

业绩表现重点

回顾此一财政年度，DiGi 维持了令人刮目相看的业绩表现。集团自 2000 年财政年度取得首次盈利后，已经奠下了数项新里程碑。流动线路订户空前神速的成长率，有力地将集团营业额提高，稳健成长率比上一财政年度增加了 38%。集团的流动线路订户人数，在今年的 3 月份，已经突破了 100 万名的纪录；杰出的成绩来自创新的预付 (prepaid) 和后付 (postpaid) 领域。过去一年内，每一季皆出现的积极、持续改善之成果，亦要归功于降低的利率费用，以及流动服务和国际传送的上升需求。

尽管市场中充斥着同行的竞争，DiGi 的各种流动线路服务，依然取得极佳的反应，以致每一个月份皆出现持续的净增长数字。集团经已成功的掌握预付领域的强势地位，并在它开创的这个市场内稳占领导人的位置。预付领域的用户人数在过去一年由上一年度稳固的基础，平稳上升。

集团在流动线路用户中亦写下辉煌纪录的，是后付的优惠配套在本财政年度的第二季推出的 DiGi Mobile One。顺着这项革新产品的攻势，奠定了 DiGi 成为大马革命型省钱配套开山鼻祖的地位；此一打破收费规律的创新产品，完全迎合顾客各自不同的使用方法和生活方式。迄今，DiGi Mobile One 销量不断刷新纪录，也应归功于其极度创新以吸引高档市场领域的策略。

新进的流动互联网服务 djuiice™ 让使用者享有自行配置本身手机、进入自己喜爱内容的 WAP (无线应用通讯协定) 弹性自由。这个令人振奋兼多面化的入口网站，反映了 DiGi 为用户推出各种有切身关系兼便捷的产品和服务。DiGi 的 djuiice™ 以其“开放庭园”的概念，已经在流动互联网市场内掀起了热潮；这项科技，让所有流动线路服务平台 (即包括其它通讯系统的用户，登入使用这项服务；此举为集团再创下另一个“首创”的纪录。更甚的是 djuiice™ 流动互联网的入口网站，也能成为其它高附加值流动服务的平台，其中包括各种流动商务的项目。



尽管环球讯号发送业务的趋势向来是起伏不定且竞争激烈，集团的国际传送服务 (International Carrier Services) 却依然取得值得表扬的成长率。DiGi 的国际拨电卡 (International Calling Card) 或称为 chatz，是一项方便且节省用费的产品，已经广泛被市场接受，并且在目标顾客群中，取得超凡的反应，为本财政年度，带来了一笔可观的收益。

在固定线路网络方面，自巴生谷城都进接网络 (KVMAN) 竣工起，改善的服务品质，使订户人数激增。营运部在 2001 财政年度第三季所奠下的另一个新里程碑，则是推出互联网进接服务，称为 iDiGi，目前受惠于此新服务的，是巴生河流域特定地区的订户。

DiGi 创新的动力焦点，依然集中在用户的喜好上，因此，希望透过各种非传统的管道，让用户享有更多产品和服务的便利。除了目前设在各加油站、零售商店及购物中心的 e-pay 终端机之外，集团亦在过去的一年内，领先开发与本地金融机构合作的策略联盟。DiGi 亦率先于今年 3 月份，与马银行 (Maybank) 集团合作，让 DiGi Prepaid Plus 的用户，能透过马银行的自动提款机 (ATM) 网络，便利无比地购买他们所需要的加额回本。另外，与 7-11 便利连锁店签约的事项，亦在安排之中；到了 2001 年 8 月下旬，全国的 DiGi 用户将可以在此 24 小时营业的商店，购买他们的 DiGi Prepaid Plus 和 chatz 电话卡。透过确认及设定此类伙伴关系，集团有能力锁定特有的市场领域，并将增值服务介绍给企业和商业用户，最终提升本身的每用户平均收益 (ARPU)，并相对的减低流失率。

作为大马电子通讯领域的主要业者，DiGi 本身商业使命最重要的一环，就是推出有高度附加值的产品和服务，以迎合个人在通讯、衔接和取得资讯上的需求。DiGi 的产品和服务，皆是以用户生活型态的需求为目标，为他们提供便捷的途径。由过去一年所出现的订户增长率，可以证明这个做法已经选对了方向。

