

资讯速递

移动推出G3固话2011版套餐

本报讯 上周,记者从郑州移动获悉,为了给不同类型的客户以更为丰富的产品体系供其选择,自上周五起,郑州移动特推出了郑州G3固话2011版套餐,并结合G3固话终端开展了一系列优惠活动。

其中,新入网的G3固话用户可以选择分月套餐、半年套餐、年套餐三种套餐类型,预存一定额度的入网费用,即可在免除月租费、获得全额话费返还的同时,免费获赠G3固话一部,半年套餐和年套餐的用户,更可以在上述基础上享受到不限最低消费的优惠,并可获赠3000分钟或6000分钟的国内通话时长。而G3固话的老用户也可以参加存送活动,选择半年期或一年期存送,预存一定分摊话费,即可获得4000分钟或8000分钟的免费国内通话时长。

同时,针对G3固话话机丢失、损坏的用户,郑州移动也为其量身打造了全方位的贴心服务,郑州移动的工作人员告诉记者,用户只需缴纳一定的分摊话费,即可免费获得指定G3固话一部。(韩津)

联通 国际合作伙伴大会在港举办

本报讯 11月15日,中国联通在香港举办2011年国际合作伙伴大会,来自全球的著名电信运营商以及新兴信息服务提供商近600位嘉宾参加了会议。会议代表就通信业的创新与变革、移动互联网发展等议题进行了广泛和深入的交流,促进了国际通信行业的联系与合作。

中国联通总经理陆益民在会上作了主旨发言,从行业趋势、公司发展、国际合作三方面进行了精彩阐述。他最后强调,建立广泛和紧密的国际合作是中国联通的重要战略,联通将通过双赢合作不断拓展业务,助力全球经济发展。(赵晶晶)

电信 语音客服首层不设广告语

本报讯 本周二,中国电信宣布推出一键接入、一点查询等五项客服承诺,并承诺在语音客服的首层不设广告语。据介绍,此次推出的五项客服承诺包括:一张账单、一键接入、一站服务、一点查询、一声提醒。

具体来说,“一张账单”规定账单中费用、账户、积分信息清晰明了,套餐外费用详细展示;“一键接入”规定10000号语音服务首层不设广告语,直接提供业务咨询及办理、费用查询、故障报修等,菜单简明、一键接入;“一站服务”规定按照客服首问负责的原则,营业厅提供一台清式的咨询、缴费等服务;“一点查询”规定网上营业厅、掌上营业厅可以查询手机增值业务订购状态,可自主退订;“一声提醒”规定流量提醒、余额提醒、定期提醒等统一、规范的提醒服务。(陈敏)



时尚消费

新玛特金博大店 携手众品牌联合汇演

本报讯 11月12日,在新玛特金博大北门外广场,一场火辣炫彩的比基尼热舞拉开了新玛特金博大店品牌文化展销序幕。

以“浩沙科技暖衣、时尚舞动中原”为主题的活动向中原消费者展示了浩沙冬阳热舞系列浩沙内衣,此次活动推广更是有世界比基尼小姐2011冠、亚、季军及中国区获奖选手亲临新玛特金博大店,让广大顾客与世界最美小姐“零距离”接触,吸引了众多消费者围观。活动现场,世界小姐进行了走秀、巡场,并与消费者合影留念和签售,浩沙品牌事业部零售支持总监李梅、浩沙河南总代理郑州兆盛服饰有限公司总经理赵公民代表浩沙向管城区的孤寡老人捐赠了价值10万元的200套浩沙暖衣。结合此次品牌文化展演契机,11月11日~11月30日浩沙在新玛特金博大店,进行全场2-5折促销力度回馈消费者。

据悉,此次活动是新玛特金博大店携手众品牌为中原消费者带来的全新文化营销的一部分,也拉开了大商集团17周年庆新玛特金博大店终极营销的大幕。大商集团17周年庆最后阶段活动,新玛特金博大店携手众多品牌做冬日展销会,珠宝、化妆品、时尚女装、内衣、男鞋相聚联欢,不同的品牌、不同的展销方式,新玛特金博大店力求在冬日里温暖消费者,为消费者带来更多、更优质、更实惠的商品,其中李宇宁全场2-7折、精选货品200元3件,欧时力全场5折,厚木1-6折等品牌大型特卖会。11月19日,全场服饰满600返330元礼券(30元为超市礼券),化妆品全场消费会员尊享10倍积分。11月18日至20日,商场近100个重磅品牌,购物满2000元,特例商品满6000元,再赠送精美礼品一份,并且顾客在当天现金消费满300元(特例满900元)或会员消费会员卡内30点积分就可获赠刮刮卡一张。(赵佳)

