

業務概覽

開創香港「四網合一」
的全新體驗

PCCW mobile®

now
寬頻電視



電訊盈科固網服務

2006年標誌著電訊盈科成為全港首家「四網合一」的經營商，為本地電訊業換上全新面貌。

時至今日，客戶可以利用電訊盈科新增的優勢，在固網、寬頻互聯網、電視及流動通訊四個平台上享受創新服務，因應家居、工作和旅途上的需要，度身設計個人化的數碼生活模式。

電訊盈科領先全球，率先利用信元多媒體廣播技術，將now寬頻電視的精彩節目帶到手機，在3G手機上即時播放電視節目，即屬一例。

隨著電訊盈科不斷運用創新意念，發掘更多應用「四網合一」優勢的新領域，為客戶提供一連串創新兼且價格相宜的服務，成功開拓前所未有的商機。

以往各自運作的業務單位，如今充分發揮協同效益，促成新業務的誕生。本公司從傳統電訊經營商、網絡提供者，轉型成為新一代資訊及通訊科技／媒體供應商，為電訊盈科品牌賦予全新意義。

除了獲得本地公營、私營機構的讚譽外，我們獲獎無數的創新產品及服務更贏得海外客戶青睞，需求亦非常殷切，成功為本公司帶來更多增加收益的商機，亦確立本公司在國際舞台上作為業內典範的地位。

業務概覽
電訊服務

令固網服務 更加精彩



charging / in use | 充電 / 使用中

missed call
new message
未接來電
新來消息

本地電話服務

2006年，電訊盈科繼續推出更多創新服務及功能，除為本港固網服務帶來更豐富的體驗外，更提升了本公司的線路淨增長及穩定的客戶數目，並著重增加每名客戶的平均消費額。

電訊盈科在住宅市場推出「助你易」等與眾不同的新服務。該項服務為客戶提供優先特快專線，直接接通「私人助理」，毋須經過交互式話音回應系統（IVRS）的程序。「助你易」服務月費相宜，並能處理同一賬戶內所有關於固網以及直通國際電話（「IDD」）、「網上行」及NOW寬頻電視等其他服務的查詢。

此外，「新世代」固網服務最新推出音頻資訊娛樂電話，功能進一步提升。用戶只需一個按鈕，便可以收聽大量精彩豐富的音頻內容，操作簡單方便。這項創新的固網服務將迪士尼故事、智力問答遊戲、烹飪心得、運程預測以及一系列其他實用資訊娛樂，帶入用戶的家居，增添生活樂趣。

隨著電訊盈科「四網合一」的優勢全面發揮，通訊與日常生活應用、娛樂及資訊結合在單一個裝置之中，並配備執行交易的功能，日後將有更多創新服務元素，高速數據及視象令固網服務更多姿多采，力求開拓創新服務的新紀元。

至於商業固網服務市場，本港經濟強勁刺激需求增長。2006年，新開設公司及公司擴充業務規模帶來每月約1,000條的線路增長。

去年簽訂的大型合約，包括為星展銀行改革通訊設備的IP電話項目、中華電力的專用自動電話交換系統（PABX）項目，以及為新落成的大型酒店安裝全面的電訊基建設施。



電訊盈科的澳門工作人員為澳門永利度假酒店提早一個月完成大型資訊科技及電訊基建設工程後留影。

本公司商業客戶業務去年奪得多份利潤豐厚的合約，特別是在澳門這個娛樂休閒及酒店事業發展蓬勃的市場。電訊盈科通過澳門的業務部門，承辦多個電訊基建工程項目，取得約港幣2億元的新收入。

國際電訊服務

雖然本港IDD市場競爭依然激烈，但2006年電訊盈科仍能在國際通訊量取得雙位數字增長，減價幅度整體上亦較去年為小。

本公司提供多種固定月費IDD分鐘計劃，大受消費者市場歡迎，而本公司不斷鼓勵SUNDAY及電訊盈科流動通訊客戶選用IDD 0060服務撥打國際電話，並取得理想成績。

電訊盈科的「密密傾」預付國際電話卡吸引了大量來自海外的人士選用，去年在本地預付IDD電話卡市場佔領先地位。

本地數據

本地商界漸多使用需要大量頻寬的應用程式，以滿足不斷提升的商業需求；加上香港經濟好轉，導致市場對數據服務的需求非常殷切。

整體經濟增長導致更多商業樓宇需要數據網絡傳輸服務，當中以零售行業為甚，連鎖店開設新門市的數目亦拾級而上。

隨著採用流動數據應用軟件的用戶日益增加，市場對於業務上頻寬的需求急升，電訊盈科商業客戶業務部門亦為本港3G營運商提供固網服務支援，令業務因而長足發展。

國際電信聯盟在香港亞洲國際博覽館舉行國際電信聯盟2006年世界電信展，吸引全球6.2萬名人士入場參觀，電訊盈科其中一個最受矚目的商業項目亦藉此機會面世。作為大會的資訊及通訊科技夥伴，電訊盈科迎接這項重大考驗，致力滿足來自世界各地共600個參展商的技術需要，成為全球電訊業界的焦點所在。我們利用完備的先進科技，結合流動通訊、光纖、互聯網、流動寬頻及本公司最新的FiberNET技術提供網絡服務，其規模、靈活性、穩定程度及效率在香港均屬前所未見。

業務概覽

電訊服務

國際電信聯盟世界電信展自1971年首次舉辦以來，第一次在瑞士以外的地方舉行，因此國際電信聯盟2006年世界電信展對電訊盈科而言是向國際市場展現實力的重要舞台。電訊盈科最終亦不負眾望，榮獲展覽場館及主辦單位投票推選為「最佳合作夥伴」。

我們的「新世代城域IP網絡」服務在城域以太網論壇勇奪「卓越創新獎」，商業客戶業務部門亦獲選為「2006年度亞太服務供應商」。城域以太網論壇是由大型電訊服務商及製造商組成的環球業界聯盟。年內，我們亦榮獲多項殊榮，包括在「Computerworld Hong Kong Awards」中榮膺「管理式電訊服務最佳供應商」，以及獲《星島日報》主辦的「IT Square編輯之選」活動中，奪得最佳「基建及網絡管理」大獎。

寬頻

隨著電訊盈科寬頻客戶數目持續增加，「網上行」品牌於2006年發展凌厲。

我們一直以優質、穩定及卓越客戶服務著稱，加上NOW寬頻電視越來越受歡迎，有助個人客戶業務將去年的客戶流失率降至歷年新低。

在商業市場方面，「商業網上行」致力不斷推出實用的增值服務，發揮品牌及價值定位的優勢，繼續在業界中脫穎而出。

我們致力開拓上網服務以外的潛在商機，並設計出創新的寬頻應用軟件，提升企業的營商實力及競爭力，帶動業務增長。電訊盈科亦以批發形式向其他寬頻服務供應商提供傳輸容量，從而賺取收益。

2007年初，電訊盈科邁出本地寬頻市場發展的重要一步，將上網「熱點」由400個跳升至超過3,000個，覆蓋範圍擴大至多個地鐵站，致力發展香港成為「Wi-Fi城市」。從此，電訊盈科Wi-Fi用戶無論身處市內任何一個角落，只需使用配備Wi-Fi功能的裝置，例如手提電腦、電子手賬、流動電話機及電玩器材，即可以相宜的價錢享用高速無線上網服務。

