

績效報告

經濟績效

※ 價值創造

管理方法與主要行動

公司鑰定「世界一流信息服務科技創新公司」發展定位，踐行創世界「力量大廈」發展戰略，堅持穩中求進工作總基調，著力打造以 5G、算力網絡、能力中台為重點的新型信息基礎設施，創新構建「連接+算力+能力」的新型信息服務體系，統籌推進 CHBN（個人市場、家庭市場、政企市場、新興市場）全向發力、融合發展，加速信息服務融入百業、服務大眾。公司 2024 年從政府獲得的財政補貼詳見年報。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
經營績效				
營業收入	億元	9,373	10,093	10,408
客戶規模				
移動客戶總數	百萬戶	975	991	1,004
5G 網絡客戶端數 ¹	百萬戶	327	465	552
有線寬帶客戶數	百萬戶	272	298	315
物聯網卡客戶數	百萬	1,062	1,316	1,416
政企客戶數	百萬家	23.20	28.37	32.59
網絡規模				
4G 基站建設總數	萬個	334	337	> 339
5G 基站建設總數	萬個	128.5	> 194	> 240
NB-IoT 網絡開通城市數	個	337	337	337
重點區域 5G SA 平均下載速率	Mbps	> 750	> 750	> 750
5G 網絡流量	PB/天	/	> 300	> 330
互聯網骨幹帶寬	Tbps	519	633	633
國際服務				
4G 網絡國際漫遊國家和地區數	個	218	229	241
5G 網絡國際漫遊國家和地區數	個	60	75	87
國際數據漫遊用戶同比增長	%	9.82	218.57	49.4
國際傳輸帶寬	Tbps	123	145	164

¹ 公司自 2024 年中旬已變更為披露 5G 網絡客戶端數。

※ 科技創新

管理方法與主要行動

公司貫徹落實創新驅動發展戰略，組建科學技術委員會，強化技術戰略引領，持續優化「一體五環」科研佈局，全面加強以企業為主導的產學研深度融合，形成內、外雙循環的協同創新格局。聚焦戰略性新興產業及未來產業，持續推進「BASIC6」科創計劃，牽頭聚力關鍵核心技術攻關，組建 5G 聯合創新體，勇擔移動信息現代產業鏈「鏈長」，打造業界一流的原創技術策源地。深入實施「聯創+」計劃，與重點高校、企業等夥伴共同打造合作共贏科研新生態。持續推進「雙創」工作，帶動全社會創新氛圍，不斷繁榮創新生態圈。

專利管理

建立專利「1+3」創造、運用、保護、管理全生命週期管理體系，初步形成專業拉通、主建自治、支撐共享的工作模式。面向「BASIC6」打造專利導航庫、知識庫兩項工具，持續推進 AI+ 專利大模型，助力研發和專利提質增效。建立分級分類專利人才認證體系，助力提升專利發明人、技術專家、專利人員專利技能；建立差異化專利獎勵機制，促進專利產出，累計加入 8 個國際專利池，向 21 個國家的 140 餘家企業實施專利許可。

知識產權保護

遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等業務所在地適用的法律法規，制定《中國移動商標管理辦法》《中國移動版權管理辦法》《中國移動圖文版權審核辦法》等相關制度，指導全公司商標、版權管理工作。強化自主知識產權保護，持續提升知識產權保護意識，連續 15 年開展覆蓋全公司的知識產權宣傳周活動。推動構建產業知識產權生態，建設國家 5G 產業知識產權運營中心，發佈《信息通信產業創新與知識產權保護藍皮書（2024）》。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
研發創新				
研發投入 ¹	億元	217	341	341
研發投入佔主營業務收入比例	%	2.7	3.9	3.8
提交專利申請數量	件	5,186	6,452	8,141
新獲專利授權數量	件	2,258	2,958	2,169
有效專利數量	件	/	15,149	17,004
每百萬元營收有效專利數量	件 / 百萬元	/	0.02	0.02
軟體著作數量	件	/	7,098	10,221
開放合作				
移動認證平台日均提供認證次數	億次	18.73	19.85	20.06
OneNET 平台開發者數	個	292,641	349,177	396,054
OneNET 平台匯聚企業數	家	15,414	16,384	17,013
OneNET 平台接入設備數	萬個	22,180.81	23,781.61	31,745.00
移動愛家生態平台開發者數	個	190,610	195,064	201,650
移動愛家生態平台匯聚企業數	家	1,716	2,007	2,421
移動愛家生態平台接入設備數	萬個	37,100	49,210	58,688
移動愛家生態平台能力調用次數	萬次	47,766,823	60,252,530	72,650,125
GTI 運營商成員	個	142	146	146
GTI 產業夥伴成員	個	254	257	266
中國移動智慧家庭合作聯盟正式成員數	個	515	560	600
中國移動物聯網聯盟正式成員數	個	2,000	2,048	2,207
帶動創業				
「雙創」支持資金	萬元	3,770	3,300	3,300
「雙創」平台用戶數	萬人	19	19.3	19.9
「雙創」活動累計創建項目數	個	3,575	3,795	4,017
「雙創」活動參與團隊數	個	3,744	3,859	5,076
「和創空間」進駐團隊數	個	238	284	359
「和創空間」進駐入孵人數	個	786	1,148	1,298
帶動就業數量	萬人	205	161	179

¹ 研發投入包括費用化研發投入和資本化研發投入。

※ 科技倫理

管理方法與主要行動

公司根據《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《互聯網信息服務算法推薦管理規定》《互聯網信息服務深度合成管理規定》和《生成式人工智能服務管理暫行辦法》等業務所在地適用的法律法規，制定了 AI 算法科技倫理審查要求，並在算法研發過程中開展審查工作，同時在內部對算法科技倫理審查管理細則進行宣貫。

