

躬身『企之所責』

抓穩抓實經濟發展之責



數字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。中國聯通助力數字經濟發展，以數智賦能千行百業，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，為客戶提供滿意的優質通信服務，助力數字經濟發展。作為央企混改的「先行者」，以生產要素市場化配置為牽引，抓好體制機制的深層重構，加快建立健全激發微觀主體活力的新機制，使生產關係更加適應生產力的發展，企業運營效率顯著提升。中國聯通視員工為企業最寶貴的資源，重視員工、成就員工，為其提供廣闊的發展平台，促進員工全面發展，形成員工與企業和諧發展的良好氛圍。



### 2021年採取的措施

- 打造雲大物智鏈安核心能力，在部份重點行業打造產業互聯網應用產品。
- 開展專項服務攻堅，提升客戶感知。
- 深化國企改革三年行動，打造流程型組織。
- 構建溫馨和諧的勞動關係，切實維護員工的合法權益、關愛員工身心健康，提高員工獲得感。



### 2022年將採取的行動

- 全面推進5G應用「揚帆」行動計劃、安全產品商用，聚焦重點區域、行業，打造數字經濟「數字化服務第一供應商」。
- 構建「1+N+1」服務體系總體目標，打造高品質服務。
- 形成改革長效機制，推動向數字化、智能化、生態化的平台型企業轉型。
- 深化人才發展體制機制改革，讓廣大職工共享改革發展成果，與企業共同成長。

## 助力數字經濟發展

中國聯通作為信息通信技術與服務的集大成者，充分發揮數字技術對經濟發展的放大、疊加、倍增作用，面向產業、垂直行業、政務、民生等領域，培育形成具有一定規模的數字應用服務，打造產業融合領域應用產品，發力數字經濟主航道，賦能各領域產業轉型升級，打造數字經濟「數字化服務第一供應商」。

### 加速產業融合

中國聯通着力加速行業融合，拓展工業互聯網、5G+工業互聯網融合創新應用，深化「智慧交通」等重點垂直行業創新應用，實現行業標準化產品複製和規模拓展。

#### 工業互聯網

中國聯通工業互聯網形成「5G+智慧礦山解決方案」、「5G+智慧鋼鐵解決方案」、「5G+智慧家電解決方案」、「5G+智慧電力解決方案」、「5G+智慧汽車解決方案」等8個行業解決方案，覆蓋了10多個工業大類，2,000餘標桿項目，形成龍頭企業加產業集群規模發展模式。

- 面向區域內重點產業、產業集群、企業，建設雲端工業互聯網平台，通過平台實現地方政府對工業經濟的可視化、可預測智能管理，為政府決策提供支撐。
- 向本地企業提供海量工業互聯網應用資源，推動企業「上雲上平台」，全面提升數字化水平；「聯擊5G全連接工廠」實現生產製造企業各生產要素的全面互聯，提高生產管理水平，並建立生產數據中台，對生產過程中的數據進行處理和標準化管理，實現企業數據接口、格式的統一標準，為工廠提供高效的數據服務，挖掘數據的價值。

江西聯通以工業互聯網智能製造為工作要點，結合南昌市青山湖區紡織服裝主導產業，創新打造了華興針織5G+智慧工廠標桿項目，以5G+工業互聯網賦能紡織服裝行業，降低工人勞動強度以體現人文關懷，提高企業生產效率與市場競爭力，帶動當地現代針紡產業集群發展。

中國聯通依託山西聯通、聯通產業互聯網公司等單位，完成大唐塔山和麻家梁共計170個5G網絡的建設和賦能應用，並與同煤集團、高校等成立多個聯合實驗室，研發5G煤礦智能化應用。2021年建成塔山智能化調度指揮中心，完成了礦井5G技術研究與應用和智能視頻識別平台、無線傳感器等試驗，實現地面與井下5G信號全覆蓋，構建智能開採新模式。

吉林聯通與長春一汽集團合作，建設5G汽車智能工廠試點，為一汽紅旗繁榮工廠提供5G專網建設技術、設備、服務等支持，並攜手合作夥伴共同驗證天車高速移動監控、C2C控制和機器視覺AI檢測等生產環節的5G應用，為廠區數字化、智能化和柔性製造提供支撐。

### 智慧交通

中國聯通聚焦信息化基礎設施建設、行業運營監管及公眾出行服務等業務領域，打造智慧高速、智慧港口、智慧物流、智慧機場等22個行業解決方案，落地三亞崖州灣智能交通EPC項目等2個行業標桿項目案例，服務全國80+交通物流行業客戶，持續賦能交通物流行業數字化轉型。

聯通(天津)產業互聯網研究院聚焦車路協同技術，大力推動智慧交通應用場景的落地，現已成功在天津市海河教育園區打造無人駕駛公交車的應用場景，同時建立「5G+車聯網」應用示範基地，樹立「政、產、學、研、用」合作標桿，帶動智能網聯汽車產業快速發展。

### 數字鄉村

中國聯通以數字鄉村為主要抓手，發揮數字技術優勢持續賦能鄉村基礎設施建設、鄉村治理模式創新、生產方式升級、生活方式改善，因地制宜打造「數字鄉村樣板村」，在鄉村部署的數字化應用已成為助力鄉村振興的「新農具」、提高村民生活質量的「好幫手」。

聯通數字鄉村平台服務行政村超

**15.3**萬個

2021年6月，中國聯通召開數字鄉村推進會，正式推出數字鄉村雲平台和數字鄉村品牌，發佈《中國聯通數字鄉村白皮書》和數字鄉村產品手冊，全面服務鄉村經濟社會發展。

中國聯通面向鄉村治理、產業升級和民生改善，重點實施「四新工程」，提供「雲網邊端業一體化」的數字應用新服務，建立支撐現代農業和城鄉一體化發展的信息化新格局，為鄉村振興開新局貢獻數字力量、聯通智慧，讓鄉村百姓盡享數字化紅利。

