



诚信立责任 和谐筑未来

Sincerely Take Our Responsibility

Harmoniously Build Our Future

中国移动通信集团公司企业责任报告



总裁致辞



王建宙
中国移动通信集团公司总裁

善尽责任 共创卓越

作为全球网络规模最大和客户数量最多的移动通信运营商，为3亿多客户提供移动通信服务，我们时刻感到责任重大。

中国文化讲求人、社会与环境的和谐共生。承继这一理念，中国移动通信秉持“正德厚生 臻于至善”的价值观，努力建设日臻强大的信息社会，不仅对企业的可持续发展负责，更对国家、人类社会的进步负责，努力实现企业与社会、环境的和谐发展。

作为“正德厚生 臻于至善”价值观的延伸，中国移动通信的企业责任观可以这样阐述：

“以天下之至诚而尽己之性、尽人之性、尽物之性。”

“诚意”和“诚信”是中国移动通信践行企业责任的出发点和基本准则。在经济责任方面，以臻于至善的态度，全力发挥所长，追求卓越的运营表现，以尽己之性。在社会责任方面，致力于建设“无处不在和无所不能的数字生态系统”，推动社会共创价值，以尽人之性。在环境责任方面，以负责任的态度和可持续发展观，节约资源，积极减少企业运营对环境的影响，追求人类与自然的和谐发展，以尽物之性。

本报告作为中国移动通信集团公司的第一本企业社会责任报告，依据国际通行的全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）的《可持续发展报告指南》编制，总结了中国移动通信过去七年践行企业责任的成效。回顾以往，中国移动通信与相关方共同成长并为社会的和谐发展作出了应有贡献。展望未来，我们将伴随技术的发展、产业的融合、全球化的竞争迈入新的发展时期。在把握变化的过程中，我们仍将诚信尽责，精益求精，不断追求在经济、社会和环境责任方面的卓越表现。

这是一个总结，也是一个开始，更是一个承诺。所有中国移动通信人将在未来继续善尽责任，共创卓越！

中国移动通信集团公司总裁

王建宙

二〇〇六年十二月



目

总裁致辞 01

我们是谁 04

基本信息 04

管理团队 05

企业责任观 06

责任的践行 07

利益相关方 08

善尽经济责任 —— 尽己之性 09

商业表现与经济影响 10

—商业表现 10

—积极评价 11

—经济影响 12

高标准的公司治理 14

—科学决策 14

—高效管理 15

以创新打造世界一流企业 17

—管理创新 17

—技术创新 18

—服务与业务创新 19

与利益相关方共同成长 20

—与利益相关方的沟通 20

—利益相关方权益保护 21

—提出立法和政策建议 24

善尽社会责任 —— 尽人之性 25

推进国民经济信息化 26

—建设“无处不在”的优质移动通信网络 27

—提供“无所不能”的丰富移动通信应用 30

录

助力社会主义新农村建设 34

—村村通电话工程 35

—农村信息网 38

促进社会和谐发展 40

—援助弱势群体 41

—支持教育发展 44

—关注特殊人群 48

—推动社区成长 49

—共襄奥运盛举 52

善尽环境责任 —— 尽物之性 53

环境保护 54

—促进企业与环境和谐共生 54

—带动社会共同参与环保 56

创建资源节约型企业 57

承担企业责任的定量指标 58

展望未来 59

相关方证言 60

附录 62

关于本报告 62

我们聆听 63

版权页 64

GRI索引 65

正德厚生 臻于至善



以天下之至诚而尽己之性、尽人之性、尽物之性

——
《中庸》

以与天地参矣

地之化育 则可

化育 可以赞天

则可以赞天地之

性 能尽物之性

性 则能尽物之

之性 能尽人之

其性 则能尽人

能尽其性 能尽

唯天下至诚 为



基本信息

中国移动通信集团公司（本报告简称“中国移动通信”）是2000年4月20日成立的国有重要骨干企业，注册资本为518亿元人民币，现资产规模超过5000亿元人民币。中国移动通信拥有全球第一的网络规模和客户规模，连续6年入选《财富》杂志世界500强企业，最新排名第202位，是北京2008年奥运会合作伙伴。

中国移动通信全资拥有中国移动（香港）集团有限公司，由其控股的中国移动有限公司在境内31个省（自治区、直辖市）以及香港特别行政区设立全资子公司，并在香港和纽约上市。目前，中国移动有限公司是我国在境外上市公司中市值最大的公司之一，也是世界市值最大的电信运营公司。

中国移动通信主要经营移动话音、数据、IP电话和多媒体业务，并具有计算机互联网国际联网单位经营权和国际出入口局业务经营权。除提供基本话音业务外，还推出了多种话音增值业务和无线数据业务，拥有“全球通”、“神州行”、“动感地带”等著名客户品牌。客户号码段包括“139”、“138”、“137”、“136”、“135”、“134（0至8号段）”和“159”。

中国移动通信已建成一个覆盖范围广、通信质量高、业务品种丰富、服务水平一流的移动通信网络。截至2006年9月底，网络已经100%覆盖全国县（市），主要交通干线实现连续覆盖，城市内重点地区基本实现室内覆盖，客户总数超过3亿户。GSM国际及台港澳漫游通达216个国家和地区，294个运营公司。随着企业“走出去”战略的实施，中国移动通信服务的地域不断拓展。

面向未来，中国移动通信确立了“做世界一流企业，实现从优秀到卓越的新跨越”的发展战略。本着对利益相关方高度负责的原则，我们将努力提升核心竞争力，通过打造卓越的运营体系，构建卓越的组织，培育卓越的人才，打造“一个中国移动（One CM）”，努力成为移动信息专家和卓越品质的创造者。

■ 基本信息一览

公司名称	中国移动通信集团公司
成立时间	2000年4月20日
总部地址	北京市西城区金融大街29号
注册资本	518亿元人民币
资产规模	超过5000亿元人民币
所有权性质	全民所有制
上市方式	全资拥有中国移动（香港）集团有限公司，由其控股的中国移动有限公司在境内31个省（自治区、直辖市）以及香港特别行政区设立全资子公司，并在香港和纽约上市

管理团队



王建宙先生，57岁，中国移动通信集团公司总裁，同时任中国移动有限公司董事长兼首席执行官。主持公司全面管理工作。拥有工学硕士学位及工商管理博士学位，教授级高级工程师，通晓电信业务，具有超过28年的电信行业管理经验。



李跃先生，47岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。协助总裁负责公司发展战略、计划、网络、管理信息系统等工作。拥有硕士学位及工商管理博士学位，教授级高级工程师，具有超过30年的电信行业管理经验。



鲁向东先生，46岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。协助总裁负责公司市场营销、数据业务、集团客户等工作。拥有无线通信专业硕士学位及经济学博士学位，教授级高级工程师，具有超过24年的电信行业管理经验。



薛涛海先生，50岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。协助总裁负责公司财务管理、人力资源工资薪酬管理、内部审计等工作。拥有工商管理硕士学位，高级会计师，具有超过26年的电信行业及财务管理经验。



张晨霜先生，54岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。负责纪律检查和工会工作，分管党群工作部，协助总裁分管综合部和监察室等工作。拥有工商管理硕士学位，高级经济师，具有超过28年的电信行业管理经验。



沙跃家先生，48岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。协助总裁负责技术、业务支撑及研究开发等工作。拥有硕士学位及工商管理博士学位，教授级高级工程师，具有超过24年的电信行业管理经验。



刘爱力先生，42岁，中国移动通信集团公司副总裁，同时任中国移动有限公司执行董事兼副总裁。协助总裁负责对外拓展、实业管理等工作。拥有工商管理博士学位，教授级高级工程师，具有超过24年的电信行业管理经验。



企业责任观

中国移动通信秉持“正德厚生 臻于至善”的核心价值观，以“创无限通信世界，做信息社会栋梁”为使命，努力成为“卓越品质的创造者”。

中国移动通信企业文化的核心内涵是“责任”和“卓越”，即要以“正身之德”而“厚民之生”，做兼济天下、善尽责任、不断进步的优秀企业公民。

基于对经济、社会和环境三重责任的认识，中国移动通信的责任观是：

“以天下之至诚而尽己之性、尽人之性、尽物之性。”
——秉持做优秀企业公民的诚意，以诚信实践承诺，以永不自满、不断创新的进取心态，精益求精，追求企业、社会与环境的和谐发展。

中国移动通信责任观的出发点是“诚”。“诚”在中国文化中具有双重含义：一为“诚意”，这是中国移动通信履行责任的出发点和驱动力；二为“诚信”，这是中国移动通信履行责任的行為规范和基本准则。

“尽己之性”即追求企业的和谐发展：通过诚信负责的经济行为保证自身的可持续发展，全力发挥所长，追求卓越，不断创新。

“尽人之性”即追求社会的和谐发展：在自身追求卓越的同时，协同社会大众发挥所能，共同推进人类社会的可持续发展。

“尽物之性”即追求环境的和谐发展：致力减少自身运作对资源的消耗与环境的影响，尽力保护自然环境。

责任的践行

◎ 培育“负责”文化

企业责任的履行离不开每一位员工的参与。中国移动通信在企业内部积极培育“负责文化”，鼓励员工时时处处对企业行为的影响负责，自觉规范自身行为。

理念传递：编制了《责任与卓越》系列培训教材，进行全员培训；利用彩信、短信、电子期刊、海报等进行内部传播；举办“总裁战略讲坛”、企业文化演讲比赛，使“责任”与“卓越”的理念深入人心。

落实执行：确定以“责任”和“卓越”为核心的企业文化建设三年目标，制定《2006-2008年企业文化建设实施纲要》，在各单位建立企业文化推广责任机构，推动落实。

榜样示范：开展“责任铸就卓越”征文和演讲比赛、“感动你我的故事”企业责任案例征集活动，传播优秀案例和优秀人物事迹。

◎ 搭建企业责任管理体系

承担企业责任并不是一时、一地、一事的短期行为，需要长期系统的规范与管理。目前，中国移动通信已经成立了公益慈善办公室，专门负责企业的公益慈善工作；还将借鉴国际标准，进一步搭建企业责任管理体系。

保障组织：建立公司决策层直接领导的专门团队，明确企业责任各项工作的职责和跨部门协调机制。

制定政策：坚持科学合理和清晰明确的企业责任方向，以保证众多责任实践活动的整合性、有效性和可持续性。

吸引参与：创造条件，使员工有机会积极参与责任承担，确保企业责任在运营中渗透的广度和深度。

规范流程：为企业责任项目确立筛选机制及决策流程，建立规范的事前分析、事中跟踪、事后评估的运作模式，对项目执行进行控制。



中国移动通信管理层在河北省西柏坡参加党建活动

利益相关方

政府的指导与监督是中国移动通信全部经营活动的准则和出发点。中国移动通信严格遵守法律法规、服从政府监管、积极响应政府号召，努力为企业发展营造良好外部环境。

客户是中国移动通信生存和发展的根本条件。中国移动通信通过发掘和满足客户需求为自身和社会创造经济效益和社会效益。

员工是中国移动通信持续发展的基石。中国移动通信的基业长青依靠全体员工的共同努力。

投资者是中国移动通信快速发展的重要推动力。中国移动通信基于投资者的信任获得发展资金，并根据资本市场要求不断优化公司治理、实施全面创新。

价值链伙伴是中国移动通信为客户提供优质服务的同盟军。中国移动通信与价值链伙伴共同研发和推广契合客户需要的移动通信业务，共同打造和谐共赢的产业价值链。

同业者影响着中国移动通信所处的市场环境。中国移动通信与同业者在政府统一管理下基于公平、有效的原则开展竞争，并共同推动产业发展。

中国移动通信相信，企业的长久发展离不开社会和环境的可持续发展。社会和环境的参与者和受益者——公众，是中国移动通信生存和发展的基础。



尽己之性

——中国移动通信以高标准实现商业成功，追求卓越创新，为客户和投资者创造高价值和高回报，着力实现企业可持续发展

尽己之性，是中国移动通信对经济责任的态度。

中国移动通信坚持精益求精，追求高水平的管理与运营，着力推动企业可持续发展。我们坚信唯有如此，才有实力为顾客提供卓越服务，为投资者创造最大价值。

中国移动通信致力于高标准的公司治理，贡献税收，带动行业发展，创造就业机会，与产业链和运营所在地域共同成长，持续追求管理、技术、服务与业务的全面创新，从而更好地承担责任。

商业表现与经济影响

◎ 商业表现

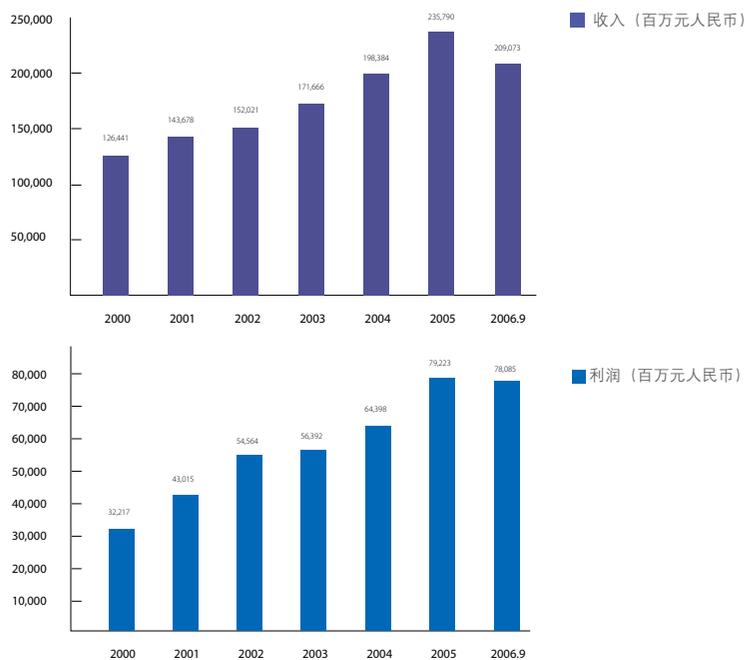
中国移动通信既是一家财务稳健、能产生稳定现金流的盈利性公司，又是一家充满发展潜力、具有良好前景的持续成长性公司。在不断变化的市场环境下，中国移动通信演绎了“大象快跑”的精彩篇章，实现了国有资产快速增值。

中国移动通信建成了世界上规模最大、质量一流的移动通信网络。截至2006年9月底，拥有基站218,503个，交换机容量近4.3亿户。

中国移动通信服务于世界上最广大的客户群体。截至2006年9月底，中国移动通信拥有3.04407亿客户，客户平均每月通话时长达376.4分钟，使用移动数据业务的客户数达到2.50741亿。

