

2005年對SUNDAY來說是充滿變革的一年，亦是一個轉振性發展。本公司於年內全力為推出3G服務進行籌備工作，與此同時，亦繼續提升其2G業務的質量、容量及效率。

在電訊盈科於2005年6月22日收購SUNDAY大多數權益後，本公司得以利用電訊盈科強大的營運及財務支援；而把握商機的第一步，是進行兩個集團之間的交叉銷售合作，為客戶提供更多選擇，令客戶享用服務時更感方便。

SUNDAY集團已逐漸受惠於電訊盈科較龐大的客戶基礎、更廣泛的分銷渠道、電訊盈科品牌的強大市場推廣能力、更具成本效益的融資實力，以及採購時所增加的議價能力。

### 2G業務

由於若干同業進行割價促銷及大幅提高手機補貼，香港的流動通訊市場於2005年仍然競爭非常激烈。SUNDAY繼續專注於擴闊其網絡覆蓋範圍及改善服務質量，同時亦致力在目前以價格主導的市場維持競爭力。

於2005年下半年，儘管後付式服務的每月每名客戶平均消費額（「ARPU」）較上半年輕微下跌百分之一，但本公司的2G用戶人數仍較上半年增加百分之五至738,000名。因此，2005年下半年的流動通訊服務收益較上半年增長百分之二至港幣5.02億元，是2002年年中以來首次錄得增長。2005年平均客戶流失率維持於約百分之四的水平。

於2005年，本公司新增約百分之十的流動通訊發射站，提升覆蓋範圍及服務質素，藉以提升其現有的2G／2.5G網絡。其中，本公司特別著重提升主要商業及金融區的室內覆蓋情況，以備日後向商界加強市場推廣。

於2005年，2G業務的運作仍然極具效益，營業成本（未計折舊及攤銷）較去年減少百分之十一。營業成本佔流動通訊服務收益的百分比由2004年的百分之四十六改善至2005年的百分之四十三。

### 3G業務

香港的3G市場於2005年發展理想，消費者對這項新科技的興趣日趨濃厚。生產商紛紛推出3G手機。年內，四家持牌營運商之中，已有三家先後推出3G服務，用戶總數及普及程度持續上升。SUNDAY與華為技術投資有限公司（「華為」）的合作計劃，為SUNDAY 3G網絡提供了重大競爭優勢。（華為集團是國內具有領導地位的電訊設備生產商之一，其主要基地位於中華人民共和國深圳。）年內，SUNDAY透過增加了一倍數目的3G流動通訊發射站，繼續拓展3G網絡服務；於2005年6月，SUNDAY初步推出3G數據卡。

## 主席報告

於2006年1月，電訊盈科集團透過分銷SUNDAY的通話時間，推出為期六個月的3G話音及數據試用服務。該項活動的反應非常熱烈，迄今已有逾330,000人登記參加，其中約110,000名客戶已獲甄選，大部分已連接至電訊盈科流動通訊3G服務網絡。透過這次初步試用，管理層得以對3G網絡進行壓力測試，更確切掌握市場動態及客戶意向，從而將推行商用時的行業風險降至最低。

### 展望

於2006年，流動通訊市場的競爭仍然相當激烈。然而，近期的合併及收購活動可望改變競爭形勢，從而對SUNDAY有利。市場需求日漸趨向綜合式服務，而與電訊盈科的新業務關係，使SUNDAY更有能力把握商機。在電訊盈科的支持下，SUNDAY於年內完成了容量和覆蓋質量方面的提升工作，這將有助本公司在2006年進一步擴闊客戶基礎，並鎖定更高質素的客戶及業務範圍。其他具協同效益的機會包括可獲得電訊盈科的優質內容。本公司已為3G服務做好充分準備，並期望於2006年抓緊此方面的商機。

SUNDAY將繼續利用電訊盈科的資源，並發掘機會充分利用其資產(包括3G網絡)，以及不斷為股東創造價值。

### 致謝

最後，我們謹此感謝全體董事及員工於2005年努力不懈的工作。



主席  
艾維朗

2006年3月29日