

# 绩效报告

## 经济绩效

### ※ 价值创造

#### 管理方法与主要行动

公司锚定“世界一流信息服务科技创新公司”发展定位，践行创世界一流“力量大厦”发展战略，坚持稳中求进工作总基调，着力打造以 5G、算力网络、能力中台为重点的新型信息基础设施，创新构建“连接+算力+能力”的新型信息服务体系，统筹推进 CHBN（个人市场、家庭市场、政企市场、新兴市场）全向发力、融合发展，加速信息服务融入百业、服务大众。公司 2024 年从政府获得的财政补贴详见年报。

#### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
<b>经营绩效</b>				
营业收入	亿元	9,373	10,093	10,408
<b>客户规模</b>				
移动客户总数	百万户	975	991	1,004
5G 网络客户数 <sup>1</sup>	百万户	327	465	552
有线宽带客户数	百万户	272	298	315
物联网卡客户数	百万	1,062	1,316	1,416
政企客户数	百万家	23.20	28.37	32.59
<b>网络规模</b>				
4G 基站建设总数	万个	334	337	> 339
5G 基站建设总数	万个	128.5	> 194	> 240
NB-IoT 网络开通城市数	个	337	337	337
重点区域 5G SA 平均下载速率	Mbps	> 750	> 750	> 750
5G 网络流量	PB/天	/	> 300	> 330
互联网骨干带宽	Tbps	519	633	633
<b>国际服务</b>				
4G 网络国际漫游国家和地区数	个	218	229	241
5G 网络国际漫游国家和地区数	个	60	75	87
国际数据漫游用户同比增长	%	9.82	218.57	49.4
国际传输带宽	Tbps	123	145	164

<sup>1</sup> 公司自 2024 年月中旬已变更为披露 5G 网络客户数。

### ※ 科技创新

#### 管理方法与主要行动

公司贯彻落实创新驱动发展战略，组建科学技术委员会，强化技术战略引领，持续优化“一体五环”科研布局，全面加强以企业为主导的产学研深度融合，形成内、外双循环的协同创新格局。聚焦战略性新兴产业及未来产业，持续推进“BASIC6”科创计划，牵头聚力关键核心技术攻关，组建 5G 联合创新体，勇担移动信息现代产业链“链长”，打造业界一流的原创技术策源地。深入实施“联创+”计划，与重点高校、企业等伙伴共同打造合作共赢科研新生态。持续推进“双创”工作，带动全社会创新氛围，不断繁荣创新生态圈。

#### 专利管理

建立专利“1+3”创造、运用、保护、管理全生命周期管理体系，初步形成专业拉通、主建自治、支撑共享的工作模式。面向“BASIC6”打造专利导航库、知识库两项工具，持续推进 AI+ 专利大模型，助力研发和专利提质增效。建立分级分类专利人才认证体系，助力提升专利发明人、技术专家、专利人员专利技能；建立差异化专利奖励机制，促进专利产出，累计加入 8 个国际专利池，向 21 个国家的 140 余家企业实施专利许可。

#### 知识产权保护

遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等业务所在地适用的法律法规，制定《中国移动商标管理办法》《中国移动版权管理办法》《中国移动图文版权审核办法》等相关制度，指导全公司商标、版权管理工作。强化自主知识产权保护，持续提升知识产权保护意识，连续 15 年开展覆盖全公司的知识产权宣传周活动。推动构建产业知识产权生态，建设国家 5G 产业知识产权运营中心，发布《信息通信产业创新与知识产权保护蓝皮书（2024）》。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
<b>研发创新</b>				
研发投入 <sup>1</sup>	亿元	217	341	341
研发投入占主营业务收入比例	%	2.7	3.9	3.8
提交专利申请数量	件	5,186	6,452	8,141
新获专利授权数量	件	2,258	2,958	2,169
有效专利数量	件	/	15,149	17,004
每百万元营收有效专利数量	件 / 百万元	/	0.02	0.02
软件著作权数量	件	/	7,098	10,221
<b>开放合作</b>				
移动认证平台日均提供认证次数	亿次	18.73	19.85	20.06
OneNET 平台开发者数	个	292,641	349,177	396,054
OneNET 平台汇聚企业数	家	15,414	16,384	17,013
OneNET 平台接入设备数	万个	22,180.81	23,781.61	31,745.00
移动爱家生态平台开发者数	个	190,610	195,064	201,650
移动爱家生态平台汇聚企业数	家	1,716	2,007	2,421
移动爱家生态平台接入设备数	万个	37,100	49,210	58,688
移动爱家生态平台能力调用次数	万次	47,766,823	60,252,530	72,650,125
GTI 运营商成员	个	142	146	146
GTI 产业伙伴成员	个	254	257	266
中国移动智慧家庭合作联盟正式成员数	个	515	560	600
中国移动物联网联盟正式成员数	个	2,000	2,048	2,207
<b>带动创业</b>				
“双创”支持资金	万元	3,770	3,300	3,300
“双创”平台用户数	万人	19	19.3	19.9
“双创”活动累计创建项目数	个	3,575	3,795	4,017
“双创”活动参与团队数	个	3,744	3,859	5,076
“和创空间”进驻团队数	个	238	284	359
“和创空间”进驻入孵人数	个	786	1,148	1,298
带动就业数量	万人	205	161	179

<sup>1</sup> 研发投入包括费用化研发投入和资本化研发投入。

## ※ 科技伦理

### 管理方法与主要行动

公司根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《互联网信息服务算法推荐管理规定》《互联网信息服务深度合成管理规定》和《生成式人工智能服务管理暂行办法》等业务所在地适用的法律法规，制定了 AI 算法科技伦理审查要求，并在算法研发过程中开展审查工作，同时在内部对算法科技伦理审查管理细则进行宣贯。

