

5·17世界电信日:信息通信与女性

信息化时代下的职业女性新主张



制图 柴莹莹

今年世界电信和信息社会日的主题定为“信息通信与女性”。网络通信、手机应用,这些诞生自信息化时代的艰涩字眼似乎总是和女性有着遥远的距离,但是并不意味着女性和它们绝缘;相反,女性对此有自己的主张。“我的确不太了解这些技术原理,但是我会使用技术带来的产品,让我工作更顺畅,生活更便利。”资深白领Jessie这样解释自己眼中的信息化浪潮。

怎样才能在职业和生活之间实现良性平衡?下面介绍一些多样化的服务,读者可根据自身情况进行选择,巧用先进技术,实现鱼和熊掌兼得。

巧用增值业务让“小秘书”随身

职场瞬息万变,任何一通电话和一条短信都可能带来一连串的影响,深谙其中之道的职业女性学会了巧用增值业务将自己的手机全面“升级”为随时携带的小助手。身为客户总监的Abby就是其中生动的一例,“我一天到晚打电话的时间大概超过五个钟头,有的时候在外面没带备用电池,就担心自己会漏接客户电话,后来同事告诉我来电提醒业务可以解决我的问题,我体验了一下,果然像是一个小助手,解决了很多通话问题。”

来电提醒能解决手机关机、暂时不方便接听电话等问题。当客户的手机关机、没电或不在服务区时,未接听来电会在客户开机之后以短信的方式告知,确保手机时时在线。

而在不方便接听来电时,Abby则会选择具有“智能应答”功能的手机软件以更礼貌的方式挂断电话,当需要挂断来电时,手机上会弹出智能应答菜单让客户自行选择合适的情景,自动向呼叫者播放相应的语音提示。

和直截了当的通话相比,有些场合则更适合短信。“最近,我用上了短信回执,这样可以保障每位同事都能收到我的短信。”所谓短信回执,就是当客户发送短信后,会收到短信提醒,告知短信发送成功、失败或者暂时无法送达。如果短信回执显示失败或者暂时无法送达,就可以再进行一次电话确认,极大提高了工作效率。

手机小应用为生活添彩

在八小时的工作之外,职业女性也把自己的私人生活打理得精彩纷呈。“丰富的生活和奋斗的工作,两手抓两手都要硬。”这句话代表了大多数职业女性对于生活的看法。

职业女性的教育程度普遍较高,对于新事物的接受度也较高,因此她们早早就体会到了通信业务对理财的帮助。在一家会计师事务所上班的Daisy就是如此,“我一直都关注银行的理财产品,手机也会经常收到银行发来的理财产品介绍的短信,但是由于内容较多,短信始终不够详尽,邮件却也因为种种原因经常错过。今年,我使用了移动的139邮箱业务,邮件到达时有实时提醒短信,短信里有网址连

接,我点进去就能看到详细的介绍。”记者了解到,除了移动外,联通、电信也都拥有类似139邮箱的手机邮箱业务。

而和好朋友聊天当然要用和手机号码直接绑定的飞信。即便对方不在线上,也可以随时把自己想说的话变成短信发到对方手机上。

“我相信任何技术的最终目标都是使人们的生活更美好,所以信息化也好,高精尖技术也好,只要善加使用,就可以让我更轻松地享受生活和作品。”Jessie用女性独有的视角诠释自己对技术的理解。还有很多和她一样的职业女性,她们身处信息大潮中,巧妙地让信息化技术成为自己手中的“利器”,在信息浪潮中如鱼得水。任圆圆

BlackBerry业务为出差减负

相信大多数的职业女性都有这样的经历:每次出差除了要带个人物品外,一台笔记本电脑是必不可缺的,即便是轻便式电脑对于女性来说也是一项不轻的负担。聪明的白领Cherry选择了BlackBerry业务,用小巧的手机替代笨重的笔记本电脑。