※ 網信安全與客戶隱私保護

管理方法與主要行動

公司遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國反電信網絡詐騙法》《關鍵信息基礎設施安全保護條例》《網絡數據安全管理條例》等法律法規的要求，制定《中國移動數據安全管理辦法》《中國移動數據分類分級及重要數據管控指導意見》《中國移動數據安全事件應急響應實施指南》《中國移動客戶個人信息保護實施細則》等制度，以應對多種長期的網信安全風險，如關鍵信息基礎設施被攻擊風險增大，駭客攻擊、惡意軟體、信息竊取等網絡犯罪對信息安全、數據安全的威脅持續增加，大數據、物聯網、人工智能等新興技術的發展帶來自動化網絡攻擊、實施分散式拒絕服務攻擊 (DDoS) 等新的安全問題。2024 年，公司未發生重大網絡安全事件及重大信息、數據和隱私洩露事件。

管理架構

成立由董事長擔任組長，總經理和副總經理擔任副組長的網絡與信息安全領導小組，負責貫徹執行政府主管部門有關網絡與信息安全管理方面的法律法規、方針政策及各項工作要求；審定公司網絡與信息安全發展戰略、中長期規劃、有關規定和重大決策；組織協調公司各網絡間網絡與信息安全管理方面的重大問題。網絡與信息安全領導小組在網絡與信息安全管理部設立辦公室，負責統籌協調公司網絡與信息安全整體工作。各所屬單位網絡與信息安全領導小組每年向集團公司網絡與信息安全領導小組報告工作情況，並及時報告網絡與信息安全重大事項。制定《中國移動網絡安全工作考核問責辦法（試行）》，將網絡與信息安全考核納入公司經營業績考核體系。

關鍵信息基礎設施安全防護

參照行業關鍵信息基礎設施邊界確定規範，明確關基資產範圍，強化關基資產安全管理；制定《中國移動關鍵信息基礎設施安全保護實施方案》《中國移動關鍵信息基礎設施保護能力提升專項行動方案》《2024 年度中國移動關鍵信息基礎設施保護計劃》，確保安全保護要求落實落細；組織開展全國關鍵信息基礎設施網絡安全防護培訓，強化關鍵崗位人員網絡安全教育。

數據安全管理

建立健全中國移動數據安全管理體系，從管理、技術、運營、生態四個方面開展數據全生命週期安全工作。細化明確數據分類分級、數據安全風險評估、應急響應等制度和Work機制，規範開展數據收集、存儲、傳輸、使用、銷毀等各環節數據處理。持續強化數據安全技術能力建設，公司一般系統已實現基礎級數據安全能力覆蓋，保護全生命週期數據安全。建設集省聯動的一體化數據安全運營管理平台，實現對中國移動數據資產、數據對外合作、合規評估、能力覆蓋等情況的綜合管理，全面提升保障能力。通過組織開展數據安全自查檢查、定期開展數據安全風險評估和安全審計、組織數據安全應急演練等方式，及時發現問題風險並整改，消除風險隱患。建立數據安全關鍵崗位人員「清單化」管理機制，超 2 萬名關鍵崗位人員均已簽訂數據安全責任書，並實現培訓宣貫教育警示全覆蓋。

客戶個人信息保護

完善全生命週期個人信息保護機制，規範個人信息處理，加強技術管控能力，規範算法應用，強化風險監測和應急響應，做好重要數據管理與風險評估，健全考核問責制度，推動相關法規政策要求落實到個人信息處理的各個環節，不斷提高合規水平。規範處理個人信息，做好客戶告知。根據業務場景完善需收集用戶個人信息的種類列表，使用合規設備、規範流程合法收集個人信息，在官方網站和營業廳醒目位置做好個人信息處理規則公示，高效響應客戶個人信息保護相關訴求。做好自有 APP 隱私合規運營，優化工作流程，參考銀行「金庫模式」，實行「關鍵操作、多人完成」，通過技術手段，確保所有涉及客戶信息操作都有嚴格審批控制和全面記錄與審計，嚴防內部員工非法違規獲取客戶個人信息。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
應急通信保障				
應急通信保障次數	次	4,743	7,879	8,803
重要活動保障次數	次	3,973	7,663	8,489
重大自然災害類保障次數	次	334	194	299
重要事故災難類保障次數	次	39	14	15
公共衛生事件類保障次數	次	394	5	0
社會安全事件類保障次數	次	3	3	0
出動應急通信車	輛次	6,155	9,957	9,925
投入應急通信設備	套次	11,128	15,803	29,227
應急通信保障動用人員	人次	471,709	307,026	401,970
不良信息治理				
處理客戶不良信息舉報數量	萬條	77	68	171 ¹
詐騙電話號碼處置數	萬個	15.13	23.42	3.5
月均處置垃圾彩短信	億條	5.91	11.18	18.61
月均處置違規 5G 消息	萬條	486.46	2,768.65	3,371.11
處置「呼死你」等各類騷擾電話號碼	萬個	> 7.68	> 8.47	> 17.20
處置違規網站	萬個	> 53.31	> 72.79	> 86.17
監測處置惡意軟體	萬種	> 21.24	> 75.71	> 177.56
處置惡意軟體控制端	個	19,764	55,115	744,080
年度累計發送詐騙預警短信	億條	348.94	282.17	318.8
防詐騙來電號碼提示服務覆蓋用戶數	億戶	1.97	1.97	1.47
防詐騙來電號碼提示服務年度累計提醒數	億次	34.32	45.34	39.02

¹ 數據漲幅較大原因：2024 年 4 月起，工信部 12321 舉報受理中心向運營商增加不良信息舉報派單類別，新增垃圾短信催債類、驗證碼類舉報。

※ 服務質量管制與規範營銷

管理方法與主要行動

公司持續開展客戶權益保護「陽光行動」，制定《關於開展故障維修服務體系建設工作的指導意見》《中國移動客戶投訴管理辦法》等售後服務制度，強化打造「心級服務」優質口碑，推進客戶體驗持續升級。

