業務概覽

下表列示2010年、2011年及2012年主要經營數據：

	單位	2010	2011	2012	2012年較2011年的變化率
移動用戶數	百萬戶	90.52	126.47	**160.62**	27.0%
其中：3G用戶數	百萬戶	12.29	36.29	**69.05**	90.3%
有線寬帶用戶數	百萬戶	63.48	76.81	**90.12**	17.3%
固定電話用戶數	百萬戶	175.05	169.59	**163.00**	-3.9%
移動語音通話總分鐘數	百萬分鐘	295,885	407,765	**509,229**	24.9%
移動短信條數	百萬條	33,116	49,941	**55,789**	11.7%
移動彩鈴用戶數	百萬戶	54.15	75.38	**92.19**	22.3%
固定電話本地語音通話總次數	百萬次	251,425	206,371	**172,175**	-16.6%
固定電話來顯用戶數	百萬戶	118.99	115.58	**109.93**	-4.9%

中國電信為客戶提供多樣的產品和服務

2012年，面對宏觀經濟增長放緩、行業市場競爭加劇等外部環境，公司緊抓移動互聯網快速發展機遇，堅持3G智能機引領和單產品與融合並舉，推動移動業務快速發展，鞏固寬帶業務競爭優勢，釋放固網語音經營風險。同時積極推進政企行業應用和公眾內容服務業務創新，流量經營初顯成效，業務結構進一步優化。

主要業務表現

(1) 經營收入快速增長，收入增幅超越行業平均水平，業務結構持續改善

2012年，公司實現經營收入人民幣2,830.73億元，增長率15.5%；扣除移動終端銷售收入後的經營收入為人民幣2,583.16億元，年增長率為11.8%。在移動和寬帶業務的拉動下，公司業務收入結構得到進一步優化，移動業務收入佔比從上年的33.7%，提升至41.6%，移動和寬帶業務收入佔比超過65%。

(2) 移動業務保持快速增長，用戶規模擴大的同時用戶價值提升明顯

2012年公司按照終端引領、應用推動、融合產品與集約單產品並舉的思路，通過聚焦3G智能終端、整合3G應用輔導流程、強化渠道協同等措施，持續擴大3G用戶規模。同時，公司以行業信息化應用為抓手，在政企市場主推高端合約機和雙模智能機，規模拓展中高端用戶。移動用戶規模達到16,062萬戶，淨增3,415萬戶；移動服務收入達到人民幣928.03億元，同比增長36.0%；移動用戶ARPU為人民幣53.9元，同比增長2.8%。

(3) 固網業務收入企穩回升，寬帶業務繼續保持市場領先地位，固網語音風險進一步釋放

2012年公司繼續強化固移融合優勢，加大自主融合業務推廣力度，穩定固網存量用戶規模。固網業務收入達到人民幣1,652.47億元，收入從2011年下降2.2%成功扭轉為2012年提升1.8%。

在寬帶業務上，公司通過深入實施「寬帶中國 • 光網城市」工程，在公眾市場推進「點亮光小區」活動，在政企市場加快寬帶接入網絡光纖化改造步伐，鞏固了寬帶業務競爭優勢。2012年有線寬帶用戶達到9,012萬戶，淨增1,331萬戶；有線寬帶接入收入實現人民幣667.38億元，收入增長9.8%。

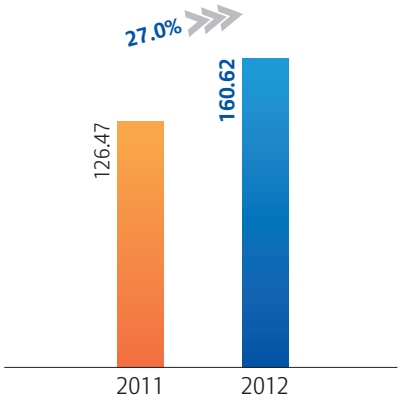
在固網增值及綜合信息服務業務發展上，公司充分利用物聯網、雲計算等技術，為客戶提供融合解決方案。同時，加快ICT、IDC、iTV業務發展，為客戶提供便捷、豐富、差異化、高性價比的綜合信息服務。固網增值及綜合信息服務業務實現收入人民幣306.81億元，同比增長3.0%。