中国移动通信为国内用户提供了可与发达国家媲美的高水准业务和服务，有力提升了国民信息化水平，提高了社会整体运行效率，极大地丰富和方便了人们的生活。

■ 中国移动通信商业表现



注：本数据取自中国移动通信次年度决算报表中上年同期数（如2000年数字为2001年度会计决算报表中上年同期数）

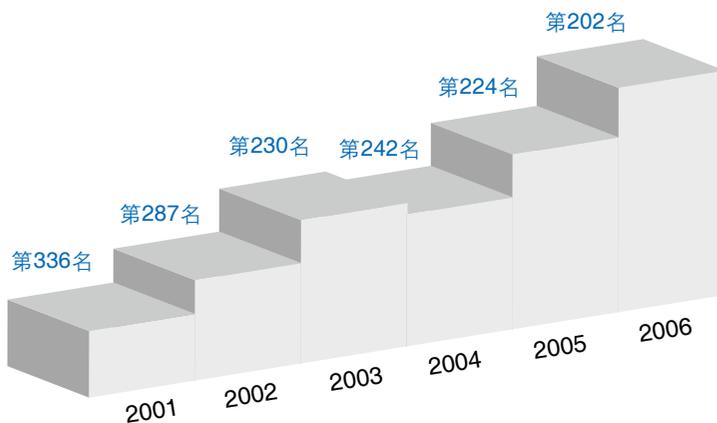
◎ 积极评价

中国移动通信连续六年被美国《财富》杂志评为世界500强企业，最新排名第202位。中国移动有限公司成为连续四年入选美国《福布斯》“全球400家A级最佳大公司”的唯一中国企业。在“2006年中国企业500强”评选中，中国移动通信位列中国企业500强综合榜第五名、服务企业500强第三名。

中国移动通信的品牌价值不断上升，在英国《金融时报》评出的“全球最强势100品牌”中排名第四；在世界品牌实验室评出的“亚洲品牌500强”中排名第三；在美国《商业周刊》评出的“中国最佳20品牌”中排名第一。

中国移动有限公司的信用评级连续三年获得国际著名信用评级机构——标准普尔公司和穆迪公司的双双调升，目前拥有标准普尔“A/前景展望稳定”和穆迪“A2/前景展望正面”的信用评级，是唯一同时获得两家机构等同于国家主权级评级的中国公司。

■ 中国移动通信《财富》世界500强排行榜表现



◎ 经济影响

中国移动通信自成立以来，企业规模快速壮大，年复合增长率达到两位数。

据专家测算，中国移动通信近三年所创造价值在国内生产总值中的比重持续保持在1.1%以上，同期对国民经济总需求的拉动保持在2.2%以上，有效发挥了国有资产对宏观经济的推动作用。2000年以来，中国移动通信累计上缴利税1670.08亿元，对国民经济作出了应有的经济贡献。

不仅如此，中国移动通信还带动产业链蓬勃发展，共同构建了中国信息产业在全球电信行业格局中的显著地位，大大提高了国际竞争力，成为打造“电信强国”的国家队。

“移动公司对国民经济的贡献比率是基于其年报数据、中国宏观经济数据以及经济学界常用测算方法计算得出的。我欣慰地看到移动公司近年来在业绩不断快速上升的背景下对中国经济增长作出了巨大贡献，既创造了大量新增价值，也带动了派生需求超乎寻常的扩张。这是新技术快速普及、需求强劲增长和创新型企业活动三者相结合、相得益彰的结果。”

北京师范大学经济与工商管理学院教授、金融系主任

贺军
2006年12月

■ 直接经济贡献

■ 中国移动通信纳税情况(单位：百万元人民币)

年份	2001	2002	2003	2004	2005
金额	21,155	24,481	23,753	23,745	31,679



中国移动通信领导与华润万众电话公司管理层合影

■ 引领产业发展

在我国移动通信产业大发展的进程中，中国移动通信始终发挥着重要带动作用。伴随着移动通信在中国的普及和深入，与合作伙伴共同构建了一个由运营商、设备制造商、信息内容提供商、系统集成商、移动产品经销商、移动客户和社会相关行业组成的移动通信产业价值链。

2000年，中国移动通信率先推出了基于短消息的移动增值服务，创造性地引入了“移动梦网”新型商业模式，开始打造“开放、合作、共赢”的产业链。到2002年底，网易、搜狐、新浪等先锋门户网站相继因此盈利，信息服务产业由此蓬勃兴起，产业价值的增长数以亿计。

● 共建信息服务产业园

在广东，推动建立“信息服务产业园”，该项目预算10亿元。与爱立信、华为、诺基亚、中兴、摩托罗拉、NEC、西门子、金蝶、用友等几十家大型设备制造商及内容提供商结成战略合作伙伴，共同建设该产业园。预计到2010年，该产业园将形成“115”的产业格局，即1个业务研发中心、10个国际技术研发中心、500家信息服务提供商，并通过整合产业链上下游企业的资源优势，促成广东通信

运营业、通信制造业、信息服务业三雄鼎立格局的最终形成。

■ 创造就业机会

中国移动通信为各类高水平人才提供了超过30万个直接就业岗位，更重要的是，作为核心环节拉动了产业链上其他各个节点的增长，提供了超过200万个间接就业机会，为社会整体的安定、繁荣与发展作出了积极贡献。

- 在浙江，通过发展代销服务渠道、手机销售维修等，历年吸收就业超过3万人。2003年启动的“3000就业工程”一次性吸纳了全省3000多名下岗人员。
- 在江西，与当地政府部门联合推出“移动服务进社区”项目，安排下岗人员4050名。

■ 探索国际化之路

中国移动通信积极响应国家“走出去”战略的部署，充分发挥企业资源优势和能力优势，为国有大型企业“走出去”创新思路、积累经验。坚持“输出优势、拓增价值”的国际化战略定位，以新兴市场、海外华人市场和短期出境市场为重点，挖掘新的市场机会。在“走出去”的过程中，承诺遵守当地法律法规，尊重当地风俗文化，保护当地生态环境，将企业责任推己及人。

- 2005年11月，中国移动有限公司收购香港华润万众电话有限公司后，实践了不裁员，实现协同效应，充分发挥网络、服务和业务整合优势的承诺。

高标准的公司治理

中国移动通信通过实施“整体上市、分步实施”的战略，经过6次收购，于2004年在国内电信企业中率先实现了主营业务资产整体上市。

上市不仅筹集了发展资金，同时引入了国际通行的管理思想和管理模式，强化了诚信、透明、公开、高效的公司治理，规范了治理结构，转换了经营机制，极大地提升了公司的运营管理水平。

目前，中国移动通信已经建立起规范、高效的决策机制，实现了全方位的企业管理改进与提升。未来，将以构建卓越的组织为目标，进一步建立以客户为中心的企业标准化流程管理体系，实现战略驱动的目标管理，形成协调、高效的管理模式，建成完善的风险控制体系，建设充满活力的学习型组织。

◎ 科学决策

根据国家与企业相关规定，中国移动通信规范了公司治理及运作方式，明确实行总裁负责制，总裁为集团的法定代表人。集团公司领导人职务管理严格按照国家有关文件规定执行。集团公司重大事项由总裁办公会议研究决定。同时，为确保科学决策，成立了专门的战略决策咨询委员会、技术咨询委员会和产品需求决策委员会等。

制定了严格、全面的管理办法与制度流程，防止腐败、惩治商业贿赂。成立了以王建宙总裁为组长的商业贿赂专项治理领导小组，开展专项治理。中国移动通信致力于以科学决策为核心，不断完善公司治理结构，建立科学的治理机制，确保公司高效运行，有力保障各利益相关方的利益最大化。

● 战略决策咨询委员会

邀请政界人士、国内外知名经济和法律学者、电信业知名人士和电信技术专家组成战略决策咨询委员会，就公司发展的重大战略问题向管理层提供决策咨询。委员由公司管理层聘任，现任名誉主任为信息产业部原部长吴基传先生，现任主任为集团公司前总经理张立贵先生。委员会成立以来，通过年度大会、实地调研、专题研究、专家讲座等多种方式，积极提供专家建议，其中多项被公司管理层采纳并实施。

● 技术咨询委员会

组织技术专家成立了技术咨询委员会，就重大的技术方案、科研项目规划和科研技术力量组建等向公司管理层提供咨询和建议，促进了公司在技术战略、策略上的决策科学化，有效推动了公司的科技创新和技术进步。



中国移动通信战略决策咨询委员会2006年年会

◎ 高效管理

■ 战略管理:

保持战略前瞻与有效执行

创立了战略管理体系,制定公司五年发展规划和三年战略规划,建成了包括环境分析、目标体系、方案制定、措施规划和实施评估的五个管理模块,为企业发展制定了行动蓝图,建立了有力的战略执行监控体系。推进战略、预算、绩效闭环管理,强化战略对运营管理的指导和驱动作用。

■ 预算管理:

实现战略导向的资源优化配置

以战略为起点,以市场为导向,推行了全面预算管理,实现了公司战略、业务计划和预算的有效衔接,优先保证了企业发展关键环节的顺利运行,真正实现了资源配置的合理化。将预算目标层层分解,使责任落实到子公司、部门,直至个人;强化了预算执行监控与分析,切实保障战略层层落实。

■ 绩效管理:

以绩定奖,传导激励

在同行业中率先推出以职位、薪酬、绩效为主要内容的人力资源提升举措,运用国际通用的平衡计分卡方法,将公司的战略目标与关键绩效指标(KPI)和工作目标相结合,逐级分解,通过传导机制和绩效指导,帮助员工完成工作目标,实现员工薪酬分配与绩效评估结果挂钩。通过绩效管理将员工行为与公司战略目标的实现紧密相连,形成绩效管理的良性循环。

■ 风险管理:

透明、高效、统一的风险防控机制

以遵循《萨班斯法案》第404条款为契机,以国际通行的COSO框架为基础,对公司12个主流程、43个子流程进行全面梳理,明确公司关键控制点692个,制定内控标准化文本,并将修补责任层层分解落实。在此基础上,初步建立起高效统一、独立客观的内部控制和内部审计机制。建立了在国内外企业中处于领先地位的企业法律风险管理体系,有效地完善了企业风险管理机制。



中国移动通信副总裁薛涛海(右)被评为“2004年中国CFO年度人物”



◎ 高效管理

■ 集中化管理： 显著提升资源利用效率

以集中化管理为核心的管理效率提升成效显著。实施集中采购,节约了大量采购资金,2005年设备采购成本较2004年下降了27.9%;“集中监控、集中维护、集中管理”的网络运维体制,为中国移动通信网络运行质量提供了可靠保证;“资金集中、统一调配、分级管理、有偿使用”的企业资金管理新模式,为资金资源的有效利用和风险控制打下了坚实基础。

■ 信息化： 全面提升企业运作效率与安全

企业信息化水平不断提升,处于行业领先地位。建成了网络管理系统(NMS)、运营支撑管理系统(BOSS)以及企业资源计划(ERP)和办公自动化(OA)等管理信息系统(MIS),实现了平台之间的无缝连接。电子运维系统在网络管理中得到普遍应用,实现了前台客户服务部门与后台支撑管理部门的实时联动,建立了高效的闭环电子化生产调度流程。



中国移动通信实现了网络集中监控

以创新打造世界一流企业

◎ 管理创新

作为一个处于通信应用领域的高科技企业，中国移动通信始终坚持以创新求发展，以发展促创新。通过不断提高自主创新能力，实施管理创新和技术创新，有力地支撑和实现了业务和服务的不断创新，并以卓越的品质吸引了越来越多的客户。如今，“移动改变生活，创新成就卓越”，已不是一句简单的口号。正是这种不懈追求的创新精神，使中国移动通信向着世界一流企业的行列快速迈进。

中国移动通信的发展史就是一部不断创新的历史。创新是中国移动通信做世界一流企业的必经之路。今天，创新对中国移动通信变得越来越重要。当前，国家将增强自主创新能力作为“十一五”经济社会发展的重要战略，明确提出到2020年，中国将建设成为创新型国家。作为国有骨干企业，在这样一个以“创新”引领未来的进程中，中国移动通信将以探路者的勇气与智慧全力前行。

管理创新是企业保持基业长青的关键所在。中国移动通信管理工作定位于鼓励创新，发现和推广典范，推动形成创新文化和建立创新机制。在管理创新工作中，中国移动通信始终把握三点：

一是注重战略导向，使管理创新活动成为中国移动通信实现战略目标的推动力，以优秀为起点，卓越为目标，提高管理创新成果的评选标准，注重选拔“管理一流”省公司的创新项目作为典型，以推动公司整体管理水平从优秀到卓越的进步。

二是以树立创新理念、形成创新文化为核心，持续完善管理创新的激励机制，突出创新成果表彰对管理创新活动的推动作用，彰显管理创新对公司发展进步的贡献。

三是将成果的可推广性作为重要的评价指标，注重由成果形成的知识的可传递性、可转移和可发挥性，将管理创新作为促进公司学习型组织建立的起步工作。

■ 行动

● 2004年初，下发了《关于全面开展企业管理创新活动的通知》，制定了《管理创新成果奖励办法》，成立了管理创新评审委员会。2004年开始，每年开展“中国移动通信管理创新成果奖”评选活动，迄今共收到各省公司申报成果近400项，评出66项兼具创新性、可操作性和可推广性的优秀管理创新成果。

● 2004—2006年三年间，中国移动通信获“全国通信行业企业管理现代化创新成果奖”达到64项，名列全行业之首，并连续三届获得“管理创新组织奖”。有15项管理创新成果荣获“全国企业管理现代化创新成果奖”。



2005年7月召开中国移动通信管理创新报告会，促进创新成果推广



中国移动通信副总裁沙跃家（右三）在NGMN组织成员会议上

◎ 技术创新

中国移动通信将增强自主技术创新能力作为企业发展的重中之重。

建立健全科研管理制度，确保创新投入，成立专门的研发机构——中国移动通信研究院，并与中国科学院、清华大学等科研院所和高校建立起长期稳定的合作。积极参与国家重大项目研究，为产业技术进步进行探索。

深入参与技术标准化工作，发起成立NGMN（下一代移动通信网络）组织，努力成为国际技术标准的重要制定者和技术进步的有力引导者。

■ 以市场需求为导向开展技术创新

近年来，中国移动通信以市场需求为驱动力，通过技术创新不断刷新经营业绩。

- 建成了全球一流的业务支撑系统（BOSS），采用两级管理模式，快速支持各种新业务的应用，率先实现客户异地充值、挂失等服务。
- 完成了工程浩大的移动号码升位，建成了第一张基于CAMEL PHASE2的移动智能网络，开发出深受市场欢迎的多种智能业务，同时促进了民族通信制造业在这一领域形成主导地位。
- 建成了世界上最大的软交换汇接网，自主制定了全套软交换汇接局的规范，在IMS（IP多媒体子系统）架构的基础上，提出了CM-IMS解决方案，弥补了IMS架构在开展全业务方面的不足。
- 推出了已经被纳入第三代移动通信合作伙伴计划（3GPP）技术规范的彩信业务，使手机日益成为影响力日益巨大的“第五媒体”。
- 建成了世界上规模最大的数据业务管理平台（DSMP），实现了移动数据业务的客户管理、订购关系管理、信息服务提供商（SP）管理等功能，有效地控制了SP的欺诈行为。

