

下表為本公司二零零二年、二零零三年和二零零四年主要業務指標發展情況：

主要業務數據表					
	單位	2002	2003	2004	2004年 較2003年 增長率
本地電話用戶數	千戶	133,056	160,988	186,648	15.9%
本地語音通話總次數	百萬次	360,986	384,496	429,150	11.6%
撥號上網帶來的					
本地通話量	百萬分鐘	98,333	70,621	37,665	-46.7%
國內長途總分鐘數	百萬分鐘	59,492	67,312	81,960	21.8%
國際(含港澳臺)					
長途總分鐘數	百萬分鐘	1,546	1,670	1,654	-1.0%
寬帶用戶數	千戶	2,411	7,231	13,839	91.4%
撥號上網時長	百萬分鐘	81,648	54,886	30,046	-45.3%
DDN 端口數(按64K折算)	千	378.2	471.2	493.3	4.7%
FR 端口數(按128K折算)	千	48.1	88.3	156.3	77.0%
ATM 端口數(按2M折算)	千	16.6	19.0	23.8	24.9%
數字2M電路出租	千條	164.5	163.1	169.5	3.9%
本地他網來話量	百萬分鐘	53,464	76,210	94,747	24.3%
來電顯示用戶數	千戶	51,539	82,461	109,031	32.2%
電話信息服務通話分鐘數	百萬分鐘	932	1,743	2,419	38.8%

二零零四年六月三十日，本公司向中國電信集團公司收購了湖北省電信有限公司、湖南省電信有限公司、海南省電信有限公司、貴州省電信有限公司、雲南省電信有限公司、陝西省電信有限公司、甘肅省電信有限公司、青海省電信有限公司、寧夏回族自治區電信有限公司和新疆維吾爾自治區電信有限公司的全部股權權益，公司的經營區域由10省(區、市)擴大為20省(區、市)。為便於比較，本文分析中所列二零零二年、二零零三年和二零零四年的

業務和財務數據，均假設本公司自二零零二年一月一日起經營區域即為20省(區、市)。

二零零四年本公司各項核心業務發展良好，全年實現業務收入人民幣1,612.12億元，較二零零三年增長6.4%；扣除初裝費後，全年業務收入為人民幣1,527.54億元，年增長率為7.7%；其中本地電話、互聯網業務和增值業務對收入增長的拉動作用突出。全年業務發展主要呈現以下特點：本

地電話用戶數量增長較快，本地語音話務量增長速度高於往年水平；寬帶接入用戶保持了強勁增長勢頭，對本公司收入增長的拉動作用不斷加大，收入佔比一年提升；國內長途業務實現了傳輸量和收入的雙增長；增值業務品種不斷豐富。

在國民經濟持續快速發展和社會信息化進程加快的帶動下，本公司的各項主要業務連續三年保持了較快的增長速度。二零零四年電信市場競爭日趨激烈，移動業務的進一步擴張和價格波動對固定電話的影響更加明顯，對固網語音的替代進一步加劇，固網業務的發展空間受到擠壓；雖然固網業務量依然保持了良好的增長勢頭，但收入增幅明顯低於業務量增幅，公司業務收入增幅在持續增長的趨勢中將有所放緩。

經過多年努力，本公司已建成一個規模龐大、技術領先、立體交叉的基礎電信網，並擁有豐富的客戶資源、較為完善的渠道運作管理體系、享有很高認知度的企業品牌和職業化的網絡維護專家。這是我們不斷創新和持續發展的基石。