2012年公司固網語音業務佔公司總體經營收入比重進一步降低，經營風險已進一步釋放。2012年固網語音業務實現收入人民幣433.35億元，佔經營收入的比例為15.3%，較去年下降5個百分點。

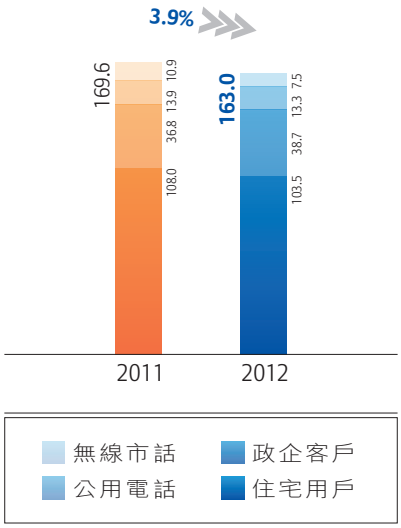
業務經營策略

2012年，公司堅持貫徹「創新和服務雙領先推動規模發展」的經營思路，深入實施規模經營和流量經營兩大策略，落實「終端引領發展、優化渠道佈局、加大集約營銷、推進流量經營」等經營舉措：

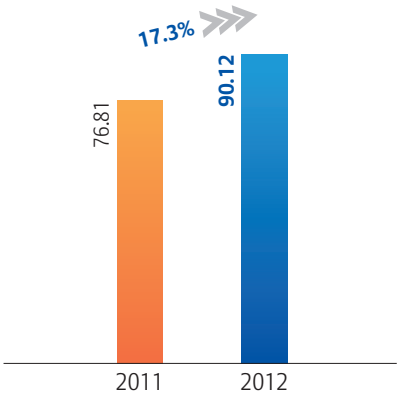
移動用戶數
（百萬戶）



固定電話用戶數
（百萬戶）



有線寬帶用戶數
（百萬戶）



公司管理層參加客戶活動和市場調研

第一，堅持智能終端引領，推動移動業務量質共同提升。

2012年公司堅持集約營銷、重點突破的終端銷售策略，建立終端直供、零售、服務的集約化管理體系，從終端產品、營銷、服務、管理、合作和IT支持等方面系統化提升終端管理整體競爭力，終端銷量大幅提高，帶動移動用戶規模發展和結構持續改善。同時，大力推動自主融合業務發展，充分發揮3G智能機和光寬帶融合競爭優勢，有效提升客戶價值。2012年3G終端在售機型達到約860款，智能手機在售機型近380款。3G智能機用戶在移動用戶中的滲透率約34%，較上年末提升超過20個百分點。光纖寬帶用戶規模達到約1,500萬戶，高帶寬（4Mbps及以上帶寬）用戶佔比達73%，較2012年年初提升23個百分點。

第二，優化渠道佈局，強化渠道協同，提升渠道效能。

公司高度重視社會開放渠道銷售能力提升，採取深化終端直供、加強零售激勵、提升終端性價比等措施，提高社會渠道銷售積極性，並取得顯著成效。2012年社會渠道發展移動用戶佔比持續提升達到64%。同時，公司繼續深化自營廳賣場化改造，通過銷售流程優化和銷售模式創新，自營廳銷售效率和銷售能力顯著提升。2012年，賣場化改造

廳內終端年銷量同比提升35%。電子渠道功能從服務向銷售轉型，實現電子商務基本功能，運營水平不斷提高，自助服務能力日臻完善、便捷。2012年電子渠道累計完成交易額人民幣443.90億元，年度同比增長139%，累計發展用戶168萬戶。

第三，不斷加大集約營銷力度，提升發展效率。

2012年公司優化品牌體系，以天翼為統領，推出天翼飛young、天翼e家、天翼領航等客戶品牌；強化產品集約，大力推廣天翼飛young、樂享3G和天翼雲卡等集約單產品；全網統一開展iPhone和千元大屏機集約銷售活動；統一服務標準和規範，實施寬帶「裝得放心、用得開心、修得省心、續得舒心、寬帶寬心」五心服務和3G「滿翼」服務，提升客戶服務滿意度。政企市場上，堅持聚焦重點的標準信息化應用產品，統一規範、統一平台，推動實現規模複製推廣。2012年集約