服務質量評價體系

公司基於重點服務的客戶感知及體驗流程，設計以客戶為中心的多指標綜合性服務質量評價體系。根據服務組成要素（如人員、流程、技術等）及生命週期（如規劃設計、組織實施、服務運營等）建立客戶感知模型，包括功能性、安全性、可靠性、響應性、有形性及友好性等維度，根據價值及重要性確定指標權重分配，並隨產品迭代逐漸調整優化。

營銷合規管理

對全網統一產品和營銷活動開展 100% 上線審核，確保用戶產品訂購、變更、退訂短信信息合規，實現變更套餐規則優化，降低費用爭議；對外部渠道商營銷頁面開展巡查工作，處理違規廣告和直播，對虛假宣傳行為加重處罰，保障客戶權益不受侵害。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
用戶綜合滿意度	分	82.05	82.57	82.29
熱線問題一次解決率	%	92.00	95.17	96.35
總經理接待日接待客戶數量	人次	91,305	135,978	108,652
總經理接待日解答客戶諮詢和投訴數量	件	85,710	53,803	58,717

※ 產品質量管制

管理方法與主要行動

公司持續優化產品體驗，完善「客戶說了算、一線說了算」的「兩個說了算」的產品質量測評體系，建立把好商用關、迭代關的「把好兩道關」產品質量管控體系。

產品質量測評體系

明確產品質量標準，制定 26 項重點產品的客戶感知標準（KEI），形成 837 項質量標準，建設 1,024 項內部運營支撐標準（KQI），截至 2024 年底，各重點產品質量測評 95 分，較 2023 年提升 2 分。

產品質量管控體系

嚴把產品商用關和迭代關，堅持不達標不上線，建立按月評測、分析和調度機制，2024 年各項重點產品累計迭代超 1,000 個版本，迭代功能數量超 1.2 萬個，產品迭代優化改進率 99.7%，較 2023 年提升 4.7pp。

產品體驗評估模型

在現有質量測評體系基礎上，推動構建覆蓋功能/內容、易用度、性能等 5 個維度 22 項指標的主客觀於一體的產品體驗評估模型，牽引產品評價從品質測評向體驗評估進化，輸出 4 款產品的體驗評估指標體系，並在重點產品上測試驗證，有效提升產品的易用性。

產品退出下線流程

加強產品上線後評估，評估指標包含業務發展、產品質量、財務效益等，對經評估後滿足退出條件的產品及時退出。符合退出條件的產品，提前 60 日以公告等形式發佈通知，做好存量客戶的告知工作，及時完成產品相關平台下線、設備退網等工作，以保證用戶感知。

社會績效

※ 招聘與僱傭

管理方法與主要行動

公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等業務所在地適用的法律法規，制定《中國移動員工招聘管理辦法》，明確規定招聘工作應堅持「公開透明、公平公正」的原則，不得設置任何形式的歧視性條件以及與崗位職責無關的資格條件。公司關注不同性別和年齡結構的人才引進，努力打造多元化的員工隊伍，在同等條件下，優先招錄脫貧地區、民族地區畢業生。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
員工結構 ¹				
員工總數	人	450,698	451,830	455,405
男性員工數	人	213,527	215,343	218,916
女性員工數	人	237,171	236,487	236,489
中國大陸員工數	人	448,226	449,390	452,967
港澳台及海外員工數	人	2,472	2,440	2,438
30歲以下員工數	人	/	58,086	57,552
30-50歲員工數	人	/	362,469	364,575
50歲以上員工數	人	/	31,275	33,278
碩士及以上員工數	人	55,904	60,380	66,468
本科員工數	人	300,644	306,579	311,202
專科及以下員工數	人	94,150	84,871	77,735
30歲以下員工比例	%	13.62	12.86	12.64
30-50歲員工比例	%	79.76	80.22	80.06
50歲以上員工比例	%	6.62	6.92	7.30
技術人員比例	%	36.8	38.83	40.21
市場人員比例	%	45.35	43.74	42.62
經理人員比例	%	7.35	7.26	7.19
綜合人員比例	%	9.71	9.37	9.05
其他人員比例	%	0.79	0.79	0.93

員工引進				
年度新入職員工總數	人	16,808	17,577	16,038
新入職女性員工總數	人	6,747	7,157	5,968
新入職男性員工總數	人	10,061	10,420	10,070
中國大陸新入職員工總數	人	/	16,485	15,173
港澳台及海外新入職員工總數	人	/	1,092	865
30歲以下新入職員工總數	人	/	10,972	11,921
30-50歲新入職員工總數	人	/	6,414	3,986
50歲以上新入職員工總數	人	/	191	131
員工流失				
員工流失率 ²	%	1.77	1.31	0.94
年內女性員工流失率	%	1.47	1.18	0.81
年內男性員工流失率	%	2.11	1.46	1.07
境內單位員工流失率	%	1.53	1.13	0.8
境外單位員工流失率	%	21.88	15.88	16.26
30歲以下員工流失率	%	6.92	5.51	4.04
30-50歲員工流失率	%	1.02	0.74	0.52
50歲以上員工流失率	%	0.21	0.22	0.16
年度主動離職員工數	人	7,985	5,939	4,257
主動離職女性員工總數	人	3,478	2,793	1,927
主動離職男性員工總數	人	4,507	3,146	2,330
年度解僱員工數	人	1,364	2,274	1,818
解僱的女性員工總數	人	717	1,193	888
解僱的男性員工總數	人	647	1,081	930
員工多元化				
全體員工中女性比例	%	52.62	52.34	51.93
高級管理層中女性比例	%	16.08	15.14	14.79
少數民族員工數	人	/	33,222	34,053
少數民族員工比例	%	7.30	7.35	7.48