## ※ 网信安全与客户隐私保护

### 管理方法与主要行动

公司遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国反电信网络诈骗法》《关键信息基础设施安全保护条例》《网络数据安全条例》等法律法规的要求，制定《中国移动数据安全管理办法》《中国移动数据分类分级及重要数据管控指导意见》《中国移动数据安全事件应急响应实施指南》《中国移动客户个人信息保护实施细则》等制度，以应对多种长期的网信安全风险，如关键信息基础设施被攻击风险增大，黑客攻击、恶意软件、信息窃取等网络犯罪对信息安全、数据安全的威胁持续增加，大数据、物联网、人工智能等新兴技术的发展带来自动化网络攻击、实施分布式拒绝服务攻击（DDoS）等新的安全问题。2024 年，公司未发生重大网络安全事件及重大信息、数据和隐私泄露事件。

#### 管理架构

成立由董事长担任组长，总经理和副总经理担任副组长的网络与信息安全领导小组，负责贯彻执行政府主管部门有关网络与信息安全管理方面的法律法规、方针政策及各项工作要求；审定公司网络与信息安全管理方面的发展战略、中长期规划、有关规定和重大决策；组织协调公司各网络间网络与信息安全管理方面的重大问题。网络与信息安全管理领导小组在网络与信息安全管理部设立办公室，负责统筹协调公司网络与信息安全管理整体工作。各所属单位网络与信息安全管理领导小组每年向集团公司网络与信息安全管理领导小组报告工作情况，并及时报告网络与信息安全管理重大事项。制定《中国移动网络安全工作考核问责办法（试行）》，将网络与信息安全工作考核纳入公司经营业绩考核体系。

### 关键信息基础设施安全防护

参照行业关键信息基础设施边界确定规范，明确关基资产范围，强化关基资产安全管理；制定《中国移动关键信息基础设施安全保护实施方案》《中国移动关键信息基础设施保护能力提升专项行动方案》《2024 年度中国移动关键信息基础设施保护计划》，确保安全保护要求落实落细；组织开展全国关键信息基础设施网络安全防护培训，强化关键岗位人员网络安全教育。

### 数据安全治理

建立健全中国移动数据安全管理体系，从管理、技术、运营、生态四个方面开展数据全生命周期安全工作。细化明确数据分类分级、数据安全风险评估、应急响应等制度和工作机制，规范开展数据收集、存储、传输、使用、销毁等各环节数据处理。持续强化数据安全能力建设，公司一般系统已实现基础级数据安全能力覆盖，保护全生命周期数据安全。建设集省联动的一体化数据安全运营管理平台，实现对中国移动数据资产、数据对外合作、合规评估、能力覆盖等情况的综合管理，全面提升保障能力。通过组织开展数据安全自查检查、定期开展数据安全风险评估和安全审计、组织数据安全应急演练等方式，及时发现问题风险并整改，消除风险隐患。建立数据安全关键岗位人员“清单化”管理机制，超 2 万名关键岗位人员均已签订数据安全责任书，并实现培训宣贯教育警示全覆盖。

### 客户个人信息保护

完善全生命周期个人信息保护机制，规范个人信息处理，加强技术管控能力，规范算法应用，强化风险监测和应急响应，做好重要数据管理与风险评估，健全考核问责制度，推动相关法规政策要求落实到个人信息处理的各个环节，不断提高合规水平。规范处理个人信息，做好客户告知。根据业务场景完善需收集用户个人信息的种类列表，使用合规设备、规范流程合法收集个人信息，在官方网站和营业厅醒目位置做好个人信息处理规则公示，高效响应客户个人信息保护相关诉求，做好自有 APP 隐私合规运营。优化工作流程，参考银行“金库模式”，实行“关键操作、多人完成”，通过技术手段，确保所有涉及客户信息操作都有严格审批控制和全面记录与审计，严防内部员工非法违规获取客户个人信息。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
<b>应急通信保障</b>				
应急通信保障次数	次	4,743	7,879	8,803
重要活动保障次数	次	3,973	7,663	8,489
重大自然灾害类保障次数	次	334	194	299
重要事故灾难类保障次数	次	39	14	15
公共卫生事件类保障次数	次	394	5	0
社会安全事件类保障次数	次	3	3	0
出动应急通信车	辆次	6,155	9,957	9,925
投入应急通信设备	套次	11,128	15,803	29,227
应急通信保障动用人	人次	471,709	307,026	401,970
<b>不良信息治理</b>				
处理客户不良信息举报数量	万条	77	68	171 <sup>1</sup>
诈骗电话号码处置数	万个	15.13	23.42	3.5
月均处置垃圾彩短信	亿条	5.91	11.18	18.61
月均处置违规 5G 消息	万条	486.46	2,768.65	3,371.11
处置“呼死你”等各类骚扰电话号码	万个	> 7.68	> 8.47	> 17.20
处置违规网站	万个	> 53.31	> 72.79	> 86.17
监测处置恶意软件	万种	> 21.24	> 75.71	> 177.56
处置恶意软件控制端	个	19,764	55,115	744,080
年度累计发送诈骗预警短信	亿条	348.94	282.17	318.8
防诈骗来电号码提示服务覆盖用户数	亿户	1.97	1.97	1.47
防诈骗来电号码提示服务年度累计提醒数	亿次	34.32	45.34	39.02

<sup>1</sup> 数据涨幅较大原因：2024 年 4 月起，工信部 12321 举报受理中心向运营商增加不良信息举报派单类别，新增垃圾短信催债类、验证码类举报。

## ※ 服务质量管理与规范营销

### 管理方法与主要行动

公司持续开展客户权益保护“阳光行动”，制定《关于开展故障维修服务体系建设工作的指导意见》《中国移动客户投诉管理办法》等售后服务制度，强化打造“心级服务”优质口碑，推进客户体验持续升级。

