



# 年度最受欢迎电信业务奖候选

## 全球通

“全球通”是中国移动通信的旗舰品牌,知名度高,品牌形象稳健,拥有众多的高端客户。已经成为国内网络覆盖最广泛、国际漫游国家和地区最多、功能最为完善的移动信息服务品牌,充分体现“全球通”品牌的核心理念——“我能”。

2009年,郑州移动全球通品牌进一步深入地为消费者服务,全球通商家联盟连续在大商和正道花园组织会员专场,积分兑换让全球通会员享受到尊贵和便利,以全球通VIP大讲堂为代表的各种专业性会员讲座服务掀起了头脑风暴,以亲子社区为代表的品牌性社区活动,则把全球通的服务理念延伸到了新的领域。



## 天翼

天翼,英文名称e surfing,是中国电信为满足广大客户的融合信息服务需求而推出的移动业务品牌。

“天翼”的推出,有效填充了中国电信全业务运营的内涵,进一步深化“综合信息服务提供商”的企业品牌定位,充分发挥中国电信的融合业务优势,更好满足广大客户特别是中高端企业、家庭及个人客户的综合信息服务需求。

2009年,郑州电信以189号段放号为契机,全面推广天翼品牌,取得了良好的市场效果,在3G时代,天翼及其提供的3G服务,成为了郑州市市场上最受消费者关注的服务品牌之一,它以优质的网络,优惠的价格和优良的服务,给了郑州市民全新的3G体验。



## 神州行

神州行“是中国移动推出的三大客户品牌之一,”神州行“品牌面向大众市场,包括六大产品系列。

“神州行”品牌客户规模庞大。目前,“神州行”客户数已占中国移动客户总数的75%以上,收入占比超过了70%,成为中国移动客户品牌体系中极其重要的一部分。

2009年,郑州移动神州行品牌继续为广大消费者服务,在资费和服务上给消费者提供更大优惠的同时,以郑州移动神州行大戏院和送电影下乡的方式,丰富农民文化生活,服务社会主义新农村建设,同时开展两个城市一个家和家电下乡活动,为推进信息化建设贡献力量。



## 亲情1+

中国联通面向家庭用户,将固话、宽带、手机各类业务进行组合,提供1+1+1>3的通信服务品质,带给用户1+1+1<3的通信费用支出。方便性上,实现一次缴费全家共享;优惠性上,用户打电话更省钱,还能尽享宽带2M提速到4M,亲情号码的设置,更享超级实惠资费。“亲情1+”套餐的资费透明,用户可以自由组合,“固话+宽带+手机”、“固话+宽带”、“固话+手机”的多种组合方式可以按需选择,丰简由己。



## G3

G3是中国移动3G业务的传播标志。G3的主要含义是:G3是3G时代移动生活方式的领先者,为消费者提供一种便捷高效和精彩丰富的移动生活方式;G3也是中国移动基于自主创新知识产权的移动通信技术标准,推动民族科技创新的产物。3G的速度和效率满足客户随时随地沟通与分享的需求,进一步延伸客户的视野,拓展其沟通方式。

2009年,郑州移动的G3业务巡展在郑州举行了10多场,让郑州市民真正亲身感受到了3G技术和丰富多彩的3G应用,成为郑州消费者最为关注的3G品牌之一。



引领3G生活

## 我的e家

“我的e家”为家庭客户提供了全方位综合用电话、宽带、家庭无线上网(Wi-Fi)、手机通讯、视频娱乐等多种通信信息应用。

作为一个为满足家庭客户多元化和个性化的通信和信息服务需求的客户品牌,“我的e家”拥有的不仅仅是优惠的套餐,更包含了完善的积分回馈制度和优质的服务,是全方位的信息解决之道。

“我的e家”客户品牌在传承中国电信一贯的专业服务品质,让您尽享信息之乐的同时,还推出了积分回馈,更令您享受到额外惊喜。“我的e家”积分体系包括了消费积分、在网积分、信用积分和奖励积分多个层面。利用积分,客户可以兑换各种礼品。



