

短信遇冷 微信受捧

即时通讯工具成新宠

本报记者 苏立萌

微信赢得最高人气

在米聊、iMessage、沃友等众多即时通讯工具之中,人气最旺的当属微信,从2011年1月推出至今,用户数已经超过两亿人,呈现出野蛮增长态势。

“我经常使用微信语音信息,不用敲字,对着屏幕说一句话,直接把声音发送给对方,很方便。同时,借助‘摇一摇’、‘漂流瓶’等功能,可以和陌生人进行交流,让我能结识更多的朋友。”爱好交友的小范告诉记者,“在有免费WiFi的地方,微信流量费也省了,不仅节省短信费用,也带来更多交流沟通上的便利。”

据了解,中国移动用户只需要20元就可以购买150M的流量,相当于每M不足0.14元,基本相当于1分钟的电话费。如果以数据方式,1M流量已经可以传输10分钟甚至更长的语音信息。

同微信一样,米聊等即时通讯工具都通过流量进行即时通信,耗流量少,资费比短信、彩信的费用低,并在移动互联网上为用户提供视频、语音、图片等内容更为精彩的信息沟通平台以及社交平台。

目前,移动、联通、电信三大运营商分别以飞聊、沃友、翼聊为“船票”登上即时通讯时代,运营商自身庞大的用户基数、较高的安全系数也为其吸引了不少用户。微信之所以能够独占鳌头,除了新奇的功能、QQ基础用户群,关键在于实现了QQ、邮箱等多项流行应用的整合。



近日,“微信流行,短信没落”、“明年一月微信用户数将突破3亿”等消息在网上热传,这使微信在被曝出存在安全隐患之后,再次成为大家关注的焦点,短信“遇冷”成为众多网友热议的话题。

随着智能手机的迅速普及、3G网络的成熟,微信、iMessage等即时通讯工具颇受欢迎,传统的短信业务难免遭受冲击。正在快速增长的微信用户数量,以及关于腾讯将成为虚拟运营商的传言,让运营商真切感受到了即时通讯带来的挑战。

短信业务收入下滑

“之前节日的时候都是通过短信或者QQ给亲朋好友送祝福,再加上平时联系需要,一个月就要发几百条短信,套餐包含的短信根本不够用。”在广告传媒公司工作的魏女士告诉记者,“近期刚接触微信,从价格上看,用一元钱的流量可以发送近千条微信文字信息,相对于一条一毛钱的短信,微信比较划算。从应用来看,微信能即时发送文字、语音、图片

和视频,而短信和彩信只能发送文字和图片。”

有业界人士分析,QQ、微博、米聊、微信等社交信息服务的日益普及,并以免费或者更加低廉的价格提供服务,使传统短信业务在资费上失去优势。同时,运营商自主研发的即时通讯工具对短信业务也有一定的冲击。

根据中国移动公布的去年业绩显示,中国移动2010年短信收

入为526.15亿元,2011年为464.62亿元,比2010年下降11.7%,下降趋势明显,这也是中国移动几年来短信、彩信业务收入首次下降。

“微信确实给运营商业务带来严峻挑战。”联通总裁陆益民在接受媒体采访时称。可见,作为当下即时通讯工具的“明星”,微信这股新生力量对传统短信的冲击力不可小觑。

运营商需灵活应对

日前,腾讯CEO马化腾表示明年1月份微信用户有望突破3亿,这一消息引发网友热议甚至有网友开始“预测”短信的命运。

有网友称:“依托智能手机和运营商网络的微信会取代短信。”也有不少网友持不赞同观点,认为并不是所有人都使用微信,短信不会被完全取代。

据了解,目前,功能手机用户仍然占据很大比例,电话、短信是主要沟通方式。使用微信的用户多为80后、90后,年纪大的用户其实更依赖于短信。而且微信需要对方也是微信用户,

同时在线才能完成即时的信息,对方若不在线,或非微信用户,就无法实现即时沟通。

“微信需要有3G网络为支撑,短信则没那么多的环境要求。但不可否认的是,微信呈现出的是多元化的信息服务平台,并为用户构建了多彩的移动生态系统,更富有娱乐性。”在采访中,移动营业厅有关负责人认为,“微信和短信满足用户不同的需求,谁主沉浮,还不能确定,不过微信带来的压力,将会成为促使运营商和其他即时通讯开发商加快产品更新的动力,给用户提供更新潮的产品、更完美的

通讯体验。”