¹ 截至 2024 年底，本公司員工均為長期全職員工，無兼職員工、臨時員工或非保證工時員工。

² 員工流失率不含退休人員，指主動離職員工。

※ 薪酬與福利

管理方法與主要行動

薪酬

堅持薪酬市場化和業績導向原則，制定《中國移動員工薪酬管理指導意見》《中國移動人工成本管理辦法》，實施以「業績導向、結構調整」為重點的薪酬制度，搭建員工十九職級職位薪酬管理體系；規範內部各層級收入分配結構，明確薪酬分配向基層一線、核心骨幹、收入偏低群體傾斜的原則，理順內部收入分配關係，做到分配公平、有序、有效。

激勵

堅持「戰略、業務、創新」三個導向，實施更加精準的專項激勵配置策略，面向重點市場、重點區域、重點業務、重點產品，開展 CHBN 市場、重點區域公司發展提升、能力中台及移動雲業績對賭等一系列靈活高效、針對性強的專項激勵，切實牽引業務發展；聚焦產品突破，加快推進產品經理人才激勵樣板間建設，推動產品經理負責制落地做實，支撐公司高質量發展。在驅動科技創新方面，扎實推進《中國移動支持科技創新激勵保障機制實施方案》，持續加大對戰新任務等團隊資源支持力度，開展科技創新人才激勵，健全以科技創新為導向的中長期激勵機制，推動公司科技創新向更高水平邁進。

福利

為員工搭建全面福利保障體系，提供包括五項社會保險、公積金、企業年金、補充醫療等各項福利，充分保障員工日常生活和工作需求。制定《關於加強員工醫療保障體系建設的指導意見》，構建以社會基本醫療保險為基礎保障、以企業補充醫療保險為中堅保障，以個人商業健康保險為自主保障的「三支柱」醫療保障體系框架；合理安排員工工作時間和休息時間，保障員工休息休假的權利；建立企業年金制度，為員工繳納企業年金，切實保障退休人員待遇。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
CEO 信箱收到來信數	封	626	1,032	740
總部休產假女員工數	人	17	20	26
總部休產假男員工數	人	15	10	20
總部陪產假後男性員工返崗率	%	100	100	100
總部產假後返崗女性員工比例	%	100	100	100

※ 勞動權益保障

管理方法與主要行動

公司嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國未成年人保護法》《禁止使用童工規定》等業務所在地適用的法律法規，堅決反對任何形式的童工與強制勞工等非法用工形式。2024 年，公司未發生使用童工及強制勞工等違規情況，未發生重大勞動糾紛案件。

公司嚴格遵守《中華人民共和國工會法》《企業民主管理規定》等業務所在地適用的法律法規，制定《中國移動關於進一步加強職工代表大會制度建設的指導意見》《中國移動推行企務公開工作指導意見》等，健全以職工代表大會為基本形式的民主管理制度，保證職工代表大會依法行使各項職權，履行好民主監督職責，為員工權益保護提供制度保障。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
合同制員工加入工會比例	%	100	100	100

※ 職業健康與安全

管理方法與主要行動

公司關注員工職業健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》等業務所在地適用的法律法規，認真貫徹落實《國務院關於實施健康中國行動的意見》和《健康中國行動（2019-2030 年）》要求，積極響應國務院辦公廳《「十四五」國民健康規劃》，搭建管理、宣傳、培訓、服務「四位一體」職業健康工作體系，保障員工身心健康。2024 年，公司獲得國家衛生健康委 13 項獎項，中國企業聯合會 51 項獎項。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
員工身心健康				
員工體檢率	%	97	96.5	97
「幸福 1+1」覆蓋員工數	萬人	41.2	41.2	43
員工思想關愛覆蓋員工數 ¹	萬人	> 40	> 40	> 40
全集團開展員工思想關愛活動次數	次	36,333	43,601	56,923
全集團員工思想關愛活動參與人次	人次	271,040	324,033	469,393
安全生產				
安全生產投入	億元	22.21	30.37	27.9
開展安全應急演練活動數量	場次	12,116	15,367	19,675
安全風險防護培訓覆蓋率	%	/	94.29	92.19
安全應急演練活動員工參與人次	人次	548,664	1,074,969	853,754
工傷²				
在工作場所員工發生事故的數量	件	/	0	0
在工作場所員工發生事故的比率	%	/	0	0
因工傷損失工作日數	天	32,519	37,360	50,873
因安全生產事故而死亡的人數	人	0	0	0
千人事故死亡率	%	0	0	0

¹ 2024 年，公司結合基層員工關愛工作實際，將心理健康關愛拓展為範圍更廣的思想關愛，對數據披露做出相應調整。

※ 發展與培訓

管理方法與主要行動

公司制定《中國移動「十四五」人才規劃》《中國移動關於進一步加強人才工作的實施意見》，協助員工達成職業發展目標。結合公司發展需要，研究升級綜合、市場、技術、經理四大條線職位體系，優化職位族、職位名稱、職位職責、職位設置單位，匹配業務發展，動態更新標準職位設置。匹配公司業務轉型需要，初步構建具備「科創底色、網信特色、省專協同、大崗主責、重點牽引、能力拉通」6 大特色的新型職位體系，建強管理制度，強化職位布局支撐。