这项服务最大的亮点在于自动“推邮件”功能,黑莓会自动检索指定邮箱是否收到邮件,有了新邮件会自动通知客户。客户无需惦记重要邮件是否有回信,也无需频繁地打开自己的邮件反复确认,只需掏出自己的黑莓手机查看是否有提示。这种“推”速度非常快,普通邮箱服务接收到一封邮件大概需要耗时25秒左右,而黑莓的“推”邮件只需要5至6秒。收到的邮件附件无需完全下载即可打开,邮件正文可以选择只加载文本内容以最快时间浏览邮件内容,大大节约流量。而且所有的邮件还都被一个据称史上最严密的加密方案所加密——黑莓应用了3DES、AES等加密软件,采用端到端的加密技术,不依赖无线网络的加密环境或SSL。

此外,还可以享受黑莓用户独有的BBM(黑莓即时消息)服务,也备受喜欢聊天的女性用户的喜爱。



“军民联合护线宣传”活动启动



本报讯(记者 韩津)通信光缆连接你我他,保护光缆意义重大。昨日是5·17世界电信日,上午9时,壮观的宣传车队上彩旗飘扬,“军民联合护线宣传”活动正式拉开序幕。

活动启动仪式上,作为此次活动主办方的郑州移动和济南军区某部相关负责人分别作了讲话,宣讲了维护通信光缆安全的重大意义和工作要求,动员广大群众共同保护通信光缆。

为了更好地促进军民联合宣传活动的长期开展,参与此次护线活动的济南军区某部代表还向新成立郑州移动护线宣传队授予了护线宣传队队旗,他表示,希望能从郑州移动的护线宣传队开始,建立军民通信联合保障体制,形成“联合护线宣传、技术联合交流、区域联合共抢”的合作机制。在总站应急通信保障能力提升的同时,促进地方经济的良好发展。

启动仪式结束后,由军车、通信抢修车组成的10多辆军民联合护线宣传车队正式踏上了护线宣传之旅。据了解,车队将沿着郑州市区、中牟、荥阳、巩义、新郑、上街的主要通信光缆线路,进行为期两天、行程200多公里的巡回护线宣传。

宣传车辆打着“保护光缆,人人有责”等宣传标语,每经过有光缆线路的村庄及繁华之地,宣传人员会下车向群众进行保护光缆的宣传,告知大家保护国家通信设施是每个公民的责任与义务,并在现场张贴宣传标语,发放宣传物品和宣传单。此外,车队还将特别进入一些靠近光缆附近的施工现场,对正在施工的工人们进行宣传讲解,并在施工机械上及施工现场周围张贴警示标语。预计在这两天时间里,车队共将发放宣传单、宣传品上千份。

“我们的目的,是通过此次宣传活动,向光缆沿线群众普及光缆基础知识,使光缆沿线群众对光缆线路的重要性有进一步的认识,增强爱线护线的意识,形成军民齐心、共同保护国家和国防通信线路的大好局面。”郑州移动相关负责人表示。



时尚消费·名酒

豫酒品牌突围高端市场

“在整个河南市场,从销售总量上来讲,本土品牌占到70%,但在白酒高端市场这一块,本土品牌只占到30%。”河南省酒业协会秘书长蒋辉日前接受采访时说。

据了解,豫酒发展的鼎盛时期是上世纪九十年代,其产销量最高时曾突破60万吨,名列全国第四。然而,上世纪90年代末期,由于许多外省高端白酒品牌的长驱直入以及河南白酒企业自身的一些原因,导致豫酒品牌优势在本地市场越来越弱。

目前,像宋河、仰韶、杜康、宝丰、赊店、张弓等本土品牌主要占据河南酒业的中端市场,而高端市场由茅台、五粮液、剑南春等外省品牌占据,低端市场则被部分本土品牌和东北酒占据。

