

謀發展

數字改善人民生活品質

共享數字發展紅利
匠心精神服務冬奧
急難險重暢通無阻
深耕社區公益事業



謀發展，數字改善人民生活品質

信息基礎建設的發展和數字技術的迭代創新，讓人民群眾有更多獲得感、幸福感、安全感。中國聯通肩負網絡強國使命，依托高質量信息通信基礎設施，不斷豐富通信產品和服務內涵，大力提升網絡質量和客戶體驗，致力於提升國家整體信息技術發展水平，為客戶提供滿意的優質通信服務，讓更多的消費者共享技術進步的紅利，獲得更優的業務感知體驗。

2020年採取的措施

- 以「創享有溫度的智慧生活」為定位方向，啟動品牌煥新工程。
- 加快推進智慧家庭產品，推出5G消息、視頻彩鈴、手機管家等創新產品，滿足人民高品質生活需求。
- 持續推進提速降費，企業客戶寬帶和互聯網專線平均資費再降低超15%。
- 克服極寒、疫情帶來的重大挑戰，匠心做好冬奧網絡建設，保證網絡按時就緒。
- 有效應對1998年以來最重汛情，全網平穩運行，人員零傷亡。
- 積極開展志願服務活動，開展對外公益捐贈，用心回饋社會。

2021年將採取的行動

- 研發生態創新產品，豐富產品矩陣，構建智慧家庭、數字娛樂家庭生態圈。
- 構建「1+N+1」服務體系總體目標，打造高品質服務。
- 通過推廣5G系列套餐，存量加快遷轉5G暢越套餐，為用戶帶來更多實惠。
- 打造完備的冬奧通信保障體系，以5G賦能智慧冬奧，為落實「簡約、安全、精彩」辦賽要求貢獻力量。
- 優化通信保障應急預案，提前開展隱患排查，組織應急演練。
- 積極參與各種公益活動，打造志願者服務品牌。

共享數字發展紅利

中國聯通秉承創新、共享的理念，不斷探索創新模式和手段，推進產品、渠道、品牌、資費、服務水平再上新台階，努力推動全社會共享數字經濟發展紅利。

啟動品牌煥新工程

中國聯通高度重視品牌在企業發展中的引領作用和價值，全面啟動品牌煥新工程，讓中國聯通的中國如意結，成為所有人共同的「幸福結」「創新結」和「智慧結」，聯通五湖四海、千家萬戶、千行百業，用全新的姿態擁抱智慧未來。

加強品牌管理規範

中國聯通構建獨有的品牌戰略，優化品牌定位、構建品牌戰略模型，制定中國聯通品牌建設及管理的相關制度規範，從VI視覺系統、品牌架構、品牌打造、品牌平台、品牌檢測等方面進一步規範，完善品牌管理體系。

塑造品牌內涵

中國聯通煥新品牌定位於「創享有溫度的智慧生活」，塑造人性化的、有溫度的、接地氣的、具有人文精神的世界一流央企品牌，為廣大消費者創造高價值服務，為行業客戶提供發展新動能，與合作夥伴共同打造相互促進的生態系統。



中國聯通品牌標語



5Gⁿ品牌

防範虛假宣傳

公司嚴格遵守廣告法以及相關法律法規，認真梳理互聯網服務宣傳內容，規範套餐營銷活動宣傳用語，確保宣傳內容規範準確。持續優化宣傳用語，將套餐中饋贈條件如實告知用戶，向消費者提供潛在風險警示，提升用戶對產品及服務的理解。

- 套餐資費、促銷活動中，不設置不合理條件限制客戶選擇套餐；如涉及饋贈條件，採取可靠方式提醒客戶了解相關約定。
- 融合套餐資費公示中，獨立的業務、產品，須有相應單業務、產品同時在售並公示。
- 套餐和營銷活動的宣傳用語規範文明，內容準確符合時代特色，不片面誇大賣點、混淆資費優惠幅度，不刻意製作吸引眼球、引起客戶誤解的宣傳內容。

