

業務

2018年，公司在市場環境深刻變化、受提速降費等國家監管政策調整、行業激烈競爭、經營發展面臨嚴峻挑戰的情況下，深化實施聚焦創新合作戰略，創新商業模式，構建線上線下一體化新零售體系，加大力度推動互聯網化運營轉型。

移動業務

2018年中國聯通深化互聯網化轉型，積極打造「五新」聯通，開創發展新局面。全面打造線上線下一體化渠道體系，大力拓展異業觸點，積極推進全場景劃小承包，充分調動一線人員積極性，找準客戶的痛點和需求創新；打造專屬的互聯網化產品，持續迭代優化產品，全面推廣騰訊王卡、冰激凌等重點產品，實現收入效益雙提升；創新線上拓展模式，做大做強線上營銷能力，持續提升2I2C業務規模；聚焦名單制客戶及重點行業市場，以「信息化平台+應用特權」為切入點，借力互聯網化營銷工具，線上線下協同營銷模式，提升行業

客戶貢獻。移動出賬用戶全年淨增3,087萬戶，達到約3.2億戶，移動出賬用戶ARPU為人民幣45.7元，移動手機數據流量全年約216.8億GB，同比增長179%。

固網業務

固網寬帶通過填充視頻內容和家庭服務產品，優化寬帶融合套餐體系，主動應對競爭；開展「新視頻 高質量 免費體驗」全國營銷活動；提升線上引流能力、完善中台運營支撐，大力發展寬帶電商化，並通過融合滲透、視頻加載、在網延長、價值提升等措施強化用戶保有。同時，以家庭融合通信為基礎、以家庭組網為切入點、發揮網絡優勢，佈局家庭互聯網業務，並借助混改合作夥伴力量，探索家庭互聯網領域，形成新的收入增長點。寬帶用戶淨增434萬戶，達到8,088萬戶，寬帶接入用戶ARPU為人民幣44.6元；FTTH用戶佔比達到82%，同比提高4.5個百分點；本地電話用戶流失410萬戶，用戶總數達到5,590萬戶。

概覽



李國華
執行董事兼總裁

業務概覽

產業互聯網業務方面，聚焦雲業務引領，初步建立「雲+網+X」政企新融合營銷模式，2018年雲計算收入達到人民幣9.6億元，同比增長99%。大數據聚焦產品、平台、自主研發等核心能力的提升，在政務、金融、交通旅遊、安全等行業取得突破，2018年收入達到人民幣6.1億元，同比增長284%。物聯網聚焦智慧城市、智能可穿戴、車聯網、智能製造等領域，強化連接



管理平台服務能力，提升使能應用能力，打造端到端解決方案，連接數接近1.1億，2018年收入達到人民幣20.8億元，同比增長48%。IT服務聚焦重點領域垂直賦能，全面提升自主核心能力，發佈一站式政務服務、智慧黨建、智慧河長綜合管理平台、醫療影像雲等一系列產業互聯網應用產品，2018年收入達到人民幣56.1億元，同比增長69%。

網絡能力

2018年，公司全面落實「聚焦」戰略，推行以投資收益為導向的科學建設方法，積極探索互聯網化網絡建設、運營和優化的新模式，從用戶角度打造一張覆蓋好、上網快的高品質網絡。截至2018年底，4G基站達到99萬站，4G鄉鎮覆蓋率達到91%，固定網絡方面繼續擴大新增區域網絡覆蓋和PON+LAN區域網絡改造，寬帶端口總數達到2.1億個，其中FTTH端口佔比82%。傳送網新增WDM/OTN生產能力198.2萬波長公里，新建光纜幹線4,781皮長公里，折合26.7萬纖芯公里。

公司持續完善國際網絡佈局。截至2018年底，國際海纜資源容量達到21.8T；互聯網國際出口容量2.2T，回國帶寬2.4T；國際漫遊覆蓋達到253個國家和地區的616家運營商。

市場營銷

品牌策略

2018年，公司借力冬奧、世界杯、世乒賽等大事件，強化品牌形象、5G、移網及寬帶等重點業務宣傳，持續通過線上互聯網精準傳播、線下活動創新推廣提升業務口碑。同時，策劃發佈沃品牌卡通形象、智慧聯盟等，深入推進品牌互聯網化。

營銷策略

2018年，公司強化危機意識，積極應對競爭，舉全域之力，打好經營收官之戰。傳統有效堅持與創新模式推進並重，多元化渠道發展與提質增效並重，公眾與集客市場並重，聚焦重點業務做深做透。通過單變多、單變融的滾雪球模式保有和拓展用戶；通過渠道賦能、觸點拓展、政企專項突破積極發展用戶；強化存量經營，全力提升價值。電子渠道拓寬合作廣度，挖掘合作深度，借助合作方宣傳優勢與各種節慶契機大力開展聯合營銷，保障2I2C發展規模。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；分別與阿里巴巴、網宿成立合資公司，建立政企新融合營銷模式。

渠道策略

2018年，公司重點構建以「生態化、大數據、一體化、高體驗」為特徵的線上線下一體化新零售體系。線上進一步拓展合作觸點，增強異網用戶獲取能力，以手廳為核心，構建自有觸點網絡，大力提高線上渠道合力與集約化能力，將線上渠道打造為增收增效和價值經營的主渠道。線下優化自控門店佈局，持續改善社會渠道結構，做好傳統渠道互聯網化轉型。

客戶服務

2018年，公司以NPS客戶口碑及體驗提升為牽引，建立一體化運營管理體系，加速推進服務互聯網化工程和關鍵流程客戶化改造，並聚焦客戶痛點難點問題開展攻堅專項行動。截至年底，移網NPS較上年提升5.1分，寬帶NPS提升9.5分，實現了客戶感知的持續提升。

