



2014

可持續發展報告
中國移動有限公司

董事長致辭



奚國華
中國移動有限公司
董事長

改變，和你一起

2013年12月18日，中國移動正式推出第四代移動通信（4G）商用服務，並發佈新的商業主品牌“和”，以全新形象步入4G時代。

2014年，我們開通4G基站超過72萬個，發展4G客戶超過9,000萬，實現了4G創紀錄發展。一年之間，我們為廣大客戶建成全世界規模最大、覆蓋最廣泛的4G網絡，國際漫遊通達多個國家和地區，網絡規模、建設速度、資本投入在全球通信業史無前例。我們引領4G終端發展，推出門檻更低、價格親民的4G資費，在個人、家庭、集團客戶等多領域推出4G特色業務，用貼心服務讓客戶體驗更加便捷的數字化生活。在我們的努力下，TD-LTE 4G產業加快成熟，支持並推動了中國在通信信息領域形成完整的自主創新產業體系，帶動中國芯片、終端等領域實現跨越式發展。我們欣慰地看到，依託高速4G網絡，移動互聯網應用加速繁榮，深刻融入社會生產生活，“移動改變生活”在4G時代走上了“快車道”。

改變，從自己開始。伴隨著4G時代的來臨，我們加快轉型發展步伐，加速智能管道建設，推動移動互聯網業務、應用與模式創新，努力克服傳統通信業務下滑的不利局面。我們積極推動機制體制改革，調動組織、隊伍創新創業激情，為轉型發展凝聚了堅強動力。我們積極推進更加嚴格的公司治理，追求更為廉潔健康的發展方式，持續打造安全可靠的通信網絡，幫助客戶防範不法侵害、實現放心消費。

改變，和相關方一起。我們與員工共成長，深化勞動用工改革，構建多元激勵體系，主動回應和解決員工關心的問題。我們與產業共發展，與價值鏈合作夥伴一起，積極開發新型農村信息化產品，

豐富移動醫療、交通出行、移動支付、智能家居等多種服務。我們與社區共分享，大力推動移動通信普遍服務，積極開展援藏援疆援青，為彌合地區發展差距和數字鴻溝做出努力；十年如一日開展“藍色夢想”教育捐助計劃，培訓中西部農村中小學校長，捐獻愛心圖書館和多媒體教室；推廣實施“愛‘心’行動”，深入邊遠地區篩查和救助貧困先天性心臟病兒童。我們與環境共和諧，不斷優化能源管理，提升網絡能效，推廣綠色服務，倡導發展綠色新經濟。基於這些努力，中國移動連續七年入選道·瓊斯可持續發展系列指數（DJSI），可持續發展實踐贏得廣泛認可。

我們將堅持可持續發展理念，以“移動改變生活”的戰略願景為指引，主動迎接經濟發展的新常態和移動互聯網發展的新機遇，繼續深化轉型發展與改革創新，與相關方攜手共創可持續價值，共同實現包容性成長。我們相信，改變正在發生，“移動改變生活”將觸手可及。

2015年3月



目錄

01	董事長致辭	36	可持續的價值
03	關於中國移動	38	創新與轉型
04	關於本報告	40	信息與民生
05	可持續發展戰略與管理	45	綠色與未來
08	專題：4G 來了	50	關鍵可持續發展績效
10	負責任的經營	56	相關方證言
12	更嚴格的治理	57	獨立鑒證報告
14	更可靠的網絡	60	讀者反饋
16	更安心的消費	61	相關索引
20	包容性的成長		
22	與員工共成長		
25	與產業共發展		
28	與社區共分享		

關於中國移動

公司簡介

中國移動有限公司（簡稱“中國移動”、“公司”或“我們”）是中國內地最大的移動通信服務提供商，擁有全球最多的移動客戶和全球最大規模的移動通信網絡，內地市場佔有率保持領先。

員工人數

241,550



客戶數

8.07 億



成立時間

1997 年 9 月 3 日在中國香港成立。

業務地點

中國內地 31 個省、自治區、直轄市及香港特別行政區。

債信評級

2014 年，穆迪公司和標準普爾公司分別給予本公司債信評級 Aa3/ 前景穩定和評級 AA-/ 前景穩定，均等同於目前的中國國家主權評級。

股本結構

主要股東是中國移動（香港）集團有限公司。截至 2014 年 12 月 31 日，該集團公司通過其全資擁有的子公司中國移動香港（BVI）有限公司，間接持有本公司約 72.85% 的已發行總股數，餘下約 27.15% 由公眾人士持有。

組織架構

中國移動全資擁有以下主要子公司：

中國移動通信有限公司、中國移動通信集團廣東有限公司、中國移動通信集團浙江有限公司、中國移動通信集團江蘇有限公司、中國移動通信集團福建有限公司、中國移動通信集團河南有限公司、中國移動通信集團海南有限公司、中國移動通信集團北京有限公司、中國移動通信集團上海有限公司、中國移動通信集團天津有限公司、中國移動通信集團河北有限公司、中國移動通信集團遼寧有限公司、中國移動通信集團山東有限公司、中國移動通信集團廣西有限公司、中國移動通信集團安徽有限公司、中國移動通信集團江西有限公司、中國移動通信集團重慶有限公司、中國移動通信集團四川有限公司、中國移動通信集團湖北有限公司、中國移動通信集團湖南有限公司、中國移動通信集團陝西有限公司、中國移動通信集團山西有限公司、中國移動通信集團內蒙古有限公司、中國移動通信集團吉林有限公司、中國移動通信集團黑龍江有限公司、中國移動通信集團貴州有限公司、中國移動通信集團雲南有限公司、中國移動通信集團西藏有限公司、中國移動通信集團甘肅有限公司、中國移動通信集團青海有限公司、中國移動通信集團寧夏有限公司、中國移動通信集團新疆有限公司，中國移動通信集團設計院有限公司（“設計院”），中國移動香港有限公司（“香港公司”），及中國移動國際有限公司（“國際公司”）。

此外，公司還全資擁有中移物聯網有限公司、中國移動（深圳）有限公司、中移在綫服務有限公司、中移（蘇州）軟件技術有限公司、中移（杭州）信息技術有限公司、咪咕文化科技有限公司，並持有中國移動通信集團終端有限公司 99.97% 的股權，通過中國移動通信集團北京有限公司間接持有中國移動通信集團財務有限公司 92% 的股權，以及卓望控股有限公司 66.41% 的股權。

榮譽認可

- 連續 7 年入選道•瓊斯可持續發展系列指數，連續 5 年入選恒生可持續發展指數；
- 在《福布斯》雜誌“全球 2000 領先企業榜”中排名由去年的第 29 位上升到第 28 位；
- 再度入選《金融時報》“全球五百強”，排名第 25 位；
- 中國移動品牌連續第 9 年入選明略行和《金融時報》發佈的“BRANDZ™ 100 全球最強勢品牌”，排名全球第 15 位；
- 在中國社會科學院發佈的“中國企業 300 強社會責任發展指數（2014）”中位列第 2 位，並位列通信業第 1 位；
- 獲得中國企業管理研究會社會責任專業委員會和北京融智企業社會責任研究所共同頒發的“2014 公眾透明度典範獎”。



關於本報告



掃一掃！關注更多

本報告是中國移動有限公司第九份可持續發展報告，重點披露公司經濟、社會和環境可持續發展相關信息，時間跨度為 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日。

報告形式

本報告同時發佈中、英文版本，包括印刷版及網絡版（瀏覽下載地址為 www.chinamobiletd.com）。

報告標準

報告編寫力求符合業界通行的可持續發展信息披露相關標準，同時立足行業背景，突出企業特色。

2014 年重點參考的報告編制標準包括：

- 全球報告倡議組織（GRI）《可持續發展報告編寫指南（G4）》；
- 聯合國全球契約（United Nations Global Compact）“十項原則”；
- 國際標準化組織（ISO）《社會責任指南（ISO 26000）》；
- 香港聯合交易所有限公司《環境、社會及管治報告指引》；
- 中國社會科學院《中國企業社會責任報告編寫指南之電信服務業（CASS-CSR3.0）》。

報告內容及邊界

遵循 G4 報告編寫的“利益相關方參與、可持續發展背景、實質性和完整性”原則，中國移動通過實質性分析確定實質性議題及邊界。

報告範圍

如無特別說明，本報告所有案例與數據均來源於中國移動有限公司及其下屬公司（本集團下設公司情況詳見本報告第 3 頁）。

數據及信息披露

2014 年報告的數據與信息收集主要通過：

- 公司內部相關數據收集系統與相關統計報表；
- 各省公司每季度報送的企業社會責任實踐案例；
- 公司 2014 年優秀企業社會責任實踐評選；
- 基於報告框架的定性及定量信息收集問卷。

貨幣

如無特別說明，本報告所示金額均以人民幣列示。

報告鑒證

2014 年，中國移動邀請德勤華永會計師事務所（特殊普通合夥）提供獨立第三方報告鑒證服務，鑒證報告詳見第 57 至 59 頁。本公司 2014 年年報載有公司截至 2014 年 12 月 31 日的經審計財務報表、其他財務表現及經營業績的詳細情況。如需要，可在公司網站 www.chinamobiletd.com 瀏覽下載。

可持續發展戰略與管理

可持續發展戰略與管理

中國移動注重履行企業社會責任 (CSR)，通過與利益相關方的緊密合作，將經濟、社會與環境責任融入企業戰略與經營活動，在有效管理自身社會影響的同時，最大限度地與利益相關方創造和分享價值，從而實現企業與利益相關方在經濟、社會與環境方面共同可持續發展。

2014 年公司重點圍繞“負責任的經營”、“包容性的成長”和“可持續的價值”三大領域開展企業社會責任實踐。公司已建立起管理層深度參與、橫向協調各專業部門、縱向覆蓋各下屬單位的 CSR 組織體系，以及包括策略、執行、績效、溝通四大模塊的戰略性企業社會責任管理體系，企業社會責任管理的規範性與有效性不斷提升。



負責任的經營

- 嚴控公司治理、堅持反腐倡廉
- 建設優質網絡、保障安心消費

包容性的成長

- 尊重員工權利、支持員工發展
- 追求產業共贏、帶動共同履責
- 助力社區建設、促進社會和諧

可持續的價值

- 推進創業佈局、加快創新發展
- 以信息應用改變個人生活
- 以信息服務促進行業升級
- 踐行綠色運營、共建生態文明

完善 DJSI 對標管理閉環

2014 年，中國移動以 DJSI 作為公司對標國際權威標準與最佳實踐的管理工具，完善“對標 - 回應 - 改進”的管理閉環，不斷發現公司在可持續發展管理上的短板，持續改進和提升可持續發展關鍵議題管理水平與績效表現。2014 年中國移動入選道·瓊斯可持續發展新興市場指數，總體得分較上年增長，在 23 項議題中，企業公民與公益慈善、電信服務影響兩個議題得到滿分。

加強相關方溝通，積極參與相關標準制定

2014 年，公司組織或參與相關方溝通活動 50 餘項；率先採用全球報告倡議組織 (GRI) 可持續發展報告指南 G4 標準發佈第八份可持續發展報告，報告榮獲中國社會科學院企業社會責任研究中心五星級報告評價、“金蜜蜂 2014 優秀企業社會責任報告·長青獎”等榮譽；連續第七年組織 CSR 優秀實踐評選活動，挖掘並推廣優秀企業社會責任實踐；聯合中國社科院企業社會責任研究中心共同編制發佈《中國企業社會責任報告編寫指南之電信服務業》標準；大力支持全球報告倡議組織 (GRI) 可持續發展報告指南 G4 標準中文版的發佈及推廣，並作為中國內地唯一企業參與 G4 先鋒項目和知識分享計劃，公司“社區關愛”責任案例入選 GRI《知識分享優秀實踐》。



公司年度 CSR 專項宣貫培訓
共覆蓋 **216,038** 人次



公司組織開展的第七屆 CSR 優秀實踐評選活動公眾網絡點擊量超過 **196** 萬次，投票總量超過 **26** 萬

相關方溝通

充分溝通是中國移動全面瞭解自身社會影響、針對性履行社會責任的基石。2014 年，公司繼續保持與客戶、員工、股東與投資者、政府與監管機構、價值鏈夥伴以及社區與環境代表六大類相關方的積極密切溝通，發揮新媒體平台的溝通作用，鼓勵相關方參與互動。2014 年底，公司還開展了利益相關方的專項調研，瞭解內外部相關方對中國移動可持續發展議題的關注程度、議題的重要性評價、對中國移動履責評價等信息。

CEO 信箱

高層意見直通車

2014 年 CEO 信箱共收到 **2,378** 封來自客戶、合作夥伴和員工的信件。對信中提出的合理化建議，公司要求相關部門認真調查研究，並對有實用價值的建議進行試點，根據試點效果推廣應用；對於員工反映的問題，責成相關單位核實處理；對於客戶和合作夥伴的意見建議，公司積極面對、正視問題、及時解決。

相關方	重點關注議題 ¹	溝通渠道
 客戶	② 隱私保護 ① 產品服務質量 ④ 知情權利保護 ⑩ 電磁輻射管理 ⑪ 產品服務環境影響	1. 客戶接待日 2. 10086 熱線 3. 微博、微信互動 4. 網絡及手機營業廳 5. 客戶滿意度調查 6. 手機應用 APP 7. CEO 信箱
 員工	⑨ 職業健康與安全 ⑥ 和諧工作環境 ⑦ 員工培訓與發展 ② 隱私保護 ① 產品服務質量	1. 職工代表大會 2. 定期培訓 3. 績效溝通機制 4. 彩信刊物《移週刊》 5. 員工評優機制 6. 員工申訴機制 7. CEO 信箱
 股東與投資者	③ 合規 ② 隱私保護 ⑯ 經濟績效表現 ① 產品服務質量 ⑭ 公司治理與風險管理	1. 企業年報、中期報告與公告 2. 股東大會 3. 投資者見面會
 政府與監管機構	⑧ 信息化社會建設 ② 隱私保護 ① 產品服務質量 ⑤ 反腐敗	1. 日常匯報溝通 2. 專題調研與現場會 3. 相關論壇交流活動 4. CEO 信箱
 價值鏈夥伴	⑰ 產業共贏 ① 產品服務質量 ③ 合規 ② 隱私保護 ⑤ 反腐敗	1. 採購活動 2. 供應商門戶網站、供應商服務站、供應商服務熱線 3. 培訓與評估 4. 論壇與大會 5. CEO 信箱
 社區與環境代表	⑮ 社會公益活動 ① 產品服務質量 ⑱ 供應商社會責任管理 ⑪ 產品服務環境影響 ⑫ 公共參與及行業建設	1. 社區活動 2. 大眾傳媒 3. 微博、微信等新媒體 4. 公益項目平台 5. CEO 信箱

註：1. 相關方重點關注議題來源於報告實質性分析相關方調查結論，參見本報告第 7 頁。

不斷完善的新媒體平台

2014 年，中國移動不斷加強新媒體傳播力度，持續做好官方微博、官方微信運營，貼合社會熱點，引導話題設置，創新傳播方式，傳遞企業聲音，回應社會關切，加強網友互動。

- 官方微博五大平台粉絲總數超過 1,000 萬，官方微信粉絲總數突破 110 萬，粉絲總數、活躍度、轉發評論數和閱讀量等指標在中央企業中名列前茅。
- 官方微博全年受理客戶諮詢投訴超過 5.7 萬件，10086 微博全年受理客戶諮詢投訴超過 11.1 萬件，提交一級客戶工單處理佔比約 20%，在線直接答覆處理約 80%。
- 獲得“中國企業最具影響力十大新媒體賬號”、“中國企業新媒體傳播十佳案例”等獎項，在“中央企業最具影響力新媒體賬號”中位居首位。

實質性分析

為了進一步提升報告針對性與回應性，2014 年中國移動根據可持續發展議題實質性分析模型，分析比較不同社會責任議題對相關方的影響和對公司自身發展的重要性，識別篩選出需要在報告中重點披露的高實質性議題。

01

識別階段

通過梳理國際標準要求和公司實踐，並結合各個相關方與中國移動在過去一年內的溝通成果，共確定 18 項與中國移動相關的可持續發展議題。

國際標準分析

分析 GRI G4、DJSI 等相關標準，篩選符合全球可持續發展趨勢和要求的議題

行業最佳實踐

對國內外同業企業的可持續發展信息披露進行分析，識別出與通信行業高度相關的議題

政策與情分析

解讀與通信行業相關的國家政策，分析年度與公司社會責任實踐相關的媒體報道，識別具有普遍社會需求的議題

02

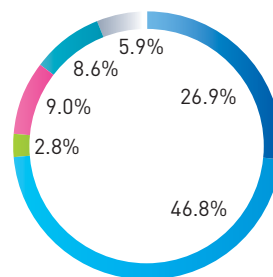
評估階段

針對 18 項可持續發展議題開展關鍵相關方專項調查，通過在線問卷方式，邀請不同類別相關方反饋不同議題對他們個人的重要程度，確定 18 項議題對利益相關方的重要性排序。

回收有效

問卷 **812** 份，

內外部相關方代表
佔比約為 **1:1**。

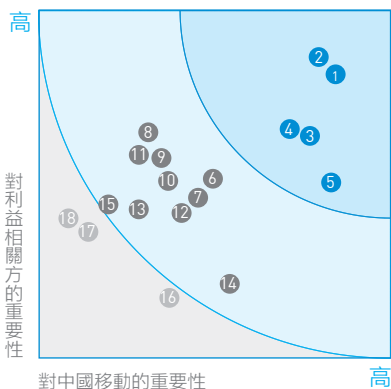


- 客戶
- 員工
- 股東與投資者
- 政府與監管機構
- 價值鏈夥伴
- 社區與環境代表

03

篩選階段

在中國移動內部評估 18 項議題對於中國移動的重要程度，結合利益相關方打分情況形成議題實質性矩陣，確定報告重點披露議題內容。



實質性	報告內容	相關議題	報告邊界		
高實質性議題	更嚴格的治理	③ 合規	內部		
		⑤ 反腐敗			
		⑭ 公司治理與風險管理			
		① 產品服務質量			
		⑩ 電磁輻射管理			
中實質性議題	更安心的消費	① 產品服務質量	內部		
		② 隱私保護			
		④ 知情權利保護			
		⑥ 和諧工作環境			
	與員工共成長	⑦ 員工培訓與發展	內部		
		⑨ 職業健康與安全			
		⑧ 和諧工作環境			
	與產業共發展	⑫ 公共參與及行業建設	內部和外部		
		⑰ 產業共贏			
		⑱ 供應商社會責任管理			
與社區共分享	⑧ 信息化社會建設	⑮ 社會公益活動	內部		
				⑮ 社會公益活動	
低實質性議題	創新與轉型	⑯ 經濟績效表現	內部		
		信息與民生		⑧ 信息化社會建設	內部
				⑮ 社會公益活動	
綠色與未來	⑪ 產品服務環境影響	⑬ 能源使用與廢棄物排放	內部		
				⑬ 能源使用與廢棄物排放	
高實質性議題	更可靠的網絡	① 產品服務質量	內部		
		② 隱私保護			
		③ 合規			
		④ 知情權利保護			
		⑤ 反腐敗			
中實質性議題	更安心的消費	⑥ 和諧工作環境	內部		
		⑦ 員工培訓與發展			
		⑧ 信息化社會建設			
		⑨ 職業健康與安全			
		⑩ 電磁輻射管理			
低實質性議題	與產業共發展	⑫ 公共參與及行業建設	內部和外部		
		⑬ 能源使用與廢棄物排放			
		⑭ 公司治理與風險管理			
		⑮ 社會公益活動			
		⑯ 經濟績效表現			
與社區共分享	與員工共成長	⑧ 信息化社會建設	內部		
		⑨ 職業健康與安全			
		⑦ 員工培訓與發展			
與產業共發展	與社區共分享	⑫ 公共參與及行業建設	內部和外部		
		⑰ 產業共贏			
		⑱ 供應商社會責任管理			
低實質性議題	綠色與未來	⑪ 產品服務環境影響	內部		
		⑬ 能源使用與廢棄物排放			
		⑮ 社會公益活動			

專題：

4G 來了

網絡

2014 年共開通 4G 基站

72 萬個

佔全球 4G 基
站建設總量的

40%

相當於 3G 網絡 7
年、2G 網絡 17 年
的建設量。



4G 網絡實現了全國絕大部分城市、縣城的連續覆蓋和發達鄉鎮、農村的數據業務熱點覆蓋，覆蓋超過

10 億人口

開通

71 個

 國家和地區的 4G 國際漫遊。

全球已有 30 個國家部署了 52 個 TD-LTE 商用網絡，另有 83 個網絡正在建設中。全球 TD-LTE 用戶規模達到 1 億戶。TD-LTE 全球發展倡議 (GTI) 匯聚的運營商數量達到

116 家

客戶

截至 2014 年底，4G 客戶達到

9,006 萬戶



達到

5,000 萬 4G 客戶

用時為 3G 客戶增長用時的 1/3，2G 客戶增長用時的 1/5。

終端

2014 年銷售 4G (TD-LTE) 手機超過

1 億部

4G 終端入網機
型佔所有機型的

75%

價格下探至
400 元以內。



終端技術取得突破，在千元價位終端上普及

八核 64 位芯片

並支持 TDD/FDD 網絡融合及全球漫遊。



服務

推出“不換號、不登記、快速換卡”服務，全面提供不同位置、不同場景、不同時段的 4G 免費換卡服務。

實時流量提醒服務，流量用量達到



時向客戶發送提醒短信。同時針對 4G 套餐客戶提供“流量和費用雙封頂”服務，杜絕“天價賬單”。

業務

面向個人客戶陸續推出**高清視頻、無損音樂、極速遊戲、在線聽書**等多種特色業務。高清視頻已上線總量超過 10,000 小時，正版無損音樂引入 15 萬首。並在移動應用商場設置“4G 體驗專區”和免費體驗期，供客戶無障礙、低門檻地嘗試 4G 新業務。

面向集團客戶市場，陸續推出了基於 4G 的**無線監控、即時視頻直播**等業務，助力行業信息化。**智慧交通、智慧醫療、城市管理、智慧旅遊、環保執法**等多個行業領域也陸續推出了基於 4G 網絡的應用服務。

資費

針對客戶對流量的需求，推出了最低 30 元、最高 280 元的流量包產品，在月度流量包之外增加了**季度流量包**和**半年流量包**，並且開通**流量多終端共享**服務。



