



中国移动
China Mobile

中國移動有限公司
China Mobile Limited
www.chinamobileltd.com

2015 中期业绩



2015年中期业绩报告

中国移动有限公司

2015年8月20日

奚国华先生

执行董事兼董事长

李 跃先生

执行董事兼首席执行官

薛涛海先生

执行董事、副总经理兼财务总监

刘爱力先生

执行董事兼副总经理

1 2015年上半年总体业绩

2 2015年上半年运营表现

3 2015年上半年财务业绩

1 2015年上半年总体业绩

业绩增长良好

- 营运收入增长**4.9%**，通信服务收入增长**0.5%**
- 净利润率为**16.8%**，盈利能力保持良好水平

4G发展领先

- 基站达到**94万个**，客户近**1.9亿户**，手机销量规模增长

流量拉动显著

- 移动数据流量收入增长**41.6%**，占通信服务收入比升至**33.1%**

持续创造价值

- 中期股息为每股**1.525港元**，计划全年利润派息率为**43%**

	2014年上半年	2015年上半年	变化
营运收入 (人民币亿元)	3,246.81	3,407.27	4.9%
其中：通信服务收入 (人民币亿元)	2,979.10	2,995.27	0.5%
EBITDA (人民币亿元)	1,182.65	1,268.63	7.3%
EBITDA率 ¹	36.4%	37.2%	0.8个百分点
EBITDA占通信服务收入比	39.7%	42.4%	2.7个百分点
净利润 (人民币亿元)	577.42	572.65	-0.8%
净利润率	17.8%	16.8%	-1.0个百分点
每股基本盈利 (人民币元)	2.86	2.80	-2.1%

