

# 業務概覽

---

## 增育

2017年，公司深入實施聚焦創新合作戰略，積極推進混改落地促進業務發展，業務結構進一步優化，線上發展比例大幅提升，創新業務實現較快增長，在成本資源持續優化的情況下，經營業績實現反轉。

**陸益民**  
執行董事兼  
總裁



## 移動業務

2017年，公司積極推進營銷模式轉型，2I2C業務快速發展，驅動移動服務收入用戶雙增長。線上線下協同發展，線上發展達到28,416萬戶，移動出賬用戶ARPU為人民幣48.0元，移動手機數據流量達到77,860億MB，同比增長384%。暢視註冊用

# 互聯網

# 新基因

加速提升，線下渠道提質增效。構建存量價值經營體系，加快推進2G遷移4G，創新推出暢視計劃，改善用戶結構，提升用戶價值。移動出賬用戶全年淨增2,034萬戶，

戶達到820萬，月活躍用戶數超過300萬，沃視頻用戶規模達到3,099萬戶，月活躍用戶達到863萬。

## 固網業務

2017年，公司聚焦「大連接、大帶寬、大融合、大視頻」，發佈「光寬帶+」寬帶品牌，積極推進寬帶電商化、融合化、視頻化，以市場牽引網絡建設，全面推進光改，提升網絡質量。全力推進劃小承包改革落地，激發一線活力，促進業務發展。借助混改，深化開展社會化合作。寬帶用戶淨增130萬戶，達到7,654萬戶，寬帶用戶接入ARPU為人民幣46.3元；FTTH用戶佔比達到77.3%，同比提高6.1個百分點；本地電話用戶流失665萬戶，用戶總數達到6,000萬戶。

## 網絡能力

2017年，公司推進精準建設、持續提升網絡能力，積極打造4G匠心網絡。4G平均上下行速率行業領先，重點區域、重點場景差異化精準優勢明顯。截至2017年底，4G基站累計達到85.2萬站，4G鄉鎮覆蓋率達到

90%。按照「南北有別」提升寬帶能力，打造差異化優勢的光寬帶網絡，2017年底固網寬帶端口達到2億個，FTTX端口佔比達到98.8%。

公司持續完善國際網絡佈局。截至2017年底，國際海纜資源容量達到16.2T；互聯網國際出口容量2.46T，回國帶寬2.08T；國際漫遊覆蓋達到252個國家和地區的607家運營商。

## 市場營銷

### 品牌策略

2017年，公司借助世乒賽、全運會等大事件重塑形象，持續通過互聯網精準、創新、跨界傳播提升業務口碑。同時，策劃「匠心網絡萬里行活動」等熱點活動宣傳網絡優勢，持續打造匠心網絡形象，全方位提升了「中國聯通」及「沃」品牌影響力。



### 營銷策略

2017年，公司加強與混改战略合作夥伴的業務協同，創新商業模式促進2I2C迅速發展，推廣冰激凌等系列重點產品，促進了用戶獲取與價值提升；通過強化品牌感知，高速帶寬、融合產品及優質視頻內容，不斷提升寬帶競爭力，有效推動了經營轉型。

公司與阿里巴巴、騰訊等合作夥伴打造以「沃雲」為品牌的公有雲產品；與阿里巴巴通過釘釘應用拓展中小企業信息化應用市場；持續優化IDC業務運營模式，提升ICT業務專業化能力，規模化發展物聯網業務，創新型業務實現較快增長。

# 增強 創新發展

### 營銷渠道

2017年，公司積極線上線下一體化運營，線上渠道加快發展、做大規模，成為公司服務客戶主要渠道、產品銷售重要渠道。線下渠道積極推進轉型，提升效能，創新模式。擴展輕觸點，強化專業化運營能力，穩定用戶發展；建立存量用戶互聯網維繫及價值經營體系，提升存量用戶保有率；推行全成本核算，大力優化門店佈局，控制門店數量，持續清理低效、無效渠道，確保營銷成本效能最大化。

### 客戶服務

2017年，公司進一步完善服務標準及制度，實現服務前移；持續推進傳統服務渠道、互聯網服務渠道的智能化改造及協同運營，豐富積分及俱樂部的運營手段，實現客戶感知的不斷提升；並聚焦客戶痛點難點問題開展攻堅專項行動，申訴率年度保持行業第二，不明扣費申訴率行業最低。

# 新動能

主要業務指標	2017	2016
移動出賬用戶數 <sup>1</sup> (百萬)	284.2	263.8
<b>4G用戶數</b> (百萬)	<b>174.9</b>	104.6
移動出賬用戶ARPU(人民幣元)	48.0	46.4
<b>4G用戶ARPU</b> (人民幣元)	<b>63.4</b>	76.4
固網寬帶用戶數(百萬)	76.5	75.2
固網寬帶接入ARPU(人民幣元)	46.3	49.4
固網本地電話用戶數(百萬)	60.0	66.7

附註1：為更好的滿足公司戰略管理的需要，在移動業務方面，公司管理和分析的重點更加聚焦於出賬的移動用戶（一般指當月有收入貢獻的用戶）和4G用戶（持有4G終端並使用公司4G網絡的出賬移動用戶）。自2016年1月起公司披露出賬的移動用戶和4G用戶指標及變化，用戶數據披露的變更不會影響公司收入和利潤的確認。