#### 服务质量评价体系

公司基于重点服务的客户感知及体验流程，设计以客户为中心的多指标综合性服务质量评价体系。根据服务组成要素（如人员、流程、技术等）及生命周期（如规划设计、组织实施、服务运营等）建立客户感知模型，包括功能性、安全性、可靠性、响应性、有形性及友好性等维度，根据价值及重要性确定指标权重分配，并随产品迭代逐渐调整优化。

#### 营销合规管理

对全网统一产品和营销活动开展 100% 上线审核，确保用户产品订购、变更、退订短信信息合规，实现变更套餐规则优化，降低费用争议；对外部渠道商营销页面开展巡查工作，处理违规广告和直播，对虚假宣传行为加重处罚，保障客户权益不受侵害。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
用户综合满意度	分	82.05	82.57	82.29
热线问题一次解决率	%	92.00	95.17	96.35
总经理接待日接待客户数量	人次	91,305	135,978	108,652
总经理接待日解答客户咨询和投诉数量	件	85,710	53,803	58,717

## ※ 产品质量管理

### 管理方法与主要行动

公司持续优化产品体验，完善“客户说了算、一线说了算”的“两个说了算”的产品质量测评体系，建立把好商用关、迭代关的“把好两道关”产品质量管控体系。

#### 产品质量测评体系

明确产品质量标准，制定 26 项重点产品的客户感知标准（KEI），形成 837 项质量标准，建设 1,024 项内部运营支撑标准（KQI），截至 2024 年底，各重点产品质量测评 95 分，较 2023 年提升 2 分。

#### 产品质量管控体系

严把产品商用关和迭代关，坚持不达标不上线，建立按月评测、分析和调度机制，2024 年各项重点产品累计迭代超 1,000 个版本，迭代功能数量超 1.2 万个，产品迭代优化改进率 99.7%，较 2023 年提升 4.7pp。

#### 产品体验评估模型

在现有质量测评体系基础上，推动构建覆盖功能/内容、易用度、性能等 5 个维度 22 项指标的主客观于一体的产品体验评估模型，牵引产品评价从品质测评向体验评估进化，输出 4 款产品的体验评估指标体系，并在重点产品上测试验证，有效提升产品的易用性。

#### 产品退出下线流程

加强产品上线后评估，评估指标包含业务发展、产品品质、财务效益等，对经评估后满足退出条件的产品及时退出。符合退出条件的产品，提前 60 日以公告等形式发布通知，做好存量客户的告知工作，及时完成产品相关平台下线、设备退网等工作，以保证用户感知。

## 社会绩效

### ※ 招聘与雇佣

#### 管理方法与主要行动

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等业务所在地适用的法律法规，制定《中国移动员工招聘管理办法》，明确规定招聘工作应坚持“公开透明、公平公正”的原则，不得设置任何形式的歧视性条件以及与岗位职责无关的资格条件。公司关注不同性别和年龄结构的人才引进，努力打造多元化的员工队伍，在同等条件下，优先招录脱贫地区、民族地区毕业生。

#### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
员工结构 <sup>1</sup>				
员工总数	人	450,698	451,830	455,405
男性员工数	人	213,527	215,343	218,916
女性员工数	人	237,171	236,487	236,489
中国大陆员工数	人	448,226	449,390	452,967
港澳台及海外员工数	人	2,472	2,440	2,438
30岁以下员工数	人	/	58,086	57,552
30-50岁员工数	人	/	362,469	364,575
50岁以上员工数	人	/	31,275	33,278
硕士及以上员工数	人	55,904	60,380	66,468
本科员工数	人	300,644	306,579	311,202
专科及以下员工数	人	94,150	84,871	77,735
30岁以下员工比例	%	13.62	12.86	12.64
30-50岁员工比例	%	79.76	80.22	80.06
50岁以上员工比例	%	6.62	6.92	7.30
技术人员比例	%	36.8	38.83	40.21
市场人员比例	%	45.35	43.74	42.62
经理人员比例	%	7.35	7.26	7.19
综合人员比例	%	9.71	9.37	9.05
其他人员比例	%	0.79	0.79	0.93

员工引进				
年度新入职员工总数	人	16,808	17,577	16,038
新入职女性员工总数	人	6,747	7,157	5,968
新入职男性员工总数	人	10,061	10,420	10,070
中国大陆新入职员工总数	人	/	16,485	15,173
港澳台及海外新入职员工总数	人	/	1,092	865
30岁以下新入职员工总数	人	/	10,972	11,921
30-50岁新入职员工总数	人	/	6,414	3,986
50岁以上新入职员工总数	人	/	191	131
员工流失				
员工流失率 <sup>2</sup>	%	1.77	1.31	0.94
年内女性员工流失率	%	1.47	1.18	0.81
年内男性员工流失率	%	2.11	1.46	1.07
境内单位员工流失率	%	1.53	1.13	0.8
境外单位员工流失率	%	21.88	15.88	16.26
30岁以下员工流失率	%	6.92	5.51	4.04
30-50岁员工流失率	%	1.02	0.74	0.52
50岁以上员工流失率	%	0.21	0.22	0.16
年度主动离职员工数	人	7,985	5,939	4,257
主动离职女性员工总数	人	3,478	2,793	1,927
主动离职男性员工总数	人	4,507	3,146	2,330
年度解雇员工数	人	1,364	2,274	1,818
解雇的女性员工总数	人	717	1,193	888
解雇的男性员工总数	人	647	1,081	930
员工多元化				
全体员工中女性比例	%	52.62	52.34	51.93
高级管理层中女性比例	%	16.08	15.14	14.79
少数民族员工数	人	/	33,222	34,053
少数民族员工比例	%	7.30	7.35	7.48

