



中國聯通股份有限公司 (股份編號：762)

(根據公司條例在香港註冊成立之有限公司)

2004年年度業績公佈

財務摘要	
• 營業收入達到人民幣793.3億元，增長17.3%	
• 移動電話用戶數達到11,208.1萬戶，增長22.5%	
• EBITDA達到人民幣270.2億元，增長8.5%	
• 淨利潤達到人民幣43.9億元，增長4.0%	

董事長報告書

2004年是中國聯通發展歷程中充滿挑戰和不平凡的一年。面對日趨激烈的競爭環境，公司全體員工齊心協力，積極應對各種困難和挑戰，加強管理，改善網絡通信質量，大力開拓市場，各項業務實現了穩定持續的發展。

2004年度，公司營業收入達到人民幣793.3億元，比上年增長17.3%；其中，GSM移動電話業務收入為人民幣474.7億元，比上年增長15.3%；CDMA移動電話業務收入為人民幣263.4億元，比上年增長41.8%；長途通信、數據通信和互聯網業務收入為人民幣55.3億元。2004年，公司EBITDA為人民幣270.2億元，比上年增長8.5%；淨利潤為人民幣43.9億元，較上年增長4.0%。每股盈利為人民幣0.349元。2004年，公司自由現金流為人民幣54.3億元，比上年增加人民幣26.2億元。

董事會建議派發2004年末期股息每股人民幣0.10元。派息建議如獲股東會批准，公司將於2005年6月7日或之前派發股息。

二零零四年回顧

2004年，公司按照「移動為主，綜合發展；兩網協調，差異經營；效益領先，做大做強」的經營方針，實現了CDMA和GSM移動電話業務新的增長。CDMA精品網絡基本建成，CDMA網絡覆蓋水平和質量得到全面提高。通過發揮CDMA的技術和網絡優勢，CDMA業務、收入繼續保持較快增長。GSM網絡進一步優化完善，業務和用戶穩步增長。CDMA和GSM兩網的移動用戶總數於去年中突破一億戶。同時，公司不斷開發和推動移動增值業務，業務的差異化優勢逐步顯現，以「世界風」為品牌的GSM和CDMA雙模手機業務於年內成功推出並快速發展。

2004年，公司通過嚴格控制資本性開支和靈活的財務管理等措施，使自由現金流狀況大幅改善，資產負債結構更趨穩健，資產負債率由2003年的53.5%下降到50.0%。

各項業務繼續穩步發展

截至2004年12月31日止，本公司移動電話用戶總數達到11,208.1萬戶，年增長率達到22.5%，累計用戶市場佔有率保持在35.6%。其中GSM用戶總數達到8,426.7萬戶，增長率為16.1%；CDMA用戶總數達到2,781.4萬戶，增長率為46.8%。2004年8月，公司成功推出了「世界風」雙模手機業務，強化了差異化優勢，展現了「尊貴、時尚、商務」的高端品牌形象。

2004年，本公司移動用戶戶消息使用量為442.2億條，年增長率達到26.9%；公司加大基於CDMA 1X網絡的移動數據業務開發和推廣的力度，推出了「警務新時空」、「海洋新時空」、「掌上股市」等多種行業應用，實現了公司與行業客戶的合作共贏；以「uni-聯通無限」為總品牌的無線數據業務得到較大發展，業務差異化優勢進一步展現。2004年，CDMA 1X無線數據業務用戶總數達到871.1萬戶，移動增值業務的收入佔移動業務總收入的比重由去年的5.0%上升為10.2%。

長途通信、數據通信及互聯網業務穩步增長。2004年國際國內長途電話去話時長達到240.5億分鐘，比上年增長了21.3%。互聯網用戶達到1,362.5萬戶，「如意郵箱」用戶達到1,469.0萬戶，「實視通」寬帶視訊業務用戶計達到33.7萬戶。

網絡通信能力明顯增強

經過三期工程建設，CDMA精品網絡基本建成。網絡覆蓋和質量大大改善，在全國大部分地區達到了國內先進的水平。GSM網絡在不斷挖掘現有資源潛力的前提下，根據市場需求進行補充完善。目前，CDMA和GSM兩網國際漫遊的國家和地區分別達到12個和101個。公司高度重視網絡維護管理，年內陸續建設並完善了CDMA和GSM兩網的網管系統，進一步規範了網絡維護規程，加強了互聯互通和網間通信質量管理，有效提高了公司的網絡維護管理水平。

公司管理水平不斷提升

過去一年，為了實現有效發展，公司深入開展精細化營銷管理，完善品牌體系，加強資費管理，努力穩定資費水平。此外，本公司通過兩次銀團貸款，有效降低了財務費用，拓寬了融資渠道；同時，公司努力加強財務的集中管理，強化預算管理，實行投資總額控制，有效地控制了資本性開支。

為進一步提高公司的治理水平，2004年公司著力開展了內控制度建設。通過完善內控業務流程，明確風險控制點，落實風險控制責任體系，以保障公司經營戰略的實施及效益水平的提升。在信息披露方面，公司繼續按季度披露運營數據和財務數據，按月公佈主要運營數據，使投資者更瞭解公司的經營情況。