■ 鼓励并保护自主创新

- 2002年初，制定了《中国移动通信集团科技进步及业务服务创新奖励办法》，成立了科技进步及业务服务创新评审委员会。
- 2002年至今，连续四年开展科技进步及业务服务创新评奖，评选出近百项技术创新成果。
- 2002年至今，共获得了1项国家级科技奖励，14项国家级工程奖励，41项部级工程奖励，27项部级科技奖励，在通信运营商中名列前茅。
- 截至2006年9月底，提交中国专利申请超过310件，国际专利申请15件。

■ 积极参与技术标准制定

- 自公司成立以来，共发布企业技术标准300项，并且每年以近100项的速度增加。
- 自2002年开始，每年都向3GPP、OMA（开放移动联盟）等国际标准化组织提交大量稿件。仅2005年向3GPP提交362篇，写入标准59篇；向OMA提交110篇，通过43篇，并把“一个移动网络两个网号”这一技术创新成果写入国际标准。
 - 2006年，联合Vodafone、Orange、NTT DoCoMo、T-Mobile、KPN和Sprint等全球六大电信运营商，成立了旨在推动下一代移动网络技术发展的NGMN组织。
 - 在国际标准化组织中有1人担当OMA副主席和3GPP副主席；有7人在中国通信标准化协会中任组长、副组长职务。

◎ 服务与业务创新

中国移动通信自成立以来，一直坚持以客户为导向，不断进行服务与业务创新，更将“服务与业务领先”作为公司发展第一阶段的战略重点。

一种新的移动通信业务，也许本身只是一个微小的改变，却能带来社会生活甚至文化习惯的巨大变化，比如短信业务。

一项新的客户服务，也许本身只会带来微小的方便，却能为数以亿计的客户群体创造价值，比如“话费误差，双倍返还”。

一种新的商业模式，也许本身只是源于一个美好的愿望，却能激发出不可思议的活力和价值，比如“移动梦网”。

我们的下一项创新会给人们带来什么？

■ 业务创新

以手机媒体化和多用化为方向，针对客户需求，创新性地提供了三大类产品：客户界面类、基础通信及扩展类、生活娱乐商务类，并进一步细分为消息类、语音增值类、游戏类、音乐类、电子商务类、互联网类、图像类、位置服务类、资讯类、共享类、客户界面类共计11条产品线、近百种新产品。

以GPRS（通用分组无线业务）及短信为主要载体，为客户提供包括企业直联、IP电话、无线上网、企业信息发布、移动办公、GPS定位、无线POS、CMNET等业务在内的企业整体解决方案和行业典型解决方案，在政府部门和电力、交通、石油等近20个行业得到了推广应用。

■ 服务创新

● 在全国开通了10086客户服务热线，为客户提供7x24小时话费与积分查询、业务咨询与办理、梦网业务定制关系查询与退订等全面服务。严格执行“所有10086电话服务都不能在客户之前挂电话”的规定，在全国通信服务行业中居于最高标准之列。

● 2004年，率先向全国客户承诺了“话费误差，双倍返还”。在此基础上提供清晰的对账单，提供了网站、短信、营业厅

多媒体终端、账单邮寄等多种查询、获取话费信息的方式。

● 为客户提供各种通信服务之外的延伸服务，比如“易登机服务”——客户只需把证件、机票、行李交给专门人员，对方就可为客户办理全套登机手续。

● 针对客户反映强烈的电信卡有效期设置及余额过期失效等问题，推出了“小面额缴费卡”、“余额转移”、“保留期做被叫”、“增加保号期”等系列解决方案。

■ 商业模式创新

2002年，创造性地提出了“移动梦网”模式，有效整合了运营商、SP、CP（内容提供商）等各方资源优势，形成了移动数据领域良性的生态环境，拉动我国互联网产业走出低谷，迎来新一轮发展浪潮。2005年，该项目荣获“国家科技进步二等奖”。

2004年12月，率先设计推出中国第一个“无线音乐排行榜”。它以精确的计费平台为基础，以彩铃、互动式语音应答（IVR）等业务为承载平台，打造了一条崭新的无线音乐产业链，唱片公司、SP、著作权人、歌手与客户都从这一全新的产业链上获益。

与利益相关方共同成长

中国移动通信追求与利益相关方和谐共生，共同创造价值、分享成功。

注重与利益相关方的沟通与互动，并深信这是构筑信任与合作的基础。

注重在企业运营的同时，尽可能兼顾利益相关方的不同需求，并将保护他们的权益视为自身责任，努力付诸行动。



10086客户服务热线



国资委副主任李伟（中）在中国移动通信总裁王建宙（前右）陪同下检查工作

◎ 与利益相关方的沟通

■ 对政府

严格遵守政府相关管理规定，以实际行动支持打造“电信强国”、构建和谐社会、促进西部大开发、实施“走出去”等国家宏观战略，在第一时间响应政府工作部署。

■ 对客户

通过10086客户服务热线、定期客户满意度调查等多种渠道征集客户意见，及时了解客户的需求和感受，并针对客户的反馈尽快做出改进。

● “满意100”活动

2006年启动“满意100”活动，推出了“客户接待日”、“窗口服务评优”、“自助服务设施有奖举报”、“关键服务细节改善”、“优势服务举措推广”、“营业厅自助设备有奖举报”、“垃圾短信有奖举报”等具体举措，赋予了客户更多的监督权。

■ 对员工

通过企务公开监督栏、员工合理化建议平台、总经理信箱、总经理接待日、职工代表巡视等方式，不断扩展和完善沟通机制，充分倾听员工的意见和建议。

● 职工代表大会制度

建立起省、市两级职工代表大会制度，坚持每年最少召开一次职工代表大会。企业的重大方针政策、关系员工切

身利益的各项政策等，都经职工代表大会审议通过。

■ 对投资者

本着对股东负责的态度，准确、及时地披露信息，通过路演、反向路演、投资者座谈会等活动，建立顺畅的沟通渠道。致力于以规范的沟通和稳健的经营，赢得更多来自资本市场的信任。

■ 对价值链伙伴

制定了统一、公开的采购标准，明确了对渠道和SP的规范管理办法，同时通过会议、论坛等多种形式与价值链伙伴就产业热点问题进行探讨，达成共识，共同推动产业繁荣。

■ 对同业者

严守行业法规与政策，积极配合政府主管部门监管，以理性的态度开展竞争，并以行业论坛、联盟会议等多种形式的沟通来推动竞合，共同营造健康、有序的竞争环境。

■ 对公众

努力增加企业透明度，力求创造更加透明、开放的沟通环境，建立长期、规范的沟通机制，通过多种渠道了解并回应舆论呼声，将社会评价作为改进运营工作的重要依据。

◎ 利益相关方权益保护

■ 员工发展与权益保护

● 提供均等发展机会

在雇佣关系中严格遵守国家相关法律法规及行业行为准则，严禁在任何岗位上雇佣童工，严格避免强制劳动和雇佣歧视现象的发生。

坚持男女平等、同工同酬的雇佣政策，为新进员工提供的工资高于当地最低平均工资水平。重视女员工的发展。早在2001年，就已在全国范围建立了中国移动通信集团工会女工委委员会。女员工对企业发展和对社会的贡献被普遍认可。到目前为止，共有5名女员工被评为全国“三八红旗手”，3名被全国妇联授予“全国巾帼建功标兵”，36个集体被授予“全国巾帼文明岗”。

● 关注员工健康与安全

通过加强保安和劳动保护措施，创造安全的工作环境；同时注重对员工的安全教育与培训，如消防培训与演练等。对野外作业的基站建设人员在高空、带电、恶劣气候和复杂地形等环境下作业，采取了特别的劳动保护措施。

完全遵照执行工伤保险有关规定，确保因工作遭受事故伤害或者患职业病的职工获得医疗救治和经济补偿。

● 注重员工职业生涯发展

建立起科学、完整的员工绩效激励与反馈机制，注重不同岗位员工的职业生涯发展规划，并要求直线经理定期与员工进行一对一的工作与绩效情况面谈，聆听员工心声，提出改进建议，促进员工发展。

以创建学习型组织为目标，不断加大培训力度。2006年，员工人均培训时间达7天。自主建立的网上教育系统，已在总部及5省公司试运行，上线课程17门，2006年内达到近百门。

建立了交流借调制度，以促进人才流动。各地的优秀员工均有机会到总部或在省公司之间进行交流，时间从数月到一年不等。

通过努力，中国移动通信不仅保持了员工队伍的稳定，而且使员工素质显著提高，成为企业高速健康发展最重要的保障之一。



中国移动通信总裁王建宙（右三）、副总裁张晨霜（左一）、战略决策咨询委员会主任张立贵（左二）为员工书画、摄影、手工才艺作品展揭幕



◎ 利益相关方权益保护

■ 消费者权益保护

中国移动通信拥有世界上最大的移动通信消费群体，承担着世界上最重的保护消费者通信权益的责任。一段时期以来，一些不法分子利用我们的平台实施各种损害消费者利益的行为。对此，中国移动通信迅速建立了相关制度和流程，采取了诸多控制措施。

● 以正面信息引导客户

社会上一些不良信息发布者，通过各种渠道获取手机用户的手机号码，发送垃圾信息甚至欺诈信息。出于保护客户隐私的需要，难以大规模主动跟踪过滤这些信息，但中国移动通信积极利用正面信息引导等方式，尽可能减少不良信息的传播。

——在内蒙古，针对有人通过手机短信欺骗青少年的行为，给青少年群发警示短信，防止青少年上当受骗。

积极倡导“绿色手机文化”，通过手机音乐、手机文学、手机报纸等新的应用形式，积极将健康的正版文学艺术作品引入移动信息服务领域，开展各种活动以支持创作广大客户乐于欣赏的、科学的、健康的信息内容。

——在广东，联合《南方都市报》推出了“红段子”短信大赛，倡导公众参与编写励志和弘扬真情的短信，与不良短信抗衡。“红段子”大赛历时近半年，参赛短信近50万条，客户主动下载量超过500万条，第一次下载转发量超过3000万条。

● 严格保护客户信息安全

在运营过程中，为了保护客户隐私，防止不法者利用客户信息侵害客户利益，中国移动通信从制度层面和技术层面双管齐下，采取非常严厉的措施，力保客户信息安全。

——在北京，根据国际信息安全标准ISO27001的要求，建立安全管理体系，取得ISO27001认证。采取了信息安全员、安全审计员和管理员三权分立的安全架构，确保数据安全。在江苏等地区，率先研发推出了SIM卡加密技术，提高了客户信息的保密程度。

● 加强消费说明与消费辅导

营业厅是面向客户最前沿的服务界面。在那里，客户除了办理业务外，还可以接受手机购买与消费方面的辅导，也可以现场表达有关意见和建议。10086客户服务热线也是客户疑难解答热线，更成为十分方便的问题业务退订热线。

同时，所有的广告和市场传播活动都是在市场管理部门的严格监督下实施，严格遵循国家相关法律法规的要求和程序，最大限度地杜绝误导客户。

● 防止SP服务陷阱

启用数据业务管理平台

针对个别SP违规操作损害客户的利益、运营商无法及时监管业务运营状况等多方面的问题，创造性地建设了数据业务管理平台（DSMP），实现了客户管理、订购关系管理、SP管理等功能，能够自动识别客户发来的信息是否匹配定制信息。首次在数据业务管理中引入了以订购关系为核心的信用机制，实现了运营商、客户和SP三方的统一订购关系。

目前，DSMP管理的客户超过2.39亿，SP超过3200家，业务数超过13万项，订购关系达2.45亿条，实时交易处理量达1.5万次/秒。

实行SP信用积分管理

2005年，开始进行信用管理试点，出台《移动梦网SP短信业务信用积分管理办法》。信用积分管理旨在全面量化和综合衡量移动梦网业务SP的合作诚信度、业务与服务的质量。对于信用度较差的SP，采取一定的业务限制措施，直至终止合作。

在试点的基础上，2006年进一步制定了WAP、彩信、IVR等业务线的SP信用积分管理办法，最终建立了完善的合作伙伴信用度综合管理机制。

采取多项诚信服务举措

2004年11月底，针对客户投诉的退订难问题，建设了“移动梦网统一退订平台”，极大地方便了客户。

针对梦网业务的客服工作，认真落实“首问负责制”，杜绝了推诿现象的发生，充分维护了客户的合法权益。

2005年4月，郑重承诺“信息费误差，双倍返还”。

2006年7月10日，启动“放心体验活动”。客户对自己所订购的所有包月信息服务享有近一个月的免费体验期，并在月底获得对全部订购业务的提醒确认。

“放心体验”活动为维护消费者权益提供了“双保险”。



中国移动通信引入“移动梦网监督员”并强化对SP的管理





◎ 利益相关方权益保护

■ 消费者权益保护

● 减少不良信息传播

实施“阳光绿色网络工程”

组织开展“阳光绿色网络工程”系列活动，倡导网络文明，构建和谐网络环境，加强对不良信息的治理。

加强对客户入网环节的管理，积极推进实名制工作，加强对异常入网用户的监控和及时处理。

加强短信、彩信资费营销案的管理，严禁发售不限量或超高量的短信、彩信包月卡，严格执行有关审批和备案程序规定，加大对已存在的不合理短信、彩信资费营销案的清理力度。

加强对短信、彩信发送环节的监控管理，对发送短信、彩信严重超过正常数量的客户进行发送限制。

建立防治垃圾信息的危机解决机制和流程，建设垃圾短信举报中心平台，发动客户通过10086语音和短信渠道积极举报；根据举报对相关号码进行重点监测，如有必要，闭锁该号码的短信功能，并配合公安机关做进一步的后续处理。

建立信息安全责任制

在各省公司建立了信息安全责任制，加强了对SP新上线业务的事先审核。要求所有与梦网合作的SP对通过中国移动通信平台承载的信息服务内容(包括栏目标题、信息内容、资费等)，进行逐项自查和整改。

◎ 提出立法和政策建议

中国移动通信积极提出立法建议和政策建议，先后针对《电信法》、《反垄断法》、《行政许可法》、《公司法》、《专利法》、《商标法》、《著作权法》、《证券法》和《科学技术进步法》等法律法规的起草和修订，提出有益的意见和建议，并在已公布的法律法规中得到了体现。

为国家建立健全电信行业监管政策积极献计献策，具体包括：《电信网码号资源管理办法》、《电信网码号资源收费管理办法》、《电信资费管理办法》、《电信业务经营许可证审批管理办法》、《电信业务定义》及三网融合政策等。为完善中国相关法律体系、促进电信行业规范发展作出了积极贡献。

