



# 開放合作 打造共贏產業生態



深化友商合作	40
構築產業生態圈	40
攜手互聯網企業	41



## 開放合作 打造共贏產業生態

開放合作是激發企業創新活力，帶動產業發展的重要動力。中國聯通秉承「合作、開放、共贏」的理念，與產業各方協同發展。2017年，中國聯通深化友商合作，資源共享，促進產業良性發展；與產業鏈各方合作創新，打造繁榮共贏的產業生態；攜手冬奧，共同創造智慧未來。

### 2017年採取的措施

- 與中國電信在資源、終端等領域深度合作，固定資產投資和運營成本大幅節約。
- 推動設備供應商、終端供應商、社會渠道商、虛擬運營商、社會化合作企業等產業鏈企業協同發展，履行社會責任。
- 深入推進與互聯網企業的合作，推出2I2C項目40餘個，產品95款，打造出特權中心。

### 2018年將採取的行動

- 繼續推動與中國電信的資源、終端、業務合作項目落地實施，共同促進產業健康發展。
- 進一步加強產業鏈合作，借助更廣泛的互聯網合作觸點，為用戶提供更加優惠的通信產品及更優質的網絡服務。
- 繼續與互聯網公司深度合作，面向青年、學生等人群，加大力度推出大流量、低資費的互聯網專屬產品。

## 深化友商合作

2017年中國聯通繼續推進與中國電信的深入合作，牢固樹立並貫徹落實新發展理念，深入推進供給側機構性改革，持續提升電信基礎設施共建共享水平。本著「合作共贏、共同發展」的原則，積極推動行業內兄弟企業間在資源、創新等領域的優勢互補、深度合作，形成發展的協同效應。同時，面向產業鏈，以開放的心態，在技術、業務、資源、資本等諸多領域擴大合作，構建良性的產業生態圈。

#### 兩年合作累計形成

- 室外合作基站 3.9 萬個
- 室內合作樓宇 3.8 萬棟

#### 2017年傳輸網合作

- 共享桿路 4,474 桿程公里
- 共建管道 451 管程公里
- 共享光纖 7,495 芯公里
- 共建光纜 1,580 皮長公里

- 聯合推廣全網通終端
- 推動全網通成為國際標準
- 六模全網通終端市場佔有率達到81%，累計銷售3.32億台



- 協同下調互聯網專線標準資費
- 共同開展中小企業提速行動
- 共同清理大帶寬違規轉接
- 建立互不惡性競爭機制
- 推動行業自律，保護產業鏈健康發展

2017年3月31日，中國聯通與中國電信在北京舉辦了「落實提速降費 推廣六模全網通終端行動發佈會」，聯合發佈了推廣六模全網通終端的五大行動舉措。雙方在終端標準協同、終端產品上市、全渠道合作推廣、產業共識宣傳等方面發出倡議、採取行動。

## 構築產業生態圈

### 設備供應商合作

中國聯通致力於產業鏈夥伴共同履行社會責任，推行「陽光採購」、「綠色採購」。中國聯通電子商城供應商1.9萬家，商品約25萬個，交易額265億元，在國資委組織的中央企業物資採購工作管理對標活動中，獲得第二名。

- 建設統一運營電子商務平台，實現採購全生命週期管理和全環節公開透明，全電子化的「陽光採購」、「綠色採購」，做到規範、價低、透明。
- 將平台與供應鏈系統對接，推行電子商城訂單評價，進行履約後評估管理，加強及時結算管理及風險預警。
- 推行「互聯網+採購」，推廣使用電子招投標和訂單交易系統，提交採購效率。
- 實施集中採購降低採購成本，涉及產品數量371種，集采總額佔比81%。

### 終端供應商合作

2017年，中國聯通推行集團、省分兩級終端多供應商合作模式，為供應商提供更多參與機會。通過公開招募、聯合評選，合作供應商超過百家，合作智能終端超過700款，非手機類智能新型產品500餘款，全年銷量近千萬台。同時，中國聯通加強終端供應商社會責任要求，力爭為用戶帶來更豐富的終端品類、更實惠的產品價格、更好的終端服務。

- 舉辦兩次全國眾籌，促進產業鏈上下游扁平交易，實施「換機計劃」和「造星計劃」，滿足全網用戶4G換機需求。
- 服務2G手機用戶，眾籌200-999元超惠手機，聚焦10個品牌、近20個款型，資源對賭，專屬合作，帶動產業鏈跟進。
- 推出以舊換新、金融分期、手機保險等服務，降低用戶換機門檻，促進產業綠色、健康發展。
- 創新模式，以終端為載體，以OS及APP為觸點，以流量(業務)經營為核心，構建合作生態。

2017年，中國聯通在重慶召開「2017年智能終端產業鏈全生態戰略合作峰會」，正式發佈「產業鏈合作計劃」。此次峰會共吸引參會單位1500家，參展產品500款，4G終端交易量達6100萬台。

### 社會渠道商合作

2017年，中國聯通與17萬社會渠道商開展合作。以國美、蘇寧、迪信通、樂語等戰略渠道為重點，建立戰略渠道「准入、分級、評價、退出」運營管理流程，構建「分星分級」運營管理體系。全面升級華為、金立、OPPO、ViVO等終端銷售渠道合作，深化開展會員運營。為更好保護社會渠道代理商的合法利益，中國聯通迭代開發渠道集中管理系統，進一步提高代理商渠道費用支付效率。

上海聯通與全家超市(在上海有1200家店面)開展積分互通、聯名會員、門店合作、寬帶WiFi、大數據聯合營銷等數據、生活、娛樂一體化合作，創造業界典範效應。

### 虛擬運營商合作

中國聯通高度重視移動轉售試點工作，積極扶持轉售企業發展。2017年與31家企業合作開展轉售業務，在196個地市開展試點。截至2017年底，中國聯通轉售用戶數達到4492萬，市場份額73%，得到監管機構和社會各界的廣泛認可。

### 網絡社會化合作

中國聯通積極推行寬帶社會化合作建設，聯合民間資本共同促進產業發展。截至2017年底，社會化合作端口建設超過2800萬，佔全部寬帶端口數的14%。針對移動網絡資源匱乏地區，探索開展移動網絡建設的社會化合作，並同步進行運營機制改革，已在雲南、江西、四川地區試點推進工作方案。

雲南聯通在保山、怒江、紅河、昭通、曲靖、楚雄、普洱七個州市，推行移動業務社會化合作項目，計劃引入建設投資約12億，按業務收入年增長20%，五年內將實現業務合作區域聯通收入的扭虧為盈。

## 攜手互聯網企業

2017年，中國聯通與騰訊、阿里、百度、滴滴、網易等35家互聯網公司合作推出騰訊王卡、滴滴王卡、百度聖卡等2I2C項目40餘個，產品95款，手機營業廳APP月活躍用戶超過5000萬。

中國聯通與騰訊合作推出騰訊王卡，滿足特定消費群體的流量需求，大幅讓利，用戶人均月使用流量達12GB，但費用不足購買一杯咖啡的價格(19元)，深受歡迎。

2017年5月，中國聯通與阿里釘釘聯合推出「釘釘+智能辦公電話+釘釘卡」的智能移動辦公解決方案，幫助中小企業進入雲和移動時代。截至2017年11月底共發展釘釘卡超過百萬戶。

中國聯通上線特權中心，引入騰訊視頻、京東、攜程、滴滴、ofo、知乎等24家合作夥伴，滿足用戶在視頻、生活、金融、出行等方面的需求。