对运营商而言,面临的挑战不只是微信,而是整个以“即时通讯”为核心的互联网信息服务产品对传统运营商业务的冲击。运营商不能仅仅依靠自主转型来应对挑战,丰富产品内容、提升产品功能、娱乐性、利用多个应用的整合增加用户活跃度尤为重要。

据了解,微信尚存安全隐患,在保护用户隐私、防骚扰、用户财产和交友安全提示等方面还有所欠缺,安全系数亟需提高,用户在使用微信时应当提高警惕,加强安全防范。



移动 WLAN 活跃用户约3606万

本报讯 中国移动日前招标WLAN日志留存系统设备采购,招标信息显示,本期工程建设的WLAN日志留存系统将支持全网WLAN活跃用户,用户数约3606万。

根据移动11月份运营数据,11月新增用户380.1万,累计用户达7.07亿;其中新增3G用户311.7万,累计用户达8242.9万。可见,移动WLAN活跃用户仅占总用户数的5%,占其3G用户的43.75%。

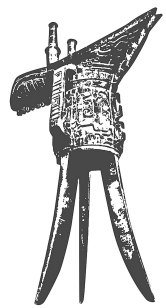
据悉,一直以来,中国移动按照“四网协同”战略进行网络建设,其中2G网络承载语音和小流量数据业务;3G网络承载手机数据业务,分流2G数据流量;WLAN网络承载PC和手机的数据流量,延伸3G网络覆盖;4G网络承载未来大流量业务。(程鹏)

联通 河南客服工作考核名列前茅

本报讯 日前,河南联通的客户服务工作传来喜讯:第三季度整体绩效考核得分、服务考核得分均在中国联通北方十省(自治区、直辖市)分公司排名第1,其中服务考核在中国联通北方十省(自治区、直辖市)分公司和中国联通分别较去年提升7个位次、5个位次;11月整体客户投诉率较年初下降17.6%,重点业务移动网络质量、增值业务和宽带业务投诉率分别较年初下降55.8%、40.6%、20.5%。

河南联通坚持以提高客户感知作为客户服务工作的核心,通过建立机制,把客户服务工作融入网络管理、业务管理、渠道管理、系统支撑与客户感知密切相关的四大模块,转化为公司日常运营的各个环节、各条流程、各项管理机制,以大服务立体格局推动客户感知的提升,进而促进服务质量的提高。

根据客户反馈意见,河南联通从预防服务工作失误和快速解决服务问题两条主线全力改善客户感知,构建起集事前预防、事中快速解决、事后即时追查于一体的动态机制。今年以来,河南联通共制定63项服务管理制度和流程,同时,采用“一线即时免单”、“一线即时承诺”两项举措,反向促进公司内部重视和持续优化服务质量。(杨珂)



时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

杜康公益 严冬暖动绿城

本报记者 张涵秋



给围上红围巾的环卫工人送上热腾腾的饺子

紫荆山附近,爱心人士分发杜康、红围巾、白手套等

12月21日,是中国传统节日中的冬至,20日晚突然降临的一场大雪,让绿城郑州的这一天比常年更冷。但由于当天举行的“冬至携爱送饺子送温暖”大型公益活动,让郑州的寒冷冬至多了些许暖意。

饺子送温暖”大型公益活动由@太极魏晓军、@电视台主持人丁洁、@六月天6666等十多位新浪微博爱心人士发起,覆盖中州大道农业路口、中州大道郑汴路口、绿城广场、二七广场、紫荆山广场等十多个区域,定向为这些区域的农民工、环

卫工、公交司机、交警及协警、敬老院老人等1300多人送饺子,送温暖,冬至当天响应并参与这项公益活动的网友、市民多达100多人。

当从微博上得知“冬至携爱送饺子送温暖”大型公益活动将在郑州举行时,洛阳杜康控股有限公司第一时间联系到活动主要发起人,拿出一件酒祖杜康15 窖区参与19日晚筹集善款的义拍,还在现场表示采购近万元的红围巾和手套等御寒物品参与活动,而郑州思念食品有限公司也在第一时间表态,愿意免费提供1300份灌汤水饺支持这场大型公益活动。

