

# 表 現 摘 要

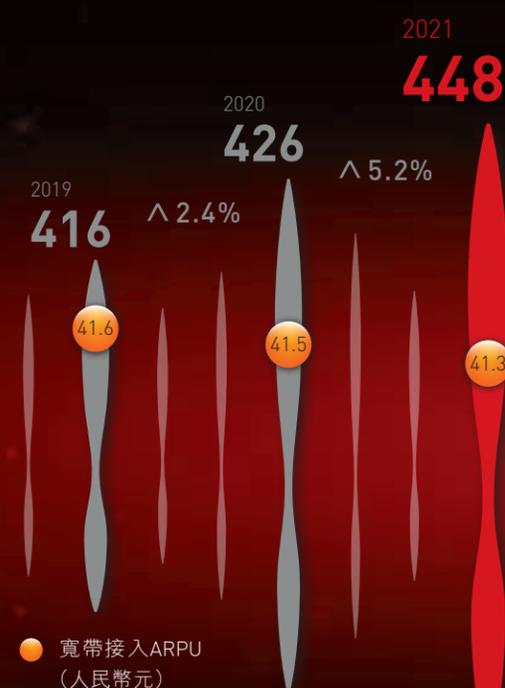
● 更大力度提升規模價值：基礎業務穩健發展

● 更高水平實施創新驅動：創新業務快速增長

移動服務收入  
(人民幣億元)



寬帶接入收入  
(人民幣億元)



產業互聯網業務收入  
(人民幣億元)



| 主要財務指標                      | 2021    | 2020    | 同比變化   |
|-----------------------------|---------|---------|--------|
| 營業收入(人民幣億元)                 | 3,278.5 | 3,038.4 | 7.9%   |
| 其中：服務收入(人民幣億元)              | 2,961.5 | 2,758.1 | 7.4%   |
| EBITDA <sup>1</sup> (人民幣億元) | 963.2   | 941.4   | 2.3%   |
| 佔服務收入比                      | 32.5%   | 34.1%   | -1.6pp |
| 淨利潤 <sup>2</sup> (人民幣億元)    | 143.7   | 124.9   | 15.0%  |
| 每股基本盈利(人民幣元)                | 0.470   | 0.408   | 15.0%  |
| 自由現金流 <sup>3</sup> (人民幣億元)  | 416.8   | 379.0   | 9.9%   |
| 每股股息 <sup>4</sup> (人民幣元)    | 0.216   | 0.164   | 31.7%  |

附註1：EBITDA反映了在計算財務費用、利息收入、應佔聯營公司淨盈利、應佔合營公司淨盈利、淨其他收入、所得稅、折舊及攤銷前的年度盈利。由於電信業是資本密集型產業，資本開支和財務費用可能對具有類似經營成果的公司盈利產生重大影響。因此，本公司認為，對於與本公司類似的電信公司而言，EBITDA有助於對公司經營成果分析，但它並非公認會計原則財務指標，並無統一定義，故未必可與其他公司的類似指標作比較。

附註2：淨利潤為本公司權益持有者應佔盈利。

附註3：自由現金流=經營現金流－資本開支。

附註4：董事會建議派發2021年度末期股息每股人民幣0.096元，連同已派發的2021中期股息每股人民幣0.120元，2021全年股息合計每股人民幣0.216元。

# 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。



財

務  
概

覽

服務收入  
(人民幣億元)

2,961.5

EBITDA<sup>2</sup>  
(人民幣億元)

963.2

非語音業務  
服務收入  
(人民幣億元)

2,615.7

### 概述

2021年，公司經營態勢穩中有進，規模效益持續提升，綜合實力再上台階，實現了「十四五」良好開局。公司實現營業收入人民幣3,278.5億元，同比增長7.9%。服務收入達到人民幣2,961.5億元，同比增長7.4%。實現淨利潤<sup>1</sup>人民幣143.7億元，同比增加人民幣18.8億元。