職業能力培訓

公司為員工提供全面化的職業能力培訓，開展多樣化勞動技能競賽，優化技能人才隊伍建設。實施分層分級培訓，有序推進公司年度培訓任務和課程資源建設計劃。

員工績效評估

公司實施全流程閉環績效管理，以戰略為導向，以崗位為基礎，做好績效計劃、績效輔導、績效考核、績效反饋以及績效應用五個關鍵管理環節。按照標準正態分佈原則設定績效考核評估五個標準等級，以員工績效計劃完成情況為依據開展評估，確保考核數據真實、準確、詳盡，做到考核評估客觀、公平、公正。2024 年，員工績效評估覆蓋率為 100%。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
員工培訓				
人均培訓費用	元	1,957	2,895	2,903
培訓總人次	萬人次	123.4	160.1	170.7
女性員工培訓人次	萬人次	/	78.9	80.8
男性員工培訓人次	萬人次	/	81.1	89.9

² 在工作場所員工發生事故的數量、在工作場所員工發生事故的比率、因安全生產事故而死亡的人數、千人事故死亡率四項數據的統計不包含合作單位範疇。

指標名稱	單位	2022	2023	2024
員工培訓				
接受培訓的高層管理人員人次	人次	1,341	1,612	1,971
接受培訓的中層管理人員人次	人次	23,103	25,799	34,472
接受培訓的普通員工人次	萬人次	121.0	157.3	166.3
員工平均培訓時間	小時	125.0	123.1	123.5
女性員工平均培訓時間	小時	118.77	130.1	112.4
男性員工平均培訓時間	小時	131.85	118.1	136.4
高層管理人員平均培訓時間	小時	128.1	173.1	167.4
中層管理人員平均培訓時間	小時	151.1	173.6	178.8
普通員工平均培訓時間	小時	124.6	123.1	122.7
女性員工參加培訓比例	%	99.9	99.6	99.5
男性員工參加培訓比例	%	98.9	99.4	99.6
高層管理人員參加培訓比例	%	100	100	100
中層管理人員參加培訓比例	%	99.9	99.9	100
普通員工參加培訓比例	%	99.5	99.6	99.5
網上人才發展中心培訓情況				
網上人才發展中心用戶總數	萬人	47.6	47.5	47.8
網上人才發展中心用戶人均學習時長	小時	93.6	81.8	82.4
網上人才發展中心手機學習人數	萬人	37.5	31.9	33.1
員工績效和職業發展考核				
定期接受績效和職業發展考核的員工比例	%	100	100	100
定期接受績效和職業發展考核的女性員工比例	%	100	100	100
定期接受績效和職業發展考核的男性員工比例	%	100	100	100
定期接受績效和職業發展考核的高層管理人員比例	%	100	100	100
定期接受績效和職業發展考核的中層管理人員比例	%	100	100	100
定期接受績效和職業發展考核的普通員工比例	%	100	100	100

※ 當地社區

管理方法與主要行動

公司嚴格遵守《中華人民共和國公益事業捐贈法》等業務所在地適用的法律法規，制定《中國移動對外捐贈管理辦法》，配合母公司做好消費幫扶、產業幫扶等工作，助力鞏固拓展脫貧攻堅成果。積極投身發展公益事業，設立「中國移動公益平台」，為社會公眾參與公益慈善提供便捷途徑，依託中國移動慈善基金會打造「愛「心」行動」與「藍色夢想」等公益項目，廣泛開展志願服務活動。注重境外履責，積極參與當地社區建設，推動社區共融成長發展。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
公益慈善				
「和你在一起」志願活動參與人次數	人次	1,920	800	838
「和你在一起」志願活動捐助金額	萬元	134.24	96	100.56
中國移動慈善基金會累計對外捐贈金額	萬元	45,235	49,365	53,395
「藍色夢想」累計捐贈金額	億元	2.451	2.704	2.984
「藍色夢想」累計培訓農村中小學校長數	人	> 130,000	> 130,000	> 130,000
「藍色夢想」累計建設愛心圖書館數	個	2,310	2,310	2,310
「藍色夢想」累計建設多媒體教室數	間	4,360	4,725	5,115
愛「心」行動累計捐贈金額	億元	2.143	2.24	2.3
愛「心」行動累計接受免費先心病篩查貧困兒童數量	名	63,850	68,591	71,847
愛「心」行動累計救助確診先心病貧困兒童數量	名	7,446	7,745	7,936
員工本地化				
香港公司員工本地化比例	%	84.4	79.6	73.5
香港公司管理人員本地化比例	%	60.6	62.8	62.5
對口支援與幫扶				
總部年內投入對口支援與幫扶資金	萬元	28,700	28,700	30,300
總部累計投入對口支援與幫扶資金	億元	15.9	18.74	22

環境績效

※ 能源使用、溫室氣體與廢氣排放

管理方法與主要行動

公司嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》、國家發展和改革委員會《重點用能單位節能管理辦法》《固定資產投資項目節能審查辦法》以及國家「雙碳」「1+N」政策體系等業務所在地適用的法律法規，制定相關制度文件，持續推進綠色網絡建設，積極使用綠色能源，堅持開展綠色辦公實踐，不斷提升能源使用效率，降低能源使用產生的溫室氣體排放。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
節能環保投入				
節能環保投入	億元	/	72	78.7
能源使用				
總能源消耗量	兆瓦時	/	63,067,608	64,747,094
綠色電力購買量	億度	/	1.58	35.37
數據中心平均電能利用效率 (PUE)	/	/	1.32	1.30
直接能源使用				
天然氣使用量	百萬立方米	12.8	12.6	13.0
液化石油氣使用量	百噸	1.5	1.5	1.5
煤氣使用量	百萬立方米	0.01	0.03	0.01
煤炭使用量	萬噸	0.04	0.03	0.01
汽油使用量	百萬升	77.9	74.7	68.6
柴油使用量	百萬升	9.3	8.4	8.4
間接能源使用				
外購電力使用量	億度	592.5	610.8	629.3
外購熱力使用量	萬百萬千焦	405.0	392.0	350.2
能源使用強度				
單位電信業務綜合能耗	千克標準煤 / 萬元	/	64.5	61.5
單位信息流量綜合能耗同比下降率	%	15	13.16	9.05
單位電信業務總量綜合能耗同比下降率	%	14	12.99	4.65

