

業務概覽

2022年中國聯通全面實施新戰略規劃的起跑之年，中國聯通堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，堅決貫徹落實國務院決策部署，堅持以「數字信息基礎設施運營服務國家隊、網絡強國數字中國智慧社會建設主力軍、數字技術融合創新排頭兵」的企業定位，在「強基固本、守正創新、融合開放」的戰略指引下，大力發展「大連接、大計算、大數據、大應用、大安全」五大主責主業，紮實推進「1+9+3」戰略規劃體系見行見效，實現新戰略全面實施第一年的良好開局。



陳忠岳
執行董事兼總裁

「大連接」方面，中國聯通搶抓「雙千兆」「物超人」發展機遇，堅持量質構效協同發展。戰略定位、政策設計、資源配置同向發力，實現基於規模的價值經營、基於質量的合規發展、基於結構的融合發展、基於效能的有效發展，圍繞全量用戶融合化發展全力推進端網業協同的價值經營，聚力做大連接規模和價值。截至2022年12月，用戶規模再創新高，「大連接」用戶累計達到8.6億戶，寬帶用戶跨越1億戶歷史關口；5G套餐用戶累計到達2.1億戶。推出「格物」設備管理平台，深入智慧城市和工業互聯網兩大領域，為客戶提供便捷專業的設備管理服務，物聯網率先實現「物超人」，物聯網終端連接累計到達3.86億戶。

「大計算」方面，聯通雲全面升級至7.0版本，核心技術攻關取得突破，計算、存儲、網絡核心性能指標增強，雲原生容器平台獲得運營商唯一金融場景卓越級認證，自研操作系統CULinux及自研數據庫成功上線。深化「5+4+31+X」雲資源佈局，基於省級節點進一步下沉，逐步實現一市一池算力佈局。由行業雲版、私有雲版、信創雲版組成的全新聯通雲產品體系，全面滿足客戶全場景上雲需求，支撐數字政府、智慧城市建設，助力科技防疫，積極參與央企數字化轉型。

「大數據」方面，持續升級數智鏈融合創新能力，聚合數據治理、數據安全、數據可視化服務能力，完善產品體系，發佈「資治」政務大數據平台，11項能力入圍信通院數據治理產業圖譜。在數字政府、數字金融、智慧文旅、數據安全等領域，實現省市級標桿項目規模複製。聯通大數據業務保持高速發展，市場份額持續領跑行業，區塊鏈專利儲備央企第一。

業務概覽

「大應用」方面，公司致力於打造更豐富、更好用的創新產品，深化面向個人和家庭市場的產品供給側結構性改革，推出5G新通信系列產品，構建「聯通智家」產品體系，為廣大客戶帶來品質升級的新體驗。公司深入踐行「一個聯通、一體化能力聚合、一體化運營服務」，聚焦垂直行業，錘煉專精特新能力，在數字政府、智慧城市、工業互聯網、醫療健康等14個行業領域自主研發產品超過200款，年度新簽合同額超過人民幣100億元，超過前3年總和。基於5GC 2B「集中一朵雲、分佈一張網」的立體網絡架構持續創新5G專網PLUS，榮獲

Informa Tech第19屆5G World峰會「5G專網產業領導力獎」，發佈5G專網產品體系3.0，打造50款創新應用產品，服務3,800餘個行業專網客戶，打造超過16,000個5G規模化應用的「商品房」項目。以服務鋼鐵、礦山、裝備製造等重點行業工業企業5G全連接工廠建設為抓手，深入全行業20大場景應用建設，打造5G全連接工廠項目1,600餘個，初步實現現場輔助裝配、廠區智能物流等輔助生產環節規模化，並向遠程設備操控、柔性生產製造等核心應用場景滲透。





「大安全」方面，發揮基礎網絡資源和四級運營體系優勢，打造「雲網數服」一體化安全產品和運營服務體系，發佈「墨攻」安全運營服務平台，持續升級聯通雲盾抗D先鋒、大網態勢感知等優勢產品，聯手打造產業生態並推出安全雲市場，不斷滿足政府、大型企業的多樣化、場景化安全需求，已為200餘家頭部客戶提供服務。在北京冬奧會、全國兩會、黨的二十大等重大活動網絡安全保障服務中，實現零事故、零失誤、零投訴。

營銷策略方面，堅持量質構效協同發展，實現基於規模的價值經營、基於質量的合規發展、基於結構的融合發展、基於效能的有效發展。一是加快「雙

千兆」規模化、應用化、融合化發展，推進5G數智生活引領移動業務規模價值實現新跨越，推進1000M智慧家庭引領寬帶業務規模價值邁上新高度，做新品牌運營工程，做大聯接規模、做厚聯接價值，實現客戶感知全面領先。二是加快算網融合產品與模式創新，着力面向重點業務重點市場大融合產品新供給，做強聯通APP運營，推進三千兆引領2I2C產品與營銷模式新升級，深化「平台+雲網+X」模式轉型，加快迭代平台功能，加快構建重點市場產品、觸點體系和營銷組織、責任體系，引領推動面向細分市場營銷模式創新轉型。三是加快固移融合為基礎全融合、高質態用戶結構升級，

業務概覽

實現固移、雲網、終端、應用、金融、賬戶等全要素深度融合，全專業融合化協同互促，線上線下全觸點融合化發展，實現全量客戶深度運營新價值。

營銷渠道方面，深化推進OMO數字化營服體系建設，着力推動向目標細分市場的全要素一體化運營體系轉型。一是面向細分市場的營服組織初步建立：聚焦細分目標市場重構營服組織架構，由渠道管理為導向的銷售模式升級為BU制多兵種協同

作戰的新模式，貼近用戶、融入場景，推動「平台+雲網+X」營銷轉型。二是渠道終端雙振興牽引實體渠道佈局優化：積極落實渠道終端雙振興計劃，抓實渠道終端一體化能力建設，提升終端渠道零售能力，強化終端廠商和賣場合作，牽引實體渠道更廣泛觸達，貼近客戶優化渠道佈局和結構。三是線上線下一體化五個能力推進卓有成效：統一生產工具推進「一屏通辦」，統一訂單調度高效支撐





一線生產，統一生產交付大幅提升生產效率，統一流量彙聚充份挖掘大數據價值，統一資源可視實現網絡「3+2」數字化展現。

網絡能力方面，圍繞五大主責主業，堅持適度超前、以建促用、建用結合，堅定不移加大投入力度，加強數字信息基礎設施建設，加快打造5G、寬帶、政企、算力四張精品網，下大力氣提升公司核心競爭力、可持續發展能力和價值創造能力，推動網絡品質邁向新台階，為公司高質量發展進一步築牢網絡底座。

截至2022年底，5G中頻基站達到100萬站，900M低頻基站新增17萬站，4G可用基站達到227.6萬站，其中4G自建基站169.6萬站，4G共享電信58萬站。5/4G行政村覆蓋率達到96%。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2.5億個，其中FTTH端口佔比93.2%。公司持續完善國際網絡佈局。截至2022年底，國際海纜資源容量達到79.5T。互聯網國際出口容量5.96T，回國帶寬4.83T。國際漫遊覆蓋達到260個國家和地區的626家運營商。