注1：EBITDA率=EBITDA/营运收入

注2：自2014年6月1日起，电信业纳入营业税改征增值税试点

网络覆盖日益完善



- ◆ 基站**94万个**
- ◆ 覆盖**10亿**人口

客户规模快速扩大



- ◆ 客户近**1.9亿**
- ◆ **4G**客户占比**23.2%**

终端产品丰富成熟

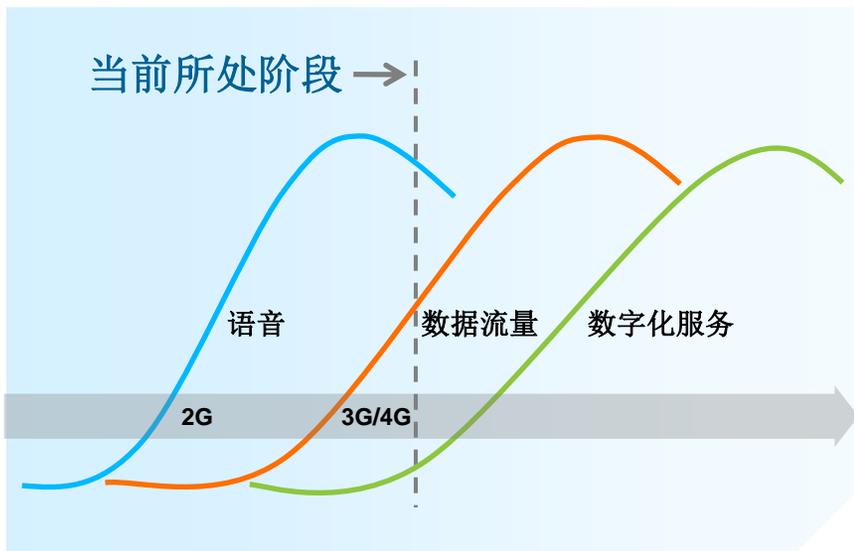


- ◆ 入网机型**> 1,000款**
- ◆ 手机销量规模增长

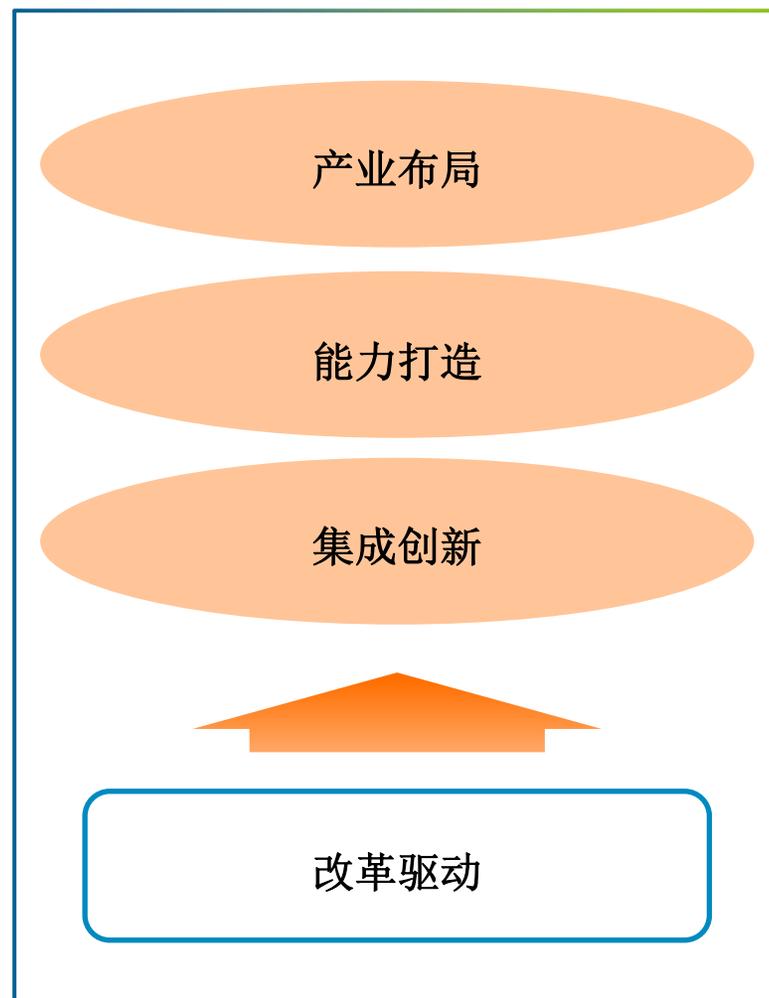
技术标准国际主流



- ◆ 与**FDD**具同等竞争力
- ◆ 漫游国家地区**82个**

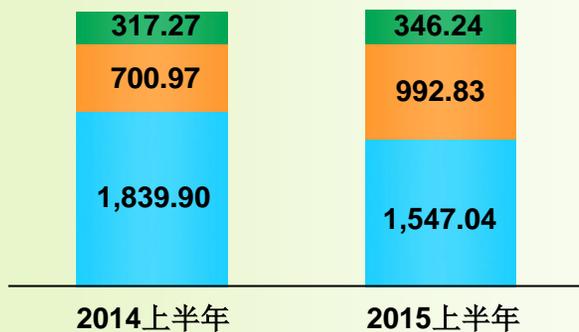


积极拓展数字化服务



向流量经营为主转变

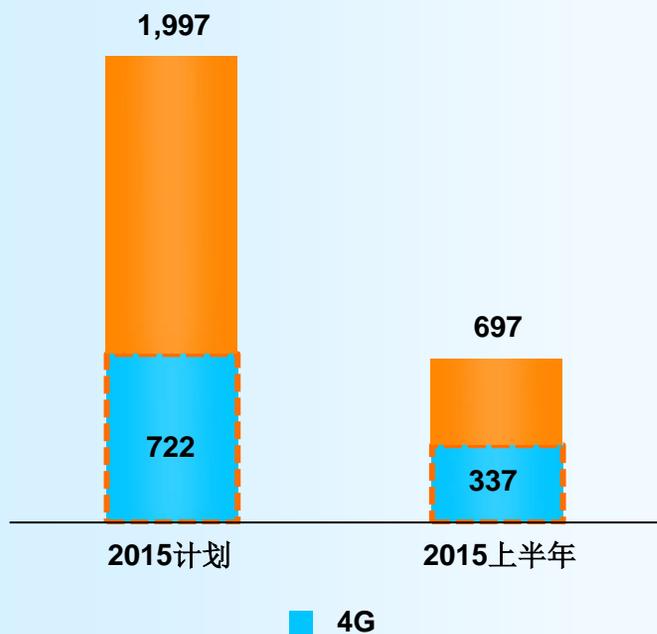
(人民币亿元)



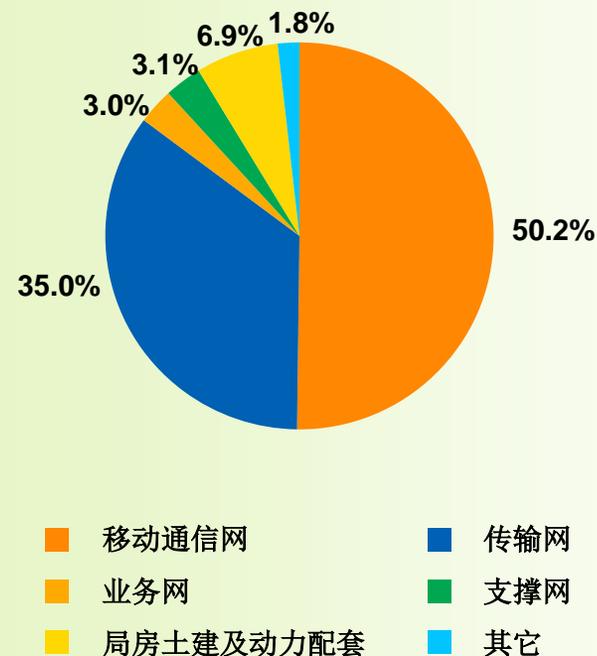
■ 应用及信息服务 ■ 移动数据流量 ■ 语音+短彩信

资本开支

(人民币亿元)



上半年资本开支结构



打造4G优质网络，加强资源积累，支撑业务创新

万物互联
重塑生态

“互联网+”
顶层设计

信息消费
全面发展

抓住无限机遇，发挥自身优势



通信能力

基础



数据资源

核心



开放能力

共赢



本公司拟议收购中国铁通集团有限公司的资产和业务。铁通为本公司最终控制方中国移动通信集团公司的全资子公司。

- 促进全业务快速发展
- 获得固网宽带核心资源
- 提高运营管理效率

努力为投资者创造价值



2 2015年上半年运营表现

发展的机遇

- “互联网+”大环境下，信息消费全面发展
- 4G业务快速增长，流量经营前景广阔
- 移动互联网持续繁荣，数字化产品市场潜力巨大
- 云计算、大数据、物联网等新领域蕴含新机遇

