

# 价格战或致业绩下滑 电信设备商转型创新

本报记者 苏立萌

## 遭遇价格战 设备商业绩下滑

爱立信今年第三季度财报显示,今年第三季度,爱立信实现净销售额546亿瑞典克朗(约合81.19亿美元),同比下降2%,环比下降1%;爱立信第三季度实现毛利30.4%,而去年同期则为35%;此外,爱立信第三季度实现净收入22亿瑞典克朗(约合3.27亿美元),同比下降42%。爱立信方面认为,业绩下降,归因于网络业务利润的减少。中兴通讯发布的截至2012年9月30日之第三季度业绩报告显示,报告期内,中兴通讯实现营业收入607.33亿元人民币,同比增长5.01%;实现归

属于母公司股东的净利润-17.00亿元人民币,同比下降259.14%。据业内人员分析,中兴通讯业绩主要是受到低毛利率合同的影响。

虽然华为未公布今年第三季度业绩,但从其第二季度业绩可看出形势不容乐观。

## 避免价格战 产品质量无隐忧

可见,电信设备商业绩下滑并非空穴来风。那么,产品质量是否真的存在隐忧?

一位厂商人士告诉记者:“在国内运营商统一集采的模式下,为平衡市场规模增长和利润率两者之间的矛盾,部分企业无奈的以非理性的低价成交,导致毛利率过低,使企业盈利能力急剧下降。有部分厂商选择降低成本,以求增大盈利空间。但这

并不代表价格低产品质量就差,大部分设备企业针对产品质量还是严格把关的,况且要取得价格战的最终胜利,产品质量是前提。”

这位厂商还说:“不得不说,这场无硝烟的‘战争’,上演得过于激烈,目前,很多设备商基本无法实现盈利,这就为后续产品质量及交付埋下了风险。虽然现在并无质量问题,但是价格战的持续,可能导致后患无

穷。”在交谈中,此厂商向记者透露,其公司今后将极力避免价格战,保证合理的利润空间,为用户提供更优质的产品。

记者市场调查了解到,价格战会使部分设备商以超低价甚至低于成本的价格得到市场优势,如果多方不惜牺牲利润抢占份额,难免不会出现以次充好,忽略质量,忽略客户体验等情况。

## 满足用户需求 转型创新竞争

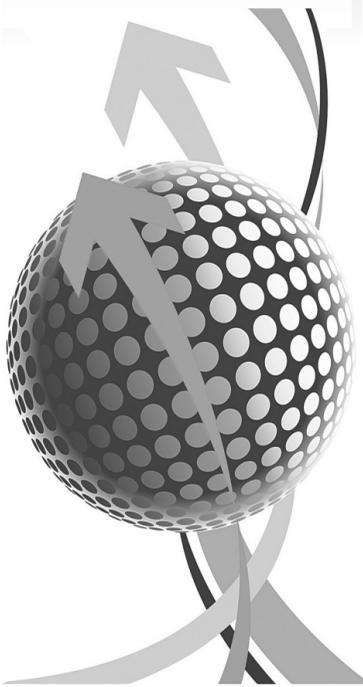
在采访中,有用户表示:“一直以来,部分电信设备厂商提供的低价格智能手机,是吸引我前去购买该产品的重要原因。但是如今,市场上有很多具有新特性的产品,不仅拥有高配置,还有优质的售后服务,全新的使用体验,价格也适中,更能满足我的需求。”

由于电信设备商之间的低成本竞争,造成现在很多厂商的研发投入捉襟见肘。而研发不到位,其产品就难以带给用户全新的体验,致使用户对这个品牌产品形象产生审美疲劳,低廉的价格似乎不再具备竞争优势。

某位通信界的专家告诉记者:“对消费者来说,价格并不是全部。近期苹果、微软、小米、HTC相继发

布新品,备受关注,不仅仅是因为品牌名气,还与产品的创新有关。这种创新能够改变人们的习惯,为用户带来价值、带来全新体验,选择它们的自然会增多。”

据了解,目前电信设备市场由价格竞争进入到技术创新竞争已势在必行,创新竞争将给用户带来什么影响,我们拭目以待。



## 时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

### 五粮液盛世佳酿 为“中国车王”庆功

本报讯 10月30日,刚参加2012环塔克拉玛干沙漠越野拉力赛的车手们凯旋而归,当天,河南省体育局领导、车友、北京中磊东方酒业有限公司董事长杨根发及公司人员等200多人前来祝贺。

