

资讯速递

联通 拨114送健康体检套餐

本报讯 日前,记者从郑州联通获悉,三八妇女节即将到来,为庆祝三八节的到来,为郑州广大女性朋友提供更多关爱,郑州联通特联合新世纪女子医院推出了“拨114送健康体检套餐”活动。

郑州联通的工作人员告诉记者,为回馈广大客户对联通114的支持与关爱,同时喜迎三八妇女节的到来,郑州联通推出“拨114送健康体检套餐”活动。即日起,凡是拨打114前50名的女性朋友,均可获得价值275元的女性VIP健康体检套餐一份,数量有限,赠完为止。(孟晓丽)

移动 400提供多手段综合服务

从原来的信件、普通电话、800电话到今日的主被叫分摊付费的电话服务模式,随着时间的推移,移动400业务正在逐步完善集团客户与用户的沟通模式。据了解,目前世界五百强企业都拥有自己的企业付费电话,中国的零售业前10强也已全部开通400电话服务。

据悉,移动400业务是中国移动为集团客户提供的一种通信费用由主被叫共同承担的业务,该业务为企业提供全国统一的400号码,可实现把对该号码的呼叫转接至事先设定的电话号码或呼叫中心上,并由主叫方承担本地通话费或漫游通话费,企业按主叫用户实际发话位置及呼入时长支付本地或长途通信费。

记者了解到,通过移动400业务,集团客户可以有效提升企业知名度、降低企业通讯费用和人力成本。同时,借助其自助服务平台提供的数据分析功能,集团客户可深入分析行业潜在发展趋势,了解消费者行为模式,从而为企业制定营销战略,改善营销服务手段,对客户服务质量助一臂之力。

李 钢

联通 看手机电视 享精彩生活

上下班路上、旅行途中、闲暇时刻,无聊的时光总是难以打发,而如今,有了联通手机电视,这些都将不再是问题。

据了解,联通手机电视是中国联通专门为3G用户打造的一项特色增值服务。该服务基于最优的WCDMA移动网络,最快的网络速度,可以为广大手机用户提供最快最好的影视、娱乐、原创、体育、音乐等各类视频内容的直播、点播、下载服务,用户只需手机登陆http://wap.tv.wo.com.cn即可轻松享受随时随地自由播放体验,可谓是居家旅行,解闷自娱的必备佳品。赵 巍



时尚消费



争锋“明星机” 联通电信“亮剑”终端市场

本报记者 韩 洋



制图 毛 洁

若问起当今手机市场上哪款手机是“明星”,相信不少人都会不假思索地说出iPhone 4S这一答案,而被称作“性价比之王”的小米手机也是不少人的选择。确实,在如今百花齐放的手机终端市场,这两款手机堪称奇葩,自上市以来不断刷新着营销的神话,火爆程度也非其他手机可企及。

电信版 iPhone 4S 将至 联通称不惧竞争

从年初开始,关于电信CDMA版iPhone 4S即将上市的消息就层出不穷,不同版本的合约计划、上市时间、售卖价格也纷纷在各大网站、媒体出现,尽管最终的上市时间和合约价格还呈现众说纷纭之态,但可以肯定的是,电信版iPhone 4S的上市已成定局,不日将和广大用户见面。

对于这一消息,最为兴奋的当属那些电信的老用户了,家住桐柏北路的小黎便告诉记者,自己是做生意的,用133开头的CDMA号已经七八年了,信号稳定,上网也够快,但就是近两年看着身边不少朋友都用上了苹果手机,自己虽然也想换,但斟酌再三,还是感觉换号对自己造成的不便太大,“有些客户三四年都不联系,一旦联系就有生意可做。”小黎告诉记者,“现在终于马上要有电信版的苹果手机了,还是最新的iPhone 4S,等上市了我立刻去买一部。”

