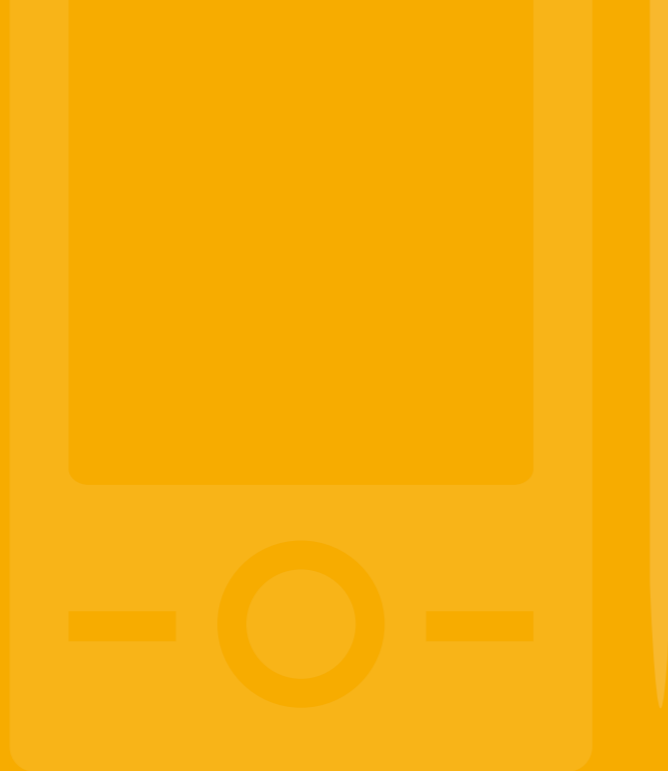


凝聚 融合



通過收購，我們獲得了
期盼已久的覆蓋全中國的
移動業務以及相關人才，
並成功凝聚融合，有效促
進強化了我們全業務融
合經營的基礎，大幅提升
我們的競爭優勢。



業務概覽

下表列示2006年、2007年及2008年主要經營數據：

| | 單位 | 2006年 | 2007年 | 2008年 | 2008年 較2007年的 變化率 |
|--------------------|------|---------|---------|----------------|-------------------------|
| 本地電話用戶數 | 百萬戶 | 223.31 | 220.64 | 208.34 | -5.6% |
| 固網本地語音通話總次數 | 百萬次 | 423,453 | 407,445 | 372,477 | -8.6% |
| 固網國內長途總分鐘數 | 百萬分鐘 | 96,830 | 99,902 | 98,723 | -1.2% |
| 固網國際及港澳台長途 總分鐘數 | 百萬分鐘 | 1,679 | 1,664 | 1,572 | -5.5% |
| 寬帶用戶數 | 百萬戶 | 28.38 | 35.74 | 44.27 | 23.9% |
| 無線寬帶用戶數 | 百萬戶 | — | — | 2.35 | 不適用 |
| 固網電話來顯用戶數 | 百萬戶 | 145.84 | 146.88 | 146.74 | -0.1% |
| 固網短信條數 | 百萬條 | 23,278 | 23,346 | 18,496 | -20.8% |
| 固網彩鈴用戶數 | 百萬戶 | 36.69 | 63.21 | 79.25 | 25.4% |
| 移動用戶數 | 百萬戶 | — | — | 27.91 | 不適用 |
| 移動通話時長 | 百萬分鐘 | — | — | 26,375 | 不適用 |
| 移動彩鈴用戶數 | 百萬戶 | — | — | 8.64 | 不適用 |
| 「我的e家」用戶數 | 百萬戶 | — | 10.61 | 23.93 | 125.4% |



我的e家 — 為家庭客戶提供綜合通信信息服務

2008年，公司繼續堅持客戶品牌經營，堅持融合發展策略，大力推進綜合信息應用服務，克服冰雪災害、地震、國際金融風暴等外部環境對企業經營的不利影響，實現了公司業務平穩發展。同時公司圓滿完成了CDMA業務收購及接收運營，開始步入全業務經營的新時期。

2008年，公司整體實現業務收入人民幣1,868.01億元，較2007年增長3.3%；扣除初裝費因素後，全年業務收入為人民幣1,847.79億元，年增長率為4.0%。其中，固網業務收入為人民幣1,786.25億元，較2007年增長0.6%；移動業務收入為人民幣61.54億元。固網非語音業務收入依然是經營收

入增長的最主要來源，佔固網業務收入比重達到46.1%，較2007年提高8.9個百分點。其中，固網互聯網及數據業務、固網增值及綜合信息應用服務業務分別拉動固網業務收入增長5.6和3.3個百分點。