- **實施千兆連接新基建工程。**重點打造「一朵雲」、「千兆網」、「萬物聯」，升級「千兆網絡」，推廣「智慧大屏」，建設「無人農場」，推動鄉村新一代信息基礎設施建設，消除城鄉數字鴻溝。截至12月底，聯通數字鄉村已覆蓋行政村15.3萬個，為1,436.3萬戶農村常住人口提供服務。

- **實施鄉村治理新平台工程。**圍繞鄉村最後一公里的信息化痛點，依託數字鄉村服務雲平台，在鄉村組織、政務在線、平安鄉村、村務管理等解決方案與服務中挖掘大量的成功應用，為基層治理和服務注入「智慧基因」，提升鄉村治理智能化、精細化、專業化水平。截至12月底，已服務超過15.3萬個行政村。

- **實施數字應用新服務工程。**提供數字化治理服務、產業服務、民生服務、屬地服務的解決方案，通過落實數字鄉村聯網站、輔導員，做農民身邊的數字技術服務專家。

- **實施「三農」合作新生態工程。**聯合各類優秀合作夥伴，提供智能終端、智慧大屏下鄉、金融補貼、以舊換新、特色農產品直供採購、新農民特色培訓等，加速三農數字化、智能化改造。

中國聯通在定點幫扶村大力開展數字鄉村樣板示範點建設，積極打造一批有效果、有影響、可複製、能推廣的示範項目，目前已建成388個。

四川聯通針對全省鄉村振興示範鎮八爾湖鎮，因水而興、因水而美的特點，對八爾湖20平方公里，8個行政村，進行雙向映射、動態交互、實時連接，將數字孿生技術應用到鄉村振興中，服務村民2萬餘人，遊客約7千人每日，打造具有八爾湖特色的數字鄉村模式。



八爾湖鎮舊貌換新顏

貴州聯通服務鄉村振興見實效，梳理全省1.7萬餘個行政村，選定1,757個作為首批推進服務區域，重點打造貴陽息烽、遵義餘慶、畢節黔西、畢節金沙4個國家數字鄉村示範點，以及遵義花茂、安順石門、六盤水草原3個省級數字鄉村示範點。聚焦重點鄉鎮、重點場景，開展「數字鄉鎮」、「百鎮千村」、「聯建聯營」、「助力春耕」4大振興行動，確保村村有行銷，處處有觸點，創新升級拓展農村發展模式。



劉烈宏董事長調研清鎮市市長鄉數字鄉村平台



數字鄉村工作站簽約



息烽縣石硯鎮前豐村項目



甘肅聯通慶陽分公司聯合翟家河鄉，打造市內首家數字鄉鎮平台，讓群眾足不出戶就可以查詢政策信息、線上辦理各項業務。

## 深化民生應用

中國聯通着力深化民生應用，創新高品質生活服務，豐富「智慧文旅、智慧教育、智慧醫療」等創新應用，促進社會民生服務普惠，打造5G消息等產品，推進新型信息消費升級。

### 智慧文旅

中國聯通充分發揮大數據、區塊鏈、AI技術能力，聚焦產業監管、景區服務及智慧文博等重點領域，打造全域旅遊、智慧景區、智慧文博等11項解決方案，服務於全國170餘個各級文旅管理機構、200餘個景區及50餘家文博場館，助力文旅管理、文旅服務、文旅營銷數字化轉型升級。



綜合總覽

湖南聯通結合當地的實際情況，創新打造湖南省文化和旅遊廳指揮中心平台，助力全省文旅數字化升級，進一步展現具有湖南特色的文化和旅遊產業環境和創新發展模式，夯實行業監管手段，為疫情後文旅市場復蘇提供智慧化賦能。

### 智慧教育

中國聯通聚焦普教、高職教、區域教育管理等重點領域，打造中國聯通5G未來校園、中國聯通中小學智慧校園等22個行業解決方案，落地「國開大實驗學院信息化改造項目」等3個標桿項目案例，服務全國150+教育行業客戶。

中國聯通雲啟智慧科技有限公司研製虛擬實驗教學服務系統，融合AI、3D、VR等前沿科技，將現代信息技術融入物理、化學、生物、科學等學科的理論知識的教與學和實驗操作練與考之中。

### 智慧醫療

中國聯通聚焦智慧醫院、智慧衛健、智慧醫保等重點行業領域，打造中國聯通智慧醫院、中國聯通5G智慧病房、中國聯通5G智慧急救等6個醫療行業方案，落地了海南5G基層智慧醫療、瑞金醫院5G智慧急救等標桿項目，服務了全國100+醫療行業客戶，持續賦能醫療體制改革，推進健康中國建設。

海南聯通推動建設覆蓋全省所有3,000餘家基層醫療衛生機構的5G+AI基層醫療信息平台，創新打造了海南5G基層醫療的新模式，全面提升全省基層醫療衛生機構的診斷能力和救治能力，2021年5G基層醫療服務超過25萬基層老百姓。