运营商、互联网企业纷纷瞄准位置服务市场 位置服务 下一个杀手锏

本报记者 韩津

如今,对很多人来说,“签到”一词已不再是公司前台的签名或是指纹。无论你在哪里,只要拿出手机,发出一条包含你所在位置的记录,就完成了“签到”。

这种基于地理位置的“签到”应用就是位置服务的一个缩影。除此之外,定位、导航、查找周边地点等基于地理位置的手机应用也得到了迅速普及。在本月初举行的2011第五届移动互联网国际研讨会上,“位置服务创新应用论坛——新位置,新未来”就作为会议主题之一,受到了各界的广泛关注。

会议中,有专家指出,“随着产业链的迅速扩张,位置服务很可能成为移动互联网领域的下一个杀手锏。”那么,事实果真如此吗?

位置服务 移动互联网新宠儿

位置服务,简称LBS,指通过定位技术获得用户的位置信息从而实现各种与位置相关的业务。

定位功能主要通过GPS定位、运营商基站定位等方式实现。就目前来讲,除GPS定位以外,国内三家通信运营商的基站也基本覆盖了全国,以移动为例,据了解,中国移动现在在全国有基站超过70万个,实现了全国的基本上无缝覆盖,通过基站的定位就可以实现很高的精度,用户总数超过了6亿。采访中,郑州移动的工作人员也向记者表示,现在,郑州移动的用户已经完全可以通过手机实现快速、准确的定位。

手机定位技术日趋完善,基于地理位置的各种增值服务也开始出现。早在2002年11月,中国移动就开始了位置服务的尝试,开通了移动梦网品牌下面的“我在哪里”、“你在哪里”、“找朋友”等业务。到2003年,联通也在其CDMA网上推出了“定位之星”业务。

而位置服务的真正火爆则得益于美国公司Foursquare的兴起。2009年3月,这家基于用户地理位置信息的手机服务网站在

美国上线。到2010年4月,Foursquare的用户已突破100万,而如今,其手机用户已超过500万。

巨头热捧 难掩其功能缺陷

Foursquare迅速崛起以来,国内诸如街旁、大众点评、嘀咕等类Foursquare厂商纷纷出现,新浪、盛大、人人、百度等互联网巨头也陆续推出了类似应用,一时间,以“我在哪里干什么”为格式的各种信息迅速充斥互联网。

然而,一两年下来,各大企业几乎都面临着这样的问题:产品功能单一。

“除了签到就是签到,街旁签完新浪签,大众点评签完人人签,我没有发现今年与去年的区别。”家住陇海路的小文曾经是位置服务应用的忠实粉丝,如今,他也这样对记者抱怨:“并且,在随便一家餐馆、酒店的签到上,我看到的只是一串串签到者的昵称,很少有真正有用的信息。”正是由于此种原因,目前,位置服务的用户粘性着实有限。数据显示,目前国内位置服务应用用户活跃度仅为16%。

路在何方 “服务”比“位置”更重要

随着时间的推移,传统的位置服务逐渐失去了其吸引用户的独特魅力。路在何方?位置服务的开拓者们已经开始了新的尝试。

当你到达一个陌生的城市,位置服务会根据你之前喜欢去的地点、喜爱的口味等等信息,搜寻到你可能会感兴趣的商户推荐给你。这样的位置服务你会不喜欢吗?

这是国外一家公司开发的位置服务应用,这样的位置服务应用拓展充分证明,“我在哪里”只是位置服务商业价值的第一步,“我可以去哪里”是更重要的下一步。而这步跨越,不依赖“位置”,而取决于“服务”。

国内不少位置服务领域的开拓者也认识到了这一点。在去年的中国移动开发者大会上,就有业内人士谈到,“位置服务”中的“服务”才是对用户的价值,是应用开发者需要认真考虑的重点。

随着开拓者的逐步转型,随着服务形式、内容的不断深化,位置服务的前景也将日趋明朗起来。届时,位置服务成为移动互联网领域的下一个杀手锏也许并不是梦想。



制图 柴莹莹

互联时空

联想引领全民 进入移动互联时代

——“观豫风·乐联想”河南媒体沟通会举行

11月14日,联想集团高级副总裁、中国区总裁陈旭东亲莅郑州,参加了“观豫风·乐联想”河南媒体沟通会。在现场他向嘉宾们展示了联想最新推出的移动互联产品,并分享了近期联想在移动互联领域、区域市场开拓所取得的成绩。