面临的挑战

- 普及率高企，客户增长持续走低
- FDD发牌，竞争加剧
- OTT计费模式冲击，免SIM卡全球通话、上网APP替代
- 漫游、长途、流量资费下行压力巨大
- 设备、终端厂商加入竞争电信运营服务

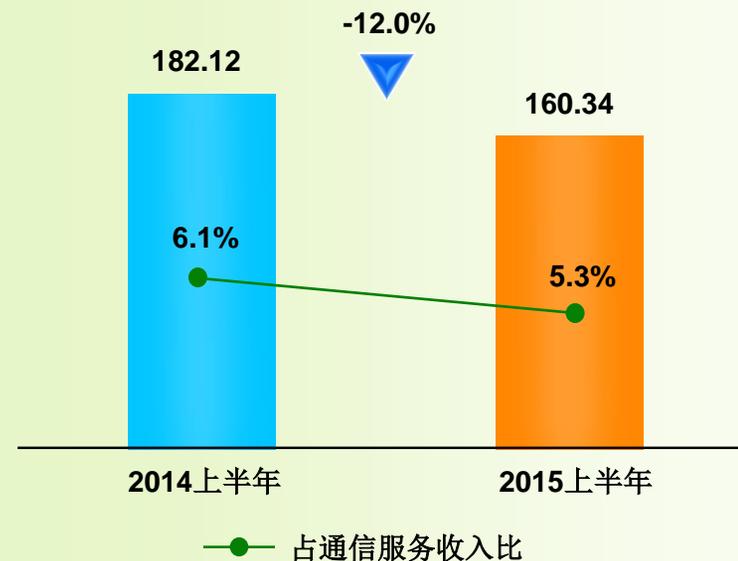
语音业务收入

(人民币亿元)



短信及彩信业务收入

(人民币亿元)