海外拓展取得新的進展

2004年9月，公司正式收購母公司之全資子公司聯通國際通信有限公司，聯通國際在香港和美國經營電信業務。此收購有助本公司向香港和海外拓展電信網絡和電信服務。2004年，公司向澳門特別行政區政府提交投標澳門CDMA牌照標書，並於本年3月中標，獲得了澳門特區CDMA運營牌照。這標誌著公司的境外拓展戰略取得重要進展，對公司拓展業務區域、積累海外運營經驗、提升公司整體效益等方面具有重要意義。

前景展望

2005年，按照加入WTO的承諾，中國電信市場將擴大對外開放。中國國民經濟保持平穩較快發展，社會對信息技術、網絡和服務的需求不斷增加，國內電信業發展前景廣闊，尤其是移動通信業務將繼續保持高增長勢頭，電信監管環境進一步改善，為公司的持續發展提供了良好的市場條件。

2005年，公司將按照科學發展的要求，堅持理性、務實、積極的發展策略，堅持市場導向，加快有效發展；控制投資規模和運營成本，提高投資效益；加強基礎管理，提高執行能力；實現由數量規模型向規模效益發展模式轉變，迅速增強核心競爭力，推動公司持續、快速、健康發展。

2005年，公司將堅定不移地加快建立以市場為導向的經營服務體系，跟蹤市場變化，把握用戶需求，在此基礎上有效實施公司的市場營銷策略。進一步嚴格資費管理，清理整頓各類資費套餐，促進資費的穩定。進一步開展組合營銷，充分發揮綜合業務優勢，實現業務的相互促進。進一步加強營銷渠道建設和管理，實現自有渠道與社會渠道的和諧發展。進一步加強客戶維繫與挽留，延長客戶在網時長，降低用戶離網率，提升客戶價值。進一步加強品牌管理，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，移動增值業務重點打造「uni-聯通無限」品牌。進一步堅持服務創新，關注用戶體驗，完善服務流程以及客服支撐系統的建設，提高服務水平。

公司將充分利用CDMA 1X的業務優勢和網絡優勢，加快CDMA業務發展，提高網絡利用率，大力拓展用戶市場，做好現有存量及增量市場、青少年市場等細分市場的開發工作，加大對CDMA終端的調控和管理力度，增加CDMA終端的集中採購比例，降低終端價格和營銷費用，培育CDMA產業鏈，重點解決制約CDMA業務發展的終端瓶頸問題。

在確保GSM業務穩定發展的基礎上，公司將繼續優化完善GSM網絡，穩健發展GSM業務，更加重視維繫和穩定在網用戶，降低離網率，並有效地挖掘網絡潛力，實現GSM業務的穩中有升。

公司將高度重視移動增值業務的發展，並以短消息類業務及「uni-聯通無限」業務作為發展重點，帶動用戶增長，收入增長和效益提升。

2005年，公司的長途通信、數據通信及互聯網業務將繼續發揮綜合業務優勢，與移動業務進行組合銷售，實現穩健發展。公司將高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加強語音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」和基於寬帶的增值業務發展，努力將單一業務用戶轉化為多業務用戶，不斷提升用戶價值。

公司將繼續推進管理創新，向管理要效益。進一步加強全面預算管理，開展內控制度建設，逐步建立以全面預算管理為核心、內控制度為保證、信息化平台為支撐、資金集中運作的財務一體化管理體制。進一步加強投資管理，嚴格控制資本性開支，著力提高網絡資源的利用率，從而進一步改善公司的自由現金流和債務結構。進一步加強成本控制，尤其是加強營銷費用管理，做到營銷成本與用戶發展、收入增長相匹配。努力改善公司的經營效益。進一步加強網絡運行維護管理，加快各級網管、維護系統建設，提升網絡的快速回應和全網保障能力。進一步加快企業信息化建設，優化管理流程，夯實管理基礎，為公司發展提供現代化的支撐保障。

2005年，公司上下將按照「堅持開拓創新，堅持市場導向，強化管理執行，加快有效發展」的策略，自覺維護電信市場秩序，推動電信市場的公平、有序競爭，爭取為股東創造更大價值。

2004年12月21日，我正式被委任為中國聯通的董事長及首席執行官，我很榮幸得到董事會成員、公司管理層以及所有員工的全力支持，使我的工作得以順利開展。在此，我代表董事會衷心感謝王健生先生在擔任公司董事長、首席執行官兼總裁期間所作的積極貢獻，感謝股東和社會各界對公司的支持，以及感謝全體員工在過去一年中所作出的努力。

常小兵

董事長兼首席執行官

香港，二零零五年三月二十四日

集團業績

中國聯通股份有限公司（「本公司」）欣然宣佈，本公司及其子公司（「本集團」）截至二零零四年十二月三十一日止年度的綜合財務報表。此綜合財務報表是詳錄自本公司二零零四年年報中所載的經審計的合併財務報表。