4G 語音業務資費降低

20% 以上



在中國境內使用時無漫遊費和長途費。

4G 套餐最低月費用從

88 元



58 元

流量單價最高降幅達 50%，
套餐外流量單價降幅達 70%。





雲南省昭通市是全國有名的花椒產區。每年的 7、8 月份，這裡都瀰漫著成熟花椒的香氣，這也是農民們一年中最高興的收穫的日子。但是 2014 年 8 月 3 日 16 時 30 分，一場突如其來的地震，打破了這裡的寧靜。

8 月 6 日，距離地震發生已經過去 70 小時，何林澤，中國移動雲南公司魯甸分公司員工，匆匆吃了一塊壓縮餅乾，在一片廢墟中繼續埋頭調試著剛剛從縣城搬進來的通信設備，“魯甸往龍頭山的路，多少來回，真記不清了”。

魯甸縣龍頭山鎮位於這場 6.5 級地震的震中區域，地震瞬間破壞了鎮上和週邊地區內基站設備 105 套、通信機房 1,250 平方米以及通信光纜 2,176 公里。身在魯甸縣城的何林澤剛從眩暈感中恢復過來，就接到中國移動魯甸分公司指揮調度室的電話，要求他趕緊到公司報到準備救災。在前往公司的路上，何林澤抓緊時間給家裡打了一個電話，確認家人的平安。

16 時 50 分，何林澤就與 5 位同事集合完畢，帶上發電機和汽油趕往受災最嚴重的龍頭山鎮老城，著手修復被地震破壞的通信光纜和基站。可他們乘坐的越野車剛剛從公司出發沒多久，就發現縣城裡幾乎已經沒有汽車可以通行的路了。6 個人只好扛上所有救援設備，踩著滿地的淤泥和磚瓦，徒步前往救援區域。

直到晚上 20 時，何林澤和同事們才進入鎮上。找到被破壞的光纜和基站後，他們立刻卸下裝備，在

一片廢墟中開始搶修工作。沒有通信網絡，災區內的救災指揮保障就無從談起，因此他們不眠不休，和隨後趕來的第二批、第三批同事一起連夜奮戰。

隨著通往鎮上的道路搶通，第一批中國移動應急通信車終於開進鎮內。吃完了同事為他泡的一桶方便面，拿上幾瓶同事帶上來的礦泉水，何林澤又一次帶上設備出發，“鎮裡面通信是恢復了，但是一些週邊山村的通信還是中斷的。我和同事還得到這些村子裡面搶修，爭取儘快讓整個龍頭山的通信恢復到震前的水平”。

地震發生後 20 分鐘內，中國移動即派出第一支保障支援隊伍和第一輛應急通信保障車趕赴震中，半小時內正式參與到政府抗震救災指揮體系中，實行了暫緩停機服務，6 小時內為當地開通緊急開機、現場服務點、免費充電等十項服務，將受災地區的無線電話接通率從 42.6% 提升至 95.8%。

中國移動在受災區域內共設置現場服務網點 17 個，並設置 10086 服務專席，提供 24 小時不間斷人工服務。救災期間累計發送預警、天氣、服務告知等信息 6,900 多萬條，為超過 45 萬客戶提供免費停機服務及話費實時減免服務，共為 6,100 餘名客戶提供免費報平安電話服務，為近 3 萬名客戶提供免費充電服務，接到群眾尋親要求 380 起，找到失散親人 107 人。

救災結束後，何林澤又跟同事們積極投身到災區重建和抗災能力提升工作中，他們希望儘快將災區通信水平恢復到災前水平。



救災期間累計發送預警、天氣、服務告知等信息
6,900 多萬條



為超過 **45** 萬客戶提供免
停機服務及話費實時減
免服務



為 **6,100** 餘名客戶提供
免費報平安電話服務

“ 在地震災害發生時保障通信暢通是移動人義不容辭的責任。無論在前線救災還是在後方支援，全體移動員工都在傾心盡力，我希望盡己所能，幫助更多受災群眾擺脫災難帶來的陰霾。 ”

中國移動雲南公司魯甸分公司員工 何林澤

魯甸地震通信保障工作是 2014 年中國移動負責任經營的一個縮影。作為通信運營商，中國移動始終相信，以負責任的態度經營自己、經營網絡、經營服務，才是達成可持續發展的必經之路。2014 年，我們對公司治理提出更嚴格的要求，不斷加強運營各環節的合規性，堅決落實對腐敗行為“零容忍”；我們努力讓通信網絡更可靠，讓人們無論身處何方，都隨時可以連接上優質、安全的網絡；我們幫助客戶更安心地使用各項服務，防範電信欺詐和不良信息的侵害。



溝通

公司與投資者保持密切溝通，通過投行會議、一對一會面、電話會議等多種形式與投資者進行交流互動，及時向資本市場傳遞公司經營狀況。2014 年，公司共參與投資者大會 17 場，舉行日常投資者會面 246 次，會見投資機構 675 家，會見投資者 861 人。





更嚴格的治理

運營合規

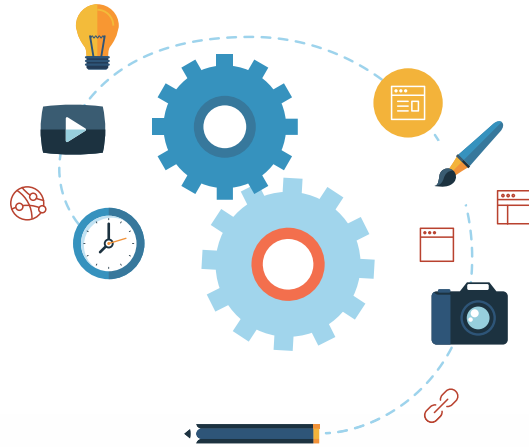
董事會運作：2014 年，公司董事會共召開六次會議。年內還就香港證監會調查及監管要求向董事們進行年度培訓，確保董事全面理解監管機構要求、更好履行董事責任。

風險管理：2014 年，公司制定並印發了《中國移動重大項目專項風險評估管理辦法》，明確各單位開展重大項目專項風險評估工作的機構和職責、範圍和步驟、內容和方法。同時，研究編寫了專項風險評估工具和模型，為重大項目專項風險評估提供方法和指引，並在全省公司均啟動了重大項目專項風險評估試點，為防範項目決策風險提供了參考意見。

內部控制：2014 年公司對內控體系進行了大幅度完善：

-  完成覆蓋全集團的內控體系建設，將內控要求與業務深度融合。
-  研究分析 2013 版 COSO 框架，進一步強化董事會內控監督職責；將對外部服務供應商的要求納入公司內控體系；分解細化反舞弊風險；增加對信息質量、信息獲取成本收益的權衡。
-  參與營業稅改增值稅（“營改增”）試點，對業務運營和管理模式進行調整，通過優化流程、修訂內控手冊和風險控制矩陣，確保“營改增”後內控要求的合規。
-  組織開展內控 IT 系統固化工作檢查，確保內控要求融入業務操作流程；研究編制內控不相容職責指引等規範，指導各單位高效配合內控審計。

內部審計：公司及其運營子公司設有內審部，對各業務單元開展獨立的內部審計工作。公司搭建了內部審計範圍框架，每年開展風險調查，基於調查結果制定內部審計項目滾動規劃和年度審計計劃。公司通過系統化和規範化的審計程序和方法，對各項經營活動和內部控制的適當性、合規性和有效性進行獨立、客觀的監督、評價並提供諮詢服務，協助改善公司治理、風險管理和控制過程的效果。2014 年，公司內審部門著力加強審計信息化，啟動基於計算機輔助審計的持續審計，提升審計工作深度與廣度；公司及所屬運營子公司深入推進審計整改及問責，對審計發現重大問題的責任人進行問責、處罰。



反腐倡廉

公司認真研究《建立健全懲治和預防腐敗體系2013-2017年工作規劃》，結合公司實際情況，制定了落實工作規劃的具體實施意見，從抓好作風建設、堅決懲治腐敗、推進預防腐敗工作、加強組織領導等方面對公司懲治和預防腐敗工作提出要求。

公司在2014年4月全面開展“反腐倡廉教育月”活動，以領導人員講課、外部專家報告、參觀教育基地、觀看警示教育片、開設反腐倡廉彩信課堂等形式，組織員工參與反腐倡廉教育，促進廉潔意識深入人心。期間，活動共覆蓋90%以上經理人員、70%以上員工。

公司建立《廉潔從業之窗》網站，並利用《中國移動信息》、《中國移動紀檢監察信息》等內部平台，讓員工隨時瞭解反腐倡廉工作要求和進展。2014年，公司共開展反腐倡廉教育活動3,000餘場，參加人數達46萬餘人次。2014年，公司強化了對腐敗風險的調查與防範，建立了巡視組長和巡視組成員人才庫，並開展了巡視工作專題培訓和交流研討，提高巡視成效。公司聚焦反腐倡廉工作中心任務，突出問題導向，全年共完成對終端公司、福建公司等6個單位的巡視。



“反腐倡廉教育月”活動共覆蓋 **90%** 以上經理人員、**70%** 以上員工



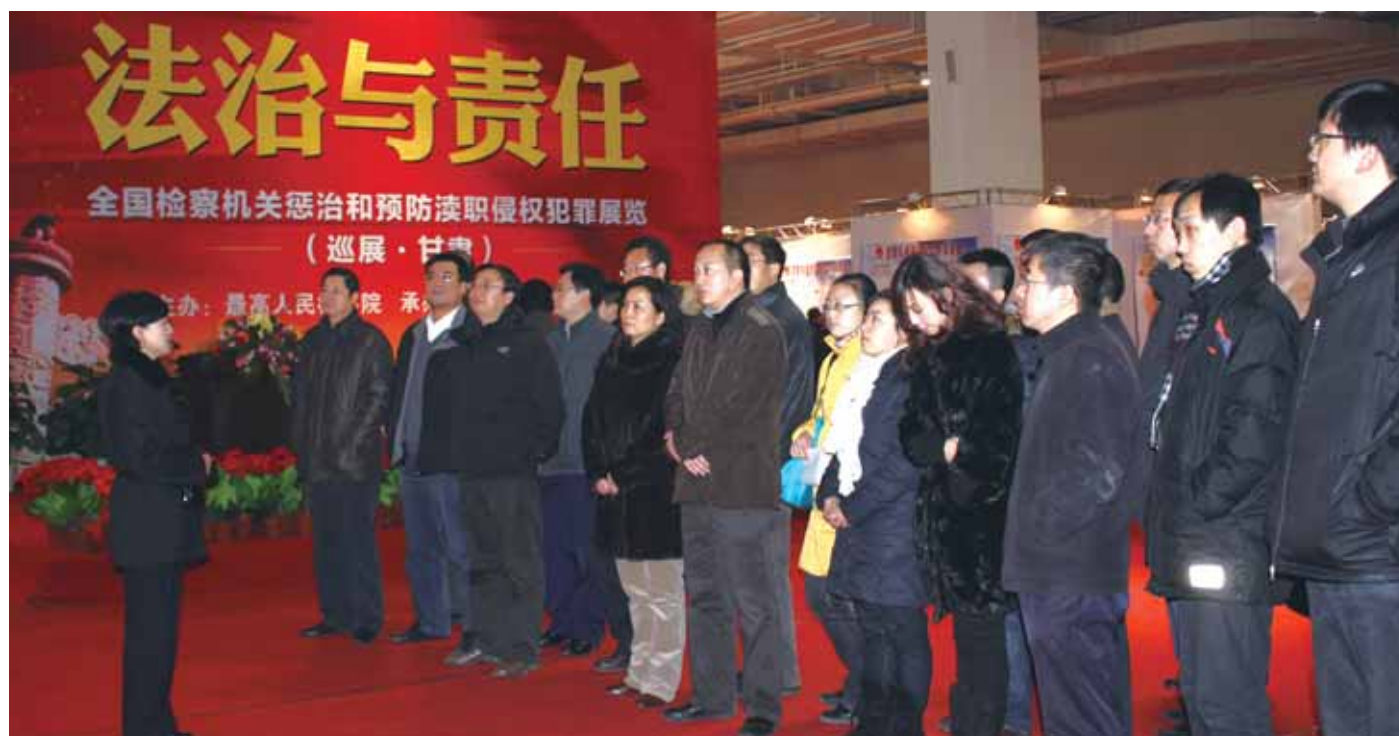
2014年，公司共開展反腐倡廉教育活動 **3,000** 餘場，參加人數達 **46** 萬餘人次



2014年，公司共收到信訪舉報 **561** 件次，辦結率 **94.65%**，其中初核了結 **110** 件

公司設有郵政信箱、電子郵箱(jubao@chinamobile.com)、專線電話(010-52616186)、傳真等舉報渠道，鼓勵員工和公眾舉報監督，舉報人也可以利用CEO信箱等渠道向公司反映違紀違法問題。

公司嚴格保密舉報人信息、保護舉報人權益，對於具備可查性的舉報和信訪線索進行認真核實及查處辦理。2014年，通過電話、電子郵件、來訪、來信等途徑，公司共收到信訪舉報561件次，辦結率94.65%，其中初核了結110件。



在甘肅，公司組織員工參觀懲治和預防瀆職侵權犯罪展覽

更可靠的網絡

暢通網絡

2014 年，在新疆於田、雲南盈江、魯甸、景谷和四川康定等地發生了多起 6 級以上地震。年內還有威馬遜、海鷗等超強颱風登陸，以及暴雨、泥石流等多頻次災害事件，均對中國移動的災害應對能力提出高要求。公司在 2014 年內累計完成 3,126 次應急通信保障任務，實現在發生自然災害的 5 分鐘內監測到通信異常情況，30 分鐘內啟動應急預案並派出救援隊和通信保障車，及時快速為災區恢復通信。

應急通信保障考驗了我們的突發通信事件處理能力，但與廣大人民群眾生活更息息相關的還是日常生活中的通信網絡質量。公司穩步提升 2G 和 3G 網絡的覆蓋水平與網絡質量，網絡連接成功率相比 2013 年分別增長 0.48% 和 0.42%。

同時，我們全力進行 4G 網絡建設與優化。自 2013 年 12 月正式啟動 4G 網絡建設以來，公司以全球最快速度在一年時間裡建成全球最大的 4G 網絡，全年共開通 72 萬個 4G 基站，佔全球 4G 基站建設總量的 40%。截至 2014 年底，公司 4G 網絡實現了全國絕大部分城市、縣城的連續覆蓋和發達鄉鎮、農村的數據業務熱點覆蓋，覆蓋超過 10 億人口，下載速率達 26.83Mbps，約為 3G 網絡速率的 30 倍。

2008-2014 年應急通信保障關鍵數據

投入



服務



安全網絡

“請瞭解你身邊的通信基站，它們不會傷害你，只會為你付出更多。”

出於對“輻射”的疑慮和恐懼，一些民眾在得知自己生活的週邊建有基站時，常常感到擔憂。在浙江杭州的文鼎苑小區，部分業主在瞭解到中國移動在小區內建有通信基站後，強烈要求拆除基站。協商無果後，公司只好停止已建成基站的運轉。但沒有了通信基站，小區內的移動通信信號明顯惡化，業主們只能跑到小區門口打電話。有的業主無奈之下，甚至自行在家中安裝無線信號放大器。

事實上，與業主們的認知不同，當手機只能接受到微弱的信號時，會增大自身通信功率以維持信號連接，這時的輻射值其實遠高於正常信號連接時的輻射值，因此拆除小區內基站反而得不償失。為了讓業主們理解正確的電磁輻射知識，中國移動製作了宣傳短彩信和畫冊，在小區裡投放 3,000 餘冊，還組織了多期“電磁輻射知識講座”，以現場實驗讓居民親身瞭解電磁輻射的原理及其對人體的作用。而公司的努力也終於打消了業主們的顧慮，數月後小區內的基站得以重新啟用。

“小區裡沒了基站後，通話信號非常差。經過測試和檢驗，我明白了，原來信號差的時候輻射要大多了”。在業主們從心底認同這個道理時，橫亙在中國移動與他們之間的心結也已悄然化解。

“透明公開、放心存在”始終是中國移動對於基站電磁輻射管理所抱有的期望。我們相信，只要嚴格確保電磁輻射值低於國家標準限制，同時客觀、誠懇地與社區居民交流溝通，人們對於電磁輻射的不信任感是可以逐漸消除的。

為了確保基站電磁輻射水平合規，公司制定了《電磁輻射管理辦法》和《基站電磁輻射巡檢評估辦法》，執行比國家標準要求更為嚴格的電磁輻射標準，並每年組織各省公司委託具有電磁輻射環境評價資質的單位進行基站環境影響檢測。

2014 年，公司開展了豐富多樣的電磁輻射科普宣傳活動：

- 投入 300 萬元，研發建設電磁輻射科普宣傳與公眾體驗大巴車，創新公眾溝通模式；
- 在山東、河南、廣西、甘肅四省開展了試點電磁輻射監測系統，向公眾實時展示基站電磁輻射強度；

- 在中國移動微信官方公眾號平台推出了宣傳基站電磁輻射科普專題，發佈在基站旁、居民家中、馬路邊等多個場景的實地輻射監測情況，向民眾介紹電磁輻射知識。

公司還在全國範圍內實施網絡工程環境影響評價公示，各省公司的工程環境影響報告書均在其官方網站予以公示，並接受所有公眾的質詢和意見反饋。



溝通

線上：通過網站、微博、微信、139 郵箱等平台與客戶溝通，2014 年共發佈服務信息 4,375 條，在線引導及回覆客戶 68.7 萬次，處理客戶互聯網投訴 46.8 萬件。

線下：通過總經理接待日與客戶溝通，2014 年共接待客戶 9.3 萬人次，6,774 位地市公司經理參加活動，累計解答客戶諮詢投訴 10.1 萬件，收集意見 3.7 萬條。

連續第 15 年開展客戶滿意度第三方獨立調查，平均覆蓋全國客戶樣本 30 萬份以上。2014 年公司全網整體滿意度為 78.36%。

更安心的消費

2014 年，公司對 12,000 餘家網站上關於中國移動的服務信息進行了分析，並結合熱線電話、營業廳、電子渠道、客戶接待日所收集的 2,300 萬件客戶需求，挖掘客戶對中國移動最關心、最直接、最現實的問題，提出了六項針對性的服務承諾，努力在 4G 時代為客戶提供更滿意的服務。

優化資費結構

2014 年，中國移動針對 4G 服務進行了全面的資費結構調整與優化，增加了更多中低檔位 4G 套餐以滿足不同客戶的使用需求，調整後的 4G 套餐最低資費為 58 元，相比調整前下降了 30 元。針對使用量和受關注程度急劇上升的流量業務，公司在降低套餐內流量資費以外，還下調了流量包產品的資費門檻，調整後流量包最低價格為 30 元包 500MB，和調整前相比價格降幅達 50%。客戶還可以根據自身使用情況，自行搭配訂購月度、季度、半年度流量包，避免“流量月底清零”的問題。



對於 2G 和 3G 客戶，我們也進行了相應的資費下調，將 2G 和 3G 的套餐外流量單價，從過去的 1 元 /MB 下降為 0.29 元 /MB，與 4G 套餐流量單價保持一致。

繼推出 1/2/3 元區國際漫遊語音資費後，我們在 2014 年又啟動了 3/6/9 元國際流量漫遊資費計劃，將漫遊資費優惠範圍從單純的語音業務擴展到流量業務。截至 2014 年底，全球共有 143 個國家和地區支持中國移動 3/6/9 元流量包，在相應國家和地區使用 3MB 流量，費用分別為 3 元、6 元或 9 元，每天根據實際流量使用情況自動疊加，可滿足 99% 的境外數據漫遊需求。對於港澳臺地區、日本、韓國等熱門出遊地，公司還推出了 30/60/90 元流量計劃，一天內流量無限任意使用，徹底滿足出遊一族對於數據流量的需求。



保障客戶知情

2014 年 12 月，中國中央電視台《焦點訪談》節目報道了中國移動黑龍江牡丹江分公司的工作人員在未經客戶同意的情況下，私自為客戶開通增值業務並收取相應費用的問題。在獲知該問題後，公司進行了認真核查，對相關責任人進行了嚴肅處理，依據公司相關規定對牡丹江分公司總經理、分管副總經理予以停職檢查問責。同時，圍繞此次事件反映出的未經客戶允許私自開通業務的問題，公司第一時間在全公司範圍內開展自查自糾工作，對存在的服務風險進行徹底整改，切實維護客戶權益。



公司對不知情業務訂購始終保持“零容忍”態度，一方面全力打擊未經過客戶驗證確認擅自為客戶訂購業務的惡意軟件，並在中國移動網站上對這些惡意軟件和手機病毒進行公示，提醒客戶潛在危險；另一方面我們也在不斷加強內部管控，一旦發現由於公司管理原因而出現的不知情訂購事件，將立即進行詳盡調查，並嚴肅處理相關責任人。

針對客戶關心的精準計費問題，公司構建兩級計費數據管理機制，實現計費數據“一點發佈、逐級反饋、同步監控”，數據業務計費準確性得到有效保障；針對使用頻繁、具有較高超出使用限額風險的流量業務，公司為客戶開通了統一的實時流量提醒服務，根據客戶訂購套餐的不同情況，為客戶提供到達量提醒、升檔提醒、超費提醒、漫遊提醒等 8 種提醒形式，讓客戶能夠實時掌握流量消費情況。公司還為 4G 客戶推出了流量“雙封頂”服務，即客戶每月套餐外流量使用達 500 元時停止計費，客戶可繼續使用套餐外流量到 15G，避免客戶在不知情情況下產生“天價賬單”。此外，公司明確實施“先退費後查證”，即先根據客戶訴求預退相應的費用，再根據進一步查證情況進行處理，以最大程度確保客戶權益。

為了方便客戶隨時查詢和退訂業務，公司在 2014 年繼續對“0000 統一查詢和退訂”系統和業務扣費主動提醒系統進行優化。2014 年，平均每月發送扣費提醒短信 3.5 億條，客戶月均使用“0000 統一查詢和退訂” 4,500 萬次。



客戶月均使用“0000 統一查詢和退訂”

4,500 萬次



平均每月發送扣費提醒短信

3.5 億條



保護信息安全

“長虹路和春園路交界附近的兩個 GSM 小區位置更新次數異常！”當中國移動襄陽分公司的王璟和張智清看到實時預警平台中跳出這條信息時，也就意味著又一個利用“偽基站”進行違法活動的案件被這套預警系統平台捕捉到。