- 提速降费：政府、社会要求
- 京津冀一体化：取消长途、漫游费全面实施
- 新的竞争态势：OTT企业+厂商



传统业务持续下滑

网络更优

更广

94万基站，覆盖延伸至乡镇农村

更深

基本覆盖主要高铁、高速公路、3A以上景区

更厚

主要商场、写字楼、交通枢纽等初步实现室内覆盖

更快

加快推进载波聚合（CA）等技术

更新

推动VoLTE、RCS创新发展

客户更多

4G客户
半年增长1亿



流量更高

4G流量占比半年
提升34个百分点



消费更强

◆ 4G ARPU：平均值的1.6倍

◆ 4G DOU：平均值的2.5倍

体验更好

◆ 全网平均下载速率：>31M

◆ CSFB寻呼成功率：>98%

- 终端等产品销售收入412亿元，增长53.9%
- 3G、4G单机补贴继续下降
- 终端销售市场化带动销量快速增长



4G手机快速成熟

款式更多

- 入网机型**>1,000款**
- 中低端**为市场主力

品牌更丰富

- 主流品牌**均涵盖
- 自有品牌**: A1、N1

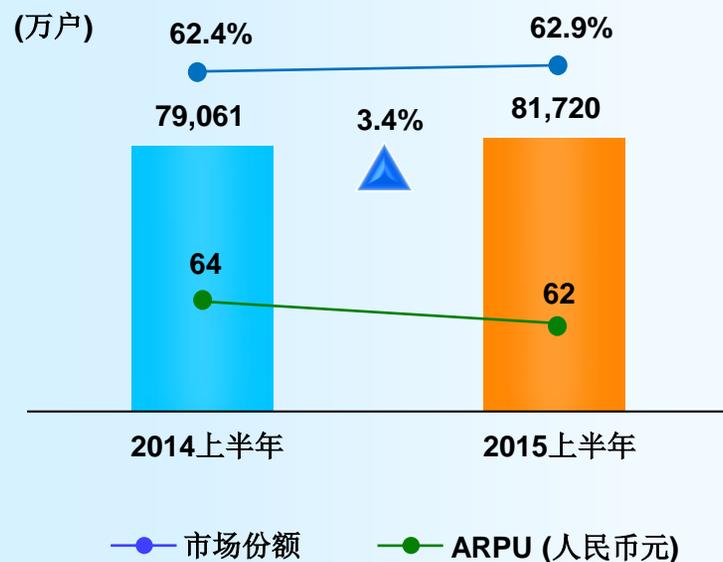
模式更全

- 5模10/12/13+频
- 一机在手，走遍全球**

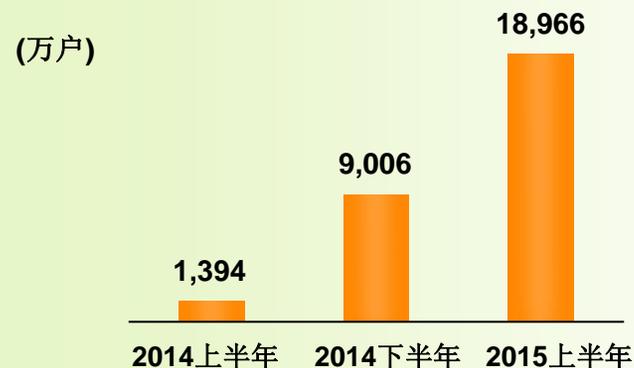
价格更低

- 千元机**丰富普及
- 最低单价**<280元**

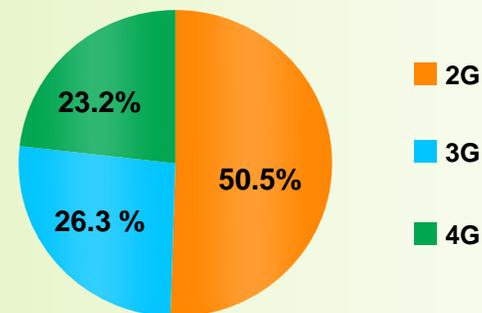
客户到达数



4G客户到达数



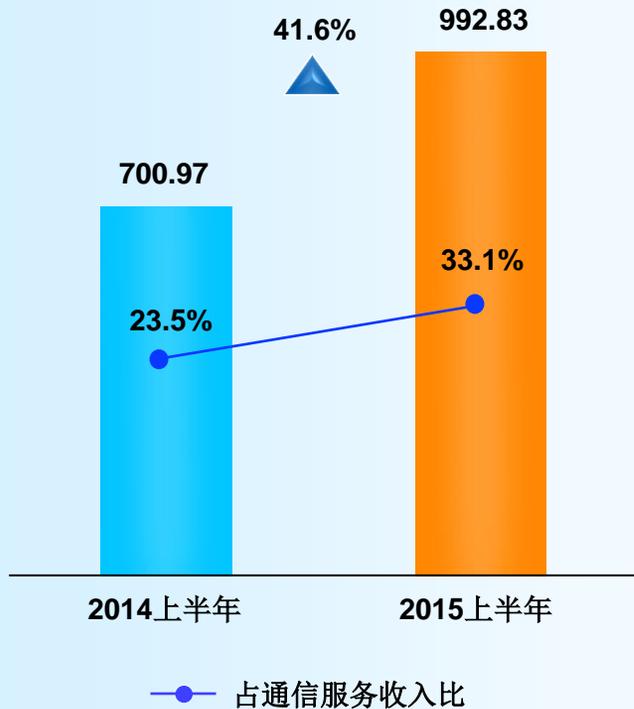
客户组成结构 (2015.6)



- 加强存量经营，中高端客户基本稳定
- 加强集客经营，集团信息化收入快速增长

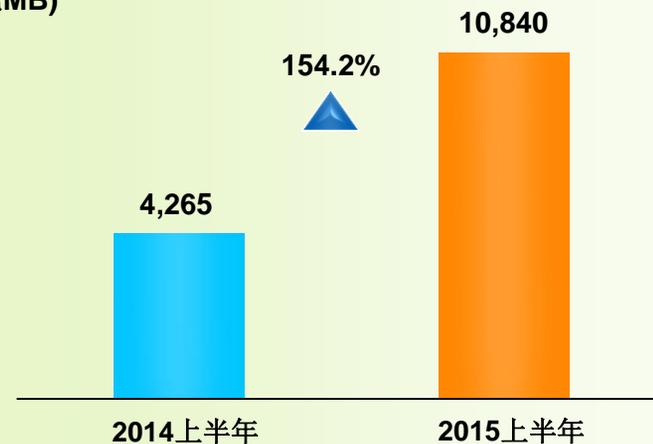
移动数据流量收入

(人民币亿元)

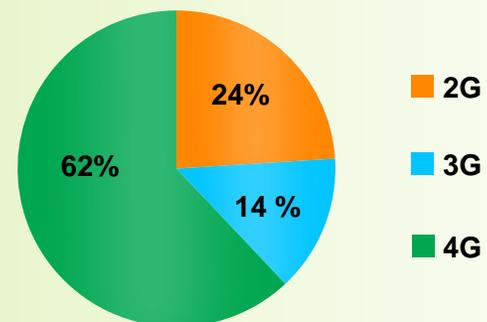


移动数据流量

(亿MB)



移动数据流量承载结构 (2015.6)



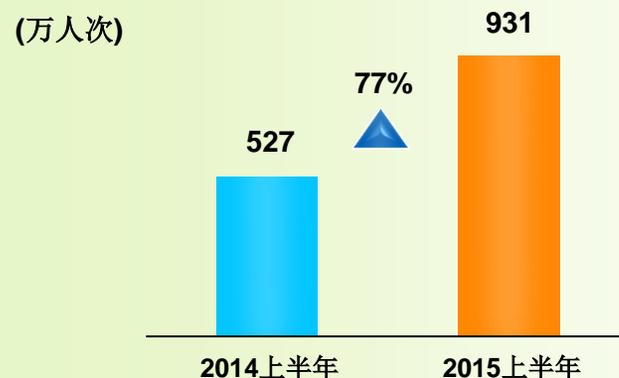
持续优化资费模式

- 语音1/2/3元区，覆盖252个国家和地区
- 每3MB流量3/6/9元区，覆盖143个国家和地区
- 30/60/90元流量包天套餐，覆盖48个国家和地区
- 国际漫游资费下降，客户感知提升