除了在連鎖便利店、商場及其他繁忙地點增設上網「熱點」外，電訊盈科亦將Wi-Fi覆蓋範圍擴展至九間大專院校，向全港超過12萬名大專學生免費提供隨時隨地的上網服務。用戶亦可免費接入香港政府所有服務網頁，藉以推廣電子政府概念。

推出「Wi-Fi城市」計劃之前，電訊盈科於去年12月與香港國際機場合作，在整座客運大樓提供免費Wi-Fi上網服務，覆蓋範圍之廣，是全球主要國際機場室內無線寬頻服務之冠。

「網上行」亦於2007年年初推出全港首創的**snaap!** 跨媒體影像分享服務，用戶可以通過寬頻上網的電腦熒幕、NOW寬頻電視508頻道的電視熒幕、手機或電訊盈科嶄新的固網裝置，分享及欣賞相片及短片。這項獨家服務讓用戶可使用手機或已上網的電腦，將數碼相片或短片上載至中央資料庫，然後通過四個播送平台分享數碼相簿。

去年，電訊盈科的寬頻業務屢獲殊榮，獲《Telecom Asia》雜誌頒發「最佳寬頻營運商」(Best Broadband Carrier)獎，更連續第八年在《壹週刊》舉辦的「服務第壹大獎2006」中奪得「互聯網網絡供應商組別一服務第壹大獎」。「網上行」過往三年均於《電腦廣場》雜誌I.T.至專大獎中獲得「至專寬頻網絡供應商大獎」，更連續兩年獲頒發「Yahoo!感情品牌大獎」(互聯網組別)，以及在《東周刊》舉辦的「香港好生活大獎2006」中榮獲互聯網服務組別大獎。

「商業網上行」奪得的殊榮包括連續第三年獲《星島日報IT廣場》主辦的「IT Square編輯之選」中奪得最佳「商業互聯網服務」大獎、「Computerworld Hong Kong Awards」的「最佳商業互聯網服務供應商」殊榮，以及榮膺《PC3》雜誌「商業寬頻服務供應商」。

電訊盈科個人客戶營銷業務

去年的主要任務是指導及培訓電訊盈科的銷售專業人員，確保公司憑藉新增的優勢，透過四個播送平台為客戶提供服務及媒體內容，令他們稱心滿意。

電訊盈科的銷售網絡屬全港最具規模的分銷網之一，並透過零售專門店、24小時電話中心、直銷人員及銷售夥伴等方式運作。

2006年，電訊盈科設於香港的專門店數目已由17家增加至25家，預期2007年SUNDAY專門店加入連鎖網絡後，專門店數目將會多增18家（見第21頁）。

零售專門店設計奪目，為客戶帶來互動的購物經驗，亦同時具體展現本公司「四網合一」的實力，更提供了全面的網絡傳輸服務及種類齊全的數碼產品，以及規模顯著擴大的流動通訊服務，為電訊盈科流動通訊品牌提供強大支撐。

電訊盈科將上網「熱點」擴展至地鐵站、連鎖便利店、商場、大專院校及其他繁忙地點，致力發展香港成為「Wi-Fi城市」。



促進世界各地 商界的聯繫

電訊盈科專門店在銷量達150萬的《廣州日報》的調查中，連續第三年獲選為「香港優質誠信商號」，亦成為調查中「我至喜愛香港十大品牌」的優勝者。

此外，電訊盈科專門店亦在香港零售管理協會「神秘顧客計劃」評選活動中，榮獲「2006最佳服務零售商—電子及電器店」殊榮，而24小時電話中心亦獲香港優質顧客服務協會頒發「傑出個人獎—熱線中心服務獎(金獎)」。

電訊盈科擁有全港最多的直銷專業人員，經常主動接觸消費者，力求為他們提供優質的產品及服務，而超過1,000家營業代理以零售店的方式，經銷電訊盈科的電話卡、網絡服務、電腦硬件及配件等。

電訊盈科的生活雜誌《i.shop》受歡迎程度有增無減，每期均會介紹一系列的資訊及通訊科技產品及服務，成為本公司綜合銷售渠道之一，並持續帶來不俗的收益。

科技新方向

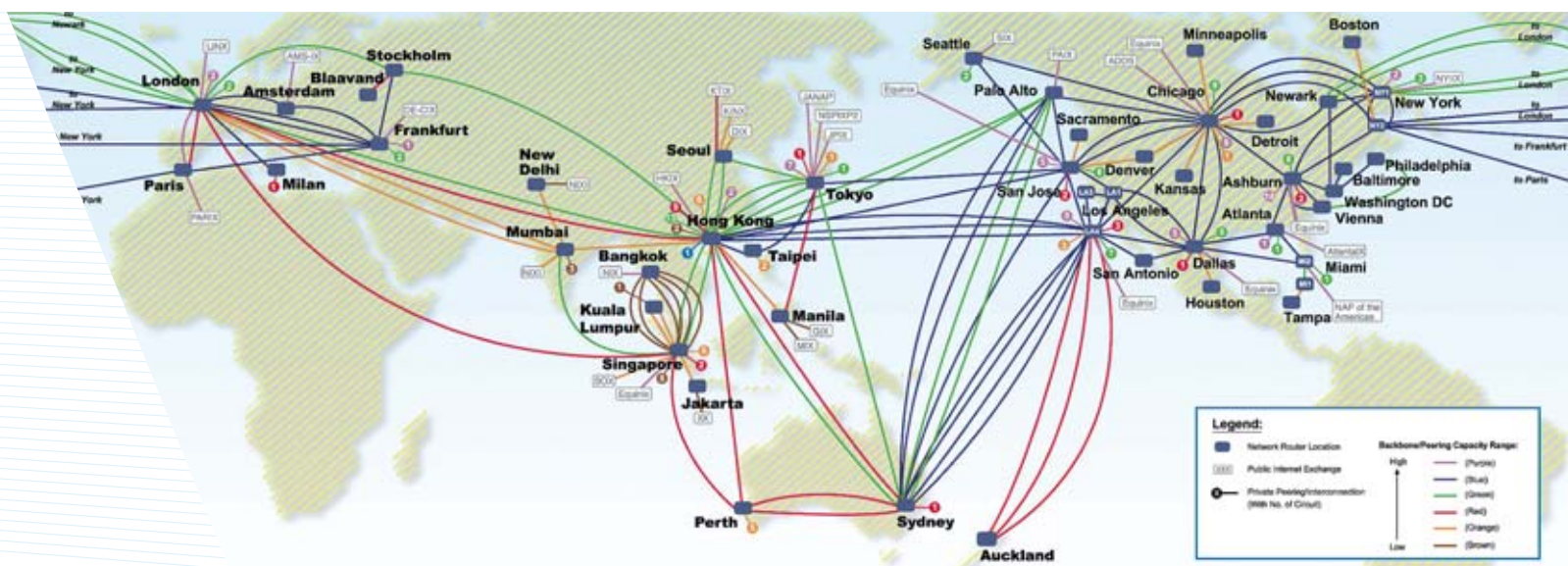
2006年見證電訊盈科穩步發展，從傳統電訊營運商、網絡提供者，轉變成為新一代資訊及通訊科技／媒體供應商，集內容、應用軟件及網上交易功能，以及話音等多元化服務於一身。

電訊盈科其中一項重大革新，要數提升為全IP網絡，或稱為「新世代網絡」，以建立一個「超高速通訊平台」，結合話音、互聯網、影像、多媒體及應用軟件等傳輸服務（見第17頁）。