綜合損益表

截至二零零四年十二月三十一日止年度

	附註	二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
營業收入(營業額)：			
GSM業務收入	2, 6, 7	46,579,235	40,303,611
CDMA業務收入	2, 6, 7	24,219,602	16,623,518
數據及互聯網業務收入	2, 6, 7	3,662,734	3,437,083
長途業務收入	2, 6, 7	1,848,009	2,273,148
尋呼業務收入	2, 6, 7	—	1,403,053
服務收入合計		76,309,580	64,040,413
銷售通信產品收入	6, 7	3,022,031	3,595,912
營業收入合計	7	79,331,611	67,636,325
營業成本：			
線路與網絡容量租賃	6	(7,398,128)	(4,320,382)
期間結算成本	6	(7,516,586)	(5,920,793)
折舊及攤銷	6	(19,063,074)	(16,385,293)
人工成本	6	(4,526,100)	(4,574,546)
銷售費用	6	(18,944,348)	(15,156,835)
管理費用及其他	6	(10,448,241)	(9,112,385)
銷售通信產品成本	6	(3,478,989)	(3,652,045)
營業成本合計		(71,375,466)	(59,122,279)
營業利潤		7,956,145	8,514,046
出售終止經營(國信尋呼)之虧損		—	(663,279)
		7,956,145	7,850,767
利息收入		102,907	173,033
財務費用		(1,688,418)	(1,936,022)
淨其他收入		95,990	8,071
稅前利潤		6,466,624	6,095,849
稅項	3	(2,079,625)	(1,888,381)
稅後利潤		4,386,999	4,207,468
少數股東權益		—	9,629
股東應佔利潤		4,386,999	4,217,097

	附註	二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
擬派末期股息	4	1,256,349	1,255,317
已派發股息	4	1,256,160	1,255,300
每股淨利潤—基本(人民幣元)	5	0.349	0.336
每股淨利潤—攤薄(人民幣元)	5	0.347	0.336
綜合資產負債表			
二零零四年十二月三十一日	附註	二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
非流動資產：			
固定資產，淨值		118,904,060	118,104,848
商譽		3,136,557	3,315,468
其他資產		5,736,384	5,849,430
遞延稅項資產		—	324,900
非流動資產合計		127,777,001	127,594,646
流動資產：			
遞延稅項資產的短期部分		606,009	873,849
應收聯通集團		61,401	—
應收關聯公司款		193,048	263,414
應收境內運營商款		269,919	184,613
預付賬款及其他流動資產		3,059,714	3,147,777
存貨		3,114,632	2,169,354
應收賬款，淨值		5,229,980	5,471,547
短期銀行存款		662,025	912,794
銀行結餘及現金		4,655,464	9,219,936
流動資產合計		17,852,192	22,243,284
流動負債：			
應付賬款及預提費用		16,785,749	17,098,420
應付聯通集團		—	432,047
應付關聯公司款		5,760	108,891
應付境內運營商款		948,574	778,841
一年內到期的融資租賃負債		938,189	25,435
一年內到期的長期銀行借款		11,086,305	7,197,877
應交稅金		395,688	623,857
預收賬款		7,034,995	6,666,086
短期銀行借款		8,928,417	10,975,199
流動負債合計		46,123,677	43,906,653
流動負債淨額		(28,271,485)	(21,663,369)
總資產減流動負債		99,505,516	105,931,277
資金來源：			
股東權益：			
股本		1,332,487	1,331,390
股本溢價		52,546,294	52,483,266
儲備		2,148,631	1,719,331
留存收益：			
擬派末期股息	4	1,256,349	1,255,317
其他		15,526,693	12,826,186
股東權益		72,810,454	69,615,490
非流動負債：			
長期銀行借款		26,137,188	36,212,791
融資租賃負債		488,956	99,719
遞延稅項負債		66,340	—
其他長期負債		2,578	3,277
非流動負債合計		26,695,062	36,315,787
綜合現金流量表			
截至二零零四年十二月三十一日止年度			
	附註	二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
經營活動所產生的現金流入淨額	(a)	27,703,311	26,449,770
已收利息		106,365	204,025
已付利息		(2,310,270)	(2,540,513)
收到股利		—	2,573
支付所屬子公司少數股東的股利		—	(4,689)
支付的中國企業所得稅		(1,680,111)	(1,545,907)
經營活動所產生的淨現金流入		23,819,295	22,565,259
投資活動			
購入固定資產		(19,161,078)	(21,184,245)
出售固定資產		53,970	94,804
短期銀行存款減少		250,769	3,832,411
收購聯通新世界，扣除購入之現金		—	(2,326,449)
支付收購聯通世紀之直接費用		(4,566)	(59,767)
支付收購聯通新世界之直接費用		(14,039)	—
收購聯通國際，扣除購入之現金		44,267	—
出售國信尋呼，扣除出售之現金		450,000	1,259,159
購入流通性證券		—	(87,956)
出售流通性證券		—	118,575
購入聯營公司		—	(10,062)
出售聯營公司		—	853
出售投資性證券		—	19,753
購入其他資產		(577,926)	(708,379)
投資活動所支付的淨現金		(18,958,603)	(19,051,303)
融資活動			
行使股份期權所獲得之現金		64,125	1,158
應付聯通集團短期借款的減少		—	(724,127)
短期銀行借款的增加		10,224,971	10,901,425
長期銀行借款的增加		11,083,383	11,075,836
償還短期銀行借款		(12,271,753)	(10,278,727)
償還長期銀行借款		(17,245,641)	(18,497,783)
支付股息(附註4)		(1,256,160)	(1,255,300)
融資活動所支付的淨現金		(9,401,075)	(8,777,518)
現金及現金等價物淨減少		(4,540,383)	(5,263,562)
現金及現金等價物，年初餘額		9,169,936	14,433,498
現金及現金等價物，年末餘額		4,629,553	9,169,936
現金及現金等價物分析：			
現金結餘		4,756	4,610
銀行結餘		4,650,708	9,215,326
減：受限制銀行存款	(i)	(25,911)	(50,000)
		4,629,553	9,169,936
附註(i)：於二零零四年十二月三十一日，約有人民幣0.26億元的銀行存款作為長期銀行借款的質押(二零零三年：0.50億元)。			
(a) 將稅前利潤調整為經營活動產生的現金流入淨額如下：			
		二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
稅前利潤		6,466,624	6,095,849
調整項目：			
折舊及攤銷		19,063,074	16,385,293
遞延攤銷CDMA合約用戶成本的攤銷		6,120,737	5,836,587
利息收入		(102,907)	(173,033)
利息費用		1,668,467	1,919,375
出售國信尋呼之損失		—	663,279
處置固定資產損失		10,537	49,940
額外計提固定資產減值準備		—	528,048
計提的壞賬準備		2,191,820	1,749,887
佔聯營公司的虧損		—	2,275
投資性證券分配的股利		—	(2,573)
已實現的流通性證券的收益		—	(12,045)
未實現的流通性證券的收益		—	(10,129)
已實現的投資性證券的收益		—	(13,268)

