

资讯速递

移动 开展无线宽带促销活动

本报讯 昨日,记者从郑州移动获悉,为了让更多的市民能够以更低的价格尽情享受郑州移动的高速TD网络、时尚G3智能手机以及WLAN无线宽带带来的随时随地的自由、急速上网体验,郑州移动特在原新春新机惠活动的基础上开展了无线宽带版促销活动。

即日起至6月30日,用户只需预存699元至999元不等的费用,即可获赠价值1958元到2558元不等的超值大礼包,内包含G3手机一部(根据预存金额不同,手机为中兴U806、酷派8013、华为8500、海信T92其中一款)、数百元话费以及价值近千元的WLAN无线宽带一年使用费。

(韩洋)

联通 开通114汽车团购业务

本报讯 日前,记者从郑州联通了解到,为了更好地服务广大市民,更好地满足广大市民“买低价车,买放心车”的购车梦想,郑州联通114特推出了汽车团购业务。

据介绍,此次联通114推出的汽车团购包含荣威、本田、北京现代、悦达起亚等品牌,有购车需求的市民只需拨打114按照工作人员的提示提供报名信息,即可成功报名团购,轻松享受超低价、超省心的购车体验。

(韩洋)

电信 与诺基亚发布首款Windows手机

本报讯 3月28日,中国电信与诺基亚联合发布了中国首款CDMA制式Windows Phone——诺基亚800C手机。

作为诺基亚Lumia系列首款进入中国地区的产品,以及中国电信“天翼飞Young”的重点机型,800C搭载了全新的Windows操作系统,依托中国电信领先的天翼3G网络,为用户带来全新的体验和更丰富的选择。

发布会上,中国电信董事长王晓初表示,今年第一季度,中国电信3G手机用户在新增用户中的占比已达75%,且其中一半为智能手机用户。诺基亚800C的上市对消费者来说,意味着在手机操作系统上有了更多的选择。

据悉,从3月31日开始,诺基亚800C将在中国电信营业厅网点、政企客户渠道、电子渠道、诺基亚专卖店,以及苏宁、国美、乐语、迪信通、中邮时代等卖场开售。

(任友宝)



时尚消费·名酒

全国春季糖酒会 杜康签约超2亿元



图为签约合作现场

本报讯 在刚刚结束的成都全国春季糖酒会上,我省白酒巨头杜康控股收获颇丰。据其相关负责人介绍,2012年与杜康合作签约的经销商中,首批进货打款至少2000万元的就有9家,涉及总金额超2亿元。

记者了解到,这9家经销商分别来自广东、新疆、天津、河南、湖北等省市的7大城市,运作的是酒祖杜康、国花杜康等核心系列产品,其中个别经销商去年就开始与杜康合作,而大部分则是首次与杜康合作,主要看重杜康强大的品牌优势以及强劲的发展势头。

与往年一样,洛阳杜康控股在成都举行的全国春季糖酒会上也下足了工夫,不仅在会展现场和当地知名酒店设置两个大型展位,而且升级改版后的国花杜康系列产品首次亮相,还率先为河南白酒企业斥资几十万元,引进国内科技领先的三维效果全息影像技术,为到场嘉宾展示立体化杜康产品和文化的视觉盛宴。

据了解,杜康自2009年底整合以后,两年多来保持了销售收入年均翻一番的高速增长,目前已经从河南白酒“六朵金花”的末位攀升到第二位。

此次在成都全国春季糖酒会上,据洛阳杜康控股有限公司总经理吴书青透露,未来几年,杜康一方面要夯实生产基地,在洛阳市的汝阳县和伊川县扩建几千亩的生态酿酒产业园,一方面要加大营销投入,力争在2012年成为河南白酒行业的龙头老大,“十二五”末销售收入突破100亿元,跻身国内白酒行业第一阵营。

(张涵秋)

智能手机病毒问题凸显

行业巨头 布局手机安全市场

本报记者 韩洋

近年来,随着移动互联网的快速发展,智能手机也日渐成为黑客攻击的新领域。有专家指出,2012年,智能手机或将引发移动互联网病毒的大规模爆发,而主打中低端市场的千元智能机或将成为重灾区之一。

