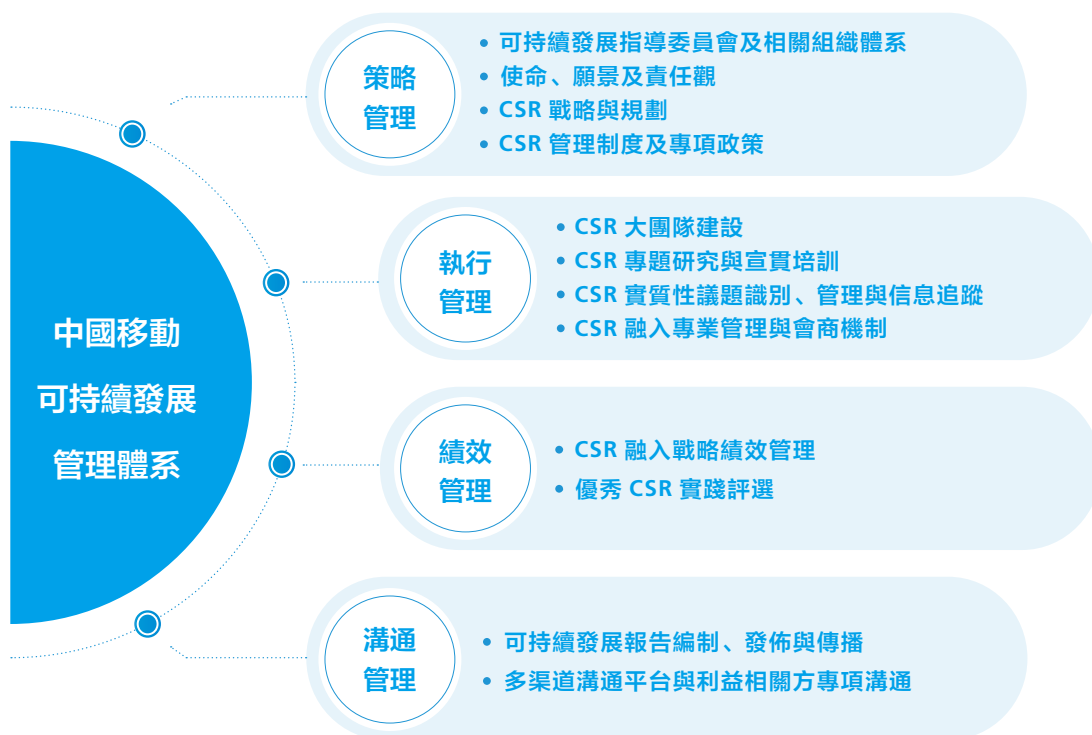


# 可持續發展管理

自 2006 年起，中國移動實施了與企業戰略和運營緊密融合的戰略性企業社會責任（CSR）管理，建立起包括策略、執行、績效和溝通四大模塊的戰略性 CSR 管理體系。2019 年，我們按照社會責任管理“三步十法”要求，進一步梳理完善了公司社會責任管理體系的模塊內容。



## 策略管理

公司確立並堅持“以天下之至誠而盡己之性、盡人之性、盡物之性”的企業責任觀，自 2008 年母公司設立 CSR 指導委員會（2016 年更名為可持續發展指導委員會）起，我們建立並不斷完善決策 - 組織 - 實施的三級 CSR 組織體系。同時，公司制定了《中國移動企業社會責任管理辦法》及《中國移動年度優秀企業社會責任實踐評選及獎勵辦法》，固化管理提升成果，進一步規範企業社會責任管理的制度和流程要求。



## 執行管理

公司深化 CSR 團隊能力建設，定期舉辦 CSR 內部培訓活動，幫助各職能部門和業務線理解可持續發展的最新要求和趨勢，促進全員可持續發展意識的提升。2019 年，相關宣貫活動覆蓋 41.85 萬人次。

