

家庭客戶

↑733 萬戶

2007 年寬帶用戶淨
增 733 萬戶，達到
3,565 萬戶



愛沒有距離



家就在身邊



轉型提升價值



轉型提升價值

令客戶享受更豐富、更方便、更快樂的生活



業務概覽

下表為本公司2005年、2006年和2007年主要業務指標發展情況：

	單位	2005	2006	2007	2007年 較2006年 的變化率
本地電話用戶數	百萬戶	210.09	223.04	220.33	-1.2%
本地語音通話總次數	百萬次	449,404	422,562	406,268	-3.9%
國內長途總分鐘數	百萬分鐘	93,817	95,567	98,251	2.8%
國際及港澳台長途總分鐘數	百萬分鐘	1,711	1,601	1,588	-0.8%
寬帶用戶數	百萬戶	21.02	28.32	35.65	25.9%
本地他網來話量	百萬分鐘	102,670	124,452	135,447	8.8%
來電顯示用戶數	百萬戶	131.46	145.73	146.74	0.7%
短信條數	百萬條	17,254	23,277	23,346	0.3%
彩鈴用戶數	百萬戶	18.16	36.68	63.19	72.2%

業務概覽

2007年，本公司持續實施業務轉型戰略，積極創新發展模式，大力推進客戶品牌經營，逐步實現從經營語音業務為主向經營綜合信息應用服務為主的轉變，業務轉型成果進一步顯現。

2007年，本公司全年實現業務收入人民幣1,786.56億元；較2006年增長1.7%；扣除初裝費後，全年業務收入人民幣1,753.62億元，年增長率2.8%。互聯網接入、增值及綜合信息應用服務成為經營收入增長的主要來源，同比增長分別達到32.1%和35.4%。互聯網接入、增值及綜合信息應用服務收入的提高使公司的收入結構更加優化，也提高了公司應對風險的能力。

語音類業務

2007年，由於國內移動電話資費的下調，語音通信移動化的趨勢明顯，公司固定電話用戶首次出現負增長。2007年固定電話用戶淨減少271萬戶，總量為22,033萬戶；無線市話用戶5,804萬戶，用戶減少468萬戶。隨著固網語音業務的用戶流失及持續的低值化，導致語音業務收入不斷下滑。2007年語音業務收入¹為人民幣1,113.12億元，較2006年同期下降7.9%，佔經營收入的比重為63.5%，較2006年下降了7.4個百分點。