市场份额激增 智能手机越来越“亲民”

得益于手机生产技术的提高和Android平台的开放性,近年来,智能手机的制作成本大幅下降,智能手机与传统功能机的价格差距也越来越小。谷歌执行董事长埃里克施密特就曾表示,智能手机的价格还会继续下降,到明年,低价智能手机的售价会降到与功能机一样便宜。

除了成本大幅降低之外,随着智能手机带动3G网络的发展,移动、联通、电信三家运营商也纷纷针对智能手机推出大额的补贴政策,借此来抢夺3G网络的用户。这使得曾经占据手机市场绝大多数份额的功能型手机正被智能手机一步步蚕食。

根据最新统计数据,目前,千元级智能机在国内的市场份额高达39.2%。对此,郑州电信的相关负责人表示,在不久的将来,智能手机将成为一个过时的名称,因为要不了多久,所有手机都会是智能机。而这一变化最有力的推动因素,就是智能手机的价格越来越“亲民”。

隐私多防范少 手机安全前景堪忧

随着智能手机的迅速普及,手机应用的大幅增加,智能手机中蕴含的用户信息也越来越多,从最开始的电话本和短信,到现在的银行卡密码、网银账号密码和隐私照片等,智能手机已俨然成为现代人们的掌上隐私中心。对此,某些不法分子为了自己的经济利益,打起了智能手机的主意。传统意义上讲,智能手机通常被认为是比较安全的领域,与电脑遭受的威胁相比,智能手机面临的安全威胁可谓小巫见大巫。然而,最近几年,针对智能手机的恶意软件发展速度已大大超过了以非移动设备为攻击目标的恶意软件。而此类恶意软件的影响,更是以千

安全市场繁荣 行业巨头提前布局

手机病毒问题的日益凸显,也在一定程度上促进了安全市场的繁荣。近日,市场调研公司赛诺发布了2011年四季度我国手机安全市场现状与趋势。根据报告显示,截至2011年四季度,中国手机安全产品注册用户数已达1.005亿。网秦、360、腾讯三家行业巨头占据了绝大部分的市场份额。记者了解到,手机安全产品的迅速普及,一方面是由于广大用户安全意识

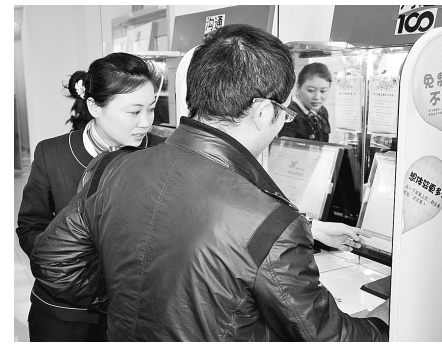
的迅速提高,同时,也得益于国内安全厂商的提前布局。目前,中兴、华为等国内手机厂商的产品已经部分实现了预装安全产品,摩托罗拉等国外品牌不日也将在出厂前预装国内的安全软件。同时,记者也了解到,除了与移动终端厂商合作之外,国内的手机安全厂商还与运营商进行了战略合作,为运营商的应用商店提供了手机安全防护的解决方案。



资料图片

通信快讯

郑州移动 举办体验交流会



社会监督员体验移动网上营业厅

本报讯 (记者 张世豪 文 曹阳图)3月28日下午,郑州移动举办“十项服务举措”客户体验交流会,邀请了十余名社会监督员以“移动客户代表”的身份,有针对性地“穿越”郑州移动的十项服务举措,领略郑州移动的服务文化。

下午两点半,十余位社会监督员来到郑州移动农业路营业厅现场体验移动服务。体验活动期间,社会监督员通过现场观摩、换位体验、服务人员讲解等一系列活动,体验了“业务扣费,主动提醒”、“网上营业厅,业务办理足不出户”、“短信营业厅,业务办理随时随地”等郑州移动推出的便民服务举措,对郑州移动的“透明消费”承诺有了更加深刻的认识。

