（上接A26版）

4、非经常性损益明细表

单位：百万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	2021年7-9月	2020年7-9月
持有交易性金融资产产生的公允价值变动收益	3,508	1,857	1,136	549
计入当期损益的政府补助	1,085	1,028	329	326
增值税进项税额加计抵减	2,597	1,569	1,252	433
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	66	198	22	61
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	77	99	22	33
处置长期股权投资产生的投资收益	-	137	-	137
非流动资产报废净损失	-382	-1,176	3	-62
其他营业外收支净额	1,098	924	461	335
小计	8,049	4,636	3,225	1,812
减：所得税影响数	-1,811	-1,006	-723	-365
归属于少数股东的非经常性损益	-34	-47	-13	-15
归属于母公司股东的非经常性损益	6,204	3,583	2,489	1,432

（二）2021年全年业绩预计信息

根据报告期内及报告期后的经营情况，公司对2021年度业绩进行了预计，预计2021年度营业收入约为8,448.77亿元至8,525.58亿元，同比增长幅度约为10%至11%；归属于母公司股东的净利润约为1,143.07亿元至1,164.64亿元，同比增长幅度约为6%至8%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约为1,072.85亿元至1,093.28亿元，同比增长幅度约为5%至7%。

相关财务数据为公司初步测算结果，未经审计机构审计，预计数不代表公司最终可实现收入和净利润，亦不构成公司盈利预测或业绩承诺。

第二节 本次发行概况

股票种类：	人民币普通股（A股）
每股面值：	根据《公司条例》第135条，公司本次发行的人民币普通股（A股）股票无面值
发行股数：	公司拟公开发行A股股份数量不超过845,700,000股，即不超过本次发行后公司已发行股份总数的3.97%（行使超额配售选择权之前），在符合法律法规及监管要求的前提下，公司可授权主承销商行使超额配售选择权，超额发售不超过本次发行A股股数（行使超额配售选择权之前）15%的A股股份。若公司在本次发行前发生送股、资本公积金转增股本、股票期权行权、回购等事项，则发行数量将作相应调整。本次发行采取全部发行A股新股的方式
每股发行价格：	人民币【 】元/股
发行后每股收益：	【 】元/股（按2020年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后已发行股份总数计算）
发行市盈率：	【 】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行前每股净资产：	55.81元/股（按截至2021年6月30日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前已发行股份总数计算）
发行后每股净资产：	【 】元/股（按截至2021年6月30日经审计的归属于母公司所有者权益和本次发行募集资金净额合计数除以本次发行后已发行股份总数计算）
发行市净率：	【 】倍（按照每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式：	采取网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或相关监管机构认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者配售）
发行对象：	符合资格的自然人和机构投资者（法律法规及公司需遵守的其他监管规则所禁止的投资者除外）
承销方式：	余额包销或监管机构认可的其他方式
预计募集资金总额：	【 】万元
预计募集资金净额：	【 】万元
发行费用概算：	本次发行费用总额为【 】万元，其中：保荐和承销费用按照实际募集资金总额的1.04%确定；律师费用1,846.88万元；审计验资费用4,136.00万元；用于本次发行相关的信息披露费用647.00万元；发行手续费用[1]不超过60.00万元（以上费用均含增值税，各项费用根据发行结果可能会有调整）
拟上市证券交易所：	上海证券交易所

[1]发行手续费用中暂未包含本次发行的印花税，将结合最终发行情况纳入发行手续费用。

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称	中国移动有限公司
英文名称	China Mobile Limited
已发行股份总数	20,475,482,897股
公司董事	杨杰、董昕、王宇航、李荣华、郑慕智、周文耀、姚建华、杨强
成立日期	1997年9月3日
中文注册地址	中国香港中环皇后大道中99号中环中心60楼
英文注册地址	60/F., The Center, 99 Queen's Road Central, Hong Kong, China
主要生产经营地址	中国北京市西城区金融大街29号
邮政编码	100033
联系电话	010-5399 2600
传真号码	010-5261 6047
互联网网址	www.chinamobileltd.com
电子信箱	zqswb@chinamobile.com
信息披露负责部门	证券事务部
信息披露境内代表	黄杰

二、发行人历史沿革情况

（一）发行人设立

1997年9月3日，经原对外贸易经济合作部批准，发行人根据《公司条例》在中国香港公司注册处完成注册，取得公司注册证书。发行人设立时的名称为“中国电信（香港）有限公司（China Telecom (Hong Kong) Limited）”，法定股本为10,000港元，由每股面值为0.10港元的100,000股股份组成，其中已发行股份总数为2股且相关股款已缴足。