尽人之性

——中国移动通信以信息通信网络厚民之生，
协助各界发挥所能，推动社会可持续发展

尽人之性，是中国移动通信对社会责任的態度。

中国移动通信肩负着助力利益相关方和社会整体发展的责任，以创建更加美好的信息社会为目标，努力追求企业与社会和谐成长。

中国移动通信致力于以信息通信技术“授人以渔”，积极投身国家信息化建设、社会主义新农村建设与和谐社会构建，发挥企业资源优势，协助社会大众发挥所长，共同改善社会生活质量。





推进国民经济信息化

信息化水平在一定程度上决定着一个国家的经济社会发展水平和国际竞争力。中国移动通信以“创无限通信世界，做信息社会栋梁”为企业使命，致力于建设“无处不在”的优质移动通信网络，提供“无所不能”的丰富移动通信应用。

“无处不在”，即创建一个能够让任何人，在任何地点、任何时间进入的，开放、安全的数字信息网络，实现无缝隙的数字网络覆盖。

“无所不能”，即不断创造能够满足人们个性化需要的各种应用，创造随需而用的应用环境。

“无处不在”与“无所不能”是中国移动通信关于未来的大胆构想，也是中国移动通信以“臻于至善”的态度不断前行的努力方向。



◎ 建设“无处不在”的优质移动通信网络

网络覆盖能力和网络运行的稳定性不仅是移动通信运营商为社会发展承担的责任之一，也是考验移动通信运营商实力和服务能力的标志之一。

中国地域广阔、地形复杂，如何达成广泛的网络覆盖、确保全程全网的良好通信质量，是我们面临的一项世界级难题。

我们以实际行动作答：

2003年4月2日，中国移动通信的信号通至西沙群岛。

2003年5月22日，中国移动通信的GPRS网络从珠穆朗玛峰顶传出了人类历史上“最高”的一条彩信。

到目前，中国移动通信的网络已经覆盖了中华大地上97%的人口。

在这样一张大网上，中国移动通信网络的接通率达到95.60%，掉话率仅为0.74%（2006年9月），成为全球首屈一指的优质网络。



移动通信基站铁塔建设中



中国移动通信以移动通信的“天网”覆盖了雪域高原的“天路”

◎ 建设“无处不在”的优质移动通信网络

“天网”通“天路”

2006年7月1日，随着首趟进藏列车从青海格尔木车站开出，被称为“天路”的青藏铁路正式通车。与此同时，随着6月28日长江北源楚玛尔河移动通信基站的开通，中国移动通信实现了对全长1956公里的青藏铁路80%以上的覆盖，开通了世界上连续海拔最高（连续350多公里，海拔4600米以上）的GSM网络，为青藏铁路的运营提供了有力的通信保障。

从青海湖畔到三江源头，从草原深处到可可西里，从戈壁沙漠到唐古拉山，从茫茫雪地到藏区天堑，中国移动通信的信息通信网络与青藏铁路线如影随形。然而，在高原上每一个高高耸立的基站背后，都有着常人无法想象的施工困难。

青藏铁路沿线自然环境恶劣，高寒缺氧，含氧量只有平原地区的一半。在海拔4800米的高地，大雪甚至冰雹常常会不期而至，我们的建设者在光秃秃的山包上无处躲避，只好用衣服蒙着头，避过一时。罡风不分阴晴雨雪，昼夜劲吹，徒步行走已属不易，扛着电线杆更是举步维艰，人的体力耐力几近极限。

在无际的草原荒漠中，在车辆不能通行的地方，我们的建设者只能靠人扛牛驮，把设备运送到目的地，在零下20多度的冻土地上，建起了一个个基站。

每一点进展都需要极大的努力，也考验着施工人员的毅力。在唐古拉山脚下的布玛德，我们的工程指挥人员奔走在平均海拔4500米的青藏线上，进行督促检查。从格尔木到唐古拉山脚最后一个基站，来回1100多公里，有些路段年久失修，来回至少要18个小时，常常清晨6时出发，回来已是深夜24时以后。

正因为背负着建设“无处不在”的优质移动通信网络的使命与责任，我们的建设者克服了异常艰苦的施工条件，用移动通信的“天网”覆盖了青藏铁路这条举世瞩目的“天路”。



2005年6月，广西梧州发生百年一遇特大洪灾，中国移动通信的技术人员组成青年突击队参与救灾，确保通信畅通

正是因为有一张覆盖范围广、通信质量高的网络，才使得中国移动通信在一系列重要通信保障任务和重大突发事件中，表现出了卓越的专家品质，提供了值得信赖的通信保障，建立起移动通信的“生命安全网”。

2001—2005年，共参加了2253次重要活动的通信保障工作，累计出动应急通信保障设备7092台次，出动应急通信保障人员1.4万人次。

为“十六大”、“两会”、“中非合作论坛”、“亚欧财长会议”等重要国内、国际会议提供通信保障，同时还为全国范围抗击“非典”、“禽流感”等突发事件，应对洪

水、台风、地震等突发自然灾害和其他社会公共事件提供通信保障。

建立了按需应变的应急保障机制。在紧急情况下，实行多级24小时值班制度。每年汛期来临之前，在全国各地严格自查，在汛情多发区，主动与当地政府部门沟通，对防汛重点地区进行覆盖测试，保证各项通信设施处于良好的运行状态。

“打通一个电话的最大价值是生命。”从广西海难的抢险救援到库布其沙漠的游客营救，中国移动通信一次次用行动诠释了这句话。

● “打通一个电话的最大价值是生命”

2002年10月6日，一艘载有128名中国游客的越南游船从越南海返回时触礁遇险，游客梁先生通过一部“全球通”国际漫游手机向外界求救，最终遇险游客全部获救。

2006年“五一”期间，来自全国各地的50多名游客，进入鄂尔多斯市的库布其沙漠徒步探险。由于自然气候环境恶劣和探险者经验不足，途中遭遇险情。凭借中国移动通信出色的网络覆盖，遇险游客用手机报警后，得到了当地警方的及时救援。

◎ 提供“无所不能”的丰富移动通信应用

中国移动通信以“手机媒体化”和“手机多用化”为方向，努力打造“无所不能”的数字生态系统，不断提供满足客户个性化需求的各种应用。在深入了解客户“生活形态需求”的基础上不断创新，扩展与生活、娱乐、商务三个方面息息相关的用途，使移动终端成为公众生活最好的伙伴。

用更简明的话来说：我们正在努力“让手机成为瑞士军刀”。

■ 手机媒体化：无线音乐

无线音乐是手机媒体化的成功应用。它以www.12530.com音乐网站为平台，提供全方位的音乐资讯、个人音乐库、音乐下载等服务的同时，还推出无线音乐会员俱乐部。无线音乐简化了客户的操作

过程，同时提供了更多个性化的服务。

更重要的是，它带来了音乐消费方式的转变。

以前买一首歌必须买一张唱片。现在手机音乐下载，可以只购买自己想听的那一首歌；以前买唱片需要去音像店、邮购或者上网订购再等待配送，现在手机音乐可以实现空中自由下载；以前音乐盗版层出不穷，唱片热卖，原创作者却得不到相应的收益，现在手机每下载一次音乐，都留有记录并且易于计费。

最令人兴奋的是，手机音乐的使用数量已经开始超越传统的唱片发行量，开辟了音乐产业新的巨大空间。2006年1—8月，无线音乐排行榜前五首歌下载量为3500万次，超过历史上单张唱片发行的峰值。



中国移动通信总裁王建宙（左）、副总裁刘爱力（右）与新闻集团总裁默多克（中）共商手机媒体发展趋势

■ 手机多用化

王小乐的一天

- 08:00 出门前，先用手机查询天气。
- 08:20 遇到堵车，用手机阅读当天新闻，用飞信通知老板自己堵在路上，恐怕会迟到，发堵车彩信一张给老板。
- 09:15 到达公司，12580移动秘书转告：“老板出差已上飞机，今天的谈判由你做主”。
- 10:00 前往与客户约定的地点，车子没油了，用移动位置服务查询最近的加油站，5分钟解决问题。
- 12:00 谈判顺利完成，与客户共进午餐，用手机预定餐馆，还有折扣。
- 16:00 收到“家校通”短信，儿子已平安放学到家。
- 18:00 开车回家，又堵车了。手机登陆移动梦网抢得当晚电影票一张。
- 22:00 电影很有意思，在手机博客上发表影评一篇。两分钟以后有人回复，参与讨论。
- 23:10 夫人提醒：明天该做例行体检，用手机短信预约挂号，明天不用早起排队。

个人应用

● 12580

12580移动秘书：客户通过拨打12580可以获得代发短信、日程提醒、名片查询、主被叫留言、呼叫转移、生活资讯等人工服务。

12580车务提醒：客户可以定制交通违法行为信息、车辆检验、驾驶证换证、驾驶证审验及驾驶证累积记分提醒。

12580求职通：与人才市场合作推出了职业信息查询服务。

● 急救车辆定位

在黑龙江，与哈尔滨市120急救中心合作，共同利用GPRS，传送120急救车辆定位信息。该系统还具有数字化计时、录音、电子地图GIS等功能。

● 电子医疗

客户可以通过手机选择医疗服务并支付费用，包括预约挂号、陪诊服务、体检服务等，凭电子回执在预约时间享受服务，减少了等候时间。

● “家校通”

该业务针对儿童推出，主要功能包括签到、报平安、亲情通话、家校互联和小额支付，在父母、学校和孩子之间建立起良好、安全的信息桥梁。以“短信报平安”为例，学生通过“家校通”卡片在签到器上刷卡，家长就可以收到相应信息。在福建，“家校通”业务自2004年1月正式启用以来，目前短信报平安注册客户数已达20万，家校互联已达4万多。

● 短信文学大赛

2004年6-8月，在海南，与《天涯》杂志、“天涯社区”网站联合发起“首届全球通短信文学大赛”，旨在积极应对垃圾短信，提倡和弘扬清新、健康的短信文化，引领拇指文学新潮流。迄今为止，已成功举办三届。



中国移动通信副总裁鲁向东（右二）在与NBA合作签约仪式上

◎ 提供“无所不能”的丰富移动通信应用

■ 信息化解决方案

中国移动通信以实现自身信息化为基础，充分发挥移动通信“移动性、个人性、实时性、安全性”的优势，提供了丰富的集团客户信息化解决方案。

政务信息化

为政府部门提供多手段、全方位、实效性的移动通信服务，推动了政府“自动化、高效化、透明化”的建设。

企业信息化

充分利用现有网络资源，提供话音业务、数据业务、互联网接入及其他特定应用的一体化解决方案，为实现企业信息化提供了新渠道。

行业信息化

针对行业特点，开发特殊应用，有效提高各行业生产、管理效率和技术创新能力。

● 网格化城市管理信息系统开创城市管理新模式

与建设部联合开发了“网格化城市管理信息平台及应用系统”，为城市管理提供了新的工具。在北京市开展了城八区网格化城市管理项目。自运行以来，城市管理问题的发现率达到90%以上（过去仅有30%左右），任务派遣准确率达到98%，处理率为90.09%，结案率为89.78%。城管问题的平均处理时间由原来的一周左右缩短到了12.1小时，平均每周处理问题约360件，相当于原来半年处理的数量。目前该项目正在全国范围内推广。



“警务通”系统提升了公安人员工作效率与社会安全指数

● “警务通”提升社会安全指数

“警务通”系统提供移动虚拟网、短信、GPRS、公安警力调度定位、GPS车辆定位和110、122、119报警定位等服务，可以有效提高公安系统的应急反应速度。公安人员通过手机就能够实现对人口、车辆、逃犯等信息的查询和管理，工作效率大为提高，社会安全指数明显上升。“警务通”被公安部评为“2004年23项科技强警项目”之一。目前该系统正在全国范围内推广。



中国移动通信利用GPRS技术开展水文监控和煤矿瓦斯预警



● 税务信息化提升征收效率

积极推动税务信息化，在整合现有国税信息资源基础上，利用短信平台，拓展了新的税务征收渠道和税务信息发布渠道，提升了税务征收效率。

● 海关信息化构建信息通途

为各地海关提供了多种信息解决方案，通过移动报关系统，用短信或语音声讯简化了多个中间环节。在北京，为海关总署提供“移动报关”方案，通过WAP技术实现全国10余万报关员无线远程报关，以及海关内部管理人员的移动核检管理。

● GSM信号覆盖海上平台

在天津，为科麦奇中国有限公司的海上FPSO(浮式储油船)、G采油平台和H采油平台实现了GSM信号覆盖。这是渤海湾的第一个海上移动通信服务项目。

● 灾害预警系统防患于未然

气象灾害预警

手机短信作为一种新方式，在防灾减灾工作中发挥了显著作用。

截至2005年11月，在甘肃共发布灾害性天气警报手机短信22次，覆盖全省所有客户。

2005年6月8日至9月2日，在湖南共发布暴雨、大风及高温天气警报、消息97次。

截至2005年9月，在安徽汛期短信群发天气警报41次，发送客户162万人次。

2005年，在被称为“台风之王”的超强台风“桑美”登陆浙江地区之前，通过手机对受台风影响较大的县区及时发布警示。

煤矿瓦斯预警

在江西、黑龙江利用GPRS技术实现煤矿深井的瓦斯传感器信息采集和预警，为矿工生命安全提供了重要保障。



助力社会主义新农村建设

建设社会主义新农村，是中央以科学发展观统领全局、着眼长远、与时俱进作出的重大决策。

中国农业正由传统农业向现代农业过渡，农村正向城乡一体化方向发展。发展生产、增加收入、培养新型农民、填补数字鸿沟，都离不开信息化的支撑。在广大的农村地区，通信基础设施建设比较薄弱，特别是在中西部偏远农村，通信难问题已成为制约当地经济发展、社会进步和生活水平提高的重要因素。

移动通信是解决农村通信和提供农业信息的快捷有效的方式，而中国移动通信已经具备了向广大农村地区全面提供移动通信服务的能力。

在此背景下，中国移动通信以“三网惠农、助建新农村”为指导，积极参加社会主义新农村建设，不断加强农村地区通信基础设施建设和网络服务，促进城乡均衡发展。

● 通信网：让农民用得上

通过建设通信基础设施网络，率先解决了“三通”中的“电话通”问题，为那些甚至还没有通路、通电的乡村开辟了通向现代化的信息之路。

● 信息网：让农民用得好

利用移动通信方式建设农村综合信息服务平台，让农民更快、更准确地掌握政策与市场信息。针对农业生产、农产品供销等农业产业链的特点和需求，提供了一整套信息化服务，为农业发展和农民的脱贫致富起到积极的推动作用。

● 营销网：让农民用得起

针对农民的消费习惯，为他们量身定制了各类资费套餐。在农村地区加强服务渠道建设，打造了一个个“手机村”、“手机镇”，把服务渠道延伸到农民家中，为农民提供手机维修、上门收费、空中充值等服务，让农民足不出户就能够办理各种移动业务。