<sup>1</sup> 截至 2024 年底，本公司员工均为长期全职员工，无兼职员工、临时员工或非保证工时员工。

<sup>2</sup> 员工流失率不含退休人员，指主动离职员工。

## ※ 薪酬与福利

### 管理方法与主要行动

#### 薪酬

坚持薪酬市场化和业绩导向原则，制定《中国移动员工薪酬管理指导意见》《中国移动人工成本管理办法》，实施以“业绩导向、结构调整”为重点的薪酬制度，搭建员工十九职级职位薪酬管理体系；规范内部各层级收入分配结构，明确薪酬分配向基层一线、核心骨干、收入偏低群体倾斜的原则，理顺内部收入分配关系，做到分配公平、有序、有效。

#### 激励

坚持“战略、业务、创新”三个导向，实施更加精准的专项激励配置策略，面向重点市场、重点区域、重点业务、重点产品，开展 CHBN 市场、重点区域公司发展提升、能力中台及移动云业绩对赌等一系列灵活高效、针对性强的专项激励，切实牵引业务发展；聚焦产品突破，加快推进产品经理人才激励样板间建设，推动产品经理负责制落地做实，支撑公司高质量发展。在驱动科技创新方面，扎实推进《中国移动支持科技创新激励保障机制实施方案》，持续加大对战新任务等团队资源支持力度，开展科技创新人才激励，健全以科技创新为导向的中长期激励机制，推动公司科技创新向更高水平迈进。

#### 福利

为员工搭建全面福利保障体系，提供包括五项社会保险、公积金、企业年金、补充医疗等各项福利，充分保障员工日常生活和工作需求。制定《关于加强员工医疗保障体系建设的指导意见》，构建以社会基本医疗保险为基础保障、以企业补充医疗保险为中坚保障，以个人商业健康保险为自主保障的“三支柱”医疗保障体系框架；合理安排员工工作时间和休息时间，保障员工休息休假的权利；建立企业年金制度，为员工缴纳企业年金，切实保障退休人员待遇。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
CEO 信箱收到来信数	封	626	1,032	740
总部休产假女员工数	人	17	20	26
总部休产假男员工数	人	15	10	20
总部产假后男性员工返岗率	%	100	100	100
总部产假后返岗女性员工比例	%	100	100	100

## ※ 劳动权益保障

### 管理方法与主要行动

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等业务所在地适用的法律法规，坚决反对任何形式的童工与强制劳工等非法用工形式。2024 年，公司未发生使用童工及强制劳工等违规情况，未发生重大劳动纠纷案件。

公司严格遵守《中华人民共和国工会法》《企业民主管理规定》等业务所在地适用的法律法规，制定《中国移动关于进一步加强职工代表大会制度建设的指导意见》《中国移动推行企务公开工作指导意见》等，健全以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，保证职工代表大会依法行使各项职权，履行好民主监督职责，为员工权益保护提供制度保障。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
合同制员工加入工会比例	%	100	100	100

## ※ 职业健康与安全

### 管理方法与主要行动

公司关注员工职业健康与安全，严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》等业务所在地适用的法律法规，认真贯彻落实《国务院关于实施健康中国行动的意见》和《健康中国行动（2019-2030年）》要求，积极响应国务院办公厅《“十四五”国民健康规划》，搭建管理、宣传、培训、服务“四位一体”职业健康工作体系，保障员工身心健康。2024年，公司获得国家卫生健康委13项奖项，中国企业联合会51项奖项。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
员工身心健康				
员工体检率	%	97	96.5	97
“幸福1+1”覆盖员工数	万人	41.2	41.2	43
员工思想关爱覆盖员工数 <sup>1</sup>	万人	> 40	> 40	> 40
全集团开展员工思想关爱活动次数	次	36,333	43,601	56,923
全集团员工思想关爱活动参与人次	人次	271,040	324,033	469,393
安全生产				
安全生产投入	亿元	22.21	30.37	27.9
开展安全应急演练活动数量	场次	12,116	15,367	19,675
安全风险防护培训覆盖率	%	/	94.29	92.19
安全应急演练活动员工参与人次	人次	548,664	1,074,969	853,754
工伤 <sup>2</sup>				
在工作场所员工发生事故的数量	件	/	0	0
在工作场所员工发生事故的比率	%	/	0	0
因工伤损失工作日数	天	32,519	37,360	50,873
因安全生产事故而死亡的人数	人	0	0	0
千人事故死亡率	%	0	0	0

<sup>1</sup> 2024年，公司结合基层员工关爱工作实际，将心理健康关爱拓展为范围更广的思想关爱，对数据披露做出相应调整。

## ※ 发展与培训

### 管理方法与主要行动

公司制定《中国移动“十四五”人才规划》《中国移动关于进一步加强人才工作的实施意见》，协助员工达成职业发展目标。结合公司发展需要，研究升级综合、市场、技术、经理四大条线职位体系，优化职位族、职位名称、岗位职责、职位设置单位，匹配业务发展，动态更新标准职位设置。匹配公司业务转型需要，初步构建具备“科创底色、网信特色、省专协同、大岗主责、重点牵引、能力拉通”6大特色的新型职位体系，加强管理制度，强化职位布局支撑。

#### 职业能力培训

公司为员工提供全面化的职业能力培训，开展多样化劳动技能竞赛，优化技能人才队伍建设。实施分层分级培训，有序推进公司年度培训任务和课程资源建设计划。

#### 员工绩效评估

公司实施全流程闭环绩效管理，以战略为导向，以岗位为基础，做好绩效计划、绩效辅导、绩效考核、绩效反馈以及绩效应用五个关键管理环节。按照标准正态分布原则设定绩效考核评估五个标准等级，以员工绩效计划完成情况为依据开展评估，确保考核数据真实、准确、详尽，做到考核评估客观、公平、公正。2024年，员工绩效评估覆盖率为100%。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
员工培训				
人均培训费用	元	1,957	2,895	2,903
培训总人次	万人次	123.4	160.1	170.7
女性员工培训人次	万人次	/	78.9	80.8
男性员工培训人次	万人次	/	81.1	89.9