### 5G消息

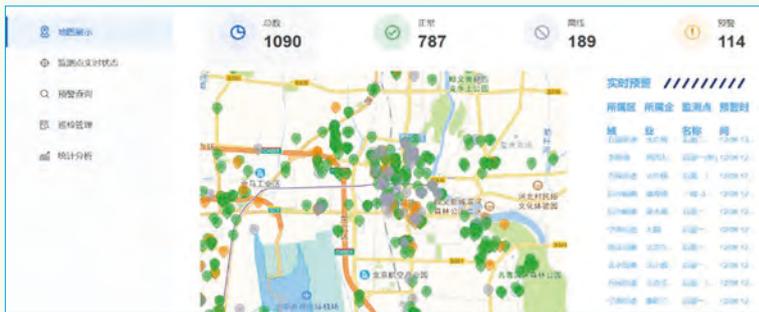
中國聯通完成5G消息試商用、開發聯通冬奧5G消息應用，目前5G消息開通用戶已突破10萬戶。5G消息在全國範圍內開展試商用，累計接入客戶53家，CSP109個；成功舉辦「智信未來」5G消息論壇，成立5G消息生態聯盟。

## 強化政務應用

中國聯通着力強化政務應用，深化高效能的治理服務，深度參與數字政府、智慧城市、智慧生態等建設，打造「一網通辦、一網通管」等創新應用產品，助力國家治理能力和治理體系現代化。

### 數字政府

中國聯通聚焦應急、公安、互聯網+政務服務重點業務方向，打造應急管理、安全生產、智慧消防、城市安全、智慧公安、一網通辦6個行業方案，服務應急管理部、公安部等200餘個政府客戶。



北京聯通智慧污染物監測雲平台

北京聯通結合各地監管部門數字化需求，打造以北京順義「四化」智慧污染物監測平台為例，遍及全國各地眾多智慧生態環境監測標桿項目，受到各地政府部門高度認可。

### 智慧城市

中國聯通打造「城市智腦CityNEXT」新型智慧城市能力體系，推出聯通新型智慧城市綜合解決方案、智慧園區解決方案、城市大腦解決方案等10個解決方案，在全國31省實施了660多個智慧城市項目。

深圳聯通通過整合技術和資源，實現簡易熱點問題線上智能應答，提高熱線的服務能力，通過大數據精準分析政務信息和輿情監控，提高政府處理突發事件的及時性、有效性，推動了深圳政務服務熱線平台服務能力的全面提升，為深圳智慧城市建設做出貢獻。

### 智慧生態

中國聯通聚焦生態環境綜合監管、生態環境大數據等領域，打造了「中國聯通生態環境大數據平台」、「城市居民生活垃圾分類」等解決方案，在雄安、山東、浙江、上海等省市落地了生態環境檢測綜合管理系統和生態環境「一網統管」等項目，實現全省範圍內跨部門、跨層級、跨地區的生態環境數據共享，助力管理數字化、便捷化、精準化。

## 提供溫暖智能服務

「客戶信賴」是企業生存和發展的立足之本，中國聯通致力於不斷提高產品與服務的品質來滿足客戶需求，打造高價值智慧品牌，關愛特殊群體，以獲得客戶的高度信賴。

## 打造卓越客戶服務

中國聯通始終堅持「為客戶創造價值」的經營理念，推進高品質服務工程，推動問題解決閉環機制，不斷豐富服務品牌內涵，深耕做細客戶服務，提升服務品質，以多元化的服務為客戶打造更優質、更高效、更便捷的服務體驗。



### 提升客戶體驗感知

中國聯通以客戶感知為導向，開展專項服務攻堅，積極解決客戶投訴問題。

- 全面梳理四大渠道客戶抱怨數據，建立以「兩網兩業」為基礎的全量問題運營體系。加強全量問題前置授權和閉環運營，暢通投訴渠道，增加服務授權及補救場景，並啟動投訴客戶滿意度回訪，持續提升客戶感知。
- 創新建設中國聯通投訴平台，在全國31省開通互聯網投訴平台網站、微信小程序、中國聯通APP投訴入口，打造觸點廣泛、過程透明、便捷高效的極致客戶體驗，提升客戶服務感知。
- 深入開展「提升客戶滿意度專項攻堅行動」，聚焦影響客戶體驗的十大類23項問題，持續做好服務攻堅行動的落實，切實解決老百姓「急難愁盼」問題。
- 強化服務考核，對申訴目標進行「縱向到省分公司、橫向到專業部門、專項到子公司」三維矩陣管控，通過按月分析通報、客戶回訪及督辦等方式推動問題解決，實現「處理一個投訴、解決一類問題」的目標。
- 保障攜號轉網服務運營平穩，依託全國集中系統優勢，重點推出「攜入服務網上辦、異地辦」、「攜出用戶異地話費餘額退還」等服務，牢守攜號轉網政策紅線底線，針對「阻礙攜轉，不知情捆綁業務限制用戶攜號轉網」等服務問題開展專項整治，打造有溫度的貼心服務體驗。



### 創新數字生活體驗

中國聯通以產品創新為用戶提供更加智能的生活體驗。2021年移動用戶總數達3.17億，5G用戶達到1.55億戶，固網寬帶用戶達到9,504.6萬戶。

- 構建合作共享的聯通智慧家庭生態體系，自主研發culink標準化生態對接協議標準，通過數字化運營平台打造融千兆、融副卡、融固話、融應用、融視頻、融金融的六大融合體系，為用戶提供更智慧、更智能、更幸福的家庭生活新體驗。
- 構建平台型創新產品體系，立足用戶5G極致體驗、滿足用戶數智生活需求，打造視頻彩鈴、聯通助理、聯通雲盤等創新產品，釋放產品創新動能。視頻彩鈴註冊用戶達到2億戶，聯通助理註冊用戶達到1.81億戶。



### 打造敏捷服務運營

中國聯通發揮智慧運營優勢，強化集約賦能，持續提升服務運營能力，實現線上線下一體化、服務營銷一體化。

- 深化線上線下無痕無縫服務，一站式解決客戶問題。無縫服務通過打通熱線與線下服務觸點，強化全渠道服務協同，切實提升客戶感知；無痕營銷通過洞察客戶訴求，精準匹配服務策略，實現全方位、無痕式智慧服務。
- 發揮智慧運營優勢，提高一站式解決客戶問題能力，問題首解率提升1.9PP至88.9%，智能服務佔比提升56.8PP至84.03%。