“农民工兄弟、环卫工人、公交司机、交警和交通协管员等,他们起早贪黑、风雨无阻,长年累月为郑州城市发展辛苦付出,默默奉献,以普通而不平凡的举动温暖生活在这个城市的所有人,是我们身边最可敬、最可爱的人。借着冬至这个机会,我们想让他们吃上一份热腾腾的饺子,戴上暖融融的红色围巾和手套等,以此表达对他们敬意和谢意。”谈到为什么要积极参与冬至送饺子、送温暖活动,洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军对记者解释说,企业不能仅仅局限于对经济发展所做的贡献,还应该量力而为地积极参与社会各项公益事业,向社会传递更多温暖人心的正能量。

据统计,仅在今年,洛阳杜康控股有限公司就积极参与了数十次的微公益事件,包括满足“微笑哥”简单的幸福愿望、请农民工兄弟一起过中秋、帮助“西瓜哥”妻子筹集治病款、助力英雄小伙白晓光大爱婚礼、为伊川贫困小学换上新桌椅、为身患白血病的四岁男孩筹集治疗费、为汝阳贫困儿童送去御寒物资、为郑州普通城市建设者送温暖等。

可爱的。借着冬至这个机会,我们想让他们吃上一份热腾腾的饺子,戴上暖融融的红色围巾和手套等,以此表达对他们敬意和谢意。”谈到为什么要积极参与冬至送饺子、送温暖活动,洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军对记者解释说,企业不能仅仅局限于对经济发展所做的贡献,还应该量力而为地积极参与社会各项公益事业,向社会传递更多温暖人心的正能量。

据统计,仅在今年,洛阳杜康控股有限公司就积极参与了数十次的微公益事件,包括满足“微笑哥”简单的幸福愿望、请农民工兄弟一起过中秋、帮助“西瓜哥”妻子筹集治病款、助力英雄小伙白晓光大爱婚礼、为伊川贫困小学换上新桌椅、为身患白血病的四岁男孩筹集治疗费、为汝阳贫困儿童送去御寒物资、为郑州普通城市建设者送温暖等。

据统计,仅在今年,洛阳杜康控股有限公司就积极参与了数十次的微公益事件,包括满足“微笑哥”简单的幸福愿望、请农民工兄弟一起过中秋、帮助“西瓜哥”妻子筹集治病款、助力英雄小伙白晓光大爱婚礼、为伊川贫困小学换上新桌椅、为身患白血病的四岁男孩筹集治疗费、为汝阳贫困儿童送去御寒物资、为郑州普通城市建设者送温暖等。

白酒微话题

栏目记者 武姣

让白酒与冬季“合作”愉快

在寒冷的冬季,很多人喜欢饮酒暖身,还有人喜欢吃火锅时搭配白酒,然而,借白酒御寒是错觉,吃火锅喝酒尽兴是误区。有调查显示,冬季因饮酒而诱发疾病的人数高于夏季,那么需注意哪些问题才能在冬季做到健康饮酒呢?

饮酒御寒是错觉

酒本身产生的热能极少,饮酒后全身有发热的感觉,是酒精扩张血管、散发人体原有热能的结果。酒劲过去,机体贮存的大量热能散发体外,御寒能力反而下降,往往会使人浑身起鸡皮疙瘩,这就是人们常说的“酒后寒”。从中医角度讲,冬季少喝一点白酒有活血化痰、通经络等作用,但是一定注意不要过量,每天不能超过二两。

吃火锅不宜喝白酒

人们在冬季会常吃火锅,而由于气候干燥,特别是麻辣锅底容易上火,甚至轻微损伤身体,当过浓的辣味物质刺激到肠胃使其扩张,造成消化道的过度充血,损伤肠胃黏膜,甚至会加重胃炎、胃溃疡患者的病情,如果此时再饮用白酒,高浓度的酒精也会破坏胃表面的黏液保护层,并让胃壁蛋白质受损,产生一种类似“烫伤”的效果。

药酒要参考度数

很多人在冬天喜喝滋补,往往采用人参、鹿茸、枸杞等中药材,但无论添加什么药材终究还是酒,其度数参照值往往取决于泡药材的白酒,专家建议,人参酒参照高度白酒(40°以上),枸杞酒参照低度酒(20°左右)。

宝丰酒业 召开郑州经销商答谢会

本报讯“携手名酒宝丰 共赢清香时代”。2012年12月19日,宝丰酒业有限公司郑州客户答谢会在郑召开。郑州和君商贸公司总经理杨文华、宝丰酒业营销公司销售中心总经理南永红、企划中心总经理晋育锋及各经销商参加了本次会议。南永红对本次答谢会致开幕辞,向广大来宾介绍了宝丰酒的历史文化,并表示公司将通过全面梳理产品线及品牌资产、创新品牌推广,继续增加福利政策为广大经销商带来更多利益,为合作共赢打下坚实基础。

