

全球通、神州行、动感地带、新业务
它们诠释了移动领先优势
它们好在哪儿？晚报为您一一盘点

这一年 移动让我们离亲情更近

全球通——以高端客户为重点

作为以高端客户为重点的优质品牌，今年全球通显得“更亲民”。2011年5月17日电信日，郑州移动推出2011版全球通88套餐，该套餐根据不同人群需求分为上网套餐、商旅套餐、本地套餐。它具有全国接听免费、送350分钟主叫（含本地和外地）、赠送30M上网流量、来电显示及139手机邮箱等优点。即使超出套餐，拨打长途、市话、漫游也只需要0.19元/分钟。资费下降、优惠更多，成为全球通今年最大特色之一。

一直以来，郑州移动为全球通用户组建的“全球通俱乐部”深受客户喜爱。它在建立移动多元文化生活社区的同时，还为客户提供商务、生活、娱乐、休闲等各方面贴心、超值、专享的优质服务，同时，客户还可以独享网站、客服、五大社区等全方位多重服务，真正体验到属于自己的品位和情趣。

讲经商、讲国学、讲历史，“全球通VIP大讲堂”系列活动得到全球通VIP客户广泛好评；品意大利音乐家合奏团的交响乐、听著名心理学家李子勋的健康心理教育、悟中医名家关庆维传授养生之道，回馈活动不断精彩呈现……2011年，郑州移动通过用心的基础服务及差异化服务来提升“全球通”品牌的服务质量，满足了客户个性化需求。

记者视点：“全球通”是中国移动通信的旗舰品牌，知名度高，品牌形象好，拥有众多的高端客户。随着中国移动业务的迅猛发展和中国移动全体员工的不懈努力，“全球通”已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。

神州行——锁定大众客户

由影视红星葛优代言的“神州行”广告，提出了“神州行，我看行”这样一句极具亲和力的口号，更以“上饭馆，哪家人多去哪家”这样一个巧妙的比喻，拉近了与普通人的距离，让大家多了一个选择“神州行”的理由。

“走大众平民路线”是神州行的品牌思路，正是在这种品牌思路指导下，定制了与之相匹配的产品资费设置。今年，郑州移动针对神州行品牌进行了“微调”，不少神州行用户发现，神州行更划算了。

以前神州行没有“短信套餐”，发送短信0.1元/条。今年，神州行开展“短信传情，预存

2011年10月10日，河南移动公司正式宣布，其客户规模突破5000万。这意味着，每两个河南人中，就有一个人是移动用户。

不论您在河南还是国内其他地方，你会发现，越来越多的用户享受着移动的快捷优质服务。如今，“全球通”、“动感地带”、“神州行”和“新业务”服务品牌已经深入到市民的各个层落。这些品牌相互补充，相得益彰，保证每个客户都能独享适合自己的通信套餐，而这些长期的积累为移动“领先”迸发奠定了坚实的基础。

晚报记者 倪子



新业务 带给客户全新增值体验

现在手机功能越来越多，越来越强大，除了是一台携带方便的电脑，还是人们互相交流的重要工具，看短信、聊QQ、看微博……如今，“手机控”越来越多。

2011年可以看做是郑州移动新业务快速发展的“跨越年”。今年，郑州移动在增值业务的开发上，更是细致入微、贴心周到，推出一系列新业务，使手机功能由信息终端朝着服务终端进一步拓展，“吃住行游购娱”等都可以通过手机搞定。

飞信、139邮箱、无线音乐俱乐部、手机报、手机阅读、手机电视、手机游戏、移动气象站、手机支付、拇指俱乐部、无限体育俱乐部、移动秘书、来电提醒、号簿管家、短信包……这些新业务产品几乎涵盖了我们的方方面面。随着移动通信技术日新月异的发展，手机已不再是简单的通话工具，而是我们生活中不可缺少的多媒体信息终端。

为了更好地回馈广大移动用户，让更多的移动用户得以轻松体验移动新业务，2011年，郑州移动推出不少优惠活动，力争带给客户更多增值体验。例如，在“短信传情，预存有礼”活动中，移动客户只需开通指定新业务并预存相关业务的月功能使用费，即可获得精美礼品。

记者视点：手机看电视、上网、聊天、发邮件，轻轻按几个键就能实现，订机票、订酒店、听彩铃、下歌曲拨个电话就能轻松搞定。越来越多的看似与手机无关的功能都在手机上实现了，郑州移动新业务正在悄无声息地改变着我们的生活。

有礼”活动，推出“5元短信包”，发短信更划算。此外，积分问题也因为“家庭福分”的出现迎刃而解。只要用户开通“家庭福分”计划，神州行用户也能和全球通、动感地带一样享用积分。而且，家庭福分的兑换以“服务”为主，跟市民生活息息相关的众多服务，都可以用家庭福分来兑换，突出“家”的感觉。

临近岁末，郑州移动为神州行用户准备了“盛世行、梨园曲、老交情”神州行名家戏曲专场感恩回馈活动，将文化、祝福、演出、服务直接送用户，再次全面提升了神州行品牌的内涵。

记者视点：神州行走的是轻松、实惠的平民路线，肩负着最大限度占领中低端市场的重任。从最初史无前例的零月租、预付费等革命性的创新服务，到后来衍生出一系列具有特色的增值服务，平民化的道路越走越宽。

动感地带——为充满激情和活力的年轻人服务

萧亚轩、吴克群、苏永康、戴佩妮、陈楚生、卓文萱……今年，郑州移动动感地带用户可谓“大饱眼福、大饱耳福”。接连举办的精彩演唱会独特之处，在于并非人人都有机会一睹这些明星的精彩表演，但动感地带的用户却有“特权”欣赏。

“特权”文化“特权”动感地带，是郑州移动为动感地带用户打上的标签。针对“动感地带”这一特殊的消费群体，确立了“时尚、好玩、探索”的品牌定位。不仅从业务组合上强调“动感地带”的品牌个性，而且通过明星演唱会、“2011动感地带《穿越火线》校园争霸赛”、“圣诞反季

玩穿越、泳池派对Hi翻天”等一系列与电信业务无关的活动使这一品牌深入人心，更给动感地带用户带来了物超所值的非凡体验。

从“我的地盘我做主”到“型动派”，随着市场需求的变化，郑州移动紧抓行业脉搏，推出了一系列精彩纷呈、更加个性化的短信套餐、音乐套餐、MO套餐以及针对电话、WLAN上网的一系列优惠政策。特别是“免费WLAN”，客户只需发送套餐指定短信代码到10086开通高校WLAN套餐，即可于2011年12月31日前享受高校WLAN套餐当月扣费、次月全额返还的优惠。

记者视点：如今，越来越多的“90后”占据动感地带市场，他们与“80后”有些许不同，“90后”更潮流、更时尚、更追求个性。他们迫切需要一个新事物来传达他们的精神需求与生活方式，郑州移动“动感地带”敏锐地意识到这一点并满足了年轻一代的这种诉求，进而成为一种生活方式和一个族群的象征。