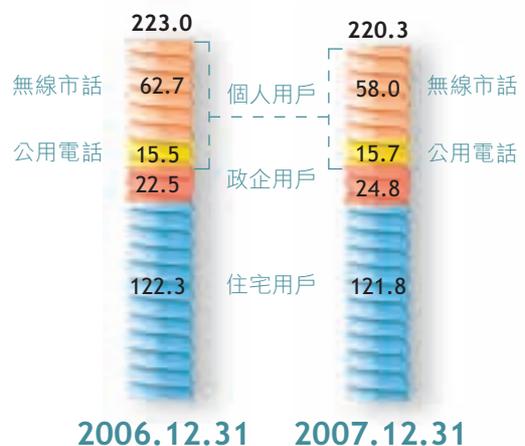
經營收入

人民幣百萬元



固定電話用戶數

百萬



¹ 語音業務收入包括裝機費、月租費、國內長途通話費、國際及港澳台通話費、網間結算收入以及一次性裝機費收入。

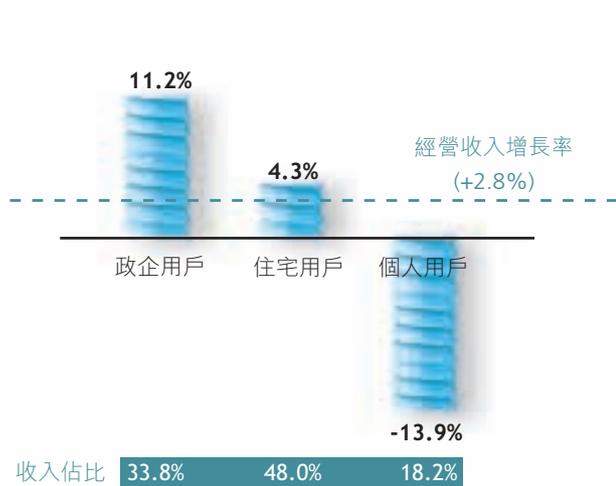
業務概覽

2007年，本公司語音業務各項收入均呈下滑趨勢。本地業務收入為704.24億元，下降9.8%；國內長途通話費收入為人民幣241.27億元，下降5.4%；國際及港澳臺通話費為人民幣28.82億元，下降10.6%；特別受移動運營商單向收費和大網吸納話務的影響，網間結算收入首次出現負增長，網間結算收入為人民幣138.79億元，下降1.5%。

2007年，為減緩語音業務收入流失速度，本公司採取多種措施，面向政企、家庭和農村三大客戶市場，統一推出了針對性的捆綁銷售策略。對政企客戶，以語音、寬帶、增值及綜合信息應用服務業務捆綁銷售為主；對家庭客戶，以語音和寬帶業務捆綁銷售為

主；對農村客戶，以語音和增值業務捆綁銷售為主。同時，在競爭激烈的長途業務市場避免了簡單降價，強調與本地業務和寬帶業務捆綁銷售，填充價值，提高吸引力，增強客戶在網粘性。

2007年分類客戶收入增長



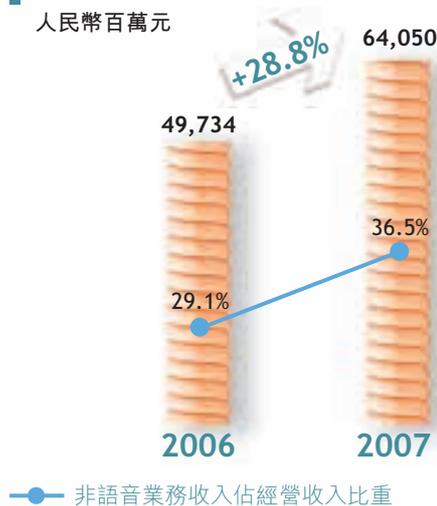
業務概覽

非語音類業務

2007年，本公司充分利用業務轉型的先發優勢，以轉型業務的拓展保護傳統業務存量，同時以傳統業務的鞏固帶動轉型業務的規模發展。特別是針對不同客戶的需求，做好針對性產品組合，並提高客戶的知曉率。2007年公司非語音業務收入²達到人民幣640.50億元，非語音業務收入佔經營收入比重為36.5%，較2006年提高7.4個百分點。

堅持規模和效益並重，產品、應用和服務差異化發展的寬帶業務經營策略，2007年互聯網接入業務收入為人民幣313.40億元，年增長率32.1%，佔經營收入比重為17.9%，較2006年提高4.0個百分點。2007年，公司堅持寬帶用戶規模化發展策略，寬帶用戶淨增733萬戶，達到3,565萬戶。同時，以寬帶用戶規模帶動增值業務發展，包括互聯星空和IDC的互聯網增值業務發展迅猛，收入同比增長56.0%；以互聯網增值業務提高寬帶業務吸引力，保持寬帶用戶ARPU穩定，2007年寬帶用戶ARPU穩中有升，每戶每月80元。為保持在寬帶業務的優勢，公司還將繼續創新寬帶發展模式，目前已開始著力打造寬帶帳號經營和統一客戶終端兩大能力。

非語音業務收入



² 非語音業務收入包括互聯網接入業務收入、增值及綜合信息應用服務收入、基礎數據業務收入、網元出租業務收入及其他收入。

業務概覽

增值及綜合信息應用服務業務持續快速發展，成為穩定固定電話通話量和收入增長的重要驅動力。2007年，公司重點拓展政企、家庭和農村三大客戶市場，採用客戶體驗、短信推送和語音外呼、捆綁銷售、合作推廣等多種營銷方式，規模發展增值業務。增值及綜合信息應用服務業務收入為人民幣192.31億元，年增長率35.4%，佔經營收入比重為11.0%，較2006年同期提高了2.6個百分點。



