

10年

1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
移动来了	再见大哥大	短信风暴	手机上网 MO一下	我的地盘 我做主	我能	拜年短信	正德厚生 臻于至善	您好新河南	加油中国	相信中国 相信TD

手机上网 MO一下

2002

2002年是个“奶酪年”，这一年，《谁动了我的奶酪》成为年最牛的励志读物，《我能动谁的奶酪》等跟风书一涌而上，“谁动了我的××”句式则成了万金油。

当几乎所有中国企业的领导者都在琢磨《谁动了我的奶酪》那本书提出的“以变应变，适者生存”时，河南移动董事长原建国已经制定了“未变知变，做好预案，以变应变”的市场策略。

2002年，河南移动在其“十大经营理念”中强调了“开拓创新”，并且指出“管理创新、业务创新和服务创新，将是今后河南移动发展的主旋律”。随后，“尊重、坚韧、务实、创新”更是成为河南移动全体员工的行动准则和价值追求。

经过2001年“短信风暴”之后，“拇指一族”成为当时媒体热烈报道的焦点，而在河南移动的管理者看来，“短信风暴”仅仅是河南移动实现“未变知变，做好预案，以变应变”的第一步，是预热全新的创新型业务模式的起始。

这一全新的业务模式，先是被统称为“增值业务”，后又被称为GPRS，进而有了一个中国化的名字——“移动梦网”。

郑州移动管理层意识到，随着移动通信技术和市场的发展，用户的需求已逐渐由基础语音通信向多媒体通信转变、由简单通信服务向多样化、个性化的移动信息服务转变，在电信业竞争日益激烈的未来，这种趋势还将延续。

在“短信风暴”所带来的用户高速增长和手机通信功能拓展基础之上，以郑州移动为代表的运营商开始了其增值业务平台建设的历史性行为：分别借鉴日韩的业务建设经验，搭建了移动梦网平台。

2002年5月17日，第34届世界电信日，国际电信联盟将主题定为：“信息通信技术为全人类服务：帮助人们跨越数字鸿沟。”就在这一天，郑州移动在电信运营商中率先将手机上网推向商用，在有线网络还刚刚成为时髦东西的时候，手机上网更是让人眼睛一亮。

一时间，“手机上网MO一下”成为了当时的新新人类互相问候时的时髦用语。

对郑州移动来说，手机上网时代的到来，就像是一次华丽的转身，将通信业最美的一面展现在世人面前。

而更重要的，是郑州移动就此拥有了向“移动信息专家”前进的方向，有了自主创新、主动创新的能力和意识，形成了创新型的企业文化。

晚报记者 祁京 通讯员 张娇 文/图



高端解读

创新是郑州移动的核心竞争力

——郑州移动党委书记 李莉



回顾郑州移动的发展史，可以说就是一部不断创新的历史，就是一个不断创新的历程。企业最核心的任务是为国家、股东、客户、员工、社会创造最大价值，而通过自主创新来实现这些目标，是中国移动做世界一流企业的必经之路。今天，创新对中国移动变得越来越重要。

十年的市场磨砺，使得郑州移动清晰地认识到，只有不断地、积极主动地去创新，去开辟新的领域，才能做到“人无我有、人有我优、人优我廉、人廉我特、人特我超”，提升企业核心竞争能力，引领行业健康发展。

面对未来，郑州移动要发展得更稳健、更有效，就必须主动推进创新，超越以往成功的经验和模式。我们将保持顽强的创新精神，以创新的力量推动企业发展，以创新寻求新的发展机遇，为郑州移动更加美好的明天而不断前进。

10年之记忆

3G前夜的商用宠儿

2002年5月17日，GPRS业务在郑州正式商用，这标志着郑州移动通信技术全面进入了2.5代，移动通信从语音时代走向数据时代的大门开启。

王先生是郑州移动GPRS业务的首批用户之一。

2002年5月底，刚参加工作的儿子给他买了一部带有GPRS的诺基亚手机，经移动营业厅一位工作人员的介绍之后，他首次使用移动GPRS无线上网。他清楚地记得自己使用GPRS做的第一件事就是用手机收到、看到了新闻。“当时，我有点没有想到，首先没有想到手机也能上网，同时，手机上网的速度丝毫不比拨号上网慢。”王先生说。到现在7年的时间里，他会经常拿出手机来上网玩游戏。“GPRS改变了我对手机功能的认识。”王先生说。