能源節約				
年總計節電量	億度	64.3	89.90	115.34
年節電相當於節約成本量	億元	43.09	60.63	76.07
年節電相當於減少溫室氣體排放量	萬噸	366.70	512.65	618.90
溫室氣體排放				
溫室氣體排放總量 (範圍一 + 範圍二) ¹	百萬噸	34.46	35.40	32.46
直接溫室氣體排放總量 (範圍一)	百萬噸	0.22	0.22	0.20
間接溫室氣體排放總量 (範圍二)	百萬噸	34.24	35.18	32.26
單位信息流量溫室氣體排放強度 (範圍一 + 範圍二)	噸 CO ₂ e / TB	0.015	0.013	0.011
單位信息流量溫室氣體排放強度下降比率	%	16	13.3	18.8
範圍三溫室氣體排放量—類別 6：商務旅行 ²	萬噸	3.47	7.05	8.05
範圍三溫室氣體排放量—類別 7：員工通勤 ³	萬噸	37.13	29.05	25.93
直接溫室氣體減排總量 (範圍一)	萬噸	/	/	3.8
間接溫室氣體減排總量 (範圍二)	萬噸	/	/	821.0
廢氣排放				
SO ₂ 排放量 ⁴	噸	8.16	5.17	1.96

¹ 公司採用運營控制法核算溫室氣體，將相關運營主體全部納入核算範圍。核算的溫室氣體種類為二氧化碳。核算使用準則來自國家發展與改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》。電網平均溫室氣體排放因子取自生態環境部《關於做好2023—2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》（環氣氣候函〔2023〕43號），外購熱力二氧化碳排放因子取自《國家發展改革委辦公廳關於印發第三批10個行業企業溫室氣體核算方法與報告指南（試行）的通知》（發改辦氣候〔2015〕1722號），煤炭、天然氣、煤氣、液化氣、汽油、柴油二氧化碳排放因子取自《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》，其中，汽油密度取0.72Kg/L，柴油密度取0.83Kg/L。

² 商務旅行溫室氣體排放統計範圍為境內各單位。統計方式為基於財務差旅報帳數據，核算境內單位差旅報帳單據起終點距離、交通方式，根據美國環境保護署對應的單位里程碳排放係數進行碳排放計算後加總得出。其中，乘坐飛機的商旅碳排放量由公司供應商提供，依據國際航協行前標準，按機型和距離測算的對應航段的溫室氣體排放數據。

³ 員工通勤溫室氣體排放數據利用內部開發的通勤碳排放盤點小程序，鼓勵員工定期提交通勤出行里程和交通方式等信息，基於參與盤點的員工數（有效盤點人數超35.5萬，覆蓋率接近80%）和盤點溫室氣體排放總量得出全年通勤碳排放量採樣均值，再根據勞動合同制員工總數推算公司通勤碳排放總量。

⁴ 根據《關於印發〈中央企業能源節約與生態環境保護統計報表〉的通知》（國資發綜合〔2019〕19號）規定的排放量計算公式進行理論值估算。

※ 水資源使用

管理方法與主要行動

公司嚴格遵守《中華人民共和國水資源法》《中華人民共和國水污染防治法》等業務所在地適用的法律法規，在日常生產經營中倡導節約用水，鼓勵雨水回收，嚴格控制污水排放，減少不必要的水資源消耗，實現「人均管理用水零增長」的既定用水目標。

公司日常辦公及生產經營中用水主要來源於市政統一供水，不存在水資源風險。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
總用水量	百萬噸	35.97	37.41	38.74
新鮮水用量	百萬噸	/	37.12	38.21
用水強度	噸 / 萬元	0.38	0.37	0.37
中水使用量	百萬噸	/	0.29	0.31
地下水	百萬噸	/	/	0.23

※ 廢棄物與物料使用

管理方法與主要行動

公司持續加強各類固體廢棄物的管理，在貯存、運輸、處置等各環節嚴格遵守國家相關法律法規，防控環境污染風險，不斷提高綜合利用率。

關鍵績效¹

指標名稱	單位	2022	2023	2024
無害廢棄物 ²				
一般固體廢棄物產生量	萬噸	4.46	6.17	5.12
一般固體廢棄物綜合利用量	萬噸	4.63	6.35	5.29
一般固體廢棄物綜合利用往年貯存量	萬噸	0.68	0.18	0.17

一般固體廢棄物綜合利用率 ³	%	88.61	100	100
一般固體廢棄物排放強度	千克 / 萬元	0.48	0.61	0.49
有害廢棄物 ²				
危險廢棄物產生量	萬噸	2.74	3.9	3.91
危險廢棄物處置量	萬噸	2.63	4.09	4.08
危險廢棄物處置往年貯存量	萬噸	0.37	0.18	0.17
危險廢棄物處置率 ⁴	%	82.35	100	100
危險廢棄物排放強度	千克 / 萬元	0.29	0.39	0.38
物料使用				
生產終端設備過程中所使用的物料總量	噸	12,308	12,270	7,865
生產終端設備過程中所使用的不可再生物料總量	噸	11	11	7.1
生產終端設備過程中所使用的可再生物料總量	噸	12,297	12,259	7,858
生產終端設備過程中所使用的有毒有害物料總量	噸	0	0	0
生產終端設備所用循環利用的進料百分比	%	43.72	43.72	43.72
生產終端設備所用循環利用的進料的數量	噸	5,381.06	5,364.44	3,438.58
生產終端設備所用再生產品及其包裝材料百分比	%	99.91	99.91	99.91
生產終端設備所用再生產品及其包裝材料的數量	噸	12,296.92	12,258.96	7,857.92
生產終端產品所用包裝物料每生產單位佔量	噸 / 每生產單位	0.000408	0.000409	0.000409