“趕快聯繫警察！”兩人迅速記錄下“偽基站”位置信息，沖進樓下的配合執法車，立刻向“偽基站”操作地點趕去。發現“偽基站”信息只是第一步，由於“偽基站”體積小、功率大，能在很短時間內干擾大量手機的正常通信，犯罪分子常常採用流竄作案策略，將“偽基站”設備安放於麵包車等流動裝置中，時開時關，執法機關也必須迅速出動才能及時抓捕犯罪分子。

當他們與執法人員趕到現場時，“偽基站”操作人員被當場抓獲。看著被收繳的“偽基站”設備時，兩人心中除了如釋重負外，更充滿了一如既往的保護客戶通信安全的責任感。

和以往常見的垃圾短信、詐騙短信等手段相比，“偽基站”可以強制使客戶手機脫離正常運營商網絡，一個“偽基站”最多能一次“劫持”數十萬手機，干擾性更強，給客戶帶來的困擾也更大。為了打擊“偽基站”犯罪，中國移動自主開發了“偽基站”實時預警平台並在全國應用，配合執法機關共破獲“偽基站”案件 2,720 例，繳獲相關設備 3,217 套，抓獲犯罪嫌疑人 4,059 名。僅在襄陽一地，通過“偽基站”打擊活動就使每天的垃圾短信量減少 60 萬條。而在全國，更多的像王璟和張智清一樣的中國移動員工們仍然在為保護客戶的信息安全而不懈努力著。

在移動互聯網快速滲入生活方方面面的今天，電信欺詐、惡意軟件、淫穢色情信息等傳統信息犯罪手段始終保持高發態勢，而垃圾短信、騷擾電話等也為客戶使用移動通信服務帶來了負面體驗。公司針對不同犯罪行為，在防範、預警和治理三個方面均加強管理，淨化網絡環境。

在不良信息治理方面，中國移動在已有的垃圾短信治理平台基礎上，不斷吸收利用最新技術手段來提高垃圾短信防控效率。2014 年，公司嘗試利用大數據技術和人工智能技術對垃圾短信、騷擾電話等不良信息進行自動識別，並根據識別結果自動選擇處理方式，實現全程自動化監管；同時公司還根據客戶的具體行為模式，對於高風險用戶進行高頻次監控，結合人工審查結果、客戶投訴舉報等手段不斷完善高風險用戶名單，有效降低了來自高風險用戶的垃圾短信數量。2014 年，公司垃圾短信投訴量較上年減少 64.9%。

而針對通過改號軟件修改呼叫電話號碼進行詐騙的犯罪行為，公司對詐騙電話原理和攔截方案開展了專題研究，對不同源頭的詐騙電話制定了一整套治理方案，可監控、識別、攔截國際虛擬改號詐騙電話。2014 年共處置詐騙電話號碼近 5,600 個，識別準確率達 95%，共攔截違法呼叫 1.53 億次，全中國 31 省週平均國際詐騙電話投訴量比攔截前下降超過 90%。同

時，中國移動還大力推動國際標準的制定工作，2014 年 8 月，在第三代合作夥伴計劃（3GPP）中主導完成了首個虛假主叫治理的技術文稿。

在相關監管部門统一部署下，公司開展“淨網 2014”專項行動，對網上淫穢色情信息進行治理。專項行動期間，中國移動監測處置手機淫穢色情信息 291 萬餘件，受理客戶舉報近 4.9 萬件，核實封堵違規網站 8 萬餘個。

公司在內部嚴格實施“五條禁令”、“金庫模式”、“客戶信息模糊化”三大舉措，最大限度減小內部泄露客戶信息的概率，保護客戶隱私，幫助客戶安心使用通信服務。“金庫模式”已被寫入國際電信聯盟遠程通信標準化組（ITU-T）國際標準草案，並被中國通信標準化協會（CCSA）批准為行業標準。





相關方期望

- 嚴格遵守法律法規，不斷健全公司治理
- 更低的資費、更好的網絡、更優質的服務
- 保護客戶信息安全、保護網絡通信安全

我們的行動

- 依法建立規範的企業管治結構
- 拓展舉報渠道，加強廉潔教育，防範腐敗風險
- 加快網絡基礎設施建設，使 4G 網絡遍及城鄉
- 根據客戶需求調整資費結構，降低流量資費和漫遊資費，加快 4G 業務普及
- 完善信息安全管理體系，針對性分析信息安全威脅模式，對症下藥逐項治理

我們做到了（2014）

- 全面優化完善內控體系，提升合規標準，應對新興風險
- 開展“反腐倡廉教育月”活動 3,000 餘場，46 萬人次參與
- 開通 72 萬個 4G 基站，4G 客戶達到 9,006 萬
- 2G/3G 流量單價降幅達 71%，4G 流量單價降幅達 50%，啟動 3/6/9 元計劃，大幅降低漫遊流量資費水平
- 2014 年，公司垃圾短信投訴量較上年減少 64.9%；百萬客戶申訴率僅為 30.7 件，連續五年保持行業最低值

我們將努力（2015）

- 4G 基站達到 100 萬個，4G 客戶數達到 2.5 億，銷售 4G 手機 2 億部
- 2015 年全面商用融合通信
- 百萬客戶申訴率保持行業內最低



“爸爸，我想你了……”，一個大眼睛女孩兒坐在貴州凱裡六中的一間特殊的教室裡，面對一台電腦正與她的爸爸視頻聊天。原本不愛談笑的她在和家人的相互傾訴中變得有說有笑，眼睛閃著晶瑩的淚光。她叫潘蘭花，是貴州凱裡中學的一個苗族女孩，她的父母遠在外地打工，而她也走出苗家村寨，選擇在外求學，寄宿在學校裡。

起初，潘蘭花來到學校，覺得一切都充滿了陌生，遠離家人的生活加劇了她內心的孤獨與膽怯。在很長一段時間裡，上課時她不敢提問，也不敢回答問題，總是面色拘謹地靜靜聽講。潘蘭花的這種心理與行為表現也同樣出現在貴州凱裡六中其他眾多農村留守兒童身上，這讓學校的楊昌鈞校長十分擔憂。帶著幫助孩子樹立自信心的使命感 and 責任感，他參與了“中國移動校長培訓計劃”項目。

在“中國移動校長培訓計劃”項目過程中，楊校長豁然開朗，認識到“學校不光只是一個育人的地方，更應該是一個讓孩子們感受到溫暖的大家庭”。結束培訓後，他立即在學校建立了留守兒童之家。這裡為孩子們提供了電腦，通過互聯網，他們可以十分方便地與遠在他鄉的父母視頻聊天。在交流的過程中，孩子們能夠在一定程度上緩解對家人的思念情緒，同時也能夠得到家人的關愛與鼓勵，這對幫助孩子們建立健康、陽光、自信的心態具有舉足輕重的作用。在貴州凱裡六中的2,000多名學生中，有1,700多人來自農村，他們中有很多人的父母到外地打工，覺得“父母除了給他們錢之外，沒有給予更多的關愛”。正是學校新設的這間特殊的教室，關注到了孩子們的心理需求，讓更多像潘蘭花這樣的留守兒童在學校找到那份屬於家的溫暖，也由此漸漸放下拘謹與膽怯，學著勇敢、自信地融入集體學習生活中。

“中國移動校長培訓計劃”是“藍色夢想——中國移動教育捐助計劃”的子項目之一。“藍色夢想”是中國移動聯合教育部、中國教育發展基金會共同開展的教育公益項目，旨在幫助位於中西部貧困地區的學校提升辦學水平、改善教學設施。2014年，中國移動共投入600萬元，為11,539名中西部學校校長提供了培訓。

除了校長培訓項目外，“藍色夢想”還包括圖書館和多媒體教室捐助項目。2014年，中國移動投入650萬元，採用集中連片方式在中西部12省、區的貧困地區農村中小學捐建愛心圖書館200個，捐建多媒體教室190個。公司聯合教育部邀請來自廣西、四川、青海等12個中西部地區的100多位專家和老師，在武漢參加“中國移動多媒體教學應用交流展示活動”，共同學習探討運用多媒體教學設備的課堂教學新模式。

“藍色夢想——中國移動教育捐助計劃”自2006年啟動至今累計投入超過1億元，培訓中西部中小學校長70,539名，佔中西部全部中小學校長的21.21%，累計捐建愛心圖書館2,110個、多媒體教室1,070個。項目先後獲得“中華慈善獎最具影響力慈善項目”提名獎、2014年聯合國全球契約中國最佳實踐案例等多項肯定。

2015年，中國移動將繼續推進“藍色夢想”計劃，計劃培訓11,000名校長，捐建愛心圖書館200個、多媒體教室190個，讓中西部學校的教師和學生們受益於先進的辦學理念、教育質量和教育設施。

“參加完‘影子培訓’，我覺得這種方式太好了，我們有集中培訓和專家指導，還有規範的培訓管理，詳細的小組研修計劃和確定的研修基地。而且我們是來自不同地區的不同學校的小組成員，不同的工作經驗，不同的思想方法讓我們可以在不斷溝通碰撞過程中來找到自身的弱點，找到學校管理中存在的問題，明晰解決問題的辦法，更重要的是我們小組來到一所非常好的基地學校，能夠真正地學以致用。”

廣西資源縣梅溪初中校長 何昌傑



在陝西，參訓校長在基地學校聽課

支持偏遠貧困地區的教育發展是中國移動履責的重要領域之一。中國移動始終堅持以助力解決社會問題、促進包容性的社會發展為己任，努力追求與各方夥伴共同成長。在 2014 年，我們努力帶動社會就業，為員工提供更好的發展環境，幫助員工成長，實現工作與生活平衡；我們更加注重與合作夥伴的溝通，促進產業共同發展、共同履責；我們繼續關注貧困地區發展和弱勢群體幫扶，努力為減少地區發展落差和數字鴻溝貢獻積極力量。



“藍色夢想”計劃 2006 年啟動
至今累計投入超過

1 億元



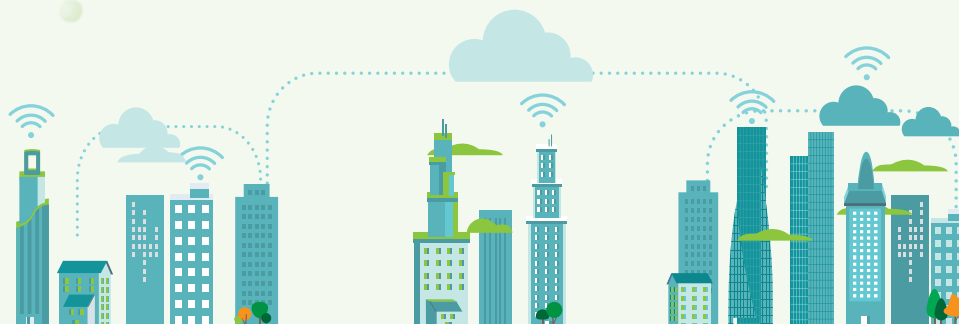
累計培訓中西部農村中小學
校長

70,539 名



累計捐建愛心圖書館 2,110 個

多媒體教室 1,070 個



溝通

2014年，面向全體員工發行內部彩信刊物《移週刊》共50期，平均到達率達到90%。完成《移週刊·影像》視頻內容50期。

2014年9月啟動了“學‘最美移動人’創4G新精彩”主題宣傳活動，面向全公司評選4G建設“百佳先鋒團隊”、“百個關鍵事件”、“百佳精彩瞬間”，從“技術創新”、“網絡建維”、“營銷服務”、“終端支撐”和“其他綜合”五個方面展現4G奇跡背後的人物和故事，發掘中國移動人自己的感人事蹟。

與員工共成長

促進就業

“您好，這裡是10086，請問有什麼可以幫您？”一大早，四川省殘疾人服務外包就業（實訓）基地裡便傳出一聲聲客服電話的問候語，女聲柔美、男音深沉。如果不親眼目睹那裡的場景，你很難想到是一排排殘疾人朋友在那裡熟練地為客戶辦理業務，解答疑問。

胡晉是一名患有肢體三級殘疾的26歲女孩，在此前的求職過程中她一路磕磕絆絆、四處碰壁，直到參與了中國移動“心繫殘疾人，夢圓就業路”項目，她第一次感受到這是一份可以讓自己完全發揮價值的工作。在培訓完畢正式步入崗位後不久，胡晉在銷售方面的才能也逐漸體現出來，她成為了公司的明星學員和儲備幹部。現在的胡晉已經獲得了西南財經大學成人教育學習資格，還通過競聘成為了實訓基地的一名實訓班主任，將她的經驗繼續傳授給一批又一批的學員們，幫助他們像自己一樣在工作中收穫快樂，實現價值。

實訓基地學員夏夢傑：“以前我是一個膽怯、很少說話的人。但在這裡，中國移動客服培訓老師一對一地指導我們的溝通技巧，所有學員和老師們像是一個大家庭，讓我每天都變得樂觀開朗，我想衷心地說一聲：謝謝！”

中國移動密切關注社會就業問題，積極發揮自身力量幫助特殊群體實現就業。

2013年6月，中國移動在四川正式啟動“心繫殘疾人，夢圓就業路”項目，將部分客戶來電諮詢及業務辦理工作交由殘障人士承接，並派出熱線培訓專家團隊為殘障學員提供業務理論培訓和一對一跟蹤指導，幫助殘障學員提高普通話水平、電話溝通技巧、公司業務模塊熟悉度等工作技能以達到上崗要求，實現自我價值。項目被中國國務院國有資產監督管理委員會（簡稱“國資委”）評為2014年“中央企業優秀志願服務項目”。



項目成效：

指標	數據
累計投入資金	400萬元
累計培訓	700人
獲得長期穩定就業機會	200人
殘障人士家庭獲得幫助走出經濟困難	600個
實訓基地員工累計接電	85.6萬次
用戶滿意率	97%

結合數據業務發展需求，公司積極為青年學生搭建移動互聯網創業就業平台。公司於2010年8月啟動移動應用商場 (Mobile Market) 百萬青年創業計劃，為年輕的優秀開發者搭建創業孵化基地，提供實現自我價值的空間。截至2014年底，公司累計為約238.2萬人提供了移動互聯網培訓和產品實踐機會，並在全國85所高等院校建設了線下創業孵化基地。2014年，中國移動聯合相關部門在京啟動2014-2016年“和你圓夢”百萬青年創業就業計劃，在前期合作的基礎上努力打造校園開發者培育推廣新平台，建設百個創業精品孵化基地，為青年學生提供千場專業培訓、萬個實踐項目，百萬就業崗位和千萬賽事獎金，幫助青年學生實現創業就業夢想。

職業成長

員工職業素養與業務能力的提升與發展，關乎中國移動推進戰略轉型與創新發展的持續驅動力。結合員工職業發展需求與業務重點，公司不斷推陳出新，積極實踐，致力於提供一個公平、良好的職業發展平台，促進員工與公司共同成長。

培訓教育

中國移動培訓工作逐步向精細化、專業化方向發展，在促進員工職業素養全面提升的同時，公司不斷創新培訓與教育模式，有力地支撐了公司業務發展。

公司網上大學面向員工開放了公司戰略解讀、企業文化傳播、業務策略傳達、崗位技能認證、員工學習發展等多方面培訓課程，促進了培訓資源共建共享，為員工職業技能和職業素養提升提供了全方位支持的學習平台。2014 年網上大學在線學習平台學習人數達到 32.1 萬，總學習時長 820 萬小時，參與員工人均學習時長達 25 小時，手機學習人數突破 14 萬，互聯網學習方式成為輔導員工成長的重要手段。

隨著培訓實踐不斷創新發展，中國移動學院連續獲得企業培訓方面的重要獎項，包括全球培訓教育最高榮譽“2014 年度 ATD 卓越實踐獎”以及“2014 年度中國最佳企業大學”、“2014 年度引擎獎—中國標桿企業大學”等稱號。



在上海，公司組織新員工培訓

職業發展

公司鼓勵並幫助專業技術類員工實現職業發展與突破，形成涵蓋公司總部、省公司、專業公司、直屬單位的高級工程師評審委員會和專家庫，組織開展全公司高級工程師統一在線評審工作，共有 300 多名員工通過評審入選專家庫。

公司持續推進員工雙向交流培養機制。2014 年總部 13 個部門共派出 16 名員工分赴 11 個省（市）公司進行鍛鍊交流，省公司共選派 14 人到總部交流。同時，首次從校園招聘員工中派出 40 人赴中西部省公司進行基層鍛鍊交流，豐富員工工作經歷，優化員工知識結構，促進員工成長。



在青海，公司組織團隊拓展訓練

員工關懷

中國移動始終關注員工身心健康，注重員工工作與生活平衡，為了有效瞭解員工需求，公司定期對員工最關心的問題展開調查，為更好地滿足員工工作與生活需求提供有針對性的指導。

身心健康

2014 年，中國移動開始籌備“幸福 1+1”員工身心健康提升項目，鼓勵各級公司採取創新形式因地制宜開展活動，促進全體員工積極參與，全面提升員工身體素質與精神面貌。目前該項目已完成各單位工會委員意見徵集，將於 2015 年正式啟動。

公司持續關注員工的心理健康，不斷推進員工幫助計劃 (EAP) 項目開展，目前，總部和 31 省（區、市）公司已經全部實施了 EAP 項目，覆蓋員工達到 28 萬人次。



持續開展 EAP 專員培訓提高班

2014 年，進一步培養了公司內部 EAP 骨幹隊伍。至此，公司從 2009 年開始的 180 人 EAP 提高培訓計劃圓滿完成。



中國移動第三屆 EAP 論壇

論壇以“轉型期關愛員工從心溝通，互聯網助力 EAP 應用發展”為主題，邀請社會各界專家共同探討 EAP 的發展方向。



舉辦專題講座

開展關愛健康、親子教育、壓力情緒管理等主題講座，結合 EAP 微信平台為全體員工提供專業、貼心的個性化心理諮詢服務。



在湖北，公司組織員工參加龍舟比賽

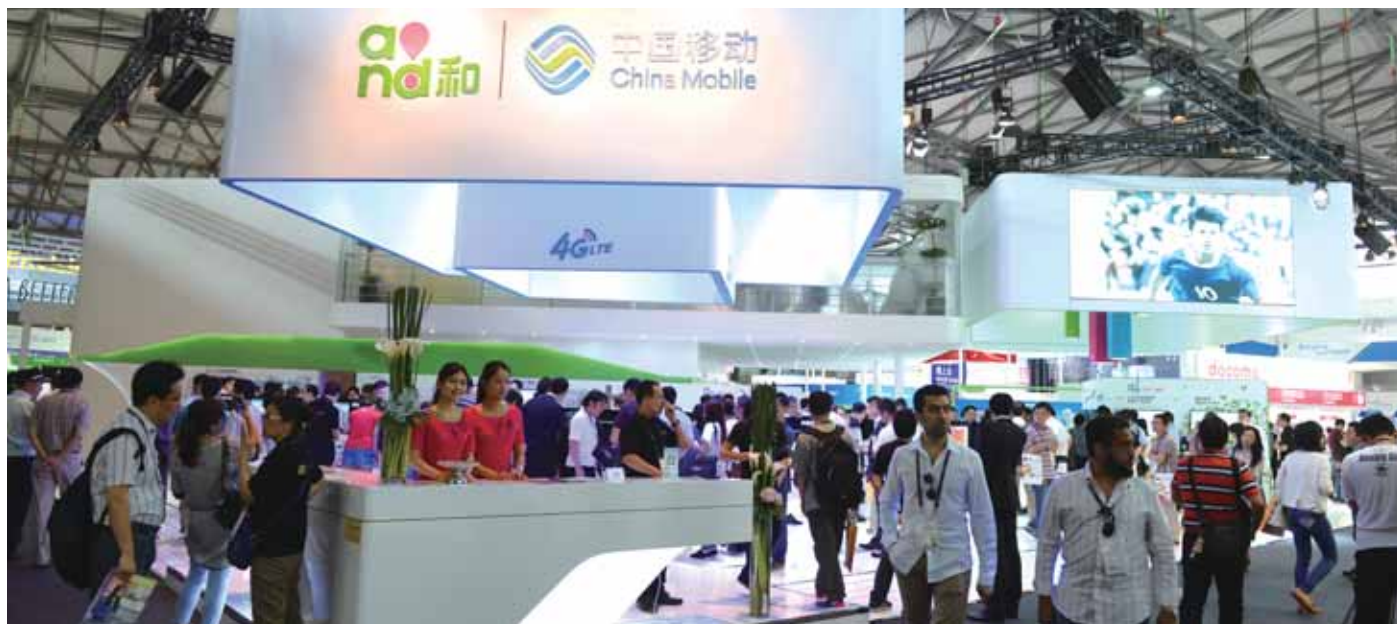
工作與生活平衡

中國移動積極號召廣大員工積極參與各類文體健身活動，促進員工更好地平衡工作與生活。2014 年，公司舉辦了氣排球培訓與比賽，並從中選拔優秀隊員參加全國通信職工氣排球比賽，取得了良好的成績。

公司積極籌備成立了中國移動書畫協會，定向徵集“移動情、中國夢”中國移動員工書畫精品展作品，並與國資委書畫協會共同舉辦了筆會活動。公司還通過跨部門合作，開發了“中國移動手機攝影專區”，徵集員工作品參加北京國際攝影週通信行業手機攝影大賽，為員工提供更豐富、更專業的活動參與渠道與平台。

與產業共發展

共同成長



作為年度採購規模上千億元的大型企業，中國移動積極探索建立務實高效的採購模式，2014 年公司從“採購規模、技術標準化、通用性”三個維度建立集中採購產品提升機制，努力擴大集中採購範圍，發佈 2014 年度一、二級集中採購目錄，覆蓋 14 大類近 1,900 項產品和服務。一級採購集中度由 2013 年的 33% 提升至 52.5%，一、二級採購集中度由 2013 年的 88% 提升至 93%。

公司注重以信息化手段推動行業採購模式變革，致力於打造基於互聯網的公開透明、綠色共贏的公平競爭環境，促進產業生態和諧發展。2014 年，中國移動推出電子採購與招投標系統平台，設置了項目備案、採購信息公開、事中與事後監察、項目歸檔等功能，能夠確保全流程信息公開透明，採購項目進展可隨時追蹤。在業務流程標準上，系統固化了 6 種採購方式，規範了 220 個業務流程規定，並確立了 65 套文件模板，實現了招標人、供應商、評標專家、監督人員的高效業務協同，降低了交易成本，同時也極大地推動了招投標的無紙化進程。截至 2014 年底，平台上累計開展採購項目 8,740 個，累計新註冊供應商 17,863 家，累計註冊專家 21,169 人。