### 暢通客戶服務渠道

拓展10010熱線、聯通APP等服務渠道，延伸服務觸角，提升服務質效。

- 10010熱線服務渠道採用集約化運營，實現跨域集中調度、坐席複用，15秒人工接通率提升至92.5%；構建敏捷智能的呼叫中心，全國跨域直撥，按需求精準匹配服務方式，全網智能預判、智能應答，知客戶所為，懂客戶所需，解客戶所困。2021年客服熱線服務量達13.8億次，10010滿意率提升2.3PP至97.5%。
- 聯通APP以體驗領先為目標，實現查得準、交得快、辦得順、服務全，成為用戶首選的一站式服務渠道。截至2021年，聯通APP服務用戶數6,298萬，增長超80%；自助服務佔比80.5%，服務滿意度9.1分，改善超25%。



2021年4月，中國聯通手機營業廳APP正式更名為「中國聯通APP」，並從服務、生活、娛樂、財富等方面進行全面升級，致力於為客戶提供更溫暖的智慧體驗，創造更便捷、更個性化的美好生活。



「沃在線」客戶端採用輕量化的H5設計，用戶不需下載App，掃碼或點擊鏈接即可發起視頻連線請求。業務辦理過程中坐席會推送圈注過重點內容的免填單至用戶手機端進行確認，充分保障用戶的知情權，消除誘導訂購、計費爭議，讓用戶輕鬆辦理，明白消費。



### 建立體驗監測體系

堅持「以人民為中心」，建立全客戶、全業務、全生命週期端到端客戶體驗監測體系。

- 構建端到端感知監測體系，實時採集、分析，並推動感知窪地解決。聚焦四大專業、301個重點場景，構建客戶全場景圖譜，「事前洞察預防、事中運營監測、事後評價管理」，推動問題根源解決。
- 立足全程全網大服務理念，重構中國聯通服務標準規範體系，覆蓋四大專業，與客戶側體驗評價相校驗、一體化運營，並依託數字化手段實時監測預警、快速解決問題，實現網業服全方位客戶體驗提升。



### 內塑文化外塑口碑

中國聯通全力打造高品質服務影響力，對外立足服務視角，圍繞熱點、痛點及經營重點，強化知識傳播，傳遞差異化服務優勢，將服務口碑植入人心；對內帶動服務文化建設與貫通，推動思想意識、行為規範、流程制度深刻變革，實現服務文化入腦、入心。

- 開展「我為群眾辦實事——‘三個一切’再行動」服務文化季活動，鍛造服務新文化。
- 推出「服務體驗再升級」客戶口碑活動，整合公司內外部宣傳資源，合力打造中國聯通落實推進高品質服務的官方聲量。
- 全年發佈異地同享、聯通APP服務換新、我為群眾辦實事等六個話題，累



中國聯通客服運營賬號獲獎

計宣傳總曝光量超30.1億次；服務口碑知曉率達50.14%；中國聯通客服抖音、B站規模央企第一，快手行業第一；「秒懂聯通」通信知識專家打造，推出視頻知識560條，直播168場，總瀏覽量2.1億次，以清晰、易懂的形式向社會大眾普及通信知識和使用技巧，建立良好客戶溝通與互動。

### 2021年工信部綜合滿意度全年呈改善趨勢

工信部滿意度	其中網絡滿意度同比提升	服務質量同比提升
<b>81.68</b> 分	<b>0.94</b> 分	<b>2.58</b> 分

### NPS持續提升

移網年度自改善提升	寬帶提升	5G專項滿意度保持
<b>16.8</b> 分	<b>9.9</b> 分	<b>行業領先</b>

## ● 塑造一流品牌形象

中國聯通在數字經濟大格局之下，煥新升級品牌戰略，優化品牌定位、構建品牌戰略模型，完善品牌管理體系。在新戰略指引下，打造高價值智慧品牌，實現數字經濟時代的品牌引領。

### 持續提升品牌美譽度

借5G和冬奧時機，充分協同內部媒體矩陣，打造「有溫度」差異化的智慧品牌形象，內外兼修塑，提升整體品牌價值。

- 對內承接品牌煥新品牌內化「5+N」工程，通過品牌聯盟平台、品牌課程培訓、品牌形象工程、品牌大使評選及宣傳活動等方式，持續深化品牌內涵，提升員工對品牌的認知度和認同感，激發踐行品牌承諾的積極性。
- 對外借勢熱點時點，多維度打造品牌智慧體驗，通過暢聽王卡、智慧文旅、敬老助老銀齡、行業展會、合作夥伴大會等，表達聯通為客戶、為社會、為行業創造價值的鮮明態度，體現聯通投身數字經濟，助力高質量發展的社會責任。
- 緊抓東京奧運會等熱點時點，與抖音、B站、新浪等優勢媒體共同策劃「N城打卡」、點亮「城市奧運地標」、「兆這樣生活」、「家庭網絡檢測為民服務行」、「花式體育運動大賞」等線上線下互動體驗活動，通過場景化演繹，突出產品特點。
- 與北京衛視、團中央、新華網、北京衛視等上級單位、央媒及行業垂直媒體，共同策劃打造《冬夢之約》、《硬核少年冰雪季》等欄目內容，以「小切口大故事」的形式，聯動標桿企業和專家，差異化凸顯聯通產品業務優勢，強化聯通行業解決實力，提升品牌好感度。