中国移动通信在偏远农村也建立了方便农民的服务网点

◎ 村村通电话工程



中国移动通信副总裁李跃视察“村村通电话工程”并与当地儿童交流

2004年至今，在信息产业部的统一部署下，中国移动通信累计投资约130亿元人民币，实施了规模宏大的“村村通电话工程”。截至2006年9月30日，据信息产业部统计，中国移动通信为29,773个行政村新开通了电话，直接将我国行政村通电话比例提高了4.3个百分点。

截至2003年底，中国未通电话的行政村比例为10.77%。7万个未通电话的行政村，90%以上集中在中、西部欠发达省份。为此，数以万计的“村村通电话工程”建设者，克服重重险阻，将移动通信基站修进了四川甘孜、阿坝、凉山地区，以及青海玉树、果洛等基础设施条件差，甚至没有通电、通路的偏远农村地区。

为确保“村村通电话工程”顺利推进，在集团公司统一领导下，相关省公司专门成立了以总经理挂帅的“村村通电话工程”工作组。每一个省公司的总经理、副总经理，都多次深入最困难、最关键的地区，监督“村村通电话工程”的进展。

三年来，中国移动通信的“村村通电话工程”使近3万个不通电话的行政村，一跃使用上了先进的数字移动电话，改变了农村生产生活方式，提高了农民生活水平，受益的农牧民人数达到数千万人。当中国移动通信的基站开通的时候，农民自发地载歌载舞庆贺。

这项史无前例的工程被誉为促进农村经济发展的“扶贫工程”、为民办实事的“民心工程”和下一步农村通信发展的“基础工程”，得到了国务院领导的充分肯定和社会各界的广泛赞誉。

《人民日报》以《移动通信改变农民观念》为题作了长篇报道，《经济日报》提出《中国移动通信“村村通电话工程”助农致富》，《农民日报》讲《中国移动通信有颗农民心》，《人民邮电报》报道了《隔山隔水不隔音，中国移动最有情》。这些报道代表了社会各界对中国移动通信的肯定，也是对中国移动通信进一步深化推进“村村通电话工程”的巨大激励。

◎ 村村通电话工程

■ 湖南：最具时代感的公益事件

2004年，共新建GSM边际网基站280个，搬迁GSM基站10个，新建GSM直放站259个，共完成1065个目标村的网络覆盖。

2005年，进一步加大“村村通电话工程”建设力度，共新建1416个基站，完成2685个行政村的网络覆盖。

2006年，实施第四期“村村通电话工程”，新建599个基站，完成909个行政村的网络覆盖，实现了湖南省行政村100%通电话的目标。

“村村通电话工程”被评为湖南省2005年度十大公益事件之“最具时代感的公益事件”。

■ 四川：三州的信息彩虹

四川省甘孜、阿坝、凉山三州，平均海拔3000米以上，地理环境复杂，这里生活着近600万藏、羌、彝族等少数民族，尽管地方偏僻却有强烈的通信需求。

在设备运输、传输建设和基站搭建中，勘察、设计和施工人员克服了无数困难，建成了“三州”通信枢纽中心，建成基站600多个，铺设光缆4000多公里，实现了对“三州”所辖48个县以上城市及680个乡镇、5000多个行政村的覆盖。当地藏族民众赞誉：“移动电话的开通就像架起了一道彩虹，让我们离‘香巴拉（香格里拉）’更近了。”

■ 云南：独龙族迈进移动电话时代

2004年10月2日，一部来自云南省贡山独龙族怒族自治县独龙江乡的手机成功地拨打了北京的电话，这标志着中国55个少数民族聚居区全部开通了移动电话。

独龙族总人口只有5816人，而独龙江乡是中国唯一的独龙族聚居地，也是中国最贫困的乡之一。由于地处偏远，加之山水阻隔，自古以来，生活在独龙江峡谷的独龙族人与外界联系很少。2004年9月，我们建成并开通了独龙江乡政府驻地孔当村的移动通信基站。



移动电话为乡亲们传来大山之外的声音



宁夏: 改变“最不适合人类居住”的贫困县

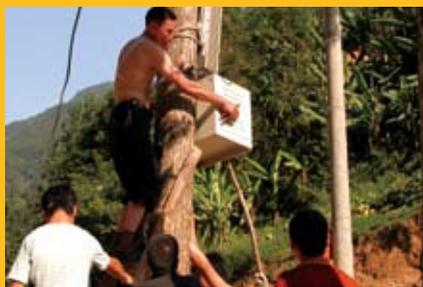
西吉县位于宁夏南部黄土高原的边远山区, 地理环境与自然条件恶劣, 被联合国认定为“最不适合人类居住”的国家级贫困县。中国移动通信在2005年“村村通电话工程”中, 结合移动通信网络技术和西吉县特殊的地理环境, 提出了“无线基站+直放站”的建设方案。工程建设者们早出晚归, 奔波几千公里路, 获取了大量一手资料, 付出了常人无法想象的艰辛, 终于让“最不适合人类居住”的贫困县也用上了先进的GSM移动通信服务。

山西: 帮农产品找销路

山西省地形复杂, 山区、丘陵面积占到土地总面积的80.3%。国家级贫困县永和县打石腰乡乡长说: “村里的红枣等农副产品, 因为通信不方便, 联系不上买家, 每年都眼睁睁地看着好多烂在家里。”到2005年底, 中国移动通信在山西新建基站1379个, 使全省4087个行政村结束了不通电话的历史, 新覆盖农村人口约200万。丰富的农产品资源借助移动通信手段及时找到了销路, 给农民带来了实惠。

青海: 100%乡镇开通移动电话

2005年12月20日22时, 随着位于阿尼玛卿山下的果洛州玛沁县雪山乡卫星基站的开通, 青海所有乡镇通上了电话。2005年, 中国移动通信在青海动用施工队伍近30个, 施工人员2500多人, 当地民工万余人, 挖掘机等大型设备近30台, 施工车辆上千台, 行车41万公里, 共建设500多个基站(含VSAT电话), 铺设光缆4600多公里, 移动通信网络覆盖到青海省内所有乡镇、83%的行政村。其中96个乡镇, 870多个行政村移动电话(含VSAT电话)成为目前主要的通信方式。



“村村通电话工程”建设者在辛勤工作

◎ 农村信息网

中国移动通信在全国建设了统一的“农村信息网”业务平台，该平台是服务“三农”的首要入口，是全国涉农信息的交互枢纽和共享平台。

该平台采用统一的语音、短信接入号12582和网站服务域名www.12582.com，提供了政策法规、新闻快讯、农业科技、价格行情、市场动态、供求信息、农业气象、劳务信息、预警信息、生活保健等十大类涉农信息，为农民提供全方位的服务。

该平台具有以下创新优势和显著特点：

● 操作简单方便、服务广门槛低

信息网从用户使用角度出发，在操作、资费、内容等多方面降低了广大农民使用的门槛，具有简单好用的特点。

● 系统集中建设、业务分省运营

通过集中建设降低了建设成本，有效整合了涉农信息资源，实现了资源和信息共享。分省运营体系满足全国、省、地市、区县、乡镇、村等的多梯度需求，提高了业务应用的灵活性，可以满足信息需求的区域化差异。

● 民族语言服务、专家咨询接入

信息网提供藏、维、蒙等多种少数民族语言语音服务，满足中国多民族分布的特点。配置有专家坐席和专家服务热线，定期向农民提供信息咨询和解答服务。

● 集中语音中心、海量数据存储

信息网设置有全国集中的语音呼叫中心，由高素质的话务员提供语音服务，多数话务员具有涉农院校学习经历，具备基本的农业基础知识。建立了全国集中的信息数据库，汇聚全国各地的“涉农”信息，并支持对信息的多纬度组合搜索。

● 多种信息组合，丰富服务方式

信息网可以根据具体需求，对信息进行灵活的组合配置，对生产过程中各个环节进行过程指导。农村信息网支持语音、短信、web等多种服务方式，提供多种终端接入，可以满足农民的各种特色需求。

● 政务企务发布，信息传递快捷

信息网提供面向各级政府机关、涉农机构、涉农企业、合作组织、涉农大户的信息发布功能，各级机构组织可以通过农村信息网进行政务、企务和涉农信息的发布。





■ 重庆：“农信通”帮助农民工 新疆采棉致富

重庆梁平县是劳务输出大县，每年都有近20万人外出打工，但由于就业信息匮乏，外出务工缺少规模性和组织性，不少农民因虚假就业信息上当受骗。

2006年，重庆遭遇了百年一遇的大旱，农业严重歉收。梁平县通过农信通短信向全县6000多户农民发送了“到新疆摘棉花，务工时间8月底至10月底，政府补贴路费每人200元”的就业信息。短短半个月，就有2000多人打电话咨询。两个月内，近1000人赴新疆采棉，人均收入2500元，最高个人收入达4000元。

■ 湖北：“农信通”助力防治“稻飞虱”

2006年7月，湖北农村“稻飞虱”虫灾大爆发，为近十年来所罕见。

灾情发生后，中国移动通信立即行动，充分利用“农信通”信息服务平台，做好虫灾防治的信息支撑及服务工作。积极协助政府向乡镇客户群发100多万条短信，提示凡是有虫灾防治信息需求的客户均可拨打热线电话咨询，并免收信息费。在运作中，根据用户虫灾实际情况，话务员在接听农户呼入时做好记载，并及时进行跟踪回访。对有些仍不理解防治方法的客户，派人员与“农信

通”专家亲临现场，为农民解难。每天电话咨询量达上万人次，发送防治措施短信50万条左右。

早在虫灾发生之前，“农信通”专家就发送了“稻飞虱”预防措施。全省定制了“农信通”的17万粮棉油专项客户，均按照短信内容中专家的指导进行了早期预防，因此，在灾情严重的时候这些客户没有受到损害。

这场“稻飞虱”歼灭战，挽救了湖北全省近30万亩受灾田地，每亩增收可达350斤左右，直接挽回经济损失近千万元。



信息通了，农民笑了





促进社会和谐发展



中国移动通信扶贫干部为黑龙江汤原县自来水工程进行实地勘察

中国移动通信相信，企业的社会职能不仅在于通过运营创造社会财富，更在于引导社会资源和财富的科学、合理、公平的分配流向。这种分配流向既要激励强者，也要帮助弱者，从而为所有人群提供分享社会发展成果的机会。

在这方面，中国移动通信一直在努力，并希望成为典范。

目前，中国社会正处于转型期，不可避免地出现了贫富差距加大、社会保障体系不完善等诸多社会问题。这些问题的存在和解决，不仅关系到公众的生活质量，更与社会的繁荣稳定、企业的可持续发展息息相关。

中国移动通信自发地采取行动帮助贫困者、弱势群体和受灾群众渡过难关；尽己所能地捐资助学，提供学习与发展机会；积极开展社区服务，大力丰富文化体育生活。

中国移动通信的目标是营造健康、积极的社会环境，共同促进社会和谐发展。



◎ 援助弱势群体

那些因为各种原因处于困境的群体，并不是缺少进步的智慧，而是因为突发事件或自然条件的限制，暂时需要社会的援助。一旦得到了物质支持和亲情般的关爱，具备了基本的生活条件，他们就会成为许多积极的个体，不但能自食其力，还能帮助更多需要帮助的人。

在这方面，中国移动通信一直致力于成为“第一个推动者”。

■ 援藏：三批骨干投身阿里

在西藏，中国移动通信从2002年开始支援阿里地区的改则县。四年间，共派出了3批援藏骨干，累计投资4575万元。

改则县地处藏北高原腹地，平均海拔4500米，自然条件恶劣，教育、医疗、文化基础设施极不完善。援藏骨干克服了高寒缺氧的不利条件，按时、保质地实施了县中学、县综合办公楼、县医院住院部、县文化中心、市政道路、农牧民安居工程、医疗设备改造等援藏项目16项，极大促进了当地社会、经济和文化的全面发展，获得当地政府与公众的高度评价。

■ 扶贫：爱心援助千里连线

2002年开始，选派德才兼备的青年骨干对黑龙江省汤原、桦南两县开展为期十年的定点扶贫项目。经过深入调查，在教育、医疗卫生、道路建设、自来水工程和移动通信等基础设施方面投入已达2900万元，使当地百姓得到实惠。此外，出资订阅《农民日报》1000份，赠予当地政府、农户及学校。



中国移动通信援藏干部在藏民家中走访

促进社会和谐发展

◎ 援助弱势群体

■ 湖北：创建劳模再就业基地

2001年7月，与武汉市总工会联手创建了武汉市第一家劳模再就业基地，为下岗的劳动模范提供就业岗位。68名下岗的劳动模范、140名大龄下岗特困职工及39名三轮车车主，先后实现了再就业。目前，部分接受援助的下岗劳模和特困职工月收入超过4000元，最低也在500元左右。

■ 行动

河北 2006年8月，到张家口万全县屈家庄、太平庄两个村进行帮扶工作，并带去价值4万元的崭新桌椅、床、被褥等物品。

河南 2006年8月，启动了“欢乐1+1”计划，经过两个多月的活动，募集了15,000多部闲置手机，赠送给贫困农民手中。

湖北 2005年，出资40万元建设“母亲安居工程”，资助40个单亲特困母亲家庭盖起了新房。

广西 2006年，捐资30万元援建三只羊乡饮水工程，解决了农民饮水难问题。

贵州 2002年6月，捐款4万元在德江县建立“西部母亲水窖”。

宁夏 2001年以来，连续五年对宁夏盐池县苏步井乡硝池子村和李记沟村扶贫，在退耕还林、畜牧养殖、吊庄移民、建立集体经济、发展特色经济、改善通信条件等项目上投资112万元，员工个人捐款、捐物14.2万元。

新疆 2003年2月24日，喀什地区巴楚—伽师一带突然发生里氏6.8级大地震。灾情发生后，区公司全体员工捐款16万元、捐赠救灾衣物3370件。在整个抗震救灾过程中，动用的应急通信设备和捐赠救灾物资共计2500多万元。

西藏 2003年以来，在阿里，捐助各种扶贫资金及各类办公用品总价值10万余元。



中国移动通信为处于困境中的群体及时送去援助与温暖



中华全国妇女联合会名誉主席陈慕华（左二）和全国人大常委会副委员长，全国妇联主席顾秀莲（右二）在公益短信平台8858开通仪式上

■ 启动应急机制救援海啸灾区

2004年12月26日，印度尼西亚苏门答腊岛附近海域发生强烈地震和海啸。得知消息后，中国移动通信立即采取紧急措施，启动应急机制，为在受灾国的中国移动通信漫游客户提供紧急救助热线。据统计，12月28日到30日，共有5442位客户收到了中国移动通信发出的救助热线信息。除了公司捐款和在全国范围鼓励员工捐款外，还开通了8858海啸救灾捐款短信平台。

