷案；利用農村現有資源低成本建設營銷服務網絡；按照農村用戶的要求提供針對性的服務；採用低成本的技術和方案建設網絡；引導終端廠商推出價格低廉、功能適合的終端，降低使用門檻。這些措施有力地促進了農村客戶的發展。

使用移動數據業務用戶數  
(百萬戶)



短信業務使用量  
(十億條)



## 業務發展

二零零五年，本集團繼續堅持理性有序競爭，進一步整合資費營銷案，優化話務量分佈結構，提高話務量效益，平均資費水平下降趨勢得到有效控制，量收增長趨於協調。二零零五年度，本集團移動用戶總通話分鐘數達到9,031.2億分鐘，年增長率達36.6%。本集團平均每月每戶通話分鐘數(MOU)為335分鐘，比二零零四年的297分鐘上升12.9%。其中，簽約用戶MOU為589分鐘，預付費用戶MOU為241分鐘。本集團平均每月每戶收入(ARPU)為90元，比二零零四年的92元下降1.5%。其中，簽約用戶ARPU為185元，預付費用戶ARPU為55元。ARPU基本保持平穩。

作為公司發展強勁的驅動力之一，新業務增長加快，拉動營運收入的增長。非短信數據業務所佔比重進一步提高，新業務收入來源更趨多元化。二零零五年新業務收入達到501.87億元，比二零零四年增長58.6%，新業務收入佔營運收入的比重達到20.6%，比二零零四年有較大提高。短信業務繼續增長，二零零五年，短信業務收入達到246.71億元，短信普及率(短信業務使用用戶數佔用戶總數的比例)達到83.8%，短信業務使用量達到2,496.1億條。非短信數據業務快速增長，彩鈴、WAP等業務蓬勃發展，二零零五年，彩鈴收入達到34.23億元，WAP收入達到35.70億元。手機音樂業務初顯潛力，二零零五年四月推出了“無線音樂排行榜”，本集團致力加強模式創新和與音樂媒體資源的合作，刺激並引導客戶嘗試、使用、習慣以彩鈴、手機聽音樂(通過IVR)和鈴聲下載為代表的手機音樂消費，全年彩鈴訂購超過3億次，手機作為新型媒體對音樂銷售的作用日益顯著。



## 品牌、渠道和服務

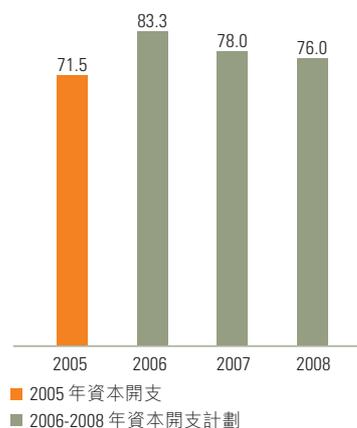
本集團品牌建設成效顯著，優勢日益顯現。二零零五年，針對“全球通”品牌，繼續推出差異化產品和服務，進一步豐富品牌內涵，提升品牌形象，通過採取跨區服務、機場易登機、醫院健康通道、高爾夫俱樂部、手機俱樂部等措施，品牌忠誠度進一步提高；繼續推進“神州行”品牌的內部整合，加強營銷案的規範和管理，平均資費水平趨於穩定，經營效益得到提升；突出“動感地帶”品牌特性，促進數據業務的應用，開展品牌聯盟，實施產品服務升級等計劃，“動感地帶”客戶迅速擴張。

本集團繼續加強渠道建設，進一步擴大自有渠道網點規模，優化完善佈局和結構，提升新業務推廣、定制終端銷售和營銷服務管理能力，形成合理的覆蓋和較強的營銷服務能力；擴展電子渠道應用，提高業務受理量；整合社會渠道資源，增強對渠道的掌控能力。針對農村市場，加快了農村營銷服務網絡的建設，利用自有營業廳、社會代理渠道及農村資源等多種方式擴展覆蓋面，在農村市場形成競爭優勢。

二零零五年，本集團持續優化服務流程，消除服務瓶頸，基礎服務持續改善，客戶滿意度穩步提升。綜合客戶滿意度已達到75%，比二零零四年提高了0.86個百分點。



資本開支  
(人民幣十億元)



註：以上各年資本開支計劃暫未包括3G建設投資。

## 網絡、支撐系統與投資

二零零五年，本集團網絡綜合能力全面提升，優質、高效、穩定、先進的網絡有力支撐了業務的發展。網絡質量繼續領先，無線接通率達到99.0%，掉話率低於0.8%，短信全程接通率達到98.6%，繼續保持高水平。網絡利用率繼續保持較高水平，截至二零零五年年底，本集團網絡容量達到3.02億戶，網絡實裝率達到81.6%。

二零零五年，本集團的國際漫遊服務範圍進一步擴大，截至年底，GSM國際漫遊服務通達203個國家和地區，GPRS國際漫遊服務擴大到98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。

本集團初步建成了一個先進、靈活的支撐系統體系，有效提升了運營和管理的水平。客戶服務質量、對市場的反應速度和把控制力、經營分析的深度廣度、公司的管理決策水平等方面因此而得到顯著的提高。支撐系統進一步增強了本集團的領先優勢和競爭力，為公司未來的發展提供了保障。

本集團二零零五年資本開支約為715億元。考慮到用戶和話務量的增長，新確定的二零零六至二零零八年資本開支計劃三年分別為833億元、780億元和760億元，主要用於GSM網絡、支撐系統、傳輸等方面的建設和新技术新業務的發展。以上資本開支計劃暫未包括3G建設投資。資本開支計劃所需資金主要來自本集團運營活動所產生的現金。

## 未來業務策略

面向未來，本集團將進一步鞏固移動通信市場的主導地位，立足發展新客戶、新話務、新業務，繼續推進品牌建設，加強自有渠道營銷服務能力和電子渠道的建設和整合，持續提升對客戶的基礎服務水平，增強業務、技術、管理以及商業模式的創新能力，重視集團客戶發展，創建網絡和支撐系統的新優勢，全力服務奧運，為3G發展做好規劃建設和運營準備，實現未來業務的新跨越。