為給客戶打造一個全場景立體化高速率的上網環境，中國聯通率先打出三千兆概念，與央、衛視，互聯網等媒體合作，並在微博及抖音開展「兆這樣生活」話題活動。推出首個運營商行業小遊戲貼紙項目「我就是三千兆之王」抖音挑戰賽，榮獲第九屆社會化營銷金蜜蜂獎。



「千兆5G、千兆寬帶、千兆Wi-Fi」為5Gⁿ數字生活新生態增色添彩

為在疫情期間推動乒乓球運動的普及和發展，舉辦「乒乓在沃」線上挑戰賽，開展「挑戰顛球王」等線上系列賽，累計參與人數63萬，活動瀏覽量達2.1億次，獲得北京奧運城市發展促進會授予「深受大眾喜愛的線上體育文化活動」獎項。



邀請國家乒乓球隊員助力開發首款國乒盲盒

創新產品智能體驗

中國聯通堅持創新是高質量發展的驅動力，通過產品全生命週期穿透管理，建立自有產品優先推廣機制，以及公眾創新產品分級分類管理機制，聚焦消費升級領域，實現產品創新，為用戶提供更加智能的生活體驗。中國聯通服務的用戶總數達4.4億，移動出賬用戶達到3.06億戶，4G用戶達到2.7億戶，固網寬帶用戶達到8610萬戶。融合業務在固網寬帶用戶中的滲透率達到64%，同比提升5個百分點。

打造行業領先的「跨域」能力

為滿足人民群眾因人口流動所產生的異地服務需求，依托IT集約化優勢，行業內首次提供全種類跨域服務，並首次推出業務量實時共享跨域融合產品，截至12月底，跨域服務全國累計受理量近1000萬筆。

打造大流量APP豐富生活服務

以通信服務為基礎，匯聚內外部流量，打造綜合生活服務類大流量APP，構建智慧生活、智慧通信、智慧娛樂三大生態，為人民群眾帶來更多的生活便利。通過重構積分運營模式，實現由單邊的通信積分兌換，轉變為雙邊的互聯網化積分生態模式，大流量APP吸引月活用戶數達到9215.9萬戶，提高26.9%，深受客戶喜愛。

升級智慧家庭互聯網產品

持續完善「1+4+X」智慧家庭產品體系，推進「沃家電視、沃家組網、沃家固話、沃家神眼」等核心業務規模化發展，推出5G消息、視頻彩鈴、手機管家等創新產品，不斷滿足用戶「高清視頻、智能組網、安防監控、AI智能語音」等豐富的家庭應用需求。協調產業鏈各方力量，促進智慧家庭產品生態建立與發展，為用戶提供更加智能、溫暖的家庭生活服務。

沃家神眼

- 在湖南、河南、安徽等地應用於本地公安雪亮工程平台、綜治平台。
- 在重慶、黑龍江、北京、山東等地應用於疫情區域、重點人群集中監控。
- 在河北保定應用於幼兒園監控，在黑龍江、吉林等地應用於對養老院老人關愛。

持續提升客戶口碑

中國聯通開展端到端客戶體驗管理，建立智慧客服服務體系，打造服務體驗品牌，強化全量問題閉環運營，促進透明消費，實現服務感知及服務水平持續提升。

客戶體驗更貼心

公司將客戶體驗管理深度融入生產運營各環節，持續優化業務規則和流程，建立產品經理負責制，不斷提升產品和服務質量。

- 建立端到端全場景全生命周期的實時體驗評價體系，實現以客戶聲音評價服務質量，以客戶聲音推動企業流程變革和服務轉型。

- 打造智能、集約、一站式智慧客服服務體系，並依托全互聯網化、智能化手段，打造「全場景服務地圖」，實現服務觸點「線上線下協同一體化」的生產交付能力，熱線智能化服務覆蓋71%。

