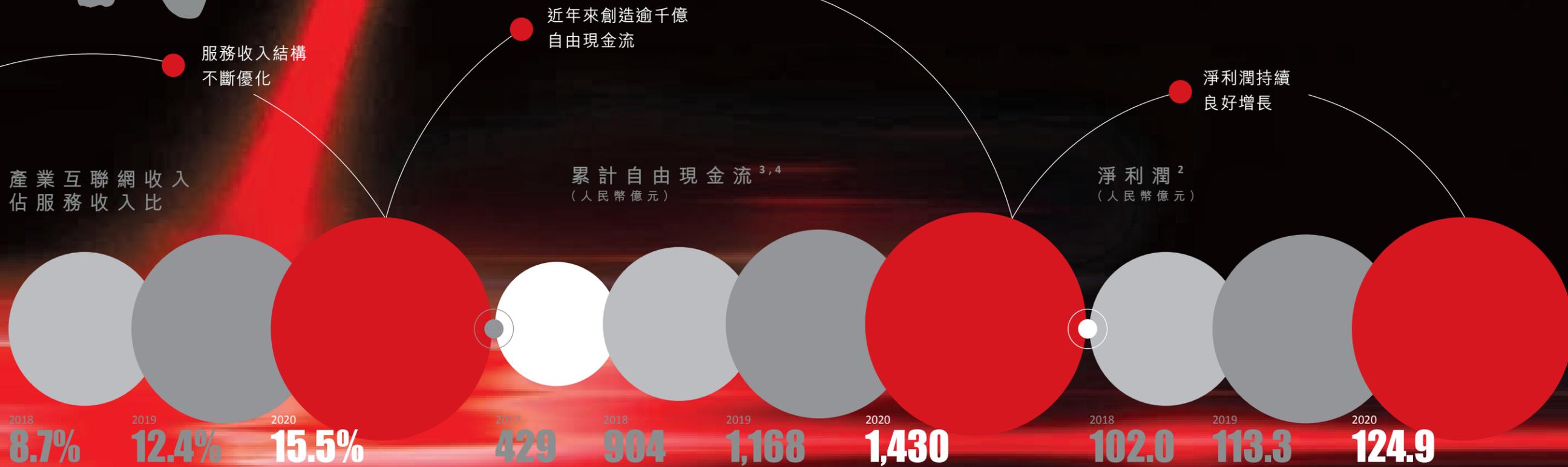


業績現

摘要



主要財務指標	2020	2019	同比變化
營業收入(人民幣億元)	3,038.4	2,905.1	4.6%
其中：服務收入(人民幣億元)	2,758.1	2,643.9	4.3%
EBITDA ¹ (人民幣億元)	941.4	943.6	-0.2%
佔服務收入比	34.1%	35.7%	-1.6pp
淨利潤 ² (人民幣億元)	124.9	113.3	10.3%
每股基本盈利(人民幣元)	0.408	0.370	10.3%
自由現金流 ³ (人民幣億元)	262	264	-0.8%

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：剔除執行IFRS/HKFRS 16對2019年及2020年自由現金流的影響(即自由現金流=經營現金流-資本開支-已付租金之本金)。

附註4：自2017年起累計計算的自由現金流。

業務概覽

2020年面對錯綜複雜的內外部環境和新型冠狀病毒疫情等挑戰，中國聯通始終堅持聚焦戰略，積極推動全面數字化轉型，堅持差異化經營，以5G業務為引領，強化融合經營，提升用戶發展能力，積極推進高質量可持續發展。

陳忠岳
執行董事兼總裁

移動業務

2020年中國聯通深化「聚焦、創新、合作」戰略，以5G為引領拉動移動業務增長，堅持「全國範圍抓好5G套餐，重點城市關注終端和登網率」策略，向存量市場要轉化、向新增市場要規模。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；增強省分資費與合約靈活度，加強5G核心應用打造差異化。全渠道規模發展上台階，重點實施「6+X」+1+1工程，線上聚焦5G差異化場景，強化5G自主引流；實體渠道開展5G體驗及終端內購會；政企積極打造5G示範標桿。加快端網業協同與匹配，以業促端，以端促業；金融分期創新，終端助力業務。實施客戶切片精準適政策，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。加大5G宣傳，以5G統領品牌傳播，以「三千兆」強化產品賣