而面对电信版iPhone 4S即将上市的消息,和电信的“果粉”相比,作为苹果的“老亲家”,联通却显得平静了许多。“我们卖苹果手机已经好几年了,从iPhone 3GS到iPhone 4再到iPhone 4S,我们的营销体系、资费模式、服务体系都已经相当成熟,并且,我们的WCDMA网络也能给用户提供更快捷的上网体验。”郑州联通市场部相关负责人告诉记者,他同时透露,目前,联通对iPhone的单一依赖已基本消除,去年开始力推的“新定义千元智能机”已日渐成为联通合约机中的主力。

未开售先降价 电信版小米虎视眈眈

作为一款国产强机,小米手机自发布以来就备受关注,去年12月21日,小米手机宣布推出联通定制版,超值的合约价格和高额的话费返还吸引了不少“米粉”购买,也为联通带来了一大批新用户。昨日凌晨0点,电信纪念版小米手机也正式登场了,1000台电信纪念版小米手机在小米官网开售,定价为1699元。正式版将于3月底上市,售价为2199元。

而就在昨天中午,小米手机的创始人雷军又忽然在微博上放出消息,受感于“米粉”对电信版小米手机的热情,小米决定把将在3月底上市的正式电信版小米手机的价格下调200元,调整为1999元。

相比之前WCDMA版小米手机1999元的售价,调价前的电信版小米高了200元,对此,小米手机相关人士称这是由于CDMA手机芯片采购成本更高所致。然而对于这一解释,一些“米粉”却并不领情。或许正是出于此原因,小米官方才不得不推翻了自己从前的定价,将两个版本的价格最终拉平。

“在手机的定价上,洞悉消费者的心

理很重要,1799元对比1999元和1999元对比2199元完全是两个不同的概念。”对于此次电信版小米手机“未开售先降价”,科技市场一位手机经销商金先生表达了自己的看法,“此次小米主动降价,应该会对于上市后的销量产生巨大的刺激作用。”而对于电信版小米手机的前景,金先生也表示:“价格旗鼓相当,联通的3G网络是公认的国内最好、最快,而电信版的小米在话费补贴力度上更胜联通一筹,因此,待电信版小米正式上市之后,一场‘亮剑’小米的竞争或许在所难免。”



金朝力

葡萄酒 餐桌上的雀跃舞者

各类葡萄酒与美食的完美搭配

清淡型的白葡萄酒

这类酒闻起来让人觉得新鲜,有果味、清爽、酸度低。适合搭配清淡的菜肴和海鲜类的菜品,如:龙井虾仁、酸度和虾肉结合相互提鲜。生鱼片和生蚝也适合这类酒,还可以帮助消化。

中等柔滑、芬芳型的白葡萄酒

这类型的酒香气令人心旷神怡,在白葡萄酒品种中香气最浓郁的要数琼瑶浆和玫瑰香了。搭配这类白葡萄酒我们通常选择比较细腻的食物,或添加许多香料、口味比较奇特的菜肴。如:配有香料的鱼类和其他海鲜、河鲜。

带有橡木的浓郁白葡萄酒

这类酒会选用禁得起陈年的霞多丽葡萄酒种来酿造。通过橡木桶发酵使酒体丰满、浓郁、酒精度高。这类酒适合于烧烤类的食物。因为酒经过橡木桶,通常也会带有烘烤的气息。

果味型、轻柔的红葡萄酒

这款酒有果味足、酒体轻、单宁低、酒精度低的特点,最明显的一个代表性产区就是法国因产新酒而闻名的博若莱(Beaujolais)。

这类酒适用范围很广,可以搭配西餐中的意大利、比萨,也适合搭配非常油腻的食物,如:东坡肉、香肠等。建议在15摄氏度左右饮用。



初春葡萄酒与美食如何搭配

风格搭配

您挑选的葡萄酒风格与酒体应该与食物相符。例如,强劲的解百纳适合搭配丰富的纽约牛排。同样,味道较重的食物,如蓝纹奶酪应该配以可口的波特酒。清淡的菜品,如鱼,应选择口感细腻的葡萄酒,如霞多丽。