	二零零四年 人民幣千元	二零零三年 人民幣千元
經營資金變動前營業利潤	35,418,352	33,019,485
應收賬款增加	(1,915,496)	(2,650,625)
存貨(增加)/減少	(939,899)	1,263,299
其他資產增加	(5,251,569)	(3,169,766)
預付賬款及其他流動資產增加	(792,416)	(1,342,086)
應收境內運營商款增加	(85,306)	(22,227)
應收關聯公司款減少	70,516	553,354
應付賬款及預提費用增加/(減少)	1,835,813	(35,732)
預收賬款增加/(減少)	367,431	(55,497)
應付境內運營商款增加/(減少)	169,733	(161,937)
應付聯通集團款減少	(943,448)	(562,633)
應付關聯公司款減少	(230,400)	(385,865)
經營活動所產生的現金流入淨額	27,703,311	26,449,770

(b) 附加信息：

於二零零四年，應付在建工程與設備供應商款減少了約人民幣7.75億元(二零零三年：約人民幣32.34億元)。

附註：

1. 公司架構及呈報基準

中國聯通股份有限公司（「本公司」）是於二零零零年二月八日在中華人民共和國（「中國」）香港特別行政區（「香港」）註冊成立的。本公司主營業務為投資控股及本公司的子公司在中國提供GSM和CDMA移動電話、長途電話、數據和互聯網。本公司及其子公司以下簡稱「本集團」。

中國聯通（BVI）有限公司（「聯通BVI」）是本公司的直接控股公司，而聯通BVI是被中國聯通通信股份有限公司（一家於二零零一年十二月三十一日在中國成立的股份有限公司，其A股是於二零零二年十月九日在上海證券交易所掛牌上市）控股擁有。