当日,现场认购气氛非常热烈。富利烟酒商以62万的订货额获得现场第一名,并赢得苹果电脑组合大奖,利达研究以60万获得第二名,并有多家订购额达到50万以上的客户,最终现场总订货额达到780万元,为春节旺季销售的到来奠定了良好基础。(王见宾)

豫人轩牡丹花都酒上市



本报讯 近日,豫人轩酒业新品品鉴暨经销商大会在洛阳举行,由该公司倾力打造的牡丹花都系列酒品同时上市。牡丹花都酒是洛阳豫人轩酒业有限公司享有商标权的一个有着鲜明特色的文化品牌,是洛阳的又一张文化名片,是洛阳牡丹产业的一个重要成员。它以“六粮工艺”的优质原酒为物质基础,以“高贵典雅”的牡丹文化为精神价值,以气度卓然、超凡脱俗的包装设计为视觉诉求。其将以洛阳人迎宾酒、礼品酒的独特身份,与洛阳人和洛阳文化有机地融为一体,与洛阳旅游产业融为一体。豫人轩酒业大力实施“质量立厂”战略,全面推行质量管理,将涉及食品安全的每道工序责任落到实处,公司董事长陈贵强、总经理范冠超在接受记者采访时说,牡丹花都酒用最好的原辅料,最考究的工艺,最好的员工素质,生产出高品质、高品味、高品位、有特色的好酒,产品质量被视为公司的使命工程、道德工程、基础工程,被视为公司生存和发展之本,在豫人轩酒业,“质量”永远都拥有一票否决的权利。(王见宾)



何事唤做“厚工坊”

2012年夏季,三名河南籍男子从广东受命而回,密切地注视着省会郑州乃至全省境内的酒业态势。远在贵州茅台镇的“厚工坊”从这里不断接到中原酒市的消息,进而调节口感品质,影响推动营销创新思路。这一幕,颇有几分像银行家罗斯柴尔德的行为法则,广采博取,为我所用。来者是谁?从广东到贵州再到河南,是什么样的一种区域及隶属关系?“厚工坊”又为何物?且听娓娓道来。

千禧初年,有着十多年高端品牌运营经验的广东五叶神公司响应加强两岸文化经贸交流的国策,积极与台湾烟酒业展开合作。在此过程中,五叶神听说了“贵州籍酒师在台湾酿茅台”的故事,感触很深,遂产生推动酱香古法回归原址之盛举。之后不久,即在茅台镇7.5公里核心产区建立生产基地,推出“厚工坊”品牌。

何谓“厚工”,厚工坊品牌负责人表示:“这两个字含义就是‘工以厚造’,不走捷径,不投机取巧,严谨恪守传统酱酒酿造工艺的每一道苛刻标准。实际上,这种‘厚工精神’是我们中华民族的优良传统,早在西周时期,中国就建立了‘百工制度’,中国的出品因而闻名全世界。”

“端午踩曲,重阳下沙,两次投料,固态发酵,九次蒸煮,八次加曲,七次取酒”——这是酱香酒人不可超越、恪守的“古法28字诀”,仅记诵而言,对一个幼儿园的小朋友来说也不困难,然而知易行难,酿造之工差之毫厘,所成之酒失之千里。多少企业、多少人,因为资金问题、贪心原因功亏一篑,不乏例证。

厚工坊庞大的资金流来源于广东五叶神公司,该公司在南方烟草市场的佳绩使得它可以从容进入酒业市场。不急于售酒上市,而工于精雕细磨,在宏伟的目标感召下,厚工坊,格外耐心。

也因此,它坚持按照“古法28字诀”的周期和工序酿造基酒。既依循地理气候的客观规律,又符合茅台镇当地的农事秩序;入窖、蒸煮、加曲、取酒等工序多次交替进行,工序之繁,工艺之厚,可谓“九重厚工”,方可酿成基酒,全程有机,不添加任何增香物质。基酒酿成之后需封坛贮存,至少五年后出品,方能形成厚工坊独特的“绵柔酱香”,故为“五年一酿”。

和朋友一样,酒是好的,它取决于那些细致而复杂的工艺,每一个过程如同多米诺骨牌效应,是顺利走向完美,还是半途停牌,这取决于驾驭者的匠心、信心、雄心。从厚工坊的履历来看,现在它俨然不是成功者,但它行驶在通向成功的路上。王见宾