中國聯通攜手新華網共同推出《5G領航，揚帆未來》系列節目，節目呈現了用戶、大眾對於聯通5G的真實應用體驗，展現出聯通5G技術實力，並通過案例專訪欄目詳細解說重點項目，塑造聯通品牌智慧形象。



借助517世界電信日和520全球無障礙宣傳日契機，以特殊視角打造三條真實故事改編的溫情短片，講述聯通科技智慧為特殊人群的生活帶來的改變，體現聯通的社會責任感、富有深厚人文精神的科技感、飽含人情味的品牌溫度。

該視頻創意在2021年中國國際廣告節中斬獲了互動創意獎的影音遊戲媒體類短視頻創意廣告金獎、公益廣告獎類人文關懷工藝廣告金獎、品牌想像公益廣告銅獎、工藝創新營銷銅獎四項大獎，並獲得第十四屆金投賞商業創意獎提名獎。



### 規範品牌經營管理

貫徹公司品牌發展戰略，修訂完善《中國聯通品牌及廣告宣傳工作管理辦法》，使品牌管理科學化、規範化、高效化、透明化，增強公司全體員工的品牌觀念，完善品牌管理體系。

國資委品牌建設能力  
**央企第七，行業第一**

品牌第一提及率  
**行業第二**

品牌美譽度位居  
**行業第二**

## 攻堅改革增強動力

中國聯通一以貫之持續推動改革創新，加強系統集成，切實推動公司各專項改革與公司戰略一體協同、迭代深化，切實形成改革長效機制，引領公司高質量發展。

### 推進國企改革三年行動

中國聯通深入貫徹落實國企改革三年行動，將國企改革三年行動與全面數字化轉型、對標世界一流管理提升行動三位一體有機結合，確定10個方面130項改革任務，上下協同、系統推進，截至2021年底，改革任務推進進度達到93%。

#### 持續完善現代企業制度

應建董事會子公司100%建立董事會，100%實現外部董事佔多數。

#### 深化市場化經營機制

中國聯通全面實施領導人員任期制和契約化管理，迭代推進激發基層責任單元活力改革，智家工程師100%入格管理，強化網格數字化賦能。

#### 推進佈局優化和結構調整

基於專業線運營體系改革基礎上，深入開展大市場、網絡線、科創線等運營體系變革複盤，持續優化改革方案；圓滿完成兩非兩資清理和法人壓減工作任務。

#### 深化子公司市場化改革

2021年中國聯通推動價值鏈關鍵業務重組整合，組建聯通數字科技有限公司，是主動適應數字經濟「跨域整合」新生產力的變化，重構「融合創新」新生產關係的重大戰略佈局；與此同時，成立聯通資產運營公司，加強房產和土地存量資源統一規劃運營。

2021年2月7日，聯通數字科技有限公司揭牌儀式在京舉行。在「十四五」新開局，大力整合「雲、大、物、智、鏈、安」等能力，組建聯通數科公司，既是主動適應數字經濟「跨域整合」新生產力的變化，重構「融合創新」的新生產關係，也是緊跟數字經濟需求側的新變化推動的供給側結構性改革，是中國聯通打造獨特創新競爭優勢、實現創新賽道差異化突圍的重大戰略佈局。

中國聯通憑藉「轉型改革一體化」管理模式，即通過全面數字化轉型鑄就獨一無二的數字生產力，通過央企整體混合所有制改革試點構建獨一無二的新生產關係，成功榮獲國資委十大標桿管理模式之一，充分發揮國企管理標桿示範引領作用，為企業核心競爭力賦能，打造新時代國有企業轉型升級的新樣板。

### 深化三項制度改革

深化勞動、人事、分配制度改革，是提升企業活力、效率的關鍵環節。中國聯通持續深化三項制度改革，全面激活人力資源核心要素，實現公司管理人員能上能下、員工能進能出、收入能增能減，增強公司活力和競爭力。

- 注重全面指導，制定《中國聯通深化三項制度改革的指導意見》，清晰改革任務、清晰改革要求。
- 注重結構優化，網絡線持續加強支撐自主運營交付的智網工程師隊伍建設，公眾線推進人員向線上運營團隊、中台生產運營等轉型關鍵崗位流動，政企線推進重點客戶營銷、產品管理、解決方案、技術研發隊伍建設。
- 注重評估牽引，建立三項制度改革評估體系，聚焦改革成效指標，重點關注「能上能下、能進能出、能多能少」三個方面機制運行指標，閉環評價改革成效，強化評估結果應用。

## 加強內部流程治理

聚焦價值創造，秉承「客戶優先」、「業務優先」和「一線優先」的原則，把以管理控制為中心的低效率、高成本的傳統流程轉變為以客戶為中心的高效率、低成本的數字化流程，打造流程型組織，推動向數字化、智能化、生態化的平台型企業轉型。

- 圍繞流程框架，搭建流程管理體系和流程建設運營體系，以流程管理平台為基礎，實現流程全視圖可視可管可控。
- 簡化系統操作步驟，在4G融合轉5G融合業務營業受理場景下，系統點擊步驟由88步減少至68步，受理時長由15分鐘縮短至10分鐘以內，打造簡捷高效的流程。
- 壓縮流程環節，政企雙線業務縮減建設立項環節，實現有資源交付由最長15天縮短至3/5/7日通，交付開通平均時長縮短50%，提升業務交付效率。
- 建立集約化運營服務，推進政企賬務和發票省級集約，實現支撐人員減少10%、銷帳週期縮短20%、發票打印週期縮短50%，平均效率提升30%以上，人工成本降低45%。