发行人分别于2000年6月28日和2006年5月29日先后更名为“中国移动（香港）有限公司（China Mobile (Hong Kong) Limited）”和“中国移动有限公司（China Mobile Limited）”。

（二）设立时股东情况

发行人注册成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	中国移动BVI	1	50.00%
2	中国移动（香港）集团	1	50.00%
合计		2	100.00%

注：

1、中国移动BVI于1997年8月13日在英属维尔京群岛注册成立，设立时的名称为“中国电信香港（BVI）有限公司（China Telecom Hong Kong (BVI) Limited）”，并于2000年6月16日更名为“中国移动香港（BVI）有限公司（China Mobile Hong Kong (BVI) Limited）”；

2、中国移动（香港）集团于1996年10月10日在中国香港注册成立，设立时的名称为“中国电信（香港）有限公司（China Telecom (Hong Kong) Limited）”，并分别于1997年8月29日和2000年6月28日先后更名为“中国电信（香港）集团有限公司（China Telecom (Hong Kong) Group Limited）”和“中国移动（香港）集团有限公司（China Mobile (Hong Kong) Group Limited）”。

三、发行人的股本情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

本次发行前，公司已发行股份总数为20,475,482,897股，本次发行的股份数量不超过845,700,000股，不涉及现有股份的转换或出售。本次发行可以采用超额配售选择权，超额发售不超过本次发行A股股数（行使超额配售选择权之前）15%的A股股份。

关于股份流通限制和自愿锁定的安排参见本招股意向书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺及说明”之“（一）关于股份流通限制和自愿锁定的承诺”。

（二）持股数量及比例情况

1、本次发行前后的股本情况

本次发行前后公司的股本结构如下：

股东名称		本次发行前		本次发行后（行使超额配售选择权之前）		本次发行后（若全额行使超额配售选择权）	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
中国移动BVI		14,890,116,842	72.72%	14,890,116,842	69.84%	14,890,116,842	69.42%
其他股东	港股	5,585,366,055	27.28%	5,585,366,055	26.20%	5,585,366,055	26.04%
	A股	/	/	845,700,000	3.97%	972,555,000	4.53%
合计		20,475,482,897	100.00%	21,321,182,897	100.00%	21,448,037,897	100.00%

2、主要股东及其他股东持股情况

截至本招股意向书摘要签署日，中国移动BVI持有发行人14,890,116,842股股份，占公司已发行股份总数的72.72%。其他股东合计持有公司5,585,366,055股股份，占公司已发行股份总数的27.28%，其他股东中不存在单一股东持有发行人5%以上股份的情况。

3、发行人国有股份情况

根据《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委 财政部 证监会令第36号）和国务院国资委出具的《关于中国移动有限公司公开发行A股股份有关事项的批复》（国资产权〔2021〕257号），中国移动BVI的证券账户应标注“CS”标识。

4、本次发行前股东中的战略投资者情况

截至本招股意向书摘要签署日，发行人股东中不存在战略投资者。

（三）本次发行前主要股东间的关联关系及关联股东的持股比例

截至本招股意向书摘要签署日，除发行人控股股东中国移动BVI外，其他股东中不存在单一股东持有发行人5%以上股份的情况，主要股东之间不存在关联关系。

四、发行人业务情况

（一）公司主营业务

中国移动是全球领先的通信及信息服务企业，致力于为个人、家庭、政企、新兴市场提供全方位的通信及信息服务，是我国信息通信产业发展壮大的科技引领者和创新推动者。二十余年来，公司持续推进信息技术突破与应用，推动我国信息通信产业实现了“2G跟随、3G突破、4G同步、5G引领”的跨越式发展，建成了惠及全球五分之一人口的高速、移动、安全、泛在信息基础设施，业务覆盖全球200余个国家和地区，竭诚服务全国9.46亿移动客户、2.05亿家庭客户、1,553万政企客户。

一直以来，公司持续推进转型升级和创新发展，在语音、数据、宽带、专线、IDC、云计算、物联网等业务基础上，积极开拓数字经济新蓝海，不断推出超高清视频、视频彩铃、和彩云、移动认证、权益超市等个人数字内容与应用，拓展娱乐、教育、养老、安防等多样化智慧家庭运营服务，引领智慧城市、工业、交通、医疗等产业互联网DICT解决方案示范项目落地。进入5G时代，公司积极筑牢“新基建”根基，夯实千行百业数智化转型的关键基础；加速“新要素”运用，推动信息技术和数据的汇聚应用，为经济增长注入强劲动力；促进“新业态”繁荣，丰富拓展数字生活、生产、治理的信息服务，打造经济社会民生数智化转型升级的创新引擎。