不要过度考虑肉的颜色

人们经常说红酒配红肉,白酒配白肉,即鸡肉、鱼肉等配白葡萄酒,牛肉、羊肉等配红酒。然而,您还要考虑整体的菜色,如果鸡肉蘸食口味浓的番茄酱料,那么与酒体清、口感淡的红酒搭配最佳。

同产区葡萄酒最好配同产区美食

来自某一特定产区的美食几乎都能与当地的葡萄酒完美搭配。如地中海的海鲜和普罗旺斯的白葡萄酒是绝配,而托斯卡纳的意大利面和肉制品适合高酸度的桑娇维赛红酒。

避免橡木桶陈酿葡萄酒 采用橡木桶陈酿的葡萄酒都带有浓重的橡木味,可能压倒食物的味道,因此最好不要选。一般说来,橡木味较淡的酒更容易搭配食物。

加盐

盐不仅能提升食物的风味,还能让葡萄酒与食物互补。盐可以让葡萄酒吃起来更柔和、果香更浓郁,同时还能降低酸度,改善口感。

不要害怕酸味

带酸味的菜实际上会带出葡萄酒的果香,同样葡萄酒也有助于表现菜的风味。辛辣的菜肴适合较甜的、低度葡萄酒,如雷司令或琼瑶浆。

考虑最突出的风味

如果美食口味丰富,那么就考虑其最突出的风味,这样更能抓住重点配酒。

实践

很多初饮葡萄酒的人常以为,对某种特定葡萄酒或菜品来说,只有一种最佳搭配。事实上,搭配选择多种多样,要多加尝试,找到自己喜欢的搭配方式。

百搭葡萄酒——起泡酒

毫无疑问,起泡酒或香槟几乎可以与任何食物搭配。

忠于自我

提到葡萄酒配餐,正确的答案取决于自身。每个人的味觉都很独特,偏爱某些口味。因此你对葡萄酒食物搭配的味道与众不同,只需找到自己喜欢的味道。 陈晨

2012年白酒行业 品牌差距将越拉越大

2011年,整个白酒行业呈持续上升趋势。据专家预测,2011~2012年我国白酒制造行业产值年均增长率约为25%,2012年产值将达到3827.5亿元,白酒业增长率或达到70%。

2011年酒类产量大幅增长,下游消费需求旺盛。老名酒加速发展,从整个白酒行业发展来看,2011年是老名酒加速发展的一年。在2011年高速发展背景下,2012年地产酒企的生存空间将受到这些名酒企业的挤压。整个白酒行业将加速分化,品牌差距也将有所拉大。

但从另一个角度来讲,面对老名酒强势竞争压力,区域性酒企也将通过融资、引资等各种方式,通过资源整合实现企业跨越式发展,在这一轮激烈的竞争中站稳脚跟。继苏酒集团之后,湖北省提出将组建鄂酒集团,以四特为代表加速整合赣酒资源。川酒二线品牌也将在中国白酒金三角的大背景下追逐市场,二线品牌小角楼、江口醇等也积极引入战略投资方壮大实力,红楼梦、国粹等也纷纷制定了上市融资计划,试图通过资源整合、资本运作等迅速做大做强,实现企业跨越式发展。 苏华

中国成法国酒类第三大进口国

据法国葡萄酒与烈酒出口商联合会14日公布的数据显示,2011年法国酒类(包括葡萄酒、烈酒和香槟)出口额创新高,首次突破100亿欧元。同时,中国上升两位,成为继美国 and 英国之后法国酒类第三大进口国。

数据显示,2011年法国酒类出口顺差增长9%,达86亿欧元,仅次于航空工业创下的177亿欧元,成为法国第二大贸易顺差部门。

法国葡萄酒与烈酒出口商联合会主席路易图尔指出,去年法国酒类出口额增长主要原因是价格上涨幅度较大,达10.5%,但销量增长并不大,只有2.4%。

从地区来看,除法国以外的欧洲地区仍是法国酒类产品的最大市场,去年向该市场出口额达41亿欧元,同比增长3%。向亚洲出口额增长迅速,成为其第二大市场,去年出口额达25亿欧元,同比增长29%。 秦风