在手机用户那里，GPRS业务带来的是一种为细碎无聊时间创造乐趣的生活方式，坐公车的时候可以上网浏览新闻资讯，无聊的时候可以来把游戏，外出的时候手机上网炒股票，更多的铃声图片、更多的资讯信息、更多的游戏娱乐让郑州人的生活开始变得随时随地起来。

“假如没有GPRS，移动用户的手机将仅限于通话。移动通信迈向3G时代将会困难重重。”谈到GPRS业务的历史意义时，郑州移动总经理贾大春说，2002年也是郑州移动应对竞争之年，运营创新，八字准则，做人做事，核心是“市场中的问题通过竞争来解决”，而GPRS的商用，就是郑州移动运营创新的关键一步。

GPRS是移动互联超越有线互联的分水岭，似乎一切没有了线缆的羁绊，手机不再只是简单的通信工具，而是部功能远超出想象力的个人信息平台。

而在GPRS基础之上，移动打造的“移动梦网”的运营模式，则建设了一个信息化的产品平台，让移动这样的运营商从之前的基础通信运营，走向更广阔和深远的产业联合。

大事小事

● **GPRS** 2002年5月17日，第34届世界电信日，国际电信联盟将主题定为：“信息通信技术为全人类服务：帮助人们跨越数字鸿沟。”就在这一天，郑州移动在电信运营商中率先将手机上网推向商用。

● **贵宾厅** 2002年4月，郑州移动全球通俱乐部机场贵宾厅正式投入使用

● **彩信** 2002年10月，中国移动向全国推出了彩信业务(MMS)。



10年之见证

创新型郑州移动的诞生

如今，郑州移动的增值业务已经从最初的文本形式，逐渐向图片、音频，进而向视频、流媒体等多媒体方式转变，将五彩缤纷的数据信息服务展现给了用户，成为郑州移动的一片“蓝海”。

也许正是因为这样，2002年成为郑州的一段富有传奇和变化色彩的时代，也由此开启了郑州移动进行业务创新的大门。

郑州移动的创新一刻也没有停止，他们积极开展业务创新。客户有什么需求，他们就为客户量身定制。在通信市场上，郑州移动总是跑在行业的前端，“校信通”、“农信通”、“警务通”等移动通信信息技术的使用，“诚信服务，满意100”活动对客户强大的“攻心”效应，中博会和拜祖大典等大型活动的强力通信保障……可以说，移动的一举一动都牵动了整个行业关注的目光，进而成为其他竞争者的标杆和楷模。而这一点，在贾大春眼中是郑州移动最可贵的创新精神。

贾大春认为，作为一个处于通信应用领域的高科技企业，郑州移动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创新，并以卓越的品质吸引了越来越多的人成为中国移动的客户，享受中国移动的服务。“如今，‘移动改变生活，创新成就卓越’，已不仅是一句简单的口号。”贾大春说，“郑州移动现在客户已突破630万，正是源于一种不懈追求的创新精神，使中国移动通信跨入了世界一流企业的行列。”

对于贾大春来说，保持郑州移动创新能力的关键在于继续推行创建学习型企业发展战略，将其全面纳入企业的管理视野，与发展战略全面结合，与经营管理有机融合、与员工职业生涯紧密相连，促进企业观念和机制的自我变革，促进业务产品和技术不断创新，促进品牌、业务、商业模式等的内涵和外延的深入拓展，锻造卓越的自主创新能力和知识管理能力。

伴随着即将到来的3G时代，贾大春说，郑州移动将始终把创新基础管理工作列为重点，通过创新不断寻求新的突破。而今，已将创新的理念深入贯彻实施于企业发展的各个方面，使不断创新的、科学高效的基础管理转化为郑州移动的核心竞争力。