

下表列示2008年、2009年及2010年主要經營數據：

	單位	2008	2009	2010	2010年較 2009年的 變化率
移動用戶數	百萬戶	27.91	56.09	90.52	61.4%
其中：3G用戶數	百萬戶	-	4.07	12.29	202.0%
有線寬帶用戶數	百萬戶	44.27	53.46	63.48	18.7%
固定電話用戶數	百萬戶	208.35	188.56	175.05	(7.2%)
移動語音通話總分鐘數	百萬分鐘	26,375	155,410	295,885	90.4%
移動短信條數	百萬條	2,028	15,136	33,116	118.8%
移動彩鈴用戶數	百萬戶	8.64	32.63	54.15	66.0%
本地語音通話總次數	百萬次	372,477	320,585	251,425	(21.6%)
固定電話來顯用戶數	百萬戶	146.74	128.45	118.99	(7.4%)
我的e家套餐數	百萬套	23.93	36.36	48.45	33.3%
商務領航客戶數	百萬戶	2.53	4.36	4.99	14.4%

註：由於公司自2008年第四季度開始經營移動業務，因此，2008年移動業務相關數據只包含2008年第四季度。



▲ 2010年天翼3G互聯網手機交易會開幕

2010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，公司抓住機遇，依托全業務經營優勢，加快移動業務發展，強化固網、移動與互聯網業務的融合，移動業務持續高速增長，固網風險得到有效釋放。同時我們加大3G業務發展力度，移動互聯網經營快速展開，市場競爭能力不斷提高。

主要業務表現

2010年，公司實現經營收入人民幣2,198.64億元，扣除初裝費後，全年經營收入為人民幣2,193.67億元，同比增長5.4%。公司整體業務結構得到進一步優化，移動、寬帶等戰略成長性業務佔比近50%。

移動業務保持高速增長態勢。2010年公司加強針對目標客戶群的營銷能力，通過推廣行業應用、發展3G業務和強化重點目標市場營銷積極拓展移動用戶規模。移動用戶達到9,052萬戶，較年初增長61.4%。移動服務收入達到人民幣477.22億元，同比增長59.1%，MOU基本保持穩定。

寬帶業務穩健增長。2010年公司持續加大寬帶業務的發展力度，結合接入網的光纖化改造及三網融合試點，以提速提高競爭優勢、以融合促進價值穩定，確保寬帶業務領域的優勢競爭地位。2010年有線寬帶用戶淨增1,002萬戶，達到6,348萬戶，同比增長18.7%，有線寬帶接入收入實現人民幣541.27億元，同比增長15.0%。



▲ 網上營業廳 — 自助充值繳費和業務辦理



▲ 執行副總裁楊杰先生參觀2010年中國國際信息通信展覽會

2010年固網增值及綜合信息服務業務繼續保持增長態勢。通過深化集約運營，着力打造差異化服務，號碼百事通業務保持快速增長，通過融合多業務渠道，商旅應用實現了新的突破。固網增值及綜合信息服務業務實現收入人民幣283.12億元，同比增長1.2%，在不含初裝費的經營收入中佔比達到12.9%。



▲ 中國電信在上海發佈三屏互動產品「翼視通」

2010年固網語音業務實現收入人民幣624.98億元，佔不含初裝費經營收入的比例為28.5%。通過深化融合，推廣固話包月為基礎的話務量經營，因勢引導小靈通用戶遷轉等舉措，固話用戶流失趨緩，小靈通用戶佔比逐步減小，固話業務的經營風險已逐步得到釋放。

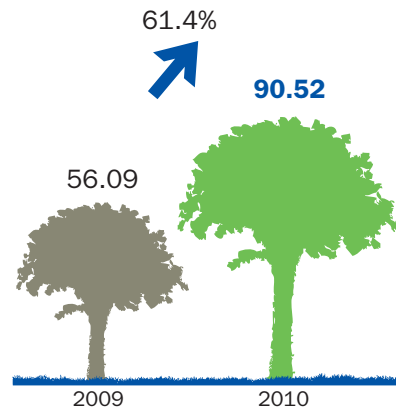
業務經營策略

2010年，公司堅持貫徹「差異化融合創新，有效益規模發展」的經營思路，持續提升融合經營、行業應用拓展、3G與移動互聯網經營、渠道社會化、產業鏈輻射等方面的能力，重點實施了五大經營策略：

第一，深化融合經營，差異化發展取得階段性成效。深化推進移動業務與寬帶、固話、綜合信息應用等業務的深度融合，以統一賬號、時長共享、應用整合等手段擴大銷售，以融合套餐營銷為主，輔以向中高端傾斜的補貼政策和終端策略，引導低端用戶向高端遷

移動用戶數

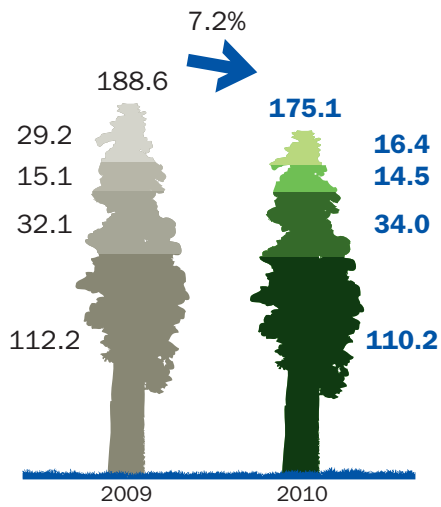
(百萬戶)



