

# 中国移动在香港发布 2018 年度中期业绩

8月9日,中国移动通信集团有限公司控股的中国移动有限公司在香港发布2018年度中期业绩。这半年,中国移动的经营业绩怎么样?一起来看看。公司上半年财务业绩表现稳健。营运收入实现人民币3918亿元,较上年同期增长2.9%。通信服务收入为人民币3561亿元,较上年同期增长5.5%,市场地位稳固。公司持续加强成本精细化管理,努力降本增效。上半年,EBITDA为人民币1459亿元,较上年同期增长3.7%。股东应占利润达到人民币656亿元,同比增长4.7%,盈利能力继续保持全球一流运营商领先水平。



公司的总连接规模达到14.25亿,其中移动连接9.06亿,有线宽带连接1.35亿,物联网智能连接3.84亿。部分地区物与物的连接数已超过人与人的连接数,趋势喜人。

经充分考虑公司盈利状况、现金流水平及未来发展需求,董事会宣布派发2018年中期股息每股1.826港元,利润派息率为48%。

董事会相信,本公司同业领先的盈利水平与健康的现金流产生能力,将对未来发展提供充足的支持,同时为股东带来良好的回报。

本公司董事长尚冰先生表示:“2018年上半年,面对行业同质化竞争更趋激烈、跨界跨域融合更加深入,‘提速降费’提出更高

要求的形势,公司上下紧紧围绕‘大连接’战略整体布局,因势而动,积极应对市场竞争和各种困难挑战,在个人移动市场、家庭市场、政企市场、新业务市场多措并举,深化‘四轮驱动’融合发展,深化改革攻坚和管理提升,稳固了发展大势,保持了业绩的良好增长。”

## 全年展望

明者因时而变,知者随事而制。对于行业竞争、跨界融合、监管政策和企业自身新旧动能转换等方面出现的变化和问题,公司上下有着清醒的认识。公司将把握大势,砥砺前行,全力以赴提份额、稳增长、促转型,保持发展的主动权。

下半年,公司将继续聚焦提升客户和流量两个份额,努力保持个人移动市场的稳固地位。一手坚持主动运营,精准施策,千方百计扩规模、提份额、稳价值;一手加强与优质互联网企业深度合作,推动内容型流量产品的规模化销售,促进流量收入进一步增长。

同时,公司将充分发挥家庭、政企、新业务市场的协同拉动作用,打好融合发展的“组合拳”。一是大力推进固移融合营销,促进数字家庭一体化经营,拓展家庭市场新价值;二是大力拓展政企市场,聚焦重点垂直行业,加快复制推广成熟行业解决方案;三是大力拉升新业务价值贡献,促进与流量用户使用场景的深度融合,持续培育新的增长点。

公司将一如既往地坚持“客户为根、服务为本”的理念,在强化网络基础保障和IT系统支撑的同时,以客户满意为标准,建立面向全业务、全触点的质量服务体系,深化服务智能化转型,通过加大人工智能、大数据等应用力度,实现差异化精准主动服务,为客户创造更大的连接价值,全面保障市场发展。

为顺应发展新趋势,公司将继续做好关键领域的前瞻性布局。一是积极推动AI、大数据和云计算技术与企业自身各方面的深度融合,深化数字化转型;二是把握信息通信技术演进方向,打造新一代智能连接基础设施;三是发挥产业主导作用,坚持开放合作,与互联网领先企业和产业伙伴深入拓展战略合作,进一步加快打造持续创新、互利共赢、价值共享的产业生态。

5G对公司可持续发展具有重要意义。公司高度重视5G的研发和试验,在上半年来参与完成首个国际5G完整技术标准的基础上,下半年,将继续积极开展5G网络规模试验及业务应用试验,持续壮大5G联合创新中心,积极探索跨行业融合应用,推动5G商业模式尽快成熟。公司高度重视投资回报,将根据5G产业和商业模式的成熟度,进行未来投资规划。

公司注重在短期利益和长远发展之间合理平衡客户、股东、公众和监管机构的诉求。展望全年,公司将保持通信服务收入、净利润和股东回报的稳定增长。面向未来,公司对保持公司可持续发展充满信心。

(移动)

## 主要进展

### 1

#### 个人移动市场: 积极应对激烈的流量竞争

个人移动市场是公司收入占比最大的一个市场。上半年,公司采取有效措施,进一步推进“提速降费”,主动提前释放风险。同时,针对客户和流量两个份额的激烈竞争,积极调整竞争策略,多措并举,不断深化4G发展和流量经营,4G净增客户和流量份额呈现回升势头,个人移动市场整体上继续保持领先地位。

在网络建设方面,公司上半年新增4G基站19万个。公司坚持打造4G精品网络,精准投入保障网络容量,持续加强室内深度覆盖、城区连续覆盖和农村广域覆盖,覆盖水平和网络质量保持领先优势。