天翼 — 開啓移動互聯網新時代



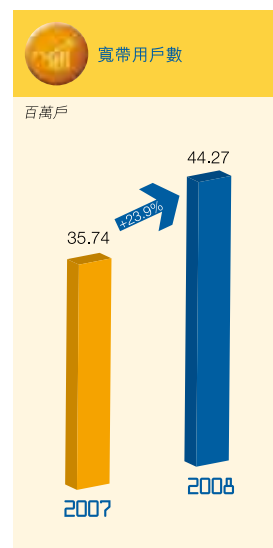
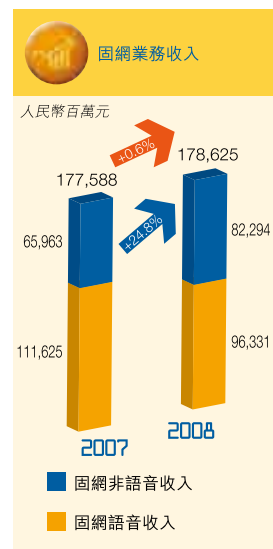
商務領航 — 為政企客戶提供全方位通信及信息科技服務

固網轉型業務

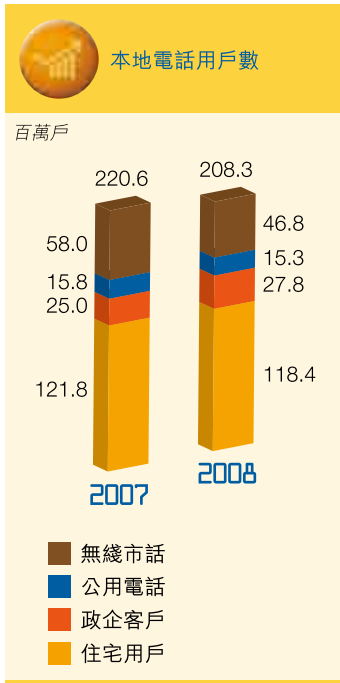
2008年，互聯網、增值、綜合信息應用服務等固網轉型業務發展迅速，固網非語音業務收入達到人民幣822.94億元，較去年同比增長24.8%。其中：互聯網及數據業務收入為人民幣510.17億元，年增長率為24.4%；增值及綜合信息應用服務收入為人民幣256.58億元，年增長率為29.7%。

2008年，公司持續深化互聯網業務經營，為中高端寬帶用戶提供寬帶速率升級服務，提高寬帶用戶忠誠度，寬帶ARPU穩中略升，達到人民幣83.8元；並與電腦銷售商廣泛合作，降低寬帶業務終端門檻，加快寬帶用戶規模拓展速度。2008年，寬帶用戶淨增853萬戶，達到4,427萬戶。公司繼續堅持寬帶接入和應用互動的寬帶經營策略，以更開放的商業模式廣泛合作，匯聚豐富優質的內容與應用。隨著全業務運營，公司推出了無線寬帶(C+W)等新的寬帶產品，並將推進移動業務與互聯網業務融合發展，依託CDMA認證優勢，推動寬帶帳號經營，不斷開發互聯網應用與服務，帶動寬帶業務更快更好發展。

2008年，綜合信息應用服務收入為人民幣108.53億元，年增長率為65.1%，拉動收入增長2.4個百分點，其中號百信息類業務及IT服務及應用業務分別拉動收入增長0.8和0.9個百分點。公司通過聚焦商旅服務、信息搜索等重點業務加快號碼百事通業務規模發展，推進全集團統一的平台建設，積極開展行業對標，強化專業化運營能力，提升客戶服務感知，2008年號百類信息服務收入為人民幣47.87億元，同比增長44.6%。為滿足政企



業務概覽



客戶個性化通信和信息服務需求，公司著重推廣視訊應用、網管專家等特色業務，廣泛合作，開發行業應用，突出多業務組合與定制優勢，建立跨區域專業化支撐團隊，實現IT服務及應用業務快速規模發展。2008年IT服務及應用業務收入為人民幣35.17億元，同比增長83.8%。下一步，公司將繼續加大綜合信息應用服務業務規模推廣力度，在和傳統固網業務融合的基礎上，實現向移動業務的延伸，向客戶提供更全面更綜合的信息應用與服務。

固網語音業務

2008年固網語音業務收入為人民幣963.31億元，較2007年同比下降13.7%。固網語音業務收入呈現持續下滑態勢的主要原因是隨著移動資費的進一步降低，用戶離網和話務量流失進一步加劇。2008年固定電話用戶為20,835萬戶，淨減少1,229萬戶，其中小靈通用戶淨減少1,120萬戶。另一方面，國際金融風暴、自然災害也導致公司部分區域和客戶群體的固網語音話務量下降，造成固網語音業務減收。2008年，本地電話業務收入為人民幣593.07億元，同比下降15.9%；國內長途通話費收入為人民幣220.81億元，同比下降10.3%；國際及港澳台通話費收入為人民幣25.79億元，同比下降15.5%；網間結算收入為人民幣123.64億元，同比下降8.3%。