- 推廣寬帶裝移機和修障服務預約機制，裝維服務預約率達到75%以上。

- 疫情期間，全國客服線員工以強大的責任擔當，保障熱線7*24小時不間斷服務。

- 榮獲中國最佳客戶聯絡中心與卓越客戶體驗評選組委會頒發的2020年(第十三屆)「金音獎」中國最佳客戶聯絡中心大數據應用獎。

客戶服務更便捷

面向用戶和一線營銷人員進行週期性問卷調查，建立產品評價制度和一線人員反饋評價體系，不斷改善服務水平。

- 優化cBSS2.0融合業務簡易受理功能，縮短用戶等待時長；推進「非營業廳電子免填單」，增強線上渠道業務辦理合規性，提高辦理效率。

- 在6省創新試點「電子身份認證」，打造全國一點發證、線上線下渠道用證能力，為用戶提供便捷的服務。

- 開通移網、固網非正常狀態用戶手／網廳、「綠色通道」免登錄便捷交費，讓「交費」服務更便捷。

- 優化移網「掛失／解掛」業務管理，加強解掛業務認證安全性，讓掛失服務更便捷的同時，降低客戶財產損失風險，更好保障客戶權益。

攜號轉網更惠民

中國聯通始終堅守攜號轉網惠民服務的初心，全面規範攜號轉網服務，嚴格遵守「九不得」、「攜轉五個禁止」，持續提升攜轉客戶體驗，着力實現攜號轉網服務運營平穩、客戶申訴穩步下降、客戶認可度不斷提升、服務質量持續向好發展。

- 參與攜號轉網交互規範修訂、監管平台技術標準研究制定等標準化工作。

- 持續加強一線窗口服務人員培訓，做到服務有態度、回答有專業水準，為客戶提供滿意的攜號轉網服務。

- 推出異地攜號入網服務，讓客戶隨時隨地辦理攜入，攜入後與本網客戶一樣，可享受20餘種異地服務和業務量實時共享的異地融合產品。

江蘇聯通用「專業、活力、認真、貼心」詮釋智慧服務，實現省內全量工單統一運營，全面實現熱線滿意度和投訴滿意度雙提升。



客戶口碑更可靠

公司保持與客戶密切溝通，全面提升客戶服務品牌認知度，正向牽引用戶傳遞正能量。

- 通過短視頻傳播與直播互動，豐富客戶服務觸點，全年共製作推出**3376**條視頻，中國聯通客服抖音、B站規模央企第一，快手行業第一。

- **2020年NPS**客戶口碑滿意度整體趨勢向好，移網年度自改善提升**5.5**分，寬帶提升**7.6**分。其中移網網絡年度同比提升明顯，自改善提升**9.5**分；業務NPS自改善提升**1.2**分，保持行業領先優勢；服務NPS呈上升趨勢，自改善提升**15.3**分。工信部綜合滿意度提升至**81.32**分，同比提升**0.21**分，是三家運營商中唯一正向提升的一家。

服務質量更良好

中國聯通堅持問題導向，深化客戶投訴問題運營全流程、全渠道、全場景的統一和規範管理，強化全量問題閉環運營，加強前置授權解決，暢通投訴渠道，啟動投訴客戶滿意度回訪，實現員工側問題常態化運營，全年跟進運營**83**個聚類重點問題，驗證解決**49**個。

- **2020年**工信部申訴下降**35.2%**，降幅行業第一。
- 暢通**10010**等投訴渠道，公司總部渠道解決率提升**21.7pp**，滿意度提升**13.1pp**。

規範消費更透明

中國聯通認真貫徹《中華人民共和國消費者權益保護法》等有關保護客戶權益的法律法規，嚴格規範計費收費行為，保護客戶消費服務知情權，加強對消費者進行產品和服務的知識普及。

- 組織各省級分公司梳理在售套餐，規範資費清單式公示，並在營業廳、手廳、網廳設置展示專區。
- 持續優化免填單模板，確保服務內容及時間期限明確告知客戶，保障客戶明白消費。
- 線上手廳線下營業廳相結合，傳統媒體和互聯網新媒體結合，及時、真實、準確、通俗易懂地向消費者宣傳各類產品、服務的信息。
- 嚴格禁止捆綁銷售、擅自變更客戶套餐等違規營銷動作，嚴肅處罰未經客戶同意確認開通、試用、更改、訂制業務的行為。