點，以創新傳播提升轉化。截至2020年底移動出賬用戶達到3.06億戶，5G用戶份額逐步提升，用戶ARPU值人民幣42.1元，手機上網流量同比增長16.5%。

固網寬帶

2020年，中國聯通在固網業務發展方面，堅持「網業營服信」全面協同，以「三千兆」為引領，根據業務需要，結合5G熱點，建立了以市場為牽引的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。加快推進千兆網絡建設，制定《千兆寬帶發展規劃》。聚焦高價值區域，加快推進千兆小區建設改造。以寬帶無條件受理為依託，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。2020年固網寬帶接入收入完成人民幣425.6億元，同比增長2.4%。全年寬帶用戶淨增261.7萬戶，達到8,609.5萬戶，寬帶用戶接入ARPU為人民幣41.5元；FTTH用戶佔比達到86%。

產業互聯網

雲計算方面，聚焦雲引領，以研發資源有機統一，創新業務有根生長為核心驅動力，打造新沃雲新基座、新PaaS、新雲管產品能力，構建「雲網一體、安全可靠、專屬定制、多雲協同」差異化優勢，實現沃雲規模發展策略；圍繞資源、網

絡、平台、產品及生態打造新沃雲的自主核心能力，優化佈局聯通全網雲資源池，確定聯通沃雲品牌。2020年雲計算收入達到人民幣38.4億元，同比增長62.7%。

大數據方面，形成包含數據應用服務、數據技術服務、AI、區塊鏈和聚焦政務、金融、文旅、交通等重點行業的產品矩陣，打造政務大數據平台、數智產融平台、智遊-文旅大數據平台、智慧工廠AI應用平台等自研產品；發佈區塊鏈產品和能力的統一承載平台「聯通鏈」，同時，「聯通鏈」接入國家區塊鏈新型基礎設施「星火·鏈網」；履行央企擔當，支撐疫情防控和復工復產復學，大數據公司榮獲「全國抗擊新冠肺炎疫情先進集體」榮譽稱號。2020年收入達人民幣17.2億元，同比增長39.8%，市場份額59.4%，在電信運營商中居首位。

業務概覽

物聯網方面，優化5G引領、4G主力、NB精準發展的物聯網業務體系，連接數達到約2.4億；以「網絡軟件化、軟件硬件化、硬件芯片化」為思路強化自主能力建設，雁飛•智連CMP平台承載連接數超過8,000萬，雁飛•格物DMP平台投入商用。2020年收入達到人民幣42.2億元，同比增長39.0%。

IT服務方面，把握新基建及政府治理、產業數字化發展機遇，聚焦政府部門、公共服務單位、大型工業企業等客戶及智慧城市、數字政府、大信創、ITO、5G創新等重點領域，深入推進數字化轉型賦能。聚合自主創新核心能力，打造了覆蓋數字基建、雲網一體、數字平台、數字應用、數字方案的「平台+應用」產品體系。資質水平進一步提升，在三家運營商中唯一獲得電子與智能化一級資質，新增CS4、ITSS一級等7項IT行業資質。疫情期間保障政府通信網絡系統暢通，為國家重要會議提供多項基於5G技術的直播、遠程會議等數字



化服務，高質量圓滿完成3大類260餘項保障任務。聯通系統集成公司獲得中國軟件與信息技術服務百強企業，列21位。2020年收入達到人民幣133.6億元，同比增長33.4%。

網絡能力

2020年，公司深化實施聚焦創新合作戰略，積極推進網絡數字化轉型和運營體系變革，行業高質量協同發展和網絡共建共享取得戰略性成果，持續強化網絡服務支撐能力，助力公司高質量發展。

截至2020年底，4G基站達到150.3萬站，4G人口覆蓋率達到94%，4G行政村覆蓋率達到86%。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2.25億個，其中FTTH端口佔比88%。

公司持續完善國際網絡佈局。2020年底，國際海纜資源容量達到52.6T；互聯網國際出口容量4.12T，回國帶寬3.30T；國際漫遊覆蓋達到259個國家和地區的627家運營商。

市場營銷

品牌策略

2020年公司踐行高質量發展，完成了品牌規劃，確定了創享有溫度的智慧生活的品牌定位，提出了「創新，與智慧同行」口號，全面開啓聯通由內及外的品牌煥新工程，提升聯通品牌價值。在5G宣傳上充分發揮5G引領作用，持續解讀品牌理念，持續打造並沉澱5G⁺品牌視覺資產；在業務宣傳上聚焦重點業務及場景，同時結合熱