面對固網語音業務的持續下滑，公司繼續堅持融合發展策略，通過業務捆綁減緩固網語音業務收入下降速度。公司通過向政企客戶和家庭客戶推出各類融合套餐，基本穩固了除小靈通以外的普通固定電話用戶群體。針對小靈通用戶流失加劇趨勢，公司著重加大小靈通與固定電話、寬帶、移動業務的捆綁力度，截至2008年年底，38.9%的小靈通用戶實現了多業務捆綁，有效提高在網小靈通用戶黏性。下一步，公司將通過價值提升計劃逐步引導中高端小靈通用戶轉網，降低小靈通用戶營銷成本和運營成本，努力提高經營效益，同時尊重用戶權益穩定小靈通網絡質量，實現向移動業務的平滑穩定遷移。此外，為減緩長途語音業務流失，公司依據客戶消費特徵，區隔不同價值段客戶分別推出長市同價、親情號碼等套餐，並堅持做好廣告宣傳，降低客戶印象價格，穩定長途語音業務。

客戶品牌經營

2008年，公司繼續深化「商務領航」和「我的e家」兩大客戶品牌經營工作。

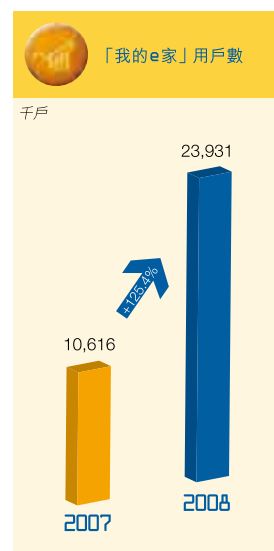
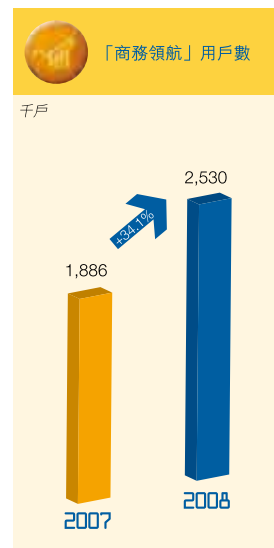
面向政企客戶，公司持續優化基於話音、帶寬型數據業務和寬帶接入融合的商務領航通信及信息版應用，填充價值，規模推廣，滿足中小企業更多的通信及信息服務需求。2008年，商務領航通信及信息版應用在中小企業滲透率達到21.0%。同時為滿足政企大客戶的綜合辦公和信息管理需求，公司深度挖掘行業客戶需求，大力發展號碼百事通和IT服務及應用等綜合信息應用服務業務，並繼續大力推進「數字校園」、「數字醫院」、「酒店完美聯盟」等成熟行業應用。2008年，政企客戶收入同比增長10.9%。

面向家庭客戶，公司持續優化「我的e家」「e6」、「e8」多業務融合套餐，豐富服務內涵，加快規模推廣。2008年「我的e家」用戶數淨增1,332萬戶，在住宅用戶中的滲透率達到20.2%。同時，公司進一步細分家庭客戶市場，為滿足中高端家庭用戶便捷上網和生活信息一站解決的需求，提供包括通信、理財和娛樂的一攬子家庭綜合信息服務解決方案，通過免費體驗、業務優惠等活動進行促銷和推廣。2008年，家庭客戶收入同比增長2.9%。

CDMA業務收購及接收運營

2008年，公司成功收購了CDMA移動業務，公司進入全業務運營的新時期。2008年10月至12月，在三個月的時間內，公司順利實現了CDMA業務的平穩交接運營，並迅速整合原CDMA產品及應用，完成指標梳理、流程優化等基礎管理工作。截至2008年年底，CDMA移動電話用戶為2,791萬戶；2008年第四季度公司移動業務收入為人民幣61.54億元。

在完成CDMA業務收購及接收工作以後，公司全面分析內外部環境及行業發展態勢，確定了「中高端切入，差異化經營，有效益規模發展」的移動業務發展策略。公司於2008年12月推出了「天翼」品牌，搶先佔據「互聯網手機」概念，強勢傳播，在客戶心目中打造高質量的品牌印象。依託客戶資源和多業務優勢，公司以「商務領航」和「我的e家」為基礎，在原有品牌套餐下填充移動業務元素，實現向中高端用戶的快速滲透。自2008年10月接



業務概覽



號碼百事通 — 信息搜索引擎及訂購服務

收移動業務以來，移動用戶數逐步止跌回升，2009年1月和2月淨增用戶數分別為102萬戶和170萬戶，用戶發展開始進入比較快速的擴展軌道。用戶數的擴張和用戶質量的提升，也帶動了移動話務量和收入的好轉。

