

3·15 消费者权益日 通信运营商竞技服务

本报记者 韩津 李冬生

别样服务 相同反响

3·15 消费者权益日在市民关注的目光中如期而至,诸如消费、医疗、房产等不同的行业都会做出不同的举措以吸引消费者。而作为服务用户的通信行业,一直以来在3·15期间都是以服务为主。今年,也如往年一样,三大通信运营商纷纷推出了独有的服务项目,并取得了较好的反响。

与时俱进 服务为民

在3G智能时代,无论是TD-SCDMA、WCDMA抑或是CDMA,都拥有一批数量可观的用户,如何紧紧抓住每一位使用者,是三大通信运营商都亟待解决的问题。

记者在走访移动营业厅、联通营业厅和电信营业厅之后得知,三大通信运营商对此所作出的解决方案,都是完善基础设施建设,提高通信网络标准,提升自身服务质量。

郑州移动在3·15消费者权益日到来之际,推出了包含“数据流量、主动提醒”、“0000查询、主动退订”、“手机病毒、主动预警”在内的十项“主动服务”举措,并在3月14日召开社会监督员座谈会,对其所推出的服务举措进行了评价和建议。

与郑州移动不一样的是,郑州联通利用市民耳熟能详、操作简易的新浪微博进行业务办理预约。“我们之所以推出这项服务,就是为了节约用户排队的时间,以微博预约为例,用户动动手指将@郑州联通中原路营业厅、@郑州联通文化路营业厅等微博关注,并转发‘微博预约受理,畅享

速3G’微博,写出所要办理的业务,我们会预约出时间,‘郑州联通相关负责人告诉记者,‘届时,用户只需带上手机,亮出微博预约号,我们就可以开通绿色通道,及时为用户办理业务,每天前三名业务办理者还有精美礼品相送。”

除此之外,郑州联通的工作人员还深入各个社区开展“学雷锋,我们在行动”活动。在郑州市的多数社区,都会有郑州联通的流动服务点或在社区的报刊专栏上张贴着郑州联通的服务页,市民可以在流动服务点直接办理业务,或者拨打服务页上的联系方式,工作人员将会主动上门服务。

即使如此,有赞誉就必有建议,在3·15期间,通信运营商也接到了市民的诸多建议,我们才可以更好地完善自身,接下来才可以更好地服务市民和用户。”运营的相关负责人表示。

对于通信运营商“竞技”服务,业内人士也指出,市民可以依据个人的习惯享受运营商推出的种种服务,而运营商在推出服务举措的同时,也要考虑到自身的成本问题。

除创新服务之外,通信运营商还在营业厅、工作时间等方面进行了优化服务。

在网络购物成交量日益增大的今天,网购手机也成为一种不可遏制的趋势,部分市民在网购过程中会遇到翻新机、山寨机之类的问题。针对这一问题,三大通信运营商纷纷在自己的实体营业厅和网上营业厅增添了销售终端服务,并予以优惠折扣吸引市民。

就此问题,记者采访了郑州电信的相关负责人,该负责人表示,运营商的此种情况是从多方面考虑的。营业厅销售终端既可以保障用户购买到真机,也可以利用优惠让更多的用户登录网上营业厅,了解网上营业厅的业务办理渠道。

而通信运营商的优化服务不仅仅只是增添销售终端这一个举措,记者了解到,为解决上班族的工作时间和营业厅的工作时间一致这一问题,郑州移动在多家营业厅开展了延长工作时间活动,郑州联通也采取了“万家灯火延时服务”举措,都赢得了用户的广泛赞誉。

郑州移动在3·15消费者权益日到来之际,推出了包含“数据流量、主动提醒”、“0000查询、主动退订”、“手机病毒、主动预警”在内的十项“主动服务”举措,并在3月14日召开社会监督员座谈会,对其所推出的服务举措进行了评价和建议。

与郑州移动不一样的是,郑州联通利用市民耳熟能详、操作简易的新浪微博进行业务办理预约。“我们之所以推出这项服务,就是为了节约用户排队的时间,以微博预约为例,用户动动手指将@郑州联通中原路营业厅、@郑州联通文化路营业厅等微博关注,并转发‘微博预约受理,畅享

速3G’微博,写出所要办理的业务,我们会预约出时间,‘郑州联通相关负责人告诉记者,‘届时,用户只需带上手机,亮出微博预约号,我们就可以开通绿色通道,及时为用户办理业务,每天前三名业务办理者还有精美礼品相送。”