成效



減少打印招投標文件

20.4 萬份 / 年



相當於節約木材

772 噸



節約紙張

887 噸 / 年



相當於減少二氧化碳排放

2,040 噸

全透明：
採購全流程公開，構建公開、公平、公正的市場環境。

高效率：
全流程標準化、電子化，實現採供雙方整體效率提升。

助力行業採購
模式變革

電子採購
與招標投
標系統

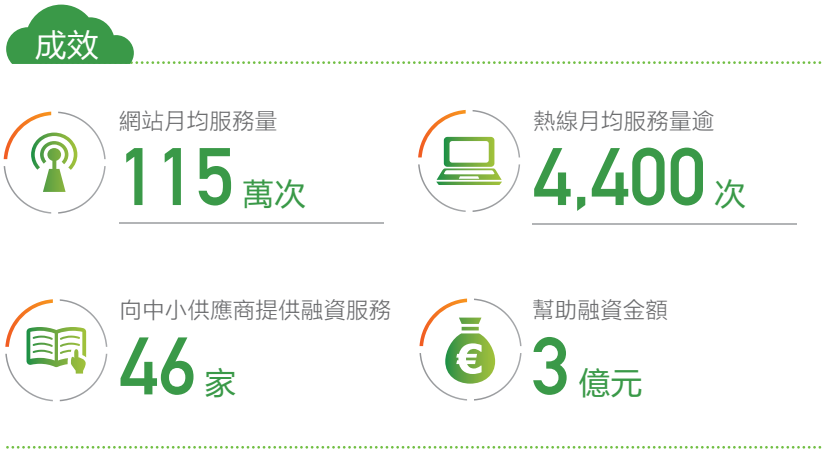
大數據：
大數據管理及分析，加強行業採購信息共享及再利用。

低成本：
系統集中建設、統一運營，實現採供雙方成本降低。

公司充分利用企業信息化技術優勢，積極加強同供應商的溝通交流，幫助其逐步降低業務合作成本，實現合作雙贏。

在廣東推出供應商“1111 服務”

通過 1 個供應商門戶網站、1 個供應商服務熱線、1 個供應商服務站、每季度 1 次供應商溝通會，為供應商提供註冊、認證、合同、訂單、付款、採購政策諮詢等全程服務。服務供應商 1.2 萬家，網站月均服務量 115 萬次，熱線月均服務量逾 4,400 次。同時，廣東公司協同浦發銀行，向 46 家中小供應商提供融資服務，融資金額約 3 億元，有效降低供應商資金使用成本。



在安徽建設供應商手機微門戶

供應商通過手機微信登陸供應商微門戶，可進行在線收發貨、合同履約、付款監控、投訴處理、公告查看、績效評估信息查看等多項業務在線協同，實現了供應鏈運營業務“及時響應，隨時辦理”。目前在線協同供應商達 1,400 家，月單據量超過 5,000 張，實現採購、接收、供應商三方交易信息實時共享，採購業務全程自動化辦理，每次交易可節約 70% 工作量，縮短供貨週期 2 天。同時，實現在線投訴處理與產品質檢結果共享，有效降低了產品質量風險。



溝通

2014年12月，以“和4G•匯聚新動力”為主題，在廣州舉辦2014中國移動全球合作夥伴大會，與參會的超過5,000名全球終端產業鏈代表、應用開發者及企業代表、移動互聯網產業鏈代表等價值鏈夥伴一起，共同探討4G產業前景與發展路線。

2014年公司邀請180餘家供應商參加2014年供應商反向後評估工作，加強與供應商溝通，解決供應商關切問題。

共同履責

中國移動積極促進同價值鏈合作夥伴的價值共享，通過規範合作夥伴的業務服務內容，引領產業綠色合作，努力推動整個產業鏈的履責意識與能力提升。

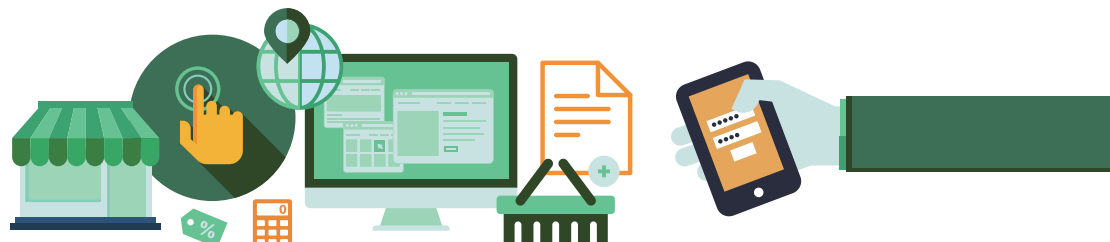
公司將嚴格的社會責任要求融入採購管理，編製了19類產品供應商認證審核模板，涵蓋35類一級集中採購產品。認證審核模板設置了“環境、社會和治理”檢查模塊，從節能減排、用工管理、健康安全、誠信經營等方面對供應商提出了明確要求。部分產品採購要求供應商必須通過ISO14001環境管理體系標準認證及SA8000（社會責任國際標準體系）等相關認證。

2014年，公司聯合合作夥伴共同促進知識產權保護，加強了手機閱讀基地與無線音樂基地等業務平台對版權的規範性管理。

- 手機遊戲基地建立了事前審核、事中監控、事後處理的版權管理機制，對合作夥伴提供的版權文件和版權內容進行審核。共發現279個違反版權管理規定的遊戲，要求其中直接侵害版權擁有方權益的遊戲下線。
- 手機閱讀基地全面開展入庫審核與反盜版工作，拒絕上架不符合版權要求的圖書，促進網絡文學良性發展。2014年，手機閱讀基地搭建完成綠色正版聯盟體系，現已加盟23家合作夥伴。同時基地全面開展線上版權審核，佔審核總量的20%。
- 無線音樂基地建立了業內規範最全的版權保護制度，嚴格按照中國《著作權法》、《信息網絡傳播權保護條例》相關規定，制定了4大項、14小項版權審核標準，要求合作夥伴在申請音樂內容上線時，提供全面的錄音製作者權、表演者權、詞曲權利等材料證明，同時要求授權關係連貫、授權期限正確，較好地保證了每首歌曲的授權合法性。

同時，公司積極促進產業綠色合作，努力打造綠色行業標準。

- 2014年，公司作為起草單位，參加了《數據中心資源利用能效要求》等系列國家標準的編制，並配合中國通信標準化協會(CCSA)做好相關行業標準編制；
- 公司牽頭完成制定無線網、核心網和傳輸網設備5項通信行業節能標準；
- 公司積極參與並引導GreenTouch國際交流合作，並與韓國電信公司(KT)在智能能源領域組建工作組，開展戰略合作；
- 公司參加2014年通信行業節能減排論壇暨節能創新技術與成果應用交流會以及第七屆中國綠色通信大會，在大會上作專題報告，介紹中國移動節能減排經驗與做法。



與社區共分享

減小數字鴻溝

“6995” 平台，助力農村平安

嚴世亮是一名城市務工人員，幾年前他帶著妻兒到外地打工，父母仍居住在老家雲南省保山市昌寧縣新廠村。一天早上，他突然接到來自老家的電話，老母親哽咽著告訴他 83 歲的老父親突然半身麻木，手腳無法動彈，疼痛難忍，不知如何是好。

作為家中獨子，聽到母親無助的聲音，嚴世亮感到焦急萬分，心想即使打 120 或 110 熱線電話報警，山高路遠，父親也很難得到及時救治。忽然，他想到可以撥打“6995”，向老家的鄰居求助。他撥通號碼立即喊了起來：“大叔大嬸！我是世亮！我爸突然病了，麻煩你們幫忙請大夫給我爸看看，謝謝你們！”不久之後，便收到了村民的回電，“世亮，放心吧，咱們附近的鄰居都來你家了，你叔已經騎摩托把大夫帶過來了，你爸也好多了……”聽到鄰居李大嬸的話音，他終於鬆了一口氣。

相比城市快捷通達的信息傳遞，農村偏遠地區受製於閉塞的地形與經濟條件，存在社會救助到達慢、信息傳遞效率低的現實問題。結合農戶的救助需求與政府農村網格化服務管理的需求，中國移動開發了“6995”信息服務平台。“6995”信息服務平台將鄰近的十戶農戶同編在一個電話群組中，一人呼叫，其餘人員可同時接聽。現已形成了以行政村、村民小組、10 至 20 戶為單元的三級信息服務網格，搭建起了“鄰里互助、生產互助、治安聯防、警民互動”的現代信息技術網絡。

“6995” 平台成效：

指標	數據
報警	23,000 條次
生產互助（農耕糧作）	130,000 條次
搶險救災	4,000 餘次
災後互助（含災情通知、衛生防疫、物資發放、信息通報等）	5,000 餘次
疾病救治	490 次

2014 年，公司繼續積極承擔“村村通電話工程”任務，加速偏遠地區信息網絡覆蓋。截至 2014 年底，中國移動完成 7,451 個行政村通寬帶、400 所農村學校通寬帶和 3,007 個自然村通電話任務。十年來，公司已累計為 121,243 個邊遠村莊新開通電話服務，為 27,995 個行政村新開通寬帶服務。

公司在全力推進 4G 建設的基礎上，針對農村特點研究提出 4G 覆蓋增強方案。2014 年 7 月，以河南信陽為試點區域，應用覆蓋增強技術實現了農村 90% 以上區域的 4G 連續覆蓋，為當地村民提供高質量的數據通信服務。後續我們將在更多農村場景進行方案推廣，在農村地區建成 4G 精品網。



在貴州，公司為部分少數民族學校開通免費親情電話

“以前通知大事小情，都得一個個打電話，或者挨家挨戶上門去說。如果身在外地，通知起來就更不方便了。有了‘6995’平台，不僅可以通過手機與多人同時通話，還可以觸發鄉村大喇叭，在全村實時廣播。即使我遠在北京同樣也可以通知，省時省錢還方便，真的很好用！”

重慶市墊江縣新民鎮明月村村主任 李勇

公司面向農村地區，不斷推進“五個一工程”，即“一鄉、一村、一店、一人、一網”，保證每個村子有網點、有服務人員，方便農村客戶辦理業務和諮詢服務。截至 2014 年底，公司農村地區服務網點數達到 60.2 萬個。中國移動終端公司建設的終端售後維修網點達到 1,094 個，覆蓋全國地市級以上區域比例達到 91%。

送服務下鄉，幫助老人克服使用障礙

“奶奶，我又來看您啦。最近身體怎樣？會用手機一鍵撥打了嗎？”

趙敏是中國移動的售後服務工作人員，每週她都會抽出一定時間來到 65 歲的周奶奶家，幫助她解答手機使用上的問題。這種貼心、個性化的服務提供源自於中國移動在江蘇建立的規範專業的售後服務管理機制。周奶奶是一位“空巢老人”，趙敏與她建立了“一對一”的服務與諮詢關係，手把手地教周奶奶使用手機的基本功能。這對於年輕人來說是再簡單不過的事情，但對於周奶奶來說卻是一遍又一遍的重複與記憶。趙敏始終保持專業的服務態度，耐心地教老人一點一點掌握手機功能。

中國移動在江蘇積極組建下鄉維修服務隊，自 2014 年 1 月起，每月定期下鄉為鄉鎮用戶提

供免費清洗、免費貼膜、免費諮詢、免費進村維修、手機知識講座等服務，並對鄉鎮維修網點開展維修技能培訓。針對“空巢老人”反映的智能機使用難、獲取服務難的問題，地市維修網點工作人員會定期上門拜訪“空巢老人”，並與老人長期結對，提供一對一服務。

目前，我們累計投入 96 名售後人員，在江蘇全省搭建了健全的省、市、縣三級維修網絡，建成了 1 個省級管理平台、7 個地市維修中心、21 個縣級接機點，手機售後便民服務共惠及全省 8 個地市、100 餘鄉鎮。在售後人員的幫助下，接受服務的老人已經學會了一鍵撥號、儲存號碼、用手機拍照等基本功能，切實提高了一部分鄉鎮老年人的通信設備使用能力，有利於幫助廣大鄉鎮手機用戶跟上時代步伐，融入信息化社會。

江蘇農村售後維修網點服務成效：

指標	數據
為鄉鎮老人開展公益手機知識講座	30 次
累計服務次數	1,100 人次
提供上門維修服務老年客戶數量	150 戶
對當地社會網點技術人員的培訓	35 次



在江蘇，公司終端售後服務走進居民家中

幫助地區發展

扶貧責任在肩，移動和你同行

“看！這菌棒剛下地 20 多天，就長出了這黑黝黝、水靈靈的木耳。以前到山上才能採耳子，做夢也沒想到現在在村子裡就能採到木耳，科學技術真是了不得啊！”這是內蒙古哈日礎魯嘎查地區的一個姑娘在高興地和其他姐妹說著養殖黑木耳的新鮮事。

哈日礎魯嘎查位於內蒙古紮賚特旗的東南方向，擁有人口 1,650 人，其中貧困人口比例高達 42%，人均每年純收入只有 2,600 元。為了幫助該地區找到良好的扶貧對策，公司派出幫扶工作隊，瞭解到作為當地人民主要收入來源的農業存在著結構單一、單位產出率低等缺點。和農業專家探討後，公司將“黑木耳養殖”確定為在當地具有可行性的一個扶貧項目。

公司在嘎查貧困戶中選取具備實施養殖條件的 10 戶作為幫扶對象，每戶投入黑木耳養殖資金 1 萬元，並委託黑木耳專業合作社帶領村民學習黑木耳養殖技術，確保養殖成功率。公司還出資建成製菌車間，為村民購進製作菌棒的設備，減少村民自我生產黑木耳菌棒的成本。同時，公司幫助農戶在全國性農產品推介會上為黑木耳尋找銷路，取得很好的效果。“黑木耳養殖”項目預計在 2015 年可覆蓋 30 戶貧困戶，到 2017 年幫扶點貧困戶人均純收入可達到 6,000 元，相比現在的收入提高 130%。

公司還在當地實施了諸多幫扶計劃。針對哈日礎魯嘎查社會信息化發展程度低的問題，公司積極與第三方網絡服務設備商合作，為該地區接入寬帶服務，村民只需繳納 300 元，即可實現與外界的“互聯”交流。同時為幫扶地區免費開通便農惠農“金喇叭”工程，免費為村民提供“農信通”、“農情氣象”等產品，方便村民瞭解農業快訊、種養殖技術等信息。

公司還關注到幫扶地區大學生求學與就業難題，經過實地考察，公司與安盟分公司、紮賚特旗分公司達成共識，優先錄用幫扶地區貧困大學生，並在安盟分公司建設大學生就業實習基地，幫助貧困大學生更好地實現就業。



在西藏阿里地區改則縣，公司持續開展扶貧活動

長期堅持貧困地區幫扶，是中國移動幫助地區發展，積極履行社會責任的重要關注點。2014 年，中國移動母公司共投入對口支援與扶貧資金 4,043 萬元。

助建雲南“愛心水窖”

持續多年的嚴重旱災給雲南各地帶來了嚴峻的缺水難題。為緩解當地乾旱現狀，中國移動慈善基金會助建雲南“愛心水窖”工程，幫助解決山區、半山區人們生活生產用水難題，項目計劃在 2014-2015 兩年間資助雲南省 5,333 個“愛心水窖”建設。截至 2014 年底，共建成水窖 2,666 個。



在貴州，公司志願者開展“和你一起”關愛小學生活動

“和你在一起”一對一幫扶活動

中國移動配合母公司持續推進貧困地區對口支援與扶貧工作，2014 年公司選擇在青海果洛州沁瑪縣和西藏阿里地區改則縣兩個分公司開展對口幫扶工作，組織全體員工面向家庭貧困的藏族學生開展“和你在一起”一對一幫扶活動。我們共籌集善款 14 萬餘元，按照每個學生每年 1,200 元的標準予以資助。同時募集到棉衣 1 萬餘件、棉被 350 多床、書籍 500 餘冊，物資總額將近 100 萬元，不僅關注邊遠地區孩子們的基本生活需要，而且注重對當地學生的教育資源補給。

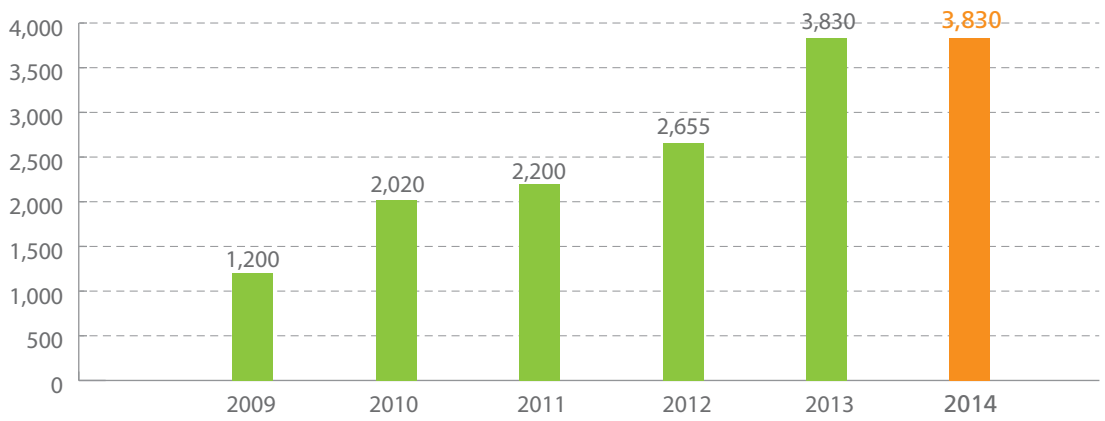


公司志願者向西藏阿里地區改則縣貧困小學生捐贈衣物和書籍

支持社會公益

中國移動慈善基金會是2009年中國移動獨資發起成立的非公募基金會。基金會在教育均等、弱勢群體幫扶等領域實施了一系列長期性公益項目。2014年，基金會公益捐贈金額為3,830萬元，歷年累計捐贈金額達1.5735億元，用於開展“藍色夢想”、愛“心”行動以及多項戰略性公益慈善項目。

中國移動慈善基金會歷年公益捐贈金額（單位：萬元）



在黑龍江，公司持續開展關愛老年人公益活動

2014年，中國移動慈善基金會公益捐贈金額

3,830 萬元

歷年累計捐贈金額

1.5735 億元



中國移動愛“心”行動——貧困先天性心臟病兒童救助計劃

小銘博，今年三歲，不知疲倦地蹦蹦跳跳之後，她被爸爸溫柔地挽在懷中，眼睛一眯，滿臉曬出甜蜜的微笑，這種甜蜜透著幸福的生活實屬來之不易。小銘博出生後不久即被發現患有先天性心臟病，這對她收入微薄、出身農民的父母來說，簡直是雪上加霜。四處奔走為女兒籌錢治病的日日夜夜，早已黯淡了他們對生活的希望。

2012年中國移動愛“心”行動走進遼寧省，為小銘博一家重新燃起了希望。小銘博在10個月大的時候，得到了中國移動的愛心捐助，獲得了免費進行手術救治的機會。手術大獲成功，如今小銘博已完全治癒康復，她的媽媽激動地說：“孩子現在已上了幼兒園，能和其他小孩一樣正常跑跑跳跳。特別感謝中國移動慈善基金會，是他們讓我的孩子得到了救治，我和她爸爸現在臉上笑容都多了許多。”

2014年，中國移動愛“心”行動——貧困先天性心臟病兒童救助計劃共計投入2,250萬元，在深入推進河南項目、山西項目、遼寧三期項目基礎上，新啟動了青海項目，共為6,052名貧困兒童提供了免費篩查，並對確診患有先天性心臟病的919名患兒實施免費手術治療。中國移動愛“心”行動自2011年開展至今，累計為內蒙古、遼寧、河南、山西、青海的23,840名貧困兒童提供了免費的先天性心臟病篩查，並救治了其中確診的2,260名貧困先天性心臟病患兒，項目志願者服務累計超過3,600小時。

“先天性心臟病是先天性疾病中最為嚴重的一種，我國先心病發病率非常高，在政府力所不能及的‘盲區’，中國移動慈善基金會扮演了政府的幫手角色，貧困先心病兒童救助計劃不僅減輕了老百姓的負擔，給他們的生活帶來了希望，也為我國減少犯罪率和棄嬰率提供了保障，為和諧社會做出了巨大貢獻。”

國家互聯網信息辦公室網絡新聞信息傳播局
調研處處長 程義峰



累計為 **23,840** 名
貧困兒童提供了免費的先天性心臟病篩查



救治了其中確診的 **2,260** 名
貧困先天性心臟病患兒



志願者服務累計超過
3,600 小時

2014 年度中國移動“公益之星”

從 2012 年起，為了向利用業餘時間致力於公益事業、向社會奉獻愛心的中國移動人致敬，中國移動在每年的優秀企業社會責任實踐評選中增加了“公益之星”評選環節。2014 年度經由超過 26 萬網友投票產生了如下三位中國移動“公益之星”：



2014 年中國移動員工
志願者註冊總人數達

11.52 萬人



員工志願服務總時長達

46 萬餘小時



朱明：孩子，成長路上你我同行

朱明是中國移動四川公司洪雅縣分公司黨支部書記，十年來他熱心公益事業，以個人名義連續資助貧困失學兒童，累計捐款 16 萬餘元，捐物 20 餘次。2004 年，時任縣分公司經理的朱明得知柳江鎮有品學兼優的學生因家境貧困而面臨輟學，到學校瞭解情況後，他當即決定資助 6 名貧困學生每人 500 元。從此，朱明走上了資助貧困學生和留守兒童的愛心之路，而他的堅持與無私奉獻帶動了家人，也感染了越來越多的公司同事、合作夥伴及朋友加入到愛心隊伍中，當“四川省勞動模範”、“洪雅愛心大使”等各類先進個人榮譽扑面而来時，他不圖虛名，以無聲的行動堅守著自己的道德信念。

岳蕾：傳遞愛心能量 奉獻無私愛心

岳蕾是中國移動河南公司鄭州分公司的一名客戶經理，2014 年 4 月 28 日，經過 4 個多小時抽血，岳蕾成為全國第 4,131 位捐獻造血幹細胞成功的義務捐獻者，一個三歲的孩子得到了無償捐助，獲得重生。33 歲的她是一個 4 歲孩子的母親，在辛勤的工作和忙碌的家務之外，她還默默奉獻自己的愛心，堅持無償獻血。從 1999 年開始，15 年來岳蕾累計獻血量超過了 5,400 毫升。作為河南公司首個義務捐獻造血幹細胞的員工，她用自己的行動鼓勵著更多的人傳遞愛心、奉獻社會。