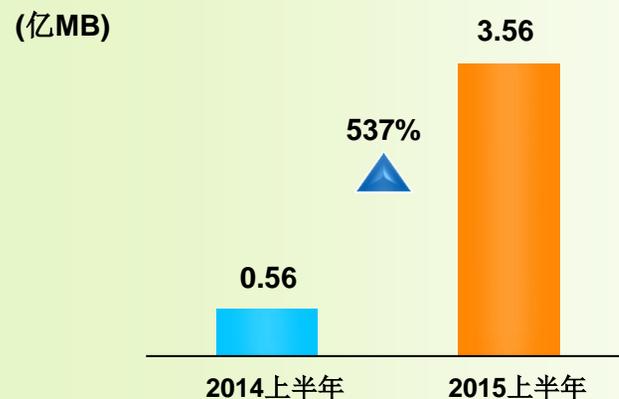
领先开展4G漫游

- 已开通82个国家和地区的4G漫游
- 年底具备条件的国家和地区100%开通

使用国际出访漫游流量客户数



国际出访漫游总流量



加快基础布局

- 推进南北基地、数据中心、呼叫中心等建设
- 深化专业化运营



- 骨干传送网、国际出口带宽显著提升
- 强化内容引入，手机点击本网率、网站首屏打开时延明显改善
- 资费更加统一、简单、透明

增强产品能力

- 推出移动云、教育、健康、车联网等集客产品
- 研发移动对讲、行业PAD等自有品牌行业终端



- 推进“和家庭”重点产品“魔百和”量产
- 整合推广“和娱乐”、“和生活”、“和沟通”等系列产品
- 形成物联网模组产品线

- 终端销售市场化，降低补贴率
- 社会渠道转型，减少酬金支出
- 广告宣传集中化，降低广告支出
- 停止高成本营销服务，降低费用
- 加大资费优惠，让利于客户



提升营销资源使用效率

销售费用 下降 25.5%	渠道酬金 下降 14.5%	广告宣传费 下降 10.9%
-------------------------	-------------------------	--------------------------

