

業務概覽

下表列示2009年、2010年及2011年主要經營數據：

	單位	2009	2010	2011	2011年較 2010年的變化率
移動用戶數	百萬戶	56.09	90.52	126.47	39.7%
其中：3G用戶數	百萬戶	4.07	12.29	36.29	195.3%
有線寬帶用戶數	百萬戶	53.46	63.48	76.81	21.0%
固定電話用戶數	百萬戶	188.56	175.05	169.59	-3.1%
移動語音通話總分鐘數	百萬分鐘	155,410	295,885	407,765	37.8%
移動短信條數	百萬條	15,136	33,116	49,941	50.8%
移動彩鈴用戶數	百萬戶	32.63	54.15	75.38	39.2%
固定電話本地語音通話總次數	百萬次	320,585	251,425	206,371	-17.9%
固定電話來顯用戶數	百萬戶	128.45	118.99	115.58	-2.9%
我的e家套餐數	百萬套	36.36	48.45	56.03	15.6%
商務領航客戶數	百萬戶	4.36	4.99	6.10	22.2%



總裁楊杰先生在服務承諾發佈會上致辭

2011年，面對複雜多變的宏觀經濟形勢和更加激烈的市場競爭環境，公司把握移動互聯網快速發展機遇，加快移動服務、

有線寬帶、固網綜合信息服務等高成長性業務發展。移動和3G業務保持高速增長，流量經營快速推進，寬帶業務競爭優

勢進一步鞏固，固網下滑風險得到有效控制。業務結構進一步優化，市場競爭能力不斷提升。

主要業務表現

(1) 經營收入穩健增長，業務結構持續改善

2011年，公司實現經營收入(不含初裝費)人民幣2,449.43億元，年增長率11.7%；扣除移動終端銷售收入後的經營收入為人民幣2,310.10億元，年增長率為8.1%。受移動、有線寬帶等高成長性業務快速增長