这些车手,包括获得过国内多项越野赛事大奖的卢宇军、宋海涛、侯自伟、张建坤、许元东、周元福、乔旭、马守礼等业内高手。庆功会上,有着“中国车王”之誉的卢宇军说,有“东方达喀尔”之称的环塔拉力赛是中国顶级长距离越野赛事,是中国乃至世界赛车手梦寐以求的舞台,能够参赛的选手皆来自顶级的汽车运动俱乐部,本次赛程中,由河南籍车手宋海涛创建的河南爱好者汽车运动俱乐部派出了5部车辆,全部实现完赛佳绩,并夺取多项大奖。

据悉,杨根发也是一名越野运动的爱好者,而且亲历了2012环塔拉力赛,赛程中,车手们坚忍不拔、勇于拼搏、共同协作的精神令他赞不绝口。也因此,他更愿意捧出五粮液盛世佳酿美酒来犒劳车友们。

河南中磊东方酒业有限公司是五粮液酒系盛世佳酿的全国运营商,当日,杨根发与河南爱好者汽车运动俱乐部举行了签约仪式,此后将冠名为“盛世佳酿·爱好者汽车运动俱乐部”。 (王见宾)

### 张裕解百纳获名家赞誉

本报讯 日前,英国葡萄酒大师杰西·罗宾逊在《金融时报》发表专栏文章,对英国皇室供应商维特罗斯旗下高端超市销售的张裕解百纳进行了品评,打出16分的高分。业内人士称,一款售价10英镑的葡萄酒,获此高分十分罕见。

杰西是世界三大酒评家之一,有“葡萄酒界第一夫人”之称,其著作《世界葡萄酒地图》被誉为“葡萄酒圣经”,所创的“JR评分”也是世界上公认的葡萄酒三大评分体系之一。

据葡萄酒专家陈庄介绍,在满分为20分的杰西评分体系当中,16分属于“出色的葡萄酒”级别。 “即使是欧洲优良产地的优秀酒庄,要拿到16分也是非常难的。”张裕在欧洲的代理商——德国TXB公司总经理劳伦斯表示,在杰西评过的855款不同年份的法国顶级酒庄酒中,高于这个分数的刚过半数,张裕解百纳获得16分,充分体现了其高性价比。

“这款酒喝起来很纯净、新鲜,浓郁程度中等,是当地的代表性产品。”杰西在专栏中写道,“我们相信,这种以蛇龙珠为主的混合型葡萄酒代表着一种未来,能让中国在世界葡萄酒行业占有一席之地。” (王见宾)

## 豫酒或将进入“微营销”时代

本报记者 武竣

目前,对于大部分人来说,玩微博、拍微电影早已司空见惯,甚至成为众多企业青睐的营销手段,国内白酒行业第一份微博营销研究报告显示,在被调研的144家知名白酒企业中,已开通官方微博的酒企占比23.6%。

伴随新媒体的发展与进步,豫酒也与时俱进,记者了解到,杜康、宋河、宝丰、仰韶、张弓等豫酒品牌开设官方微博,并在互动平台上做得十分活跃,其中,杜康、宝丰已有微电影作品,而在上述报告评出的微博营销最成功品牌中,杜康、宋河均跻身前十。整体来看,豫酒的“微营销”时代,正渐行渐近。

### “微营销”豫酒STYLE

要说现在网络最火的仍属《江南STYLE》,各种版本铺天盖地,更夸张的是当下已有很多人开始重编,待年会时以自己的风格亮相,如果把“微营销”比作这股风潮,那么,豫酒STYLE也同样精彩,极具特色。

记者发现,在杜康、宋河、宝丰等酒企官方微博主页上,最显眼位置均由滚动画面或视频占据,以展示品牌广告和最新动态,通过视觉冲击来凝聚注意力,同时,每个酒企都设专人负责管理微博,从关注数、粉丝数、互动性、微博发布数、转发量、评论量等方面来看,营销平台十分火热,整体呈上升趋势。

据了解,自去年11月开始,为了更好的运营官方微博,杜康控股有限公司不断探索、改善,目前“把酒问杜

康”、“煮酒论英雄”等特色栏目广受喜爱与肯定,不仅从微博的渠道很好地传播了杜康酒文化和中国传统文化,而且为自身树立了更好的品牌形象,在营销效果上也立竿见影。

在“微营销”方面,杜康还有一个领先地位,即在今年夏天推出的首部微电影《父爱》,单日点击量破12万,并结合微博展开“看《父爱》赢十万大奖”等诸多推广活动,无论是人气还是影响力一致获好评。