逐步打造高效营销体系

- 业务更简洁
- 服务更便捷
- 传播更明确
- 客户更实惠



单位信息流量综合能耗同比下降**15.1%**



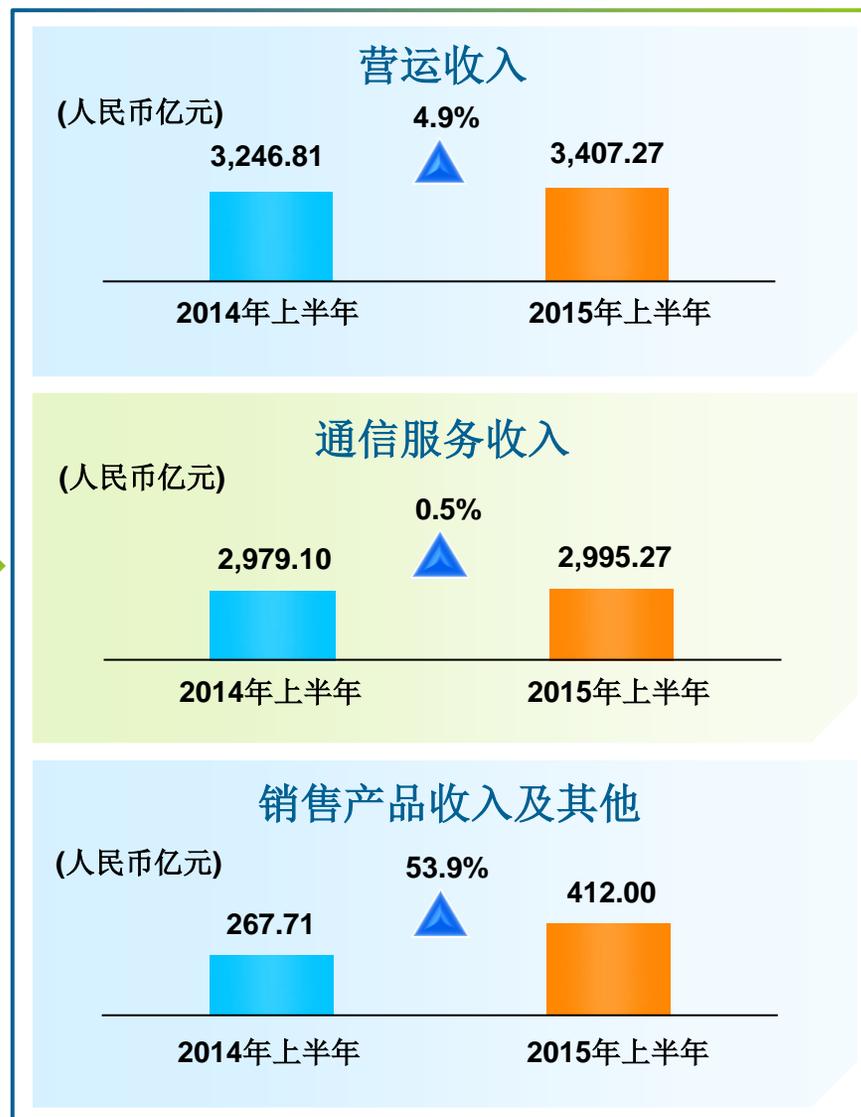
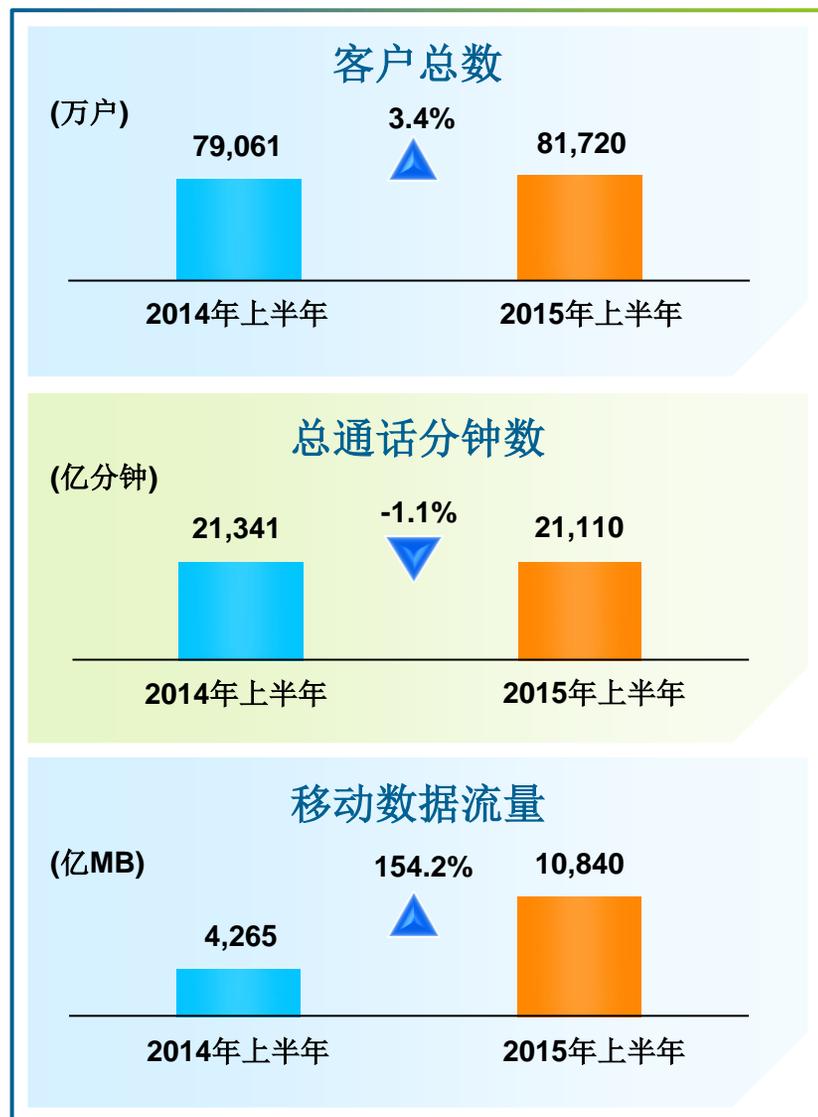
- 4G节能基站
- 智能节电技术
- 新能源
- 绿色ICT应用
- 绿色数据中心
- 循环包装
- 废弃物回收
- 携手产业链节能

致力于移动改变生活 成为值得信赖的数字化服务专家



3 2015年上半年财务业绩

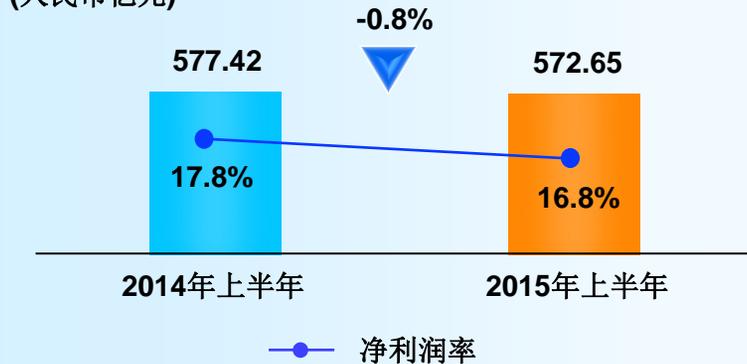
收入实现稳定增长



盈利能力保持良好

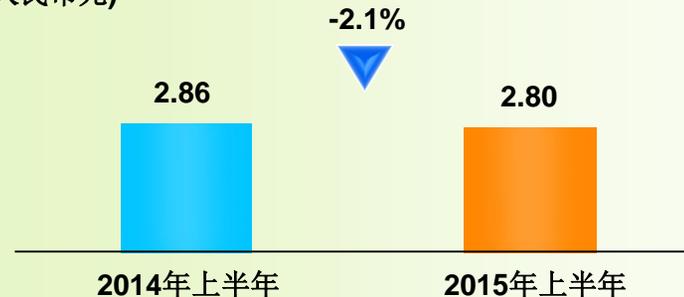
净利润

(人民币亿元)