王軒：堅信集體力量 獻愛泉城大地

王軒是中國移動山東公司客服二中心膠東分中心熱線班長、兼任分中心工會主席。2012 年 4 月，她成立了山東移動客服二中心紅十字志願服務隊，並號召了廣大志願者積極參與緊急援助、無償獻血、關心老人、關愛兒童等一系列愛心活動。2013 年 12 月，王軒發起並組織“暖冬行動”，呼籲中心員工為偏遠貧困山區兒童捐獻衣物、棉被等 170 餘件，為山區孩子們送去絲絲溫暖。王軒始終堅信“個人力量是有限的，集體力量是無限的”。在她的帶領下，山東公司客服二中心志願服務隊不斷壯大，愛心志願活動贏得社會各界普遍讚揚。



相關方期望

- 創造就業機會，幫助解決就業難題
- 提供良好的職業發展平台，以及和諧的工作環境
- 建設公開透明的競爭環境、互利共贏的合作關係
- 支持社會公益活動，幫助弱勢群體改善生活，助力包容性發展

我們的行動

- 創造條件幫助特殊群體實現就業
- 加強對員工職業健康與安全的管理與關懷
- 創新培訓實踐形式，促進 EAP 全面深入開展，豐富文體健身活動
- 推廣應用電子採購與招標投標系統，促進陽光採購、綠色採購
- 持續開展戰略性公益慈善項目，鼓勵員工志願服務

我們做到了（2014）

- EAP 項目全面實施，覆蓋員工達到 28 萬人次
- 員工體檢率達到 92%
- 電子採購與招標投標系統平台承載項目累計 8,740 個，採購金額累計 1,530 億元
- 已累計為 121,243 個邊遠村莊新開通電話服務，為 27,995 個行政村新開通寬帶服務
- “藍色夢想”教育捐助計劃累計培訓中西部農村中小學校長 70,539 名，捐建愛心圖書館 2,110 個，多媒體教室 1,070 個
- 已累計為 23,840 名貧困兒童提供了免費篩查，並幫助其中確診患有先天性心臟病的 2,260 名患兒實施免費手術治療

我們將努力（2015）

- 持續實施 EAP 項目，啟動“幸福 1+1”項目，吸引全體員工參與，促進員工身心健康
- 推進電子採購與招標投標系統應用覆蓋全部地市分公司
- 年度培訓 11,000 名中西部農村中小學校長，捐建愛心圖書館 200 個、多媒體教室 190 個
- 將愛“心”行動拓展至寧夏、廣西和新疆，年度計劃救治約 850 名貧困先心病患兒



“是的，于大爺已經找到了，您放心吧”，王連波回覆對方後，立刻聽到電話那頭的人哽咽著向他道謝。看著坐在自己身旁的老人，他長吁了一口氣，盡管這位老人對剛才這通電話沒有絲毫反應。

王連波是瀋陽市公安局公安（地鐵）分局于洪治安派出所的一位民警。一天下午，一位好心市民在地鐵站口看到一位神情恍惚的老人，上前想要幫助，卻發現老人說不清自己要去哪裡、家在哪裡。無奈之下，這位市民只好攙扶著老人來向王連波求助。

王連波一眼就看到老人手上戴著一條黃手帶，於是帶老人回到了派出所。在電腦中輸入黃手帶上的一串號碼後，通過後臺系統，他很快就瞭解到了老人姓于，今年 75 歲，家住在和平區八經街。王連波趕

緊給于大爺的老伴王大娘打電話，並親自將于大爺送回了家中。王大娘告訴他，這已經是老人半年來第四次走失了。有一次王大娘看到社區裡在舉辦一個“黃手帶”活動，得知黃手帶可以防止老人走失，趕緊申領了一個給于大爺戴上。“沒想到，這麼快就派上用場了。”

自 2012 年起，中國移動與相關部門一起在遼寧推出公益“黃手帶”計劃，向失智老人、嚴重精神病患者等免費發放帶有獨立編號和定位芯片的黃色手帶。有了黃手帶，就可通過 GPS 定位確定迷路老人的位置，又可在數據庫中查詢老人的信息，進而幫助老人回家。截至 2014 年底，中國移動已向 20 萬名老人和有特殊需要的人士免費發放了“黃手帶”。

“現在經常遇到老人走失的情況，有時找到的時候，他們離家也才幾百米的距離。但是到了冬天，外面氣溫都是零下一二十度，回不了家的話老人真的很危險。不過現在很多老人都戴上了黃手帶，我們基本都能很快就把老人送回去。”

瀋陽市公安局公安（地鐵）分局于洪治安派出所民警 王連波

隨著人口老齡化進程的加快，老人養老、安全問題已成為中國社會發展的“後顧之憂”。中國移動密切關注民生需求與社會熱點，致力於運用信息化技術為老年人提供更加高效、便捷的服務。

在四川，中國移動積極建設社區養老服務信息網絡和服務平台，推出了信息化“居家養老”服務，服務內容涵蓋醫療服務、情感關愛、社區活動、生活照料、資訊服務、健康管理、緊急救助七個方面。通過“12349”熱線、短信、手機 APP、網站等多種服務渠道，讓老年人能夠隨時、隨地享受服務。公司還持續開展了“中國夢•移動心——12349 關愛老人在行動”大型公益活動，向 60 歲及以上的老年人免費放送“一鍵通”定位手機。截至 2014 年底，中國移動已累計投資 1,500 萬元，向老年人免費發放 10,076 台“一鍵通”定位終端，居家養老服務體系已全面覆蓋近兩萬戶老年人，並已開展了 115,000 人次點對點關愛服務。

隨著 4G 的到來和移動互聯網的加速發展，信息化應用使民眾生活和社會發展正在以驚人的速度發生改變。就通信行業本身而言，面臨同樣急遽的變化。中國移動以創造可持續的共享價值為著眼點，主動迎接改變，培育更加適應移動互聯網發展的組織與能力，探索為“移動改變生活”創造新的可能。我們全力推進企業戰略轉型，轉變自身的經營與價值增長模式；積極拓展豐富精彩的信息化應用，以服務惠及民生；嚴格管理環境影響，以信息化助力綠色未來。



向老年人免費發放

10,076 台

“一鍵通”定位終端



居家養老服務體系已全面覆蓋近

20,000 戶

老年人



開展了

115,000 人次

點對點關愛服務



創新與轉型

2014年，中國經濟發展進入新常態，國家制定“互聯網+”行動計劃，將信息消費列入六大消費領域中的首要位置，為通信行業帶來了有利的宏觀環境和政策利好。與此同時，中國移動面臨互聯網以及行業競爭不斷加劇的嚴峻挑戰。為此，公司積極落實三大驅動力，加速創業佈局，推進創新發展。

營運收入 **6,414** 億元，

同比增長 **1.8%**

移動數據流量收入

1,506 億元，

同比增長 **42.9%**

年度提交專利申請 **1,293** 件，

新獲專利授權 **579** 件

國際傳輸總帶寬增至

1,579G

同比增長 **21.46%**

加速創業佈局

專業公司發展

中國移動通信集團終端有限公司：推出了自主品牌五模千元智能手機 M811 和 M812，銷往法國、西班牙、巴基斯坦、泰國等市場，累計銷量達 110 萬部。

中國移動通信集團公司政企客戶分公司：發佈了移動雲、4G 車機和 OBD 終端等新產品，建立集團客戶業務質量監控平台。

中國移動國際有限公司：降低國際漫遊結算單價，創新推出“3/6/9”元流量包和“30/60/90”元包天不限流量資費。

中移物聯網有限公司：專注建設和運營物聯網專網、物聯網開放平台，研發並推廣智能家居及車聯網應用產品。

中移在線服務有限公司：作為公司集中式服務管理運營的重要平台，重點解決用戶在移動互聯網上遇到的各類問題。

咪咕文化科技有限公司：整合原有音樂、視頻、閱讀、遊戲、動漫五大基地業務，是數字內容領域產品提供、運營、服務一體化的專業子公司。

新型基礎設施建設

中移（蘇州）軟件技術有限公司（蘇州研發中心）：為雲計算、大數據、IT 支撐系統前沿技術提供研發和運營支撐。

中移（杭州）信息技術有限公司（杭州研發中心）：致力於成為專業的移動互聯網解決方案提供商。

中國移動國際信息港：圍繞“國際化運營支撐、研發創新、信息服務、交流展示”四大功能，打造高科技、信息化、綠色環保的世界一流信息園區。

中國移動通信集團南方基地：以“電子商務、終端創新、移動互聯、手機郵箱、應用下載、物聯網”為六大創新方向，打造產業鏈協同發展的綜合平台。

國際業務拓展

公司積極拓展境外電信市場，擴大海外業務佈局。已完成國際網絡在亞太區的佈局，並建立了跨太平洋及到中東、歐洲方向的國際連接。

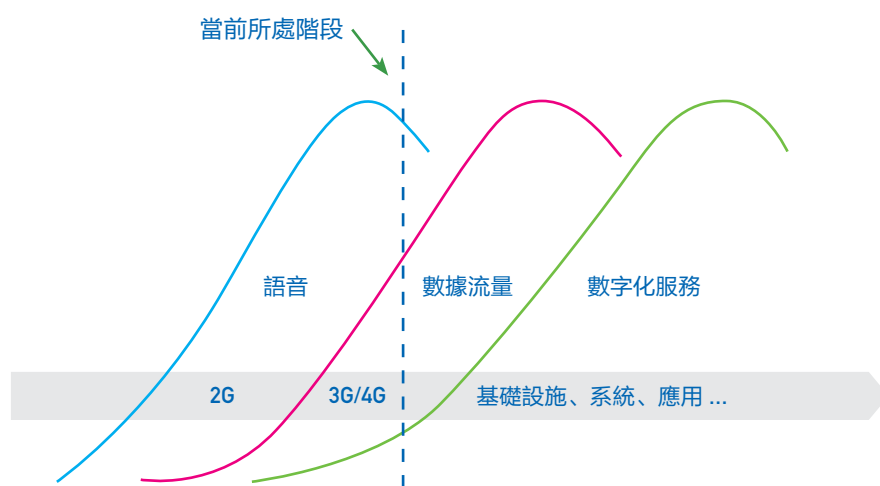
- 在泰國，公司成功參股 True 公司，實現了在東南亞市場佈局的突破；
- 在香港，公司位於香港將軍澳的中國移動環球網絡中心正式啟用，成為中國運營商位於境外的第一個自建海纜登陸站，並將在國際業務拓展中發揮網絡樞紐作用。

推進轉型發展

面對移動互聯網技術的進步、民眾消費需求的轉變、通信產業的新形勢，公司主動順應移動互聯網發展潮流，轉變傳統經營模式，拓展新興業務，實現自身價值的持續增長。

培育“第三條曲線”

2014年，公司積極培育“第三條曲線”，按照“智能管道、開放平台、特色業務、友好界面”的定位，積極佈局移動互聯網、物聯網等領域，整合形成了“和溝通”、“和生活”、“和娛樂”等系列產品，積極拓展數字化服務，為公司可持續的價值創造打開廣闊空間。



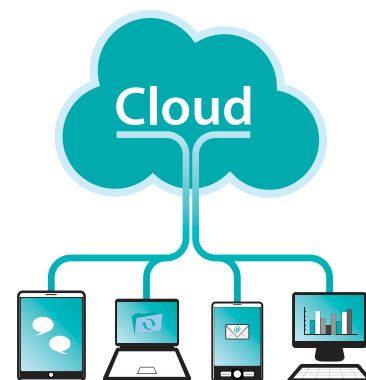
三條曲線：第一條曲線——以語音和短彩信為代表的傳統移動通信業務；第二條曲線——流量業務；第三條曲線——以內容、應用為代表的數字化服務。

無線寬帶：公司積極落實“寬帶中國”戰略，運用4G技術建設無線傳輸網、公共互聯網等基礎資源，為各類應用、業務提供了高速率、高性能的保障。

智能終端：智能終端是承載移動互聯網應用的重要載體，也是用戶使用移動互聯網業務的窗口和門戶。公司發佈了自主品牌智能終端，並繼續通過規模化的採購拉動TD-LTE 4G終端的成熟和豐富，實現全年累計銷售超過1億部4G手機，全面加快了4G的應用普及。

雲計算：雲計算是移動互聯網時代各類業務和服務的承載平台，為企業、用戶和開發者提供了更加集中化、智能化、服務化的IT基礎資源。公司不斷推進雲計算基礎設施建設，截至2014年6月已在全國部署了超過15,000台服務器和50,000個虛擬機，並將繼續加快雲計算應用的商用步伐，為企業、政府以及個人客戶提供公眾雲服務。

融合通信：融合通信業務為移動終端提供了原生的“新通話”、“新消息”、“新聯繫”三大核心功能。基於融合通信，公司開展了一體化的業務設計，將其延伸到生活、娛樂、商務、家庭等領域。同時，公司著力推動融合通信的研發和商用，已完成多款VoLTE終端的測試，並聯合多個終端、芯片廠商推出滿足“新通話”、“新消息”、“新聯繫”需求的融合通信終端及解決方案。



信息與民生

改變個人生活

信息化溫暖家園——與青春共成長

劉春燕，13 歲，開封蘭考縣慈寺小學六年級班長。母親體弱多病，父親在外工作，從小春燕只能跟隨爺爺奶奶長大。坎坷的童年，讓小小年紀的她有著異於同齡孩子的成熟。她渴望知識，希望將來考上一個好大學，讓親人們過上更好的生活。然而，春燕所在的山區小學與城市裡的學校相比，辦學條件卻相對落後很多。

2014 年，我們將“信息化留守兒童關愛平台”帶到了春燕所在的慈寺小學。在運用“雲視訊”技術打造的遠程視頻教育平台上，春燕可以直接觀看到市區重點學校的電子課程、課外輔導視頻，享受城裡優質的教育資源。現在，春燕可以在遠程課堂中學習文化課，她說，她離上大學的夢想越來越近了。

根據中國婦聯的統計數字，中國 18 歲以下的農村留守兒童人數超過 6,000 萬，且多集中於貧困偏遠地區。親情撫慰與社會關懷的缺失，給孩子們的心靈蒙上陰影，而教育基礎設施不足、學習條件差，也令許多孩子的“大學夢”實現得格外困難。

中國移動聯合了中國關心下一代工作委員會、教育部等相關單位，凝聚社會各界的公益力量，綜合運用先進的信息技術手段，在北京打造了“留守兒童關愛綜合信息平台”，通過讓家長、老師、社會攜手，共同幫助孩子們健康成長。

中國移動留守兒童關愛綜合信息平台

愛心傳遞平台

團結社會各界慈善力量，為留守兒童提供生活和精神的鼓勵和幫助

短信捐助功能

關愛傳遞功能

心理輔導功能

e 家平台

建立雲端 e 家園，讓留守兒童時刻感到家的溫暖

“寶貝 e 家”功能

留守互助功能

教育培訓平台

推動教育資源共享，為留守兒童的未來長遠計劃

遠程教育功能

“留守兒童關愛綜合信息平台”包括“愛心傳遞平台”、“e 家平台”、“教育培訓平台”三個子平台，實現了短信捐助、關愛傳遞、心理輔導、寶貝 e 家、留守互助、遠程教育六大功能，全面關注了留守兒童的生活、情感、教育、安全等各個方面。

短信捐助： 愛心人士可通過向指定號碼發送短信的方式直接向留守兒童捐款；

關愛傳遞： 留守兒童可以依託平台通過短信和語音發佈自己的心願，平台會將孩子們的心願推送給志願者家庭，志願者家庭可以通過平台與孩子結對，幫助孩子實現心願；

心理輔導： 通過短彩信、語音等形式定期向留守兒童發送心理輔導信息以及關愛提醒短彩信；

寶貝 e 家： 為留守兒童及其遠方的父母搭建線上溝通互動平台；

留守互助： 幫助同樣是留守兒童的孩子們成為知心互助的好朋友，就近組建互助共同體，共同學習，互助關愛；

遠程教育： 搭建教育資源雲平台，匯集了全國各地重點學校的電子課程、課外輔導視頻，把優質教育資源送到留守兒童身邊。

“和生活”——信息就醫新時代

許女士，家住北京朝陽區，是一位准媽媽。原本以為到附近的北京婦產醫院就診會很方便，但事與願違，排不上號、檢查總是要排長隊等問題總是困擾著許女士。每次去醫院前，丈夫總要早起掛號，甚至要趕在凌晨。站在長長的檢查隊伍中，許女士不知何時才會排到自己，也不敢回到附近的家中等待。

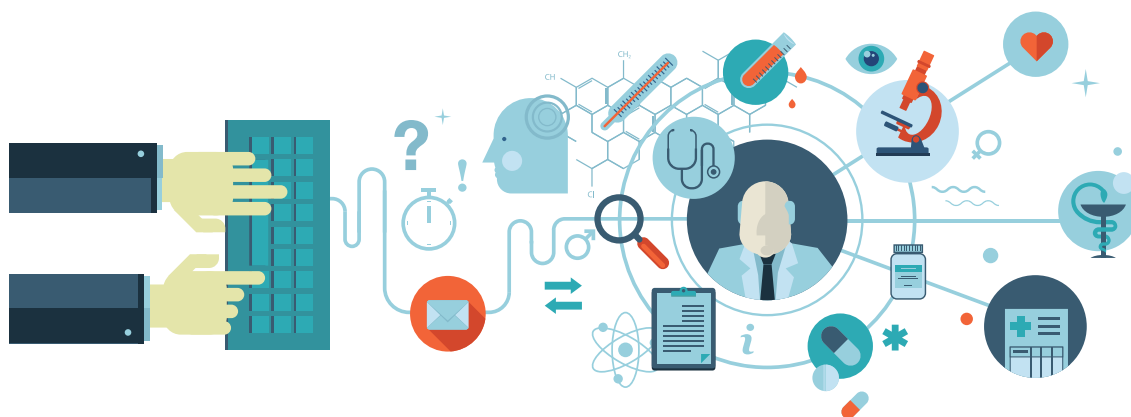
一次偶然的機會，許女士在朋友的推薦下嘗試著下載了“和生活”醫療服務應用。如今，許女士只需通過手機就可直接查詢預約，還可通過排隊信息查詢，選擇回家休息一段時間再來檢查，化驗單也可以直接用手機下載閱讀，省去了丈夫的往返奔波。許女士說，有了醫療手機應用，省去了不少時間和麻煩。

2014年，中國移動在北京推出了“和生活”醫療服務項目，通過打造本地便民醫療應用，將醫生實時就診信息查詢、產科超聲及胎心監護查詢、超聲排隊信息查詢、院內實景導航、化驗單查詢等五大功能匯集於移動終端，實現了移動醫療行業應用創新。

未來，公司將持續完善“和生活”醫療服務，逐步擴大到北京市十餘所產婦產科的醫院，並實行各醫院信息聯網，借助移動信息平台，進一步拓展手機支付、患者電子病歷查詢、三甲醫院婦產科信息聯網查詢、醫院週邊休息區及用戶評價、醫院藥品信息查詢、準媽媽論壇等功能。



在新疆，公司積極推進智慧醫療項目



幼視通——搭建幼兒關愛溝通平台

“我們家實實才 4 歲，每天把他送到幼兒園，得到晚上才能再見到他，就算是上班的時候，說不挂念他是不可能的。而且現在關於幼兒園的負面新聞也時常見到，挺擔心他在學校的情況”。劉女士在一家商場上班，每天下班回家都已是晚上八九點，到家時實實常常都已經睡著了，“孩子也太小，幼兒園裏發生的事我們也不好問老師”。

“後來，幼兒園老師跟我們推薦了一個手機 APP，現在能通過手機隨時瞭解孩子在幼兒園的情況，真是太好了。”劉女士點開 APP，實實正在和其他小朋友們一起玩遊戲。“現在一有空閒時間就要打開看看，只要能看到孩子，自己就好像有用不完的勁兒！”

針對當前幼兒教育階段頻繁出現的各類問題，中國移動從家長和幼兒教育的需求出發，推出了“幼視通”項目，與幼兒園一同合作搭建教師與家長的溝通橋樑。



截至 2014 年底，公司已在山東地區的 19 所幼兒園安裝相關設備，通過數字化和信息化手段搭建了幼兒園服務平台，將幼兒園各點視頻信號進行遠程傳輸，以實時和適當的信息交互，幫助讓家長放心、學校安心。

“車衛士”——助力平安社會

2013 年 11 月，江蘇吳江的趙女士在吳江雅迪電動車專賣店購買了一輛中國移動與電動車公司聯合推出的物聯網電動車。銷售人員當場為趙女士開通了“車衛士”業務。隨後，趙女士便騎著新車來到醫院，看望自己待產的弟媳。僅僅一個小時後，趙女士從醫院出來就發現自己的新車不翼而飛。趙女士趕緊撥打 110 報警，並通過經銷商與“車衛士”全國客服熱線聯繫，對失竊車輛進行查詢，發現趙女士的電動車正往浙江嘉興方向移動。執法人員立即出動，按照“車衛士”平台提供的實時位置信息在浙江省嘉興市秀洲區青荷路附近，將犯罪嫌疑人當場抓獲。

“車衛士”是一種基於物聯網的新型服務，由 GPS 模塊、移動通信網絡、業務平台和車載終端構成。電動車、摩托車內置的防盜終端接收 GPS 和基站定位信號，通過移動通信網絡發送給業務平台。用戶可以通過登錄網站、使用手機客戶端查看電動車位置，瞭解運行軌跡，也可以通過手機短信、微信接受報警信息，發送遠程控制指令，追蹤被盜電動車輛。“車衛士”系列產品已在江蘇、福建、重慶等多個省市獲得廣泛應用，中國移動已與 10 多家電動車廠聯合研發、推廣物聯網電動車產品。

和包 NFC——刷開無線新體驗

薛麗是一名在上海南京西路商圈上班的都市白領，“早上上班前，我一般都是在‘全家’便利店買早點，在標有銀聯‘閃付(QuickPass)’標識的 POS 機上拿手機一‘刷’就能快速買單了。”

薛麗使用的是一台中國移動定制的支持近場通信(NFC)功能的手機。除了購物，她每天也用它刷開通往公司所在地的地鐵閘機。在貼有“中移動浦發手機支付通道”標識的地鐵專用閘機上，揮揮手機輕輕一刷就能快速通行。