「新世代網絡」計劃已經過周詳策劃至2014年，務求使每年的資本開支及最終成本，與傳統網絡為配合需求及速度所需的投資水平相稱。通過「逐步提升」模式，現有器材得以在使用壽命屆滿時更換。提升計劃將於2007年把電話機樓陸續轉換至「新世代網絡」。

2006年，電訊盈科為本港更多樓宇鋪設光纖，繼續為客戶推出更高速的頻寬（即由目前每秒8兆比特（Mbit），提升至每秒25 Mbit的服務）。此舉將有助我們提供ADSL2+（高達每秒25 Mbit）及「超高速數碼用戶線路」（VDSL—高達每秒50 Mbit）服務，以支援在家居或商用樓宇使用多個收費電視機頂盒，以及於2007年推出高清電視服務，而此項服務將預先在電訊盈科員工及某些客戶當中試行。事實上，未來三個球季各場英格蘭超級聯賽賽事中，約三分之一會在NOW寬頻電視以高清電視制式播放。

由於VDSL的上下載速度相同，有別於傳統寬頻下載快、上載慢的缺點，因此對創作及發放網上內容的用戶來說，此項服務亦可切合他們的需求。



與此同時，我們亦正研究提供家庭網絡的可能性，藉以執行多項應用功能，包括保安監察、樓宇管理系統，以及用以儲存和分享家庭短片、相片的數碼資料庫。

PCCW GLOBAL

PCCW Global旨在為企業及批發市場提供服務，成立一年多以來，其業務增長令人鼓舞，更成功理順業務架構，務求進一步提升盈利能力。

2005年，電訊盈科旗下商業客戶業務部門的國際業務與BtN Access整合，組成新環球業務單位PCCW Global。PCCW Global協助客戶進軍亞洲市場，將業務運作擴展至大中華地區及區內其他地方，也能協助亞洲客戶將業務打進國際市場。

PCCW Global的服務對象除了跨國公司及大型企業以外，還包括電訊經營商，由於其業務據點遍佈美洲、歐洲、中東、非洲及亞洲，因此能夠為客戶提供完善的綜合環球通訊服務方案。

PCCW Global成績斐然，包括簽訂了一份為期三年的合約，為一家互聯網搜尋器巨擘提供頻寬，以及與多家具規模的電訊經營商簽訂極符合成本效益的網絡對網絡界面協議，藉以擴大其全球覆蓋領域。PCCW Global成功在南美及中東部分地區落實以上策略部署，獨立機構Yankee Group DecisionNote Company Analysis於2006年8月亦以「PCCW Global踏足世界舞台」為標題，發表其分析及研究報告。

去年5月，PCCW Global與中國電信集團宣佈簽訂協議，雙方合作推出首項接通香港與國內的高端頻寬服務——國際以太網專線服務，標誌雙方的發展邁進新里程。國內企業可藉此將業務拓展至區內其他地方，而不少跨國企業亦進軍國內，因此這項服務深受市場歡迎。

此外，PCCW Global協助企業從傳統網絡技術轉為IP為本的「新世代網絡」，從中提升收益，而PCCW Global的環球IP網絡傳輸量亦於2006年躍升一倍。

Gartner Magic Quadrant 2006報告連續第二年評定PCCW Global在同儕之中具有「最高執行能力」，而有關報告旨在評估經營商在整個亞太區透過網絡為區內跨國公司提供服務的能力。此外，PCCW Global的IP網絡（識別為AS3491）亦於2006年年底獲Netconfigs網絡管理資源評選為全球10大網絡。

PCCW Global的成就越來越深得業界認同。在Total Telecom傳媒集團主辦且享負盛名的「World Communication Awards」（世界通訊大獎）中，PCCW Global不單入選「Best Managed Services」（最佳管理式服務）組別決賽，更勇奪同儕夢寐以求的「Best National/Regional Operator」（區內最佳營運商）殊榮。

2006年亦見證了PCCW Global在南美及非洲業務迅速發展，由於這些地區的地面基建設施無法覆蓋部分偏遠地區，因此對經營商而言，VSAT衛星服務方案別具吸引力。此外，PCCW Global在非洲推出相對較新的衛星流動通訊主幹網絡服務，亦備受當地流動電話營運商歡迎。

業務概覽

電訊服務

去年，PCCW Global正式推行全新的環球客戶管理架構，促進與世界各地客戶建立的業務聯繫，加上新增設的客戶聯繫功能，絕非傳統客戶服務方式能夠媲美，成功讓PCCW Global傲視同儕。

客戶聯絡中心

客戶聯絡中心業務部門負責經營承辦業務，為大中華地區的大型機構提供客戶聯絡中心設施。此項業務於2006年錄得超過百分之六十的增幅，而業界對亞太區及全球的年度增長預測則分別為百分之十八點三及百分之五點七。

雖然服務機構客戶的服務員人數由2005年的1,196名，增加至去年的1,936名，但由於客戶聯絡中心業務致力控制成本，因此配合電訊盈科本身客戶聯絡中心的需要，將服務員數目維持在2005年的水平。

無論在規模、質量及客戶口碑方面，客戶聯絡中心業務去年均獲國際客戶關係管理(CRM)評審組織GCCRM Associates評為大中華地區業界的模範。

客戶聯絡中心業務的發展策略是以積極進取的態度，為客戶提供領先業界的顧問服務，力求提升客戶的營運表現，並且與客戶建立良好關係，使電訊盈科成為客戶首選的多元化服務商業夥伴。

2006年，客戶聯絡中心業務簽訂了首份業務流程外判承辦合約，為我們開拓了傳統客戶聯絡中心市場以外的新商機。

客戶聯絡中心業務現正承辦一家著名國際財務機構的國內及香港信用卡後勤工作，負責信貸評估、監管事務及培訓等流程。這個業務流程外判承辦項目可視之為客戶聯絡中心業務的新增收益來源，而預期未來五至十年，國內的業務流程外判承辦業務將會迅速增長，客戶聯絡中心業務計劃藉此搶佔先機。

2006年亦見證了客戶聯絡中心將服務拓展至跨國公司，目前處理的來電不僅來自區內，更來自世界各地。我們與一家著名流動電話製造商簽訂合約，由北京的客戶聯絡中心處理該公司來自世界各地的技術支援熱線電話，即屬一例。

隨著英美兩地企業對離岸客戶聯絡中心支援服務的需求與日俱增，客戶聯絡中心業務遂於英語相當普及的菲律賓，設立一個以電訊盈科作為品牌的業務。由於業界傳統上都會把離岸英語客戶聯絡中心設在印度，所以此舉可說是舉足輕重。客戶聯絡中心業務計劃於2007年年底，將馬尼拉的新增業務規模擴充至1,000個席位。

除了提供客戶聯絡中心服務外，客戶聯絡中心業務亦於2006年逐步建立了20個客戶聯絡中心綜合大樓。此外，客戶聯絡中心業務亦推廣一套自行開發的服務方案，有利各大企業引入嶄新概念，處理客戶關係管理，並為本公司帶來收益。自服務方案於2005年開發至今，客戶聯絡中心業務為客戶安裝了約13套Unicall方案，並計劃於2007年把焦點集中在大中華市場，隨後於2008年進一步將Unicall拓展至其他地區。