線上線下渠道融合

中國聯通持續推進渠道模式轉型，通過輕觸點重中台、線上線下一體化、異業生態化合作等舉措，提高線上線下一體化運營能力，打造智慧、開放、融合的渠道生態體系。

加速線上線下一體化體驗升級

中國聯通借助大數據等智能化手段，以敏捷的供應鏈為保障，依托智能中台，加強自有渠道與合作渠道、線上與線下的協同運營能力，持續打造數字化**OMO**（線上線下融合）渠道體系。

- 以大流量APP為抓手，整合內外部資源，匯聚內外部流量，並通過雲店、直播、掃碼叫號等方式，實現線上線下資源共享，推進營業廳數字化運營。
- 打造雲店線上線下一體化能力，提供紅包領取、在線分期（新用戶）、省倉一鍵代發、終端銷售、到店引流、手廳及企業微信嵌入等能力支撐，並啟動與支付寶、美團等頭部APP的觸點合作，全國**31**省自營業廳累計開通雲店**1.3**萬家。
- 提升數字化能力，優化調整實體渠道佈局，整合行銷工具，首批試點省分已完成行銷工具集體換裝，數字化獲客佔比由**38.2%**提升至**52.1%**。

推動線上互聯網化服務升級

緊隨用戶需求，加快線上渠道發展，為用戶提供更便捷的線上服務體驗。

- 夯實與頭部互聯網公司合作，拓展輕成本高效益的輕觸點。
- 打造引流平台，通過產品創新、頭部觸點合作、渠道協同等措施，快速拓展合作資源，開拓本地引流新格局；打造差異化權益包產品，聯合多平台頭部網紅直播，並強化政企實體線上協同，活躍觸點達**1800**個。
- 推進營業廳全面數字化運營，通過直播營銷活動提高渠道效能。**2020**年初，中國聯通直播體驗營首期開班，首批「星主播」火種散佈各省，助力疫情防控、精準扶貧、產業合作等，助力宣傳**5G**新終端、新技術、新應用、新權益。千廳萬店直播累計**2.2**萬場。

為滿足客戶對權益產品的個性化需求，各省級分公司聯手合作方深度打造具有區域差異化的權益包產品，已上線上海守望先鋒、廣東三國殺、省點花、北京團油卡等**2B2C**異業合作項目。



甘肅聯通「星主播」選拔

自有營業廳效能升級

從客戶視角出發，推進營業廳數字化轉型，全面提升營業廳運營效能，為客戶提供更貼心的營業廳服務體驗。

- 為充分保護消費者知情權，製作在售產品白皮書，開通線上公示欄，展示在售產品的套餐資費、服務內容、時間期限、促銷等相關信息。
- 定期組織5G知識、智能手機科普等主題小課堂活動，讓客戶現場感受產品，普及行業知識。
- 圍繞農村、校園、社區和商圈四大場景，迭代拓展異業輕觸點，打造微生態圈，累計建設微生態圈超過2萬個。

天津聯通運用大流量APP智能化手段，實現營業廳智能預警、預約叫號等應用，為客戶帶來數字化的服務體驗。

深入推進提速降費

中國聯通認真貫徹落實國家提速降費工作部署，成立專項領導小組，通過增加套內資源、降低套外單價、推出優惠套餐等舉措，使移動網絡流量單價進一步下降。重點聚焦受疫情影響較大的中小企業和製造企業，以提速惠企、組合優惠為主要舉措，推動降低企業生產經營成本，企業客戶寬帶和互聯網專線平均資費再降低超15%。進一步滿足消費者訴求，加快高質量發展步伐，促進數字經濟發展和信息消費升級。