迄今，DiGi 的用户总数，出现高达 70% 的明显的成长率。这个积极的上升趋势，使 DiGi 不但保持了它在大马电子通讯业的领袖地位，也让它顺理成章登上领域权威的宝座。

营运重点

流动线路服务

回顾过去一年，我们看到了市场的竞争日益白热化，各家电子通讯公司纷纷以强调客户为重心的策略，招徕流动线路的订户。DiGi 的市场策略，大体上的重心，仍然集中在提升品牌认知度、开发相关及革新的产品和服务，以及确认并加速建立非传统的分销管道这几方面，以巩固市场占有率。因此，为了打响品牌和面市产品的知名度，DiGi 进行了一系列的宣传活动和运动。内容由增加全国各个策略地段的广告牌数量，到与精彩的品牌成立联盟关系等；后者就如 DiGi 与 ntv 7 的伙伴关系，双方联手引进了超高收视率的龟牌节目【谁想成为百万富翁】(“Who Wants to be a Millionaire”)。此外，集团的 Better-than-Ever 运动，亦在本财政年度中推出，宗旨在于建立 DiGi 扩张网络涵盖范围的信誉，同时亦开拓提升品牌知名度的机会。在国际漫游 (International Roaming) 方面，集团大幅度扩展服务，让用户无论是出国旅游或公干，皆能享有更广泛的线路涵盖范围。回顾的这一年，我们目睹 DiGi 的漫游伙伴，已经增加到 70 个国家的 99 家服务商，而这个数字，将会在集团增加漫游伙伴的决策下，不断上升。



DiGi Mobile One

以客为尊的产品和服务,经得起时间的考验。DiGi 遵循此一策略,秉持高度回应及实际的姿态,为用户实践承诺,推出能长期节省金钱的相关服务。这个理念的成果,可能正好用一个成功的故事来比喻 DiGi Mobile One,即一项经过谨慎规划的电话配套,分别称为 One Premier, One Power 和 One Friends,是特别针对轻量、中量和重量级电话使用者的生活型态需求而设的。

刚于本2001财政年度第二季推出的 DiGi Mobile One 如此成功,是有赖于其勇于放弃“放诸四海皆准”的传统市场观念即电话收费乃依据拨电者身处地区,而非其使用电话的模式;DiGi Mobile One 破天荒的单一收费方式,摒弃了地域的标准,让用户在享受诸如国际直拨(IDD)、国际漫游、互动讯息、流动银行服务,及流动互联网服务之外,亦能自由选择收费计划。

集团将继续关注创新的配套服务。首要的例子可举企业流动办公室配套(Corporate Mobile Office Package)用户只需拥有一部手机、一部个人数码助理(PDA),就足以构成全面流动办公室方案的一部份。集团依然在这方面付出的努力,将有助于紧抓高价值的特有市场(如企业领域),以便将每用户平均收益维持在健康的水平。

DiGi Prepaid Plus

在预付领域激烈的竞争环境下,DiGi 依旧保持其明显的强势自进军此一领域以来就掌握的市场领导人地位。尽管失去了极小百分比的市场占有率,DiGi Prepaid Plus 仍然是市场领先的品种。此一领域在本年度,取得骄人的73%订户成长率,成了流动线路商务成长的主宰因素。

集团在过去一年内,于印刷和电子媒体实施的凌厉广告策略,已经为品牌竖立了响亮的知名度。现在,DiGi 的名字,就等于是革新与时尚。这项有利的市场信念,促使 DiGi Prepaid Plus 用户人数持续成长;藉此,品牌的高尚定位,也占领了年轻、时尚市场的大部份领域。令人鼓舞的成长趋势,也归功于市场对于预付概念普遍接受的态度。

善用品牌已经建立起来的知名度,集团推出了一系列巩固品牌高尚形像的活动。在过去一年内,以上努力的内容,包括了与环球名牌建立策略伙伴关系,以开发各种创新产品和服务,例如:与可口可乐、MTV 和 Sony Music 联手推出的特别版加额固本和SIM(用户识别模式)配套。DiGi 也适时将其品牌与本地及国际演艺圈联系,提供附加娱乐价值的服务,如 Bardot 和 Moffats 组合,以及热门电影“X-Men”、“特警新人类”和“Tomb Raider”等。

