

证券代码：600941

证券简称：中国移动

中国移动有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☒媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	大公报、中国新闻社、阿思达克财经新闻(AASTOCKS)、明报、国际日报、信报财经等机构共 23 人
时间	2025 年 8 月 7 日 17：00-18：00
地点	中国香港
上市公司接待人员姓名	中国移动执行董事兼董事长杨杰、执行董事兼首席执行官何飏、执行董事王利民、执行董事兼财务总监李荣华、副总经理张冬、副总经理陈怀达
投资者关系活动主要内容介绍	1. 公司如何看待本次中期业绩？对全年及中长期有何展望？ 上半年，面对复杂多变的外部环境，公司发展稳中有进。一是主要业绩指标稳健增长，归母净利润同比增长 5.0%，净利润率、EBITDA 率、年化 ROE 等指标同比提升。二是转型效果不断显现，数字化转型收入占比突破 1/3。三是发展质量不断提升，中高端客户价值保拓率达 102%。四是公司价值进一步显现，市值实现良好增长。 同时，公司发展仍面临压力和挑战，上半年通信服务收入同比增长 0.7%，增速放缓，营运收入、移动 ARPU、现金流同比下降。主要原因包括以下几方面：一是传统通信需求渐趋饱和，人口红利渐趋消退，国内移动电话普及率达 127 部/百人，客户上网时长、DOU 增速进入平稳期（客户平均上网时长约 5 小时/天）。二是新型信息服务还在培育和发展之中，新业务市场空间广阔，业务增长快，上半年 AI 直接收入高速增长，

	但规模体量仍较小，创收创利能力仍需培育。三是市场竞争比较激烈。四是有效需求仍不足，上半年国内市场手机整体出货量同比下降，客户的平均换机周期不断拉长。五是公司更加注重高质量发展，追求有利润的收入、有现金流的收入。六是高基数基础上持续增长的难度加大。 公司对未来发展充满信心，一是国家宏观经济回升向好，国家制定出台一系列更加积极有为的宏观政策，推动国民经济稳中向好；二是 AI 带来行业发展新机遇；三是公司具备良好的发展基础，战略明晰、策略有效、执行有力。2025 年业绩指引为，努力实现全年收入稳健增长，利润良好增长。未来两到三年，发展机遇与挑战并存，公司将坚持稳中求进，力争实现收入、利润良好增长。公司将紧扣“一二二五”战略实施思路，锚定“世界一流信息服务科技创新公司”发展定位，全面实施“三大计划”，持续推进“三个深化”，着力落实“三大任务”，更加注重三个方面，一是更加注重转变发展方式，加速动能转换；二是更加注重转型升级；三是更加注重锻造高品质的产品及服务。 2. 上半年公司个人市场收入及移动 ARPU 有所下降，看到公司指引全年个人市场收入企稳回升，请问将如何实现这一目标？ 当前，传统通信服务已进入存量运营时代，中国移动坚持强化行业自律，坚持高质量、可持续发展。公司将加快构建基于细分市场、细分客户、细分场景、细分需求的运营体系，持续深化基于规模的价值经营。 下半年，公司将围绕进一步提升客户思维和运营思维开展“四个三”工作：一是满足客户的“三类价值”。广泛汇聚智能硬件、数字内容、生活服务等跨行业、跨领域的优质资源，打造数智生活商城，从单纯的通信服务向长流程、多环节、全生态的信息服务拓展。围绕“连接+应用+权益+硬件”，推动
--	---

	产品的灵活封装、自由组合、精准推送，为客户提供一站式解决方案，满足客户的功能价值、体验价值和情绪价值。二是推行“三大回馈计划”，即全球通升级计划、网龄成长计划和移动爱家计划。全球通升级计划围绕“权益、服务、网络、保障、身份”五个维度提升全球通客户的尊享感。网龄成长计划以客户网龄体系为主线，推出“网龄成长礼”“网龄生日礼”“网龄惊喜礼”。移动爱家计划围绕“爱与AI”，开展“1+5+3”家庭融合运营，即“1站式管理”全家通信消费；与家人“共享5类资源”，包括语音流量共享、家庭设备共享、群组业务共享、应用共享、权益共享；与亲友同享“3重回馈”，推出“欢迎礼”“爱家礼”“聚会礼”等回馈。三是运营模式进行“三个度”升级，即提升客户的知晓度、参与度、满意度。四是推行“三个一”服务举措，即一套客户服务承诺、一个服务监督平台、一个大服务体系。 3. 看到公司在 2025 年世界人工智能大会上发布了“灵犀 2.0 智能体”，请问公司在 AI 方面的投资计划？ “AI+”行动计划是公司“三大计划”之一，近两年公司不断加大 AI 方面的投资。2025 年 AI 直接投资规模和占比预计进一步提升，投资结构方面，推理侧的投资将增加。 公司在 2024 年 10 月中国移动全球合作伙伴大会首次发布“灵犀 1.0 智能体”，可向用户提供贯通通信、办公、康养、教育、生活、娱乐等多场景的 AI 服务。近期，公司推出“灵犀 2.0 智能体”，围绕技术、入口、场景实现“三个升级”，技术升级方面，基于自研 MoMA 智能决策引擎，升级多智能体协同架构；入口升级方面，聚焦多种硬件承载，构建立体化入口矩阵；场景升级方面，构建覆盖“出行、办公、生活、家庭”的多维服务矩阵。目前，已在家庭泛屏、5G 消息、中国移动 APP 等多个触点面向用户开放服务，月活跃用户突破 6,000 万。 4. 请问公司 AI 直接收入的规模和来源？
--	--

	公司积极推动产品和服务嵌入 AI，具体 AI 收入较难准确拆分。公司 AI 直接收入模式有以下几种：一是 AI 即服务，二是垂直行业解决方案（AI+DICT），例如为中国石油打造的昆仑大模型，三是数据服务和标注，四是 AI 标准化产品。 5. 近期公司进一步收购了香港宽频股权，请问公司未来在香港地区的业务有何布局？ 公司要约收购香港宽频交易已于 8 月 1 日达成要约实施的全部先决条件，8 月 6 日，公司已正式启动要约工作，目前各项工作正在有序推进，具体情况可查阅相关公告。公司将严格按照监管要求，依法合规开展经营，同时，将进一步加强协同运营，为香港广大客户提供更优质的通信和信息服务。
附件清单（如有）	
日期	2025 年 8 月 7 日