看提速：

千兆5G **更暢爽** 讓消費者用得上

固網寬帶平均下載速率提升約 **8** 倍

建成超 **38** 萬個5G基站

「三千兆時代」**觸手可及**

看降費：

大幅讓利 **更實惠** 讓消費者用得起

五年間移動網絡流量平均資費降幅超 **95%**

2020年度企業寬帶降幅超 **15%**

惠及建檔立卡貧困戶 **194.7** 萬戶

看服務：

創新服務 **更貼心** 讓消費者用得好

綜合滿意度 **全年改善**

溫情推出 **跨域服務** 與跨域產品

發揮信息化優勢打造 **惠企平台**

關愛助殘助老行動

中國聯通真誠關心關愛社會殘障人士、孤寡老人等弱勢群體，通過技術創新、無障礙環境建設、資費優惠等舉措，滿足個性化服務需求，提供無差別服務。

- 完善無障礙環境建設，開通綠色通道，打造專屬台席，為視力、聽力、言語殘疾人群提供優先服務，為攜帶導盲犬進入營業廳辦理業務提供便利。

- 針對不同的特殊人群，提供資費優惠、專家服務、專屬服務設施等服務。
- 為促進聽障人士信息無障礙溝通，積極推動信息通信及AI技術創新，面向全國2000萬的聽障人群推出暢聽王卡，獲評中國殘聯「2020信息無障礙十大精品案例」。
- 面向老年群體提供孝心卡，增加定時語音呼叫、詐騙電話攔截、父母活動範圍查詢等功能，提高老年人生活安全保障；定期組織小課堂，幫助老年人使用智能手機。



中國聯通作為通信行業唯一代表參加第15屆中國信息無障礙論壇

江蘇泰州聯通舉辦主題為「科技讓愛發聲暢聽世界的聲音」暢聽王卡品鑒會，與聽障人士分享國內首款無障礙通話產品，分享歷時500餘天、100次升級迭代、3萬次內測、6萬人次培訓的AI技術創新成果。累計邀約330餘名聽障人士參與，現場體驗科技創新給他們帶來的驚喜。

匠心精神服務冬奧

中國聯通作為北京2022年冬奧會和冬殘奧會唯一官方通信服務合作夥伴，以「綠色辦奧、共享辦奧、開放辦奧、廉潔辦奧」理念為根本遵循，認真貫徹落實「簡約、安全、精彩」的辦賽要求，圍繞「智慧冬奧」戰略，以央企匠心精神為奧林匹克運動創新提供聯通智慧。

強化責任彰顯擔當

中國聯通深入貫徹北京冬奧組委相關要求，強化責任擔當，確保萬無一失，做好各項冬奧籌辦工作，為辦好一屆精彩、非凡、卓越的奧運盛會作出積極貢獻。

- 用心做好京冀協同，打造冬奧精品網絡。全力落實北京冬奧組委通信服務需求，始終按照北京、張家口兩地三賽區一張網的核心理念進行規劃，確保冬奧區域通信服務標準一致，為全面實施京津冀協同發展戰略起到引領作用。
- 匠心做好網絡建設，保證網絡按時就緒。克服極寒、疫情帶來的重大挑戰，建設過程中通過嚴格落實防控措施，創新工作方式，克服各種困難，做到了工作不間斷、力度不減弱、標準不降低，保質保量按計劃推進。
- 精心設計保障體系，確保賽時萬無一失。規範通信保障流程，統一保障標準，初步形成保障能力；有重點、有計劃、有批次完成賽時運行保障團隊到崗，保障網絡賽時運行安全、可靠、平穩有序。

5G賦能智慧冬奧

作為「5G時代的創新引領者」，中國聯通以5G技術、雲轉播、數據共享等領域的創新應用，賦能智慧冬奧，助力科技冬奧，展示中國強大科技實力。

- 率先發佈了「智慧冬奧」核心目標，以5G技術為核心，成為「智慧冬奧」的戰略引領者。
- 打造「觀賽、參賽、辦賽」三大場景十大應用業務創新體系，充分賦能北京冬奧會。
- 作為北京市科技冬奧重點項目之一，中國聯通牽頭成立國際雲轉播公司，可以提供覆蓋全球的多地協同便捷靈活的賽事轉播技術服務，有力提升北京科創中心和數字產業發展優勢，為全國數字經濟發展賦能。