除此之外,郑州联通的工作人员还深入各个社区开展“学雷锋,我们在行动”活动。在郑州市的多数社区,都会有郑州联通的流动服务点或在社区的报刊专栏上张贴着郑州联通的服务页,市民可以在流动服务点直接办理业务,或者拨打服务页上的联系方式,工作人员将会主动上门服务。

即使如此,有赞誉就必有建议,在3·15期间,通信运营商也接到了市民的诸多建议,我们才可以更好地完善自身,接下来才可以更好地服务市民和用户。”运营的相关负责人表示。

对于通信运营商“竞技”服务,业内人士也指出,市民可以依据个人的习惯享受运营商推出的种种服务,而运营商在推出服务举措的同时,也要考虑到自身的成本问题。

除创新服务之外,通信运营商还在营业厅、工作时间等方面进行了优化服务。

在网络购物成交量日益增大的今天,网购手机也成为一种不可遏制的趋势,部分市民在网购过程中会遇到翻新机、山寨机之类的问题。针对这一问题,三大通信运营商纷纷在自己的实体营业厅和网上营业厅增添了销售终端服务,并予以优惠折扣吸引市民。

就此问题,记者采访了郑州电信的相关负责人,该负责人表示,运营商的此种情况是从多方面考虑的。营业厅销售终端既可以保障用户购买到真机,也可以利用优惠让更多的用户登录网上营业厅,了解网上营业厅的业务办理渠道。

而通信运营商的优化服务不仅仅只是增添销售终端这一个举措,记者了解到,为解决上班族的工作时间和营业厅的工作时间一致这一问题,郑州移动在多家营业厅开展了延长工作时间活动,郑州联通也采取了“万家灯火延时服务”举措,都赢得了用户的广泛赞誉。

郑州移动在3·15消费者权益日到来之际,推出了包含“数据流量、主动提醒”、“0000查询、主动退订”、“手机病毒、主动预警”在内的十项“主动服务”举措,并在3月14日召开社会监督员座谈会,对其所推出的服务举措进行了评价和建议。

与郑州移动不一样的是,郑州联通利用市民耳熟能详、操作简易的新浪微博进行业务办理预约。“我们之所以推出这项服务,就是为了节约用户排队的时间,以微博预约为例,用户动动手指将@郑州联通中原路营业厅、@郑州联通文化路营业厅等微博关注,并转发‘微博预约受理,畅享

速3G’微博,写出所要办理的业务,我们会预约出时间,‘郑州联通相关负责人告诉记者,‘届时,用户只需带上手机,亮出微博预约号,我们就可以开通绿色通道,及时为用户办理业务,每天前三名业务办理者还有精美礼品相送。”

除此之外,郑州联通的工作人员还深入各个社区开展“学雷锋,我们在行动”活动。在郑州市的多数社区,都会有郑州联通的流动服务点或在社区的报刊专栏上张贴着郑州联通的服务页,市民可以在流动服务点直接办理业务,或者拨打服务页上的联系方式,工作人员将会主动上门服务。

即使如此,有赞誉就必有建议,在3·15期间,通信运营商也接到了市民的诸多建议,我们才可以更好地完善自身,接下来才可以更好地服务市民和用户。”运营的相关负责人表示。

对于通信运营商“竞技”服务,业内人士也指出,市民可以依据个人的习惯享受运营商推出的种种服务,而运营商在推出服务举措的同时,也要考虑到自身的成本问题。

除创新服务之外,通信运营商还在营业厅、工作时间等方面进行了优化服务。

在网络购物成交量日益增大的今天,网购手机也成为一种不可遏制的趋势,部分市民在网购过程中会遇到翻新机、山寨机之类的问题。针对这一问题,三大通信运营商纷纷在自己的实体营业厅和网上营业厅增添了销售终端服务,并予以优惠折扣吸引市民。

就此问题,记者采访了郑州电信的相关负责人,该负责人表示,运营商的此种情况是从多方面考虑的。营业厅销售终端既可以保障用户购买到真机,也可以利用优惠让更多的用户登录网上营业厅,了解网上营业厅的业务办理渠道。

而通信运营商的优化服务不仅仅只是增添销售终端这一个举措,记者了解到,为解决上班族的工作时间和营业厅的工作时间一致这一问题,郑州移动在多家营业厅开展了延长工作时间活动,郑州联通也采取了“万家灯火延时服务”举措,都赢得了用户的广泛赞誉。

郑州移动在3·15消费者权益日到来之际,推出了包含“数据流量、主动提醒”、“0000查询、主动退订”、“手机病毒、主动预警”在内的十项“主动服务”举措,并在3月14日召开社会监督员座谈会,对其所推出的服务举措进行了评价和建议。