相比杜康,其他豫酒品牌也奋起直追,10月26日,宝丰酒专为小宝拍摄的微电影《青春之无知·无畏!》发布会在河南农业大学北广场隆重举行,此部电影十分契合小宝酒新消费群体的定位,而在宋河股份总裁兼营销公司董事长王祚杨看来,微电影营销是一种主流趋势,宋河也将会重点关注并积极推广。

整体来看,虽然豫酒在“微营销”方面处于探索阶段,但前景乐观。河南省酒文化产业发展研究所所长李策告诉记者,目前已有更多的酒企和经销商开始筹备微博营销工作,大概一年的时间,豫酒将会进入“微营销”时代。

### “微营销”值得拥有

基于新媒体的特性,“微营销”的优势非常突出:微博营销,低成本、操作简单、时效性与互动性强,只需一台电脑便能完成营销的大部分内容;而微电影营销,能从情感上拉近与消费者的距离,尤其在提升企业亲和力

品牌影响力方面有锦上添花的作用,甚至有专家认为,微电影营销能让企业花几万达到几十万、几百万的广告效果。

当“微营销”辐射至众多行业时,白酒行业岂能错过?更何况白酒拥有最值得挖掘的文化底蕴,在市场竞争大潮中,“微营销”恰似顺风车,能使白酒品牌发展、壮大的道路更加畅通。

“微营销”的传播价值将唤起更多白酒企业的意识,开始关注这新兴、创意的营销手段。“目前白酒的主流消费人群正在发生变化,因此,白酒品牌应该顺应市场变化,借助扩散性、及时性、互动性的微博平台,与当下的年轻消费人群拉近心理距离,更好地沟通交流,培育潜在的主力消费人群。”杜康控股销售公司常务副总经理苗国军道出了杜康重视“微营销”的理由。

同时,李策也认为“微营销”已使营销手段时尚化,正好对接年轻消费群体,而对于如何做好“微营销”,李策建议豫酒企业及经销商应掌握新媒体特性,并根据市场发展需求和服务对象,找准由头,做好策划,以最能引起关注的话题来增强轰动性,加大传播力度,但活动内容是最关键之处。

随着时间的推移,“微营销”的普及,或许,在白酒行业第二份微博营销研究报告中会看到更多的企业加入,届时竞争也将进入白热化状态,加上“微营销”包含很多形式,想运作完好也有一定难度,不过大势所趋已是不争的事实。

## 宝丰酒业举办小宝成人礼

本报讯 10月26日,宝丰酒业在河南农业大学举办了一场别开生面的创新仪式——小宝成人礼。现场环节——“青春印记—成人寄语—青春无畏—青春万岁—梦想启程—激情派对”显得独特而富有吸引力。

《江南style》、《中国好声音》这些当下流行的时尚元素频频在活动现场呈现出来,小宝专属微电影《青春之无知·无畏!》也在现场首次亮相。

据悉,小宝是全国首款直接定位于青年“85后”受众的清香型白酒。小宝酒随性DIY的自由调配饮

酒方式,颠覆了传统饮酒习惯和饮酒方式。以微博为龙头的系统的线上传播,颠覆了白酒行业的固有沟通手段,是中国白酒在微营销时代的有效尝试。

对于为什么要举办21岁成人礼?宝丰酒业企划中心总经理曹育锋对此作出回应:“18岁是年龄上的成人,而在我看来,21岁之后,才开始有能力承担责任、学会付出、懂得奉献,这才是真正意义上的成人。”他表示,成人,是一个新的开始,也是一次考验,树立他们的成人意识,培养他们的独立性、责任心、学校、

家长、企业都有着义不容辞的责任。在活动现场,曹育锋从自身经验出发与在场大学生进行了交流。

据悉,小宝酒酝酿了两年,网络微博互动、《小宝调酒微视频》、《青春之无知·无畏!》、《爱我就上一百层》一系列专属活动的上线,其带给大家的是对爱情、友情、梦想与责任的理解。宝丰酒业相关负责人表示,面对消费者时代的来临,小宝在努力向大众传递传统饮酒文化,让更多年轻消费者理解白酒、真心喜欢上传统酒文化。

(张涵秋)



通信快讯

## 移动 位置服务覆盖337个地级市

本报讯 截至目前,中国移动位置基地已覆盖全国337个地级市,拥有800余万兴趣点及200余万公里导航道路的电子地图业务应用能力,覆盖25个城市的实时交通能力。同时,建设了位置专业语音呼叫中心,具备年呼叫量1000万次的服务能力。

中国移动位置服务基地2006年在辽宁设立,定位于为客户提供专业的定位服务,主要从事位置服务专项产品和位置基础能力支撑、研发、推广等相关工作。现在各类位置服务用户已超过2300万户。