如今，NFC 手機錢包正以智能便利、跨界合作、個性時尚、綠色環保的功能體驗，呈現給人們簡捷高效、五彩繽紛的“智慧”生活。只要通過手機客戶端將銀行卡、交通卡、會員卡等電子卡片添加至具有 NFC 功能的手機中，就可以像刷卡一樣刷“機”消費。

在湖南，公司設立中移電子商務有限公司。截至 2014 年底，中國移動和包 NFC 用戶數已達 150.3 萬戶，已累計上線應用 91 個，涵蓋金融、市政公交、校企一卡通、商戶會員等四大類服務。

促進行業升級

“雙百工程”助力民企發展

丁水波，特步（中國）有限公司總裁。作為崛起於泉州的民營企業家，丁總經歷了泉州經濟的騰飛。然而，由於近年來產能相對過剩、企業轉型升級緩慢等原因，泉州民企逐漸進入了深度調整期，外來工大幅減少近 20 萬。招不到工人，一度成為丁總的一大難題。“現在企業招人留人越來越困難，招聘成本一年高過一年”，丁總不禁感慨道。

然而 2014 年，一場足不出戶快速招聘的 4G 遠程招聘會，讓丁總的企業近乎零成本就招到了不少外地員工。通過中國移動 4G 遠程招聘平台，丁總的招聘團隊只需在辦公室就能和求職者們面對面的溝通，達成就業意向。而工友們也可以下載“招工助手”APP，只需動動手指，就能向家鄉的好友們分享就業信息，還能賺取話費。

如今，丁總和他的管理團隊已經不用再為“招聘”的問題犯愁了。截至 2014 年底，特步公司已通過 4G 遠程招聘平台招聘員工 100 餘名。丁總說，他希望把更多的精力放在對員工的關懷上面，讓員工能切切實實地感受到公司的溫暖。

針對泉州經濟放緩，當地民營企業存在資金回流慢、銷售模式舊、招聘成本高、員工關懷少等問題，中國移動在福建聯合泉州市有關部門，在 2013 年底正式啟動了“雙百工程獻真情”活動，以“信息助百企、實惠進百企”為主線，通過聯合營銷、信息化支持、4G 招聘等舉措，努力幫助民營企業解決經營困難。

民營企業困難	中國移動提供支持
庫存消化困難	利用自身宣傳和渠道資源，為民企搭建電商平台，助力民企拓寬銷路，中國移動幫助富貴鳥、利郎、三強母嬰等 100 多家泉州民企銷售產品、回籠資金 3 億元。
管理提升困難	聯合泉州市政府、甲骨文公司打造了全國首個紡織服裝行業雲平台，為紡織服裝企業提供基礎支撐、信息管理、訪問渠道等服務，目前已應用於 200 多家企業。
招聘用人困難	搭建 4G 遠程招聘平台，開發“招工助手”手機 APP，已有 6,000 多名民企員工安裝軟件，為企業免費招聘 200 名員工。
員工關懷困難	為泉州 200 多家民營企業量身打造“平安計劃”、“鄉情計劃”、“返鄉計劃”、“關懷計劃”、“學習計劃”等關懷活動，滿足 50 多萬外來工在日常通信、人身安全、子女就學、返鄉等方面的綜合需求。



“‘雙百工程’能給員工帶來他們所需要的福利和實惠，比如外來工專列解決過年回家難的問題，免費保險給他們多一份保障，所以我們希望活動還能繼續延續下去。”

特步（中國）有限公司總裁 丁水波

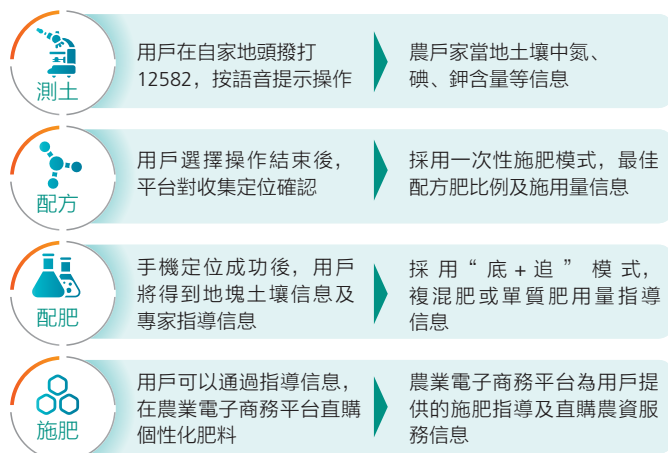


“情繫黑土”，信息化助力農民科技致富

石長生是吉林省東遼縣安石鎮農業技術推廣站的一名農技人員。2014 年 4 月，他參加了在東遼縣舉行的一場農業技術推廣培訓會。參加培訓的人員紛紛掏出手機，一起學習“打電話”——通過手機獲取測土配方施肥指導服務。只試著打了兩遍，老石就明白這個“電話”要怎麼打了。“我們每個人包十個科技示範戶、兩個科技示範村，一會兒下到基層去，馬上到農戶家！”帶著興奮勁兒的老石，直接趕到眾志村，把村民們招呼在一起。“我們今天把大家召集在一起，講一下手機定位服務系統。首先撥打 12582，省專家平台，跟我一起操作……”

在自己家的地頭上，村民馬桂榮很快就掌握了“打電話”的方法。電話摺下沒一會兒，她家這個地塊兒的施肥配方等信息就通過短信傳過來了。看了手機短信後，正愁著施什麼肥的馬桂榮，頓時眉開眼笑。她說：“站在地裡一按手機就知道施多少肥，這個服務好。”

從 2013 年起，中國移動聯合吉林省農委信息中心、吉林省土肥站共同建設開通了吉林省測土配方施肥指導服務，通過建設測土配方施肥指導平台，利用公司提供的手機定位及技術通道服務，將吉林省土肥站測土配方施肥數據庫資源和農業權威專家同廣大農民連接在一起，提供遠程的施肥指導服務。



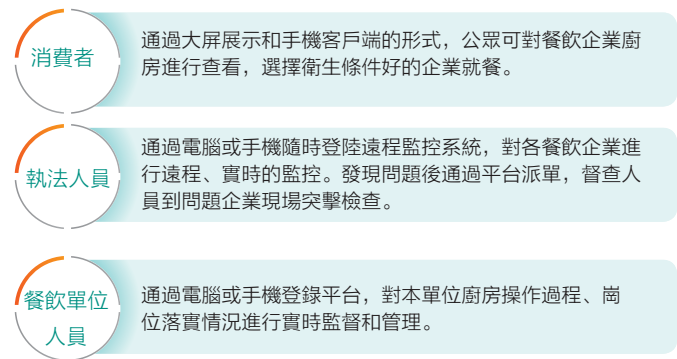
2014 年，吉林省在榆樹、長嶺、雙陽、東遼、通榆以及長春市的綠園、二道等 13 個縣、市、區示範推廣測土配方施肥信息服務，得到了當地農民的積極應用。截至 2014 年底，吉林省已有超過 8 萬戶農民應用測土服務，平均每公頃減少化肥用量 38.6 公斤，減少化肥投入 75.12 元，並實現平均每公頃增產糧食 62.1 公斤，增加收入 193.15 元。

透明廚房——提升餐飲行業食品安全

王曉輝，山西省太原市食品街“雁同樓”餐廳的廚師長。提起近年來頻頻出現的食品安全問題，王大廚也十分痛恨。可他既希望客人們看到自己餐廳的“清白”，又怕客人“挑刺兒”，影響到生意。2014 年 4 月，王大廚的餐廳在大堂安裝了一台 42 英寸的平板電視，屏幕裡現場直播著廚房操作間的一舉一動。這一下子吸引了顧客們的目光，在等候或就餐之餘，顧客們也喜歡通過屏幕看一看自己的飯菜是如何從選料到加工、上桌的。

“剛裝上監控時，廚師們都特別緊張，任何程序都特別小心、謹慎，生怕有一個疏忽被客人看到。以前確實很隨意，現在每天直播廚房操作間，我們也必須嚴格要求自己。安上監控設備，對我們也有利，因為吃得放心，所以客源多了，生意也好了。”

在山西，我們與太原市食品藥品監督管理局共同推出了“透明廚房”監控系統，以移動通信網絡為平台，在餐飲企業廚房安裝高清遠程監控攝像設備、高速大容量存儲設備，向消費者、執法人員、餐飲單位負責人實時展示廚房情景，督促餐廳營業人員提升衛生狀況、確保食品安全。我們還面向民眾開發了“龍城餐飲”客戶端，方便民眾根據需要查詢當前位置及週邊的餐飲信息，瞭解餐廳的食品安全量化等級評定，實現實實在在的放心、安全用餐。



截至 2014 年底，太原市已有 35 家餐廳和 40 家學校、幼兒園加入“透明廚房”。未來，我們還將繼續在餐廳、學校、幼兒園、企業食堂推廣應用該系統，讓更多的民眾“吃得放心”。



溝通

在 2014 年節能宣傳週期間，飛信活動專區點擊量超過 36 萬次，手機 APP 應用下載超過 10 萬次，“中國移動 2014 百名節能員工評選”活動共收到近 48 萬張投票，參與“節能減排知識競賽”答題近 13 萬人次。

綠色與未來

隨著中國信息化建設的加速推進，互聯網、雲計算、移動互聯網等新技術、新業務蓬勃發展，用戶規模和數據流量迅猛增長，通信網絡規模快速擴大，通信行業面臨的節能減排形勢依然嚴峻。與此同時，中國政府在 2014 年承諾二氧化碳排放在 2030 年前達到峰值，推進節能減排也將成為每一個企業和個人的義務。中國移動深知，必須以更加綠色的經營才能實現更長遠的發展，贏得更美好的未來。公司繼續強化環境管理，不斷降低自身對環境的影響，並主動發揮信息技術手段在環境管理和節能減排領域的作用和優勢，幫助企業轉變更加綠色的生產方式，幫助公眾實現更加綠色的生活。

減小環境影響

環境管理體系

公司以能源管理體系國際標準和國家標準為指導，持續構建“計劃－實施－檢查考核－評估改進 (PDCA)”管理閉環，實現由目標管理向過程管理轉變，不斷完善以能源管理為核心的環境管理體系。

計劃	<ul style="list-style-type: none"> 制定《2014 年“綠色行動計劃”總體工作指導意見》，提出年度總體工作目標和各項措施推進目標； 編制《2015-2017 年節能減排專項規劃》，提出未來三年節能減排工作目標、節能方案和保障措施；
實施	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦“綠色行動計劃”培訓班，邀請內外部專家對國家和行業宏觀政策、通信設備、空調和電源節能措施、新技術試點等內容進行培訓； 首次制定並發佈《中國移動節能減排文件及資料匯編》，收錄國家、行業最新節能減排政策標準及公司節能減排相關規章制度、指導意見、標準和規範等相關文件 135 份； 搭建“雙月一題”交流平台，以視頻會議的形式推廣各省公司節能減排最佳實踐，對無機房基站、能耗管理、基站和機房熱管等最佳實踐進行共享；
檢查考核	<ul style="list-style-type: none"> 將節能減排納入公司經營業績考核體系 (KPI)，細化制定 2014 年專項考核辦法，涵蓋 5 項定量指標和多項重點措施，並考慮各省發展所處階段，分省差異化制定考核目標； 對 31 省公司開展節能減排專項檢查，對 91 個地市的 310 個基站和 124 個機房進行現場檢查； 對節能減排優秀公司進行表彰；
評估改進	<ul style="list-style-type: none"> 優化月度統計指標體系，按月統計各省公司能耗和節能措施數據，對能耗增長、指標完成等進行對標分析； 面向全公司按月發佈業務通報，通報各省公司能耗、指標和重點措施進展，督促其完成考核指標，確保節能減排措施落實到位。

公司鼓勵具備條件的省公司開展環境管理體系認證。截至 2014 年底，浙江、上海、廣東等公司均已完成 ISO14001 認證，北京公司正在開展環境管理體系認證工作，預計 2015 年將通過認證。

能源管理系統

能耗採集：公司全力推動各個省公司建設安裝智能電錶。截至 2014 年底，已在 39.1 萬座通信基站建設遠程電能監控系統，實現對耗電等相關能耗數據的遠程實時採集。

能源審計：公司聘請第三方審核公司 (TUV 南德)，對 2014 年節能減排工作開展情況進行審計，在全面評估全公司 2014 年節能減排工作開展情況的基礎上，重點對北京、浙江和湖北公司開展能源審計，累計完成 8,500 個基站的資料審核，並重點對 85 個基站、15 棟機樓、15 棟辦公樓和 30 個營業廳進行了詳細審核。



綠色行動計劃年度專項投資

3.1 億元



遠程電能監控系統覆蓋基站數量達到

39.1 萬座



單位信息流量綜合能耗較上年下降

13.7%

綠色運營

網絡

- **節能技術：**全面開啟 2G 和 3G 載頻智能節電功能，智能節電載頻超過 1,166 萬個；新增無機房基站 4.7 萬座；
- **節能改造：**推廣基站自然冷源設備近 14 萬套；在具備分區溫控條件的基站，提高基站環境溫度上限至 30 度和 35 度；對近 23 萬台基站空調實施節能改造；
- **新能源基站：**在資源豐富的地區因地制宜利用新能源，截至 2014 年底，累計建設新能源基站約 1.3 萬座，其中太陽能基站超過 9,200 座，相當於年節電約 5,600 萬度。

服務

推廣電子賬單，每月可節約 1.9 億張 A4 紙；推廣應用綠色包裝，節材代木超過 10 萬立方米，相當於少砍 50-60 萬棵大樹。

終端

開展手機終端“以舊換新”活動。客戶只需到購機網點提出換機申請，就可以利用中國移動“以舊換新”平台完成舊機的價值評估，並用作新機購機抵扣。

辦公

加強辦公場所日常節能、節水管理，制定了完善的員工辦公節能守則，嚴格按照相關規定設置空調、採暖溫度；倡導節約用水、隨手關燈、雙面打印及複印等低碳工作習慣，減少浪費；確立“實現管理用房人均用水量零增長”控制目標，並在有條件的公司實施雨水回收、中水利用等循環再利用措施，減少水資源消耗。

在香港，我們與理光公司攜手實施“環保合作夥伴計劃”，根據辦公室的耗紙量為“地球之友”植樹活動捐款。同時我們還實施了為期三個月的“減少打印開支大比拼”活動，鼓勵部門連續三個月達成減少打印開支的目標，活動期間共節省 16.4% 的打印開支。

打造新型綠色數據中心

隨著移動互聯網、雲計算和大數據產業的高速發展，數據中心產業也將進入大規模規劃建設階段。對此，中國移動設計院開展了大量的技術研究、試點試驗和規劃建設實踐工作，並在數據中心工程建設過程中，嚴格遵守“大規模、低成本、綠色節能”的建設要求，形成了一套成熟的綠色數據中心建設模式。

在哈爾濱，公司進行了試點機房建設，採用直接新風空調系統和熱管空調系統，直接或間接利用自然冷源、除塵除硫以及 336V 高壓直流、鋰電池等自主研發的技術手段，實現了年均 PUE 值（電力使用效率）達到 1.25~1.35，遠低於全國新建數據中心平均值 1.73，實現每千瓦通信負荷降低運行能耗 30%~40%，減少碳排放 30%~40%。



中國移動國際信息港一期數據中心



助力綠色生活

提供綠色信息化解決方案

公司積極在環境領域應用 4G、移動互聯網、物聯網等創新技術，一方面通過信息化推進傳統行業變革，創造綠色節能效益；另一方面，主動探索信息化在環境監控、環境治理等領域的創新應用，為環境保護提供有力工具。

遠程室溫監控

在中國北方的大部分地區，冬季集中供暖是一項基本的社會服務。但由於供暖管道和取暖設備的差異，室內常常出現室溫過冷或過熱的現象。一些供熱企業為避免居民投訴，常常盲目加大熱源投入，不僅導致了大量額外的碳排放和能源浪費，還嚴重加劇了空氣污染。

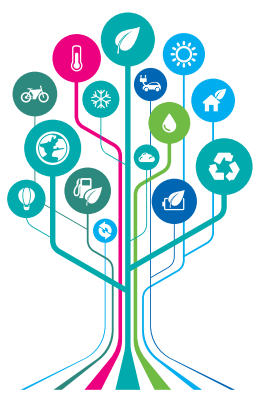
在黑龍江，中國移動研發了針對熱力行業的室內溫度遠程監控系統。通過安裝無線室溫監測裝置，用戶室內的溫度可以實時上報至供暖企業進行監控，一目了然地顯示室溫達標情況，給鍋爐運行、換熱站合理分配能源，實現按需分配熱量提供重要依據。一旦用戶出現溫度過低或過高的現象，也可在第一時間進行調整，實現熱力的真正“按需分配”。截至 2014 年底，“無線室溫監測裝置”已在當地安裝 30,000 戶，經測算，節能率達 5%，相當於每年節約外購熱力費用 426 萬元，降低碳排放 1.6 萬噸。

“治水五線譜”

水是生命之源，也是健康之源。面對當前水資源短缺、水污染嚴重、水生態惡化等問題，公司綜合運用移動互聯技術、物聯網、雲計算等信息技術手段，探索治水新模式。

在浙江，公司從“治污水、防洪水、排澇水、保供水、抓節水”多角度出發，累計投入資金 3.5 億元，譜寫了信息化治水的“治水五線譜”。





2014年，中國移動物聯網公司打造了公共建築能源管理平台，包括中央空調節能控制系統、數據中心 Free Cooling 節能系統、照明節能控制系統等節能子系統，可面向樓宇、機房、基站等不同建築提供節能服務，並為合同能源管理項目提供科學的計量手段與測算數據，準確衡量節能效果。2014年該平台率先應用於公司在新疆地區的基站，通過應用節能監控，基站節能率平均達到36.34%。

促進公益環保

面對日漸嚴峻的環境問題，公司從2005年起開展“綠箱子環保計劃”，通過在營業場所擺放“綠箱子”回收箱，對廢舊手機、電池等配件進行回收，並委託專業公司進行再利用和無害化處理。2014年，公司繼續組織青年志願者走進社區、校園，向社會宣傳電子垃圾的危害，並對廢舊手機電池、電子配件等電子垃圾，進行有效回收處理。各省公司也積極開展相關活動，擴大活動的參與面和影響力，提升志願者及公眾的環保意識。

2014年的節能宣傳週，公司以“和我一起圓夢綠色”為主題，以電子化宣傳、信息化傳播為特點，借助飛信、移動微博、10086 官網、139 郵箱、MM 移動商場、OA、移動 Labs 網站等自有信息平台，開展多渠道、全方位的節能宣傳，並與線下活動“綠箱子來到你身邊”相結合，積極進入各大社區、學校，充分傳播綠色通信理念。

公司還開發了節能宣傳週手機 APP，通過其開展節能員工評選、節能減排知識競賽、“綠色‘和’行動”等一系列活動，讓廣大員工以互動體驗的方式參與到節能宣傳週中來。



在天津、河北、上海、河南、海南、重慶等地，公司組織開展形式多樣的綠箱子環保活動



相關方期望

- 抓住移動互聯網發展機遇，取得“第三波”增長
- 創新開發信息應用，使人們的生活便捷、高效，幫助傳統行業信息化改造與轉型升級
- 以環保方式運營，減少對環境的負面影響
- 提供綠色產品和綠色服務，幫助客戶和公眾共同保護環境與生態

我們的行動

- 積極實施戰略轉型與組織變革，深化專業化運營，加快新型基礎設施建設，提升價值創造能力
- 創新拓展數字化服務，結合社會發展和行業升級需求，開發提供隨需應變的信息化產品與服務
- 加快環境管理體系認證，推動能源管理體系和能源審計
- 探索提供節能環保綠色解決方案，帶動公眾共同參與環保

我們做到了（2014）

- 移動數據流量收入佔通信服務收入比達到 25.9%，流量業務對收入的拉動作用突顯
- 新設立咪咕公司、在線服務公司，專業化運營邁出新步伐
- 結合居家養老、移動醫療、食品安全等一系列社會需求創新推出信息化服務，加速“移動改變生活”
- 2014 年度單位信息流量綜合能耗較上年下降 13.7%
- 作為中國國內 4 家企業之一，獲得國際權威碳排放組織 CDP（中國）“可持續發展領導力示範企業”稱號

我們將努力（2015）

- 圍繞“聚焦精品、服務商戶、發展用戶”的發展思路，將“和生活”打造成為本地生活服務領域有影響力的品牌，全年發展用戶 1.2 億
- 深入開展“綠色行動計劃”，實現單位信息流量綜合能耗下降 5%
- 全面應用能源管理信息平台

關鍵可持續發展績效

經濟績效

企業管治

中國移動秉承誠信、透明、公開、高效的企業管治原則，採納了一套完善的企業管治架構和措施，逐步建立完善一系列政策體系、內控制度以及管理機制和流程。截至 2014 年底，本公司董事會共由十名董事組成，由奚國華先生（董事長）、李躍先生（首席執行官）、薛濤海先生、黃文林女士、沙躍家先生及劉愛力先生擔任執行董事，由羅嘉瑞醫生、黃銅城先生、鄭慕智博士及周文耀先生擔任獨立非執行董事。董事會按照制訂的董事會常規（包括有關匯報及監管程序）運作。董事會目前下設三個主要委員會，包括審核委員會、薪酬委員會和提名委員會，全部由獨立非執行董事組成。各委員會按照其職權範圍進行運作。（關於企業管治概況的更多詳情請見《中國移動有限公司 2014 年報》或公司網站 www.chinamobiletd.com）

風險管理：公司持續跟蹤國內外風險管理理論研究動態，結合公司組織業務特點，繼續完善公司全面風險管理體系框架。公司確立了風險分層級評估、分類型管控的原則，明確了風險管理演進路線和規劃，為全公司各業務線條、各級單位開展風險管理工作提供指導。

內部控制：公司以滿足《索克斯法案》404 條款為基礎，按照系統化、規範化的原則，建立了一套以風險為導向、與業務深度融合、組織責權清晰的全面內控體系。

財務績效

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
營運收入（十億元）	581.8	630.2	641.4
移動數據流量收入（十億元）	66.5	105.4	150.6
納稅額（十億元）	41.9	36.8	33.2