然而随着白酒行业激烈的竞争和社会经济的发展,消费者将更趋于品牌消费,品牌定位对于白酒企业的发展举足轻重。

业内人士认为,豫酒品牌定位高端既可以在提升品牌的同时重塑形象,又能缓解原材料和人工成本上涨的压力。而随着相关政策的制约和消费理念的变化,豫酒品牌向一二线集中,走高端路线也是必然。

在今年4月下旬的中部糖酒会上,河南不少白酒企业纷纷效仿茅台,推出不低于3000元的白酒,准备进军高端市

场,据宋河酒业相关负责人介绍,宋河酒业也正在推出一个国礼酒,价格定位大概在3000多元,具体还要根据市场调研进行最终确认。另外,像仰韶酒、宝丰酒也正在通过各种渠道和方式树立自己的高端形象。

然而,豫酒想要在河南市场真正占据高端市场的大部分份额,却需要很长的一段路要走,在消费者认知方面,部分豫酒似乎与高端品牌并不关联,同时有专家表示,高端酒毕竟面对的是少部分消费群体,价格又有刚性需求,豫酒很容易在打造高端品牌的同时不能很好的协调与中低端市场的关系。

对于豫酒品牌的高端定位,河南省

酒文化产业研究所所长李策认为,豫酒要做好高端产品,应打好“三张牌”,即打好“文化牌”,将产品文化和消费文化结合在一起,并通过酒包装、消费方式、营销方式等体现这种文化;打好“联合牌”,将行业利益和整体利益放在第一位,然后再带动豫酒各企业发展;打好“创新牌”,探索出适合企业自身发展的营销模式。

豫酒若能在做好中低端酒的同时推出高端产品,并注意扩大品牌影响力,改变营销模式,从而获得广大消费者的认同,实现利益和品牌的最大化,那么豫酒才能在突围本土高端市场方面掌握主动权。 武 蛟

第十届中国食博会 郑州红枫酒庄冰酒受青睐

本报讯(记者 张雨秋)5月16日~18日,第十届中国食品博览会在漯河市举行。应邀参展的郑州红枫酒庄推出的加拿大冰酒受到了热捧。

此次食博会规模空前,来自美国、德国、意大利等12个国家和地区以及全国27个省(市)的6000余名客商参会,178家世界500强、国内500强和行业百强在内的1056家企业参展。

冰酒素有“液体黄金”之美称,颜色呈金黄色,散发出蜂蜜和水果等香味,口感甘甜醇厚,清新可口。红枫酒庄的加拿大冰酒一经展出,立刻引起了现场众多观众和经销商的强烈关注,同为参展企业的同行们也纷纷加入了品尝的行列。

“本次参展是红枫酒庄花费心血最多的一次参展,我们现场提供给参展嘉宾免费品尝的酒款多达30余种,我们就是想通过这种方式让更多消费者感受加拿大冰酒和红枫酒庄的魅力。”据红枫酒庄总经理王建飞介绍,红枫酒庄位于农科路酒吧一条街,在短短一年多的时间,已经迅速成为了河南红枫酒庄的翘楚,不仅是河南酒业协会进口酒副理事长单位,更享有中原红“八大名庄”的美誉。

据了解,郑州红枫酒庄是由加拿大百利酒庄投资兴建,主营加拿大原瓶原装进口冰酒、红酒以及法国、智利等国的部分酒款,而享誉世界的加拿大冰酒正是红枫酒庄的特色所在。

首期酒业高级职业经理人助推企业成长研讨会召开

本报讯(记者 齐亚婷)5月12日,中国酒类流通协会河南办事处举办了首期“修己惠人,笃行致远——酒业高级职业经理人助推企业成长”研讨会。

中国酒类流通协会河南办事处主任吴勇表示,为提高酒类行业的营销水平,培育和造就一支正规化、专业化、职业化的营销队伍,中国酒类流通协会与人力资源和社会保障部教育培训中心合作开展了酒类高级职业经理人培训班。

首期培训已于去年10月在上海举行,河南省共有9人获得了高级职业经理人资格认证。为进一步提高河南酒类行业管理人员的素质,促进企业建立完善的人才战略体系和培养机制,中国酒类流通协会河南办事处举办此次研讨会,旨在商谈成立“中部酒类高级职业经理人联盟”。