面向未来，公司将进一步以信息技术的融合创新为基础，以基于规模的价值经营为抓手、以多元市场的全向发力为突破，全面推进信息服务融入百业、服务大众，为满足人民美好生活和推动社会全面进步作出更大贡献。

（二）主要产品及服务

公司已形成面向个人市场（C）、家庭市场（H）、政企市场（B）和新兴市场（N）的完整产品与服务体系，一站式满足各类用户的多元化需求。

1、个人市场主要产品服务

（1）通信服务

个人市场通信服务主要包括移动语音、短彩信、无线上网服务。移动语音服务支持用户在移动网络覆盖范围内拨打和接听移动电话，支持主叫显示、呼叫转移等增值服务，同时叠加“全国亲情网”服务可实现多个成员间国内语音互打免费；短彩信服务能够支持用户编辑和实时传送多种形式信息；无线上网服务是移动互联网的基础，为客户提供随时随地的互联网接入服务。

公司在境内所有31个省、自治区、直辖市以及香港特别行政区提供通信服务，并与全球200余个国家和地区合作开通国际漫游，能够满足用户在全球各地的移动通信需求。2021年1-6月，公司移动电话客户MOU为264.17分钟，点对点短信发送量为136.19亿条，手机上网客户DOU为11.95GB。

（2）信息服务

①和彩云

和彩云是公司面向个人及家庭场景的统一云产品，满足了用户各类数字资产如照片、视频、文档、通讯录、笔记、微信文件的云端存储、多端同步、智能管理、家庭共享等需求，具有安全智能不限速的特点。用户可在手机、电脑、电视等多个终端使用，支持自动备份手机资料、文件、图片等，笔记语音转写与实时转写，以及图片美化与智能识别生成相册。2021年6月，和彩云月活跃用户已达1.16亿户。

②移动认证

移动认证是基于运营商独有的网关取号和认证能力，使用户一键点击即可完成本机号码对APP或页面的登录、注册，省去记忆、输入账号密码的繁琐，让用户访问互联网时更便捷、更安全。截至2021年6月末，移动认证已接入应用2.57万个，日均认证次数达16.94亿次，月活跃用户达6.75亿户，已成为国内主流应用第三方登录服务行业第一，认证业务规模和用户规模亦为全球运营商行业第一。

③超级SIM

超级SIM产品是基于SIM卡内置的安全加密芯片和NFC能力，推出的一系列SIM卡应用，以“SIM+数字身份”“SIM+数字货币”“SIM+CA证书”“SIM+交通”“SIM+门禁”“SIM+车钥匙”等组合，使SIM卡成为用户随身携带的硬件级安全设备，满足用户随时随地进行线上安全转账、审批授权、电子签名等需求，可替代U盾、Ukey、车钥匙、门禁卡、公交卡等硬件，实现“一卡走天下”。

④139邮箱

139邮箱是公司提供的电子邮件业务，以手机号@139.com作为邮箱地址，方便易记，也可设置别名账号保护隐私。用户可通过WEB、H5、APP等多种方式随时随地收发邮件，实现“邮件一来，短信及时提醒”，并能够查询话费账单、收取电子发票，有效契合个人用户和企业用户的生活、办公全方位信息化服务。2021年6月，139邮箱月活跃用户达1.69亿户。

⑤和多号

和多号是基于运营商号码资源及通信能力，帮助用户在不换机、不换卡的情况下，便捷实现一张手机卡多个号码（最多可以申请3个副号），满足用户在陌生场景的隐私沟通需求，主要应用于网购、交友、买房、租房、快递等场景，可有效保护主号信息。截至2021年6月末，和多号月隐私保护服务人次达1.94亿。

⑥和留言

和留言是结合移动通信能力及智能语音技术，针对客户不便接听和漏接电话等情况，为客户提供语音留言、来电提醒和非实时信息交互服务，是传统呼转服务的升级产品。另外，和留言利用5G+AI技术提供对话式智能应答交互，致力于为商务人士、行业客户、AI时尚玩家提供视频可视化通信管理服务。截至2021年6月末，和留言用户规模达1.71亿户。

⑦权益超市

为满足用户日益增长的数字消费需求，公司充分发挥自身规模优势，打造平台经济模式，积极拓展权益合作，汇聚海量数字商品，建立了“权益超市”，为用户提供了覆盖线上线下消费场景的优质生态服务，重构满足各类使用场景的“通信业务+会员权益”新型产品，打造差异化会员运营。截至2021年6月末，权益超市已上线超360款数字商品，发展权益融合客户超1亿户。

除上述产品服务外，公司为个人市场用户提供国际信息通信服务、咪咕视频、音乐等数字内容服务、移动支付服务，相关情况参见本节之“四、发行人业务情况”之“（二）主要产品及服务”之“4、新兴市场主要产品服务”。

