



公司於二零零七年三月二十一日發佈了二零零六年全年業績，除了新聞稿和在公司網站披露有關業績詳情外，公司亦於當日舉行了投資分析師會議、新聞發佈會、投資者電話會議，並與個別投資者進行交流討論，向香港及國際投資者和公眾闡釋有關業績，並解答他們的提問。

以下為部份主要投資分析師的提問及公司高級管理層的回答摘要：

1. 2006年公司全年的收入增長達到21.5%，主要的推動力是什麼？

2006年，本公司抓住了有利的市場發展機遇，進一步擴大客戶規模，拓展新客戶、增值業務、話務量方面的成長空間，構建卓有成效的低成本農村市場經營模式，經營業績得到進一步提升，實現了業務的快速、持續、穩健和協調發展。

在保持在網客戶，激發客戶使用量的基礎上，公司積極拓展市場空間，發展新客戶，尤其大力開發農村移動通信市場。用戶數繼續快速增長，淨增5,322萬戶，加上價格彈性的良好作用使話務量明顯提升，總通話分鐘數增長率達38.6%。同時，本公司積極開展產品創新和業務推廣，增值業務收入比2005年增長38.1%，增值業務收入佔營運收入的比重達到23.5%，進一步提高。以上因素使得收入獲得強勁的增長。



2. 請分別提供2006年資本開支及2007年資本開支計劃的細分？

本公司2006年資本開支約為人民幣870億元，主要用於GSM網絡的建設，增加了基站等設備，擴大了覆蓋和容量，優化了各增值業務網絡，增強了支撐系統能力，有效地滿足了用戶、話務量、增值業務的快速發展，保證了收入和利潤的穩定增長。

2006年的資本開支主要用於 GSM 網建設(59%)、新業務新技術的發展(7%)、傳輸(17%)、支撐系統(7%)及機樓等方面的建設。

2007年的資本開支主要用於 GSM 網建設(56%)、新業務新技術的發展(9%)、傳輸(15%)、支撐系統(9%)及機樓等方面的建設。

考慮到未來中國經濟快速增長的勢頭、居民消費能力不斷提高以及國家信息化發展的情況，為了適應市場旺盛的需求，促進增值業務的不斷發展，保證網絡的領先優勢，適應新技術的演進，本公司新確定的2007年資本開支計劃為人民幣998億元，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，並已考慮新一代技術的演進。資本開支計劃所需資金主要來自本公司營運活動所產生的現金。

3. 公司2006年的派息每股多少?未來的派息政策如何?

2006年一般末期股息每股0.763港元,連同已派發的一般中期股息每股0.62港元,全年一般股息為每股共1.383港元。2006年全年利潤派息率為42%。

另外,考慮到公司折舊年限修訂對股東應佔利潤的影響,為充分保證股東的利益,董事會建議2006年全年派發一次性特別股息,特別末期股息為每股0.069港元,連同已派發的特別中期股息每股0.09港元,全年一次性特別股息為每股0.159港元。

經考慮業務、財務、現金流等情況,公司董事會建議2007年計劃全年利潤派息率為43%。同時,公司考慮針對2007年計劃進行的新的折舊政策修訂對當年股東應佔利潤的影響派發一次性特別股息。

公司相信強勁的自由現金流將可有力支撐公司持續穩定增長所需的投資,同時為股東帶來良好的現金回報。公司今後將繼續努力實現股息的長遠持續穩定增長,為股東創造最佳回報。

4. 公司的農村用戶發展如何?公司利用什麼政策發展農村的市場?

國家新農村政策有效推進農村經濟發展。農村人均純收入持續增長,進一步推動消費能力上升。農村人口龐大,普及率低,存在巨大的市場發展空間。

2006年,本公司緊緊圍繞低成本策略,加大了農村移動通信發展的力度,農村地區網絡覆蓋進一步完善,低成本的營銷服務體系初步形成,通過「神州行家園卡」、超低價手機、空中充值以及符合農村特點的營銷推廣策略,取得良好成效。客戶增長中近半數來自農村市場。

農村市場推出的「農信通」業務發展迅猛,滿足了農產品的產供銷、農村政務管理和農民關注的民生問題等信息化需求。農村市場顯示出強勁增長勢頭及龐大潛力。

5. 2006年公司的增值業務發展迅速，可否提供詳細解釋？

本公司積極開展產品創新和業務推廣，增值業務收入比重又有提升，增值業務收入結構繼續優化。2006年增值業務收入達到人民幣693億元，比2005年增長38.1%，增值業務收入佔營運收入的比重達到23.5%，比2005年進一步提高。短信業務繼續增長，2006年，短信業務收入達到人民幣322億元，短信業務使用量達到3,534億條，日均近10億條。

非短信數據業務快速增長，彩鈴、WAP、彩信等業務蓬勃發展，2006年，彩鈴收入達到人民幣67.5億元，增長97%，WAP收入達到人民幣68.8億元，增長93%，彩信收入達到人民幣9.8億元，增長170%。

2006年，公司的手機音樂、手機報等產品的推出及發展，有力的促進了手機多媒體化和手機新聞媒體化的進程。通過與傳統媒體的合作，手機報成為基於手機的新媒體。另外，「飛信」提供的IM業務豐富了人們的溝通方式；手機郵箱、移動博客、手機搜索等使用戶通過手機進入互聯網的世界，手機開始成為人們生活中不可缺少的重要工具。公司將充分發揮自身優勢，努力把握未來的先機，不斷培育大量有增長潛力的增值業務。



用戶規模
突破 三億