拉動，公司整體業務結構得到進一步優化，移動服務、有線寬帶、固網增值及綜合信息服務收入佔不含初裝費的經營收入比重達到64.9%，較上年提升5.6個百分點。

(2) 移動業務快速增長，用戶規模進一步擴大，用戶結構持續優化

2011年公司聚焦3G業務發展，突出打造移動業務的差異化優勢；通過智能終端引領、社會渠道優化來強化重點目標市場營銷，積極拓展移動用戶規模。同時，公司



中國電信豐富的移動互聯網應用



執行副總裁楊小偉先生向公司第一億位移動用戶頒發證書

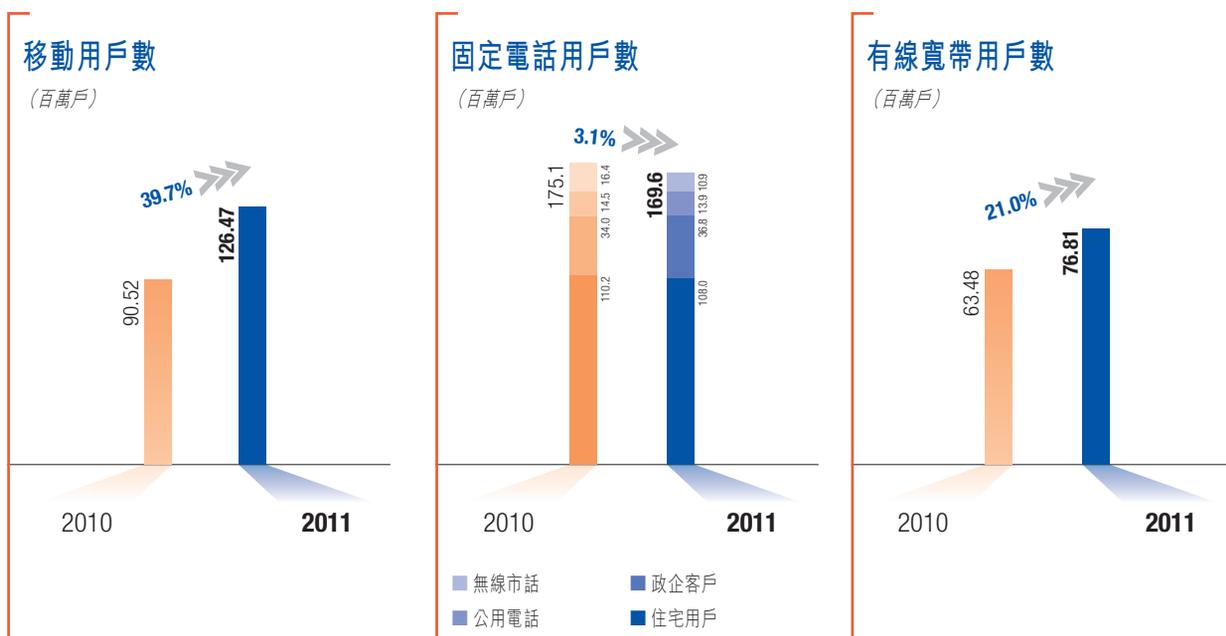
不斷提升行業應用的規模化發展能力，帶動政企客戶中高端移動用戶群體拓展。移動用戶規模達到12,647萬戶，較上年末增長39.7%。移動服務收入達到人民幣682.48億元，移動ARPU、MOU基本保持穩定。

(3) 全力推動寬帶提速，保持寬帶業務領先優勢

2011年，公司啟動「寬帶中國·光網城市」工程，加大光纖寬帶發展力度，樹立寬帶品質優勢，進一步提升「天翼寬帶」品牌形象。通過推進落實「提速度」、「填內容」、「優服務」的業務發展策略，以及推廣自主融合套餐等舉措，降低用戶對寬帶業務的印象價格，提升寬帶客戶整體價值，持續保持寬帶業務領先優勢。2011年有線寬帶用戶達到7,681萬戶，淨增1,333萬戶，同比增長21.0%，有線寬帶接入收入達到人民幣608.01億元，同比增長12.3%。

(4) 合作與創新推動固網增值及綜合信息服務業務穩步增長

2011年，公司通過匯聚與眾包等創新合作模式，構建生活搜索+信息服務的聯盟體系，打造號碼百事通綜合生活信息服務門戶品牌，號百綜合信息搜索量持續增長，商旅業務實現專業化經營。同時，公司把握物聯網、雲計算和移動互聯網發展趨勢，強化協同化營銷、專業化支撐、一站式服務等舉措，加快ICT、IDC、ITV業務發展，為客戶提供便捷、豐富、差異化、高性價比的綜合信息服務。固網增值及綜合信息服務業務實現收入人民幣297.63億元，同比增長5.1%，在不含初裝費的經營收入中佔比達到12.2%。



(5) 固網語音業務的經營風險進一步釋放

通過深化固移融合，推廣固話話務量經營，固話用戶流失趨緩，小靈通用戶總量已不足1,100萬戶，相應的收入佔比為0.8%。固網語音業務佔公司總體經營收入比重進一步降低，有效釋放了經營風險。2011年固網語音業務實現收入人民幣497.64億元，佔不含初裝費經營收入的比例為20.3%，較上年下降8.2個百分點。

業務經營策略

2011年，公司繼續堅持貫徹「差異化融合創新，有效益規模發展」的經營思路，積極推動實施「終端引領發展、優化營銷渠道、拓展重點市場、推進流量經營」等經營策略：

第一，推進終端引領的業務發展模式，移動用戶規模有效提升。

在用戶規模和終端銷售相互促進，終端產業鏈初步繁榮基礎上，公司積極推動終端引領的銷售模式轉型。從銷售方式轉變、銷售流程優化、銷售能力提升等環節著手，強化智能3G終端營銷，帶動移動用戶規模發展，促進用戶結構優化。與此同時，大力推廣「樂享3G」等集約套餐，加強移動和寬帶業務的自主融合發展，有效提升客戶價值。在上述舉措推動下，