## 探索運營混改模式

**深化雲南公司改革。**為保證雲南聯通持續健康發展，中國聯通研究印發《關於進一步深化雲南聯通「雙百行動」綜合改革的通知》，中國聯通增資為單一大股東，股權佔比由5%提升至40%，確保國有資本在改革中的主導權；完成雙主體融合，實現統一運營。

**推進廣西公司改革。**廣西聯通在7個地市實施社會化合作運營改革，2021年進入首個合作期。7個地市運營公司已建立市場化運營體系和以利潤、現金流為核心的財務管控體系。自治區公司對改革和非改革區域實行一體化運營管理。

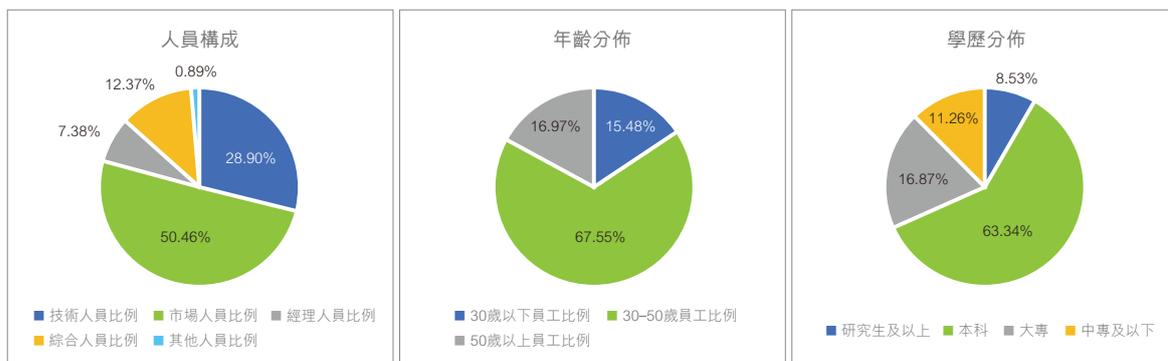
**智網科技積極籌備上市。**智網科技公司完善公司治理體系，完成公司股份制改造，完成經營班子市場化選聘，由總經理、副總經理、CFO組成全新的經營團隊。改革以來，公司估值由成立時的1億元提升至投前10.39億元、投後15億元，有效實現了國有資產保值增值。通過與車廠類、行業生態類戰投的有機融合，實現價值創造能力快速提升，保持前裝市場份額70%以上，穩固市場主導地位。

## 打造創新人才高地

中國聯通堅持人才引領發展的戰略地位，深化人才發展體制機制改革，深入實施人才強企，打造人才比較優勢和競爭優勢，全方位培養、引進、用好人才，推動人才結構的根本改變。同時，切實維護好員工合法權益，發揮員工積極性和創造性，讓廣大職工共享改革發展成果，與企業共同成長。

## 優化人才結構

中國聯通堅持人才強企，健全完善人才管理體系機制，面向戰略要求優化調整人才結構。注重在基層一線、在應對重大事件的實踐中發現優秀年輕管理人才，不斷完善育、選、管、用全鏈條機制，幹部隊伍年齡結構持續改善。建成四級專業人才梯隊1.9萬人，其中領軍及專家人才950人，骨幹人才6,100人，新銳人才12,200人。實施「數字菁英」項目，實現四級專業人才數字化培訓認證全覆蓋。



員工總數(人)		中國大陸員工數(人)	港澳台員工數(人)	海外員工數(人)
243,381		242,497	598	286
吸納就業人數(人)	男女比例(男比女)	少數民族員工比例(%)	離職員工(人)	中國大陸市場化臨時性用工(人)
13,038	1.62:1	6.8	4,009	12,606

四級人才梯隊

**1.9** 萬人

四級人才退出率

**12.8** %

引進科技創新領域產業專家

**40** 餘人

## 維護員工權益

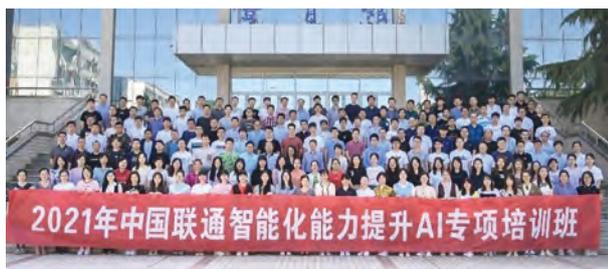
中國聯通堅持員工為根，發揚奮鬥精神、首創精神，尊重勞動、尊重知識、尊重人才、尊重創造，維護好職工合法權益，竭誠服務職工群眾，通過人力資源市場化改革促進員工與企業共同成長的「雙贏」局面，不斷提高員工幸福感和獲得感。

### 堅持公平就業

- 嚴格執行遵守《勞動法》、《勞動合同法》等相關法律法規，與員工100%簽訂勞動合同，解聘員工政策按照國家有關要求執行。
- 制定《人力資源領域風險防控手冊》，在招聘、晉升中，採取嚴格的檢查控制程序，嚴格禁止對員工有任何關於年齡、性別等方面的歧視行為，遵守《禁止使用童工規定》，嚴禁使用童工，並對提供人力或服務的主要承辦商進行培訓。2021年未發生歧視事件，未發生使用童工情況和虐待員工事件。
- 落實國家「穩崗擴就業」工作部署，將招聘範圍擴大至兩年內畢業未就業學生；積極推進就業幫扶，提供新疆、西藏、青海定向招聘崗位396個，累計招錄39名藏籍畢業生。

### 維護民主權利

- 落實國家工時管理有關規定，嚴格執行特殊工時申報制度，保障員工休息休假的權利，無強迫勞動事件。
- 實行帶薪休假制度，並100%保留產假後的工作機會；積極響應推動育兒假和獨生子女護理假落地實行；推行員工子女中高考帶薪陪考假制度，並為3,700名職工子女提供高考填報志願指導服務。
- 職工隊伍建設情況向職工代表大會報告，公開人力資源政策制定及執行情況，暢通信息溝通渠道。