为此，中国移动通信获得了中国红十字会颁发的“印度洋海啸救援特别贡献奖”。

■ 抗击百年一遇大旱

2006年，重庆遭受百年一遇特大旱灾，且森林大火多发。中国移动通信共出动了19次、500余人次、50余辆工程及抢险车，抢修线路3100米，出动应急通信车4次，基站线路灭火抢险及参加应急通信保障总时长超过100小时，确保了通信畅通。总部和省公司共计捐赠救灾款400万元。

重庆市政府分别授予中国移动通信集团公司和中国移动通信集团重庆有限公司“重庆市百年一遇抗旱救灾先进单位”的荣誉称号。

公益短信平台

8858

中国儿童基金会手机公益短信捐款

8899

中国残疾人联合会手机短信捐款

5838

全国妇联捐助贫困母亲手机短信捐款

8595

中华健康快车基金会扶贫治盲手机短信捐款

9993

中国红十字会手机短信捐款

10660888

中华环保联合会手机短信捐款



◎ 支持教育发展

培养高素质的人才,不仅是一国发展的大计,也是对人类进步的积极贡献。在中国这样的人口大国和发展中国家,推动教育进步,实现科教兴国尤为重要。

来自教育部的消息:中国义务教育质量虽然有所提高,但任务依然艰巨。2004年小学辍学率为0.59%,初中阶段辍学率为2.49%。

让更多的孩子走进学校是中国移动通信的一个基本目标。

为此,我们竭尽全力地协助改善教育环境、资助失学儿童。

■ 黑龙江: 知识进课堂

2005年7月,在定点扶贫县黑龙江汤原县,组织“知识进课堂”捐赠活动。公司总部从旧电脑中挑选出60台较新的设备,鼓励员工奉献近1000个小时的义务劳动时间,完成了电脑设备的调试、维修和清洁工作。员工还纷纷捐款捐物,共捐赠衣物1812件,书籍1151册,文具3181件,现金1300元。在将捐赠物品送到汤原的同时,青年志愿者还为孩子们讲授了电脑知识和移动通信知识。



中国移动通信总部员工捐款捐物,改善汤原办学条件





中国移动通信捐款捐物改善办学条件、提供就学机会



■ 陕西 资金与岗位助学并举

2000—2005年，共捐资400多万元，解决了部分学龄儿童上学难的问题，并帮助贫困学子圆了大学梦。此举获得政府颁发的“三秦慈善奖”。

2006年1—9月，在助学行动中，捐资80万元，并通过短信募捐建立了“爱心100贫困大学生助学金”，为500名贫困大学新生提供入学资助。此外，还为全省在校贫困大学生提供了1000个勤工助学岗位。

■ 行动

内蒙古 2006年8月，将“159靓号义拍活动”所得的40多万元款项，全部捐赠给贫困学子。

辽宁 2003年，捐资20万元建成“全球通”希望小学。

安徽 捐资20万元建立了含山县环峰镇桥希望小学。2006年9月，200个孩子高高兴兴地从危房搬进了窗明几净的新教室。

海南 从2000年开始，在屯昌县坡心镇投入50多万元，修建了“全球通”关朗希望小学，捐赠汽车一部。后持续为这所学校捐赠电脑、打印机、图书、办公桌椅等，并修建了“引水工程”和电教室。2005年底，又投入13万元为屯昌县坡心中学改善了教学设施。

广西 捐资100万元，建临桂新世纪希望小学，解决了广西临桂镇10多个村的1200多户人家及附近新建居民区子弟的小学入学问题。

贵州 2003年，捐资修建象山希望小学。

云南 2002年，捐资修建昭通市绥江县板栗乡板栗村希望小学。

甘肃 2005年，捐资30万元修建临夏新集镇杨坪移动希望小学。

青海 投入人民币29万元，援助修建地处三江源头地区的贫困县——曲麻莱县秋智乡寄宿学校，包括新建砖木结构校舍260平方米，维修教室、食堂480平方米，使这所学校成为全县校舍条件最好的学校之一。

■ 孩子的信

甘肃省临洮县小洼山村民族小学六年级学生马国华在感谢信中说：“叔叔、阿姨给我们的关怀，让我们感到无比的温暖，就像辽阔的草原，让马儿跑得更远；就像春天的阳光，给小草旺盛的生命力；是你们无私的捐助，给了我们无限的希望。”

◎ 支持教育发展

让更多孩子走进学校只是第一步。在改善教育环境和救助失学儿童之外，中国移动通信非常重视对中国青少年群体的素质能力进行提升。这既包括对学生素质的直接关怀，也包括培养高素质教师、校长队伍的间接关怀。中国移动通信认为，通过提高教师、校长素质来推动教育进步，可以起到事半功倍的积极作用。

■ 中西部贫困地区教育捐助项目

教育部有关数据显示：全国中小学中，尚有近一半的学校根本没有图书馆设施和图书，这些学校基本分布在农村和贫困地区。对贫困地区学校图书馆（室）的大规模资助建设也是历年来各种企业捐赠中被忽略的部分。

中国移动通信与教育部合作，出资3000万元人民币，共同开展了中西部贫困地区农村中小学教育捐助项目。该项目以教育资源补充和师资水平提高为主要方向，具体包括两个分项目，即“中国移动爱心图书馆（室）建设项目”和“中国移动西部农村中小学校长培训项目”。

“中国移动爱心图书馆（室）建设项目”侧重于补充中西部农村中小学校的图书教育资源。计划用三年时间，为中西部贫困地区1000所农村中小学校配

置图书，建设1000个“中国移动爱心图书馆（室）”，以此为基础广泛开展读书等学习活动，调动贫困地区农村中小学生的求知欲望。

“中国移动西部农村中小学校长培训项目”侧重于提高西部农村中小学校长的教育管理水平。计划用三年时间，选择西部十二省（区、市）贫困地区农村中小学具备一定条件的3600名校长进行培训，为西部农村地区培养一批实施素质教育的带头人。中国移动通信不仅从资金上提供全额支持，还发挥企业优势设立信息化“互动课堂”，为西部校长提供信息化培训。

目前，已完成2006年度1200名西部农村校长的培训，344个“中国移动爱心图书馆（室）”的建设任务也即将完成。



西部农村中小学校长培训对教育进步的推动事半功倍



行动

吉林 建立“吉林高校助学基地”，为吉林大学提供300个岗位、1000余人的助学机会。经济困难的学生可提出申请，并接受培训。学生们的工作主要是在18时至22时接听客服热线，并有车辆接送。

浙江 2004年，投入200万元，重点实施了“信息树人工程——名师名校长”培养项目。计划三年时间，重点培养100名左右的省市级名教师、100名左右的区级名教师，300名左右的骨干教师和5名左右的省市级名校长，涉及近百所中小学校的4.3万名学生和近3000名教师。

山东 出资50万元，在山东大学设立中国移动通信动感地带奖学金。

重庆 2006年4月，出资40万元，赞助重庆市大学生“校园之春”活动，包括歌手选拔赛、书画摄影大赛、学生技能大赛、舞蹈大赛和大学生环境论坛等。

云南 联合了诺基亚、中兴、艾默生、爱立信等企业，筹集了近1800万元的资金、设备和各类资源，用于在云南临沧耿马、保山腾冲、昆明禄劝和东川等地区的100所试点学校，启动移动网络教育培训项目。

宁夏 2004年，投资20万元，为盐池惠安堡中学配备了50台电脑和教学机、服务器、交换机等，建设了多媒体教学网络，使“普九”教育在该校的远程网络教育计划提前两年实现。



中国移动通信“爱心助学”活动将书本送到小学生手中

◎ 关注特殊人群

让特殊群体也能享受到现代科技带来的便利，是中国移动通信持续关心的议题和行动方向之一。

在中国，老龄化作为一个不可回避的社会问题，已经离我们越来越近。中国移动通信高度关注老龄化问题，并大力实施助老活动。就移动通信服务而言，许多老年人容易被忽视，享受不到移动通信带来的便利。此外，中国移动通信对残障人士同样非常关注。通过积极创新，我们特别为这两类人群开发了适合他们的通信业务和应用。

■ 助老卡 让老人坦然出行

在上海，2004年开始推出的“移动助老卡”，除一般通话功能，还特别开发了区域定位、区域咨询、区域求助等服务。老人在获得紧急求助、居家生活、医疗健康、法律咨询等服务的同时，还极大拓展了活动的时间和空间。更多老人坦然地走出家门，走出社区，走向社会。

■ 爱心卡 给聋哑人士特别关怀

残障群体中，离移动通信最远的是聋哑人士，他们无法使用语言进行交流。但是，短信交流对他们非常适用。为此，中国移动通信专门开发了“爱心卡”，在全国范围内推广普及。爱心卡专用于发短信，卡中设计了存储常用短语的更多空间。为了更好地为聋哑人士服务，江西、河南等地的一些营业厅还配备了手语服务人员。



老人打电话的喜悦感染了所有人

◎ 推动社区成长

社区和谐是社会和谐的基础。构建与社区的友好互助关系、以企业资源培育健康的社区文化，是一个负责任的企业应该承担的工作。

中国移动通信的业务机构遍布全国，有能力为全国的社区建设作出贡献，因此在全国范围内动员各级分公司和员工，参与到社区建设中去。

在社区建设中，努力做到目标明确、组织保障、执行有力。建设“青年文明号”，充分发挥青年志愿者的作用，让社区建设成为一项自觉性和经常性的行动。

■ 天天社区

在浙江，与浙江省团委一起启动“天天社区”项目，为青少年提供更优惠的移动通信服务，还提供了电子阅览室、读书俱乐部、志愿者服务站、维权服务点等四项青少年文化服务设施。

■ 社区生活导向服务

在上海，配合上海市社区服务中心，为居民区安装了“社区生活导向”报架，报架上配置了废电池、废传单回收等功能。

“社区生活导向”服务是上海市政府为居民做的实事之一，中国移动通信的资助加快了这项工作的落实。

■ 原中央军委三局旧址恢复工程

原中央军委三局旧址位于延安市枣园乡裴庄村，在革命时期担负着保证党中央和中央军委对全国各地的通信联络和情报收集任务。2006年3月，中国移动通信与其他基础电信运营企业共同出资启动修复工程，包括裴庄三局旧址和烈士陵园两部分，共占地7.2亩，预计投资1202万元，计划在2007年国庆节前对外开放。



中国移动通信青年志愿者服务进社区



中国移动通信组织《长征组歌》大型公益巡演

◎ 推动社区成长

■ 农村青年中心支援计划

2006年4月，与共青团中央联合，启动“农村青年中心中国移动通信支援计划”，投入4000多万元支持全国农村青年中心建设。该项目将建设110个“农村青年中心中国移动通信示范点”，开展“百部电影农村青年中心巡映”活动，建设900个“农村青年中心中国移动通信书屋（信息服务点）”，培养1万名新农村青年带头人，开展一系列以“新时代、新农村、新青年、新风采”为主题的活动。

■ “重走长征路”大型公益巡演

2006年，与北京军区政治部宣传部、战友文工团联合推出了以“重走长征路、军民鱼水情、移动村村通、建设新农村”为主题的《长征组歌》大型公益巡演活动。巡演从8月1日到9月10日，在当年长征途经的江西、湖南、广西、贵州、四川、甘肃、宁夏、陕西等省区的30个主要城市演出。

■ 金色夕阳离退休人员艺术团

在甘肃，为了给离退休人员提供一个丰富文化生活和陶冶情操的良好环境，2005年8月组建了“金色夕阳艺术团”，该艺术团在2005、2006年的重阳节系列活动中进行了两次大型汇报演出，参加演出人员达200余人次。

■ 全球通演出季

在广东深圳，从2003年到2006年连续举办4届“全球通演出季”，为深圳市民奉献了70多项、170多场国内外一流的精品演出。演出方包括德国柏林国家交响乐团、俄罗斯国家芭蕾舞剧院、中央歌剧院、卡雷拉斯、谭盾、杨丽萍、李云迪、蔡琴等单位和个人。每年3-4月的演出，不仅成为深圳广大市民的视听盛宴，也吸引周边地区甚至东南亚观众前来观看演出，累计观众达28万人次。



《长征组歌》演出将老红军带回当年

■ 行动

● 河南：支持“大学生村官”

2006年8月以来，与鹤壁市委组织部合作，请专家为“大学生村官”开展“新农村建设”讲座。先后邀请温铁军等知名专家为1200多名基层干部授课，组织“大学生村官”相互参观学习，与农民开展互动式访谈，全面提升其实践能力。

● 湖南：万村报栏

从2006年7月开始，计划用三年时间，为湖南所有的乡镇（2213个）、30%的行政村组（含城区的集团单位、居民社区，约15000个）统一出资建设报栏，主要用于宣传社会主义新农村建设的相关内容。

● 重庆：送文化下乡

2006年秋季，在重庆开展“渝州大舞台”送文化下乡活动，覆盖了重庆东南片区19个区县，并深入偏远乡村，巡演场次达211场。

● 四川：送科技下乡

2006年，联合四川省文化厅、文化部全国文化信息资源共享工程四川省分中心共同主办“三网惠三农，助建新农村”大型公益活动，在省内13个市州2859个行政村开展放电影、送科技下乡等活动。



中国移动通信组织大学生送科技下乡

◎ 共襄奥运盛举

2004年7月,中国移动通信与北京奥组委正式签约,成为北京2008年奥运会合作伙伴。

“任何人、任何时间、任何奥运相关场所,都可以安全、方便、快捷、高效地获取丰富的、可支付的、多语种、智能化、个性化的信息服务。”这是2008年奥运会“数字奥运”的建设目标。

身为领先的移动通信运营商,中国移动通信以为奥运提供“最先进、最周到、最丰富”的移动通信服务为目标,全力以赴,打造专家级奥运服务。

在奥运会正式开始之前,我们借助移动通信手段,积极投身奥运文化、奥运理念的传播,不断积累和丰富为大型体育赛事提供优质网络保障和移动通信服务的经验。

■ 传播奥林匹克精神

● 在奥运口号“同一个世界,同一个梦想”发布后的第一时间,向北京地区200万用户发出以主题口号为内容的短信。

这是奥运史上第一次利用短信同步发布奥运口号。

● 在2008奥运吉祥物正式发布的第一时间,向全国2008位彩信订阅客户同步发布吉祥物彩信,同时在移动梦网提供免费下载的吉祥物图片。这是奥运历史上第一次利用彩信和WAP同步发布奥运吉祥物。

■ 积极实践业务保障

中国移动通信为第十届全国运动会、奥运世界转播商大会、第十一届世界女子垒球锦标赛、2006年青岛国际帆船赛等大型活动提供了优质的网络保障与服务,同时这也是为奥运通信保障提前预演。