与郑州移动不一样的是,郑州联通利用市民耳熟能详、操作简易的新浪微博进行业务办理预约。“我们之所以推出这项服务,就是为了节约用户排队的时间,以微博预约为例,用户动动手指将@郑州联通中原路营业厅、@郑州联通文化路营业厅等微博关注,并转发‘微博预约受理,畅享



微信免费时代或将结束

本报讯 据报道,最近有大量消息传出,国内三大通信运营商正在与腾讯公司展开谈判,主要内容是如何监管腾讯的OTT业务以及如何向OTT业务收费等问题。

OTT是英文“Over The Top”的缩写,这个词来源于篮球体育运动,而如今,OTT是指互联网公司越过运营商,发展基于开放互联网的各种语音、视频以及数据服务业务。比如说,腾讯的微信以及微软的网络电话Skype。

据了解,2012年7月,腾讯微信推出了4.2版,增加了视频和语音通话功能。这也被认为是继短信、彩信之后,腾讯开始对通信运营商最后的堡垒——语音业务发起挑战,从而引发“腾讯将成为第四大运营商”的激烈讨论。

“我们的传统业务正在受到OTT企业的猛烈冲击,原来的短信、语音甚至包括国际电话业务都受到了很大挑战。”中国移动相关负责人表示。随后,中国联通也表示,微信确实给运营商业务带来严峻挑战。

据知情人士透露,2月27日,工信部召开关于OTT业务对电信运营商影响的讨论会议,中国移动、中国电信、中国联通全部出席。近日,工信部再次召集三大运营商和相关OTT企业召开内部会议,主要讨论微信业务对运营商网络资源的占用问题。

针对此种情况,业界专家认为,腾讯微信崛起后,运营商一开始没有反应过来。如今,微信已经将免费语音通话变成了现实,这也导致很多中国人出国,只要能免费上网就立刻用微信通话,以省去高昂的国际漫游费。如今,三大运营商终于醒悟过来,开始向微信等OTT业务讨个说法,直指OTT企业造成传统通信运营商的短信、彩信、视频等业务的大量流失,因此准备向类似腾讯微信这样的业务进行额外收费。通信运营商的这些要求也算是比较合理的。

但是也有业内人士认为,腾讯微信的用户数量已经非常庞大,完全扼杀叫停非常困难,若采取运营商和腾讯进行协商收费,是可行的办法。毕竟任何东西都不可能长久免费,免费微信的时代可能快要结束了。(韩津 李冬生)



时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

宋河股份 举行全国经销商大会

去自然香

本报讯(记者 张涵秋 通讯员 杨黎明)近日,“宋河股份2013全国经销商大会”在鹏城开幕。宋河股份总裁王祚杨,宋河股份生产基地与营销公司各部门代表以及来自全国各地的数百名经销商一起分享收获、前瞻未来。

与往年不同的是,在宋河股份2013年全国经销商大会上,一组最新的数据深深吸引了每一位经销商的脑海:2012年,豫酒之王宋河在河南率先实现销售额突破20亿元,树立了豫酒新高度,以20亿为起点,宋河股份制定了未来三至五年的战略目标,“统领中原,挺进十强”。

王祚杨表示,为实现从区域强势品牌向全国知名品牌的升级,宋河股份自2012年就开打一系列全方位多渠道的组合套餐。在省内外全面发力,以公益打造品牌美誉度、以工业游沟通消费者,并不断开拓新的渠道。在省外市场,以点到面加速布局,提升品牌影响力。

2012年,宋河股份下大力对生产基地进行改造,在新工业园区累计投入3.3亿元,新增了十余条全自动化灌装生产线,6万吨储酒罐和微机调酒等设备,并完成了质量管理体系、食品安全管理体系等四证,实力的不断壮大和产品内在质量的大幅提升,推动着宋河酒中高端产品销售额度的不断攀升,2012年度宋河省内市场增幅50%,省外增长率达到150%,年销售额强势突破20亿元,巩固了“豫酒之王”的位置。

2013年是宋河实现“统领中原 挺进十强”目标的开局之年,为了有效保障2013年年度营销目标的完成,王祚杨对2013年宋河产品结构优化升级,加大对中高端产品的推广力度,经销商优化升级,打造千万县级市场、多品牌组合运作等方面做了部署。