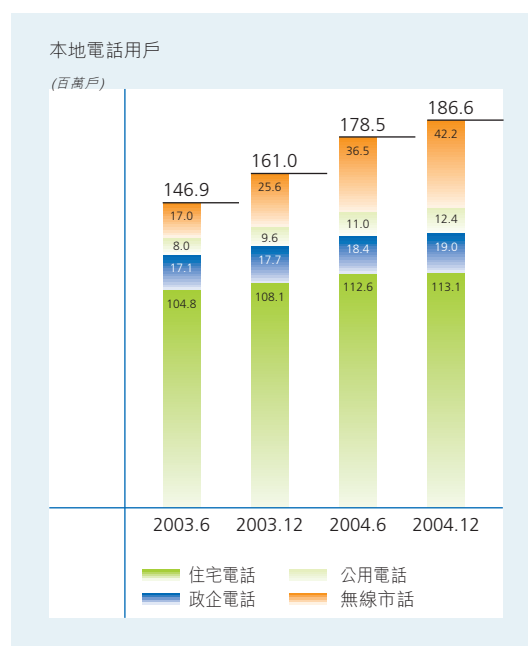
## 產品線分析

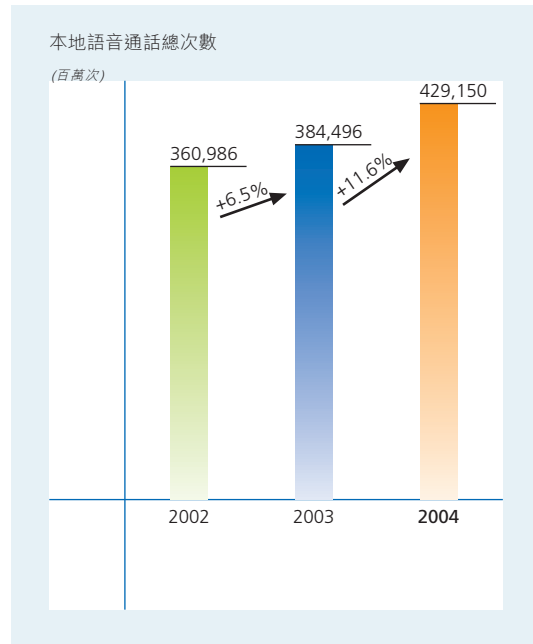
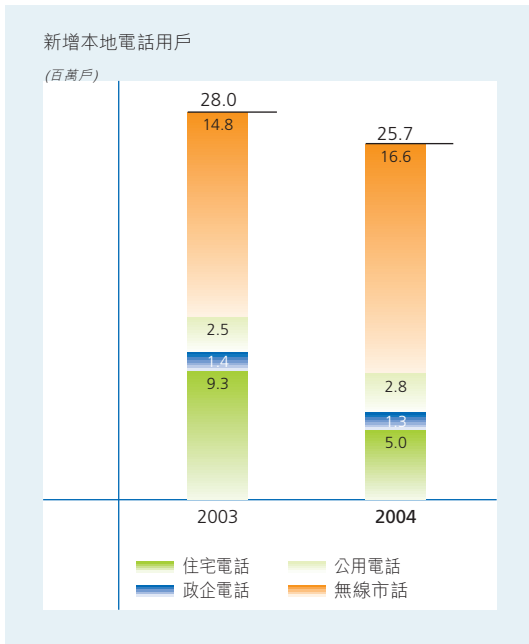
### 本地電話業務

本地電話業務作為公司的基礎性資源性業務，全年收入達到人民幣803.38億元，較

二零零三年增長5.8%，佔經營收入(扣除初裝費攤銷收入)的比重為52.6%。

二零零四年我們積極擴大本地電話用戶規模：用戶總量達到18,665萬戶，全年新增用戶2,566萬戶，年增長率為15.9%；其中無線市話和公用電話的用戶發展較快，兩類用戶總量分別達到4,217萬戶和1,239萬戶，全年分別新增1,660萬戶和278萬戶，年增長率分別為64.9%和29.0%。在本地電話用戶市場中，城市住宅用戶增長乏力，用戶及使用量的分流趨勢加快；無線市話業務市場需求相對穩定；農村市場具有發展潛力。





二零零四年本地通話費收入為人民幣476.46億元，較二零零三年增長4.0%。本地語音通話總次數為4,291.50億次，年增長率達到11.6%，高於往年增長水平，其中無線市話業務起到了較強的拉動作用。受移動替代加劇的影響，我們的本地語音通話量面臨著較大的分流壓力，為此本公司全面優化營銷渠道管理，大力開展針對性營銷，提高客戶忠誠度；同時以客戶細分為基礎，以組合營銷為手段，運用產品捆綁及組合套餐，有效減緩了本地話務量的流失。

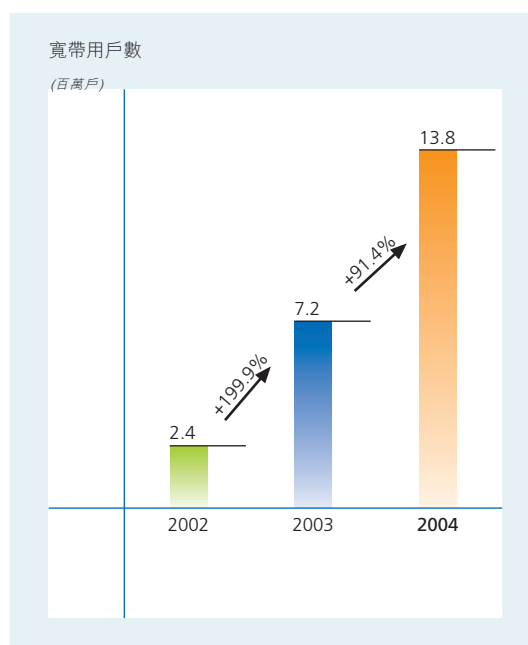
二零零五年我們將繼續深入挖掘固定電話用戶增長潛力，推動固定電話終端向移動化、寬帶化和定制化演進。對於無線市話業務，我們將在現有網絡覆蓋的基礎上，充分利用已有網絡容量，有效益地發展用戶；持續進行網絡優化，進一步提升網絡質量，提高客戶滿意度，降低用戶離網率；並大力發展靈通短信和七彩鈴音等增值業務。在確保投資效益的前提下，我們還將加大農村電話市場開發力度，積極拓展固網新的增長空間。