中国移动通信助威中国奥运健儿新闻发布会



尽物之性

——中国移动通信力求以环保的方式提供服务，关爱环境，节约资源，推动环境可持续发展——

尽物之性，是中国移动通信对环境责任的态度。

中国移动通信秉持强烈的环境保护意识，追求企业与环境和谐共生。

中国移动通信致力于减少企业运营对环境的影响，促进资源回收利用和可再生资源使用，以移动通信特有的方式提升资源使用效率，创建资源节约型企业，推动形成环境友好型社会。

环境保护

中国移动通信深信人与自然相生相依，关注人类经济成长与自身生存环境的和谐，认为以破坏环境带来的经济成长是不可取的。

结合电信产业的特点，中国移动通信对环境的保护以技术型举措为主，基于科学的环保观和环保方法，尽可能地减少因自身业务开展可能给环境带来的负面影响，并充分利用在行业和社会中的影响力，带动更多同业和公众推进环保事业。

目前，已经有包括河北、上海、浙江、广东、陕西等在内的多个省市公司率先成为通过ISO14000/ISO14001环境保护认证的通信运营企业，并获得当地的“环保企业”称号。

◎ 促进企业与环境和谐共生

■ 产品环保保证

安排专业的设备、人员和流程对产品环保指标进行检测和汇报，确保产品达到国内和国际环保标准，以减少或避免产品对客户安全健康产生不良影响。此外，严格遵守国家环保相关法律法规，从未有任何违法违规行为。

● 对供应商明确设备环保要求

——对于不间断电源（UPS）等可能产生电磁污染的设备，规定其输入电流谐波成分不得高于10%。

——对于在使用过程中可能产生较大噪音的油机等产品，规定噪音上限。如不能达标，则要求加装静音罩等装置。

——对于使用原材料可能产生化学污染的光缆、馈线等产品，确保其所有填充材料无毒无味，对身体无害。

——要求电池供应商在投标时必须提供一份翔实可行的报废回收处理计

● 打造“环保精品网络”

中国移动通信的网络普遍采用了微蜂窝、直放站、室内分布系统等技术，形成了大密度、小站距的布局，并通过动态功率控制、话音激活等手段，营造符合环保标准的移动电话无线网络。基站建设越完善，网络覆盖越好，手机辐射就越小。中国移动通信庞大的基站数量、稳定的网络运行，为构建“环保生态型精品网络”奠定了坚实的基础。

多年来，第三方权威机构一直在对中国移动通信各省部分基站进行环境检测和评估。在浙江等省实测基站的数据表明，中国移动通信的基站辐射量只有国家规定标准的5%~16%、相关国际标准的0.4%~1.4%。



中国移动通信员工努力打造“环保精品网络”

■ 自然环境保护

完善设备设施和监控流程，降低及避免生产过程对自然造成的危害。

● 基站及天线美化

在通信基站的建设上，不仅对其辐射指标制定了极为严格的标准，而且在天线外形上也力求做到与环境相协调，有些设计还成为当地一景。在北京开展了基站天线美化工程，美化“两环三线”周边环境，以支持“绿色奥运”。在基站、光缆、汇聚点机房和管道的建设中，主动采取措施减少对环境的影响，同时为市民提供便利。此外，还积极配合北京市政管理委员会进行环境整治及架空线改造。

● 倡导使用可降解环保材料

在辽宁，2001年下半年起开始以纸质刮卡取代PVC刮卡，每年减少上千万张PVC卡片使用。PVC材质是无机材料，不可被降解，易造成白色污染。纸质刮卡可充分与土壤接触，不会污染环境。



中国移动通信大力推广景观型天线



中国移动通信大力推广“绿箱子环保计划”



◎ 带动社会共同参与环保

■ 绿箱子环保计划

目前，国内废弃手机数量巨大，并且对环境造成潜在威胁。在国内没有健全的回收市场、没有良好的处理模式的背景下，2005年12月，中国移动通信联合摩托罗拉和诺基亚，共同启动了“绿箱子环保计划——废弃手机及配件回收联合行动”。

活动在全国40个重点城市中展开，约有1000家中国移动通信自办营业厅和摩托罗拉、诺基亚的各约150家销售中心和维修服务中心设立了专用于废弃手机及配件回收的“绿箱子”。

2006年4月，波导、LG、联想、NEC、松下、夏新等六家手机生产厂商加盟，“绿箱子环保计划”在全国的覆盖面进一步扩大。截至2006年9月底，共回收废弃手机及配件近6万件。



中国移动通信组织员工定期开展义务植树活动

“绿箱子环保计划”建立了开放的废弃手机及配件回收平台，让更多的通信企业和用户参与到通信环保事业中来，提升了整个行业的环保水平。

- 安徽 “绿色环保总动员，回收手机旧电池”活动在不到3个月时间，累计回收废弃手机及配件近6000件。
- 山东 在上千家自办营业厅和各手机卖场设立的“绿箱子”不到两个月就回收废弃手机、电池及配件近2万件。目前数目还在不断增长中。

■ 行动

- 携手中华环保联合会举办了首届中华环境与发展论坛，并举办了“同一首歌”环保专题晚会。
- 在北京，组织了多项义务植树活动，认养了香山古树，成为百年古树新的“监护人”。
- 在浙江丽水，资助修建了一座高6米、直径2.5米的浙江第一座废旧电池回收塔，可容纳15万余节废旧电池。此外，与当地绿色环保志愿者协会联合，在公共场所免费放置了200只精美的不锈钢废旧电池回收筒。目前，已回收废旧电池100多公斤。
- 在福建，与当地机构联办“关爱候鸟、保护湿地”动感地带志愿者环保行动，吸引公众进行环保签名，签名者成为环保志愿者。组织群众在闽江口湿地观鸟，鼓励更多人参与到此项环保行动中。
- 在重庆，为三峡库区绿化建设投入100万元，改善库区绿化环境，受到当地群众的高度认可。

创建资源节约型企业

在企业内，重视控制成本，积极倡导员工提高节约意识，节约资源，降低能耗。提倡无纸化办公，尽可能用电视电话会议取代传统会议，实施用车制度改革，提倡节约用车等。

积极引导供应商研发节能产品。2005年和2006年，通过“基站节能一体化空调”的招标，积极引导厂家在该领域进行技术提升，降低生产成本。2006年5月召开产品推广会，通过技术、维护和使用等交流，促进产品试用，为基站节能一体化空调的广泛使用积累经验。

不断创新，向个人、企业及行业提供丰富的移动通信应用，使之日益取代传统的信息传递方式，由此推动办公资源、交通资源以及能源节约，促进节约型社会的建设。

■ 行动

● 在江苏，2006年推广“旧卡新用”业务，同时开展SIM卡“卡体回收”。截至9月30日，江苏使用旧卡新用业务的用户数近3万个，有效节约了卡、号资源，同时，全省共回收SIM卡逾70万张。

● 在上海，发行电子充值卡。当客户需要购卡时，POS终端自动将充值卡数据直接打印在纸面上。这一举措能够减少运营中传统充值卡仓储、物流等压力，不存在充值卡使用有效期过期的问题，还能减少营业厅在有价卡安全管理方面的隐患。对客户而言，按需要打印会减少浪费。目前，上海公司每月发行充值卡5.5亿元，其中电子卡为3.5亿元，普通卡为2亿元，电子卡占发卡量的63%。

● 在企业办公环境的节约能源方面采取了一系列行之有效的措施。以湖南为例，原来办公大楼的中央空调机组能源消耗为每年240万元，2004年改为油锅炉和电空调后，能源消耗降低到每年160万元。

承担企业责任的定量指标

类别	指标	数量	时间
经济	对国内生产总值的拉动 *	1.1%	2003—2005
	对国民经济总需求的拉动 *	2.2%	2003—2005
	纳税	1670.08亿元	2000—2006.9
	从业人员数	301,902人	截至2005.12.31
	带动就业人数	约206万人	2000—2006
	资本开支	2008.33亿元	2003—2005
	研发投入比例	1.7%	2005
	客户满意度	79%	2006.7—2006.9
社会	援藏与定点扶贫投入	7475万元	2002—2006
	中西部贫困地区农村中小学教育捐助项目投入**	3000万元	2006—2008
	培训西部贫困地区农村中小学校长**	3600名	2006—2008
	建设中西部贫困地区“中国移动爱心图书馆(室)”**	1000所	2006—2008
	员工人均培训时间	7天	2006.1—2006.9
	“村村通电话工程”投入	约130亿元	2004—2006
	新开通电话行政村数	29,773个	2004—2006.9
	应急通信保障次数	2253次	2001—2005
环境	“绿箱子环保计划”投入	近700万元	2005.12—2006.8
	回收废弃手机及配件	近60,000件	2005.12—2006.9
	捐赠中华环境保护基金会	300万元	2005.5
	绿化	约9976亩	2000—2006

*该数据由第三方专家据业界通行方法测算得出

**中西部贫困地区农村中小学教育捐助项目为2006—2008年三年期项目

展望未来

履行三重责任 共创和谐未来

未来,中国移动通信将更加坚定地追求自身和社会、环境三方面可持续发展目标的高度统一,以更大的热情、更切实的行动、更高远的使命感,稳健地履行三重责任。

在履行经济责任方面,我们将继续追求科学、高效的公司治理与运营,以高品质移动通信服务为客户创造价值,以稳健的财务表现为股东带来良好收益,以更好的经济效益和社会效益贡献于国家。更重要的是,发挥通信产业“国家队”的作用,为打造世界一流的“电信强国”效力。

在履行社会责任方面,我们将继续推进电信基础设施建设,努力减小数字鸿沟,促进区域协调发展。继续积极

开展大型社会公益项目,建立项目推进与保障机制,切实扶助弱势群体,推动教育事业发展,提升社区生活水平。

在履行环境责任方面,我们将通过有效的制度落实和执行,建设资源节约型和环境友好型企业,积极发挥带动作用,唤起全社会对环境保护和资源节约的关注。

我们希望与各方伙伴一起为行业创造更大的发展空间和更多的发展机遇,为改善人类生活质量和提升社会经济运行效率创造更大的价值和更美好的前景,努力推动企业、社会与环境迈向更加美好、和谐的未来。

我们的承诺

对政府:
严格遵守政府监管,主动承担责任,做推进国民经济信息化的“国家队”。

对客户:
以“专家”精神开创品质卓越的移动信息服务。

对员工:
为其实现人生价值提供最佳舞台。

对投资者:
高度重视投资者权益,做最具价值的创造者。

对价值链伙伴:
做推动产业和谐发展的中坚力量,共同创造“无限通信世界”。

对同业者:
促进良性竞争,提升产业整体价值,实现和谐发展。

对公众:
在承担好基本商业责任、确保通信畅通的同时,积极参与公益事业,以永不停息的事业追求和人文关怀,服务和谐社会。



相关方证言

顺应国际大势 锻造责任典范

积极履行企业责任正在成为一种国际趋势。

在政府之外,企业越来越展现出强大和无孔不入的社会影响力,成为最有能力担负各类责任的积极力量。

世界各地的现实告诉我们,对企业的评价,如果只注重单一的财务标准,很容易引发诸多社会和环境问题。这方面,有关国际组织已发出了一次次如潮的警示。而目前的状况是,针对企业的评价标准,已经开始从单一财务底线变为经济、社会与环境责任三重底线。

在中国,企业尤其是像中国移动通信这样的大型国有企业积极履行责任,有着特别重要的意义。

企业对于经济责任的履行,可以直接促动所在行业的进步,带动就业,刺激消费,实现经济增长的良性循环。企业对社会责任的履行,有利于实现社区成长和社会和谐,维系与员工、消费者的积极关系,树立公众对社会财富和分配公平的信任感,最终为企业发展和社会进步建立稳定的基础。

企业对环境责任的履行,不仅是树立榜样,也是在长远意义上推动自身的可持续发展。许多事实已经证明,企业的持续进步,最终意义上离不开与环境的和谐。

作为国有企业,中国移动通信理应在承担三重责任方面树立典范;作为电信运营商,中国移动通信也有能力在拓展网络覆盖、进行技术和业务创新、建设信息社会方面发挥更强大的作用。

我们看到中国移动通信在这些方面做出的积极努力和阶段性成果。同时,我们希望,这本责任报告的推出,会成为中国移动通信继往开来、履行责任的新起点。

对于中国移动通信,我们有理由给予更多期待。

全国社会保障基金理事会理事长

二〇〇六年十二月



企业责任：和谐消费环境的题中之义

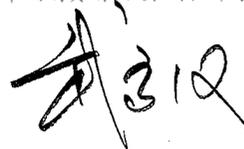
承担经济、社会和环境三重责任是现代企业的立身之本，也是构建一个健康、和谐的消费环境的题中之义。

相对于企业，作为个体存在的消费者无疑是弱势；然而从可持续发展的角度来看，获得消费者的认可、信任和支持却是企业真正发展壮大、走向成功的动力源泉。因此，更好地满足消费者需求，切实保障消费者合法权益成为企业生存与发展的关键问题。

现阶段，中国社会需要建立统一、开放、竞争有序的现代市场体系，企业应积极履行企业责任，以诚信为本，规范自身行为，自觉地守法依法经营，自觉地维护市场经济秩序，尊重他人的知识产权以及维护消费者的权益，共同维护公平竞争的市场秩序，并通过自我健康的发展来促进经济社会发展及和谐社会的建设。

我们很高兴看到中国移动通信在构建和谐消费环境方面做出了认真的承诺和积极的努力，我们深知构建良好消费环境的任务依然艰巨，但我们相信只有大家以诚相待、各尽其责、携手努力，才能真正实现企业与消费者的和谐共生与共赢。

中国消费者协会副秘书长



二〇〇六年十二月

企业负责程度与投资价值密切相关

一个可信赖的企业必然勇于承担经济、社会和环境责任。

假如企业为追求短期效益而忽略责任承担，投资者的利益最终也将受到损害。企业负责程度和效益增长密切相关。我们发现，从长期看，负责任的企业将获得积极的外部舆论环境，这对于实现可持续发展至关重要。

实际上，各类投资者都对企业善尽责任有越来越积极的心态。我们无法想象，一个恣意损害员工权益、欺骗消费者、不注重社区和谐、不培育良好的各方关系、执意破坏环境的企业，会赢得公众认可并保持持续增长。对于绝大多数投资者来说，若企业获得的社会评价趋于负面，即使短期获利很好，从长远想，也要考虑逐步抛售该股。

从这个意义上来讲，企业承担责任不但不与商业目标割裂，反而正是商业目标的重要组成部分。因此，中国移动通信提出善尽企业责任，是着眼于未来机会和挑战的明智之举。

施罗德投资集团亚太区首席投资决策官



二〇〇六年十二月



关于本报告

所提信息的报告时间	2000年4月至2006年9月
最近一次报告的时期	本报告为公司成立以来第一本企业社会责任报告
报告周期	2006年开始的每个财政年度
确定报告内容的程序	依据全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI)G3版的规范确定报告内容
报告中涉及的与可持续发展事务有关的国家的数量和名称	中国
报告的涵盖范畴	中国移动通信集团公司及其分支机构
数据评估方法及运算基础	集团内部报表及相关统计
报告印刷用纸	环保纸
报告下载地址	www.chinamobile.com/CR





我们聆听

我们殷切盼望着您对这份企业责任报告的意见：您可以给《企业责任报告》编写组发电子邮件至CR@chinamobile.com，也可以填写以下表格邮寄至编写组或传真到+86-10-66006167。

在本报告中，您有没有找到您需要的内容？如果没有，请写下您想要的内容。

报告中哪一部分您最感兴趣？

如方便，请告诉我们关于您的信息：

姓名 _____ 职业 _____

单位 _____ 地址 _____

邮编 _____ 电话 _____

电子邮箱 _____ 传真 _____



中国移动通信集团公司

联系人： 《企业责任报告》编写组
电子邮箱： CR@chinamobile.com
传 真： +86-10-66006167
邮寄地址： 中国北京市西城区金融大街29号907室
邮政编码： 100032
设 计： 奥美整合行销传播集团

版权所有，未经许可不得翻印转载。

All copyrights reserved. No reproduction by any means is allowed without acknowledgement.