这次交流会汇集了联想最新的针对不同用户群体的移动互联精品,包括为普通娱乐用户准备的乐Pad K1、乐Pad A1、为商务人士准备的ThinkPad tablet,以及针对时尚人群的乐Phone S1和中低端用户群的乐Phone A60。来自省内的核心媒体、IT领域的意见领袖代表,参加了此次交流会。

“去年这个时候,我手里还只有一款乐Phone手机,而现在联想的移动互联产品可以摆满整整一个桌子,可以说我们的移动互联战略向前走了一大步。”陈旭东在接受采访时,与记者分享了联想在PC、移动互联等领域的全新战略。

陈旭东表示:“推动先进电子信息产品的普及是联想一直以来的使命。伴随着移动互联网时代的到来,联想一方面不断推出丰富的优质产品,一方面与包括运营商、渠道、内容开发商等在内的合作伙伴更加紧密地协作,共同打造健康、可持续发展的移动互联生态系统。联想很快还将推出十余款品类丰富、性能卓越的产品,满足各类细分市场用户的需求,进一步推动移动互联的普及。”

他说:“移动互联网市场潜力巨大,预计2014年中国智能手机的出货量会超过笔记本电脑,达到1亿台,保有量超过2亿台,届时平均每7人就拥有1部智能手机。面向未来,联想依旧坚持‘保卫+进攻’的双拳战略,在PC(传统电脑)核心业务带上新台阶之外,联想将不遗余力地发展移动互联和数字家庭这个高增长的业务,还将关注商用业务、云计算的增长机会。”

据透露,本月联想中国将发布在云计算、移动互联市场的整体战略,届时,随着联想更多、更新的移动互联产品上市,移动互联时代将全面开启。 今令

酒祖杜康挺进济南、商丘

11月中旬,洛阳杜康控股有限公司分别在济南和商丘举行高端品鉴会,并在两地企事业单位负责人、经销商以及省内媒体记者等人的共同见证下,与济南金久源商贸有限公司和商丘久鼎酒业有限公司结为战略合作伙伴,以更好地开拓酒祖杜康系列产品在上述两地的市场。

“杜康历史文化悠久、深厚,也是知名度高的白酒品牌,酒祖杜康独有的玄武古泉、桑泥古窖、传承古法、分区窖藏等四大特性,成就了其不输于国内任何一款名酒的超群品质。”济南金久源商贸有限公司总经理戚华营和商丘市久鼎商贸有限公司总经理孟繁民解释称,这是他们对酒祖杜康情有独钟的重要原因。

据记者了解,自2009年底洛阳、

济南是山东的第一白酒消费市场。川酒、黔酒、徽酒等都将济南看作是谋取山东的战略要地,但由于趵突泉、扳倒井等强势品牌的顽强阻击,绝大多数省外名酒都折戟沉沙。

商丘是河南有名的“酒窝子”,是张弓、林河等地产名酒的根据地市场,也是洋河、古井贡等省外名酒的战略布局的要地。酒祖杜康此次在两地同时发力,面对地产酒以及外来酒的双重阻击,其竞争压力可想而知。“相比其他白酒,无论是品牌还是品质,杜康均丝毫不逊色,即使竞争再激烈,我们也有信心站稳市场。”洛阳杜康控股总经理吴书青在接受记者采访时表示。

据记者了解,自2009年底洛阳、

伊川杜康两家酒厂重组为洛阳杜康控股有限公司后,在市场上焕发前所未有的生机与活力,连续两年的销售业绩均比上年翻了一番。

“比如在稻花香、枝江等地产酒强势,以及洋河、郎酒等外来酒猛攻的宜昌市场,杜康的中低端产品仅仅以半年时间,销售收入就从40万元飞跃到400多万元。而在国内一二线名酒厮杀惨烈的天津市场,杜康的高端产品酒祖杜康也在短短几个月,就创下了销售收入突破1000万元的辉煌。”吴书青举例分析说,这些足以证明,只要找对人,找对方法,即使围得像铁桶一样的市场,也能被拥有卓越品牌基因的杜康打破。