结合省内外发展的差异性,宋河股份2013年将侧重差异化策略,在省内外注重“打造地级市样板市场,连点成片”,省外侧重“渗透性布局点状市场,连点成线,构建板块区域强势品牌”。同时全面启动河南各地级市场的深度开发和资源投放工作,严格维护价格体系,将客户的培育和管理方针真正落实到实处,为“统领中原 挺进十强”的目标蓄势。

王祚杨表示,为实现从区域强势品牌向全国知名品牌的升级,宋河股份自2012年就开打一系列全方位多渠道的组合套餐。在省内外全面发力,以公益打造品牌美誉度、以工业游沟通消费者,并不断开拓新的渠道。在省外市场,以点到面加速布局,提升品牌影响力。

收藏有道 专家教你慧眼识老酒

本报记者 任睿

3月12日,为迎接3·15消费者权益日的到来,省酒业协会收藏鉴定专业委员会副会长张总结,在郑州市溢利酒业举行免费鉴别老酒活动,吸引不少市民参与。藏友张先生的一瓶由地方国营茅台厂1984年生产的540ml装的茅台老酒,引发现场专家和读者的关注,这瓶当时花7元钱购买的茅台老酒,最高市场价曾经多达5万多元,成为本次大河老酒鉴宝活动的最大亮点。其他一些藏友送鉴的各个时期的老酒,真真假假,虚虚实实,但最终都被鉴酒专家们的火眼金睛一一识破。聆听着专家们识别真酒假酒的知识,了解着其中的玄机和技巧,大家都感觉不虚此行,收获颇丰。

正宗老酒印刷上有讲究

上午9点,郑州的王先生拿着一瓶1990年生产的茅台酒,找到鉴定专家时他很有自信,因为这瓶酒的来历不一般,是他的一位朋友从某个茅台特供处购买的,当时的售价是200多元,作为礼物送给了他。由于王先生平时不喝酒,所以一直在家中存放至今。专家通过仔细查验,发现这瓶老酒酒标图案模糊,色泽暗淡,颜色不正,红星处有明显的跑版现象,高粱颗粒有虚影,生产日期中的“1990年11月2日”,其中一个“9”字很像是一个“8”。

另一名刘先生拿着一瓶1998年生产的茅台酒来鉴定。“这两件酒我品尝起来觉得酱香浓郁,口感纯正,再加上我精通印刷,从外包装上评判也是满分,应该不会假。”刘先生自信地介绍道。刘先生这瓶飞天茅台,通过专家鉴定,发现酒标的印刷非常精美,防伪标识清晰,确实是一件真品。“这幅飞天图案,2000年前的产品图案自身不太亮,如果用专门灯光照射,越照越亮,而2000年后的产品图

案自身往往很亮,在专用灯光下,越照越暗。”另外这瓶茅台商标印刷很清晰,里面的水印像税务发票一样精致,很有讲究。“正宗的老酒,从外观上看,包装印刷通常很精美,字体清晰,颗粒饱满,很难出现跑版、套色不准等问题,大家鉴别时一定要仔细看细节。”鉴定专家张总结强调。

老酒真真假假趣味多

市民张先生参加了几次老酒鉴宝活动,对鉴定老酒和收藏老酒都产生了浓厚的兴趣,并且视力越来越准,收藏的老酒很少有看走眼的,颇为得意。这次他带来的茅台和五粮液有好几瓶。其中最让人开眼界的是一瓶1984年从西藏带来的茅台老酒和五粮液老酒。其中产于1984年4月4日的茅台老酒,市场价格曾经突破5万元,属于难得的收藏佳品。

另外一瓶五粮液酒色虽然已经微微发黄,但酒质纯净,摇晃一下,酒花非常丰富,收藏价值也比较高。张先生带来的另外一瓶2002年生产的茅台,数字模糊,放大镜和高清相机下,组

合数字的颗粒粘在一起,数字“5”和“6”不清,“国”字断断续续,明显是假酒。另外一位陈先生带来的1991年生产的五粮液,酒体色泽发白,标识也不够清晰,标的是52度,但酒花摇起来后,持续时间不足半分钟就消失了,度数明显偏低,属于假酒中的高仿品。

来自国棉一厂的赵先生,他喜欢收藏酒瓶,这次带到现场的是一只老虎器形的瓷器酒瓶,这只老虎饮酒的造型,非常可爱,引起现场不少人的兴趣。

识别和保存老酒有窍门

参加完老酒鉴宝活动,记者看到现场的工作人员都要用白色生胶帮帮藏友将瓶口紧紧缠绕,进行密封处理。“老酒的瓶口需要特别地爱护,不然很容易出现细小的缝隙,酒品易挥发,失去了收藏的价值。密封老酒的瓶口可以用蜡,也可以用这种生胶帮,效果都比较好。建议广大藏友回到家后,经常检查一下自己的老酒,除了温度、湿度等方面的呵护,也注意检查一下瓶口处。”工作人员牛莹莹告诉记者。