公司持續開展可持續發展對標與議題管理工作，通過開展利益相關方調研，研究國內外重要標準的演進、同業優秀企業的可持續發展實踐和可持續發展熱點議題，確認年度可持續發展實質性議題，並以年度可持續發展信息收集為契機，進一步加強關鍵議題管理、完善關鍵績效披露，保持良好可

持續發展績效表現。有關公司識別出的 2019 年實質性議題和議題排序結果，參見第 59 頁。

在執行流程上，公司不斷推進高層對可持續發展的參與，在可持續發展指導委員會建立及運作的基礎上，將年度可持續發展報告提交公司管理層和董事會進行規範審核決策。同時，公司強化橫向跨部門協調，以歸口分工方式，明確專業部門對 CSR 關鍵議題的管理責任，將企業社會責任工作充分納入到各個部門的核心工作中。

## 績效管理

公司連續第 12 年開展優秀 CSR 實踐評選活動，邀請內外部專家共同完成年度評審。12 年來，我們累計收到實踐成果逾 820 項，184 項實踐成果獲得表彰，有效激勵各級單位社會責任實踐創新活動蓬勃開展。2019 年，公司還發佈

了《新時代 新連接 新責任：中國移動優秀企業社會責任實踐精選（2013-2018）》，收錄了 2013 年以來中國移動優秀 CSR 實踐評選獲獎成果，全面呈現新時代中國移動以“連接”為主線、全面履行社會責任的實踐探索與進展。

## 溝通管理

2019 年，公司編制發佈第 13 份可持續發展報告，在充分回應 ESG 信息披露要求的同時，以宣傳片、短視頻趣拍等創新形式開展傳播活動，相關傳播素材線上點擊 / 閱讀量超過 1,800 萬次，創歷史新高。

公司高度重視利益相關方關切，針對不同利益相關方的期望，建立起了多元化的溝通渠道。2019 年，公司開展第三屆“社會責任溝通日”活動，廣泛聽取相關方對公司社會責任工作的意見和建議。公司共有 3,184 家自有營業廳開展