聯通5G賦能智慧冬奧



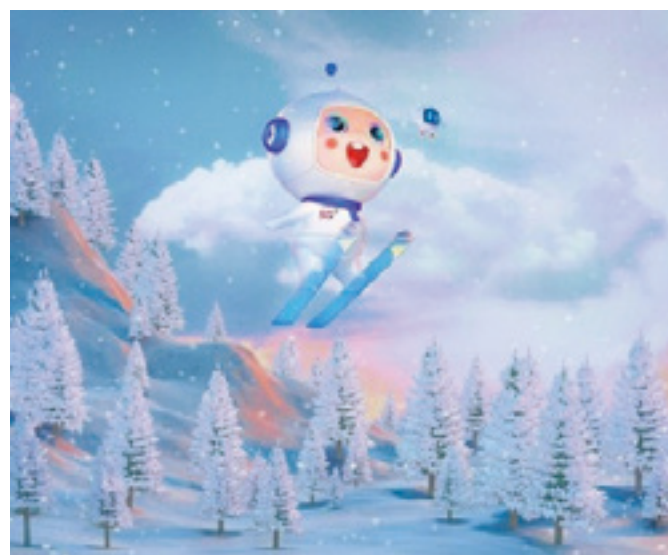
2020年8月8日，中國聯通與中國石化共同成為第三屆冬奧會合作夥伴俱樂部輪值主席單位。雙方將緊密攜手，積極推動在5G+潔淨能源、智慧加油站、冬奧聯合營銷、冰雪運動推廣等方面的深度合作。



傳播奧運文化精神

為弘揚奧運精神，傳播奧運文化，助力冬奧宣傳推廣，組織各類宣傳活動，面向社會各界介紹冬奧籌辦進展、普及冬奧知識，動員廣大群眾關注冬奧、支持冬奧、參與冬奧。

- 推出智慧IP「小夢」，標誌着中國聯通「智慧冬奧」戰略進入全新的階段。它將帶領大眾體驗冰雪運動並感受智慧冬奧的魅力。
- 冬奧「每個三億分之一」傳播項目獲得第九屆ADMEN國際大獎。
- 攜手聯合國人居署、北京冬奧組委，舉辦「冬夢大使」系列活動，2020年「以智慧創想，共築綠色冬奧」為主題。通過活動徵集可持續發展理念下，利用5G技術助力無障礙生活設施、智能垃圾分類、智慧綠色出行等的解決方案和創意設計，評選出29個優秀作品載入聯合國《2020智慧冬奧與可持續發展報告》。
- 發揮聯通遍佈全國的線下自有營業廳和方便快捷的手機營業廳優勢資源，參與冬奧特許經營計劃；借助公司5G、物聯網、大數據、AI等技術優勢，結合青少年群體消費特點，創新性開發冬奧智能扭蛋機，銷售特許商品，助力冬奧籌辦，傳播奧運文化。



智慧IP「小夢」

急難險重暢通無阻

中國聯通始終把人民生命安全放在第一位，投身搶險救災，為重大活動提供通信保障，彰顯聯通實力。

全力做好防汛救災

建立健全防汛保障體系

為應對洪澇災害，中國聯通提早部署，統一調度，細化落實防汛工作要求，各項防汛工作有序開展。提前開展隱患排查，發現並消除安全隱患，安排24小時待命的專業搶修隊伍，並制定機動通信應急預案，確保應急保障工作正常運行。

全力做好防汛抗洪通信保障工作

2020年，主汛期南方地區遭遇1998年以來最重汛情，部分地區發生了洪澇、地質災害、風雹、颱風等災害，中國聯通始終把人民生命安全放在第一位，不畏艱險，有效應對汛情，全力保障防汛抗旱指揮部等重要部門汛期的通信安全，全網平穩運行，人員零傷亡。累計投入救災資金1.08億元、救災人員19.1萬人次，應急裝備17.8萬台次，發送應急短信7.9億條。積極開展災後重建工作，總投資1.95億元。

2020年投入救災資金

1.08億元

救災人員

19.1萬次

抗凝凍保暢通

2020年貴州全省各地遭遇大範圍凝凍，並伴有電線、道路結冰，部分基站和光纜因低溫受損、停電受到影響，貴州聯通迅速響應，搶修隊伍冒着冰雪嚴寒，肩扛皮光纜，手提熔接機，雙手除冰，積極開展網絡巡查維護，全力讓用戶在寒風中能夠使用到溫暖的網絡。累計出動應急搶修人員1612人次，應急車輛421車次，發電油機478台次。