本公司董事認為中國聯通通信有限公司（一家於中國註冊成立的國有企業，以下簡稱「聯通集團」）是公司的最終母公司。

最新頒佈會計準則

香港會計師公會最近頒佈

	二零零三年							
	持續經營業務			終止經營業務				
	GSM業務	CDMA業務	數據及互聯網業務	長途業務	傳呼業務	不分部項目	抵銷金額	合計
營業收入(附註)								
總匯費	29,072,249	11,671,523	2,443,610	1,340,800	-	-	-	44,335,622
月租費	7,642,299	3,488,411	8,985	-	612,999	-	-	11,532,794
網間結算收入	1,529,907	607,630	361,514	365,724	1,654	-	-	3,263,629
其他營業收入	-	-	420,433	701,549	-	-	-	1,121,982
其他收入	2,262,156	855,754	202,441	57,835	788,400	-	-	4,166,586
服務收入合計	40,366,611	16,623,518	3,437,083	2,273,148	1,403,053	-	-	64,044,413
銷售通信產品收入	862,277	1,956,452	7,814	14,914	753,955	-	-	3,595,912
從外幣業務取得收入合計	41,166,388	18,579,970	3,444,897	2,288,062	2,157,008	-	-	67,636,325
公司內幣業務的收入	41,057	41,725	1,826,222	866,728	239,075	-	-	(3,005,807)
營業收入合計	41,207,445	18,621,695	5,271,119	3,154,790	2,397,083	-	-	67,636,325
營業成本								
線路與網絡資產租賃	(3,39,410)	(3,576,498)	(2,948,888)	(78,027)	-	-	-	(48,252)
網間結算成本	(5,478,520)	(1,484,749)	(7,322,210)	(752,521)	-	-	-	(2,720,207)
折舊及攤銷	(13,117,906)	(3,906,754)	(1,305,239)	(419,346)	(1,344,922)	(5,650)	(85,476)	(18,385,293)
人工成本	(2,665,475)	(660,894)	(525,728)	(333,051)	(415,554)	-	-	(4,574,546)
銷售費用	(4,665,600)	(9,141,877)	(883,495)	(405,904)	(126,018)	-	-	(6,059)
管理費用及其他	(5,571,493)	(1,363,927)	(761,405)	(482,081)	(916,418)	(37,550)	-	489
通信產品銷售成本	(765,926)	(2,177,168)	(22,250)	(4,231)	(897,697)	-	-	(225,227)
營業成本合計	(22,484,330)	(18,911,367)	(4,625,213)	(2,455,611)	(3,590,693)	-	-	(8,122,276)
營業利潤(附註)	8,723,115	(290,172)	745,906	699,629	(1,203,610)	-	-	(77,046)
出售非經常業務(國信尋呼)之損失	-	-	-	-	-	(663,279)	(663,279)	-
	-	-	-	-	-	-	-	7,850,767
稅前收入	58,006	7,013	4,589	3,400	9,099	106,374	(15,808)	173,033
財務費用	(1,754,005)	(32,078)	(62,701)	(56,946)	(5,238)	140,227	15,808	(1,936,022)
淨其他(費用)收入	(23,689)	3,680	(4,741)	1,488	39,888	(10,615)	-	8,071
所得稅及少數股東權益前								
分部營業利潤	7,005,462	(311,557)	682,963	647,571	(1,139,881)	-	(21,654)	6,095,849
所得稅	-	-	-	-	-	-	-	(1,888,381)
稅後利潤	4,207,468	-	-	-	-	-	-	9,629
少數股東權益	-	-	-	-	-	-	-	4,217,097
股東應佔利潤	-	-	-	-	-	-	-	-
其他信息:								
計提的撥備準備	1,116,523	397,810	125,676	75,870	34,008	-	-	1,749,887
損益表中確認的匯率變動	-	-	-	-	-	-	-	528,038
分部資本性支出(i)	8,996,166	-	4,128,985	2,555,252	35,126	4,129,690	-	18,755,219

	二零零四年十二月三十一日						
	GSM業務			CDMA業務			
	人民幣千元	美元千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
分部營業合計	100,220,012	6,183,758	9,470,980	18,042,840	62,101,761	(50,390,158)	145,629,193
分部負債合計	48,676,056	7,863,420	4,437,311	5,408,689	6,632,463	-	72,818,739

	二零零三年十二月三十一日						
	GSM業務			CDMA業務			
	人民幣千元	美元千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
分部營業合計	104,430,531	4,717,167	8,611,873	19,061,967	63,234,534	(50,218,422)	149,837,930
分部負債合計	56,837,496	6,561,772	3,975,293	6,918,025	5,929,854	-	80,222,440

(1) 列示於不作分部項目的分部資本性支出為對可使各專業都受益的通用設備的購買支出。

業務回顧

一、概述

二零零四年本公司堅持以移動業務為主，發揮綜合業務優勢的經營策略，在繼續打造優質網路的同時，通過實施精細化經營，加強品牌建設與管理，不斷開發和推廣增值業務，全力提升服務質量和經營水平。在激烈的市場競爭中保持了業務的穩步發展。

註：本公司於二零零三年十二月三十一日，完成了對聯通新世界(BVI)有限公司收購的收購及國信尋呼出售，本公司移動業務的服務區域由21省、市、自治區擴大到30省、市、自治區。為了方便比較，在此業務回顧中除特別註明外均按本公司自二零零三年一月一日起即在30省、市、自治區經營移動業務。

CDMA和GSM兩網協調發展。截至二零零四年十二月三十一日，本公司移動電話用戶總數達到1120.8萬戶，增長率達到22.5%，在本公司服務地區的累計用戶市場佔有率保持在35.6%，其中GSM用戶總數達到8426.7萬戶，增長率為16.1%；CDMA用戶總數達到2781.4萬戶，增長率為46.8%。

移動增值業務繼續高速增長。二零零四年移動用戶短消息使用量為442.2億條，增長率達到26.9%；CDMA 1X無線數據用戶總數達到871.1萬戶，增長了4.9倍。全年移動增值服務收入達到72.4億元，增長了1.2倍，佔移動業務服務收入比重由二零零三年的5.0%達到10.2%。