2021年，公司經營活動現金流量淨額為人民幣1,106.4億元，資本開支為人民幣689.6億元。截至2021年底，公司資產負債率為43.6%。

### 營業收入

2021年，公司營業收入實現人民幣3,278.5億元，同比增長7.9%。其中，服務收入為人民幣2,961.5億元，同比增長7.4%，收入結構不斷優化。

下表反映了公司2021年和2020年服務收入構成的變化情況及各業務服務收入所佔服務收入百分比情況：

| (人民幣億元) | 2021年   |                   | 2020年   |                   |
|---------|---------|-------------------|---------|-------------------|
|         | 累計完成    | 所佔<br>服務收入<br>百分比 | 累計完成    | 所佔<br>服務收入<br>百分比 |
| 服務收入    | 2,961.5 | 100.00%           | 2,758.1 | 100.00%           |
| 其中：語音業務 | 345.8   | 11.68%            | 354.9   | 12.87%            |
| 非語音業務   | 2,615.7 | 88.32%            | 2,403.2 | 87.13%            |

#### 語音業務

2021年，公司語音業務收入實現人民幣345.8億元，同比下降2.6%。

#### 非語音業務

2021年，公司非語音業務收入實現人民幣2,615.7億元，同比增長8.8%。

## 財務概覽

### 成本費用

2021年，公司成本費用合計為人民幣3,099.2億元，同比增長7.7%。

下表列出了2021年和2020年公司成本費用項目以及每個項目所佔營業收入的百分比變化情況：

| (人民幣億元)      | 2021年          |                   | 2020年   |                   |
|--------------|----------------|-------------------|---------|-------------------|
|              | 累計發生           | 所佔<br>營業收入<br>百分比 | 累計發生    | 所佔<br>營業收入<br>百分比 |
| 成本費用合計       | <b>3,099.2</b> | <b>94.53%</b>     | 2,878.1 | 94.73%            |
| 營業成本         | <b>3,171.8</b> | <b>96.75%</b>     | 2,927.2 | 96.34%            |
| 其中：網間結算支出    | <b>115.6</b>   | <b>3.52%</b>      | 105.7   | 3.48%             |
| 折舊及攤銷        | <b>856.5</b>   | <b>26.13%</b>     | 830.2   | 27.32%            |
| 網絡、營運及支撐成本   | <b>530.9</b>   | <b>16.19%</b>     | 462.9   | 15.23%            |
| 僱員薪酬及福利開支    | <b>589.4</b>   | <b>17.98%</b>     | 557.4   | 18.35%            |
| 銷售通信產品成本     | <b>306.8</b>   | <b>9.36%</b>      | 268.6   | 8.84%             |
| 銷售費用         | <b>322.1</b>   | <b>9.83%</b>      | 304.6   | 10.03%            |
| 其他經營及管理費     | <b>450.5</b>   | <b>13.74%</b>     | 397.8   | 13.09%            |
| 財務費用(抵減利息收入) | <b>1.7</b>     | <b>0.05%</b>      | 3.8     | 0.13%             |
| 應佔聯營公司淨盈利    | <b>-18.6</b>   | <b>-0.57%</b>     | -15.9   | -0.52%            |
| 應佔合營公司淨盈利    | <b>-14.5</b>   | <b>-0.44%</b>     | -7.9    | -0.26%            |
| 淨其他收入        | <b>-41.2</b>   | <b>-1.26%</b>     | -29.1   | -0.96%            |

**網間結算支出**

2021年，網間結算支出發生人民幣115.6億元，同比增長9.3%，所佔營業收入的比重由上年的3.48%增加至3.52%。

**折舊及攤銷**

2021年，公司資產折舊及攤銷發生人民幣856.5億元，同比增長3.2%，所佔營業收入的比重由上年的27.32%下降至26.13%。

**網絡、營運及支撐成本**

2021年，公司網絡、營運及支撐成本發生人民幣530.9億元，同比增長14.7%，所佔營業收入的比重由上年的15.23%變化至16.19%，主要受房屋設備租賃成本、網絡運維及能耗成本增長影響。