凍僵的臉龐和眉毛凝結的冰珠，擋不住聯通人抗凝凍保通信的腳步

做好重大活動保障

中國聯通秉承「細心、專注、信賴、卓越、智慧」的重保理念，統籌通信保障與疫情防控，確保重大會議及活動通信暢通，為複雜形勢下「講好中國故事、傳播中國聲音」做出突出貢獻，獲得全國人大、全國政協、國務院辦公廳、工信部、國資委等單位表揚。

「雲外交」通信保障

疫情防控常態化背景下，「雲外交」已經成為中央領導與世界各國主要領導人及國際組織溝通的主要渠道，2020年為G20峰會等40場最高等級中央領導「雲外交」提供通信保障，保障時長約350小時。中國聯通的通信保障獲得習總書記讚揚，國資委領導多次大會表揚。

全國「兩會」通信保障

為做好疫情防控期間的「兩會」保障，中國聯通創新重保服務模式，為總理記者招待會、新聞發佈會、政協網絡視頻直播間、人大分組討論會視頻會議、部長及委員通道遠程採訪等，提供可靠的新視頻服務、駐地互聯網電路大提速服務、網絡安全防護等措施，圓滿完成保障任務。

中國國際服務貿易交易會通信保障

為中國國際服務貿易交易會提供可靠、安全的全球網絡支撐，涉及服貿會峰會視頻會議、新聞中心信息化服務、安保專網組網、央視視頻傳送和移動網絡服務等多項保障，投入保障人員1812名，保障車輛15台。



深耕社區公益事業

中國聯通是社會主義核心價值觀的忠實踐行者，凝聚各方社會公益力量，在文體、教育、醫療、環保、公益等領域，做出積極貢獻，傳遞溫暖與關愛。

開展對外公益捐贈

公司建立健全公益捐贈管理制度，秉承自願無償、量力而行、權責清晰、誠實守信的原則，積極承擔社會責任，努力回報社會，促進公益事業持續發展。

2020年對外捐贈

637.4萬元

捐贈項目	捐贈金額 (萬元)
向定點扶貧地區捐贈(扶貧)	13.3
援助邊疆地區(援藏、援疆)	5.2
其他捐贈(文體、教育、醫衛、公益、環保等)	618.9
合計	637.4

熱心公益志願活動

中國聯通將「奉獻、友愛、互助、進步」的志願精神，同企業生產經營和員工隊伍建設相結合，積極開展志願服務活動。服務內容豐富、形式多樣，在助學扶困、文明環保、關愛老幼等方面做出積極貢獻，彰顯央企責任形象，以實際行動踐行社會主義核心價值觀。

註冊志願者人數達到

55006人

開展志願服務活動累計

58095人次

打造基於區塊鏈技術的「聯通公益」平台，每筆捐款都有「聯通公益鏈唯一編碼」，表示款項經區塊鏈捐出，不可篡改，可追溯，確保公開、透明、可信。「聯通公益一積分助學之圓夢行動」項目獲得第五屆中國青年志願服務項目大賽銅獎。

浙江聯通各類暖心公益活動，開展「衣暖人心」募捐活動，為西藏娃隆村的孩子們送上棉衣，為新疆霍城縣三道河鄉塔爾吉小學捐贈書籍，實現愛心傳遞、知識共享，為經濟薄弱地區小學捐贈愛心款，助力教育事業發展，為孤寡老人送棉被、送愛心活動，傳遞關懷。



圖書捐贈公益活動

廣東惠州聯通聯手慈航公益，累計參加各類公益活動1600多人次，已連續參加8屆慈航探親日等活動。

湖南聯通關注貧困兒童教育，為婁底、郴州、湘西等多個貧困村建立村小圖書室，改造學習環境，並連續多年向東就村捐贈圖書、學習用品、體育用品等，2020年聯合長沙淳熙教育組織開展「點亮夢想—東就村少年長沙之旅」活動，組織「真情有沃，與愛同行」關愛留守兒童愛心公益活動。



湖南聯通「真情有沃，與愛同行」關愛留守兒童愛心公益活動

四川綿陽聯通攜手綿陽市聾人協會、四川善途微客科技有限公司共同舉辦「聯通&善途公益直播專場」活動，為殘疾人朋友提供就業機會。