▲ 天翼3G — 提供豐富產品與服務

固定電話用戶數

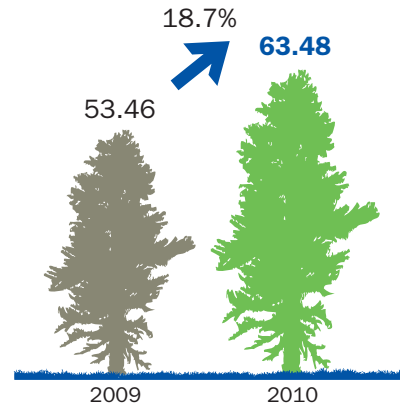
(百萬戶)



- 無線市話
- 公用電話
- 政企客戶
- 住宅用戶

有線寬帶用戶數

(百萬戶)



移，穩定並提升用戶價值，增強客戶黏性，有效促進用戶數量和業務收入的增長。截至2010年底，公司移動業務融合用戶佔比達到53.0%，較2009年底提升3個百分點；「我的e家」套餐數在住宅電話用戶中的佔比達到44.0%，較2009年底提升11.6個百分點；「商務領航」客戶數達到499萬戶，較2009年底增長14.4%。

第二，聚焦重點行業應用拓展，帶動中高端移動用戶規模發展。2010年，我們採取集中策略，集全公司之力，集中推廣政務監管、交通物流、數字醫院、翼機通等四項行業應用，滿足了客戶移動辦公、物流查詢、數字掛號、遠程醫療等方面的需求，推動了相關領域的信息化建設。行業應用發展力度逐月快速提升，有效帶動中高端移動用戶的規模發展。



▲ 翼機通 — 助力行業信息化應用

第三，加快3G發展，佈局移動互聯網流量經營。通過3G套餐優化突出手機上網和3G增值業務填充的3G特色，補貼成本向3G發展傾斜，聚焦商務精英、時尚白領和校園市場發展3G用戶，全年3G用戶淨增822萬戶。構建3G重點產品體系，實施基地化運營，基地產品不斷優化完善；與強勢互聯網公司深入合作，引入優勢移動互聯網應用，3G重點產品所匯聚的流量顯著增長，應用活躍度持續改善，流量價值穩步提升，3G客戶的價值和穩定性遠高於2G用戶，流量經營效果初步顯現。

第四，優化渠道體系，社會渠道貢獻逐步提高。2010年，公司全力推動社會渠道建設，採取賣場突破，引商入店，終端直供等舉措，社會渠道短板得到有效改善。終端社會渠道銷售實現大連鎖破冰，在國美、蘇寧、樂語、迪信通上千家門店實現終端和業務

銷售，地方前十大社會渠道進駐兩家的目標全面完成。社會渠道的終端銷售佔比超過60%，發展移動用戶佔比達到50%，社會渠道對移動規模發展體現出越來越重要的作用。

第五，規模帶動與策略引導相結合，終端產業鏈熱情高漲。2010年，公司通過移動用戶規模增長來拉動終端產業鏈的發展，採取補貼激勵、終端直供等舉措推動終端供銷的進一步規範。終端款型進一步豐富，性價比持續提升。全年共銷售CDMA終端約4,500萬台，其中，EV-DO手機銷量近千萬台。3G終端超過300款，主推的千元智能機（中興N600、華為C8500）、摩托羅拉XT800、三星（W799和i909）等3G明星機取得了良好的市場反應，終端結構進一步優化，性價比持續提升，終端可選擇性大幅改善。



▲ 天翼網絡 一觸可及

網絡及運營支撐

2010年根據公司深化轉型的總體要求，我們堅持投資向高成長業務和高回報地區傾斜，進一步突出投資效益與風險控制，優化資源配置。公司在提升網絡能力、強化平台支撐、推進網絡演進及深化精確管理等方面都取得了很好的成效。

2010年全年，公司資本性支出實際完成人民幣430.37億元，較上年增長13.1%；資本支出佔不含初裝費的經營收入比為19.6%，較2009年增加了1.3個百分點。為有效支撐公司轉型，我們適時調整投資結構，進一步加大寬帶及增值業務投資比重，有力支撐了轉型業務規模發展。在移動網方面，我們積極與母公司協商規劃，持續推進網絡優化和質量的提升，推進WiFi與EV-DO有效協同，不斷提升網絡資源利用率和流量價值；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，積極開展下一代互聯網試點，做好網絡與技術演進的儲備。

在寬帶網方面，我們系統實施接入網的光纖化改造，規模部署光纖到戶（FTTH），大幅提升了用戶接入帶寬。2010年，公司用於寬帶互聯網的投資為人民幣276.30億元，投資比重達到64.2%，較上年提升10.1個百分點。2010年底，我公司累計新增寬帶接入能力1,790萬端口；城市地區（含縣城）寬帶線路20M、4M帶寬覆蓋率分別為58%和98%，比2009年底分別提升22個百分點和3個百分點。同時，為充分發揮WiFi網絡作為固定寬帶的延伸和3G網絡的補充作用，結合WiFi分流EV-DO策略，繼續加大WiFi網絡投入，截止2010年底，全網WiFi熱點數量達到10萬個。



▲ 天翼WiFi — 畅享手機極速上網體驗

2011年經營重點

2011年，面對移動互聯網將進入快速成長期的發展機遇以及存量市場和新興業務競爭迅速加劇的嚴峻挑戰，公司將繼續堅持「聚焦客戶的信息化創新」戰略，按照「智能管道的主導者、綜合平台的提供者、內容和應用的參與者」的發展定位，全力推動用戶規模提升，深入推進融合發展，持續優化業務結構，穩步促進公司向移動互聯網經營模式轉變。具體而言，我們將進一步聚焦3G業務發展，突出打造差異化優勢；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；全力推動寬帶提速，保持寬帶業務優勢競爭地位；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，我們也將繼續強化網絡優化和運行維護工作，進一步提升全業務服務能力，全面實現創新型、差異化的服務競爭優勢。