## 互聯網業務



互聯網業務是本公司具有戰略意義的擴張型業務，二零零四年實現業務收入人民幣141.09億元，年增長率為41.0%；佔經營收入(扣除初裝費攤銷收入)的比重為9.2%，較二零零三年上升2.2個百分點，公司的整體收入結構得到優化；寬帶業務已成為本公司持續發展的重要戰略增長點。二零零四年共新增寬帶接入用戶661萬戶，年增長率為91.4%，用戶總量已達到1,384萬戶，市場佔有率為92.6%<sup>1</sup>，我們在寬帶接入市場的領先地位繼續得到鞏固和加強。

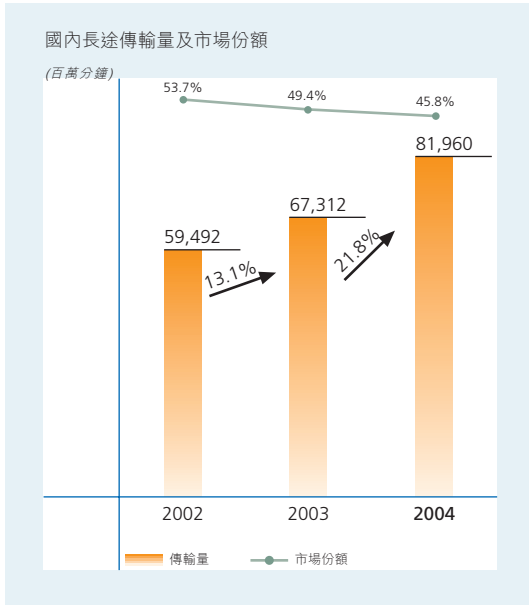
大力發展寬帶業務對於推進企業戰略轉型具有重要意義，二零零五年我們將繼續把寬帶業務作為發展重點，加大投入力度：進一步推進寬帶接入終端與家電終端的有機融合，積極探索與視頻業務捆綁，擴展寬帶業務應用範圍；並結合行業需求有針對性地推出中小企業寬帶化解決方案；我們還將繼續完善與內容服務提供商的廣泛合作機制，不斷豐富以「互聯星空」為平臺



的寬帶應用服務內容，努力把它建設成為一站式寬帶信息和娛樂中心；同時與「流媒體」等寬帶視頻應用內容相適應，積極推進用戶的帶寬升級，以滿足客戶的多樣化需求。

1 根據信息產業部公佈的統計數據計算

### 長途業務



二零零四年國內長途收入為人民幣262.31億元，較二零零三年增長3.0%；國內長途傳輸量達到819.60億分鐘，年增長率21.8%，市場佔有率達到45.8%<sup>2</sup>，市場份額較二零零三年下降3.6個百分點。面對日趨激烈的長途市場競爭，我們本著收入最大化的原則，採取了更為有效的價格策略，加快發展公話超市，同時進一步理順電信卡的銷售渠道，積極搶奪流動話務量，成功地實現了國內長途傳輸量和業務

收入的雙增長。我們將通過進一步加大組合套餐銷售力度等方式，努力保持國內長途業務收入的穩定。

二零零四年國際、香港、澳門及臺灣的長途業務收入達到人民幣37.88億元，較二零零三年下降3.9%，傳輸量為16.54億分鐘，與二零零三年基本持平，市場份額為56.3%<sup>2</sup>，較二零零三年下降4.9個百分點，在該市場領域我們繼續保持了領先地位。

### 基礎數據和網元出租業務

二零零四年基礎數據業務實現收入為人民幣30.15億元，較二零零三年下降6.1%。截至二零零四年底，本公司的DDN、FR、ATM的出租標準端口數分別為49.33萬、15.63萬和2.38萬，較二零零三年年底增長了4.7%、77.0%和24.9%。

網元出租業務全年收入為人民幣41.54億元，較二零零三年下降18.6%。截至二零零四年底，數字2M電路的出租總量為16.95萬條，較二零零三年底增長3.9%。受市場競爭加劇影響，網元出租單價下降幅度較大，導致該項業務收入下降。

2 根據信息產業部公佈的統計數據計算

本公司將進一步挖掘國內其他電信運營商的需求潛力，發揮我們網絡覆蓋廣、技術維護強的比較優勢，更加積極主動地發展網元出租業務，盤活網絡資源，提升網絡價值，為他們提供經濟可靠的高質量網元出租服務。對於其他集團類客戶，我們將深入挖掘客戶的信息化需求，向價值鏈高端延伸，通過提供系統集成、網絡代維等方式，為客戶提供一站式整體解決方案，在為客戶創造價值的同時，拓展我們的發展空間。