公司移動用戶發展能力迅速提升。3G和智能機用戶在移動用戶中的滲透率分別達到28.7%和13.2%，較上年末分別提升15.1和11.4個百分點。寬帶月均淨增用戶達到111萬戶，較上年提升33%。高帶寬（4M及以上帶寬）用戶佔比約50%，較2011年年初提升約23個百分點。

第二，大力拓展社會渠道，持續優化渠道結構，穩步提升渠道銷售能力。

公司聚焦大連鎖和TOP10渠道拓展，加大C網終端進入G網門店銷售的推進力度，並在營銷政策、激勵機制、佣金結算、隊伍建設、IT支撐等方面給予社會渠道大力扶持，社會渠道帶動規模發展的效果初步顯現。大連鎖及TOP10進駐店面近5,500家，引C入G門店超過9,700家，全年社會渠道發展移動用戶佔比為57.7%。

對自營廳實施賣場化改造，提升體驗營銷能力。通過積極推進賣場化銷售與節假日營銷，自營廳銷售效率和銷售能力顯

著提升。2011年，公司全面完成了三級及以上自營廳的賣場化改造。

加大電子渠道集約運營力度，提升營銷服務水平。2011年，公司正式發佈了全國統一網廳門戶和掌廳客戶端，實現了標準3G套餐、終端號卡、基地業務、全網性增值業務的集中銷售。

第三，強化差異化經營優勢，提升重點市場競爭能力。

公司聚焦政府機關、大企業集團、金融行業、中小聚類等重點細分市場，實施信息化應用拓展工程，帶動政企客戶市場移動中高端用戶規模發展。2011年全年淨增行業應用移動用戶約800萬戶，佔移動淨增用戶比重約22%。

在校園市場，通過發揮智能機、有線寬帶和翼機通的產品優勢，開展校園市場常態營銷，積極拓展校園客戶。



執行副總裁吳安迪女士深入一線進行業務調研



執行副總裁孫康敏先生向合作夥伴介紹公司業務



在農村市場，通過完善銷售渠道，配套激勵措施，組織營銷活動等方式，推進規模增長。

在海外市場，公司持續打造亞太區差異化競爭優勢，聚焦海外運營商、海外中資企業和跨國企業三大海外客戶群，不斷拓展海外客戶規模。海外網絡覆蓋範圍不斷擴大，海外營銷渠道逐步完善。

第四、集約運營與開放合作並重，推進移動互聯網流量經營

在推進規模發展的同時，公司把握移動互聯網發展趨勢，積極培育新興業務增長點。通過深化基地集約化運營，強化移動互聯網產品運營能力，不斷提升自有業務的易用、好用程度。自

主經營的天翼視訊出賬用戶數超過1,200萬戶，同比增長約2.5倍；天翼空間（軟件商店）應用數量超過8.2萬款，註冊用戶數超4,300萬；天翼閱讀註冊用戶數達到約3,600萬，較上年末增長約13倍；愛遊戲用戶超過4,000萬，較上年末增長11倍。翼機通用戶約590萬，同比增長約2倍。在加大自有業務發展同時，公司通過加大與主流應用提供商的合作，加強社會熱門應用引入，做大做強內容。通過積極推動物聯網、雲計算等新技術新業務應用推廣，提升綜合信息服務能力，搶佔移動互聯網領域發展先機，穩步推進移動互聯網流量經營。

2011年，3G手機上網流量高速增長，3G手機用戶月戶均流量達到106M。

業務概覽

2011年，公司積極引導終端廠商把握3G、智能機的產業鏈升級機遇，通過移動用戶規模增長來拉動終端產業鏈發展，採取定制集採、補貼激勵、終端直供、採購和銷售社會化等舉措推動終端供應規模提升。3G終端在售機型達到約500款，智能手機在售機型達到近200款。