電訊盈科客戶聯絡中心的服務員均精於處理各類型的客戶聯絡工作，因此，在本地及國際屢獲稱譽，並自2001年以來每年均贏得香港客戶中心協會頒發的獎項。客戶聯絡中心業務除了在香港客戶中心協會舉辦的2006年香港客戶中心大獎中贏得三個團體及四項個人獎項外，亦奪得廣東省信息協會頒發的「2005-2006中國最佳客戶服務中心獎」。此外，這個部門亦獲香港生產力促進局頒發「2006香港工商業獎：生產力及品質優異證書」，而在香港優質顧客服務協會主辦的「優質顧客服務大獎2006」中，則獲頒授「熱線中心服務獎」及「內部支援服務獎」兩個組別的金獎。

美國《Customer Inter@ction Solutions》雜誌連續第三年推選客戶聯絡中心業務為全球「最頂級50所外包代理商」之一。該份雜誌專門報導全球客戶聯絡中心行業。根據2006年的調查結果顯示，客戶聯絡中心業務亦晉身「全球最佳外撥電話營銷服務機構」聯盟排名榜的第八位，以及「全球最佳自動化來電接聽營銷服務機構」組別的第二位。

萃鋒

萃鋒有限公司（「萃鋒」）自2003年投入服務以來，在短短三個營運年度已取得驕人成績，2006年於電訊盈科以外賺取的收益大幅增長。

除滿足電訊盈科日常技術需要外，萃鋒更贏得摩洛哥、印尼、塞爾維亞、越南及泰國等地的服務合約。

萃鋒致力在電訊盈科及香港以外爭取業務，成績有目共睹，2006年業務發展項目的中標率超過百分之六十。

作為全資技術服務附屬公司，萃鋒憑藉IPTV技術方面的領導地位享譽國際，亦因而吸引不少計劃推出IPTV服務的寬頻網絡經營商查詢銷售安排。電訊盈科的NOW寬頻電視空前成功，萃鋒功不可沒，而過程中開發的「QualiTVision」服務方案，更成為萃鋒IPTV專業技術的核心。

事實上，QualiTVision去年已贏得業界肯定。在國際工程聯合會舉行的「2006年寬頻世界亞洲論壇」上，萃鋒榮獲InfoVision「內容、娛樂、系統和服務」類別的大獎。

除了去年為泰國True Corporation Plc附屬公司True Digital Entertainment Company Limited提供端對端IPTV服務方案外，萃鋒亦與摩洛哥一家電訊服務經營商合作推出IPTV網絡。這個網絡現已成為全球第七大網絡，並會不斷擴展。萃鋒計劃於2007年在世界各地市場推行更多IPTV項目。

萃鋒去年另一個大型項目是為越南郵電公司旗下的互聯網服務供應商Vietnam Datacommunication Company實施覆蓋全國的電郵系統。此外，澳門的娛樂休閒及酒店業如雨後春筍般發展蓬勃，電訊盈科的技術服務隊伍亦成功參與其中多個項目。

萃鋒去年底與沙特亞拉伯大型財團攜手合作，著手部署支援在當地競投固網營辦商牌照。該牌照賦予持牌人權利興建及營運覆蓋全國的網絡，從而通過話音、寬頻互聯網及IPTV等服務賺取收益。目前沙特亞拉伯只有一家固網經營商，固網服務普及率僅百分之十六，而香港則為百分之九十

二。成功投得牌照的企業可望於2007年年底獲發准許提供全面服務和固網設備的牌照。

至於電訊盈科方面，萃鋒正興建及測試「新世代網絡」，務求在一個「超高速通訊平台」上提供所有服務，開創本港的先河。萃鋒將於2007年開始把電訊盈科所有固網話音客戶陸續轉移至「新世代網絡」，這是計劃於2014年竣工的大型項目的一部分（見第14頁）。

萃鋒於2006年屢獲殊榮，包括Hong Kong Best Practice Management Group頒發的「最佳業務實踐獎」的科技部署獎、亞太顧客服務協會頒發的「優質顧客服務標準」證書，並達到優質顧客服務標準的最高級別，成為第三級的策略性商業單位。此外，香港工程師學會向萃鋒頒發「香港資訊及通訊科技獎：電子政府獎」，更獲香港優質顧客服務協會頒發「優質顧客服務大獎」，以及香港工業總會頒發的「Q嘜優質服務認證」。

萃鋒竭力追求業界認證，藉以支持國際業務發展。萃鋒已符合Carnegie Mellon Software Engineering Institute制訂的Capability Maturity Model Integration Level 3要求、資訊安全管理ISO 27001國際標準，並取得香港品質保證局的HKQAA-BPI 9004卓越表現證書。



萃鋒設於香港的先進e.Center，全天候24小時自動密切監察電訊盈科及其他主要客戶的網絡運作。

促進業界 監管制度的演進

緒言

本集團的業績除了受到市場影響外，亦受到香港政府、監管電訊及媒體行業的兩個監管機構—電訊管理局及廣播事務管理局—所制訂的各项政策影響。2006年，本公司積極去信兩家機構提出政策及法規問題。去年，電訊管理局展開一項大型的互連諮詢，以及多項對電訊盈科舉足輕重的諮詢。

訂定電訊零售價格的靈活度

電訊盈科於2006年首次全年度根據事後規管牌照營運，而有關牌照在訂定零售價格時給予高度靈活性。由此可見，電訊管理局的規管方針已有明顯轉變，有助電訊盈科在更公平的環境與同業競爭。於2006年間，本公司推出多項推廣優惠及長期用戶獎賞計劃，以應付劇烈的市場競爭，同時亦按事後規管的規定修訂了服務收費，藉此提升業務，推出多項創新服務，以及為網絡投資提供資金。2005年及2006年線路流失率顯著改善，訂價由「事先規管」形式改為「事後規管」形式，使本公司能更加靈活回應市場需求亦是主因之一。

事後規管制度容許本公司調低部分服務的收費。此外，推定本公司為市場支配者的條款，在新牌照中不再存在。

批發服務

於2006年，電訊盈科繼續為同業提供網絡之間的互連，有關服務一般以每分鐘計算收費。去年，大部分以每分鐘計算的互連收費維持不變。

本公司亦依照電訊管理局批准的收費模式及／或按商業條款議定的合約，為固定電訊網絡服務（「FTNS」）同業提供電話機樓與客戶之間「最後一里」電話線的接駁，此項要求稱為「分拆本地環路」。

此外，電訊盈科亦按電訊管理局批准的收費模式及／或按商業條款議定的合約，為互聯網服務供應商及其他經營商提供頻寬及其他服務。

頻譜政策檢討

香港政府於2004年擬就本港的頻譜政策框架進行全面檢討，但及至2006年10月方發表諮詢文件。諮詢文件主要討論頻譜持有人擁有的權利、頻譜編配及指配，以及頻譜重整、頻譜交易、開放頻譜及頻譜使用費等。電訊盈科於2007年2月向香港政府遞交正式意見書，申明完成此項檢討及進一步發出任何頻譜牌照前制訂清晰政策框架的重要性。頻譜政策檢討預期將於2007年完成。

寬頻無線接達服務

電訊管理局認為，寬頻無線接達服務可在本地固網及流動電訊服務以外提供另一選擇，因而於2004年12月就有關的發牌架構諮詢公眾意見。本公司已於2005年3月中提交諮詢意見書。電訊管理局考慮收到的意見書後，制訂了一系列建議，並於2005年8月發表第二份諮詢文件。