¹ 未來幾年，中國移動將努力減少辦公、營銷活動中的一般廢棄物、電子廢棄物、危險廢棄物，但由於網絡運營中的廢棄物數量與網絡飛速發展和設備不斷更新迭代直接相關，暫無法預期目標。

² 公司生產運營產生的固體廢棄物主要包括一般廢棄物、電子廢棄物和危險廢棄物三類。一般廢棄物主要指生活垃圾、餐廚垃圾、辦公和營銷廢紙或包裝、建築垃圾等；電子廢棄物主要指基站、機房更換的電子元器件、電子設備，辦公營業報廢打印機、複印機、傳真機、計算機等設備。一般廢棄物和電子廢棄物統稱為一般固體廢棄物。危險廢棄物主要指基站、機房廢棄的裸露線路板、蓄電池等，辦公場所廢棄的打印機硒鼓、墨盒、日光燈管等，報損或廢棄的手機等智能終端、電池、SIM卡等。

³ 一般固體廢棄物綜合利用率指報告期內一般固體廢棄物綜合利用量減去綜合利用往年貯存量與一般固體廢棄物產生量的比率。

⁴ 危險廢棄物處置率指報告期內危險廢棄物處置量減去危險廢棄物處置往年貯存量與危險廢棄物產生量的比率。

※ 綠色供應鏈

管理方法與主要行動

公司堅持實施綠色採購，印發《中國移動集中採購供應商信息核查管理規定》《中國移動通信一級集中採購質量及履約實施細則》和《中國移動集中採購產品質量管制辦法》文件、制定《中國移動供應商合作指南》等指導相關工作的開展，著力培育綠色供應商，同時，加強綠色包裝應用，開展循環回收，以自身行動及技術帶動供應鏈節能減排。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
電子渠道線上交易額	億元	6,339	6,486	6,876
電子採購項目實施數	萬個	約 3.2	約 3.5	約 2.9
採購全流程電子化減少的紙質文件數量	萬份	約 69.2	約 75.7	約 43.3
新增主設備綠色包裝應用比例	%	> 80	> 80	> 85
新增主設備綠色包裝應用比例目標	%	不低於 70	不低於 70	不低於 80
實現節材代木	萬立方米	26.81	27.85	28.14

※ 環境合規

管理方法與主要行動

公司制定《中國移動生態環境污染風險防控管理辦法》(中移廳計[2019]64號)，針對環境管理存在大氣、水土、固體廢物、電磁輻射、雜訊等重大風險點，明確責任部門，建立應急響應預案與防控措施。

※ 環保產品及服務

管理方法與主要行動

公司開發各類數字化應用及服務，滿足各行各業及個人用戶的信息化需求，提升生產、生活、社會治理效率，助力經濟社會節能減碳。公司通過咪咕閱讀、雲視訊、移動雲、大屏點播、咪咕視頻、雲遊戲、和教育等產品，在為用戶提供線上便利的同時，減少傳統閱讀、會議、娛樂、學習等方式產生的能源和資源消耗。公司緊抓新一代新技術的發展契機，為多個行業打造數字應用示範，助力其優化生產方式、管理模式，有效提升資源使用效能，助力降本增效，積極推進千行百業減少溫室氣體排放。

治理績效

※ 公司治理

管理方法與主要行動

公司積極推進治理現代化進程，截至 2024 年底，董事會由 8 名董事組成，董事會下設審核委員會、提名委員會、薪酬委員會、可持續發展委員會。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
董事數量	人	8	8	8
執行董事數量	人	4	4	4
獨立董事數量	人	4	4	4
女性董事數量	人	1	1	1
男性董事數量	人	7	7	7
女性董事佔比	%	12.5	12.5	12.5
董事會成員平均任期	年	4.8	4.0	4.1
董事會年內召開會議次數	次	12	7	10
董事會會議平均出席率	%	85.0	96.5	98.8
董事會全年審議議案數量	項	50	51	56
具有行業經驗的獨立或非執行董事數量	人	0	0	0

※ 稅務管理

管理方法與主要行動

公司實行兩級稅務管理組織架構，由總部負責統籌公司稅務管理工作，各成員單位負責具體履行納稅義務以及業務涉稅支撐等工作。公司嚴格遵循中國及各運營地的相關稅務法律法規，堅持誠信經營，依法納稅，制定《中國移動稅務管理辦法》《中國移動發票管理辦法》等制度，嚴格履行納稅義務，規範落實稅收政策。2024 年，公司持續跟蹤並及時分析重要財稅政策影響，面向稅務人員培訓宣貫最新財稅規範，保障公司涉稅處理合法合規；針對高級財務管理人員開展專題培訓，強化公司財務團隊的稅法遵從意識；研究制定稅務信息化系統建設規劃，拓寬數字化電子發票試點範圍，優化稅金計算、稅務風險控制等功能，運用新技術賦能稅務管理水平提升，為合規納稅提供有力支持。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
稅項	億元	373	386	399

※ 商業道德與反腐敗

管理方法與主要行動

公司恪守商業道德，以負責任的態度開展業務運營，反對任何形式的貪污腐敗，對發現並經確認的貪污腐敗行為實行零容忍政策。

完善制度機制

持續推行《中國移動廉潔從業承諾制度（試行）》，進一步規範領導人員、經理人員及關鍵職位人員廉潔從業行為。

加強廉潔文化建設

注重以集中性教育帶動經常性教育，建立健全廉政教育長效機制。聚焦市場、政企、網絡、國際業務、金融等重點領域及關鍵環節，開展精準化廉潔教育；編制《中國移動涉法案件典型案例警示錄》等材料，提升警示教育針對性和實效；開展廉潔文化建設優秀實踐成果評選，宣傳推廣最佳實踐成果。面向公司董事（包括獨立董事）開展包含利益與職務衝突內容的監管要求更新培訓。