長途數據及互聯網業務穩步增長。二零零四年國際國內長途電話去話時長達到240.5億分鐘，比上年增長21.3%。互聯網用戶由上年1243.2萬戶上升到1362.5萬戶。「實視通」寬帶視聽和「如意郵箱」用戶分別達到33.7萬戶和1469.0萬戶。

通信網路規模擴大，網路質量進一步提高。截至二零零四年十二月三十一日，光纖傳輸網路總長度達到71.2萬公里，其中光纖傳輸幹線網路長度12.0萬公里。傳輸網運行支援系統通達全國30個省市。GSM網路覆蓋西西藏並開始試運行。

二零零四年，隨著CDMA網路覆蓋水平和質量全面提高，基於CDMA 1X網路的移動數據業務和行業應用得到更多用戶的認知和使用，世界風雙手機業務成功推出並得以快速發展，本公司業務的差異化優勢逐步顯現。

二、業務簡介

1、CDMA業務快速成長

(1) 產品與用戶結構

本公司在中國境內獨家經營高品質的CDMA移動通信業務，與12個國家和地區的15家運營商開通了CDMA國際漫遊業務。2004年8月，本公司成功推出基於GSM和CDMA雙網的「世界風」雙模手機業務，實現真正意義上的全球漫遊。

截至二零零四年十二月三十一日，CDMA移動用戶總數達到2781.4萬戶，比二零零三年底的1894.6萬戶淨增了886.8萬戶。其中，後付費用戶總數達到2582.4萬戶，比二零零三年底的1798.1萬戶淨增了784.3萬戶；預付費用戶總數達到199.1萬戶，比二零零三年底的96.5萬戶淨增了102.6萬戶，佔全部用戶的比例為7.2%。二零零四年，由於市場對於高價值客戶的爭奪加劇，CDMA業務的平均月離網率較二零零三年的1.1%有所上升，達到1.49%。

「世界風」雙模手機業務快速發展。截至二零零四年十二月三十一日，「世界風」雙模手機累計銷售20萬部，「世界風」雙模用戶達到16萬戶。

(2) 通信使用量

二零零四年CDMA移動用戶總通信使用量達到829.6億分鐘，比二零零三年的491.5億分鐘增長了68.8%。

(3) 平均每月每用戶話務分鐘數與收入(MOU&ARPU)

CDMA業務二零零四年平均每月每用戶話務分鐘數(MOU)為292.3分鐘，比二零零三年的337.3分鐘下降了45.0分鐘。平均每月每用戶收入(ARPU)為85.3元，比二零零三年的125.8元下降了40.5元。

2、GSM業務繼續平穩增長

(1) 產品與用戶結構

本公司在中國境內提供優質的GSM移動通信業務，與101個國家和地區的211家運營商開通了GSM國際漫遊業務。

截至二零零四年十二月三十一日，GSM移動用戶總數達到8426.7萬戶，比二零零三年底的7257.0萬戶淨增了1169.7萬戶。其中，後付費用戶總數達到4284.4萬戶，比二零零三年底的3956.2萬戶淨增了328.2萬戶；預付費用戶由二零零三年底的3300.7萬戶上升到4142.3萬戶，比二零零三年底淨增了841.6萬戶，預付費用戶比例為49.2%。二零零四年，GSM業務的平均月離網率為2.3%，比二零零三年的2.6%有所下降。

(2) 通信使用量

二零零四年GSM移動用戶總通信使用量達到1781.6億分鐘，比二零零三年的1430.8億分鐘增長了24.5%。

(3) 平均每月每用戶話務分鐘數與收入(MOU&ARPU)

GSM業務二零零四年平均每月每用戶話務分鐘數(MOU)為188.9分鐘，比二零零三年的177.4分鐘上升了11.5分鐘。平均每月每用戶收入(ARPU)為49.4元，比二零零三年的56.3元下降了6.9元。

3、移動增值業務繼續高速增长

本公司以市場需求為導向，不斷加強移動增值業務的研發、推廣力度，提高增值業務的普及率、使用率以及對用戶吸引力，移動增值業務優勢進一步向市場優勢轉化。

二零零四年，本公司短消息使用量達到442.2億條，比二零零三年的348.4億條增長了26.9%。其中CDMA短消息使用量達到118.3億條，比二零零三年的68.5億條增長了72.7%；GSM短消息使用量達到323.9億條，比二零零三年的279.9億條增長了15.7%。

二零零四年，本公司以「uni-聯通無限」為總品牌的「聯通在信」、「互動世界」、「彩e」、「神奇寶典」、「定位之星」、「視訊新聲線」等業務和以「掌中寬帶」為品牌的筆記本電腦無線上網等CDMA 1X業務取得突破進展。截至二零零四年十二月三十一日，CDMA 1X無線數據用戶總數達到871.1萬戶，其中「互動世界」用戶達到837.1萬戶，「掌中寬帶」用戶達到34.0萬戶。