2005年11月，電訊盈科與另外12家經營商遞交了一份聯名意見書，認為整體頻譜政策檢討界定寬頻無線接達頻譜，涵蓋干擾管理的範疇，以制訂寬頻無線接達及其他服務所使用頻譜附帶的權利，而在未進行整體頻譜政策檢討前討論推行寬頻無線接達服務的細節，未免言之過早。此外，聯名遞交意見書的經營商亦於2006年向電訊管理局提交證據，證明一旦採納電訊管理局建議的頻帶，寬頻無線接達會對固定衛星服務造成干擾。寬頻無線接達諮詢現未有進展。

就CDMA2000服務發出牌照

鑒於目前用作提供CDMA流動通訊服務的牌照將於2008年11月屆滿，電訊管理局於2006年10月展開業界諮詢，以考慮應否向市場發放頻譜，以延續採用此標準的流動通訊服務。在諮詢文件中，電訊管理局建議發放第五個3G流動通訊牌照，利用850兆赫頻譜按CDMA2000標準提供流動通訊服務。此舉將有利於內地旅客使用漫遊服務。電訊盈科於2007年1月遞交意見書，提出在尚未根據頻譜政策檢討訂定整體頻譜政策框架前，電訊管理局不适宜進一步發出任何頻譜。在任何情況下，指明建議服務時應採用的技術標準，與電訊管理局聲稱採取技術中立態度的方針背道而馳。此外，市場需求或電訊管理局過往進行的市場分析，均不支持在本港市場引入此項服務的建議。

融合固網與流動通訊服務

固網與流動通訊服務融合已成為大勢所趨，而目前提供兩項服務須領取兩種不同的牌照。有見及此，電訊管理局認為適宜展開諮詢，研究是否需要修訂現有規管制度，以配合固網與流動通訊服務融合的市場轉變。電訊管理局於2005年9月及2006年7月發出諮詢文件。2005年的諮詢文件著重討論固網與流動通訊服務融合，並建議綜合傳送者牌照的條款及條件。有關諮詢尚未完成。2006年7月的諮詢文件則著重討論固網與流動通訊經營商之間的互連安排。電訊管理局提出的建議可導致本公司的固網流動通訊互連收益蒙受重大損失。於2006年10月，本公司按程序提出司法覆核。司法覆核獲得接納，而法院於2007年2月判本公司敗訴。就法院判決提出的上訴仍在審理中。

廣播服務

2006年，電訊盈科的本地收費電視服務持續發展，電訊盈科亦於年內去信廣播事務管理局提出若干有關發牌及法規事宜問題，包括在本公司平台傳送其他本地收費電視服務、修訂若干實務守則、競爭指引、投訴處理方針，以及節目及廣告準則。電訊盈科繼續去信廣播事務管理局，從政策角度討論開發數碼地面電視以及在流動通訊設備上提供廣播服務的事宜。

電訊盈科
「四網合一」的
第四個平台



電訊盈科流動通訊自2006年年初推出以來，瞬即取得長足發展，成為領導市場的優質創新服務品牌。

2005年夏季，本公司購入SUNDAY Communications Limited (「SUNDAY」) 的控股權，而SUNDAY的營運附屬公司其後於2006年12月完全整合至本集團，為電訊盈科的發展歷史揭開新一頁(見第81頁)。

去年年初推出「3G優先試」計劃，成為電訊盈科流動通訊面世的頭炮，加上全球首先採用信元多媒體廣播技術，在手機上播放即時電視節目，為其後相繼推出的一連串精彩創新服務，揭開哄動全城的序幕。而將now寬頻電視帶到手機的「now on mobile」服務推出後，流動通訊客戶便可利用手機收看now寬頻電視六條新聞及體育頻道，2007年年初更增添七條資訊娛樂頻道，並欣賞獨家直播的世界級足球賽事。

此舉帶出電訊盈科向市場發放的首要訊息—電訊盈科深具「四網合一」的實力，能夠為香港日常數碼生活的模式帶來變革。

其後，電訊盈科為電訊盈科流動通訊用戶提供更多媒體內容，同時看準機會，於去年12月推出「MOOV樂手機」服務(見第22頁)，把MOOV網上音樂服務帶到3G手機。這項突破服務讓用戶利用先進的串流技術，在毋須下載的情況下將全港最大數碼音樂庫內6萬首歌曲及音樂錄象與手機接通。

由於「now on mobile」及「MOOV樂手機」兩項服務已包括在月費計劃之內，因此深受客戶歡迎。客戶只須選用固定月費計劃，便可無拘無束享用其中一項或全部兩項服務，毋須擔心因為用量過多而支付昂貴費用。

電訊盈科流動通訊另一項創新服務，就是推出「視察易」服務，讓客戶透過流動電眼與3G手機的視頻及音頻連繫，遙距監察家居或辦公室的情況。待本公司寬頻平台提供有關服務後，電訊盈科的「四網合一」實力將可更充分發揮，屆時客戶便可在網上或利用Wi-Fi手提裝置享用「視察易」服務。

與此同時，「四網合一」的實力亦有助本公司在流動通訊平台採用now寬頻電視的互動服務now Ticketing。此後，客戶除了可利用now寬頻電視的遙控器購買電影戲票外，亦可透過創新的「流動戲票」(MobileTix)服務，利用手機購買多媒體訊息格式的戲票。客戶只須在UA戲院的掃描器上展示多媒體訊息，便可入場欣賞電影，毋須在售票處飽受排隊輪候之苦。

商業客戶亦可受惠於多項創新應用服務，包括連同

BlackBerry設備一併使用的「推傳」式電郵服務，更備有「超智電郵」及韓文、日文輸入法等功能，開創市場的先河。

縱使大部分本地經營商面對市場佔有率下降的威脅，但我們以SUNDAY品牌提供服務的2G客戶人數於2006年卻大幅攀升。同年6月，SUNDAY更在《Asian MobileNews》雜誌舉辦的「Asian MobileNews Awards」評選活動中，獲選為「香港區最佳流動電話網絡商」。

雖然流動通訊業務部門於2006年中才開始將3G試用計劃用戶，逐步轉為付費客戶，但仍無損整體流動通訊客戶人數的增長，客戶總數由2005年年底的73.8萬名上升至去年年底的92.1萬名，增幅達百分之二十五。

2006年上半年，電訊盈科流動通訊致力大舉投資發展網絡，務求提升質量及表現，擴展3G網絡的覆蓋範圍；於去年下半年更積極推出市場推廣計劃，務求利用「四網合一」的優勢、新服務及方便靈活的月費計劃，提升品牌形象及在市場上營造聲勢。與此同時，於去年12月，電訊盈科流動通訊獲委任為國際電信聯盟2006年世界電信展(見第11頁)大會指定流動電訊服務供應商，為來自世界各地近6.2萬名與會人士提供服務，受到國際媒體廣泛報導。

在國際電信聯盟世界電信展，電訊盈科流動通訊更成為全港首家經營商，示範以每秒7.2 Mbit 運行的「高速下载分組接入」(HSDPA) 3G規程通訊。這項能夠極速下載流動通訊數據的技術快將在本港市場面世，成為電訊盈科流動通訊整體服務的一部分。

早於國際電信聯盟世界電信展舉行前一個月，將now寬頻電視帶到手機的「now on mobile」服務已在香港生產力促進局資訊科技業發展部舉辦的「2006香港資訊及通訊科技獎」評選中，奪得「無線科技(流動資訊娛樂)」類別的銀獎。