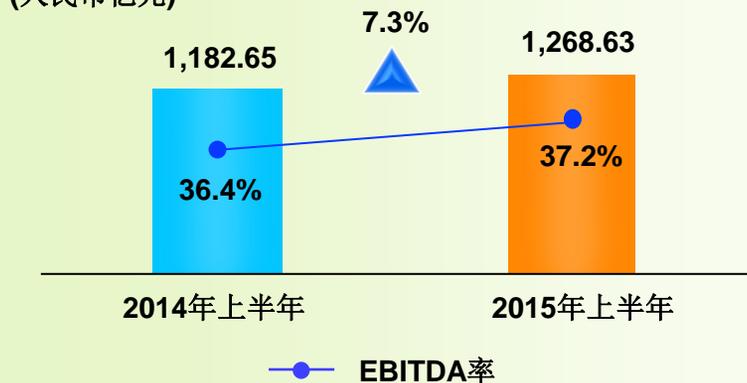
每股基本盈利

(人民币元)



EBITDA

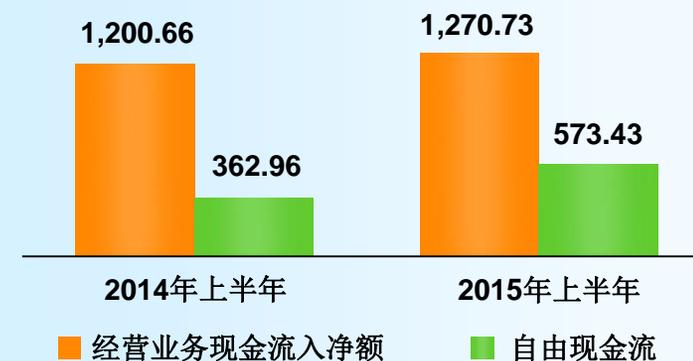
(人民币亿元)



注：2015年上半年EBITDA占通信服务收入比为42.4%，同比增长2.7个百分点

现金流量

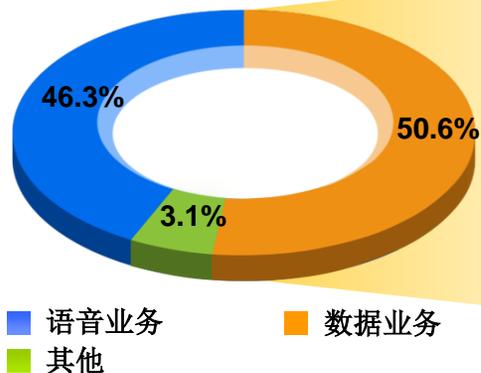
(人民币亿元)



注：本公司对自由现金流的定义是以经营业务现金流入净额减去资本开支的发生额

收入结构进一步优化

2015年上半年



	2015年 上半年	2014年	2014年 上半年
短信及彩信业务收入	5.3%	6.0%	6.1%
无线上网业务收入	33.7%	26.4%	24.2%
应用及信息服务收入	11.6%	11.1%	10.6%
数据业务收入合计	50.6%	43.5%	40.9%