鉴定专家张总结在现场用的工具除了放大镜、防伪灯,还有像素比较高的照相机,拍下照片后,放大一些图案、文字和数字的细节,从细微处发现蛛丝马迹,为自己的判断提供强有力的证据支持,让藏友们心服口服。

另外,喜欢收藏老酒的人注意平时多练习眼力,多多参加相关的品鉴活动,聆听专家的专业知识讲解,积累经验,丰富经验,开拓视野,对于自己的收藏事业也很重要。

省酒业协会名酒品鉴中心 启动葡萄酒培训课程

做出客观有效的评价,更是自身修养的一种低调展现。

为了让更多追求品位人生的朋友掌握葡萄酒知识,河南省酒业协会世界名酒品鉴中心特开设《葡萄酒初级品酒师认证课程》,该课程由河南省酒业协会进口酒专家委员会专家、ESW认证高级品酒师、大河酒坊首席红酒顾问田晓明授课,为期四周八个课时,从专业角度出发,带大家进入葡萄酒的精彩世界,课程以教学和品鉴相结合的形式,包含葡萄酒知识、礼仪、餐酒搭配、鉴别、酿造、收藏等诸多方面,并选来自新世界的二十多款精选酒款作为品鉴学习酒,让大家在了解品鉴中逐步具备初级品酒师的能力。通过最后的认证考试后,将颁发《河南省酒业协会世界名酒品鉴中心葡萄酒初级品酒师证书》。

(张涵秋)

杜康开建生态园区



本报讯 继启动品质杜康、文化杜康、责任杜康之后,豫酒“六朵金花”的领军企业——洛阳杜康控股有限公司,又在打造生态杜康方面迈出关键一步。

3月12日植树节上午,“共建生态杜康 同筑百亿梦想”——2013杜康控股首届植树节暨杜康生态园区建设启动仪式在洛阳杜康控股汝阳生产基地举行,来自河南省酒业协会、洛阳和汝阳政府领导、郑州和洛阳核心经销商以及杜康控股中高层管理团队等100多人,在园区种下了近千棵绿树。

“生态杜康是杜康继品质杜康、文化杜康、责任杜康之后,就公司未来几年发展提出的又一重大战略举措,而此次种下的近千棵绿树将成为第一片杜康林。”洛阳杜康控股有限公司总经理吴书青透露,未来杜康不仅将坚持举办植树节,还将在治理杜康河、改造杜康造酒遗址公园以及优化周边环境方面加大投入。

对于杜康此次借植树节之机启动生态园区建设,河南省酒业协会会长熊玉亮也给予高度肯定:“好酒必须要有好水以及好的环境,杜康如此重视生产基地生态园区的建设,既是顺应当今人们对健康生活、品质生活、品位生活的需求,也将进一步提升杜康酒的品质和品味,为杜康早日成长为行业领先的全国性品牌奠定基础。”(马俊曹)

新疆七星庄园葡萄酒郑州上市

本报讯 日前,新疆七星庄园葡萄酒上市新闻发布会在郑州净雅大酒店举行,在发布会上,新疆七星庄园董事长韩建历详细说明了新疆葡萄酒产区的特点和优势。

据韩建历介绍,新疆已经有两千余年的葡萄栽培历史,新疆素有“葡萄故乡”的美誉,而焉耆作为古丝绸之路上一颗耀眼的明珠,其葡萄种植、葡萄酒酿造历史更是源远流长。新疆七星酒庄是一家按照酒庄酒庄生产标准酿造酒庄,酿酒葡萄全部来自于自己的葡萄园。

新疆七星酒庄总经理房伟说,此次上市四款葡萄酒,其中,七星高赤霞珠葡萄酒具有石榴红颜色,散发着明显黑樱桃香气,单宁柔和;七星珍藏赤霞珠具有醇和的酒香,酒体丰满,口感细腻;七星典藏赤霞珠入口后充满橡木桶的炭烧香气;而七星玫瑰葡萄酒则充满荔枝、水蜜桃等水果的香气,余味生津。

与会嘉宾还聆听了由ESW高级品酒师田晓明讲解的品酒环节,一边品尝着美酒,一边学习了丰富的葡萄酒知识。(任睿)