秉持着“联系着您的世界”的格言,集团继续为顾客寻找更快、更便捷的加额方式替代途径;为此,DiGi 在众多的伙伴关系中,首创与各个领先的金融机构连系与马银行集团合作,让使用预付服务的用户,可以在全国的马银行自动提款机进行加额。这一项创新概念,以及在上一财政年度开发的 e-pay 系统,皆反映了要在预付领域取胜的必备条件关注消费者所需要的便利。



流动互联网 - djuice™

DiGi在2001财政年度第三季推出的流动互联网服务djuice™,以及推介前的宣传攻势,已经在市场上掀起了浪潮。djuice™超群的品牌定位,加上其有冲劲、可调制及个人化的功能,形成了此服务一个独有的卖点,并且能向用户保证有选择个人喜好内容的自由。其实,这项服务可以透过WAP、STK(用户识别应用发展工具)、甚至是SMS(短讯服务)的平台登入,为集团划下另一个“第一”的纪录;DiGi也是大马首家让手机上没有WAP功能的用户,也能享有此服务乐趣的商家。

djuice™已在市场内靠着不少有效的促销途径,打出了知名度,并且吸引了更多用户使用此项服务。促销活动包括平面广告、电视和电台的广告;“djuice™-Mania”巡回活动也在全国各主要城市,俘虏了不少满意客户的心。

能改善使用者生活品味的 djuice™,是经过严谨构思的产品,充份反映了DiGi 誓要呈献有意义及贴身相关服务,并且为用户的使用经验添加价值的承诺。还有, djuice™在支援流动电影订票服务中,亦扮演着重重要的角色此服务是集团首个让用户能向特定丹绒电影城(Golden Screen Cinemas)实际订购入场券的流动商务内容。自2001财政年度第三季推出以来, djuice™使用者的增长率就稳健上升,证明了它在市场中迅速受宠和实质的功能。



国际服务

回顾这一年，尽管有新进场的应用服务供应商(ASP)及原有的国内和国际传讯商，DiGi的国际传送服务，依然取得了值得赞扬的表现。

市场上目前已经产生了一种新类型的业者，即ASP，他们懂得将较低成本的应用科技如VoIP(网上语音协定)及包裹交换设备纳入运作，利用VoIP科技，进攻批发型业务。批发业务目前出现的竞争，处于动摇不定的局面；它同时也改变着国际语音交流的步伐。

此外，在2001财政年度中，许多国家的会计率仍继承盘旋而下的趋势，有些甚至出现50%的跌幅。结算率也达到了最低点，导致一部份业者(尤其是处在第二线的营运者)体会到情况越来越难套利，逐渐因为利润率下跌而走上停业的道路。竞争趋热，服务营运者开始察觉有必要制造交易量，进而维持收益水平。

在对应这一点上，DiGi早已备妥一个刺激更多拨外拨IDD的线路交通互动策略，可以用来代替国内终止和转换的交通。要增加线路的交通流量和收益，先前采用的策略之成效，就添加了额外的力量；它们包括：

- 建立更多直接路线/附载波的电路
- 增加中枢骨干和躯干的能力，以应付上升的线路交通贸易
- 施网络管理系统及数据仓储，改进效率，并支援中转商务。

其它运作方面的重点包括集团与其它海外来往传送商建立的新电路，使用的电缆系统包括亚太电缆网络(APCN)、中美电缆、东南亚-中东-西欧电缆网络(SMW-3)；善用这一些元素，让直接往来通讯的次数增加，进而提供额外优质的直接电路设备。

DiGi亦会将目前透过国际通讯卫星机构(INTELSAT)开发的一部份电路，转移到电缆上。此一投资，将有助于减低运作费用；即是不必再租用卫星转发器而节省成本。

在2000年11月份，额外的一套Ericsson AXE-10国际交换设备，正式投入系统服务，大幅度提升了我们的交换功能。此外，通讯流量的实质上升，促成了新(4+1) ECI 360B模式的数据版路多元应用器(DCME)设备的安装与配置，新设备是与ISC-2连接。目前，载送IDD讯息的终端机(系统)共有三个。

另外值得一提的，就是市场对于国际拨电卡(ICC)或chatz卡的热烈反应。孩子负笈海外的家长、外籍雇员，以及中小型企业等企业客户，皆认为此卡是即方便又省钱。在2001财政年度内，单由ICC系统取得的收益，就高达1710万零吉。