電訊盈科流動通訊於2007年的創新發展方向，包括多項發揮本公司「四網合一」實力的嶄新服務規劃。此外，我們亦會結合傳統手機與Wi-Fi功能，推出創新的混合服務，讓手機用戶能夠在電訊盈科全港3,000多個Wi-Fi熱點隨時轉用寬頻服務。

2007年3月，SUNDAY的服務正式整合至電訊盈科流動通訊品牌旗下，是電訊盈科的一大里程碑發展。此舉有助電訊盈科加強「四網合一」的優勢，開拓更多創新流動通訊服務的機遇。所有SUNDAY專門店已陸續整合至電訊盈科專門店，繼續為客戶提供卓越的一站式銷售及客戶服務，務求確保全體電訊盈科流動通訊客戶均感到稱心滿意。

業務概覽

電視及內容

截至2006年年底，全球業界之中規模最大的收費電視業務now寬頻電視在短短三年多時間，已吸納了超過75萬名用戶安裝，與此同時，節目內容更多姿多采，頻道數目由23條增至超過120條。

now寬頻電視互動服務繼去年推出創新的家居購物頻道（見第25頁）後，電訊盈科更善用世界級足球賽事的強大號召力，取得多項重大成就。

於去年9月起，now寬頻電視為客戶獨家呈獻三個球季的歐洲聯賽冠軍盃，球迷可以在ESPN及STAR Sports欣賞各場現場直播的精彩賽事，「網上行」用戶更可通過now.com.hk入門網站收看同步播放的賽事。此外，觀眾亦可以利用「now自選服務」的互動視象自選服務，按照本身的時間安排，觀賞各場心水賽事，享受前所未有的靈活和方便。

11月，電訊盈科再接再厲，勇奪由2007/08年度起三個球季的英格蘭超級聯賽香港現場獨家播放權。now寬頻電視將會現場直播合共多達380場最全面、精彩的賽事，而本集團的流動通訊、寬頻及固網平台亦會同步播放。

電訊盈科成功取得英超聯的香港獨家播放權後不久，再下一城，宣佈奪得2008歐洲國家盃的本港獨家播放權，屆時電訊盈科將通過多個平台，將這項歐洲最矚目的足球盛事帶給觀眾。

有賴電訊盈科「四網合一」的實力，足球迷如今不單可在now寬頻電視欣賞現場直播的歐洲國家盃，更可透過「now自選服務」的互動視象自選服務，欣賞已播放的賽事，亦可在「網上行」now.com.hk入門網站透過互聯網收看同步播放的球賽，又或利用電訊盈科流動通訊服務，透過手機欣賞各場賽事。

電視及內容部門去年加強市場推廣工作，讓now寬頻電視客戶可以享受超過120條頻道所提供的眾多選擇及質量超凡的內容。透過物超所值的收費組合，客戶便可自行挑選心水頻道，當中首推2007年推出的「超強體育組合」，將會涵蓋超過10條頂級足球及其他體育項目頻道。

去年，now寬頻電視用戶專享更多互動功能，只需一按now寬頻電視遙控器，即可盡情享用now Ticketing、股市／外匯／黃金市場速遞、now shop等服務。

電訊盈科去年再創新猷，利用媒體播送平台推出MOOV網上音樂庫服務，提供眾多粵語及國際歌曲及音樂錄象。此項服務亦得到全港九成唱片公司的支持，用戶可以利用先進的串流技術，透過互聯網合法下載精選歌曲。

MOOV推出以來短短六個月，已吸引用戶點播超過2,000萬次，足證服務深受大眾歡迎。

12月，本集團更將「MOOV樂手機」這項獨特的服務帶給電訊盈科流動通訊客戶。客戶可利用新款手機內置的優質音效，收聽全港最大網上音樂寶庫內多達6萬首歌曲及音樂錄象。MOOV透過兩個平台提供服務，用戶可利用電腦上網自製喜愛歌曲名單，便可在手機播放同一歌曲名單，而毋需重新下載。

電視及內容業務單位亦為創新的「now on mobile」服務提供節目內容。這項服務去年推出時，設有六條新聞及體育頻道可供選擇，其後於2007年第一季再增添七條資訊娛樂頻道。

2007年年初，廣告及互動業務單位成立，旨在發揮now寬頻電視逾120條頻道的廣告潛力，並通過電視、寬頻、流動通訊及固網平台，以及傳統指南產品印刷本，盡展本集團提供媒體內容及交易服務的實力（見第25頁）。

在播送媒體領域建立 專業地位



按 ◀▶ 及 ENTER 鍵選擇



業務概覽

電訊盈科企業方案

電訊盈科企業方案的專業人員在本港的資訊科技服務管理中心，全日24小時支援客戶的關鍵業務運作，多年來深獲好評。

為各大機構發揮 資訊及通訊科技 的力量



電訊盈科企業方案身為本集團資訊及通訊科技服務的旗艦，於2006年致力發展外判承辦服務，為過去數年既定項目而設計且已試行成功的技術方案進行部署，用作滿足市場同類型的需求。

與此同時，為不斷致力建立香港作為世界級數碼城市形象的宗旨，電訊盈科企業方案去年承辦香港政府多個大型項目。

例如，2006年年初，電訊盈科企業方案成功投得香港政府庫務署為期八年的合約，為庫務署設計、建立、安裝及維修政府財務管理資訊系統(GFMIS)，以供5,400名用戶使用，並支援會計及財務管理程序。

電訊盈科企業方案亦投得香港政府民航處及海事處兩份分別為期10年的合約，確保兩個機構的系統運作暢順，另獲香港政府入境事務處授出為期10年的合約，為該處提供融合領先科技的電子護照系統(e-PASS)及保養服務。此外，我們還奪得運輸署的合約，為該署提供「運輸資訊系統」，用以集中處理運輸及交通的數據。

能夠取得如此輝煌的成績，主要基於電訊盈科企業方案成功開發智能身份證系統，使香港特區政府成為世界各地政府的楷模，並因此為本集團帶來大量新商機，將有關技術應用於本港及海外不同的範疇。2006年另一個重要項目，是為大新銀行集團建立以服務為本的企業應用軟件整合平台。

電訊盈科企業方案旗下的物流旗艦縱橫物流服務，於去年獲香港政府批出合約，為差餉物業估價署發出的徵收差餉及地租通知書提供印刷、入信及投遞服務，為該部門的文件管理外判承辦業務作出莫大貢獻。

電訊盈科企業方案於內地保持積極進取的方針，負責為中國移動承辦跨省市企業資源規劃的提升及擴展項目，並已準備就緒為跨境業務提供管理式服務，由開發及維護應用軟件，以至災難復原及業務持續運作安排等一應俱全。這個部門更承辦另一個大型項目，為諾基亞及中國普天設於武漢的合營企業提供資訊科技服務。

去年，電訊盈科企業方案屢獲殊榮，包括獲中華人民共和國（「中國」）信息產業部主管的《信息產業報》頒授10大中國電信業信息化解決方案金獎，電訊盈科企業方案更獲另一份內地報章《21世紀經濟報道》頒發10大中國軟件自主創新企業獎，以及獲《Computerworld Hong Kong》雜誌頒授的資訊科技寄存服務及外判服務獎。

此外，電訊盈科企業方案去年亦取得多項認證，包括香港品質保證局發出的ISO 20000資訊科技服務管理認證、ISO 9001品質管理體系標準及HKQAA-BPI 9004嘉許狀（卓越表現證書），以及由BSI管理系統頒發的ISO 27001資訊保安管理證書。