了豐富多彩、富於當地特色的“社會責任溝通日”活動，1,508 位地市公司總經理參加活動，客戶參與量達到 3.7 萬人次。

與此同時，公司積極參與可持續發展標準制修訂工作，主動與業界交流溝通、分享經驗，致力於與同業企業共同提升社會責任管理與實踐水平，年度開展重要溝通活動逾 40 次。

有關公司利益相關方的關注議題和溝通渠道，參見第 58 頁。

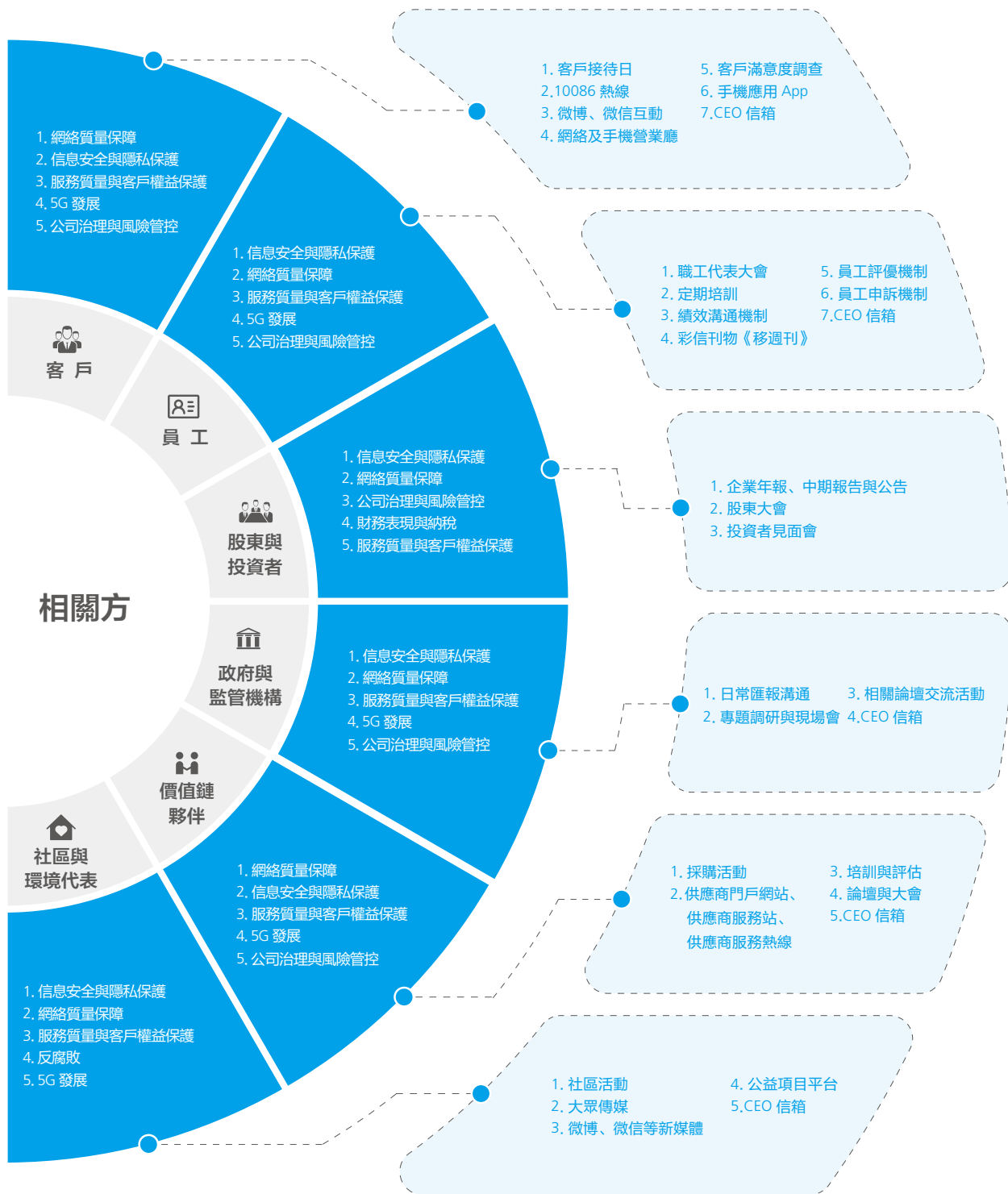
指標名稱	2017	2018	2019
CSR 宣貫培訓覆蓋人數（人次）	471,669	447,006	418,507
CEO 信箱收到來信數（封）	1,279	1,315	903
總經理客戶接待日接待客戶數量（人次）	102,060	138,301	141,627
總經理客戶接待日解答客戶諮詢和投訴數量（件）	91,960	118,304	126,509

# 利益相關方溝通

中國移動針對客戶、員工、股東與投資者、政府與監管機構、價值鏈夥伴、社區與環境代表等 6 類相關方群體，設立了不同的溝通渠道，並保持常態化密切溝通。在可持續發展報告編制過程中，我們通過問卷方式對相關方開展調研，確定不同相關方重點關注的可持續發展議題，並通過議題實質性分析確定報告重點披露內容。

## 相關方重點關注議題（前 5 項）\*

## 溝通渠道舉例



\* 相關方重點關注的前 5 項議題來源於報告實質性分析相關方專項調查結論，參見第 59 頁實質性分析。

# 實質性分析

2019年，公司根據可持續發展議題實質性分析模型，分析比較經濟、環境與社會類議題對利益相關方的影響程度及對中國移動的重要程度，識別篩選出需要在報告中重點披露的實質性議題。