公司在个人市场拥有全球最大的用户规模，积累了丰富的运营经验，可快速、精准把握各类市场需求。通过“连接+应用+权益”融合发展的战略，公司通过多触点的渠道体系加强融合产品推广、升级三大品牌差异化运营，在提供高品质服务的同时，持续推出个人端的一系列特色产品应用，引领个人市场通信及信息消费升级。但公司个人客户中移动业务和固网业务的融合率较低，存量客户的保有压力较大，为后续的规模经营带来了更高的要求和挑战。

2、家庭市场主要产品服务

（1）通信服务

为满足家庭用户远程办公、远程教育、IPTV、视频点播和网络游戏等高速上网需求，公司通过光纤网络向家庭用户提供固定互联网接入服务，在满足家庭用户享受极速网络服务的同时，为用户构建了优质的一站式智慧家居体验。近年来，公司着力开展千兆宽带网络建设，为家庭用户提供大带宽、毫秒级超低时延的宽带体验，并为家庭用户提供“全千兆”整合解决方案。截至2021年6月末，公司家庭宽带客户达到2.05亿户，同比增长13.59%，家庭宽带客户规模居全球第一。同时，公司还为家庭用户提供智能固话、高清视频通话等其他通信服务。

（2）信息服务

①魔百和

公司基于家庭宽带网络，通过“魔百和”定制终端，为家庭用户提供以“魔百和”产品为家庭内容连接入口，集影视、娱乐、教育、健康、医疗等丰富的视频服务和其他增值服务为一体的交互式内容服务，并提供多屏互动的便捷体验，为家庭客户带来多样化、个性化、高清化的视觉效果和视听享受。截至2021年6月末，“魔百和”客户数达1.54亿户。

②家庭安防

为满足用户的家庭安防需求，公司为家庭用户提供包括智能摄像头、智能门锁、智能猫眼等家庭安防硬件，并配合视频云存储、异常告警通知等增值服务。面向城市使用场景，公司提供场景化家庭安防解决方案来保障家庭安全，满足家庭用户的高品质、智能化、全面性的安防需求；面向乡村使用场景，公司打造乡村安防一体化解决方案，一方面实现乡村公共安全视频监控覆盖，解决乡村安全问题，另一方面为外出务工居民提供远程看护服务。截至2021年6月末，家庭安防用户超1,400万户。

③智能组网

为有效提升家庭WiFi覆盖质量，满足客户家庭智能生活终端连接WiFi网络，公司为家庭用户提供基于以太组网设备、电力组网设备、PoE面板及室内WiFi评测、综合布线等技术的智能组网业务，为用户提供可靠的家庭有线及无线网络，实现优质的WiFi网络覆盖，保证用户工作、娱乐等上网体验，同时为数字家庭业务、智能设备联网和设备联动等方面提供稳定可靠的家庭网络基础。截至2021年6月末，智能组网用户超4,200万户。

④智能语音遥控

智能语音遥控是为“魔百和”用户提供全程智能语音交互的产品。用户能够通过语音控制机顶盒，实现智能化控制功能，为家庭用户提供优质视觉语音交互体验。截至2021年6月末，智能语音遥控用户超3,900万户。

公司在家庭市场拥有显著的规模优势，已成为国内市场客户规模最大的家庭宽带运营商和大屏内容服务提供商。公司以“千兆家宽、千兆WiFi、千兆5G、千兆应用、千兆服务”的“全千兆”策略为引领，通过多触点、广覆盖、融合化的渠道服务，全面推动智慧家庭服务升级。但作为家庭市场的后进入者，公司部分地区的家庭宽带份额尚未达到主导地位，部分地区宽带品质与同行业可比公司存在一定差距。

3、政企市场主要产品服务

（1）通信服务

①集团专线

集团专线是公司依托网络资源，为政企客户提供的高质量有线网络传输服务，满足客户数据传送、互联网访问等需求。截至2021年6月末，公司集团专线已架设超2,320万条，服务政企客户超701万家。

②集团短彩信

集团短彩信是为政企客户提供快速便捷地向个人用户发送信息的服务，满足客户企业通知、活动通知、民生服务等消息发布需求，并支持短信、彩信以及5G行业消息等类型。2020年，集团短信全年计费量达6,668.83亿条；2021年1-6月，集团短信计费量达3,239.08亿条。

③集团语音

集团语音是为政企客户提供的办公固话、呼叫中心等服务，满足日常办公、业务咨询、售后服务等场景的需求。集团语音具备总分机、短号互拨、呼叫转移、企业视频彩铃等功能，实现跨固话手机、跨区域免费互打，有效降低政企客户通信成本。同时，集团语音提供手机智能路由、云客服等呼叫中心功能，帮助政企客户打造智慧营销及客户服务综合接入门户。