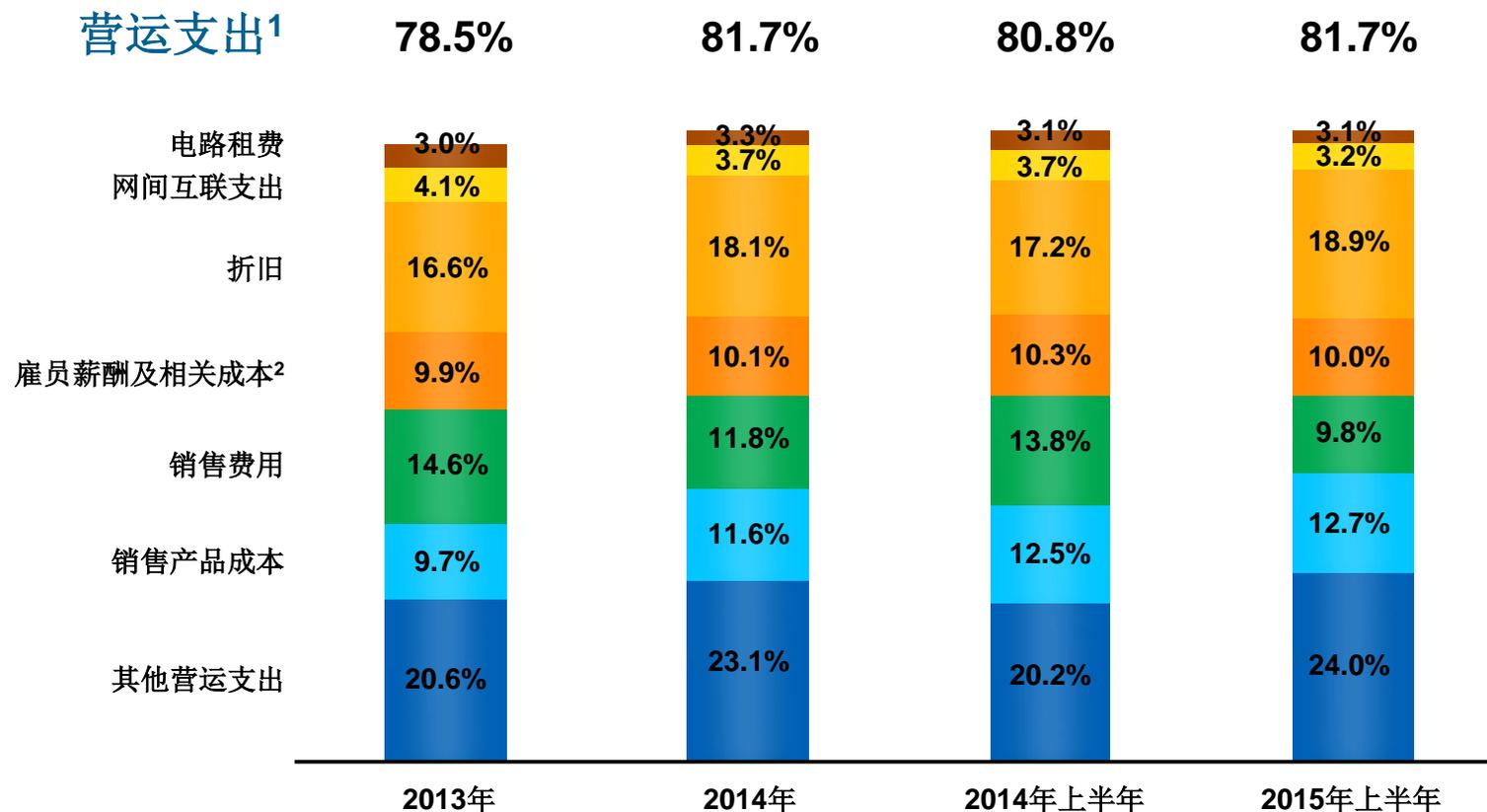
注：以上各比例数据为占通信服务收入之百分比

通信服务收入

(人民币亿元)



营运支出压力持续增大



注¹: 以上各比例数据为占营运收入之百分比

注²: 雇员薪酬及相关成本=人工成本+劳务费, 现“其他营运支出”中不含劳务费

	2015.06.30 (人民币亿元)	2014.12.31 (人民币亿元)
短期债务	0.68	0.68
长期债务	49.93	49.92
总债务	50.61	50.60
股东应占权益	8,927.35	8,565.76
总资本	8,977.96	8,616.36
资产负债率	33.4%	33.8%
总资本债务比例	0.6%	0.6%
现金及银行存款	4,563.96	4,282.88

债信评级

穆迪
标普

Aa3 / 前景稳定
AA- / 前景稳定

谢谢

摘自截至2015年6月30日未经审核简明合并综合收益表 附页一

	2015年上半年 (人民币亿元)	2014年上半年 (人民币亿元)
营运收入	3,407.27	3,246.81
通信服务收入	2,995.27	2,979.10
语音业务	1,386.70	1,657.78
数据业务	1,515.12	1,219.13
其他	93.45	102.19
销售产品收入及其他	412.00	267.71
营运支出	2,782.25	2,623.27
电路租费	106.51	102.35
网间互联支出	108.71	121.16
折旧	643.16	558.68
雇员薪酬及相关成本	339.77	332.61
销售费用	333.18	447.00
销售产品成本	434.21	405.23
其他营运支出	816.71	656.24

	2015年上半年 (人民币亿元)	2014年上半年 (人民币亿元)
营运利润	625.02	623.54
营业外收入净额	8.37	3.32
利息收入	73.96	78.70
融资成本	(1.14)	(1.14)
应占联营公司利润	36.33	39.66
税项	(169.24)	(166.19)
本期间利润	573.30	577.89
以下各方应占:		
本公司股东	572.65	577.42
非控制性权益	0.65	0.47
本期间利润	573.30	577.89

	2015.06.30 (人民币亿元)	2014.12.31 (人民币亿元)
流动资产	5,135.47	4,775.83
非流动资产	8,292.61	8,188.66
总资产	13,428.08	12,964.49
流动负债	(4,419.61)	(4,318.76)
非流动负债	(60.01)	(59.30)
总负债	(4,479.62)	(4,378.06)
净资产	8,948.46	8,586.43

	2015年上半年	2014年全年
客户总数 (万户)	81,720	80,663
其中：4G客户 (万户)	18,966	9,006
3G客户 (万户)	21,482	24,575
MOU (分钟/户/月)	436	453
ARPU (人民币元/户/月)	62	61
平均每月每户手机上网流量 (MB/户/月)	278	155
总通话分钟数 (亿分钟)	21,110	42,939
移动数据流量 (亿MB)	10,840	11,329
短信使用量 (亿条)	2,887	6,114
平均每分钟语音业务收入 (人民币元)	0.066	0.072
平均月离网率	2.99%	3.13%

本文件中所包含的某些陈述可能被视为于修订的美国**1933**年证券法第二十七条**A**款和于修订的美国**1934**年证券交易法第二十一条**E**款所规定的「前瞻性的陈述」。这些前瞻性陈述涉及已知和未知的风险、不确定性以及其他因素，可能导致中国移动有限公司(「本公司」)的实际表现、财务状况或经营业绩与前瞻性陈述中所暗示的将来的表现、财务状况或经营业绩有重大的出入。关于上述风险、不确定性和其他因素的详细资料，请参见本公司最近报送美国证券交易委员会的**20-F**表年报和本公司呈报美国证券交易委员会的其他文件。