依據在識別階段的分析及討論結果，我們新增了3項實質性議題，分別是：“5G發展”“助力社會發展的ICT解決方案”和“助力環境保護的ICT解決方案”。同時調整了3項實質性議題，分別是：將“反腐合規”調整為“反腐敗”，“降低碳排放”調整為“應對氣候變化”，“員工健康與安全”調整為“員工權益保障”。在議題邊界上，2019年無重大變化。

## 識別階段

01

### 國際標準分析

- 聯交所 ESG 報告指引
- GRI 標準
- 聯合國可持續發展目標
- UNGC 十項原則

### 可持續發展熱點及行業熱點分析

### 公司戰略分析

## 評估階段

02

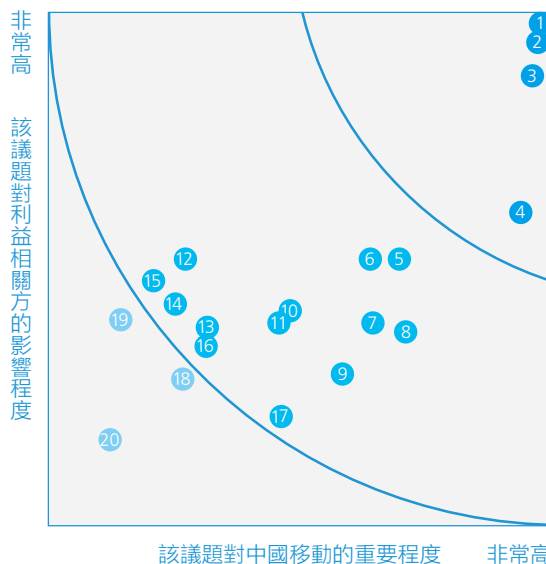
通過在線問卷方式，針對可持續發展議題影響程度開展關鍵相關方專項調查，共回收有效問卷 3,901 份。

參考行業實踐，通過內外結合的專家團隊評估各議題對中國移動業務開展的重要程度。

## 報告階段

03

形成議題實質性分析矩陣（請見右圖），確定報告重點披露議題內容。



實質性	編號	議題	披露頁碼	報告邊界
非常高	1	服務質量與客戶權益保護	10-11, 22-27	客戶、政府與監管機構、社區與環境代表
	2	信息安全與隱私保護	24, 26-27	客戶、政府與監管機構、社區與環境代表
	3	網絡質量保障	10-14, 26-27	客戶、價值鏈夥伴、社區與環境代表
	4	5G 發展	6-7, 18-21	客戶、政府與監管機構、價值鏈夥伴、社區與環境代表
高	5	研發與創新	16-17, 26-27	客戶、政府與監管機構、價值鏈夥伴
	6	反腐敗	54-55	員工、政府與監管機構、價值鏈夥伴
	7	助力社會發展的 ICT 解決方案	11, 18-21	客戶、政府與監管機構、價值鏈夥伴、社區與環境代表
	8	公司治理與風險管控	4, 53-55	員工、股東與投資者、政府與監管機構
	9	財務表現與納稅	4	股東與投資者、政府與監管機構
	10	助力環境保護的 ICT 解決方案	44-47	客戶、政府與監管機構、價值鏈夥伴、社區與環境代表
	11	人力資源發展	38-40, 43	員工、股東與投資者
	12	員工權益保障	10, 37, 41-43	員工、價值鏈夥伴
	13	公平僱傭與非歧視	37, 42-43	員工、價值鏈夥伴
	14	減少環境資源消耗	48-52	客戶、員工、政府與監管機構、價值鏈夥伴
	15	利益相關方溝通	58	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
	16	公益慈善	28-34, 42-43	客戶、社區與環境代表
	17	應對氣候變化	48-52	客戶、員工、政府與監管機構、價值鏈夥伴
一般	18	供應鏈管理	50, 55	價值鏈夥伴、社區與環境代表
	19	廢棄物管理	50, 52	客戶、員工、價值鏈夥伴
	20	境外履行社會責任	36	客戶、價值鏈夥伴