號碼百事通 — 信息搜尋器及訂購服務

2007年，本公司固網增值業務的滲透率不斷提升。來電顯示業務收入增長率為8.3%，滲透率達到66.6%；彩鈴業務收入增長率達到

79.1%，滲透率達到28.7%。同時公司不斷豐富和拓展固網增值業務種類，2007年電話收音機業務取得突破性發展，固網支付業務也穩步推進。

繼續大力發展號碼百事通、IT服務及應用業務、企業信息化應用、視訊應用等綜合信息應用服務業務。2007年號碼百事通業務收入同比增長155.5%，公司在全國範圍內整體包裝推廣號碼百事通商旅服務，推出訂票、訂房等系列化服務，將其與通信助理打造為號碼百事通兩大優勢產品。IT服務及應用、企業信息化應用收入增長迅猛，同比增長分別為108.1%和90.1%。公司堅持廣泛合作，探索IT服務及應用、企業信息化應用業務發展模式，整合資源，建立專業化團隊，統籌策劃並推廣核心產品。此外公司還注重視訊應用業務的發展，安全監控業務發展快速，IPTV商用試驗也進展順利。

業務概覽

2007年，本公司資源出租業務保持穩定增長。資源出租業務收入為人民幣83.34億元，年增長率9.3%。其中，基礎數據業務收入為人民幣30.13億元，網元出租業務收入為人民幣53.21億元。

客戶服務與渠道建設

2007年，本公司根據業務重心的轉移，不斷調整營銷渠道，將核心渠道覆蓋重點客戶群和產品，大力發展電子渠道，降低成本，提高效率。服務政企客戶，按照客戶行業和消費特徵，圍繞重點產品分配資源能力，以直銷渠道客戶經理為主，輔以營業廳等實體渠道和10000號等電子渠道；同時通過多種合作的方式加強對中小企業客戶和集中聚類客戶的覆蓋。服務家庭客戶，以實體渠道和電子渠道為主。強化實體渠道面向大眾的基礎服務及對品牌客戶的差異化服務，一、二級營業廳均設立品牌客戶專區，部分營業廳開

通了一單清和免填單服務。網上客戶服務和10000號等電子渠道均能夠受理品牌客戶業務，2007年10000號開通e8和e6受理能力後，其受理量佔總受理用戶的26.7%，極大地提高了渠道效率，多樣化的受理渠道不斷提升客戶滿意度，客戶服務滿意度保持行業領先。



商務領航—為政企客戶提供ICT服務

品牌經營

2007年，本公司全面實施客戶品牌統領業務轉型的經營策略，通過深度傳播，提升了商務領航和我的e家品牌內涵的認知度，樹立了在企业 and 家庭客戶市場的良好品牌形象。

業務概覽

以商務領航統領政企客戶營銷，推出了商務領航通信版、信息版和行業版三版產品，2007年政企客戶收入同比增長11.2%。公司以超級無繩、企業總機、企業彩鈴等為標籤產品推出通信版系列，及以無線貓和路由器為定制終端，以企業郵箱、網絡硬盤等業務為填充，推出信息版系列，商務領航共發展客戶188萬。以電子政務、酒店完美聯盟、信息校園、信息商廈、會展應用、全球眼、電子報稅等行業應用拓展為目的，組織實施了「百千萬工程」。其中酒店完美聯盟客戶數量為5,843戶，全球眼監控點數量達到8.4萬個。

以我的e家為統領，積極發展中高端家庭客戶。2007年針對家庭客戶，本公司成功組織了e家品牌上市推廣活動，優化了e8和e6系列組合產品，通過集中品牌宣傳、優化定制終端等全國統一的營銷措施，促進了e家客戶的