**僱員薪酬及福利開支**

2021年，公司持續推進激勵機制改革，強化激勵與績效掛鉤，同時加大引入創新人才，僱員薪酬及福利開支發生人民幣589.4億元，同比增長5.7%，所佔營業收入的比重由上年的18.35%變化至17.98%。

**銷售通信產品成本**

2021年，公司銷售通信產品成本發生人民幣306.8億元，同期銷售通信產品收入為人民幣317.0億元，銷售通信產品毛利為人民幣10.2億元。

**銷售費用**

2021年，隨着公司推進全面數字化轉型，加快線上線下一體化運營，嚴控用戶發展成本，銷售費用發生人民幣322.1億元，同比增長5.7%，所佔營業收入的比重由上年的10.03%下降至9.83%。

**其他經營及管理費**

2021年，其他經營及管理費發生人民幣450.5億元，同比增長13.3%，主要是由於ICT業務快速增長導致相關服務成本增加，以及加大對創新業務技術支撐的投入。

## 財務概覽

### 盈利水平

#### 稅前利潤

2021年，公司得益於發展質量和盈利能力持續提升，稅前利潤實現人民幣179.3億元，同比增長11.9%。

#### 所得稅

2021年，公司的所得稅為人民幣34.2億元，實際稅率為19.1%。

#### 本期盈利

2021年，公司淨利潤<sup>1</sup>實現人民幣143.7億元，同比增加人民幣18.8億元。每股基本盈利為人民幣0.470元，同比增長15.0%。

### EBITDA<sup>2</sup>

2021年，公司EBITDA為人民幣963.2億元，同比增長2.3%，EBITDA佔服務收入的百分比為32.5%，同比降低1.6個百分點。

### 資本開支及現金流

2021年，公司各項資本開支合計人民幣689.6億元，主要用於移動網絡、寬帶及數據、基礎設施及傳送網建設等方面。2021年，公司經營活動現金流量淨額為人民幣1,106.4億元，扣除本年資本開支後自由現金流<sup>3</sup>為人民幣416.8億元。

#### 價值導向

堅持價值導向，動態優化預算目標，激發創收增利活力

#### 防控風險

全過程、全鏈條完善風險防控工作體系，防範化解各類風險

#### 科技創新

通過科技創新促進數字化轉型和智慧運營升級

#### 靈活敏捷

打造扁平、協同、敏捷、生態的平台型組織

#### 有效激勵

聚焦戰略佈局，建立差異化激勵機制

全面落實新戰略，  
為股東、社會、客戶  
創造更大價值

下表列出了公司2021年主要資本開支項目情況：

| (人民幣億元)  | 2021年 |         |
|----------|-------|---------|
|          | 累計支出  | 佔比      |
| 合計       | 689.6 | 100.00% |
| 其中：移動網絡  | 338.9 | 49.14%  |
| 寬帶及數據    | 129.3 | 18.75%  |
| 基礎設施及傳送網 | 110.8 | 16.07%  |
| 其他       | 110.6 | 16.04%  |

### 資產負債情況

截至2021年12月31日，公司資產總額由上年底的人民幣5,806.2億元變化至人民幣5,910.8億元，負債總額由上年底的人民幣2,531.0億元變化至人民幣2,576.4億元，資產負債率43.6%，同上年底基本持平。債務資本率由上年底的12.2%下降至9.7%；截至2021年12月31日，淨債務資本率為0.4%。

註1：淨利潤為本公司權益持有者應佔盈利。

註2：EBITDA反映了在計算財務費用、利息收入、應佔聯營公司淨盈利、應佔合營公司淨盈利、淨其他收入、所得稅、折舊及攤銷前的年度盈利。由於電信業是資本密集型產業，資本開支和財務費用可能對具有類似經營成果的公司盈利產生重大影響。因此，本公司認為，對於與本公司類似的電信公司而言，EBITDA有助於對公司經營成果分析，但它並非公認會計原則財務指標，並無統一定義，故未必可與其他公司的類似指標作比較。

註3：自由現金流反映了扣除資本開支的經營現金流，但它並非公認會計原則財務指標，並無統一定義，故未必可與其他公司的類似指標作比較。