董事長王曉初先生出席「天翼寬帶·無線中國」發佈會

網絡及運營支撐

2011年，公司進一步優化資源配置，在注重效益提升與落實風險控制的同時，深化實施精確管理，快速提升網絡基礎能力，積極推進網絡演進，大力支撐重點業務規模發展。

在網絡基礎能力建設方面，公司進一步加大寬帶業務投資力度，規模部署光纖到戶(FTTH)，大幅提升用戶的接入帶寬和業務體驗，有效支撐公司寬帶業務規模發展。2011年公司寬帶互聯網投資為人民幣331.21億元，投資比重達到66.8%，較上年提升2.6個百分點。新增寬帶接入設備1,850萬端口，城市地區(含縣城)寬帶線路20M帶寬接入能力覆蓋率達到70%，較上年提升12個百分點。

在承載網方面，我們加快推進IP、傳輸骨幹網和城域網的擴容優化，並積極開展下一代互聯網、高性能傳輸網等試點，做好網絡與技術演進的儲備。



中國電信以多種接入方式提供優質寬帶服務

業務概覽

在推進智能管道建設、強化綜合平台服務能力方面，公司積極開展寬帶智能提速、高性能CDN與移動流量調度等研究與試點，加快平台整合與綜合平台體系建設，打造雲資源池，提高平台的綜合提供能力。

同時，公司繼續加大WiFi網絡投入，結合統一賬號經營和WiFi分流EV-DO等策略開展建設，以充分發揮WiFi網絡作為有線寬帶的延伸和3G網絡的補充作用。截止2011年底，全網WiFi接入點數量達到60萬個。

為有效支撐3G業務發展及全業務融合經營，我們強化了IT支撐系統的集約化管理，實現了各業務平台和各級公司的數據共享；完善了社會化集中銷售系統，支撐銷售網點的集約化銷售，有力的支撐了集約化生產銷售和經營管控，IT支撐能力顯著增強。

2012年發展措施和重點

2012年，面對3G、智能機進入高速增長期的發展機遇，以及移動、寬帶存量市場和移動互聯網新業務領域競爭進一步加劇的嚴峻挑戰，公司將繼續堅持「聚焦客戶的信息化創新」戰略，穩步推進規模經營和流量經營，通過創新和服務雙領先帶動規模發展。

具體而言，我們將進一步聚焦移動業務，突出打造3G、智能機的差異化優勢，實現高價值、高流量、高忠誠度的3G用戶爆發式增長，推動實現有質量的規模發展；不斷優化渠道結構，深化大連鎖等優質社會渠道資源的合作，持續提升渠道銷售能力；積極開展流量經營，大力發展移動互聯網、雲計算、物聯網等新興業務；深入推進「寬帶中國·光網城市」工程，提升品質，豐富內容，持續保持寬帶業務優勢競爭地位；不斷



中國電信隆重發佈「天翼飛Young」年輕人品牌



iPhone 4S中國電信首發儀式

提升行業應用的規模化發展能力，帶動政企客戶和中高端移動用戶群體拓展；進一步管控好固網語音業務的流失風險，推進全業務協調發展。同時，我們也將進一步提升集約化的全業務運營服務能力，強化網絡優化和運行維護工作，全面實現創新型、差異化的服務競爭優勢，穩步推進向移動互聯網經營模式轉變。

ance Gates

CHA 728

Exce



卓越的戰略
Smart Strategy



優秀的管理
Smart Management



出色的人才
Smart Talent

開啟卓越之旅



獲《Euromoney》評選為

2011年「亞洲最佳管理公司第一名」

獲《FinanceAsia》評選為

2011年「亞洲最佳管理公司第一名」

獲《Institutional Investor》評選為

2011年「亞洲最受尊崇企業」