体验活动结束后,与会的社会监督员对郑州移动的优质服务以及“满意100”服务品牌给予了充分的认可,也代表广大消费者,对郑州移动的窗口服务、产品提供等服务提出了很多中肯的意见和建议。

“十项服务举措”体验活动使得这些用户代表得以从真实的视角了解移动,感受移动生活。同时,郑州移动的相关负责人也表示,今后,郑州移动将继续秉承“客户为根,服务为本”的服务理念,扎实开展“为民服务创先争优”活动,促进公司以客户需求为中心不断改进与完善服务工作,全心全意地向客户提供最满意的优质服务。

文君酒 提速国际化战略

3月23日,文君酒高亮亮相第86届全国糖酒商品交易会,作为中国高端白酒市场的后生新秀,文君酒呈现出图谋国际化战略的雄心。

文君酒厂位于川酒四大酒乡之一的平坝,“文君当垆”的故事由此地千古传颂。自2007年酷似轩尼诗人主以来,文君酒秉持“做到好才是好”,致力于“现代尊华白酒”的打造,五年发展,从上游生产设施升级重建到品牌文化的塑造,已积累了强势突破的实力。

在展会上,文君酒向公众展示了一张标示着品牌发展的广阔地图,文君酒总裁叶伟才表示,文君酒将在立足国内,精耕细作区域市场的前提下,继续有序推进海外市场的拓展步伐。

叶伟才对文君酒市场策略做了进一步解读:文君酒的发展方向仍然是坚定不移地坚持立足国内,在有计划地推进国内市场战略落地的同时,文君酒将利用资源优势,在详细调研的基础上推进国际化战略布局。

叶伟才同时表示,发展之路还很长,文君酒将一如既往地追求品质至上,希望在国际市场越走越稳,将中国白酒之美带向全世界。

王见宾



红酒学苑

如何盲品葡萄酒

所谓盲品,就是拿出一瓶或者几瓶酒,如果有酒标,就把瓶身蒙起来,然后品饮,不同的人给出自己的判断。学习盲品,应从下边的小步骤开始:

**观其色** 从葡萄酒的色调可以分辨是单品种葡萄酒还是混合葡萄酒,其还可以暗示你葡萄酒品种、葡萄酒的年龄以及葡萄酒的产区等信息。这些颜色上的细微差别就是非常有价值的视觉线索,能提高酒评的准确度。一般红葡萄酒颜色越深,表示年龄越轻。

**闻其香** 先闻葡萄酒静止状态下的香气,继而以画小圆圈的方式轻摇酒杯,要避免液体溅出酒杯。摇晃会使葡萄酒活跃起来,尽情释放出果香与酒香。静止后,仔细观察酒杯内壁及葡萄酒是怎样往下流的。人们也把挂杯称做“酒泪”或“酒腿”。挂杯可以分辨酒度的高低,“酒泪”越厚,说明酒精和糖分越多。

**品其味** 吸取一小口含在口腔,然后用舌头搅动几下,让酒与口腔充分接触,并让味道在口腔中慢慢扩散开。口腔与舌头的不同部位都能辨别出不同的味道。用你的舌头细细体会葡萄酒的质地,是否滑润,是否会觉得舌头突然很干。在这个过程中,记得花时间慢慢体会,不要猛灌咽下,应好好地琢磨葡萄酒带出的感觉。

凌致

第86届全国糖酒商品交易会

白酒发展良好 葡萄酒受青睐

3月26日,在成都举行的糖酒会上,全国糖酒会办公室发布2011年我国主要糖酒食品细分类别运行情况报告。报告显示,2011年我国白酒行业发展态势良好,我国已跃居葡萄酒消费第五大国。

白酒 富有文化内涵的品牌受欢迎

据相关数据显示,2011年我国白酒累计产量1025.6万升,同比增长30.7%,增速较上年同期上涨3.89个百分点。2011年末,我国白酒工业企业达1233家,行业总资产达3095亿元,同比增长34.65%。有数据显示:2011年,我国规模以上白酒工业企业实现主营业务收入达3746.67亿元,同比增长40.25%;实现利润总额达571.59亿元,同比增长51.91%。