持續深化嵌入式廉潔風險防控機制建設

持續深化具有中國移動特色的嵌入式廉潔風險防控機制建設，印發嵌入式防控體系化提升工作要點，堅持有效務實管用原則，優化防控舉措，堵塞風險漏洞，規範權力運行。扎實推進信息化建設、重點問題專項整治、協作區共建、最佳實踐推廣，聚焦基層易發、頻發問題重點領域，構建廉潔風險防控預警模型，推動風險防控從「事後分析」逐步向「即時預警、事前防控」轉變，廉潔風險防範能力不斷提升。

持續深化內部巡視

貫徹落實巡視工作方針，分兩輪對 14 家所屬單位開展常規巡視；優化巡視整改頂層制度設計，壓實整改「六方責任」，加強巡視整改和成果運用。

暢通舉報渠道

郵政信箱，地址：北京市西城區金融大街 29 號 A 座，100033；監督檢查工作現場接收舉報；總經理信箱，接受員工和公眾反映的違紀違法問題。

根據監管要求，公司腐敗事件等相關數據為涉密信息，已公開的貪污訴訟案件數目及訴訟結果等更多信息可登錄中央紀委國家監委網站查詢。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
年度開展反腐倡廉教育活動數量	場次	11,524	13,705	14,736
年度開展反腐倡廉教育活動員工覆蓋率	%	> 90	> 90	> 90
年度接受反腐教育與培訓人次數	人次	724,519	833,181	1,165,838

※ 價值鏈管理

管理方法與主要行動

公司搭建以「頂層制度」為統領、「運營制度」為根基、「規範文件」為指引的供應鏈制度體系，制定涵蓋採購、物流、合規、風險控制、供應商、質量、數智化等模塊的 32 項供應鏈管理制度，建立「計劃、執行、檢查、優化」的供應鏈閉環管理機制，提升供應鏈制度標準化、規範化、精細化管理水平。

提高採購效率

採用班車式採購、合並採購、集中決策、聯合實施等多種採購策略，不斷加強集約化管理。2024 年，兩級採購集中度超過 99.9%，採購項目平均用時 44 天，同比持平。

打造智慧採購

搭建集中供應鏈管理系統，形成電商化引導、全流程結構化、集中訂單中心、倉儲標準管理、集中統一門戶、質量閉環管理等六大核心能力；構建統一的電子採購與招投標系統，支撐招標、比選、詢價、競爭性談判、單一來源等全部採購方式的尋源流程數字化。2024 年，電子採購率近 100%。

完善合規採購

秉承「公開、公平、公正和誠實信用」原則，著力營造公平健康的營商環境和陽光規範的採購環境。年內在行業內首發串通投標認定規則，明確直接認定串標和疑似串標情形的處理原則以及工作要求，全力遏止串通投標（應答）等不正當市場競爭行為；應用智慧合規數智平台，在採購前核查採購文件，在採購中輔助發現供應商圍標串標、弄虛作假等不當行為，在採購後核查實施過程，有效監督採購工作；在招標、比選項目中推廣標準化評標室，確保評審過程陽光透明。

負責任採購

協助制定電信行業供應商社會責任評價體系標準，印發《中國移動集中採購供應商信息核查管理規定》指導相關工作。2024 年，共計開展超 1,059 廠次信息核查工作。

做好質量管理

制定《中國移動集中採購產品質量管制辦法》《中國移動通信一級集中採購質量及履約實施細則》等制度，加強對合作供應商的產品質量管制。2024 年，針對一級集中採購產品開展出廠檢測 12,772 批次、到貨檢測 9,438 批次、飛行檢測 312 批次。

促進民營與中小企業發展

通過電子採購，將付款週期縮短 55% 以上；幫扶中小企業，全年降低或減免投標保證金 3.2 億元。2024 年集中採購的供應商中，70% 以上為民營企業，80% 以上為中小微企業。

關鍵績效

指標名稱	單位	2022	2023	2024
供應商數量				
集中採購供應商數量 ¹	家	18,798	15,681	14,479
按地區劃分的供應商數量				
華東地區集中採購供應商數量	家	5,592	4,857	4,526
華北地區集中採購供應商數量	家	2,967	2,899	2,718
華中地區集中採購供應商數量	家	1,813	1,468	1,453
華南地區集中採購供應商數量	家	1,746	1,755	1,656
西南地區集中採購供應商數量	家	1,899	1,496	1,313
西北地方集中採購供應商數量	家	2,000	1,920	1,518
東北地區集中採購供應商數量	家	2,781	1,283	1,292
海外集中採購供應商數量	家	0	3	3

按類別劃分的供應商數量 ²				
一級集中採購供應商數量	家	754	671	635
二級集中採購供應商數量	家	18,580	15,444	14,252
供應商本地化				
一級集中採購供應商本地化 ³ 比例	%	100	99.7	99.69
二級集中採購供應商本地化 ⁴ 比例	%	67.40	62.6	50.17
供應商信息核查				
一級集中採購中供應商信息評審核查次數	次	1,510	1,371	2,209
電子採購系統				
電子採購與招投標系統上線項目數	個	32,018	35,461	29,269
電子採購與招投標系統註冊供應商數	家	339,319	371,743	404,862
中國移動採購評審專家庫在庫人數	人	49,901	49,446	50,123

¹ 2024 年數據為新簽約供應商，不包括 2024 年之前簽約但合同未到期的供應商。

² 部分公司同時為一級集中採購和二級集中採購供應商，集中採購供應商數量等於一級集中採購供應商數量和二級集中採購供應商去重後的數量。

³ 一級集中採購中的本地化供應商指國內供應商。

⁴ 二級集中採購中的本地化供應商指省內供應商。