運用協同效益 發揮創新意念

廣告及互動業務

電訊盈科於2007年年初成立廣告及互動業務。這個新業務單位致力在電視、寬頻、流動通訊及固網四個平台，發揮其中的協同效益，結合現有的廣告服務與播送媒體內容及交易服務能力，並通過傳統指南印刷產品，提升電訊盈科的廣告及互動服務實力。

NOW寬頻電視擁有超過120條頻道，蘊藏強大的廣告潛力，加上擁有廣告商夢寐以求的理想觀眾群，令電訊盈科於2006年處於優勢，在銷售傳統電視廣告時段及贊助方面取得卓著成績。

由2007/08年起三個球季，NOW寬頻電視將獨家播放極受歡迎的英格蘭超級聯賽賽事，加上電訊盈科可在其他平台播放相同的廣告內容，為未來的新增潛在收益奠定基礎。

由NOW寬頻電視及電訊盈科流動通訊組成的雙平台電視廣告服務，早已打破傳統廣告「單向推廣」的障礙，為客戶提供全面的互動資訊及交易服務。

電訊盈科已經透過多個平台，推出一系列交易服務，例如用戶可安坐家中收看NOW寬頻電視的電影預告頻道，得知UA戲院上映的電影，然後利用電視遙控器訂位及購票，或隨時隨地以電訊盈科流動通訊手機訂購戲票（見第21頁）。

電訊盈科NOW shop頻道提供的產品種類繁多，除電子產品、書籍、DVD及電玩遊戲等消費品外，更包括延緩及即時股票行情等其他資訊服務。舉例來說，客戶在其中一條NOW寬頻電視頻道看到心愛的電玩遊戲預告片後，可隨即登入501頻道NOW shop以信用卡購買有關產品，安全可靠，然後到指定的電訊盈科專門店取貨，甚或享用送貨上門服務。此外，家長亦可判斷遊戲是否適合子女，而子女亦可選擇心儀的遊戲，體驗稱心滿意的購物樂趣。

用戶現可利用流動黃頁，以關鍵字搜尋零售商及供應商的資料。



作為新設廣告及互動業務部門的一部分，電訊盈科指南（見下文）繼續透過傳統印刷指南及專門分類服務，主要為中小企客戶提供成效超卓的廣告方案。電訊盈科指南亦利用本公司「四網合一」的實力，在多個平台向中小企提供互動服務。

2006年，電訊盈科致力提供全面的廣告、互動廣告及交易服務，透過多個播送平台，奠定穩建基礎，並為未來發展定下大方向。

電訊盈科指南

電訊盈科指南的網上黃頁服務備受歡迎，現更與互聯網巨擘Google、eBay香港、香港新浪網及雅虎香港建立夥伴關係，透過網上市場推廣服務，為本港工商企業開拓全球市場。

本港商家及製造商除了可在本地尋找商機外，更可利用一站式網上服務，遠赴英美等地開拓客源。網上服務於2006年取得雙位數字的增長，目前更佔電訊盈科指南全年業務收入總額的三分之一。

除網上業務增長之外，電訊盈科指南於去年亦印製了180萬冊指南及附屬印刷品，同時將黃頁服務帶到手機，為業務部門開闢一片新天地。

用戶現可利用流動黃頁(MYP)，以關鍵字搜尋零售商及供應商的資料，並可在手機下載特別設計的「流動黃頁咭」，於1萬多家參與商舖可享有折扣優惠。

業務概覽 其他業務

推出不足一年時間，流動黃頁已發展得相當成熟，並已在服務方案內配置定位追蹤功能，可偵測用戶在本港的所在位置，並憑用戶所輸入的關鍵字列出地點最接近的10家商舖或供應商。此外，流動黃頁亦設有螢幕街道圖，為用戶提供商戶的正確位置，預期於2007年，將增添自動顯示各種交通工具選擇，以使用戶前往各大小商戶。

截至2006年年底，約15萬名手機用戶已享用流動黃頁服務，有助刺激本港零售業經濟之餘，更將黃頁服務由紙張印刷擴展至互聯網及手機，是黃頁服務的一大里程發展。

此外，電訊盈科於2007年年初將全港Wi-Fi無線寬頻上網熱點增加至3,000多個，消費者可在附近多個不同地點，利用不斷推陳出新、配備Wi-Fi功能的硬件，提升購物體驗，此舉可望提升黃頁網上搜尋功能的普及程度。

網上黃頁每月的網頁瀏覽次數高達2,600萬次，是全港最受歡迎的入門網站之一，能夠為客戶爭取到最大的網上曝光率。事實上，客戶在網上黃頁刊登廣告，便可享受到互聯網廣告所能達到的最大投資效益。

例如，根據追蹤研究顯示，高達百分之八十二的最終用戶能夠在電訊盈科指南於香港建立的網上廣告平台上，找到他們查詢的資料。在這些用戶當中，約達百分之九十八用戶會與廣告商戶聯繫，而約一半用戶最終會與廣告商戶達成交易。

綜觀電訊盈科指南整體黃頁產品的表現，在過去12個月的用戶調查顯示，約2,800萬宗個別查詢均在香港進行，而預期有關數字將會隨著流動黃頁的發展而飆升。

去年，黃頁囊括美國印刷工業聯會(Printing Industries of America)兩個重要獎項，表揚黃頁的出色印刷技術。自2002年起，黃頁連年奪獎，至今共奪得13個大獎。美國印刷工業聯會旗下的輪轉柯式印刷協會(Web Offset Association)選出《2005年黃頁分類》中文版為指南組別的冠軍，而旅遊指南《玩轉香港2005年春季刊》則在UV零售廣告組別中稱冠。

恆通

恆通由電訊盈科與澳洲Telstra Corporation Limited (「Telstra」)攜手成立，兩家公司各佔一半權益，通過經營及管理全亞洲其中一個規模最大、速度最快的網絡，為電訊盈科及Telstra提供國際通訊服務。

據電訊研究及分析公司TeleGeography表示，恆通是區內最優質的國際話音及衛星通訊服務供應商，亦是全球最大的國際話音傳輸服務商之一。

UK BROADBAND

我們以「NOW」(www.now.com)品牌命名的英國無線寬頻業務，去年致力鞏固業務，並將投資成本維持在最低水平，與此同時繼續檢討可選擇的策略性技術項目，以及為無線電頻譜經營權增值。無線寬頻服務早於2004年5月在英國Thames Valley推出，2005年則以NOW品牌擴展至倫敦多個地區，及至2006年年底，已覆蓋超過50萬個家庭。

