

業 務 概 覽



陳忠岳
執行董事兼總裁

2021年，中國聯通以「強基固本、守正創新、融合開放」的戰略升級，積極主動服務國家戰略和融入新發展格局，堅定推動高質量發展，持續發揮IT集約化優勢，大力推進數字化轉型和服務模式創新，以5G業務為引領，強化融合經營，提升用戶發展。

移動業務

中國聯通堅持價值為先、體驗領先、規模突破，全力實施5G引領融合化、群組化發展，以5G引領質效規模發展。推進新用戶發展即5G，重點市場和細分人群5G場景化突破；推進存量用戶5G化，基於大數據精確分析和場景化深刻洞察，對客戶精細切片、精準施策；推進5G多量網產品創新，確保資費合約與產品競爭力，推進5G套餐對全量客戶全覆蓋，加強5G用戶合約化、融合化發展；增強資費與合約靈活度，加強5G核心應用打造差異化；推動5G終端、泛終端產業創新發展；推進5G端網業服協同。

公司深化推進全面數字化轉型，提升數字化營銷服務能力，推進「平台+網+X」產品模式轉型，加強全產品統籌管理與一體化開發運營能力，面向2C、2H、2B2C市場，成功推出了聯通數村、聯通智家、聯通雲犀等平台。

終端數字化運營和供應鏈生態加速健全，公司持續開放了終端運營體系，保障了終端供應穩定，升級了數字化供應鏈能力；消費金融工具賦能廣泛深入，金融受理門店數超過10萬家。

截至2021年底，本公司擁有移動出賬用戶約31,712萬戶，年累計淨增1,130萬戶；5G套餐用戶累計到達15,493萬戶，年累計淨增8,410萬戶。

固網業務

2021年，中國聯通在固網業務發展方面，堅持「端網業營服信」全面協同，堅持「三千兆」為引領，建立了以市場為牽引的端網業服協同聯動機制，全面提升寬帶資源接入能力和資源管理能力，實現寬帶營銷與資源能力協同發展。推進千兆網絡建設，強化南方寬帶能力建設，聚焦高價值區域，加快千兆小區建設改造，持續開展寬帶測速提速活動，盤活資源，全面提高網絡資源效益。依託冬奧

業務概覽



品牌優勢，全面強化千兆寬帶發展，為實現北方全面領先、南方定點超越的經營目標奠定基礎。以寬帶流程全鏈條優化為抓手，構建家庭用戶「兩網一中台」數字化運營體系，優化資源配置，推進高效能治理。將固話納入家庭套餐，盤活固話碼號資源，推出固話視頻彩鈴、企業名片等創新應用。2021年寬帶收入完成人民幣448億元，同比增長5.2%。全年寬帶用戶淨增895萬戶，達到9,505萬戶，寬帶用戶接入ARPU為人民幣41.3元；FTTH用戶佔比達到88%。

產業互聯網

雲計算方面，聯通雲作為數字化轉型和融合創新的底座，為客戶提供包括雲資源、雲平台、雲服務、雲集成、雲互聯、雲安全等一體化融合創新解決方案。通過統一技術架構、統一PaaS平台提升算力算效，全面佈局大計算，通過技術升級、產品升級、服務升級、生態升級全面升級聯通雲。支持架構開放、雙引擎基座和多場景部署，大物智鏈安等PaaS產品與IaaS產品深度融合，基礎產品品類不斷豐富，基礎產品性能大幅提升，推出7大場景雲產品，助力千行百業數字化轉型。2021年聯通雲收入人民幣163億元。

大數據方面，升級數據應用服務、數據技術服務、數據安全服務、AI、區塊鏈服務能力，聚焦政務、金融、文旅、交通等行業，優化政務大數據、金融大數據、文旅大數據、行業AI產品及「行業+區塊鏈」產品體系；持續服務疫情防控與復工復產；支撐8項區塊鏈試點成功入選國家區塊鏈創新應用試點。2021年大數據收入達人民幣26億元，同比增長48.7%，市場份額連續三年保持電信運營商首位。