4、長途、數據及互聯網業務量穩定增長

(1) 國際國內長途電話業務

國際國內長途電話去話時長由二零零三年的198.3億分鐘上升為240.5億分鐘，市場份額達到12.7%。接續國際及港澳台來話由上年的19.1億分鐘上升為27.5億分鐘。

PSTN長途電話業務

截至二零零四年十二月三十一日，PSTN長途電話業務已在332個城市開通，已經覆蓋全國98.2%的地市，電路交換長途電話去話時長累計達到101.0億分鐘，比二零零三年的84.4億分鐘增長了19.6%。其中，國內長途99.4億分鐘，國際及港澳台1.6億分鐘。接續國際及港澳台來話時長累計達到24.7億分鐘。

IP長途電話業務

本公司IP長途電話業務已覆蓋全國所有地市，並在34個國家和地區實現了IP電話的國際漫遊。二零零四年，IP長途去話時長累計達到139.5億分鐘，比二零零三年的113.9億分鐘增長了22.5%。其中，國內長途138.1億分鐘，國際及港澳台1.4億分鐘。接續國際及港澳台來話時長累計達到2.8億分鐘。

(2) 電路出租業務

本公司根據用戶要求提供不同帶寬的電路出租業務。截至二零零四年十二月三十一日，累計出租帶寬達到5.2萬個等效2Mbps。

(3) 數據通信業務

截至二零零四年十二月三十一日，非同步轉換模式(ATM)和帧中繼(FR)數據承載業務累計出租帶寬達到9007個等效2Mbps。「實視通」寬帶視訊業務用戶終端累計達到33.7萬戶。

(4) 互聯網業務

截至二零零四年十二月三十一日，本公司在中國境內328個城市開通Uninet互聯網接入業務，與103個國家和地區開通Uninet國際來訪漫遊業務。互聯網用戶由上年的1243.2萬戶上升到1362.5萬戶。截至二零零四年十二月三十一日，如意郵箱用戶達到1469.0萬戶。

三、通信網絡建設

二零零四年，本公司繼續完善基礎傳輸網路，加強網路優化與維運管理，加大計費網管等支撐系統建設，有效提高了公司的網路經營質量。

本公司擁有覆蓋全國(除西藏外)、技術先進、安全可靠的光纖傳輸網路。二零零四年，本公司初步建成了通達全國30個省的傳輸網運行支援系統，實現了對業務電路端到端的即時監控，為快捷優質服務提供了保障。截至二零零四年十二月三十一日，光纖傳輸網路總長度達到71.2萬公里，通達全國326個城市，其中光纖傳輸幹線網路長度12.0萬公里。本公司還積極與其他運營商合作，通過相互提供保護傳輸電路，共同建設基礎設施以及實施國際海陸空聯合採購等方式，實現了資源互補和共用，降低了網路建設和運維成本。

隨著母公司全國範圍內CDMA網路三期工程建設的推進，網路整體覆蓋水平和網路質量全面提升，CDMA精品網路基本建成，為更好地開展市場經營提供了可靠的網路保障。二零零四年，CDMA網路無線接通率達到99.6%，掉話率低於0.45%。

本公司在不斷挖掘GSM網路現有資源潛力的前提下，根據市場需求進行補充、優化和完善。二零零四年十月三十一日，GSM網路在西藏開通並試運行，GSM網路由此覆蓋到全國31個省。二零零四年GSM網路無線系統接通率達到98.8%，掉話率低於1.0%。

四、市場營銷

1、營銷策略

二零零四年，本公司堅持「開放、合作、共贏」的原則，充分發揮「組織、牽引、協調」的作用，深度介入CDMA終端採購，加大對SP/PC的服務支撐及規範管理，積極推動CDMA產業價值鏈的發展，著力解決業務發展瓶頸問題。CDMA業務通過集中定制機降低手機門檻，提高了CDMA業務對大眾用戶的吸引力；CDMA 1X業務通過設置用戶免費體驗區，提高了CDMA 1X無線數據業務在大量用戶中的普及率。與此同時，GSM業務以話音業務和短消息為主，加快炫鈴業務推廣，在繼續擴大用戶規模的基礎上有效提升了用戶價值。

本公司充分發揮綜合業務優勢，針對性地推廣VPN、IP電話、「實視通」寬帶視訊及Uninet等多種業務，為行業和集團客戶提供個性化的資訊解決方案，同時注重行業應用的深度開發，推出了基於CDMA 1X網路的「警務新時空」、「海洋新時空」、「聯通上市股市」等多種行業應用，尋求本公司與行業客戶的合作共贏。

2、品牌策略

二零零四年，本公司積極開展品牌營銷活動，以品牌推廣帶動業務發展，提升公司形象。「世界風」和「實視通」業務受到市場的廣泛追捧，分別榮獲2004年「中國營銷盛典」之「企業營銷創新獎」和2004年「商業創新大獎」之「產品創新獎」，提升了本公司的美譽度。