<sup>2</sup> 在工作场所员工发生事故的数量、在工作场所员工发生事故的比率、因安全生产事故而死亡的人数、千人事故死亡率四项数据的统计不包含合作单位范畴。

指标名称	单位	2022	2023	2024
员工培训				
接受培训的高层管理人员人次	人次	1,341	1,612	1,971
接受培训的中层管理人员人次	人次	23,103	25,799	34,472
接受培训的普通员工人次	万人次	121.0	157.3	166.3
员工平均培训时间	小时	125.0	123.1	123.5
女性员工平均培训时间	小时	118.77	130.1	112.4
男性员工平均培训时间	小时	131.85	118.1	136.4
高层管理人员平均培训时间	小时	128.1	173.1	167.4
中层管理人员平均培训时间	小时	151.1	173.6	178.8
普通员工平均培训时间	小时	124.6	123.1	122.7
女性员工参加培训比例	%	99.9	99.6	99.5
男性员工参加培训比例	%	98.9	99.4	99.6
高层管理人员参加培训比例	%	100	100	100
中层管理人员参加培训比例	%	99.9	99.9	100
普通员工参加培训比例	%	99.5	99.6	99.5
网上人才发展中心培训情况				
网上人才发展中心用户总数	万人	47.6	47.5	47.8
网上人才发展中心用户人均学习时长	小时	93.6	81.8	82.4
网上人才发展中心手机学习人数	万人	37.5	31.9	33.1
员工绩效和职业发展考核				
定期接受绩效和职业发展考核的员工比例	%	100	100	100
定期接受绩效和职业发展考核的女性员工比例	%	100	100	100
定期接受绩效和职业发展考核的男性员工比例	%	100	100	100
定期接受绩效和职业发展考核的高层管理人员比例	%	100	100	100
定期接受绩效和职业发展考核的中层管理人员比例	%	100	100	100
定期接受绩效和职业发展考核的普通员工比例	%	100	100	100

## ※ 当地社区

### 管理方法与主要行动

公司严格遵守《中华人民共和国公益事业捐赠法》等业务所在地适用的法律法规，制定《中国移动对外捐赠管理办法》，配合母公司做好消费帮扶、产业帮扶等工作，助力巩固拓展脱贫攻坚成果。积极投身发展公益事业，设立“中国移动公益平台”，为社会公众参与公益慈善提供便捷途径，依托中国移动慈善基金会打造“爱‘心’行动”与“蓝色梦想”等公益项目，广泛开展志愿服务活动。注重境外履责，积极参与当地社区建设，推动社区共融成长发展。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
公益慈善				
“和你在一起”志愿活动参与人次	人次	1,920	800	838
“和你在一起”志愿活动捐助金额	万元	134.24	96	100.56
中国移动慈善基金会累计对外捐赠金额	万元	45,235	49,365	53,395
“蓝色梦想”累计捐赠金额	亿元	2.451	2.704	2.984
“蓝色梦想”累计培训农村中小学校长数	人	> 130,000	> 130,000	> 130,000
“蓝色梦想”累计建设爱心图书馆数	个	2,310	2,310	2,310
“蓝色梦想”累计建设多媒体教室数	间	4,360	4,725	5,115
爱“心”行动累计捐赠金额	亿元	2.143	2.24	2.3
爱“心”行动累计接受免费先心病筛查贫困儿童数量	名	63,850	68,591	71,847
爱“心”行动累计救助确诊先心病贫困儿童数量	名	7,446	7,745	7,936
员工本地化				
香港公司员工本地化比例	%	84.4	79.6	73.5
香港公司管理人员本地化比例	%	60.6	62.8	62.5
对口支援与帮扶				
总部年内投入对口支援与帮扶资金	万元	28,700	28,700	30,300
总部累计投入对口支援与帮扶资金	亿元	15.9	18.74	22



## 环境绩效

### ※ 能源使用、温室气体与废气排放

#### 管理方法与主要行动

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》、国家发展和改革委员会《重点用能单位节能管理办法》《固定资产投资节能审查办法》以及国家“双碳”“1+N”政策体系等业务所在地适用的法律法规，制定相关制度文件，持续推进绿色网络建设，积极使用绿色能源，坚持开展绿色办公实践，不断提升能源使用效率，降低能源使用产生的温室气体排放。

#### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
<b>节能环保投入</b>				
节能环保投入	亿元	/	72	78.7
<b>能源使用</b>				
总能源消耗量	兆瓦时	/	63,067,608	64,747,094
绿色电力购买量	亿度	/	1.58	35.37
数据中心平均电能利用效率 (PUE)	/	/	1.32	1.30
<b>直接能源使用</b>				
天然气使用量	百万立方米	12.8	12.6	13.0
液化石油气使用量	百吨	1.5	1.5	1.5
煤气使用量	百万立方米	0.01	0.03	0.01
煤炭使用量	万吨	0.04	0.03	0.01
汽油使用量	百万升	77.9	74.7	68.6
柴油使用量	百万升	9.3	8.4	8.4
<b>间接能源使用</b>				
外购电力使用量	亿度	592.5	610.8	629.3
外购热力使用量	万百万千焦	405.0	392.0	350.2
<b>能源使用强度</b>				
单位电信业务综合能耗	千克标准煤/万元	/	64.5	61.5
单位信息流量综合能耗同比下降率	%	15	13.16	9.05
单位电信业务总量综合能耗同比下降率	%	14	12.99	4.65