公司運營成本、員工薪酬和福利、向出資人支付的款項等各項財務指標請參閱《中國移動有限公司 2014 年報》。

市場表現

公司遵守運營所在地勞動法律法規，員工工資均高於運營地最低工資標準。

間接經濟影響

帶動就業創業

公司 2014 年帶動就業超過 260 萬人。

公司 2009 年 8 月推出移動應用商場（Mobile Market，簡稱 MM），打造面向開發者和能力服務商的開放、合作、共贏的移動互聯網能力生態鏈。依託 MM 平台，公司於 2010 年 8 月啟動 Mobile Market 百萬青年創業計劃，為年輕的優秀開發者搭建創業孵化基地，提供實現自我價值的空間。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
累計提供創業扶持資金（萬元）	853	1,308	4,207
MM 註冊開發者到訪數（萬）	378.2	384.5	391.0
MM 累計分發量（億次）	10.73	41.97	93.07

基礎設施建設

公司 2014 年繼續開展“村村通電話工程”建設，努力為邊遠農村地區提供通信與信息服務，幫助減少數字鴻溝。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
累計覆蓋邊遠村莊數（個）	111,107	118,236	121,243
累計通寬帶行政村數（個）	11,213	20,544	27,995
累計通電話自然村數（個）	65,530	72,659	75,666
累計通寬帶農村學校數（個）	-	1,767	2,167
農村渠道網點數（萬個）	69.5	65.4	60.2
“農信通”客戶數（萬戶）	4,300	6,029	6,266
農村信息網累計發送涉農信息數量（億條）	103.4	217.4	350.2

公司積極支持母公司的對口支援與扶貧工作，在西藏、青海、新疆、黑龍江等省開展援助和扶貧項目，2014 年母公司投入專項扶貧資金 4,043 萬元。

社會信息化

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
機器到機器 (M2M) 終端數（百萬台）	19.94	32.00	44.00
12580 預約掛號應用人次數（萬人次）	1,100	1,200	1,300

採購行為

公司在採購過程中通過資格預審和資格後審等方式，嚴格核查潛在供應商資質和資格，對發現的問題依據問題程度採取澄清、整改、取消後續參與資格等措施。

指標名稱	2013年	2014年
集中採購的供應商數量(家)	7,037	6,751
一級集中採購供應商數量(家)	455	500
一級集採中供應商本地化比例 ¹ (%)	100	100
二級集中採購供應商數量(家)	6,829	6,605
二級集採中供應商本地化比例 ² (%)	47.65	44.8
一級集採對供應商的核查查次數 ³ (次)	814	1,502
一級集採中確立合作關係的供應商接受核查查的比例(%)	100	100
駐廠檢驗發現供應商質量不合格而取消中標資格的數量(起)	0	0

註:

1. 一級集採中供應商本地化比例指在一級集中採購中，中國本土供應商(註冊地在國內)所佔比例，2014年無國際招標項目，無境外供應商；
2. 二級集採中供應商本地化比例指在二級集採中，本省供應商(註冊地在本省)所佔比例；
3. 採購共享服務中心對目標供應商核查查的次數，包括中標和非中標供應商，不含二級集採。

指標名稱	2013年	2014年
簽約服務提供商數量(家)	227	120
短信優秀級合作夥伴佔比(%)	11.8	11.7
彩信優秀級合作夥伴佔比(%)	10.4	13.3

環境績效

整體情況

公司自2007年起實施以節能減排為核心的“綠色行動計劃”。2014年，公司“綠色行動計劃”共投資3.1億元。

能源

2014年，公司下發節能減排檢查辦法，部署各省公司開展年度自查，共對31個省公司進行了專項檢查，對91個地市的310個基站、124個機房進行了現場抽查。對於檢查過程中的各項問題，面向全公司通報，並提出整改建議，督促各項節能減排措施落實到位。實現單位業務量耗電較2013年底下降31%，單位信息流量綜合能耗較2013年底下降13.7%。

能源使用

指標名稱	2012年	2013年	2014年
耗電總量(億度)	143.0	150.6	171.8
天然氣用量(百萬立方米)	8.5	6.5	6.9
液化石油氣用量(百噸)	5.7	5.5	5.3
煤氣用量(百萬立方米)	1.5	1.2	1.1
煤炭用量(萬噸)	2.2	1.6	0.9
汽油總消耗量(百萬升)	131.3	128.5	117.1
柴油總消耗量(百萬升)	22.1	21.5	19.4
外購熱力費用(百萬元)	133.45	134.32	131.38

新能源使用

指標名稱	2012年	2013年	2014年
新能源基站到達數(個)	9,699	11,863	12,776
光能(個)	7,627	8,501	9,219
風能(個)	600	589	604
風光互補(個)	1,366	1,765	1,931
其他新能源(個)	106	1,008	1,022
採用新能源基站減少的CO ₂ 排放量(萬噸)	3.2	3.9	4.3

水

在運營中，公司根據條件盡量利用循環水，並安排物業工程人員對供水、用水設備定期巡檢，確保設備無跑冒滴漏。在數據中心建設中，利用市政中水、二次利用地下水，每月可減少10萬噸自來水消耗。在基站、數據中心、辦公用房等較快增長的背景下，用水量比去年僅增長1.7%。

指標名稱	2012年	2013年	2014年
總用水量(百萬噸)	30.23	30.62	31.13

公司在報告期內未發現因取水而對水源地產生重大影響的事件。

生物多樣性

對於處在自然保護區的基站，公司按照相關規定嚴格進行項目評估與審批。2014 年，公司未發現因經營活動而受到重大影響的物種。

排放

2014 年，公司繼續完善節能減排管理，初步建立碳排放管理體系。憑藉在節能減排和氣候變化方面的良好表現，中國移動作為中國國內 4 家企業之一，獲得國際權威碳排放組織 CDP（中國）“可持續發展領導力示範企業”稱號。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
CO ₂ 排放總量（百萬噸）	11.11	11.67	13.11 ¹
碳排放強度（tCO ₂ e / 萬元）	0.191	0.185	0.204

註：

1. 電力 CO₂ 排放因子按國家發展和改革委員會最新公佈的《2014 中國區域電網基準線排放因子》，其餘能源的 CO₂ 排放因子來自 IPCC。

污水及廢棄物

2014 年，公司在生產經營過程中產生的污水 100% 進入污水管網系統，未發現污水排放違規行為。

公司深入開展“‘綠箱子’環保計劃”，向全社會宣傳綠色環保理念，通過開展“以舊換新”活動，促進廢舊手機和配件回收。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
報廢蓄電池數 （萬安培·小時）	12,808	8,698	16,370
專業渠道回收蓄電池數 （萬安培·小時）	12,808	8,698	16,370

交由專業第三方回收處置的廢棄物

指標名稱	重量（噸） (2013)	價值（萬元） (2013)	重量（噸） (2014)	價值（萬元） (2014)
1 網絡類	31,528	16,322	32,499	15,992
蓄電池	16,462	5,998	19,916	9,674
通信設備	11,264	7,929	6,797	3,950
線纜類	1,645	1,169	2,153	1,158
其他	2,157	1,226	3,633	1,210
2 辦公類	842	1,401	1,631	976
電子設備	641	692	1,036	743
其他	201	709	595	233
3 終端類	13	55	50	53
總計	32,383	17,778	34,180	17,021

綠色辦公

公司鼓勵員工使用視頻會議設備、綜合信息網等信息化辦公手段來減少不必要的商務出行，減小碳足跡。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
總部召開跨省視頻電話會議次數（次）	988	942	851
綜合信息網日均登錄次數（萬人次）	2.0	1.8	1.2
利用綜合信息網日均通話時長 （萬分鐘）	60	49	24
利用綜合信息網日均實時消息（萬條）	6.7	6.0	4.8

供應商環境評估

公司編制了 19 類產品供應商認證模板，涵蓋 35 類一級集中採購產品。模板從環境績效方面對供應商環境實踐提出了明確要求，並鼓勵供應商通過 ISO14001 認證。

遵守環境法規

2014 年，公司並未出現違反運營所在地環境法律法規的事件。

社會績效

僱傭

員工年齡構成

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
員工總數（人）	182,487	197,030	241,550
30 歲以下員工比例（%）	25.52	25.12	35.24
30-50 歲員工比例（%）	67.34	67.36	59.94
50 歲以上員工比例（%）	7.14	7.52	4.82

公司按照法律規定，為員工提供各項保險及福利。

員工流動性

指標名稱	2012年	2013年	2014年
年度新入職員工總數(人)	8,581	7,555	16,913
新入職女性員工總數(人)	3,586	3,026	8,286
新入職男性員工總數(人)	4,995	4,529	8,627
年度主動離職員工數(人)	2,873	2,322	5,524
主動離職女性員工總數(人)	1,246	867	2,105
主動離職男性員工總數(人)	1,627	1,455	3,419
年度解僱員工數(人)	76	65	375
解僱的女性員工總數(人)	50	31	141
解僱的男性員工總數(人)	26	34	234

公司注重保護女性員工生育權，充分尊重她們休產假的權利。2014年，公司總部產假後返工女性員工比例為100%。

職業健康與安全

2014年，公司組織開展了全公司範圍的安全生產大檢查，並組織制定了《中國移動通信生產機房樓安全管理規定》、《中國移動通信基站安全管理規定》、《中國移動營業場所安全管理規定》共3項規章制度。開展安全應急演練活動1,130場次，員工參與率達86%。在山西、天津公司等單位建成並試點了安全設施集中監控系統、安全檢查管理系統。同時公司定期組織員工體檢，2014年員工體檢率達92%。

2014年，公司未發生安全生產責任事故或因公死亡事故。

培訓與教育

公司非常重視員工培訓，幫助提升員工個人能力。

員工培訓費用

指標名稱	2012年	2013年	2014年
人均培訓費用(元)	2,564	2,632	2,429

員工接受培訓人次

指標名稱	2012年	2013年	2014年
培訓總人數(萬人次)	98.3	98.9	116.8
高層接受培訓的人數(人次)	438	686	734
中層接受培訓的人數(人次)	9,306	15,126	12,327
普通員工接受培訓的人數(萬人次)	97.3	97.9	115.5
員工中參加學歷學位學習的比例(%)	5.24	4.13	0.85

員工人均培訓時長

指標名稱	2012年	2013年	2014年
員工平均培訓時間(小時)	59.1	61.2	57.5
高級管理人員平均參加培訓時間(小時)	58.5	60.1	68.4
中級管理人員平均參加培訓時間(小時)	62	61.7	56.6
普通員工平均參加培訓時間(小時)	56.7	61.8	57.5

多元化與機會平等

員工性別構成

指標名稱	2012年	2013年	2014年
全體員工中女性比例(%)	40.08	40.92	47.05
高級管理層中女性比例 ¹ (%)	17.92	18.17	17.60

註：

1. 高級管理層指省級公司副總經理及以上和總部部門總經理及以上職位的管理人員。

員工民族構成

指標名稱	2012年	2013年	2014年
少數民族員工比例(%)	6.33	6.92	6.86

公司在各運營地積極支持當地就業，如中國移動香港公司員工本地化比例為96.7%，管理人員本地化比例為99.5%。

供應商勞工實踐評估

公司供應商認證模板從用工管理、健康安全管理方面對供應商勞工實踐提出了明確要求，並鼓勵供應商通過SA8000認證。

人權

公司已加入聯合國全球契約，支持並實踐全球契約十項原則，尊重並保護人權，絕不參與任何漠視與踐踏人權的行為。

公司積極維護員工參與企業事務及表達意見的權利。公司堅持推進並規範工會及職工代表大會制度，通過職工代表大會就涉及員工切身利益或公司重大變化的事項向員工進行說明，並請員工代表共同進行決策。公司合同制員工 100% 加入工會、勞務派遣人員 98% 加入派遣公司工會或中國移動工會。同時，員工可以通過 CEO 信箱、信訪辦公室、工會等多個渠道向公司提出問題和建議、表達意見，公司對收集的員工訴求及時進行回應和處理。

公司總部、各省公司及專業公司 100% 與員工簽訂平等協商集體合同，消除童工風險和強制性勞動風險，並杜絕任何關於年齡、民族、性別等方面的歧視行為。

公司不僅嚴格保障員工各項人權，也積極督促各級供應商做好人權保障工作。公司修訂了《供應商管理辦法》，編制供應商認證模板對供應商勞工人權情況進行認證，並在一級集採核查查中加入勞工實踐核查查環節，督促供應商做好人權保障工作。

公司在 2014 年未接到任何人權問題申訴事件。

當地社區

應急保障

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
應急通信保障總次數（次）	5,167	4,005	3,126
重要政治經濟事件保障（次）	4,218	3,416	2,728
重大自然災害類保障（次）	706	491	350
重要事故災難類保障（次）	205	85	31
公共衛生事件類保障（次）	8	2	3
社會安全事件類保障（次）	30	11	14
出動應急通信車（輛次）	6,860	5,127	6,135
投入應急通信設備（套次）	47,544	50,741	33,421
動用人員（人次）	330,515	465,443	314,212

投身社會公益

中國移動慈善基金會 2014 年對外捐贈總金額達到 3,830 萬元，公司各下屬單位也積極結合本地社區需求，開展公益項目和志願服務。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
員工志願者註冊總人數（萬人）	9.00	9.85	11.52
員工志願服務總時長（萬小時）	33.0	52.2	46.05
累計接受免費先心病篩查貧困兒童數量（名）	12,547	17,788	23,840
累計救助確診先心病貧困兒童數量（名）	593	1,341	2,260
累計建設“愛心圖書館”數（所）	1,694	1,910	2,110
累計建設多媒體教室數（個）	674	880	1,070
累計培訓農村中小學校長數（名）	48,205	59,000	70,539

反腐敗

2014 年，公司組織巡視組開展了對終端公司、福建公司等共 6 個單位的巡視，加強對領導人員的監督檢查。公司共開展了 357 項效能監察項目。

指標名稱	2012 年	2013 年	2014 年
年度開展反腐倡廉教育活動數量（場次）	-	3,908	3,071
年度接受反腐教育與培訓人次數（人次）	471,200	428,146	461,137
年度處理的腐敗案件數（件）	16	16	54
年度因腐敗而被解僱和受到處分的人數（人）	17	16	87

反競爭行為

對於營銷活動密集、易引發不規範競爭問題的校園或節日營銷等時點，公司高度重視全程規範管理。如在校園營銷中，公司要求從建立各項機制著手，建立全面有效的規範校園市場秩序的工作保障機制，組織專題會議引導省公司理性競爭，未出現影響範圍廣或持續時間長的特別事件。

2014 年，公司未收到因為反競爭行為而提起的法律訴訟。

提供多樣服務

指標名稱	2012年	2013年	2014年
客戶數（百萬戶）	710	767	807
GSM 漫遊通達國家及地區數（個）	237	242	248
數據漫遊通達國家及地區數（個）	188	197	208
4G 漫遊通達國家及地區數（個）	-	-	71

網絡質量與可靠性

2014年，公司以4G(TD-LTE)網絡為重點，全面實施質量保障機制，持續推進網絡改造、網絡優化、體系建設等各項工作。公司2G、3G網絡質量保持良好，TD-LTE下載速率10Mbps以上採樣點佔比68.87%，CSFB全程呼叫成功率97.65%，4G網絡端到端客戶感知明顯提升。

指標名稱	2012年	2013年	2014年
GSM 網全程呼叫成功率 ¹ (%)	99.26	99.12	98.57
3G 網全程呼叫成功率(%)	98.90	98.53	97.49
GSM 網掉話率 ² (%)	0.48	0.43	0.46
3G 網掉話率(%)	0.29	0.21	0.22

註：

1. 全程呼叫成功率為測試數據；
2. 掉話率為網管系統提取全年平均數據。

客戶隱私保護

2014年，公司全面推廣“金庫模式”。參考銀行金庫管理模式，對用戶敏感信息採取“關鍵操作、多人完成、分權制衡”的原則，實現對所有敏感信息的嚴格控制。同時，公司實施客戶信息模糊化舉措，並通過開展第三方監測，形成客戶信息安全保護的工作閉環。年內我們開展了客戶信息安全和隱私保護相關培訓，培訓人數達40萬人次。

2014年公司未發生重大客戶信息泄露事件。

客戶滿意度

公司滿意度調查針對全網客戶，每年平均覆蓋全國客戶樣本30萬份以上，調查結果用於年度省公司經營業績考核和客戶滿意度關鍵要素提升。2014年公司全網整體滿意度為78.36%。

指標名稱	2012年	2013年	2014年
百萬客戶申訴率（件）	31.2	32.3	30.7
處理客戶不良信息舉報數量（萬次）	344	435	195

遵守法規

公司制定嚴格的規章制度，遵照法律法規要求開展運營。2014年，由於牡丹江分公司未經客戶同意推送免費業務，部分代理商未經客戶同意辦理增值業務並收取費用，黑龍江省通信管理局對公司處以10萬元人民幣罰款。公司認真配合行政部門進行調查和整改，對相關責任人進行問責處理，並避免類似事件的再次發生。

以變應變，迎接新常態



2014 年，中國經濟發展進入新常態。經過多年來政府、企業、社會組織等相關方面的共同努力推動，中國的企業社會責任也進入了新常態。這一新常態意味著：可持續發展成為企業履行社會責任的核心理念；企業社會責任成為企業改革發展的重要內容；企業社會責任將走上法治軌道，由軟約束向硬約束轉變，由國內向國際延伸；社會責任溝通日益多元化、網絡化和透明化，公眾對企業社會責任的要求和期望不斷增強。

作為國民經濟骨幹力量的中央企業如何適應企業社會責任的新常態？中國移動在 2014 年可持續發展報告中給出了答案，那就是：“改變”。

經濟增長方式發生了改變。從報告中可見，2014 年作為 4G 運營發展的元年，中國移動以驚人的速度創造了一年開通 72 萬基站、發展超過 9,000 萬客戶的“4G 奇跡”。在 4G 高歌猛進的背後，是中國移動主動應對行業傳統價值下滑、積極轉向流量經營、以專業化運營拓展數字化服務藍海的決心和“改變”。正是這樣的“改變”，保持了其良好的價值創造能力，2014 年中國移動連續第七年入選道·瓊斯可持續發展系列指數。

服務社會的方式發生了改變。2014 年，中國移動以可持續發展為指引，不僅注重自身的戰略轉型與改革創新，同時聚焦利益相關方的要求和社會民生的焦點問題，不斷為相關方和社會整體包容性發展帶來“改變”。在報告中，我們看到，無論是更加嚴格的反腐合規管理，更具針對性的客戶權益保護舉措，還是協同價值鏈上下游的共同成長和履責，對邊遠地區和特殊群體的發展鴻溝和數字鴻溝的努力彌合，以及對節能環保與社會公益的持續投入和廣泛參與，都體現了中國移動服務社會、貢獻社會的價值創造。中國移動用實際行動證明了企業是社會的細胞，企業只有與利益相關方共生共榮，才能實現真正的可持續發展。隨著數字化服務的興起，在移動醫療、遠程教育、智能家居、智慧養老等領域，中國移動著眼於共享價值的諸多實踐探索，不僅給相關方帶來了更加便利、高效、豐富和安全的生產生活，也給自身的業務創新和市場拓展贏得了新的機遇。

溝通方式發生了改變。中國移動將社會責任融入企業經營管理和發展改革的過程中，不斷完善管理工具和管理流程，建立起全面、系統的相關方溝通和反饋機制，在相關方的監督和推動下，及時響應相關方關切，直面問題，不斷修正企業的經營行為，探索社會創新的長效機制與解決方案。儘管仍有不盡如人意的方面，但堅持可持續發展的正確方向以及誠懇透明的溝通，將成為中國移動以變應變、迎接新常態的關鍵所在。

這一切，正是國務院國資委自 2008 年以來一直鼓勵和推動中央企業履行社會責任所希望看到的：通過戰略性地履行社會責任，在滿足社會需求的過程中，企業創造出更大的經濟價值，實現經濟、社會、環境等綜合價值最大化，打造中國企業的責任競爭力和影響力。

我衷心希望，中國移動等一大批中央企業能夠站在時代的潮頭引領趨勢、主動變革，努力做履行社會責任的表率。而國務院國資委也將和社會各界一起繼續努力，繼續加強對國有企業社會責任的指導和引導，促進國有企業主動適應履行社會責任的新常態，引領新常態。

國務院國有資產監督管理委員會
研究局 副局長

獨立鑒證報告



中國移動有限公司董事會（以下簡稱“董事會”）：

我們受中國移動有限公司（以下簡稱“貴公司”）董事會的委託，對貴公司編制的自 2014 年 1 月 1 日起至 2014 年 12 月 31 日止的 2014 年度可持續發展報告（以下簡稱“可持續發展報告”）中選定的 2014 年度關鍵績效信息以及可持續發展報告對全球報告倡議組織（以下簡稱“GRI”）發佈的《可持續發展報告指南（G4）》（以下簡稱“G4”）要求的實質性和包容性原則的遵循性進行有限保證鑒證。

董事會的責任

董事會負責按照可持續發展報告中的報告編制原則和標準以及關鍵績效編報基礎（以下簡稱“編報基礎”）對關鍵績效信息進行編制和列報，以及根據 GRI 發佈的 G4 編制 2014 年度可持續發展報告，包括識別利益相關方以及確定利益相關方所關注的重大問題，建立和維護適當的可持續發展績效表現管理系統和用於生成可持續發展報告中披露的績效表現信息的內部控制系統，以及負責保留足夠的記錄。

我們的責任

根據與貴公司的約定，我們負責實施有限保證鑒證工作，對選定的可持續發展報告中披露的關鍵績效信息是否符合編報基礎，以及可持續發展報告是否符合 GRI 發佈的 G4 要求的實質性與包容性進行有限保證鑒證並出具鑒證報告。本報告僅為董事會編制，除此以外，並沒有其他責任。我們不會就我們的工作或本鑒證報告的內容，對任何第三方承擔任何責任。

工作的基礎

我們按照《國際鑒證業務準則第 3000 號：歷史財務信息審計或審閱以外的鑒證業務》執行鑒證工作。我們在策劃和執行鑒證工作時，均以取得一切我們認為必需的信息和解釋為目標，使我們能獲得充分的憑證作出結論。

工作範圍、程序及局限性

本報告就以下選定的 2014 年度貴公司可持續發展報告關鍵績效信息實施了鑒證工作程序：

經濟類指標

- 一級集中採購供應商數量
- 二級集中採購供應商數量
- 一級集採中供應商本地化比例
- 二級集採中供應商本地化比例
- 一級集採對供應商的核查查次數
- 新增覆蓋邊遠村莊數
- 新增通寬帶行政村數
- “農信通”客戶數
- 農村渠道網點數

環境類指標

- 耗電總量
- 天然氣用量
- 液化石油氣用量
- 煤氣用量
- 煤炭用量
- 汽油總消耗量
- 柴油總消耗量
- CO₂ 排放總量
- 新能源基站到達數
- 總部召開跨省視頻電話會議次數

社會類指標

- 新增培訓中西部農村中小學校長數
- 新增救助貧困先心病兒童數量

- 處理客戶不良信息舉報數量
- 應急通信保障次數
- 出動應急通信車次數
- 投入應急通信設備套次數
- 應急保障動用人員次數
- 培訓總人次數
- 全體員工中女員工比例
- 少數民族員工比例
- 新入職員工總數
- 主動離職員工數
- 解僱員工數
- 開展反腐倡廉教育活動場次數
- 反腐倡廉教育活動參與人次數

鑒證工作內容包括與主要負責可持續發展報告信息編制工作的人員進行詢問，並恰當地實施分析和其他證據收集程序。我們所實施的工作包括：

- 與貴公司負責收集、整理和匯報披露信息的管理層和員工、總部業務歸口管理部門的員工進行訪談；
- 瞭解貴公司識別利益相關方及其期望、篩選實質性議題的工作程序，以及編制可持續發展報告流程的有關控制，通過查閱相關支持性文件，瞭解貴公司如何回應並落實利益相關方期望；
- 對選定的可持續發展報告中關鍵績效信息進行分析、重新計算、實施抽樣檢查；

- 在風險分析的基礎上，對浙江、湖北、北京 3 家省子公司實施實地訪問。

有限保證鑒證為獲取有限保證而實施的程序旨在確認信息的可信性，該程序的範圍會小於為獲取合理保證所實施的程序的範圍。我們的鑒證工作和鑒證報告並不會就貴公司管理系統和程序的有效性及績效信息發表意見。

除貴公司總部以及中國移動通信集團浙江有限公司、中國移動通信集團湖北有限公司、中國移動通信集團北京有限公司外，我們沒有對貴公司的其他分支機構及子公司實施上述鑒證工作，且不會訪問外部利益相關方。歷史比較數據也不在本次鑒證工作範圍內。

結論

- 根據我們上述的鑒證工作，我們並沒有注意到任何重大事項，使我們相信選定的 2014 年度關鍵績效信息的編制，在所有重大方面未能符合列示於報告中的編制基礎；及
- 根據我們上述的鑒證工作，我們並沒有注意到任何重大事項，使我們相信貴公司編制的可持續發展報告未符合 GRI 發佈的 G4 要求的實質性與包容性。

Deloitte Touche Tohmatsu Certified Public Accountants LLP.