本公司加強了品牌規劃和管理，確立了整體品牌定位，建立了清晰的、可成長性的客戶品牌體系。本公司全面整合了移動數據業務「聯通無限」品牌，將其提升為面向用戶內容消費的新媒體門戶品牌「uni」，著眼於「娛樂」、「生活」、「商務」，為用戶提供豐富、精彩的高品質增值服務。與此同時，將「掌中寬帶」品牌塑造成為一個面向大眾筆記本電腦無線上網的高端產品品牌。二零零五年年初本公司成功推出了針對青少年市場的客戶品牌——「UP新勢力」。

3、客戶服務

二零零四年，本公司進一步優化客戶服務流程，配合客戶服務的培育，有針對性地提供分層分級客戶服務。對於行業、集團客戶，加強新業務的服務支撐及管理，實行一對一的個性化服務；面向高價值個人客戶，集團重要客戶、通過客戶俱樂部為其提供高品質的差異化服務。同時為大眾客戶提供高用戶感知的人性化體驗服務、通過個性化的貼心服務，提高了客戶滿意度和忠誠度。

本公司從推進服務質量分析和管理出發，重視客戶資訊的收集、分析和挖掘，加強客戶識別和客戶資訊分析系統的建設，從技術上為開展服務創新、發展和維繫用戶提供決策支援。本公司借助客服號碼升位的有利時機，全面規範和簡化了客戶服務號碼的使用，通過開展「滿意在聯通」活動，提升了本公司服務形象。

4、銷售渠道

二零零四年，本公司著力強化了兼顧業務發展和客戶維繫的營銷渠道建設，完善了以自有營業廳和直銷隊伍為核心，以合作營業廳、連鎖型專營店和代理商為主體，以其他社會代理渠道為補充的扁平化營銷渠道網路。為擴大營銷深度，本公司還積極開拓了網路和電話等新型營銷渠道。截至二零零四年十二月三十一日，本公司銷售網點總數達到8.03萬個，其中自有營業廳達到5640個。

5、資費策略

二零零四年，本公司理性應對中國內地電信市場激烈的價格競爭，按照精細化經營的要求，積極梳理和整合各類資費套餐，提高了資費的透明度；通過實施資費政策審批管理制度，加大對資費分公司資費的指導，強化了資費管理，有效地抑制了資費的進一步下滑，確保了用戶發展的有效性。

五、二零零五年業務發展策略

二零零五年，本公司將按照科學發展觀的要求，堅持理性、務實、積極的發展策略，以市場為導向，積極推動業務創新，全力整合各項資源，強化精細化管理，實現各項業務的有效、快速發展。

CDMA業務將充分利用CDMA 1X的業務優勢和網路優勢，全力推廣CDMA用戶的快速發展。通過堅持市場導向的營銷創新，加大對CDMA終端的調控和管理力度，做好現有存量市場，增量市場和青少年市場的開發，同時加快增值業務特別是CDMA 1X無線數據業務的發展，以增值業務帶動增量用戶增長和存量用戶價值提升。

GSM業務將在充分挖掘網路潛力，確保業務穩步發展的同時，強化維繫和穩定在網用戶，降低離網分銷成本，控制營銷成本。要在保證ARPU穩定的基礎上，加大存量市場的話務經營力度，通過資費積分或部分增值業務捆綁，穩定在網用戶，確保收入和效益穩中有升。

移動增值業務尤其是CDMA 1X業務為公司差異化競爭優勢的集中體現，將以短視頻業務、「掌中寬帶」、「互動世界」和「炫鈴」業務作為發展重點。其中短視頻業務將挖掘潛力，擴大業務量；「掌中寬帶」業務將統一營銷政策，推動快速增長；「互動世界」業務將進一步擴大用戶量和使用量；「炫鈴」業務作為新的收入增長點，將加快建設與運營。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢，打破專業界限，積極整合各項資源，大力開展組合營銷。根據用戶需求有針對性地將話務與增值、移動與數碼互聯網等各類業務進行組合、捆綁，並匹配相應的服務組合，形成有市場競爭力的各類資訊化解決方案，帶動行業和集團客戶發展。

本公司將繼續擴大客戶品牌建設，建立以「世界風」、「新時空」、「UP新勢力」和「如意通」為主的四大移動業務客戶品牌，繼續打造以「uni-聯通無限」為重點的移動增值業務品牌，提高客戶歸屬感；加強業務支撐系統建設，借助先進的資訊技術手段加大對一線服務的支撐力度；強化經營分析，加強營銷策劃和渠道管控，統一和規範渠道品牌形象。通過精細化管理不斷提高公司的銷售和服務能力，實現公司持續、快速、有效益的發展。

長途、數據及互聯網業務將充分利用公司移動網路資源，實現穩健發展。在繼續對現有移動用戶提供高附加價值產品的同時，高度重視集團客戶、商業客戶、公眾客戶和流動客戶群的業務發展，進一步加大話音業務、租線業務、互聯網專線、「實視通」、「一網聯通」和基於寬帶的增值業務發展。

本公司將充分發揮綜合業務優勢