④物联卡

物联卡是基于物联网专网提供的移动通信接入产品，为政企客户提供语音、短信、数据等服务。物联卡广泛使用于车联网、共享服务、智能抄表、金融支付、工业制造等行业场景，并为客户提供连接管理、API能力开放等智能服务，满足客户物联卡自主管理要求。截至2021年6月末，物联卡服务政企客户达27.3万家。

⑤5G专网

公司于2020年7月率先发布的5G专网产品，提供优享、专享、尊享三类网络服务模式，实现“网随业动、按需建网”。优享模式基于网络切片技术，为行业客户提供高速率、高隔离的专网体验；专享模式基于增强覆盖、边缘计算技术，满足行业客户低时延、高保密性等业务需求；尊享模式基于2.6GHz和4.9GHz双频协同，为行业客户建设高定制化、高安全性服务。公司5G专网运营平台能够满足客户“自运维、自服务、自开发”需求，为客户提供一站式、可视化运营体验。同时，公司5G专网创新BAF多量纲商业模式，支持针对行业客户需求的灵活定制。5G专网作为垂直行业基础应用，已在工厂、矿山、港口、医院等多场景应用，截至2021年6月末，累计落地项目达922个。

（2）信息服务

①移动云

移动云是面向政企客户需求提供的公有云产品体系，包括弹性计算、存储、云网一体等IaaS产品，数据库、中间件等PaaS产品，以及海量优质SaaS应用，并针对政务、金融、教育、医疗、互联网等不同行业的客户提供定制化解决方案。移动云在国内公有云服务市场排名逐年提升，2020年，公司移动云服务收入同比增速达353.83%；2021年1-6月，移动云服务收入同比增速达118.11%；收入增速领跑行业。

②IDC

IDC业务是公司为满足政府、互联网、金融等行业客户的高速互联网连接和设备托管等信息化需求，提供的主机托管、网络接入、增值服务及配套的新型基础设施服务。2020年，公司IDC业务收入162.39亿元，同比增长54.42%；2021年1-6月，IDC业务收入117.99亿元，同比增长27.02%；增速均领先行业平均水平。

③信息化应用产品

公司信息化应用产品是可面向通用行业推广、标准化程度高的产品，包括云视讯、和对讲、千里眼等。

云视讯面向远程党建、政务办公、同步课堂、云考场、远程医疗、远程招商、远程司法等应用场景提供高品质、专业级的视频会议服务，支持专业高清视频终端、手机、SIP电话等多种终端灵活接入。截至2021年6月末，云视讯高清会场数达15.1万个。

和对讲是融合集群调度和视频能力的公网对讲产品，面向政企客户提供无距离限制、安全可靠、低时延的超高清视频对讲服务，具备组织架构灵活管理、地图可视化调度、软硬终端互通、数据云化备份等优势。截至2021年6月末，和对讲服务企业数量达7.3万家，用户数突破168万。

千里眼是基于移动通信网络的视频监控产品，为客户提供基础监控、统一管理、智能应用等能力，可应用于综合治理、公共安全、食品安全、环境保护、疫情防护、应急救援等移动/固定监控场景中，助力社会治理效率提升。截至2021年6月末，千里眼行业视频监控路数已突破160万路，服务政企客户超过15万家。

④行业DICT解决方案

公司聚焦行业数字化转型痛点，整合终端、网络、平台以及场景化应用等能力，打造形态丰富、功能完备、具备市场竞争力的行业DICT解决方案，满足政企客户的定制化需求。

在智慧交通领域，公司依托5G专网、车路协同网打造了5G车路协同解决方案，为地方政府、高速建设及运营单位、公交运营公司、园区等客户提供智能网联示范区/测试场、智慧高速、智慧公交和网联无人车等行业应用，实现道路交通参与者之间的协同感知、决策控制和智能调度。公司已打造全国目前最大的5G车路协同示范区，并联合合作伙伴打造首款5G网联自动驾驶车。

在智慧教育领域，公司打造了5G智慧校园解决方案，满足教育主管部门和学校类客户的区域教学管理、校园安全监管、教育教学等管理教学需求，提供智慧教学、智慧管理、平安校园等6个典型应用场景。截至2021年6月末，公司5G智慧校园解决方案已服务学校超过2万所。

在智慧医疗领域，公司面向政府部门、各级医疗机构打造覆盖院内、院间、院外的全场景医疗服务一体化方案，实现优质医疗资源触手可及。客户可体验线上咨询和线下就医无缝衔接，享受便捷高效的服务。截至2021年6月末，公司累计服务全国超1万家医疗机构，开创全球首例5G远程人体手术、全球首次5G灾难医学救援等多项行业第一。