中國聯通AI專項培訓班



中國聯通「數字菁英」四級專業人才培訓

### 創新人才激勵

- 優化工資總額管理辦法，持續釋放混改紅利。完善省子公司人工成本配置規則，優化增量收益分享機制，實現人工成本與效益協調增長，人工成本同比增幅7.6%；為破除存量板結化，各單位人工成本存量平均調整比例達10%。
- 完善長期激勵體系框架，優化彈性福利體系，滿足員工多樣化需求。
- 常態化開展員工職級薪檔晉升，2021年全公司晉升率14.3%，薪檔晉升率38.4%。

## 助力員工成長

中國聯通堅持以人為本，珍視每位員工的價值，重視員工的能力建設和職業發展，以提升全員數字化能力為核心，持續推進教育培訓體系建設，成就每位員工的職業發展，促進員工交流成長。

### 重構培訓體系

持續完善培訓管理制度與機制，深化教育培訓體系重構，加大培訓組織保障與培訓資源配置力度，推進教育培訓體系在各單位的落地實施。

- 建立重點群體培養培訓方案，搭建專業能力標準體系。圍繞不同群體的培養目標、發展路徑、能力要求等，構建數字化能力標準與課程體系，進行數字化賦能。
- 推進各專業線認證體系建設，以崗位認證促能力轉型。完成63個專業方向能力標準的更新迭代，專業人才通過認證93,056人次。
- 圍繞數字化賦能、網絡智慧運營、網絡信息安全、智網自主交付、科技創新等方向，開展技術專業課程開發，全年共開發課程223門，360學時。
- 充分利用各類在線教育平台資源，舉辦「聯通大講堂」、「智慧說」、「沃分享」系列培訓，總計126萬人次參加學習；開展直播培訓33期，觀看直播人數5.3萬人；搭建網上學院專區，997餘萬人次在線學習。
- 面向全員開展IT/DT技術能力培養，在線培訓1.9萬人。實施數字領航、數字菁英項目，實現二級經理、三級經理和四級專業人才全覆蓋。開展四級人才「師帶徒」，帶動其他專業人員數字化能力提升。

培訓對象	培訓內容
全公司幹部員工	開展新時代中國特色社會主義思想學習教育11,402期，參加人數達89.7萬餘人次。
管理人員	持續開展專業化能力提升培訓，340人參加總部人員輪訓班，47名地市分公司總經理參加轉型培訓示範班。選派26名管理人員參加中組部調訓。
優秀年輕幹部	舉辦「中青年幹部進修班」及「青年管理人才示範班」，122名優秀年輕管理人才參加理論學習與能力訓練。
各專業人才	聚焦重點工作任務，常態化、多層次開展四級人才及專業序列員工轉型賦能培訓，組織總部級示範班，對各專業線隊伍持續賦能。全公司共開展各專業序列員工專業技能培訓8.4萬餘期，累計培訓516萬餘人次。
一線員工	面向營業類、話務類、裝維類等一線員工，構建數字化能力標準與課程體系，全年累計開展5.8萬餘期培訓認證，參加人數達229萬餘人次。

### 員工培訓投入

34,099萬元

### 培訓覆蓋

539萬人次

### 人均培訓時長

94小時



中青年幹部進修班和青年管理人才示範班開學典禮上，董事長劉烈宏出席並親自為兩個班級授旗。

### 高層管理人員培訓率

100%

### 平均培訓時長

203小時

### 中層管理人員培訓率

100%

### 平均培訓時長

104小時

### 普通員工培訓率

99%

### 平均培訓時長

94小時

### 男性員工培訓率

98.87%

### 女性員工培訓率

98.87%

### 男性員工平均培訓時長

94.31小時

### 女性員工平均培訓時長

94.31小時

### 搭建練兵平台

中國聯通着力打造數字化轉型人才隊伍，積極開展5G創新應用、大數據創新、解決方案、智慧冬奧等各類技能競賽，從真實生產場景、真實客戶、真實案例中提取案例，達到以賽代訓、以賽促學、以賽賦能良好效果，不斷提高員工技術能力水平。

• 2021年開展勞動和技能競賽502項，內容涵蓋細分市場營銷、客戶運營、金融權益、網絡AI、冬奧網絡保障、網絡安全等領域，選拔產生「中國聯通技術能手」233名，舉辦數量、參賽人數、參賽率均達到歷史最高。

• 與中國國防郵電工會聯合舉辦政企數字化運營實踐技能競賽，與中國電信聯合舉辦網絡共建共享勞動競賽。

2021年開展了集團級  
一、二類勞動和技能競賽

16項

集團級  
三類技能競賽

30項



中國聯通創新產品新高地勞動競賽



中國聯通新運營工程創新技能大賽

### 健全民主管理

中國聯通建立健全以職代會為基本形式的民主管理制度，統籌推進「職代會、企務公開、員工建言獻策」三位一體的企業民主管理工作，保障各級各類職工知情權、參與權、表達權、監督權，鼓勵廣大職工為公司發展貢獻智慧。

• 全年召開各級職代會近500餘場次，省公司層面審議各類事項1,700餘項，子公司和地市公司審議事項1萬餘項，各類提案3,000餘個。

• 搭建「三個一切」大討論、全委會在線、員工滿意度調查、下沉調研等意見徵集渠道，舉辦流程治理、授權放權、中國聯通APP用戶體驗、作風提升等專項員工參與管理活動，2021年共收到員工訴求工單13,400單，問題解決率97.61%。