固定网路服务

Equal Access

过去的一年，对集团的Equal Access服务和DiGi Access而言，是相当鼓舞的。这一年的销售焦点，主要集中在家庭订户，而80%的火力，将瞄准大马家庭。DiGi Access有超过50%的用户是分布于中马区；而Equal Access则在国内其它地区开拓了广泛的用户网络。此外，集团亦推出鼓励用户以更低的单一收费率，多拨海外或IDD电话的收费配套One Rate，以及DiGi Access“Holiday on 186”竞赛，鼓励用户继续使用我们的服务。

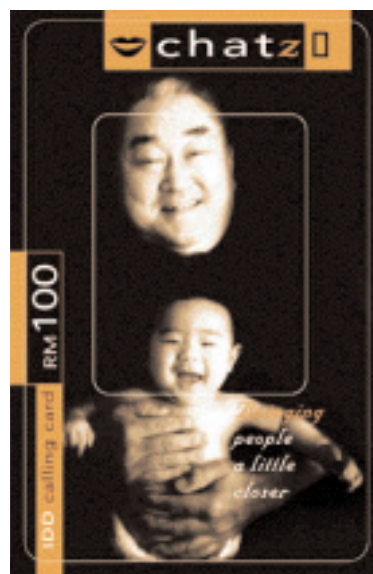
透过创新的DiGi Access服务配套，为培养强烈顾客忠诚度所付出的努力，最终让DiGi理所当然地再次成为家庭及企业用户所偏好的全能服务商，为他们提供完整的方案。

固定线路服务

过去的一年内，来自固定电路服务的收益，出现健康的上升趋势，比上一年增长了33%。理想的业绩主要归功于在KVMAN竣工后所提升的品质。此KVMAN系统有更高的信赖度和线路品质，而且能媲美微波科技；后者是为了巩固网络功能而于今年安装。这一些衡量点，除了在2001财政年度内加深顾客的市场信心外，也明显改善DiGi固定线路的顺应能力。

互联网服务

在2001财政年度第四季，1DiGi的推出，让集团正式登陆互联网服务市场，为巴生河流域的个人及商家，提供高附加值的互联网上网服务，以及免费使用电子邮箱。秉持以客为尊的焦点，集团开发了一套吸引人的收费率，让用户享有普通电话费以外的免费服务；集团亦为用户提供一个站点介面，让用户可以更快连系上网。



顾客服务

在过去的一年内，顾客服务部面对了数项挑战。首先，是拨电次数激增，再者则是新产品之数目打破纪录。DiGi 顾客服务队伍是由几个核心单位组成，即 DiGi 中心营运 (DiGi Centre Operations)、顾客关怀单位 (Customer Care Unit)、顾客关系 (CRM) 和品质程序及训练 (QPT)，各单位凭实力同心克服难题，达成 DiGi 为客户提供顶级服务的使命。

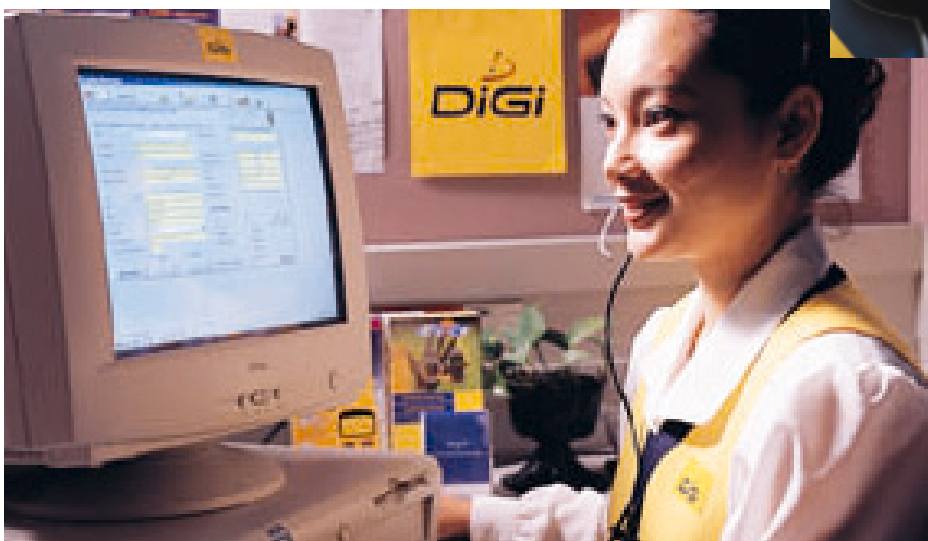
过去一年内，集团为了要替所有接触层面提供持续、个性化的服务，并且不断提升服务水准而执行了数项计划。在 2000 年 11 月份前，全国的 DiGi 中心，皆已安装了间接衡量服务水准的 QMS 300 型排队管理系统；而 DiGi 中心值得赞扬的重点，就是其表现超越了预先设定的服务标准。为了增加顾客的方便，设在 KL Plaza 的 DiGi 中心，经已把每一天的营业时间延长到晚上 9 时正，每周 7 天。在同一地点也附设一个互联网柜台，方便顾客使用。