<b>能源节约</b>				
年总计节电量	亿度	64.3	89.90	115.34
年节电相当于节约成本量	亿元	43.09	60.63	76.07
年节电相当于减少温室气体排放量	万吨	366.70	512.65	618.90
<b>温室气体排放</b>				
温室气体排放总量 (范围一+范围二) <sup>1</sup>	百万吨	34.46	35.40	32.46
直接温室气体排放总量 (范围一)	百万吨	0.22	0.22	0.20
间接温室气体排放总量 (范围二)	百万吨	34.24	35.18	32.26
单位信息流量温室气体排放强度 (范围一+范围二)	吨 CO <sub>2</sub> e/TB	0.015	0.013	0.011
单位信息流量温室气体排放强度下降比率	%	16	13.3	18.8
范围三温室气体排放量—类别 6: 商务旅行 <sup>2</sup>	万吨	3.47	7.05	8.05
范围三温室气体排放量—类别 7: 员工通勤 <sup>3</sup>	万吨	37.13	29.05	25.93
直接温室气体减排总量 (范围一)	万吨	/	/	3.8
间接温室气体减排总量 (范围二)	万吨	/	/	821.0
<b>废气排放</b>				
SO <sub>2</sub> 排放量 <sup>4</sup>	吨	8.16	5.17	1.96

<sup>1</sup> 公司采用运营控制法核算温室气体，将相关运营主体全部纳入核算范围。核算的温室气体种类为二氧化碳。核算使用准则来自国家发展和改革委员会发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南》。电网平均温室气体排放因子取自生态环境部《关于做好2023—2025年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》（环办气候函〔2023〕43号），外购热力二氧化碳排放因子取自《国家发展改革委办公厅关于印发第三批10个行业企业温室气体核算方法与报告指南（试行）的通知》（发改办气候〔2015〕1722号），煤炭、天然气、煤气、液化气、汽油、柴油二氧化碳排放因子取自《2006年IPCC国家温室气体清单指南》，其中，汽油密度取0.72Kg/L，柴油密度取0.83Kg/L。

<sup>2</sup> 商务旅行温室气体排放统计范围为境内各单位。统计方式为基于财务差旅报账数据，核算境内单位差旅报账单据起终点距离、交通方式，根据美国环境保护署对应的单位里程碳排放系数进行碳排放计算后加总得出。其中，乘坐飞机的商旅碳排放量由公司供应商提供，依据国际航协行前标准，按机型和距离测算的对应航段的温室气体排放数据。

<sup>3</sup> 员工通勤温室气体排放数据利用内部开发的通勤碳排放盘点小程序，鼓励员工定期提交通勤出行里程和交通方式等信息，基于参与盘点的员工数（有效盘点人数超35.5万，覆盖率接近80%）和盘点温室气体排放总量得出全年通勤碳排放量采样均值，再根据劳动合同制员工总数推算公司通勤碳排放总量。

<sup>4</sup> 根据《关于印发〈中央企业能源节约与生态环境保护统计报表〉的通知》（国资发综合〔2019〕19号）规定的排放量计算公式进行理论值估算。

## ※ 水资源使用

### 管理方法与主要行动

公司严格遵守《中华人民共和国水资源法》《中华人民共和国水污染防治法》等业务所在地适用的法律法规，在日常生产经营中倡导节约用水，鼓励雨水回收，严格控制污水排放，减少不必要的水资源消耗，实现“人均管理用水零增长”的既定用水目标。

公司日常办公及生产经营中用水主要来源于市政统一供水，不存在水资源风险。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
总用水量	百万吨	35.97	37.41	38.74
新鲜水用量	百万吨	/	37.12	38.21
用水强度	吨/万元	0.38	0.37	0.37
中水使用量	百万吨	/	0.29	0.31
地下水	百万吨	/	/	0.23

## ※ 废弃物与物料使用

### 管理方法与主要行动

公司持续加强各类固体废弃物的管理，在贮存、运输、处置等各环节严格遵守国家相关法律法规，防控环境污染风险，不断提高综合利用率。

### 关键绩效<sup>1</sup>

指标名称	单位	2022	2023	2024
无害废弃物 <sup>2</sup>				
一般固体废物产生量	万吨	4.46	6.17	5.12
一般固体废物综合利用率	万吨	4.63	6.35	5.29
一般固体废物综合利用率往年贮存量	万吨	0.68	0.18	0.17

一般固体废物综合利用率 <sup>3</sup>	%	88.61	100	100
一般固体废物排放强度	千克/万元	0.48	0.61	0.49
有害废弃物 <sup>2</sup>				
危险废弃物产生量	万吨	2.74	3.9	3.91
危险废弃物处置量	万吨	2.63	4.09	4.08
危险废弃物处置往年贮存量	万吨	0.37	0.18	0.17
危险废弃物处置率 <sup>4</sup>	%	82.35	100	100
危险废弃物排放强度	千克/万元	0.29	0.39	0.38
物料使用				
生产终端设备过程中所使用的物料总量	吨	12,308	12,270	7,865
生产终端设备过程中所使用的不可再生物料总量	吨	11	11	7.1
生产终端设备过程中所使用的可再生物料总量	吨	12,297	12,259	7,858
生产终端设备过程中所使用的有毒有害物料总量	吨	0	0	0
生产终端设备所用循环利用的进料百分比	%	43.72	43.72	43.72
生产终端设备所用循环利用的进料的数量	吨	5,381.06	5,364.44	3,438.58
生产终端设备所用再生产品及其包装材料百分比	%	99.91	99.91	99.91
生产终端设备所用再生产品及其包装材料的数量	吨	12,296.92	12,258.96	7,857.92
生产终端产品所用包装物料每生产单位占量	吨/每生产单位	0.000408	0.000409	0.000409