研讨会上,宋河酒业股份有限公司副总经理刘晓光认为,举办高



级职业经理人研讨会很有必要,河南目前在高级职业经理人队伍的培育上是不健全的,最缺乏的就是高级职业经理人队伍。

刘晓光表示,影响力、活跃度、口碑、业绩都是评价高级职业经理人的标准,下一步河南应该培育出

一批拥有市场把握能力、独立策划能力、团队带领能力突出的高级职业经理人队伍。

同时,大家一致认同应成立一个“中部酒类高级职业经理人联盟”,给河南的高级职业经理人提供一个交流与提升的平台。

关于受理社会各界对国家开发银行股份有限公司资产安全监督举报的公告

国家开发银行股份有限公司(以下简称国家开发银行)以科学发展观为指导,以开发性金融服务国家中长期发展战略,在融资推动国家经济建设和社会发展的过程中,始终秉承开门办行、民主办行的宗旨,努力实现“阳光投资”,建设“阳光工程”。自2006年8月国家开发银行成立“审计举报办公室”以来,公开受理来自社会各界的监督举报,并取得了良好效果,为加强风险防范,履行社会责任,共建健康企业、健康市场、健康金融发挥了积极作用。

国家开发银行作为中长期投融资主力银行,将围绕国家“十二五”发展规划,服务于科学发展和社会和谐。在此重申:

热忱欢迎社会各界对国家开发银行资产安全进行监督,对危害或可能危害国家、地方、公众及国家开发银行利益的行为进行举报。

现就有关事项公告如下: 一、监督范围 与国家开发银行资产相关的项目法人及组织,包括国家开发银行的贷款项目及客户,为国家开发银行提供各类担保的客户,以及国家开发银行的管理资产所涉及的其他客户等。

二、监督内容 (一)利用虚假的经营信息或申报材料,骗取国家开发银行贷款的行为。企业以不真实或虚假的资产、负债、损益信息及其他申报材料信息,恶意虚报包装,以骗取国家开发银行贷款的行为。 (二)挪用、挤占、侵占国家开发银行信贷资金的行为。借款人或借款人违反合同约定,擅自将项目贷款资金挪作他用,或非法占用、私分和转移,或造成重大损失和浪费,以及其他违法违规使用行为等。 (三)恶意拖欠贷款本息或悬空国家开发银行债务的行为。企业有钱不还,或借资产重组、改制等重大经

营事件,转移和抽逃资金,逃避和悬空债务,以及其他有意、故意、恶意逃废债的行为等。

(四)侵害国家开发银行投资权益等其他危害国家开发银行资产安全的行为。

三、举报方式 社会各界人士如发现上述情况,可采用书信、来访、电话、传真、电子邮件等形式,随时向国家开发银行反映或举报。反映或举报内容尽可能详细具体,实事求是,不主观臆测。反映或举报可以署名或匿名。为便于了解更详细的情况,反馈有关调查处理情况,鼓励举报人署真实姓名并留下联系方式。国家开发银行承诺对举报人身份严格保密。

四、奖励 经调查,举报情况属实,且避免或挽回国家开发银行资产损失的,国家开发银行将视具体情况对举报人给予一定的奖励。

五、受理联系方式 1.总行 来访或来信地址:北京市西城区阜外大街29号,国家开发银行股份有限公司审计举报办公室 (邮编:100037) 电话:010-68333171 传真:010-88308914 E-Mail:jubao@cdb.com.cn 2.分行 来访或来信地址:郑州市金水区水276号,国家开发银行股份有限公司河南省分行审计举报办公室 (邮编:450008) 电话:0371-69331706 传真:0371-69331813 六、本公告由国家开发银行解释,相关内容已在国家开发银行网站上予以公布。 特此公告

国家开发银行股份有限公司河南省分行 2012年5月18日