集团在去年 10 月份推出能接待所有来电，并支援中心职员互动语音回应 (IVR) 系统，是属于提升拨电中心 (Call Centre) 运作的一项投资。除此之外，则是为加强彼此沟通而设置的拨电中心内部互联网，强烈反应了 DiGi 要达到更高服务效率的求好心志。

透过品质程序与训练单位所规定的品质控制措施，集团有信心维持及提升其居高的服务水准；该小组必须确保运作程序在开发、纪录和执行方面，达到最高的水准。定期的服务程序遵守度审核，以及检视设有既定标准的服务表现，使 QPT 小组能成功找出表现方面的缺陷，并且执行相关的更正行动。小组让前线服务人员事先熟悉详细的营运和系统程序资料，在大体上，已经把服务表现的标准向前推前了一步。

集团亦欣然发现，新近成立的顾客关系管理单位，已经在这一年内成功地确认、吸引、保留和开发有利的客户关系，并被托付以在企业内推广顾客关系管理的责任。在去年 8 月份推出首个 CRM 计划开始，该单位已积极地盯紧着顾客的趋势。此综合专业小组成员包括公司的资讯工艺、行销、市场、顾客服务和财政部的主要代表。小组所付出的心血，已经奠下了几个纪律上的里程碑，例如：施行数据库 (Datamart)，即是顾客资料的储藏库；开发商业智能系统 (Business Intelligence System)，支援终端用户进入提取资料；以及最明显的成就 成立 CRM 预测系统，用来分析、定型并预测顾客的行为。此外，成功地执行了针对最高流失风险顾客群的“领航主动保留运动 (Pilot Proactive Retention Campaigns)”；小组也达成了使命，即减低不稳定性，并提高用户在使用期和每用户平均收益上的终生价值。

在竞争日益激烈的环境中，顾客服务组面临的挑战是：顾客所期望的个人化和目标化服务，必须是和他们的生活型态、喜好和行为息息相关的。这促使此部门未来策略的方向，积极朝着提供卓越服务迈进，并且将推广一个由精英实力所驱动的工作环境，确保顾客服务永远处在巅峰姿态。



未来计划

与目前所有的商业动机一样，DiGi 未来的服务，将扎实地建立在以客为尊的实际基础上，创新和改革的项目，必须能为顾客要求甚高的生活型态添加价值，改善他们的生活、工作和娱乐方式。纵然挑战和领域竞争是十分严苛且日益激烈，DiGi 却也因此学会在推出的产品和服务中，保持高度主动的姿态；而且在预测顾客变换迅速的需求时，反应要快。五年来，DiGi 已经成了业界一个响亮的名字，并且在司业中奠定了权威的地位。这一些，再加上 DiGi 要建立全面整合服务商形象的长程志原，加强了它要旗下核心业务持续成长的目标；而且将不断把未来的各种任务，做到最出色。

因此，集团将继续在增加每用户平均收益方面努力，认定高价值的顾客群，并且为特有市场领域(如高档的企业和专业领域)准备吸引人心的优惠产品。在推出一连串诸如 WAP 等突围型应用模式后，集团将踏足提供 WAP 等相关生活品质的领域，进而准备在未来推介更多有创意的革新流动商务优惠，如 GPRS (通用分组无线业务) 和第三代 (3G) 科技。