整合內外部資源
共同為客戶提供優質服務

單產品佔移動新發展用戶比例達到約42%，天翼雲卡日均銷量達到3萬張，政企行業應用拉動移動用戶超過1,000萬戶，佔移動淨增用戶比接近30%。

第四，深化體驗營銷，推動流量經營再上新台階。

公司緊抓移動互聯網蓬勃發展帶來的市場機遇，積極培育拓展新興業務，探索公司制和靈活的激勵機制，加快基地等新興業務公司化和股權化改造步伐，打造具有市場競爭力的專業化公司，促進新興業務快速發展。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，加強社會熱門應用合作引入，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實踐，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。2012年，手機上網流量收入達到人民幣121.63億元，同比增長達

堅持終端引領，豐富終端款型

到137%；3G手機月戶均流量由去年106MB提升到134MB，增長26%，流量價值貢獻初步顯現，已成為拉動收入增長的重要因素之一。

網絡及運營支撐

2012年，公司繼續堅持有效益投資原則，控制投資總量，優化投資結構，實施差異化投資策略，支撐重點業務快速規模發展，資源利用效率和投資效益得到提高。

持續推進光網城市工程。為鞏固寬帶網絡優勢，滿足寬帶互聯網業務的迫切需求，2012年，公司繼續實施「寬帶中國 • 光網城市」工程，在城市地區規模推進FTTH的建設，提升網絡核心競爭能力。2012年全年寬帶互聯網投資為人民幣359.46億元，投資比重達到66.9%。新增寬帶接入端口4,000萬個，FTTX端口佔所有寬帶端口比例達到63%，較去年底提升12個百分點；南方城市20Mbps線路帶寬覆蓋率為82%，較去年底提升11個百分點。

董事長王曉初先生介紹中國電信天翼3G手機

穩妥推進WiFi的投資建設，不斷提高WiFi網絡對公共熱點區域的網絡覆蓋，實現對無線數據流量的有效分流和對有線寬帶的較好延伸。2012年WiFi投資完成人民幣13.60億元，新建接入點（AP）數量約28萬個。

持續做好承載網絡的能力擴容、優化和升級工作。強化IP網絡與傳輸網絡協同，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。

加大平台整合力度和信息服務拓展。在鞏固網絡基礎能力的同時，公司以提升運營效率為出發點，積極推進平台資源整合，並借助雲計算技術的規模應用，加快建設雲數據中心與雲資源池，將新建平台納

入資源池管理，提升平台的集約運營和支撐能力；同時，積極拓展信息服務的深度和廣度，以「智慧城市」及「智慧農業」等為切入點推動綜合信息服務應用。增值及綜合信息服務投資人民幣70.39億元。

2012年公司IT支撐能力顯著提升，以支撐集約化營銷和精確化管理。我們整合業務、網絡、終端等數據，建成全網數據共享服務中心；實現IDC等業務全網端到端業務管理和自動開通功能。

2013年發展措施和重點

2013年，3G智能終端的普及和雲計算的應用將推動移動互聯網高速發展，同時，行業內部對存量市場的競爭將更加激烈。公司將堅持「創新和服務雙領先推動規模和效益雙提升」經營主線，持續推進規模經營和流量經營，實現企業價值與客戶價值共同提升。

2013年，我們將進一步強化客戶細分，擴大移動用戶市場份額，堅持量質並重，大力拓展重點業務和重點市場，提升企業效益。推進光寬帶滲透，鞏固寬帶市場領先地位，按照高端高品質，低端更實惠的思路，完成差異化寬帶銷售品體系。以智慧城市為抓手，優化行業應用產品、推進產品標準化、規範化，促進行業應用規模發展。深化流量經營，持續增強終端、內容應用、網絡、IT支撐、營銷、服務等基礎能力，推動流量規模和價值雙提升。持續提高渠道銷售能力，在鞏固網點覆蓋率的同時着力擴大CDMA終端銷售份額。我們也將深入推進集約經營，強化網絡優化和運行維護工作，打造創新型、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。

總裁楊杰先生參加天翼雲卡發佈暨智能手機節啟動會