• 開展「我為群眾辦實事」服務文化季活動，收集觸點服務、產品業務、網絡體驗等方面的體驗感受，共計收集問題建議26,668條。

• 暢通合理化建議渠道，通過線上「總經理在線」等多種合理化建議活動，保障員工訴求和反饋響應「無死角」。全年累計開展總經理在線150餘場次，累計開展2期職工代表優秀提案評選，徵集各類提案85件。



傾聽員工心聲，廣納基層諫言。聯通各地公司舉辦了一場場「總經理在線」活動各級員工積極參與為公司的發展獻計獻策。

## 關愛員工生活

中國聯通秉承服務員工的理念，深入基層充分了解員工所思所想，不斷創新服務員工各項舉措，幫助員工平衡工作與生活，為員工創造高效、輕鬆和關愛的工作氛圍，增強員工對公司的歸屬感、安全感和使命感。

### 築牢疫情防控

隨着疫情防控進入常態化，各級工會持續開展疫情防控工作，並在落實好疫情防控措施前提下，不斷優化落實員工關愛措施，特殊時期更好地服務企業和員工。

- 建立防疫機制，要求各級工會堅定防疫意識，因地制宜組織防疫活動，合理儲備防疫物資，制定應急響應措施，協同推進疫情防控和公司經營發展。
- 疫情期間組織開展就地過年和海外員工家屬慰問。為就地過年員工提供多種形式的關愛，同時在境外疫情形勢嚴峻的情況下，為無法歸國員工解除後顧之憂，工會組織開展境外員工及家庭安撫慰問工作，為海外員工家屬發放慰問品和慰問金。

### 保障安全生產

公司嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》等相關法律法規，進一步落實安全生產責任，完善《安全生產監督管理辦法》、《消防安全管理規定》等基礎制度，完善安全監管機制，加強人員保障，全面落實安全生產。

- 提升全員安全生產素質，組織安全生產月、消防安全日、安全生產法宣傳周等主題活動，開展消防實操理論培訓，並組織消防和應急疏散演練、事故處置演習。
- 2021年全系統未發生一般以上生產安全責任事故，全系統實現場所零火災，千人事故死亡率0%，未發生因工傷損失工作日，員工安全感顯著提升。
- 推進員工健康管理體系建設，提供員工健康體檢、健康講座、重大疾病保險等服務。
- 保障員工心理健康，廣泛開展「員工心理健康」、「基層群眾性體育」等系列活動，創新性試點推廣「心理驛站」建設，並在河北及海外疫情、河南汛情等特殊時期，主動提供心理關懷。2021年被人民健康網授予「健康企業」榮譽。

安全生產培訓次數

119次

安全生產培訓覆蓋率

100%



為認真貫徹落實《中國聯通安全生產專項整治三年行動計劃》，普及總部人員消防安全知識，提高消防安全意識，增強安全知識和必備技能，總部行政服務中心邀請西城區金融街消防救援支隊田思雨警官進行辦公場所消防安全知識培訓。

### 關愛女性職工

通過簽訂女職工專項集體合同，完善「哺乳室」建設，舉辦「三八節」系列專題活動等舉措，保障女職工權益，精準貼心服務廣大女員工。2021年評選中國聯通「巾幗文明崗」120個，「巾幗建功標兵」125人，激發女職工幹事創業活力。

### 豐富文體活動

中國聯通認真執行健康中國和全民健身國家戰略，積極舉辦形式多樣的文體活動，參加國防郵電系統、中國通信體協等組織的各類比賽。2021年各級工會組織開展文體活動近6,000場，參與人次達60萬，山東聯通榮獲國家體育總局全國群眾體育先進單位表彰，廣東聯通胡明瑞、河北聯通曲鳳霞榮獲全國群眾體育先進個人表彰。



國際勞動婦女節之際為女員工舉辦花藝及手工主題活動



中國聯通開展「迎冬奧，譜新篇」員工系列體育活動羽毛球比賽和氣排球比賽，劉烈宏董事長來到比賽現場觀看比賽，並鼓勵廣大員工積極參與公司各類文化體育活動。



2021年中國聯通員工乒乓球比賽

### 深入幫扶慰問

用心用情為職工解難事，建立困難員工檔案、重大疾病保險救助、員工互助資金互為補充的幫扶機制，打造重疾險、互助金、補充醫療「三位一體」的救助體系。2021年向困難職工發放慰問金達7,000餘萬，重疾險賠付2,273人次，互助金救助3,700人次。河南特大洪澇災害發生以後，總部工會第一時間趕赴現場，慰問一線救援人員，籌措資金100萬元支援災後重建。

設立「五小」建設專項資金，2021年籌措資金668.5萬元，為100個紅色老區基層單元改善工作生活環境，支援河南、山西和四川等基層單元災後重建，改善因扶貧、維穩工作異地任職幹部員工工作生活環境。

內蒙古呼和浩特分公司將建家工作與職工隊伍和職工文化建設有機結合起來，在辦公樓搬遷時充分考慮員工需求，為員工建設了充滿書香的「小閱讀角」和充滿活力的「小健身角」，通過「職工之家」建設來提高員工的幸福感和獲得感，增強職工對企業的認同感和歸屬感。



紮實開展「我為群眾辦實事」活動。面向英雄模範、烈屬、全國勞動模範等群體開展「送一片關懷情」慰問活動，各級工會累計慰問2,306人，發放慰問金達257萬元。

困難員工幫扶投入

7,022萬元

慰問資金投入

4,210萬元

### 關愛職工子女

為克服疫情造成的困難，持續開展「職工子女假期託管」，創新形式，竭力為職工子女提供託管服務。其中，福建職工子女假期託管班被中華全國總工會評為「全國愛心託管班」。