除此之外，公司面向工厂、矿山、电力、港航、智慧城市、文旅、媒体等十余个细分领域打造了一批行业DICT解决方案。公司推进5G+工业互联网深入生产制造环节，实现大规模数据采集、视觉质检、远程控制，助力工业企业数字化转型；面向矿山行业无人化、少人化要求，打造5G无人化采掘、5G无人矿卡作业、5G高清视频监控等解决方案，助力实现“无人矿山，透明矿山”；推动智能电网与5G技术融合，实现配电自动化，助力电网泛在互联；打造5G+智慧港口，形成5G港机远控、5G智能理货、5G无人水平运输等解决方案，助力港口理货的准确率及效率提升。

公司在政企市场加速信息技术融入千行百业，增长动能强劲。公司聚焦重点产品、重点行业，持续推进“网+云+DICT”融合发展，着力打造云网一体、云数融通、云智融合、云边协同的差异化优势，实现移动云和DICT收入增幅领先行业，推动5G垂直行业拓展保持行业领先。但作为政企市场的后进入者，公司部分区域公司的专线、IDC等基础资源类业务市场份额尚未达到主导地位，部分地区业务品质与同行业可比公司存在一定差距。

4、新兴市场主要产品服务

（1）国际业务

在国际信息通信服务方面，公司围绕个人、企业、境外运营商三大类客户，提供国际话音、短信、数据、互联网接入、数据中心、云网等产品服务。具体情况如下：

①个人市场

公司为个人客户提供包括国际数据、话音、短彩信、虚拟运营商、流量全球卡等全球及海外本地移动互联服务，以及覆盖机票酒店预订、翻译、汇率、旅游购物指南等一站式出行生活平台服务。

②企业市场

公司基于丰富的全球资源，为各行各业、跨境企业提供全面、优质的国际信息通信解决方案服务，包括云网融合、国际数据连接、数据中心、ICT解决方案、物联网解决方案等，服务全球千余家企业。

③境外运营商市场

公司为境外运营商客户提供一站式话音、短信、数据、物联网及专业服务，与466家运营商达成深度合作，联合27个电信行业领先伙伴开展“牵手计划”，覆盖全球超过30亿移动用户。

（2）数字内容

数字内容主要产品包括视频彩铃、咪咕视频、云VR/云AR、云游戏、咪咕音乐、咪咕阅读等，具体情况如下：

①视频彩铃

视频彩铃在用户拨通电话、等待接听时为主叫用户提供一段短视频内容。截至2021年6月末，视频彩铃订购用户规模达1.89亿户。

②咪咕视频

咪咕视频是面向互联网用户推出的综合类视频客户端产品，为用户提供海量的影视、综艺及顶级体育赛事直播等超高清视频直播、超高清视频点播及超高清视频回看等服务。2021年6月，咪咕视频全场景月活跃用户达2.42亿户。

③云VR/云AR

云VR即虚拟现实，是通过云计算技术，将视频、游戏等内容形态进行渲染，生成视频流媒体后借助5G高速率、低时延的网络特性，通过终端推送至用户。公司将AR真实+虚拟融合技术应用于文旅、文博、新零售行业，为用户提供现实环境中的物理和增强信息。

④云游戏

云游戏充分发挥5G网络、云计算能力，结合边缘计算和网络切片技术，为用户提供超大带宽、超低延迟的云游戏体验，实现了云端运行、无需下载、即点即玩的功能，创新提供云观战、云对战、云助战等游戏服务。2021年6月，云游戏全场景月活跃用户规模超4,800万户。

⑤咪咕音乐

咪咕音乐APP面向“音乐、通信、演艺”三大领域的广大音乐爱好者用户，打造全场景、沉浸式泛音乐平台，构建多场景音乐体验生态，提供千万级高品质正版曲库在线试听及下载、海量高清MV在线点播、每年超过500场演艺直播互动。2021年6月，咪咕音乐全场景月活跃用户达2.07亿户。

⑥咪咕阅读

咪咕阅读是集数字阅读内容和用户互动社区，打造线上线下一体化数字出版和实体出版融合沉浸式阅读和互动体验的平台，为用户提供内容消费、生产和互动服务，拥有近60万册正版图书和25万集有声内容。2021年6月，咪咕阅读全场景月活跃用户超7,800万户。

（3）和包支付

和包支付聚焦与用户生活密切相关的交通出行、车主服务、食堂消费、民生缴费等特色刚需场景，提供移动支付服务。和包出行支持公交、地铁、轮渡及部分出租车使用，实现一次开卡、全国通行，适用城市超330个；和包车主是向用户提供加油、充电、洗车等一站式服务的车主场景，用户支付便捷优惠；和包食堂是为政企、校园食堂提供的集智能支付、客户管理、精准营销于一体的解决方案；民生缴费为用户提供水电燃气生活缴费，使用户足不出户享受生活便捷。