2011年是白酒业蓬勃发展的一年,《2011中国白酒市场趋势观察研究报告》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,仍保持较高增长态势。

从消费上看,我国具有历史悠久的白酒文化,人们购买白酒不单纯追求其使用价值,更青睐一些高雅、凝重等富有文化内涵的品牌。部分高端白酒因其既有丰富的人文价值和深厚的文化底蕴,更是身份和地位的象征,除家庭消费外,更多出现在商务宴请中,尽管酒价“涨”潮此起彼伏,市场需求依然保持旺盛。

但有一个新的特点需引起注意:从2011年第四季度开始,二、三线白酒销售量开始稳中有升,高端白酒市场出现萎缩,销售量明显下滑。有专家指出,高端白酒销售量正在进入下行通道。2011年下半年高端白酒价格的疯涨影响到春节

期间高端白酒的市场表现。高端白酒涨价将使200元~600元价位段的消费群分散到中档白酒和部分红酒。

葡萄酒 跃升为全球第五大消费国

2011年我国葡萄酒累计产量115.7万升,同比增长13.0%,增速比上年同期上升0.6个百分点。有业内人士表示,中国已跃升为全球第五大葡萄酒消费国。

另据中国海关总署的统计数据,2011年葡萄酒进口总量为36.16万升,同比增长27.6%,进口金额为13.93亿美元,同比增长80.9%。其中瓶装葡萄酒(2L以下)进口量为24.14万升,同比增长65%;进口金额为12.73亿美元,同比增长94.05%;散装葡萄酒(2L以上)进口量为12.02万升,同比下降12.32%,进口金额为1.2亿美元,同比下降20%。2009年进口瓶装酒首次超过散装酒,短短两年时间,瓶装酒的进口量就超出散装酒一倍,市场容量不能小觑。2011年,散装酒首次呈现下滑趋向,表明中国进口葡萄酒市场正在由低端向高端转移。

面对中国葡萄酒行业的高速增长,国际葡萄酒与烈酒研究机构(IWSR)2011~2016年的预测报告,未来5年,亚太地区将会成为酒精饮料增长最快的地区,其中,中国的增长率将达到63.2%,成为全球酒类消费增长的引擎。IWSR预计,全球整个酒类消费量将提高到28.1亿瓶~

33.2亿箱,到2016年,消费量大约上涨超过5亿箱。亚太地区将会成为酒精饮料增长最快的地区,并将很快超越欧洲,进而取代美国,成为世界第二大酒类消费区,而其中85.9%的增长来自于两个市场:即中国和印度。

糖酒会豫酒表现不凡

此次糖酒会,洛阳杜康、宋河、宝丰、雪健等著名企业再次点亮春糖会。

杜康:在今年成都糖酒会上,杜康采用多媒体3D成像,利用国内顶级技术将酒祖杜康的形象和生产工艺展示得淋漓尽致。这是今年春糖会现场的最大亮点,也是河南食品企业以高科技形式在糖酒会上的首次亮相,引来了不少客商纷纷驻足拍照。

洛阳杜康在展会上豪签2亿元订单,为河南食品业提振。洛阳杜康控股公司总经理吴书青提出,“十二五”规划期间做强品牌,筹划百亿杜康蓝图。

宋河:春糖会上,宋河的“色彩”令人印象深刻。展位依旧沿用宫廷深褐色和红色为主体基调,这与宋河突出“厚重”的品牌定位相呼应。河南省宋河酒业营销公司副总经理刘曙光表示,对于宋河这种区域代表性企业来说,参与全国糖酒会,形象展示大于一切。刘曙光认为,会议厅的展位可提前进驻,捕捉会前人气,一举多得,企业形象传播与信息交流也可以得到保证。

名庄国际红酒:除了代理国际名酒,名庄红酒董事长朱永良已在全国开设了27家店,成都分店的开张,为名庄“国际化”奠定了坚实的基础。河南的葡萄酒经营企业跨区域发展,不能不说是次大胆“试水”。

在朱永良看来,中国的进口红酒营销尚处于摸索阶段,品牌建设不可松懈。名庄国际总部位于郑州,目前在省外已开设7家分店。 本报记者 张涵秋