<sup>1</sup> 未来几年，中国移动将努力减少办公、营销活动中的一般废弃物、电子废弃物、危险废弃物，但由于网络运营中的废弃物数量与网络飞速发展和设备不断更新迭代直接相关，暂无法预期目标。

<sup>2</sup> 公司生产运营产生的固体废物主要包括一般废弃物、电子废弃物和危险废弃物三类。一般废弃物主要指生活垃圾、餐厨垃圾、办公和营销废纸或包装、建筑垃圾等；电子废弃物主要指基站、机房更换的电子元器件、电子设备，办公营业报废打印机、复印机、传真机、计算机等设备。一般废弃物和电子废弃物统称为一般固体废物。危险废弃物主要指基站、机房废弃的裸露线路板、蓄电池等，办公场所废弃的打印机硒鼓、墨盒、日光灯管等，报损或废弃的手机等智能终端、电池、SIM卡等。

<sup>3</sup> 一般固体废物综合利用率指报告期内一般固体废物综合利用量减去综合利用往年贮存量与一般固体废物产生量的比率。

<sup>4</sup> 危险废弃物处置率指报告期内危险废弃物处置量减去危险废弃物处置往年贮存量与危险废弃物产生量的比率。

## ※ 绿色供应链

### 管理方法与主要行动

公司坚持实施绿色采购，印发《中国移动集中采购供应商信息核查管理规定》《中国移动通信一级集中采购质量及履约实施细则》和《中国移动集中采购产品质量管理办法》文件、制定《中国移动供应商合作指南》等指导相关工作的开展，着力培育绿色供应商，同时，加强绿色包装应用，开展循环回收，以自身行动及技术带动供应链节能减排。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
电子渠道线上交易额	亿元	6,339	6,486	6,876
电子采购项目实施数	万个	约 3.2	约 3.5	约 2.9
采购全流程电子化减少的纸质文件数量	万份	约 69.2	约 75.7	约 43.3
新增主设备绿色包装应用比例	%	> 80	> 80	> 85
新增主设备绿色包装应用比例目标	%	不低于 70	不低于 70	不低于 80
实现节材代木	万立方米	26.81	27.85	28.14

## ※ 环境合规

### 管理方法与主要行动

公司制定《中国移动生态环境污染风险防控管理办法》(中移厅计[2019]64号)，针对环境管理存在大气、水土、固体废物、电磁辐射、噪声等重大风险点，明确责任部门，建立应急响应预案与防控措施。

## ※ 环保产品及服务

### 管理方法与主要行动

公司开发各类数字化应用及服务，满足各行各业及个人用户的信息化需求，提升生产、生活、社会治理效率，助力经济社会节能减碳。公司通过咪咕阅读、云视讯、移动云、大屏点播、咪咕视频、云游戏、和教育等产品，在为用户提供线上便利的同时，减少传统阅读、会议、娱乐、学习等方式产生的能源和资源消耗。公司紧抓新一代新技术的发展契机，为多个行业打造数字应用示范，助力其优化生产方式、管理模式，有效提升资源使用效能，助力降本增效，积极推进千行百业减少温室气体排放。

## 治理绩效

### ※ 公司治理

#### 管理方法与主要行动

公司积极推进治理现代化进程，截至 2024 年底，董事会由 8 名董事组成，董事会下设审核委员会、提名委员会、薪酬委员会、可持续发展委员会。

### 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
董事数量	人	8	8	8
执行董事数量	人	4	4	4
独立董事数量	人	4	4	4
女性董事数量	人	1	1	1
男性董事数量	人	7	7	7
女性董事占比	%	12.5	12.5	12.5
董事会成员平均任期	年	4.8	4.0	4.1
董事会年内召开会议次数	次	12	7	10
董事会会议平均出席率	%	85.0	96.5	98.8
董事会全年审议议案数量	项	50	51	56
具有行业经验的独立或非执行董事数量	人	0	0	0

## ※ 税务管理

### 管理方法与主要行动

公司实行两级税务管理组织架构，由总部负责统筹公司税务管理工作，各成员单位负责具体履行纳税义务以及业务涉税支撑等工作。公司严格遵循中国及各运营地的相关税务法律法规，坚持诚信经营，依法纳税，制定《中国移动税务管理办法》《中国移动发票管理办法》等制度，严格履行纳税义务，规范落实税收政策。2024 年，公司持续跟踪并及时分析重要财税政策影响，面向税务人员培训宣贯最新财税规范，保障公司涉税处理合法合规；针对高级财务管理人员开展专题培训，强化公司财务团队的税法遵从意识；研究制定税务信息化系统建设规划，拓宽数字化电子发票试点范围，优化税金计算、税务风险控制等功能，运用新技术赋能税务管理水平提升，为合规纳税提供有力支持。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
税项	亿元	373	386	399

## ※ 商业道德与反腐败

### 管理方法与主要行动

公司恪守商业道德，以负责任的态度开展业务运营，反对任何形式的贪污腐败，对发现并经确认的贪污腐败行为实行零容忍政策。

#### 完善制度机制

持续推行《中国移动廉洁从业承诺制度（试行）》，进一步规范领导人员、经理人员及关键职位人员廉洁从业行为。

#### 加强廉洁文化建设

注重以集中性教育带动经常性教育，建立健全廉政教育长效机制。聚焦市场、政企、网络、国际业务、金融等重点领域及关键环节，开展精准化廉洁教育；编制《中国移动涉法案件典型案例警示录》等材料，提升警示教育针对性和实效；开展廉洁文化建设优秀实践成果评选，宣传推广最佳实践成果。面向公司董事（包括独立董事）开展包含利益与职务冲突内容的监管要求更新培训。