盈大地產

盈科大行地產發展有限公司(「盈大地產」)由電訊盈科持有大部分股權，其主要業務為發展及管理優質物業與基建項目，以及投資亞太地區的頂級物業。

享負盛名的貝沙灣豪宅項目，是盈大地產的瑰寶。



培訓人才

為本地及 海外業務加強 「四網合一」 技術



挑戰21世紀領袖訓練計劃於2006年為48位未來中層管理人員，提供發展事業的捷徑。

2006年，電訊盈科業務在地理覆蓋範圍、商機及服務規模方面均有所擴展，香港及海外僱員數目增至超過14,500人；而單以國內僱員計算，截至年底已達3,100人。

2006年其中一項重要里程碑發展，是我們轉型為「四網合一」的經營商，需增聘人手，亦明顯需要加快技能發展過程，以配合業務增長。

因此，電訊盈科去年投放大量資源培訓人才，提供48,668個工作天的培訓，較前一年增加百分之四十三，並涉及科技以至銷售、管理等多個範疇。

科技培訓及認可資格

萃鋒：就資訊及通訊科技提供超過7,000個培訓日，以配合新科技及器材的應用，並提升技能以支援新服務的推行，同時維持高水平的服務及質素標準。

為支援「新世代網絡」的籌備工作，萃鋒同事參與了80個有關規劃、設計、預備及運作的課程。

我們亦就2G及3G流動通訊科技提供密集培訓，尤其是去年的無線局域網絡培訓，使員工為電訊盈科於2007年初全面推行的Wi-Fi服務作好準備。

超過1,200名僱員報讀了加強高空工作安全意識的課程，我們亦繼續為承辦商的員工提供電訊及寬頻服務安裝培訓及證書課程，以維持外勤服務的質素。

電訊盈科企業方案：我們就多個軟件應用程式舉行培訓，例如Oracle 11i應用程式及IBM Websphere，使專業人員掌握最新的企業方案科技。

認可資格：2006年，本公司員工共取得1,950項行業認可資格，範圍廣及項目管理、資訊科技平台營運及管理、有關網絡及保安等認證。

銷售及產品培訓

銷售培訓課程有助銷售人員提升客戶滿意度並達成交易。2006年，我們共提供約8,000個工作天的培訓，涵蓋範圍由直銷以至重要客戶管理。

在銷售及市場推廣方面的卓越表現，為我們在香港管理專業協會舉辦的「第38屆傑出推銷員獎項計劃」中取得驕人成績，這亦是對我們不懈努力的高度認同。商業市場營銷部門五名精英專才獲頒「傑出推銷員獎」，其中有兩人更贏得「傑出推銷員獎項計劃」的最高榮譽——「最佳表現獎」。

業務概覽

培訓人才

挑戰21世紀領袖訓練計劃
去年舉辦的工作坊。



透過產品培訓，我們的銷售專才得以掌握最新的產品知識，去年我們共提供7,300個工作天的相關培訓，遍及直銷、客戶聯絡中心及商業市場營銷等銷售渠道。

系統操作培訓

2006年，我們提供了超過9,000個工作天的系統操作培訓，涉及客戶關係管理、賬單及訂單管理、業務運作支援及銷售網點系統。此舉確保銷售、服務滿意度及服務支援等環節保持高水平的效益及效率。

這些系統提供客戶及用量資料、產品及服務以及市場推廣計劃詳情等網上資訊，使前線銷售人員更加瞭解客戶的消費潛力及習慣，從而提升銷售成效。我們亦提供工作訂單監察及客戶賬單等其他資訊，利便客戶服務熱線的運作，提供更優質的客戶服務。

領袖及管理培訓

我們為員工共提供超過4,800個工作天的管理及領袖培訓，以確保各業務部門執行最佳管理實務。其中，有50名高級行政人員及超過500名中層管理人員參與決策及人才管理的策略及管理培訓課程；他們分別來自商業客戶業務、個人客戶業務、客戶聯絡中心業務，以及電訊盈科企業方案等部門。

舉行卓越領袖風範工作坊，使商業客戶業務150名管理人員得以透過人際影響力、溝通及戲劇技巧而提升領導才能。

為使各級管理層持續改善領導才能的質素，本公司向約50名高級管理人員及430名主管收集意見，以得悉各同事及下屬的想法。

優秀中層管理人員的新聘人才及事業發展

我們作為環球資訊及通訊科技供應商，不斷透過融合技能、專業知識及領先科技，致力抓緊新商機。就此，我們專注於為世界各地雄心與才幹兼備的求職者創造事業良機。

技術培訓生計劃：此計劃適用於香港及國內的萃鋒及電訊盈科企業方案。在香港，萃鋒及電訊盈科企業方案分別聘用了21名及58名技術培訓生。計劃為期兩年，培訓生將奉調到不同部門工作，並接受提升產品知識及技能等範疇的課堂及在職培訓。

鑒於國內的商機及業務項目不斷增加，電訊盈科企業方案去年首次推行大中華畢業生培訓計劃，在北京、上海及廣州成功聘用22名技術畢業生。



去年曾為50位高級行政人員及超過500位中層管理人員提供人才管理指導。

商務及管理培訓生計劃：此計劃為商業及個人客戶業務、客戶聯絡中心業務以及電訊盈科企業方案而設。

在商業客戶業務方面，這個畢業生培訓計劃網羅營銷、市場推廣及售前營運的新聘人才。2006年，商業及個人客戶業務通過培訓計劃聘用的畢業生分別為43人及22人。

每名培訓畢業生都有一名商業客戶業務部門的管理人員作為導師，為期一年。指導計劃循序漸進，有效擴闊培訓人員的工作體驗及人際網絡，同時亦有助導師鍛鍊本身的培訓人才技巧。

除以香港為基地的培訓畢業生外，我們亦在北京、上海、廣州及香港共聘用13名畢業生，成為在大中華管理培訓生計劃中客戶聯絡中心業務的培訓生以及在商務管理培訓生計劃中電訊盈科企業方案的培訓生，全部派駐國內受訓。計劃期間，大中華管理培訓生計劃的培訓生及商務管理培訓生計劃的培訓生在策略、規劃、營銷及營運部門工作，可累積豐富經驗及知識，以晉身客戶聯絡中心業務及電訊盈科企業方案，並可望日後成為業務及營運方面的領袖。

優秀中層管理人員的事業發展：第五屆挑戰21世紀領袖訓練計劃於2006年3月展開，為48名極具潛質的中層管理人員提高發展事業的機會。自推行以來，此計劃為本公司培養超過140名優秀領袖人才。

中國網通／電訊盈科員工交流計劃：於2005年首創，以加強兩家公司的關係，並提供員工發展機會。2006年的計劃成功推行，萃鋒、個人客戶業務及PCCW Global的專業人才獲調配至中國網通總部多個部門，涉及網絡、國際及市場推廣、寬頻內容等範疇。我們的員工可汲取寶貴經驗，並洞察雙方在文化及管理上的差異，為日後的合作奠定基礎。

以2006年的成功為藍本，電訊盈科於2007年將派出更多員工參與此項計劃。

學習中心

為改善培訓及人才發展工作的效率，我們開發了不同的學習模式，並為此調撥資源。舉例而言，我們的網上學習中心提供多個課程，涵蓋商務及管理以至資訊及通訊科技等技術的課題。香港、國內及其他國家的所有員工均可使用網上資源。2006年，我們的員工共修讀超過2,400個網上課程。

學習中心亦包括實況培訓視象短片，展示及分享表現最優秀的銷售技巧，有助提升電話銷售、直銷及客戶服務的培訓效率。

實習

電訊盈科支持青少年發展，透過實習生計劃及陪伴經理影子計劃為學生提供實際工作體驗。

2006年，我們的實習生計劃包括國際及本地學生，並與世界頂級國際工作交流機構—國際經濟學商學學生協會共同管理。八名海外學生加入不同的業務及功能單位，例如萃鋒、電視及內容、個人客戶業務以及集團財務總處，為期三至六個月不等。

2006年暑假，電訊盈科亦為本地大學109名本科生提供暑期實習職位。

此外，為對本地社區作出貢獻，我們亦推行陪伴經理影子計劃，部分內容包括讓多名中七學生跟隨電訊盈科高級管理人員一天，觀察其日常工作。