#### 網間結算業務

本公司二零零四年網間互聯收入為人民幣107.19億元，較二零零三年增長28.1%；結算淨收入為人民幣66.24億元，較二零零三年增長25.9%。隨著本公司客戶規模不斷擴大和國內通信市場整體增長，二零零四年

我們的本地他網來話量達到947.47億分鐘，較二零零三年增長24.3%；長途互聯來話量也有所增長。

#### 增值業務

增值業務是本公司重要的內涵式增長業務，對於我們拓展市場空間、轉變增長模式具有重要的意義。二零零四年我們加快了固網增值業務的發展步伐，其業務收入佔總收入的比重顯著提高。截至二零零四年底，本公司的來電顯示用戶數達到1.09億戶，滲透率達到58.4%，較二零零三年底提高約7個百分點；電話信息服務業務全年實現通話量24.19億分鐘，較二零零三年增長38.8%；小靈通短信業務實現了與其他固網和移動運營商的互聯互通，使用量迅速增長，顯示出巨大的發展潛力。

加快發展增值業務是實現公司戰略轉型的重要切入點和突破口。我們將著力提升網絡的智能化水平，整合和完善增值業務的網絡平臺；繼續堅持合作共贏的商業發展



模式，聯合社會力量共同參與增值業務的開發和推廣，打造健康的增值業務產業鏈，使增值業務成為拉動收入增長的重要驅動力。

### 管理創新

二零零四年，本公司堅持「以市場為導向，以客戶為中心，以效益為目標」的運營模式，鞏固在網絡規模、銷售渠道、人才隊伍和企業文化等方面的優勢，進一步加大管理創新力度。我們的營銷服務、企業管控和網絡支撐能力得到顯著提升。

二零零四年我們確立了中國電信品牌戰略，開始實施中國電信品牌提升計劃。同時，本公司對現有渠道體系進行整合，優化了面向不同客戶群的營銷服務體系。截至二零零四年十二月底，全國大客戶經理達到9,298人、商業客戶經理達到10,405人、社區經理達到38,304人。此外，為滿足用戶日益多樣化的電信需求，我們進一步完善了產品開發推廣體系，建立了大客戶全面解決方案服務體系，從提供單一網絡服務向全面提供綜合通信解決方案的業務模式轉化。

為降低運營風險，二零零四年本公司繼續推進和完善財務集中管理體制，並以內部控制制度建設為契機，規範企業經營行為，不斷提高企業綜合管控能力。在內控建設方面取得階段性成果，公司按照COSO\* 框架初步完成了內控手冊的設計並進行了局部試點；在財務管理方面，初步形成責權利相統一的責任預算體系，業績考核制度起到更加突出的激勵和約束作

\* COSO 全稱為 The Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission，是一所美國機構，其目標為致力推廣企業道德操守，有效的內部控制及企業管治以提高企業財務報告的質量。COSO 框架是目前國際商業社會上普遍認可的內控框架之一。



用，初步建立事前預算、事中控制和事後評價相結合的現金流量管控模式，對外投資得到有效管控，資產管理流程得到優化，產權管理體系趨於完善；財務信息化建設取得突破性進展，MSS(ERP)系統已在

部分省公司上線應用；會計核算制度進一步健全，收入和成本管理進一步細化，財務監督檢查力度加大，財會人員素質進一步提高。

二零零四年，本公司進一步強化了網絡運行維護管理，網絡運行質量穩中有升，支撐能力得到提高。本公司重點實施了覆蓋整個服務區的網絡優化工程，本地網綜合、集中的維護模式達到國內領先水平。小靈通、寬帶等網絡的優化取得顯著成效。至二零零四年年底，寬帶用戶故障處理及時率達到96%以上，長途電話網絡接通率超過96%。無線市話業務掉話率下降到1.4%，比年初都有了很大的改善。最後，本公司還健全了大客戶響應機制，使得全國大客戶端到端開通及時率達到了98.4%，故障處理及時率達到98.9%，故障申告率僅為0.8%，平均開通歷時大幅縮短。



二零零五年，我們將穩步推進由傳統基礎網絡運營商向現代綜合信息服務提供商的戰略轉型，在保持傳統固網語音業務穩定發展的基礎上，積極爭取開展移動業務；同時把握住電信與信息技術日趨融合的發展趨勢，以傳統網絡傳輸業務為依托，根

據客戶個性化、綜合化需求，採取合作共贏的方式積極向產業鏈上下游實施業務延伸，豐富服務內容，拓展新的發展空間，  
年提升寬帶、增值等非語音類業務的收入總量和比重，實現整體業務的健康持續發展。



清 晰