G3指标索引

类别	序号	内容	在本报告中的位置
战略与分析			
	1.1	机构最高决策者关于企业战略与可持续发展的陈述	P1
	1.2	对主要效果、危机及机遇的描述	P1
公司概况			
	2.1	机构的名称	P4
	2.2	主要品牌、产品及服务	P4
	2.3	组织运营架构	P5
	2.4	公司总部的地址	P4, 64
	2.5	机构业务所在国及报告中涉及的与相关的国家的数量和名称	P4, 62
	2.6	所有权性质及法律形式	P4
	2.7	所服务的市场	P4
	2.8	公司规模	P4, 10
	2.9	在报告期间关于机构规模、结构或所有权限的重大变化	P4
	2.10	报告期间获得的奖励	P11
报告参数			
报告概况			
	3.1	所提供信息的报告时间（如财政年度、日历年度等）	P62
	3.2	最近一次报告的时期（如果有的话）	P62
	3.3	报告周期（一年、两年等）	P62
	3.4	回应关于报告或内容相关问题的联系方式	P63, 64
报告范围			
	3.5	确定报告内容的程序	P62
	3.6	报告的界限	P62
	3.7	说明关于报告范围及界限的任何特别的局限性	P62
	3.8	数据评估方法及运算基础	P62
	3.10	对出自之前报告里的陈述和信息的说明，以及这些重述的原因	P62
	3.11	报告在范围、界限及评估方式上出现的重大变化	P62
内容索引			
	3.12	列表标明报告引用的标准，标明页码和网络链接	P62
证明			
	3.13	为报告寻求外部证明的政策及现行实践	P12, 60, 61
公司治理			
	4.1	机构的治理结构	P5, 14
	4.2	说明最高治理机构的主席是否也是执行官	P5, 14
	4.3	如机构有完整的董事会体系，说明独立董事与非执行董事的数量	P5
	4.4	股东和员工向机构最高治理层提供意见和建议的机制	P20
	4.5	公司治理层、高级经理及执行主管的补偿与机构效益的联系	P14
	4.6	最高决策层规避利益风险的程序	P14
	4.7	报告机构通过何种程序来确定最高决策层所需具备的素质和专门知识	P14
	4.8	与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观行为守则及原则	P6, 59

类别	序号	内容	在本报告中的位置
	4.9	最高决策层如对机构进行监察、管理经济、环境、社会效益	P14
	4.10	评估最高决策层自身业绩的程序	P14
	4.11	说明机构是否以及如何提出预防性的措施	P15
	4.12	内部制定或其他机构签署或认可的经济、环境、社会章程、原则	P6, 59
	4.13	在协会（如行业协会）和/或国内、国际相关组织的成员资格	P18
	4.14	机构利益相关者的名单	P8
	4.15	识别及选择利益相关者的基础	P8
	4.16	利益相关者参与的程序	P20
	4.17	利益相关者参与提出的主要问题及机构如何进行回应	P20-24
经济效益指标			
经济效益			
	EC1	产生和分配的直接经济价值	P10, 12, 58
	EC2	机构活动由于市场环境变化产生的财务问题和其他风险及机遇。	P1
	EC3	公司明确承诺的各种福利和补偿计划	P21
	EC5	在主要业务运营区与当地最低工资相比，公司提供的新员工标准工资	P21
市场份额			
	EC6	在主要业务运营地区的政策、实践以及支付当地供应商的比例	P12, 13, 58
间接经济影响			
	EC8	基础设施投资以及通过商业、以贷代款或无偿服务等形式提供的公益服务的发展和影响	P12, 13, 35-37, 58
	EC9	对经济产生的主要的间接影响，以及这些影响的程度	P12, 13, 58
社会效益指标			
员工			
	LA1	以类型、雇佣合同及地区分类的员工总数	P13, 58
	LA2	员工流失总数，以及以年龄层、性别及地区划分的员工流失比率	P21
劳资关系			
	LA4	劳资双方谈判达成协议涉及的员工比例	P20, 21
职业健康与安全			
	LA8	组织教育、培训、咨询和风险控制等活动，帮助员工及其家属和社区成员防御和医治严重疾病	P21
教育与培训			
	LA10	每年对每一位员工的培训小时数	P21, 58
	LA11	帮助员工延长职业生涯和处理职业危机的各种培训项目	P21
	LA12	接受定期绩效考核的员工比例	P15
多样性与机会均等			
	LA13	管理层的构成情况：按照性别、年龄、民族及其他多样性指标细分员工的构成情况	P5
	LA14	男、女员工的基本薪金比率（同工同酬）	P21
反歧视			
	HR4	歧视事件的比例和解决方法	P21
童工问题			

类别	序号	内容	在本报告中的位置
	HR6	发现最有可能雇佣童工的情况，并采取措施加以避免	P21
强制劳动问题			
	HR7	发现最有可能发生强制劳动的情况，并采取措施加以避免	P21
本土员工权益			
	HR8	涉及侵犯本土员工利益的案例总数，以及企业采取的措施	P21
社区			
	SO1	与社区事务有关的评估和管理工作的核心思路，评估和管理范围以及有效性如何	P7
腐败问题			
	SO2	为降低腐败问题出现的几率而设置的事业主体，其比率和总数量是多少	P14
	SO3	企业中为降低腐败几率而培训的员工比率	P14
	SO4	为惩治腐败现象所采取的措施	P14
公共政策			
	SO5	公共政策定位以及在公共政策发展和宣传过程中的参与程度	P24
反垄断行为			
	SO7	为反不正当竞争，反托拉斯和反垄断所采取的法律行为数量及结果	P24
消费者健康与安全			
	PR1	在产品生命周期的哪一个阶段开始检测它对人体安全健康可能产生的影响 接受这种检测的产品比率是多少	P54
	PR2	产品或服务在使用期限内对消费者的安全健康产生不良影响的事件有多少	P54
产品与服务商标 注册			
	PR5	为消费者满意而采取的措施，及这些措施产生的效果的调研结论	P22-24, 58
市场传播			
	PR6	保证广告、促销、赞助行为符合市场传播法律、法规的程序	P22
	PR7	违反市场传播法律、法规的案件总数	P22
环境效益指标			
原料			
	EN2	可再生原料的利用率	P57
能源			
	EN5	通过节制使用及提高效率节约的能源	P57
	EN6	主动提供能源节约型或以可再生能源为基础的产品和服务，以及通过这些行动对能源需求的减少	P57
	EN7	主动减少间接能源消耗及减少的数量	P57
生物多样性			
	EN12	在保护区和保护区以外生物多样性价值较高的地区，活动、产品和服务对生物多样性产生的重要影响	P56
	EN13	生物栖息地的保护或重建	P56
	EN14	对影响生物多样性的战略，当前行动及未来规划	P56, 59
产品与服务			
	EN26	主动减轻产品与服务的环境压力及其广度	P54-57

类别	序号	内容	在本报告中的位置
	EN27	按照类别售出的可再生产品及其包装材料的比例	P57
	EN28	由于不遵守环境法律法规支付的主要罚款的货币价值及非货币制裁的总量	P54
总体影响			
	EN30	按类型说明环境保护的总体支持及投资	P54
电信业指标索引			
类别	序号	内容	在本报告中的位置
内部经营			
投资			
	IO 1	在通信网络基础设施方面的投资（按国家或地区细分）	P35, 58
	IO 2	在“电信普遍服务义务”制度之下，服务提供商为特殊地区和低收入人群提供的服务属于不盈利范畴，请描述与这类收费相关的立法和调节机制	P34-37
健康与安全			
	IO 3	为确保建设和维护天线、基站、光缆等通信设施的员工人身安全采取的措施	P21
	IO 4	遵守国际非离子辐射防护委员会颁布的、针对手机电磁辐射的规定	P54
	IO 5	遵守国际非离子辐射防护委员会颁布的、针对基站电磁辐射的规定	P54
	IO 6	与手机电磁波能量吸收比率相关的政策和实施情况	P54
基础设施			
	IO 7	选择天线和传输站修建地点时的方针政策和实施情况，包括对股东征集意见，以及主动减少视觉影响等，请描述这一决策过程	P54, 55
	IO 8	独立站点、共享站点的数量和比例	P10
提供通信途径			
提供电信产品与服务，消除数字鸿沟			
	PA 1	在偏远地区和人口密度较低的地区，如何建设通信基础设施并提供通信产品和服务，请解释一下其中运用的商业模式	P26-29, 34-39
	PA 2	如何克服通信产品和通信服务中的障碍，包括语言、文化、受教育程度、收入和健康情况等各方面的障碍，请解释一下其中运用的商业模式	P38, 48
	PA 3	如何保证及时无误地为消费者提供通信产品和通信服务，并尽可能地量化这种能力，特别针对特别时间或地点防止出现网络失灵	P26-29
	PA 4	量化通信产品与服务的普及程度，如顾客人数、市场份额、人口普及率和面积普及率等	P10, 27, 35
	PA 5	针对低收入和无收入人群的通信产品数量与种类，包括如何定价，如偏远地区每分钟通话价格和按流量收取的费用等	P34-38
	PA 6	在灾难发生，需要紧急救援时，能够提供的通信产品和服务	P29
提供信息内容			
	PA 7	与人权相关的产品与服务	P21, 22, 24, 48
客户关系			
	PA 8	推动电磁辐射问题的公开讨论与传播，包括在零售场所提供相关信息	P22, 54
	PA 9	在电磁研究方面的资金投入，请详细描述目前正在进行的相关项目	P54
	PA 10	保持资费方面的透明度	P19, 22, 23

类别	序号	内容	在本报告中的位置
	PA 11	主动告知顾客产品的特点和性能，使顾客可以负责任、有效、便宜和环保地使用通信产品	P19, 22, 23
技术运用			
资源的有效利用			
	TA 1	请举例说明如何在提供通信产品与服务时提高资源利用率	P54-57
	TA 2	请举例说明通讯技术的应用替代了哪些具有相似功能的有形产品与服务	P57
	TA 3	如何衡量由于应用上一项所举例的通信技术，而带来的交通和/或资源使用的变化，如改变范围、市场大小或节省的费用	P57
	TA 4	请估计一下消费者在使用上述通信产品与服务后所产生的间接后果，包括社会层面和环境层面的，作为今后发展的借鉴	P19, 30
	TA 5	请描述一下企业在知识产权和开源技术思想方面的作为	P18
未在本报告中出现的GRI指标			
类别	序号	内容	在本报告中的位置
	3.8	对合资企业、子公司、租赁设施、外包业务以及其他可能严重影响跨周期和/或跨机构可比性的实体的报告依据	N
	EC4	从政府取得的重大的经济援助	N
	EC7	在主要业务运营地区雇佣当地员工的程序及从当地社区雇佣高级管理人员的比例	N
	LA3	在主要业务上由全职员工创造的收益	N
	LA5	有关业务改变的最短告知时限，及其是否在劳资双方的协议中详细说明	N
	LA6	职业健康管理委员会对多少比率的员工提供服务	N
	LA7	以地区为单位的工伤、职业病、矿工及与工作有关灾难发生的比例	N
	LA9	与工会签订的正式协议中，涉及健康与安全的内容	N
	HR1	含有人权条款或尊重人权的重要投资协议，其总体数量和所占比率是多少	N
	HR2	尊重人权条款的供应商和承包人的比率	N
	HR3	员工接受的与人权相关的培训时间，接受这种培训的员工比例	N
	HR5	在结社自由和集体谈判权益受到侵害时，采取了哪些方式保护员工这方面的权利	N
	HR6	为捍卫企业人权方面的政策而培训的保安人员比例	N
	SO6	对政党和相关机构的资金投入或等价投入价值	N
	SO8	因违法违纪遭致重大罚款金额及其他制裁总数	N
	PR3	商标注册过程中所需要的产品信息种类，以及通过这一过程的产品比率	N
	PR4	未进行商标注册的案件比例，按其结果细分	N
	PR8	因泄露消费者隐私和数据而遭到投诉的案件总数	N
	PR9	由于供应或使用产品和服务等情况属于违法违纪而遭受处罚的罚金数额	N
	EN1	按重量和体积计算的原料	N
	EN3	直接能源消耗	N
	EN4	间接能源消耗	N
	EN6	在各类水源采水的总量	N
	EN9	因采水而受到严重影响的来源	N
	EN10	循环及加收利用的体积和比例	N

类别	序号	内容	在本报告中的位置
	EN11	在保护区或保护区以外生物多样性较高的地区拥有、出租、经营或邻近的场所及面积	N
	EN15	在业务影响地的，IUCN（世界自然保护联盟）濒危物种红色名录及国内濒危物种保护名录内的物种数量	N
	EN16	以重量为单位的直接和间接的温室气体排放量	N
	EN17	以重量为单位的其他相关的间接的温室气体排放量	N
	EN18	主动减少温室气体排放量及减少的数量	N
	EN19	以重量为单位的破坏臭氧层的物质的排放量	N
	EN20	氮氧化物、硫氧化物及其他主要的气体排放（类型及重量）	N
	EN21	按照质量及目的地分类的，污水排放总量	N
	EN22	按照类型和处理方式分类的固体废弃物的总重量	N
	EN23	主要原油污染的总数量及体积	N
	EN24	运输、进出口或加工的根据巴塞尔协定附录一、二、三认定的有害废弃物的重量，以及在国际间运输废弃物所占的比例	N
	EN25	受报告单位的排放显著影响的水体及有关生物栖息地的性质、面积、保护状况及生物多样性的价值	N

* 注：“N”表示由于统计原因，部分数据暂不能提供，或由于移动通信运营企业的特点，相关性较弱，故不在报告正文中逐一说明