在客户拓展方面,公司上半年净增移动客户1.861万,总客户数迈过9亿里程碑,其中4G客户6.8亿,净增2.732万,4G客户渗透率达到74.7%。

公司积极应对市场大流量低资费套餐的激烈竞争,采取了多项举措。一是激活资费弹性,充分挖掘流量潜力,加强存量客户维系;二是结合取消境内流量“漫游费”,优化套餐组合,构建更好满足客户需求的资费体系;三是开展融合营销,加大力度拓展家庭市场、政企市场等潜在个人客户资源;四是强化内容运营,加大与互联网公司合作,增强客户粘性。公司积极的竞争策略收到良好实效,上半年4G客户DOU突破3GB,手机上网流量增长153%,流量收入继续保持双位数增长。

公司将继续发挥规模、网络、资源优势,优化营销服务模式,积极主动应对市场竞争,确保4G领先优势不动摇。

### 2

#### 家庭市场: 增长势头强劲

家庭市场是近几年公司重要的增长点。立足“提速、提质、定向”,公司加速拓展家庭市场,努力提升客户规模和价值。上半年,公

司家庭宽带市场的客户份额和收入份额实现了双提升。家庭宽带客户净增1,880万户,行业净增客户份额达到57%,总客户数达到1.28亿户。高带宽客户占比持续提升,100Mbps及以上带宽客户占比达到42.5%,较上年底提升20.5个百分点。家庭宽带收入达到人民币210亿元,同比增加49.1%,成为重要增收来源。

公司着力构建智能家庭生态,通过提升魔百和(数字电视机顶盒)、智能网关等产品的服务质量,进一步促进家庭数字化业务的增长。上半年,魔百和客户规模突破7915万,比上年底净增2190万,渗透率达到61.7%。

随着网络质量的提高和应用内容的丰富,家庭客户价值持续提升。上半年家庭宽带综合ARPU达到人民币34.8元,增长7.3%。下半年,公司将重点聚焦提高网络质量和服务质量,持续推进宽带规模和价值的增长。

### 3

#### 政企市场: 重点业务高速增长 行业竞争力显著提升

公司把握“互联网+”发展机遇,积极拓展重点行业、关键产品和应用,政企市场规模和收入持续增长,行业竞争力显著提升。服务的政企客户超过670万家,集团通信和信息化收入同比增长21.2%,市场份额超38%。重点产品方面,专线和IDC业务继续保持较快的发展速度,专线收入同比增长26.9%,IDC收入同比增长56.8%,市场份额较去年全年分别提升3.8个百分点和3.5个百分点。

公司围绕垂直领域进行深耕,携手合作伙伴聚焦工业、农业、教育、政务、金融、交通、医疗等七个重点行业,提供整合解决方案,多项产品取得规模发展,年收入超亿元级别的产品达到11项,其中“和教育”上半年收入超过人民币20亿元。

公司努力拓展中小企业服务。大幅降低互联网专线资费,惠及中小企业213万家。推出中小企业特惠宽带产品,接入成本大幅降低。推出中小企业云平台应用,打造融合优惠套餐,多渠道、立体化地拓展中小企业市场。

下半年,公司将聚焦重点、优化协同,与拥有集团客户资源的平台型伙伴加大合作力度,加快拓展行业战略市场和中小企业高价值市场,进一步推动政企市场跨越式发展。

### 4

#### 新业务市场: 强化内容运营 打造拳头产品

公司积极探索培育创新动能,努力提升新业务市场竞争力和客户规模,打造支撑企业价值新增长的数字化服务新业务、新业态、新模式,一系列措施卓有成效。上半年应用及信息服务收入增长23.5%,对整体收入增长的拉动贡献逐步提升。

公司深入推进科技创新与产品创新相结合,以自主能力建设为核心,通过专业运营,不断完善产品形态,加快打造有竞争力的数字化产品,强化内容经营,创新营销模式,持续提升客户体验。

上半年,公司咪咕视频业务引入足球世界杯优质内容,结合会员权益及大流量套餐,开展差异化的互联网营销,取得良好效果,世界杯期间,通过咪咕视频客户端观看比赛超过43亿人次。公司大力发展移动支付业务,“和包”交易突破人民币1.36万亿元。

与此同时,公司充分利用运营商优势,做强平台生态,依托能力开放平台,加快开放通信、互联网、物联网、数字家庭等多项能力。不断加强云资源与现有应用的协同能力,深化基于数据汇聚分析能力的大数据应用探索,加速培育新的收入增长点。

公司致力打造NB-IoT高质量网络,年内将实现全国乡镇以上区域连续覆盖。加强自主物联网能力开放平台OneNET的推广,构建卓越的物联网智能服务体系,为广大物联网客户提供全方位的优质服务。上半年,公司物联网业务发展迅猛,物联网智能连接数净增1.55亿,规模达到3.84亿,物联网收入同比增长47.6%。在不久的将来,车联网、工业制造、智能穿戴、教育、医疗等物联网平台层、应用层业务将成为支撑公司收入持续增长的重要领域。