點和事件、關鍵節點等進行借勢和造勢宣傳。率先發佈三千兆，聚焦家庭場景下的用網需求，結合產品利益點和地域差異，持續開展宣傳。在青少年細分市場煥新沃派品牌，深化沃派「做我喜歡的」品牌主張，傳遞多元活力的內涵。通過不斷優化宣傳內容及多樣化傳播手段，品牌整體發展態勢良好，美譽度和知曉度雙提升，同時憑藉冬奧贊助商身份，進一步提升了品牌在消費者心中的好感度。

營銷策略

2020年，持續推進全面數字化轉型，貫徹「1+3+3」工作部署。聚焦四大市場發展，堅持「1+4+X」核心戰略，以三千兆為引領，聚焦四項基本產品，實現智家產品規模發展；推進5G套餐對全量客戶全覆蓋，加強5G核心應用打造差異化；針對不同價值分佈與消費模式的用戶群進行切片，制定客戶清單，精準匹配資費、產品和觸點；紮實推進「兩提兩控」，開展全量客戶價值經營；充分發揮業務和IT協同、公眾和政企

協同優勢，創新平台化的產品體系，構建生態化的渠道體系，客戶切片、精準施策，向細分市場要發展。同時着力提升「品牌、客戶、產品、渠道、終端、服務」六大運營能力，實現營銷效率的提升，助力公眾市場高質量發展。

營銷渠道

2020年，積極落實全面數字化轉型戰略，依託中台高效支撐，強化全渠道協同，重點實施「『6+X』+1+1」工程，加快推進線上線下一化，構建增存一體、服務與營銷一體的數字化OMO渠道運營體系。加快渠道創新轉型，大力發展線上、輕觸點微生態、直播等新型觸點、新型營銷模式以及細分市場，渠道數字化獲客能力持續提升；全力推進「100%」，積極構建大流量APP生態，升級千人千面智慧推薦能力，逐步增強渠道數字化服務能力；依託公眾中台，以大流量APP為抓手，實現線上線下資源共享，線上賦能線下，打造統一交付工具，推進網業協同，渠道數字化運營步伐不斷加快。

客戶服務

2020年，公司紮實推進疫情期間服務保障工作，加快實現服務數字化轉型，實現客戶體驗、服務水平持續提升。截至四季度，端到端實時客戶體驗提升1.52分；移網客戶口碑(NPS)提升5.5分，寬帶提升7.6分；截至12月底，工信部有效申訴率同比下降35.2%。

精準防控疫情

面對2020年初突如其來的新型冠狀病毒疫情，公司積極履行社會責任，保障通信暢通，利用大數據、AI和5G等新技術精準防控疫情，助力復工復產復學。疫情對公司的經營造成一定的短期挑戰，包括新用戶發展、業務拓展、網絡建設、壞賬風險等，但也加速經濟社會數字化、網絡化、智能化轉型需求，為公司帶來新商機。公司全力轉危為機，加快互聯網化運營轉型，創新通信供給，加大線上線下協同運營，積極推廣新型信息化應用產品，為用戶提供便捷高效的智慧生活服務。

財務概覽

概述

2020年公司持續深化實施聚焦戰略，實現營業收入人民幣3,038.4億元，同比增長4.6%。服務收入達到人民幣2,758.1億元，同比增長4.3%。實現淨利潤¹人民幣124.9億元，同比增加人民幣11.6億元。

2020年公司經營活動現金流量淨額為人民幣1,055.5億元，資本開支為人民幣676.5億元。截至2020年底，公司資產負債率為43.6%。

營業收入

2020年公司營業收入實現人民幣3,038.4億元，同比增長4.6%。其中，服務收入為人民幣2,758.1億元，同比增長4.3%，收入結構不斷優化。

下表反映了公司2020年和2019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：

服務收入

(人民幣億元)

2,758.1

EBITDA²

(人民幣億元)

941.4

非語音業務服務收入

(人民幣億元)

2,403.2

(人民幣億元)	2020年		2019年	
	累計完成	所佔 服務收入 百分比	累計完成	所佔 服務收入 百分比
服務收入	2,758.1	100.00%	2,643.9	100.00%
其中：語音業務	354.9	12.87%	394.8	14.93%
非語音業務	2,403.2	87.13%	2,249.1	85.07%