集团了解，将网络功能优化，是向顾客提供一流服务品质的关键因素；因此，已经增加了扩充涵盖范围和品质的资金；并且寻求可靠资源，专注于在东西马各市场中心、高速公路、城市地区及旅游胜地等范围，赋予用户更清晰的声音传送、更容易提取的线路，更少中断的通话。作为以上投资计划的一部份，集团本年度已经和 Ericsson 签署的一份发展原有的网络，以及提供及执行 GPRS 科技的合约。

在新知识经济的浪潮中，服务供应商经常面对的挑战，是如何改革各种实用兼高价值的服务，以便迎合他们顾客对于便捷和多面化，不断改变的要求。身为一家严谨、全面整合的服务供应商，DiGi 坐拥的美誉，是能及时辨明世界级水准的内容供应商，并开发策略型双赢的互惠伙伴关系。雅虎亚洲 (Yahoo! As1a) 就是这些策略型联盟的一个例子，它为 DiGi 以数据为主的流动互联网服务，供应量身定制的内容。DiGi 伙伴关系的另一个焦点，是集中在娱乐或生活品味的名牌上，例如亚洲 MTV 节目。这一些联盟，使 DiGi 在提供生活品味最新动向的同时，也可以为顾客呈献优质的娱乐服务。

DiGi 将继续开拓新式与非传统的分销售道，把革新的优惠介绍给全国的用户。因此，集团毅然与数家金融机构成立伙伴关系，推广 DiGi 旗下的产品和服务；并且也为现有的用户，提供以自动提款卡和信用卡，替预付卡进行加额的便利。集团许下了承诺，要扩充银行业务伙伴的名单，以便为全国用户开创更广泛的加额地点。开发诸如如此的便利供选择，引发顾客的信心和忠诚度，也是 DiGi 成功减低流失风险的主要因素。事实上，电子银行及电子通讯在这种环境下汇聚，反映了一个规范的变更，在永无止境的科技世界中，明显加强了 DiGi 的竞争能力。

The freedom to now roam in China.

From the people who connect you to 61 networks across 41 countries and still growing.

Be it for business or leisure, DiGi now keeps you connected when you're in China. 21 provinces to be exact, including Beijing, Shanghai, even Tibet. It's just one of the many benefits you'll enjoy as we continue to expand our International Roaming service. And one reason why our subscribers GSM network is fast becoming the choice of Malaysia. For more information, visit our website, call, drop in or any authorized dealer. Tel: 03-221-2211.

Australia, Austria, Bahrain, Brunei, Cambodia, Cyprus, Denmark, Egypt, Estonia, Fiji, Finland, France, Germany, Gibraltar, Greece, Hong Kong, Hungary, Iceland, India, Indonesia, Ireland, Italy, Latvia, Luxembourg, Mauritius, Netherlands, Norway, Philippines, Poland, Portugal, Romania, Russia, Singapore, South Africa, Spain, Slovenia, Switzerland, Taiwan, Thailand, Turkey, Ukraine, United Kingdom, USA. * MEDIUM WORLD SATELLITE SERVICE also available.

DiGi
connecting you to your world

展望

集团对于市场给予其现有和企划中产品的反应，以及领域的前景，依然保持积极的态度。消费者一旦对于流动电话的益处作出回应，革新功能的产品和便利的服务的需求，就会上升。因此，DiGi 深信，聆听顾客需求、为他们献上贴近他们生活型态之产品和服务的这项承诺，将是带领集团迈入多变未来的有效策略。

大马的电子通讯业在经济复苏的环境下，出现明显的鼓舞成长率，而且在长时期会按规律成长。在政府推动知识经济下出现的特殊市场，是业界光明前途的一个清楚指标。业界不得不面对成长率无法突破预测中极限的挑战时，显得更为振作；很明显的，DiGi 流动线路和互联网的成长潜能，将无可限量。当流动线路领域将继续作为成长的掌舵因素时，集团相信，策略性的近程和远程计划，一旦安排就绪，其核心业务就将出现成长和积极的发展局面。

重要的是，凭着所有蓄势特发的网络计划，DiGi 确定其顾客群在下一个财政年度，将不断出现实质成长与奠定新里程碑的纪录。深知本身的营运策略，将能在网络涵盖范围、网络品质和增值服务方面，加强 DiGi 的品牌定位，DiGi 有信心能在先前被忽略的领域中，吸引更多高素质顾客。这份信心，加上更广泛使用的增值服务，不单止带来更高的每用户平均收益，也会相对减低流失率。