物聯網方面，以5G為引領加快推動物聯網大聯接新格局，物聯網連接數超過3億個。加快以平台為核心的自主創新引領，雁飛智連平台(CMP)承載連接數突破1.6億個，成為連接業務的主力承載平台。雁飛格物平台(DMP)自2021年4月商用以來快速接入近百萬個設備數，逾200個物模型、逾180個Open API，成為聯通物聯網向「連接+非連接」融合應用轉型的樞紐級平台。發佈國內首款低成本的輕量化雁飛5G模組，聯合展銳完成全球首個基於R16的eMBB+uRLLC+IIoT端到端驗證，積極推動5G IoT產業創新發展。2021年聯通物聯網收入人民幣60億元，同比增長43%。

IT服務方面，強化自主創新，實現產品能力平台化、自主產品標準化、產品研發集約化，提升5G應用規模化推廣能力，提高項目毛利率。目前大應用中，自研應用產品超200款，在智慧城市、工業互聯網、數字政府、生態環境等領域打造了智慧城市基座、一網統管、工業互聯網平台、政務大數據平台、智慧河湖長等一批明星產品，以自研為核心實施8,000多個行業應用專案，拉動行業應用收入人民幣60億元，形成了以自主能力、自研產品、自主集成交付、持續運營服務集一體的差異化競爭優勢，全面服務客戶數字化轉型。

網絡能力

2021年公司認真落實「網絡強國」、「新基建」戰略部署，圍繞以數字化轉型打造網絡差異化競爭優勢為目標，深化推進行業共建共享，網業協同、強化服務支撐，持續提升網絡競爭力，多措並舉有效緩解5G大規模建設、業務較快發展帶來的資源投入壓力，深化運營體系變革，堅持數字化、網絡化、智能化方向，推進網絡數字化轉型。

業務概覽

截至2021年底，可用5G基站達到69萬站。4G基站達到156萬站，4G人口覆蓋率達到95%，4G行政村覆蓋率達到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2.39億個，其中FTTH端口佔比91%。公司持續完善國際網絡佈局。2021年底，國際海纜資源容量達到57.8T。互聯網國際出口容量5.31T，回國帶寬3.93T。國際漫遊覆蓋達到260個國家和地區的627家運營商。

市場營銷

品牌策略

2021年，圍繞數字化轉型，品牌宣傳以智慧為內核，以5G為引領、以冬奧為背書，持續倡導打造智慧的體驗，致力於打造有溫度的智慧品牌。宣傳上重點聚焦5G、三千兆、創新應用、行業應用、千兆網絡、高品質服務等重點業務優勢，聚焦家庭、農村、青少年、政企客戶等細分市場及重點行業，結合熱點和事件、關鍵節點等進行借勢和造勢宣

傳，同時將冬奧差異化優勢與品牌及5G緊密結合，強化冬奧合作夥伴身份，彰顯品牌實力。在傳播上通過不斷創新宣傳手段和形式，打造立體化傳播矩陣，用小切口講好大故事，不斷優化宣傳內容及多樣化傳播手段，強化用戶關注，提升品牌價值。品牌整體發展態勢良好，美譽度和知曉度雙提升。

營銷策略

農村市場順應農村數字消費升級趨勢，貫徹「鄉村振興」戰略，以5G為引領，持續升級智慧家庭、平安鄉村和數字鄉村產品服務；青少年市場面對泛娛樂群體，與頭部觸點開展合作引流工作實現規模發展，緊抓秋開發展時間，前置營銷模式，做好高校寬帶、高校信息化、5G專網和K12智慧校園等項目。

落實「促換機」、「促登網」等計劃，推進5G端網業服協同發展；開展「端業匹配」、「網業匹

配」等計劃，持續強化寬帶終端、網絡、業務匹配，提升千兆網絡能力及用戶感知。

夯實存量經營固本強基作用，提融合、提價值、控流失、控降套，實現了存量收入規模和用戶規模的雙穩盤，存量經營持續拉動主營收入穩步增長。

營銷渠道

2021年公司打造以客戶為中心的「一型三化」OMO新型渠道營銷服務體系。一是加快推進線下渠道向目標市場的全面轉型，貼近目標市場，優化佈局，雙優社區、鄉鎮覆蓋全面

提升；強化「1+N+n」商盟建設，積極構建線下渠道新生態。二是加快提升線上集約化運營能力拓展流量空間，2I2C產品和營銷模式升級提速，穩固頭部合作同時積極拓展本地創新引流；加速打造差異化中國聯通APP，做大用戶連接，提升用戶活躍，構建生態合作平台。三是加快推進線上線下一體化，統一公眾中台和業務運營平台，全流程打通和生產調度；深化數字化營業廳建設，擴大相互引流，提升渠道能力。