語音業務

2020年公司語音業務收入實現人民幣354.9億元，同比下降10.1%。

非語音業務

2020年公司非語音業務收入實現人民幣2,403.2億元，同比增長6.9%。

成本費用

2020年公司成本費用合計為人民幣2,878.1億元，同比增長4.1%。

下表列出了2020年和2019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)	2020年		2019年	
	累計發生	所佔 營業收入 百分比	累計發生	所佔 營業收入 百分比
成本費用合計	2,878.1	94.73%	2,763.5	95.12%
營業成本	2,927.2	96.34%	2,792.5	96.12%
其中：網間結算支出	105.7	3.48%	115.1	3.96%
折舊及攤銷	830.2	27.32%	830.8	28.60%
網絡、營運及支撐成本	462.9	15.23%	432.4	14.88%
僱員薪酬及福利開支	557.4	18.35%	505.2	17.39%
銷售通信產品成本	268.6	8.84%	264.1	9.09%
銷售費用	304.6	10.03%	335.4	11.55%
其他經營及管理費	397.8	13.09%	309.5	10.65%
財務費用(抵減利息收入)	3.8	0.13%	8.5	0.29%
應佔聯營公司淨盈利	-15.9	-0.52%	-13.6	-0.47%
應佔合營公司淨盈利	-7.9	-0.26%	-6.5	-0.22%
淨其他收入	-29.1	-0.96%	-17.4	-0.60%

網間結算支出

2020年公司受話務量下降影響，網間結算支出發生人民幣105.7億元，同比下降8.2%，所佔營業收入的比重由上年的3.96%下降至3.48%。

折舊及攤銷

2020年公司資產折舊及攤銷發生人民幣830.2億元，同比下降0.1%，所佔營業收入的比重由上年的28.60%下降至27.32%。

網絡、營運及支撐成本

2020年公司網絡、營運及支撐成本發生人民幣462.9億元，同比增長7.1%，所佔營業收入的比重由上年的14.88%增長至15.23%，主要由於鐵塔使用費、能耗成本、房屋設備租賃成本增加。

僱員薪酬及福利開支

2020年隨着公司經營業績上升，同時加大引入創新人才，僱員薪酬及福利開支發生人民幣557.4億元，同比增長10.3%，所佔營業收入的比重由上年的17.39%增長至18.35%。

銷售通信產品成本

2020年公司銷售通信產品成本發生人民幣268.6億元，同年銷售通信產品收入為人民幣280.2億元，銷售通信產品毛利為人民幣11.6億元。

銷售費用

2020年隨着公司推進數字化轉型，創新線上商業模式，銷售費用發生人民幣304.6億元，同比下降9.2%，所佔營業收入的比重由上年的11.55%下降至10.03%。

其他經營及管理費

2020年其他經營及管理費發生人民幣397.8億元，同比增長28.6%，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。

財務費用(抵減利息收入)

2020年公司淨財務費用發生人民幣3.8億元，同比減少人民幣4.7億元，主要是帶息債務下降的影響。

淨其他收入

2020年公司實現淨其他收入人民幣29.1億元，同比增加人民幣11.8億元。

盈利水平

稅前利潤

2020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160.3億元，同比增長13.1%。

所得稅

2020年公司的所得稅為人民幣34.5億元，全年實際稅率為21.5%。

年度盈利

2020年公司淨利潤¹實現人民幣124.9億元，同比增加人民幣11.6億元。每股基本盈利為人民幣0.408元，同比增長10.3%。

EBITDA²

2020年公司EBITDA為人民幣941.4億元，同比降低0.2%，EBITDA佔服務收入的百分比為34.1%，同比減少1.6個百分點。

資本開支及現金流

2020年公司各項資本開支合計人民幣676.5億元，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。2020年公司經營活動現金流量淨額為人民幣1,055.5億元，扣除本年資本開支後自由現金流³為人民幣379.0億元。

提質增效， 努力提升股東價值

- 持續加強現金流管理，推進資源配置及利用方式轉型，提高全要素生產效率
- 加快經營模式轉型，強化大市場統籌運營和高質量發展
- 深化網業協同，聚焦精準投資，提升雲網一體化網絡競爭力

下表列出了公司2020年主要資本開支項目情況：

(人民幣億元)	2020年	
	累計支出	佔比
合計	676.5	100.00%
其中：移動網絡	381.7	56.42%
寬帶及數據	101.5	15.01%
基礎設施及傳送網	110.4	16.32%
其他	82.9	12.25%

資產負債情況

截至2020年底，公司資產總額由上年底的人民幣5,625.0億元變化至人民幣5,806.2億元，負債總額由上年底的人民幣2,417.4億元變化至人民幣2,531.0億元，資產負債率由上年底的43.0%變化至43.6%。債務資本率由上年底的15.2%下降至12.2%；截至2020年底，淨債務資本率為6.0%。

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。

- 強化IT集約和數據治理，促進IT效能全面提高

- 持續推進價值管理，創新盤活運營資產，提升人才隊伍效能