#### 持续深化嵌入式廉洁风险防控机制建设

持续深化具有中国移动特色的嵌入式廉洁风险防控机制建设，印发嵌入式防控体系化提升工作要点，坚持有效务实管用原则，优化防控举措，堵塞风险漏洞，规范权力运行。扎实推进信息化建设、重点问题专项整治、协作区共建、最佳实践推广，聚焦基层易发、频发问题重点领域，构建廉洁风险防控预警模型，推动风险防控从“事后分析”逐步向“实时预警、事前防控”转变，廉洁风险防范能力不断提升。

#### 持续深化内部巡视

贯彻落实巡视工作方针，分两轮对 14 家所属单位开展常规巡视；优化巡视整改顶层制度设计，压实整改“六方责任”，加强巡视整改和成果运用。

#### 畅通举报渠道

邮政信箱，地址：北京市西城区金融大街 29 号 A 座，100033；监督检查工作现场接收举报；总经理信箱，接受员工和公众反映的违纪违法问题。

根据监管要求，公司腐败事件等相关数据为涉密信息，已公开的贪污诉讼案件数目及诉讼结果等信息可登录中央纪委国家监委网站查询。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
年度开展反腐倡廉教育活动数量	场次	11,524	13,705	14,736
年度开展反腐倡廉教育活动员工覆盖率	%	> 90	> 90	> 90
年度接受反腐教育与培训人次	人次	724,519	833,181	1,165,838

## ※ 价值链管理

### 管理方法与主要行动

公司搭建以“顶层制度”为统领、“运营制度”为根基、“规范文件”为指引的供应链制度体系，制定涵盖采购、物流、合规、风险控制、供应商、质量、数智化等模块的32项供应链管理制度，建立“计划、执行、检查、优化”的供应链闭环管理机制，提升供应链制度标准化、规范化、精细化管理水平。

#### 提高采购效率

采用班车式采购、合并采购、集中决策、联合实施等多种采购策略，不断加强集约化管理。2024年，两级采购集中度超过99.9%，采购项目平均用时44天，同比持平。

#### 打造智慧采购

搭建集中供应链管理系统，形成电商化引导、全流程结构化、集中订单中心、仓储标准管理、集中统一门户、质量闭环管理等六大核心能力；构建统一的电子采购与招投标系统，支撑招标、比选、询价、竞争性谈判、单一来源等全部采购方式的寻源流程数字化。2024年，电子采购率近100%。

#### 完善合规采购

秉承“公开、公平、公正和诚实信用”原则，着力营造公平健康的营商环境和阳光规范的采购环境。年内行业内首发串通投标认定规则，明确直接认定串标和疑似串标情形的处理原则以及工作要求，全力遏止串通投标（应答）等不正当市场竞争行为；应用智慧合规数智平台，在采购前核查采购文件，在采购中辅助发现供应商围标串标、弄虚作假等不当行为，在采购后核查实施过程，有效监督采购工作；在招标、比选项目中推广标准化评标室，确保评审过程阳光透明。

#### 负责任采购

协助制定电信行业供应商社会责任评价体系标准，印发《中国移动集中采购供应商信息核查管理规定》指导相关工作。2024年，共计开展超1,059厂次信息核查工作。

#### 做好质量管理

制定《中国移动集中采购产品质量管理办法》《中国移动通信一级集中采购质量及履约实施细则》等制度，加强对合作供应商的产品质量管理。2024年，针对一级集中采购产品开展出厂检测12,772批次、到货检测9,438批次、飞行检测312批次。

#### 促进民营与中小企业发展

通过电子采购，将付款周期缩短55%以上；帮扶中小企业，全年降低或减免投标保证金3.2亿元。2024年集中采购的供应商中，70%以上为民营企业，80%以上为中小微企业。

## 关键绩效

指标名称	单位	2022	2023	2024
供应商数量				
集中采购供应商数量 <sup>1</sup>	家	18,798	15,681	14,479
按地区划分的供应商数量				
华东地区集中采购供应商数量	家	5,592	4,857	4,526
华北地区集中采购供应商数量	家	2,967	2,899	2,718
华中地区集中采购供应商数量	家	1,813	1,468	1,453
华南地区集中采购供应商数量	家	1,746	1,755	1,656
西南地区集中采购供应商数量	家	1,899	1,496	1,313
西北地区集中采购供应商数量	家	2,000	1,920	1,518
东北地区集中采购供应商数量	家	2,781	1,283	1,292
海外集中采购供应商数量	家	0	3	3

按类别划分的供应商数量 <sup>2</sup>				
一级集中采购供应商数量	家	754	671	635
二级集中采购供应商数量	家	18,580	15,444	14,252
供应商本地化				
一级集中采购供应商本地化 <sup>3</sup> 比例	%	100	99.7	99.69
二级集中采购供应商本地化 <sup>4</sup> 比例	%	67.40	62.6	50.17
供应商信息核查				
一级集中采购中供应商信息评审核查次数	次	1,510	1,371	2,209
电子采购系统				
电子采购与招投标系统上线项目数	个	32,018	35,461	29,269
电子采购与招投标系统注册供应商数	家	339,319	371,743	404,862
中国移动采购评审专家库在库人数	人	49,901	49,446	50,123

<sup>1</sup>2024 年数据为新签约供应商，不包括 2024 年之前签约但合同未到期的供应商。

<sup>2</sup>部分公司同时为一级集中采购和二级集中采购供应商，集中采购供应商数量等于一级集中采购供应商数量和二级集中采购供应商去重后的数量。

<sup>3</sup>一级集中采购中的本地化供应商指国内供应商。

<sup>4</sup>二级集中采购中的本地化供应商指省内供应商。