目前,中国移动已针对社区交友、位置广告、游戏等互联网公司提供位置信息服务。并与公交车、出租车、长途客运车、危险品运输车、个人汽车等各类应用开发商发展业务,推进行业终端标准化进程。同时还提供公众出行信息服务,整合违章信息、交通出行、实时路况、旅游等城市交通出行信息,为公众提供便利。

位置服务是指通过移动通信网络和卫星定位系统结合,获取移动终端的位置信息,实现各种与位置相关的服务,涵盖电子地图、定位、导航、交通、位置游戏等多种应用,涉及互联网、物联网等多个领域。 (秦岭)

## 联通 3G智能生活闪亮文博会

本报讯 近日,在福建厦门举行的第五届海峡两岸文化产业博览交易会上,中国联通展示了“智慧城市”信息化应用,基于高速移动互联网的3G智能生活,以及在物联网、云计算、移动互联网等新一代信息通信技术领域的创新应用成果。

中国联通展馆共设有3G应用体验、行业应用体验、新型人机交互体验、互动漫体验、极速网络体验、新媒体体验等区域。联通以开放、创新的思维,为参观者打造了一个专业、专属的3G智能生活世界。其中,42M极速体验馆成为最热门的展区,中国联通精心设计的F1极速赛场、高速短片、极速游戏等情境化体验方式,让参观者切实感受到升级后的DC-HSPA 42M极速网络和精彩应用所带来的美好享受。

会上,“掌沃城市”应用更是赢得阵阵喝彩。这款应用将日常生活中的“衣、食、住、行、医疗、娱乐”等方面面的信息集中在一款应用软件中,提供如交通查询、路况监控、商家优惠、娱乐资讯、票务查询、预约挂号等信息服务,成为贴心的生活助手。消费者只要通过手机安装“掌沃城市”客户端软件,即可随时随地享受沃3G网络和信息服务带来的智能生活。 (凌莉)



## 当白酒牵手高尔夫



杜康控股销售公司常务副总经理马金全在开幕式上发言

10月27日,第五届“酒祖杜康”杯思念·果岭国际社区业主高尔夫邀请赛在郑州举行。

其实,早在去年6月,酒祖杜康就以冠名赞助形式,与全国高尔夫职业邀请赛喜结良缘,今年在同一地点举行的这届高尔夫球赛,可以说是杜康控股有限公司与高尔夫再续情缘,杜康也因此成为迄今为止豫酒军团首家借助大型高尔夫联赛进行品牌营销的白酒企业。

看似并不搭边的白酒与高尔夫,为什么却一而再地被杜康扯上关系?“作为社会精英人群的高尚生活元素,酒祖杜康崇尚绿色、健康的高品质生活,倡导少喝酒、喝好酒的消费理念,这些都与有着‘贵族运动’之称的高尔夫崇尚回归自然、享受美好生活的生活方式不谋而合。”杜康控股销售公司常务副总经理马金全解释,因此,酒祖杜康冠名赞助高尔夫球赛,不仅是中西方文化与高尚生活方式的交流、融合,更将开启精英阶层品酒祖杜康、打高尔夫球的美好生活体验。

在当天举行的第五届“酒祖杜康”杯思念·果岭国际社区业主高尔夫邀请赛上,作为豫酒第一高档酒品牌的酒祖杜康,其形象产品酒祖杜康12窖区不仅被用来作为比赛获胜者奖品,还以宴会唯一指定白酒身份成为参赛精英们交流心得、沟通感情的一杯中之物。奥运冠军李双双、世界冠军李大双在品尝了酒祖杜康12窖区美酒后,欣然提笔在酒盒上留下了他们的签名作为纪念,甚至对以新商业模式推动酒祖杜康美酒的销售表示了极大兴趣。

据记者了解,杜康是华夏酿酒界鼻祖,也是中华之源,中国酒文化之根。它属于洛阳,属于河南,属于中国,更属于全球华人。近五千年以来,曹操、杜甫、白居易、苏轼、邵雍、元好问等无数贤才达士,均对历史文化名酒杜康情有独钟,留下了“何以解忧,唯有杜康”、“杜康能散闷,萱草解忘忧”等无数诗文佳话,进而奠定了杜康酒“消愁解忧、品质生活”的精神特质。

而“高尔夫”的原意为“在绿地和新鲜空气中的美好生活”。它集享受大自然、体育锻炼和娱乐游戏于一身,是一种释放身心压力、享受美好生活的品质健康运动生活方式,自诞生以来就被国内外名仕精英所推崇,所热爱,素有“有氧运动”、“贵族运动”之称。 张涵秋