（三）主要经营模式

1、采购模式

公司设立采购共享服务中心，统筹供应链发展规划、供应链体系建设和合规风险管理。共享服务中心负责一级集中采购与供应链专业化运营服务，着力提升采购效益与质量；公司下属单位设立采购部门，负责二级集中采购与下属单位供应链管理。

采购需求部门提交采购申请后，采购实施部门确认是否已有可执行的集中采购框架协议，如有且合同产品与份额可满足需求，则直接发起采购订单；如没有对应可执行的集中采购框架协议，则由采购部门发起采购流程，根据需求部门技术需要及市场情况分析确定采购方案，通过招标、比选等方式组织确定供应商并完成合同签署，以满足采购需求。

2、销售模式

公司通过实体渠道、线上渠道和人员直销渠道为客户提供各类通信及信息服务。

实体渠道即通过具有固定场所的营业服务网点为客户提供到店的销售和服务，目前公司拥有近33万家实体渠道。线上渠道即通过非接触的服务方式为客户提供服务，既包括10086热线、网上营业厅、手机APP等方式，也包括在众多大型互联网平台上开设的服务触点，线上渠道月均触达用户超5亿，提供7×24小时的便捷服务。直销渠道主要指通过公司授权认证的直销人员为客户提供一对一的销售服务，包括面向个人客户、家庭客户提供点对点或上门服务，也包括客户经理面向政企客户提供个性化的信息化解决方案服务。

公司各销售渠道的盈利模式（收入成本端情况）、业务流程、与客户的结算方式、相关资金流情况如下：

销售渠道		公司收入端	公司成本端	业务流程	与客户结算方式	资金流情况
实体渠道	线下自有门店	各渠道本身不直接产生收入，公司利用各渠道向客户提供各类服务，并作为业务推广入口	房租、水电和人工等	公司直接与客户对接，客户选择和购买公司提供的服务和产品后，由公司向客户提供相应的服务和产品	公司每月向客户发送账单，客户以预存或定期付费等方式结算	客户通过各类渠道以自身账户充值或支付。自有渠道方面，资金直接流入公司账户；社会渠道方面，大部分资金由客户直接向公司账户支付，少量客户向社会渠道支付款项，公司定期与社会渠道进行结算
	线下社会渠道		社会渠道费用等	客户在线下社会渠道门店选择和购买公司服务和产品后，由公司向客户提供相应的服务和产品，公司根据线下社会渠道业务完成及服务情况进行考核，并向其支付费用		
线上渠道	线上自有渠道		系统建设、人工等	客户通过公司在线渠道，自主选择、购买公司提供的服务或产品，选购完成后，公司向客户提供相应的服务或产品		客户通过各类渠道以自身账户充值或支付，相关资金直接进入公司账户，不存在通过线上社会渠道转结情形
	线上社会渠道		社会渠道费用等	客户通过公司合作的线上渠道自主选择、购买公司提供的服务或产品，选购完成后，公司向客户提供相应的服务或产品，公司按照对社会渠道的考核情况，向其支付费用		
人员直销渠道			人工等	由经公司授权认可的直销人员为个人或家庭客户提供上门服务，或面向政企市场客户推广销售政企产品，公司向客户提供相应的服务或产品	对于为个人或家庭市场客户提供的上门服务，根据服务内容进行结算；对于政企市场客户，与客户主要以合同约定方式直接结算	对于为个人或家庭市场客户提供的上门服务，由客户向公司账户支付；对于政企市场客户，主要由客户直接向公司账户支付，部分政企客户由政府部门、主管单位等统筹付款

对于个人和家庭业务，公司每月向客户发送账单，客户以预存或定期付费等方式结算并通过自身账户充值或支付，大部分资金直接进入公司账户。对于线下社会渠道，存在少量客户向社会渠道商支付，并在社会渠道商预存于公司款项金额范围内由社会渠道商转结的情形。对于政企业务，主要由政企客户直接向公司支付，部分政企客户由政府部门、主管单位等统筹付款，该等情况已于合同签订时明确约定或以出具函件等形式约定，具有合理性。

3、客服模式

公司拥有完整的线上线下服务能力，服务网点实现对全国市、县、乡镇全覆盖，10086客户服务中心为客户提供“一站式”热线服务，快速触达各类用户，及时响应各类需求。同时公司实施千人千面特色服务策略，推出老年客服热线人工“一键接入”、营业厅“爱心专席”等，给客户带来专属化、便捷化服务体验。为顺应消费行为线上化及非接触式服务趋势，公司建立了包含APP、微信、微博、短视频等多渠道的互联网服务体系，打通互联网与10086热线和线下网点的通路，实现“客户在哪、服务在哪”。