德勤華永會計師事務所（特殊普通合夥）



2015 年 3 月 19 日

附：關鍵績效信息編報基礎

經濟類指標

一級集中採購供應商數量：2014 年度由中國移動通信採購共享服務中心統一集採和簽約的供應商數量。

二級集中採購供應商數量：2014 年度由各省、自治區、直轄市公司採購部門統一集採和簽約的供應商數量。

一級集採中供應商本地化比例：在 2014 年度一級集中採購中，中國本土供應商（註冊地在國內）所佔比例。

二級集採中供應商本地化比例：在 2014 年度二級集中採購中，本地供應商（指註冊地在本省）所佔比例。

一級集採對供應商的核查查次數：2014 年度對所有應標的一級供應商進行審核的次數。

新增覆蓋邊遠村莊數：2014 年度中國移動有限公司“村村通電話工程”新開通移動電話的行政村和自然村數總和。

新增通寬帶行政村數：2014 年度中國移動有限公司“村村通電話工程”新開通寬帶的行政村數量。

“農信通”客戶數：2014 年度 12582 各短彩信業務使用者數、12582 熱線系統來話使用者數與 WEB 業務使用客戶數之總和。

農村渠道網點數：2014 年度中國移動有限公司設在鄉鎮的自營廳和社會渠道網點。

環境類指標

耗電總量：2014 年度中國移動有限公司生產經營各環節消耗的耗電量，包括管理用房、基站、通信機房、支撐系統用房和管道用房耗電量等。

天然氣用量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節天然氣消耗量。

液化石油氣用量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節液化石油氣消耗量。

煤氣用量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節煤氣消耗量。

煤炭用量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節煤炭消耗量。

汽油總消耗量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節汽油消耗量。

柴油總消耗量：2014 年度中國移動有限公司生產、經營、管理等各環節柴油消耗量。

CO₂ 排放總量：2014 年度根據國家公佈的各類能源的二氧化碳係數進行轉化得出的二氧化碳排放總量（本報告能源種類包括電、天然氣、液化石油氣、煤氣、煤炭、汽油和柴油）。

新能源基站到達數：2014 年度中國移動有限公司風、光、水、燃料電池等新能源應用基站站點數。

總部召開跨省視頻電話會議次數：2014 年度從總部發起的高清視頻會議預訂系統和實際參會記錄表統計而成。

社會類指標

新增培訓中西部農村中小學校長數：2014 年度由中國移動教育捐助項目資助培訓的中西部農村中小學校長數。

新增救助貧困先心病兒童數量：2014 年度家庭貧困、經過中國移動愛“心”行動項目救助已經完成手術並康復新增的先心病兒童數。

處理客戶不良信息舉報數量：2014 年度根據一級客服系統記錄的涉及客戶不良信息的舉報投訴統計。

應急通信保障次數：在 2014 年度出現自然或人為的突發性緊急情況導致通信需求驟增時（如突發自然災害、重要節假日、重要會議等），綜合利用各種通信資源，出動保障人員，保障當地通信通暢的次數。

出動應急通信車次數：在 2014 年度應急通信保障活動中，累計出動應急通信車的數量。

投入應急通信設備套次數：在 2014 年度應急通信保障活動中，累計投入應急通信設備的數量。

應急保障動用人員次數：在 2014 年度應急通信保障活動中，累計動用搶修人員的數量。

培訓總人次數：2014 年度培訓包括脫產培訓、網上學習、海外培訓及其他各類培訓的人次數，根據中國移動有限公司各省公司上報數據進行匯總。

全體員工中女員工比例：2014 年度中國移動有限公司的女員工比例。

少數民族員工比例：2014 年度中國移動有限公司的少數民族員工比例。

新入職員工總數：2014 年度中國移動有限公司新入職的合同制員工總數。

主動離職員工數：2014 年度中國移動有限公司主動離職的合同制員工總數。

解僱員工數：2014 年度中國移動有限公司解僱的合同制員工總數。

開展反腐倡廉教育活動場次數：2014 年度中國移動有限公司開展反腐倡廉教育活動場次。

反腐倡廉教育活動參與人次數：2014 年度中國移動有限公司開展反腐倡廉教育活動參與人次數。



讀者反饋

尊敬的讀者：

您好！

非常感謝您在百忙之中閱讀中國移動《2014年可持續發展報告》。為了進一步提升中國移動的可持續發展工作水平和報告編制的質量，我們誠摯邀請您對本報告提出寶貴的意見與建議，幫助我們持續改進。

報告編寫組
2015年3月

針對下列問題，請您按1分至5分進行評分（1為最低分，5為最高分）

1. 您對中國移動可持續發展報告的總體評價	
2. 您認為本報告能否反映中國移動對經濟、社會、環境的重大影響	
3. 您對中國移動在利益相關方溝通方面的總體評價	
4. 您對本報告中信息披露程度的總體評價	
5. 您對本報告的版式與設計的總體評價	
請您在此提出其他意見與建議：	
您的聯繫資料：	
姓名：_____	工作單位：_____
電話：_____	電子郵件：_____

您可以給中國移動2014年可持續發展報告編寫組發送郵件至 CR@chinamobile.com，也可以將上表傳真至 +86-10-52616167。我們將充分考慮您的意見與建議，並承諾妥善保護您的上述信息不被第三方獲取。

相關索引

GRI 可持續發展報告指南 (G4)

編號	頁碼 / 省略原因
戰略與分析	
G4-1	1
G4-2	1, 19, 35, 49
機構概況	
G4-3	3
G4-4	3,8-9, 16-18, 36-44
G4-5	3, 封底
G4-6	3, 8
G4-7	3
G4-8	3
G4-9	3, 8, 50, 52
G4-10	53, 54
G4-11	54
G4-12	25-26
G4-13	3, 8, 27, 38
G4-14	45-46
G4-15	4, 5, 54
G4-16	5, 8, 54
確定的實質性方面與邊界	
G4-17	3
G4-18	4, 7
G4-19	7
G4-20	4, 7, 61-62
G4-21	7, 61-62
G4-22	4
G4-23	4
利益相關方參與	
G4-24	6
G4-25	6
G4-26	6-7
G4-27	6-7
報告概況	
G4-28	4

編號	頁碼 / 省略原因
G4-29	4
G4-30	4
G4-31	60
G4-32	57-59, 61-62
G4-33	57-59
治理	
G4-34	5, 12, 50
G4-35	5
G4-36	5
G4-37	5-6
G4-38	50, 年報
G4-39	50
G4-40	年報
G4-41	年報
G4-42	5
G4-43	6-7
G4-44	公司計劃在未來逐步建立相應流程
G4-45	5-7
G4-46	公司計劃在未來逐步建立相應流程
G4-47	6
G4-48	5
G4-49	5-6
G4-50	6, 50
G4-51	年報
G4-52	年報
G4-53	年報
G4-54	公司機密信息
G4-55	公司機密信息
商業倫理與誠信	
G4-56	5, 12-13
G4-57	13
G4-58	13

編號	頁碼 / 省略原因
經濟	
經濟績效	
G4-DMA	19, 38-39, 49
G4-EC1	8,38, 50
G4-EC2	45-48
G4-EC3	公司按照中國法律規定, 參加社會保險保障體系
G4-EC4	年報
市場表現	
G4-DMA	50
G4-EC5	50
G4-EC6	53
間接經濟影響	
G4-DMA	35, 50
G4-EC7	30-31, 50
G4-EC8	20-21, 25-34, 43-44, 50
採購行為	
G4-DMA	35
G4-EC9	25-26, 51
環境	
能源	
G4-DMA	25, 45, 51
G4-EN3	51
G4-EN4	公司尚未建立外部能源消耗統計體系, 計劃在未來逐步建立
G4-EN5	51
G4-EN6	45-46, 51
G4-EN7	46
廢氣排放	
G4-DMA	25, 45-49, 52
G4-EN15	52
G4-EN16	52

編號	頁碼 / 省略原因
G4-EN17	公司尚未建立範疇三涉及的其他間接溫室氣體排放統計體系，計劃在未來逐步建立
G4-EN18	52
G4-EN19	25, 46-47, 51
G4-EN20	臭氧消耗物質並非公司的主要排放物
G4-EN21	公司的主要排放物不包括此類氣體
污水和廢棄物	
G4-DMA	47-48, 52
G4-EN22	52
G4-EN23	52
G4-EN24	公司年內未發生嚴重洩漏事故
G4-EN25	52
G4-EN26	52
產品和服務	
G4-DMA	45-48
G4-EN27	46, 48, 52
G4-EN28	52
合規	
G4-DMA	52
G4-EN29	52
供應商環境評估	
G4-DMA	27, 52
G4-EN32	-
G4-EN33	27, 52
勞工實踐和體面工作	
僱傭	
G4-DMA	22
G4-LA1	52-53
G4-LA2	24, 53

編號	頁碼 / 省略原因
G4-LA3	53
勞資關係	
G4-DMA	54
G4-LA4	54
培訓與教育	
G4-DMA	23, 53
G4-LA9	23, 53
G4-LA10	23
G4-LA11	23
多元化與機會平等	
G4-DMA	22, 53
G4-LA12	53
供應商勞工實踐評估	
G4-DMA	27, 54
G4-LA14	54
G4-LA15	54
勞工問題申訴機制	
G4-DMA	54
G4-LA16	6, 54
人權	
非歧視	
G4-DMA	54
G4-HR3	54
結社自由與集體談判	
G4-DMA	54
G4-HR4	54
社會	
當地社區	
G4-DMA	15, 34
G4-SO1	54
G4-SO2	15, 28-33
反腐敗	
G4-DMA	13, 19

編號	頁碼 / 省略原因
G4-SO3	13, 54
G4-SO4	13, 54
G4-SO5	13, 54
合規	
G4-DMA	12, 50, 55
G4-SO8	55
供應商社會影響評估	
G4-DMA	27, 53
G4-SO9	-
G4-SO10	27
產品責任	
客戶健康與安全	
G4-DMA	14-19
G4-PR1	15, 18
G4-PR2	55
產品及服務標識	
G4-DMA	19
G4-PR3	14-18
G4-PR4	16-18
G4-PR5	16, 55
市場推廣	
G4-DMA	17, 55
G4-PR6	55
G4-PR7	55
客戶隱私	
G4-DMA	18, 55
G4-PR8	55
合規	
G4-DMA	17, 55
G4-PR9	55

全球契約十項原則

編號	指標	披露頁碼
人權		
原則 1	企業界應支持並尊重國際公認的人權	15, 17-18, 22-24, 28-31, 54
原則 2	絕不參與任何漠視與踐踏人權的行為	54
勞工標準		
原則 3	企業應該維護結社自由，承認勞資集體談判的權利	54
原則 4	徹底消除各種形式的強制性勞動	54
原則 5	切實廢除童工	54
原則 6	杜絕任何在用工與職業方面的歧視行為	22, 53-54
環境		
原則 7	企業應支持採用預防性方法應對環境挑戰	45
原則 8	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	45-48
原則 9	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	47-48
反腐敗		
原則 10	企業界應努力反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂	13, 50, 54

ISO26000

核心主題	指標	披露頁碼	核心主題	指標	披露頁碼
組織治理		5, 12, 50	公平運營實踐	1、反腐敗	13, 50, 54
	1、盡責調查	54		2、負責任的政治參與	-
	2、人權風險情況	54		3、公平競爭	55
	3、避免同謀	54		4、在價值鏈中倡導責任	25, 27, 52, 54
	4、申述處理	6, 54		5、尊重產權	27, 38
人權	5、歧視與弱勢群體	22, 28-31, 33, 36-37, 53-54	消費者問題	1、公平營銷、真實公正的信息與公平的合同實踐	16-17, 55
	6、公民權利和政治權利	54		2、消費者健康與安全保護	15, 18, 55
	7、經濟、社會和文化權利	23-24, 54		3、可持續消費	48
	8、工作中的基本權利和原則	22-24, 53-54		4、消費者服務、支持以及投訴、糾紛處理	6, 16-18, 55
勞工實踐	1、就業和僱傭關係	22, 54	5、消費者信息保護與隱私	18, 55	
	2、工作條件和社會保護	23-24, 53-54	6、基本服務獲取	28-29	
	3、社會對話	5-7, 54	7、教育與意識	15-18, 20-21, 29-30	
	4、健康與安全	24, 53	社區參與與發展	1、社區參與	20-21, 30-33
	5、發展與培訓	23, 53		2、教育和文化	20-21, 40, 42
環境	1、防止污染	45-48, 51		3、就業機會創造和技能開發	30, 43, 50
	2、可持續資源利用	46, 51		4、技術開發與獲取	40-44
	3、減緩與適應氣候變化	45-48, 51-52	5、財富與收入創造	30, 43-44, 50	
	4、環境保護、生物多樣性與自然棲息地修復	46-48, 52	6、健康	15, 33, 40-41, 44	
			7、社會投資	20-21, 28-33, 50	

香港交易所《環境、社會及管治報告指引》

核心主題	指標	披露頁碼
A. 工作環境質素		
A1 工作環境	A1.1 按僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	52-53
	A1.2 按年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	53
A2 健康與安全	A2.1 因工作關係而死亡的人數及比率。	53
	A2.2 因工傷損失工作日數。	-
	A2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	24, 53
A3 發展及培訓	A3.1 按僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	53
	A3.2 按僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	53
A4 勞工準則	A4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	54
	A4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	54
B. 環境保護		
B1 排放物	B1.1 排放物種類及相關排放數據。	52
	B1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	52
	B1.3 所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	-
	B1.4 所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	52
	B1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	45-48
	B1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	48, 52
B2 資源使用	B2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以每千秒千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	51
	B2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	52
	B2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	45-46
	B2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	52
	B2.5 制成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	-
B3 環境及天然資源	B3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	45, 52
C. 營運實踐		
C1 供應鏈管理	C1.1 按地區劃分的供貨商數目。	25, 51
	C1.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	25, 27, 51-52, 54
C2 產品責任	C2.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而回收的百分比。	-
	C2.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	15-18, 55
	C2.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	27, 38
	C2.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	48
	C2.5 描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	18, 55
C3 反腐敗	C3.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的腐敗訴訟案件的數目及訴訟結果。	13, 54
	C3.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	13
D. 社區參與		
D1 社區投資	D1.1 專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	20-21, 28-33
	D1.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	20, 31-33, 54

中國企業社會責任報告編寫指南之電信服務業 (CASS-CSR3.0)

指標編號	實質性	披露頁碼
P: 報告前言		
P1.1	高	5, 58-59
P1.2	高	4
P1.3	高	4
P1.4	高	4
P1.5	高	60, 封底
P2.1	高	-
P2.2	高	7
P2.3	高	7
P3.1	高	1
P3.2	高	1
P4.1	高	3
P4.2	高	8-9, 28-29, 36-44
P4.3	高	3
P4.4	高	3, 8-9
P4.5	高	52-53
P4.6	高	5, 8
P4.7	高	3, 8, 27, 38
P5.1	高	1, 56
P5.2	高	50-55
P5.3	高	3, 5
G: 責任管理		
G1.1	高	5
G1.2	高	4, 5, 54
G1.3	高	5, 7
G1.4	高	5-6
G2.1	高	5
G2.2	高	6-7
G2.3	高	5
G2.4	高	5
G2.5	高	5-6
G3.1	高	5
G3.2	高	25-27
G4.1	高	6-7
G4.2	高	5
G4.3	高	5
G4.4	高	13, 17-18, 55
G5.1	高	6
G5.2	高	5-6
G5.3	高	6

指標編號	實質性	披露頁碼
G5.4	高	5-7
G5.5	高	6-7
G5.6	高	5-7
G6.1	高	5-6
G6.2	高	5-7
G6.3	高	5, 27
G6.4	高	5
M: 市場績效		
M1.1	高	7, 12, 50
M1.2	高	年報
M1.3	高	6-7, 12
M1.4	高	8, 38, 50
M1.5	高	38, 50
M1.6	高	3, 38, 50, 年報
M2.1	高	19
M2.2	高	15-16
M2.3	高	18, 55
M2.4	高	17
M2.5	高	16, 54
M2.6	高	16-18
M2.7	高	38
M2.8	高	16, 55
M2.9	高	14, 54
M2.10	高	14, 19, 28, 50
M2.11	高	28, 50, 55
M2.12	高	55
M2.13	高	55
M2.14	高	55
M2.15	高	28, 50
M2.16	高	14, 18
M2.17	高	18
M2.18	高	18
M2.19	高	18
M2.20	高	18
M2.21	高	14, 18
M2.22	高	-
M2.23	高	14
M2.24	高	14, 54
M2.25	高	14, 54
M2.26	高	28-29, 37, 41

指標編號	實質性	披露頁碼
M2.27	高	28, 43
M2.28	高	28-29
M2.29	高	50
M2.30	高	-
M2.31	高	-
M2.32	高	30
M2.33	高	55
M2.34	高	6, 15-18
M2.35	高	16, 55
M3.1	高	25-27
M3.2	高	13
M3.3	高	25
M3.4	高	-
M3.5	高	25, 27
M3.6	高	27
M3.7	高	25, 27
M3.8	高	27, 51
M3.9	高	27, 52, 54
M3.10	高	51
M3.11	高	25, 27
M3.12	高	26-27
M4.1	高	38
M4.2	高	38
M4.3	高	-
M4.4	高	38
M4.5	高	38
M4.6	高	40-44
S: 社會績效		
S1.1	高	12-13, 50
S1.2	高	13, 54
S1.3	高	13
S1.4	高	13, 54
S1.5	高	50
S1.6	高	7, 38
S1.7	高	22, 50
S1.8	高	22, 52
S2.1	高	54
S2.2	高	54
S2.3	高	54
S2.4	高	54



指標編號	實質性	披露頁碼
S2.5	高	54
S2.6	高	-
S2.7	高	23-24, 54
S2.8	中	-
S2.9	高	53
S2.10	中	-
S2.11	高	-
S2.12	高	23-24
S2.13	高	53
S2.14	高	53
S2.15	高	22
S2.16	中	54
S2.17	中	53-54
S2.18	中	53
S2.19	中	53
S2.20	高	53
S2.21	高	24, 53
S2.22	高	53
S2.23	高	24, 53
S2.24	高	23
S2.25	高	23
S2.26	高	23, 53
S2.27	高	24
S2.28	高	24, 53
S2.29	高	24
S2.30	高	24, 53
S2.31	高	-
S2.32	高	53
S3.1	高	15

指標編號	實質性	披露頁碼
S3.2	高	15
S3.3	高	20-21, 30-33
S3.4	高	53
S3.5	高	25-26, 51
S3.6	高	30-34
S3.7	高	32
S3.8	中	-
S3.9	高	32, 54
S3.10	高	34, 54
S3.11	高	34, 54
E: 綠色經營		
E1.1	高	45
E1.2	高	45
E1.3	高	46
E1.4	高	45, 51
E1.5	高	45-46, 48
E1.6	高	45
E1.7	低	51-52
E1.8	高	51
E1.9	低	45, 51
E1.10	高	51
E1.11	高	-
E2.1	高	45-46
E2.2	高	46
E2.3	高	-
E2.4	高	46
E2.5	高	46
E2.6	高	46
E2.7	高	46

指標編號	實質性	披露頁碼
E3.1	高	25, 45
E3.2	高	25
E3.3	高	46
E3.4	高	46, 52
E3.5	低	46, 48
E3.6	高	25, 27, 52
E3.7	高	-
E3.8	高	25, 27, 52
E3.9	高	52
E3.10	高	25, 46-48
E3.11	低	48, 52
E3.12	低	52
E4.1	高	45-48
E4.2	高	45-48
E4.3	高	46-47, 52
E4.4	低	-
E4.5	高	47
E4.6	高	48, 52
A: 報告後記		
A1	高	19, 35, 49
A2	高	56-59
A3	高	61-66
A4	高	60


正德厚生 臻于至善

以天下之至誠而盡己之性、盡人之性、盡物之性



中國移動有限公司
註冊地址：香港中環皇后大道中 99 號中環中心 60 樓
報告下載地址：www.chinamobileltd.com

版權所有，未經許可不得翻印轉載。

 本報告以環保紙印刷