## 沃3G

2009年9月28日,中国联通按照“网络领先、业务领先、服务领先”以及“统一品牌、统一业务、统一包装、统一资费、统一终端政策、统一服务标准”的营销策略,郑州联通作为第一批3G正式商用城市开始受理沃3G业务。联通沃3G号段为186,谐音“要发又要顺”,在我们中国传统文化中具有大吉大利的含义,寓意美好。沃3G提供最为丰富多彩的特色业务,如:无线上网卡、手机电视、手机音乐、手机邮箱、手机搜索、手机报、视频通话等在内七大类特色业务。郑州联通3G正式商用共推出了九款基础套餐和一款学生套餐,全国统一资费,基础套餐不分漫游和长途,每分钟最多0.15元,全国接听免费的优惠包括可视电话。联通沃3G支持终端种类多达2000余款,各类3G终端补贴销售政策让您省更多,其中明星终端3Gipone于2009年11月1日正式上市销售,郑州联通推出购iphone手机参与“预存话费送手机”活动,用户选择高包月套餐可享受0元购机的优惠。



## 商务领航

商务领航是依托中国电信的品牌、产品、服务、网络、渠道和客户资源优势,利用中国电信企业信息化综合服务平台,将众多IT软、硬件产品与电信的接入和互联网、语音、短信上的增值服务相融合,为满足中小企业信息化需求而提供的综合性电信增值服务类产品。

经过数年的磨砺打造,“商务领航”形成了通信应用类、信息应用类、行业应用类和服务支持类等内容丰富的产品体系。以强大的全业务优势为基础,特别是在天翼3G的助力之下,中国电信不断融合创新,为“商务领航”注入了新的活力。“综合办公”、“无线全球眼”等新业务以其“移动互联网”的概念吸引了越来越多用户的关注。



## 动感地带

“我的地盘听我的”,动感地带已经成为中国移动最为活跃的品牌以及时尚的符号。“动感地带”(M-ZONE)定位在“新奇”、“时尚、好玩、探索”是其主要的品牌属性。“动感地带”(M-ZONE)不仅资费灵活,同时还提供多种创新性的个性化服务,给用户带来前所未有的移动通信生活。

2009年,郑州移动动感地带继续保持其在郑州校园市场的优势,以动感地带街舞巡演和3G巡展的方式,向消费者宣传动感地带品牌形象,先后开展了张杰、许如云歌友会活动、郭峰走进校园钢琴音乐会等活动,这些活动,让动感地带成为年轻人心中唯一的时尚通信产品。



## 如意通

品牌重点面向普通大众客户提供实惠、方便的移动通信服务,该产品根据不同用户的使用特点推出个性化的套餐服务,把选择权交给用户,通过提供时段优惠、小区优惠以及亲友号码优惠等功能,最大限度地满足用户多元化的通信需求,降低通信成本,经济实惠,物超所值。

“世界风”品牌专为不断追求成功的人士量身打造,致力于为品牌客户提供高效便捷的通信服务,令他们通信畅通,不断获得成功,并根据中高端人士特殊通信需求推出了不同类型的省内、国内商旅、漫游王套餐。

“新势力”是中国联通针对年轻族群量身打造的客户品牌,倡导“阳光、新锐、创新”的品牌文化,联通新势力通过设计丰富的短信包、GPRS上网流量、手机音乐等增值产品包来充分满足年轻人、学生群体的多样性通信需求,降低通信成本。



## 移动之家

一家人几部手机,各缴各的话费,无法掌控家庭消费。而加入郑州移动“移动之家”计划,开设一个家庭账户,就可以解决这一难题,这个新业务品牌一经推出就受到了消费者的广泛好评。

组建“移动之家”、设立家庭账户其实很简单,也很方便。只需由客户提出申请,将2到5个家庭成员号码组成“移动之家”,确定一个户主,即可享受家庭账户业务的功能,参加针对家庭账户的优惠活动。户主可以通过手机上网、发送短信、拨打1008633等方式,将家庭账户上的话费余额调配给任何一位家庭成员,十分方便。



## 平安互助

中国联通面向农村家庭客户,充分发挥网络资源优势,服务于本地经济与社会发展,在组建村级VPN的基础上添加了手机和固定电话的平安互助报警功能。