马俊曹

首届河南消费者 劲酒厂家体验之旅启动



图为消费者在展厅参观

本报讯(本报记者 张潇潇 通讯员 高二春)近日,劲牌有限公司组织了“第一届河南消费者劲酒厂家体验之旅”活动,“我老公喝劲酒快20年了,原来每次他喝的时候,我都劝他少喝,甚至不喝,但是今天看了劲酒公司的生产流水线后,我不会再阻止他喝劲酒了。”在活动现场,李阿娟告诉记者。

据悉,此次体验之旅的参与者都是劲酒的忠实消费者。在湖北大冶市劲酒厂区,消费者近距离见证了劲酒独特的产品品质,还参观了劲酒的全部酿造流程。在这次活动中,消费者了解到劲酒是真正的纯粮酿造,中药提取采取的是最先进的数字提取技术。水乃酒之血,劲酒酿造用水来自幕阜山脉。这与该公司一直以来倡导“健康饮酒”的理念不谋而合。

椰岛海王酒获“国食健字”批号 助推新品上市

近日,记者从海南椰岛集团获悉,其旗下产品椰岛牌海王酒获批准保健食品“国食健字”批号(国食健字:G20110558),保健功能为“增强免疫力、缓解体力疲劳”。入市八年后,椰岛海王酒终于摆脱了其“滋补酒”的尴尬身份,成为一款“名正言顺”的保健酒。

千金难买“国食健字”

作为保健食品的一个细分品类,保健酒必须获得“国食健字”方可入市。为规范保健食品行业,国家食品药品监督管理局推行了GMP认证工作。对保健酒来说,这是一项高标准、精细而规范化的管理办法,是取得生产“保健酒称号”的重要门槛,更是产品入市的主要防线。

据统计,在全国3000多家保健酒的企业中,真正拿到“蓝帽子”保健食品标识的不到20%。由此可见,“国食健字”的批号是产品质量与安全的保证。椰岛海王酒以“滋补酒”

的身份进入保健酒市场,多年来在营销上颇为尴尬。如今,椰岛海王酒终于拿到了保健酒的身份证明,这无疑大大提升了椰岛的品牌价值。

获批实至名归

作为保健酒行业的开拓者,椰岛集团专注保健酒的生产研发多年,并拥有多项自主知识产权。椰岛海王酒是椰岛集团利用自身研发优势研制的又一款独具特色的海洋保健酒。

椰岛海王酒主料选用产自南海微沙海域的“南海双珍”——海蛇、海牡蛎做主料。研究表明,海牡蛎富含牛磺酸和10种人体必需氨基酸,可以促进免疫力、增强调节新陈代谢、消除肌体疲劳。海蛇富含16种人体必需氨基酸,其功效主要为祛风燥湿、通络活血。在“南海双珍”的基础上,配方采集天然原生药材温和辅佐,完美融合古法酿造传统和现代科技工艺。椰岛海王酒继承了椰岛集

团对品质的一贯追求,严格按照GMP的标准生产每一瓶酒。

品牌助推新品上市

如今椰岛品牌已经硕果累累:中国驰名商标、国家商标战略实施示范企业;2011年,在中国酒类流通协会主办的华樽杯第三届中国酒类品牌价值评议活动中,“椰岛”品牌以55.91亿元荣获中国保健酒品牌价值第一。

据椰岛集团董事长助理肖竹青透露,公司筹备许久的战略新品椰岛海王酒将借此机会加快上市步伐。海王是海南特产,华南民间盛传海王酒有良好的滋阴壮阳效果。椰岛集团立足海南国际旅游岛资源,将珍藏20年的椰岛海王酒配方重新挖掘整理,目前已经做好了产品升级的系统准备工作。椰岛集团将继续为“传承中医养生文化、推动保健酒业展,造福国人健康”而不懈努力。

屈媛媛

拍卖公告

受有关单位委托,我公司定于2011年11月26日上午10时30分,在郑州市红专路129号公开拍卖位于中牟县中刁公路东侧、官渡大街东段南侧土地使用权约10.96亩及地上建筑物约958.1平方米。欲参加竞买者,即日起请向本公司咨询详细情况,索取查阅相关资料,并于拍卖日前携带有效证件到我公司交纳规定数额的竞买保证金,办理竞买登记手续。 展示时间:11月21日-24日 报名截止日期:2011年11月24日16时止 联系电话:0371-69190638 网址:www.hnycpm.com 工商监督电话:0371-68852699 河南豫财拍卖有限公司 2011年11月18日