

責任溝通

中國聯通建立了依據利益相關方期望，並結合社會責任實質性議題，持續開展針對性溝通工作的社會責任溝通機制。

實質性議題	利益相關方	溝通方式	對中國聯通的期望
加強內部管理， 實現公司健康穩定發展	股東	<ul style="list-style-type: none"> 業績披露會 股東大會 投資者交流會 	<ul style="list-style-type: none"> 及時透明的信息獲取 長期穩定的投資收益 公司治理與風險管控 守法與廉潔運營
	政府	<ul style="list-style-type: none"> 見面溝通 會議 	<ul style="list-style-type: none"> 公平的市場競爭秩序 提高效率降低成本 網絡信息安全
	社會公眾及媒體	<ul style="list-style-type: none"> 電話、座談會 互聯網溝通方式 	<ul style="list-style-type: none"> 及時瞭解公司信息 與公司進行信息互動
夯實履責基礎， 鑄造綠色安全通暢的領先網絡	客戶	<ul style="list-style-type: none"> 服務熱線 微博微信 NPS(淨推薦值)調查 	<ul style="list-style-type: none"> 高速流暢的網絡 隨時隨地暢通的網絡 安全健康的網絡環境 個人信息安全保密
消除數字鴻溝， 讓農民享受無異於城市的服務	邊遠地區客戶	<ul style="list-style-type: none"> 訪談 活動 	<ul style="list-style-type: none"> 邊遠地區高質量的網絡 豐富的涉農信息化應用 方便的信息服務渠道
提升服務能力， 打造豐富實惠放心的滿意服務	客戶	<ul style="list-style-type: none"> NPS調查 深度訪談 會議 客戶活動 	<ul style="list-style-type: none"> 提高生活品質的新業務 優惠透明的資費政策 便捷高效的服務渠道 有效的售後服務保障
堅持以人為本， 培育企業與員工雙贏的命運共同體	員工	<ul style="list-style-type: none"> 員工座談 職工代表大會 民主生活會 總經理在線 	<ul style="list-style-type: none"> 合法權益受到保障 培訓與職業發展空間 參與民主管理的機會 困難時刻得到幫扶 舒心安全的工作環境
推進合作者管理， 建設合作共贏的責任供應鏈	合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> 合作夥伴大會 會議、訪談 合作方自服務門戶 	<ul style="list-style-type: none"> 廣闊的合作領域 公平公開的合作機會 豐富便捷的支撐服務
	同業者	<ul style="list-style-type: none"> 見面溝通 會議 	<ul style="list-style-type: none"> 資源互補能力提升 節約成本效率提高
	客戶	<ul style="list-style-type: none"> 訪談、熱線 	<ul style="list-style-type: none"> 推動合作夥伴履責
綠色低碳發展， 貢獻和諧共生的生態文明	生態環境	—	<ul style="list-style-type: none"> 公司運營綠色環保 循環利用減少污染
投身公益慈善， 共同建設美好家園	社區	<ul style="list-style-type: none"> 會議 座談 駐村幫扶 	<ul style="list-style-type: none"> 持續有效的捐贈 加大扶貧與援助 開展公益志願活動
促進自主創新管理， 推動公司可持續發展	所有相關方	<ul style="list-style-type: none"> 會議 訪談 微博微信 	<ul style="list-style-type: none"> 適應互聯網的商業模式 適應市場的管理體系 創新前瞻的通信技術

訪談利益相關方

為深入瞭解利益相關方對公司的感受和期望，面對面傾聽內外部各方對公司的要求和意見，中國聯通開展貫穿集團公司、省分公司、直至一線網格的實地訪談，對包括各級管理者和員工、退休幹部、營業廳用戶、集團客戶、供應商、代理商及業務合作夥伴等利益相關方開展訪談317場，訪談人數1,285人。公司調研工作組與訪談對象就公司產品、服務、品牌等領域表現良好和需要提升的問題進行了深入交流，還對中國聯通如何更好適應市場競爭與滿足客戶需要，以及未來的發展方向進行了探討。



在營業廳訪談聯通客戶



與代理商及業務合作夥伴座談

開展公眾互動

2016年，公司廣泛開展公共宣傳和新媒體互動，不斷加大與社會公眾的溝通聯絡，呈現一個更加開放的中國聯通。

- 舉辦智能終端產業鏈合作峰會、國乒冠軍見面會、中國國際信息通信展等七項大型新聞宣傳活動。全年對外發佈新聞通稿96篇，組織新聞發佈和媒體採訪15次，組織記者241人次參與公司新聞報導，所發佈新聞被媒體轉載達7,585篇次；
- 中國聯通官方微博發佈的重大新聞和相關話題創造了2.98億次閱讀量，榮獲國資委2016年度「中國企業最具影響力新媒體賬號」、「中央企業最具影響力新媒體賬號」獎，30次榮獲央企微博影響力周榜排行第一名。



2016年人民郵電報社駐中國聯通系統
先進記者站和先進記者表彰



中國聯通獲得「最具影響力500強企業新媒獎」、
「最具影響力央企新媒獎」

西藏聯通為提升客戶感知，多渠道收集客戶意見與建議。一是邀請客戶參與「上網首選沃，眾籌齊解決」活動，評估在網絡、渠道、套餐流量方面的使用情況，共收集有效問卷54份；二是開展覆蓋全區七地市的電話回訪調研，測評客戶滿意度、收集客戶意見，累計外呼2,538戶，回訪508戶；三是開展「手網廳體驗對比」、「發票獲取驗證」等14項感知體驗，為公司進一步優化服務積累了第一手數據。