與此同時，公司堅持創新，在產品和經營模式等方面嘗試突破，打造差異化的競爭優勢。公司已經完成了無線寬帶(C+W)、「移動全球眼」等多項差異化移動增值產品的開發和上市，努力建立可識別的比較競爭優勢。在與CP/SP的合作模式上，公司打破傳統的運營商主導模式，吸引更多的、具有活力的團隊加入產品創

新和內容運營。結合3G業務的推出，下一步公司將重點瞄準對於信息應用具有較強偏好和引領力的年輕群體，在移動互聯網信息服務與應用、終端兩個領域加強合作，為客戶提供端到端的移動互聯網使用體驗。

此外，為支撐移動業務更好發展，公司不斷完善支持融合業務、服務全客戶的渠道服務體系，並積極推動手機終端採購、管理、銷售方式的社會化。在渠道服務方面，公司加強渠道資源共享，優化服務流程，加強人員培訓，通過合併賬單、合併受理等方式支撐融合業務發展；並大力發展電子渠道，增強自助服務能力，便於用戶通過手機、網絡辦理業務；公司還著重加強北方地區營業廳等基礎設施建設，通過電子渠道與直銷渠道的結合，加快實現城市區域的密集銷售覆蓋，支撐全業務運營。在終端拓展方面，公司一方面通過用戶規模發展帶動終端產業鏈各環節積極性，逐步降低集中採購比例，加快推進終端採購的屬地化和社會化；另一方面公司加大終端定制力度，加大對終端生產商和社會銷貨商扶持力度，尤其鼓勵廠商增加在中高端手機上的投入，促進手機終端品種豐富，滿足業務發展需求。

合理配置資源支撐全業務發展

2008年公司資本支出為人民幣484.10億元，較2007年增長4.5%；資本支出佔收入比為26.2%，與2007年基本持平。公司在投資管控方面進一步強調突出重點、優化配置的原則，進一步加大了寬帶業務、增值及綜合信息服務的投資力度，保持與業務發展重點、收入增長較好的匹配。轉型業務投資力度較上年增長19.3%，投資佔比提高近12個百分點。在全業務經營對基礎設施的需求增加的情況下，繼續壓縮固網語音和通信基礎設施，較好地實現了降低投資風險的目標，提高了公司整體的投資效益。

我們全力以赴保證客戶品牌經營和規模化發展，針對政企客戶，我們順利完成了「商務領航」終端、寬帶管理系統平台建設以及「全球眼」平台的升級，以及外包呼叫中心的規模擴容和能力提升。針對家庭客戶，我們部署了e8終端管理平台，完成WLAN、光纖接入網等相關網絡建設，推進了IPTV 2.0標準化升級。針對「天翼」重點產品，我們完成了189放號的重點融合產品開發和系統建設，以及CDMA特色產品承載網絡的部署。

我們不斷提升寬帶業務的發展規模，截至2008年年底，公司服務區內城市區域基本具備2M接入帶寬提供能力，可提供8M和16M接入帶寬的線路比例分別比上年提升10個和15個百分點，Wi-Fi熱點數量達到2.5萬個，寬帶用戶端口總數達到6,269萬個。

在成功完成CDMA業務接收運營後，我們快速推進移動網絡建設和全業務準備工作，以移動業務平台建設為切入，推進業務網絡的統一和融合，成功推出了具有中國電信特色的189號段新業務。

公司在已有的、原主要支撐固網業務的IT系統基礎上，有針對性的增強了對移動業務的支撐能力，形成了固網和移動的融合IT支撐能力。在此基礎上，快速完成了聯通CDMA網絡IT系統的割接，及時實現了對全網189放號的支撐，有效保證了固網、移動融合業務推出，確保了全業務運營和全網服務的順利開展。同時，進一步提升了IT系統在分客戶群經營及全業務融合方面的支撐能力，有效地保障了業務融合、差異化經營策略。



中國電信 — 綜合信息服務提供商

2009年展望

2009年公司全面進入全業務運營。公司將落實「中高端切入，差異化經營，有效益規模發展」的移動業務發展策略，利用自身客戶和多業務優勢，打造具備競爭優勢的融合產品和服務，落實移動和互聯網融合的策略，走差異化創新道路，確保移動業務持續發展。公司將繼續堅持客戶品牌經營，聚焦中高端客戶，通過移動業務元素的填充，進一步豐富產品和服務內涵，實現品牌客戶的規模發展，依託客戶品牌和融合業務，進一步穩固傳統業務收入，並打造具備核心競爭力的綜合信息服務能力，確保公司整體健康穩定發展。