（四）行业竞争情况

1、通信服务领域

由于通信行业目前发展较为成熟且通信服务具有较高的经营资质壁垒，各国对于电信运营商资格的准入均有着较为严格的审核与管理，因此电信运营商市场的参与者较少，市场竞争格局相对稳定。随着我国通信体制改革的不断深入，国家通过分拆、重组等方式，逐步形成了中国移动、中国电信、中国联通三大市场主体，通信服务的市场化程度不断提高。

目前，中国移动是国内通信服务领域的主导运营商。移动通信方面，截至2021年6月末，公司的移动客户数为9.46亿户，市场份额为58.42%；其中，5G套餐客户数达2.51亿户，市场份额为50.63%。有线宽带方面，截至2021年6月末，公司的有线宽带客户数为2.26亿户，市场份额为47.01%。

2019年6月，中国广电获工业和信息化部颁发5G商用许可证，我国通信行业在5G时期将迈向新的格局。

2、信息服务领域

在数字产业化方面，云计算、IDC等市场发展迅速，竞争日益激烈。根据中国信通院数据，2020年我国云计算市场规模达2,091亿元，预计2025年将达到6,000亿元，其中以阿里巴巴（阿里云）、腾讯（腾讯云）、华为（华为云）为代表的科技公司处于行业领先地位，电信运营商近年来持续深入推进云化转型，市场排名和认可度不断提升。我国IDC市场主要由电信运营商主导，形成了基础电信运营商及众多第三方IDC厂商共同提供数据中心服务的市场格局，根据中国信通院数据，2020年我国IDC市场规模约为1,168亿元，到“十四五”末有望超过4,000亿元。

在产业数字化方面，数字化服务融合创新不断深化，市场竞争逐步从单一产品服务竞争向更高形态的通用平台与生态系统竞争演变。由于产业数字化正处于快速推广阶段，且产业体系涉及软硬件、感知和传输、平台、计算机应用等多个领域，市场参与者众多，市场集中度相对较低。电信运营商、通信设备商、互联网公司和垂直行业企业正在加大力度整合资源，围绕产业生态主导权展开竞争。电信运营商发挥全网资源和运营能力优势，拓展云、数据平台等关键业务；领先互联网公司发挥技术能力优势，卡位云、人工智能等专业平台；通信设备商依托较强的软硬件集成研发和定制能力优势，延伸至云网端全栈服务；垂直行业企业拥有更加深刻的行业理解和积淀优势，分行业提供一站式数字化服务。

（五）公司的行业地位

1、通信服务领域

公司是中国最大的电信运营商，亦是全球网络和客户规模最大、盈利能力领先、市值排名位居前列的世界级电信运营商。根据ITU统计数据，截至2020年末全球移动客户数和有线宽带客户数约为81.52亿户和11.78亿户，公司的移动客户数和有线宽带客户数均位列全球电信运营商第一，市场份额分别约为11.56%和17.83%。

2020年，公司营业收入为7,680.70亿元，净利润为1,081.34亿元；2021年1-6月，公司营业收入为4,436.47亿元，净利润为591.86亿元；截至2021年6月末，公司移动客户数为9.46亿户，国内市场份额为58.42%，有线宽带客户数为2.26亿户，国内市场份额为47.01%；营业收入、净利润和客户规模均排名国内第一。公司牢牢把握5G发展机遇，积极开拓数字经济新蓝海，截至2021年6月末，5G套餐客户数达到2.51亿户，规模居全球第一。

2、信息服务领域

在云计算业务方面，公司近年来“云改”效果显著，移动云业务市场认可度不断提升。根据IDC咨询报告，移动云在2021年第一季度中国公有云IaaS+PaaS服务中位列第九。2020年，公司移动云业务收入达到91.72亿元，同比增长353.83%；2021年1-6月移动云业务收入达到97.21亿元，同比增长118.11%。

在IDC业务方面，2020年公司IDC业务收入达到162.39亿元，同比增长54.42%；2021年1-6月IDC业务收入达到117.99亿元，同比增长27.02%。公司IDC资源主要分布于京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等重点区域，服务众多互联网企业、政府客户、金融客户等。

面向产业数字化，公司坚持“网+云+DICT”融合发展，推进5G+AICDE融合创新，聚焦18个细分行业累计打造200个集团级龙头示范项目和超4,000个5G垂直行业项目，提升千行百业网络化、数字化、智能化水平。在工业和信息化部第三届“绽放杯”5G应用