彩鈴一固網增值服務

規模發展。2007年我的e家客戶數達到1,054萬戶，其中e8客戶高達76%，e家定制終端在e8客戶中得到廣泛使用，e8寬帶用戶在住宅寬帶用戶的滲透率達到了28%。我的e家成功穩固了家庭客戶市場，家庭客戶收入穩定增長，同比增長4.3%。

業務概覽

農村市場依然有較為廣闊的通信信息服務需求空間，是本公司主要的目標市場之一。公



我的e家—家庭客戶綜合信息服務

司以信息化策略拓展農村市場，以鞏固農村客戶基礎，推出了統一的農村綜合信息業務品牌—「信息田園」，提供語音、寬帶、遠程教育等業務，並大力發展鄉親網。2007年，電話用戶增量基本來自農村市場，約三分之一的寬帶用戶增量來自農村市場。

網絡與支撐系統的建設

調整投資重點和結構，有效控制投資總量。2007年本公司資本性支出為人民幣455.58億元，較上年下降了7.2%；資本性支出佔收入比為26.0%，較上年下降2.8個百分點。在投資結構管控方面，繼續加大重點產品和轉型業務的投資力度，2007年本公司對互聯網及數據設備的投入同比增長37.4%。2007年本公司對固定網交換設備的投入同比下降31.9%；本地傳輸及接入的投入同比下降22.2%；無線市話的投入同比下降63.4%；通信基礎設施及其它投資同比下降24.8%。

業務概覽

推進網絡優化與改造，大力支撐業務轉型。2007年本公司大幅提升IP骨幹網絡帶寬，完成城域網優化改造及與CN2的對接，提升了IP網端到端的差異化業務支撐和網絡管理能力，保證重點客戶服務質量。大力實施「光進銅退」，推進接入網絡光纖化，有效提升用戶接入帶寬。2007年底全網支持2M接入帶寬的比例達到85%，支持8M接入帶寬的比例達到65%，分別比上年提高了7個百分點和12個百分點。2007年本公司加大無線寬帶(WLAN)熱點覆蓋和漫遊試點，積極推進「我的e家」終端定制，支撐「我的e家」品牌經營。提升了商務領航業務平臺能力和差異化服務水平，支撐商務領航品牌價值填充。推進「號百」統一搜索引擎、統一數據模型、統一座席界面的建設，支撐「號百」業務發展和全網的統一運營。

加大IT系統升級優化，提高客戶服務水平。2007年本公司進一步完善業務支撐系統(BSS)功能，夯實客戶基礎管理。客戶關係管理系統(CRM)全面上線，基本建成統一的客戶數據庫和視圖，加快了「一單清」功能實現進度，客戶關係管理能力進一步增強；建成多業務融合計費系統，完成企業數據應用門戶，為精確營銷提供了有力支撐。

2008年展望

2008年，本公司隨著戰略轉型不斷深化及未來全業務經營的可能，將為公司發展帶來了良好的發展前景。但隨著移動通信價格政策的不斷變化，新興通信方式對傳統業務的快速分流，公司發展也將面臨更加嚴峻挑戰。

業務概覽

2008年，本公司將積極實施聚焦客戶的信息化創新戰略。突出聚焦客戶，把資源轉向核心客戶群，按照客戶戰略分群配置資源，努力挖掘、引導和滿足客戶的信息化需求。更加注重品牌經營，加大品牌宣傳力度，快速提升品牌形象，形成差異化競爭能力。我們將繼續拓展信息服務領域，堅持以應用帶動業務發展，著力開發、推廣信息化應用，更加重視信息內容經營，積極向產業鏈上下游延伸，促進綜合信息業務規模發展。加快技術、產品與服務創新，大力發展IT服務及應用、號碼百事通、互聯網應用等業務，重視戰略轉型和未來核心產品的研發和儲備，我們將在更大的範圍更好地實現多種通信手段和多產品的融合，提升我們為客戶提供綜合信息服務的能力。