

苹果风光不再 群雄分羹手机市场

本报记者 李冬生

近日,据中国工业和信息化部公布的数据,中国有11.55亿手机用户,其中智能手机用户约有25%,普通手机用户约有69.92%。三星手机继续称霸中国市场,份额达18.8%,第二至第五分别是:华为、联想、酷派和中兴,而苹果手机,只有5.4%的市场占有率,位居第六。不难看出,苹果手机在中国市场的占有率逐渐下滑,不再独领风骚。

苹果光环渐趋减弱

不管是在全球市场,还是在中国市场,苹果的竞争对手从不同层面侵蚀它曾经引以为傲的市场。据业内人士透露,在苹果发布2013年第二季财报前,苹果的股价跌破400美元关口,自去年9月21日创下702美元的历史高点至今,半年多的时间里,苹果市值蒸发2800亿美元。

手机市场方面,三星、HTC、谷歌、黑莓甚至尼采都在生产与iPhone 5相同档次的手机,部分市民甚至认为这些手机比iPhone 5更好。在新浪微博上,曾经流传一条微博信息,并引起了广泛热议:苹果说,我的CPU高,小米笑了;苹果说,我的质量好,诺基亚笑了;苹果说,我的超时尚,魅族笑了;苹果说,我的音乐效果好,索尼笑了;苹果说,我的屏幕分辨率高,三星笑了;苹果说,我的机身薄,摩托笑了。

“在国内市场,iPhone价格相对较高是为其赢得更多消费者的主要障碍,这为三星电子和国内手机厂商华为及中兴通讯等竞争对手提供了可乘之机。”艾媒咨询CEO张毅说。

根据Strategy Analytics的数据,2013年一季度,苹果手机出货量增长幅度自2007年以来最小。苹果手机在全球智能手机市场中的份额也从23%下降至18%。

国内手机厂商市场扩张

近年来,智能手机迅猛发展,各手机厂商之间的用户争夺战呈现白热化的态势。而手机厂商的争夺战,也影响了苹果的国内市场占有率。

自去年以来,智能手机国内市场强势崛起。据了解,去年国内手机市场上出现了377家国产厂商,其中智能手机年出货量在10万部以下的企业多达246家。华为、中兴、酷派、联想、金立等手机厂商在硬件生产、渠道拓展、应用差异化方面已经开始和苹果、三星等真正的国际巨头逐渐缩短差距。

对于中国消费者来说,在拥有相似功能的情况下,消费者偏向选择更廉价的手机。据调查,2012年

运营商售机倾向高配低价机

苹果手机在中国市场逐渐缩水,与运营商的营销策略也有一定关系。自运营商营业厅相继升级以来,不断推出“0元购机”、“购机送流量”、“购机送话费”等活动,吸引大批市民前来购机。而通信运营商对千元智能手机的定制和推广,导致3G的普及率迅速提升,从根本上提升了国内手机市场占有率。

在郑州移动和郑州电信的销售排行

中国市场售出的手机34%售价在1000元以下,42.2%售价在1000~2000元之间。而这种低端市场一直都不是苹果的主攻市场。

“如果配置和性能差不多,我肯定会选择价格低的手机,毕竟使用起来不会有很大差别。”手机达人小李告诉记者:“何况现在的国产手机有的都配置四核处理器,价格也在2000元左右,对我们来说是有挺大的吸引力。”

因此,在国内市场,伴随着持续不断的价格战,国内厂商的新产品研发周期逐渐变短,消费者拥有了更多的选择空间,市场占有率日渐扩大。

榜上,中兴、华为、酷派等机型均榜上有名,这些机型的售价大都在千元左右。“市民购机比较倾向选择性价比高的手机,而国产手机的性价比都是比较的。”在郑州移动农业路营业厅,工作人员告诉记者。

近日,郑州联通推出的“沃”3G智能手机特卖会,着重推出21M千元智能机。记者了解到,只要在特卖会期间来联通购买手



制图 毛洁 张璐

通信快讯

郑州移动 举办“收藏与养心之道”VIP大讲堂

本报讯(记者 李冬生)6月2日,郑州移动全球通VIP凤凰大讲堂特邀河南卫视华夏豫之栏目专家团成员、与被誉京城收藏“三剑客”之一的著名收藏家白明主讲,传授古玩鉴定与收藏养心之道。

讲课期间,白明首先跟大家分享了三十年来收藏心得与体会,教授大家鉴赏古玩秘诀,同时讲述了河南本土的收藏文化,还不断拿出他珍藏多年的瓷片儿、玉器、唐三彩等与广大收藏爱好者们共同分享。互动交流环节,现场客户不时向老师发出提问寻求解答。白明耐心解答,并现场送出自己的新作《打眼2》供收藏爱好者品读。

又讯带着浓浓暖意和对孤儿的关心关爱,在“六一”儿童节当天,郑州移动党群工作部全体员工及公司志愿者代表来到登封少林慈幼院,看望这里的儿童,为他们送上了精心准备的文体用品,并陪伴他们度过了一个快乐温馨的“六一”儿童节。

6月1日早晨,郑州移动党群工作部全体员工和志愿者代表早早来到慈幼院,给孩子们送上了篮球、棋牌等文体用品,并和他们一起做起了游戏。郑州移动党群部还专门准备了蛋糕,为他们组织了一个集体生日。参加活动的移动员工和志愿者们纷纷表示,有机会参加这样的活动非常有意,能为这些孤儿送去一份爱心,能为他们做一些力所能及的事是义不容辞的责任。

郑州联通 开展“沃”学雷锋志愿服务活动

本报讯(记者 李冬生 通讯员 薛曼曼)日前,为让更多的儿童度过一个开心、快乐的“六一”,郑州联通“沃”学雷锋志愿服务小分队代表全体干部员工开展了一系列形式多样的送温暖、献爱心活动。

5月30日,“沃”学雷锋志愿服务小分队驱车六个多小时,深入淅川县观音镇陈家山小学,为山区小学的40余名孩子送去了一千多本课外读物、书包以及羽毛球拍、跳绳等文具、体育用品,并向该小学仅有的3名老师赠送了手机和若干充值卡。

5月31日,“沃”学雷锋志愿服务小分队来到郑州市管城区辅读儿童学校,与智障儿童共庆“六一”,并为70余名孩子送去了雨衣、皮球、拼图积木等生活用品和玩具,还同孩子们一起开展了表演、游戏等联欢活动。

这些送温暖、献爱心活动得到了社会各界的支持和好评。“我们将继续发扬热心公益事业的奉献精神,进一步建立长效帮扶机制,利用自身优势,履行社会责任,积极开展学雷锋志愿服务活动,为构建和谐社会贡献一份力量。”郑州联通相关负责人表示。

时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

豫酒“致青春”发力年轻消费市场

本报记者 武姣

从《致我们终将逝去的青春》到《中国合伙人》,以及即将上映的《小时代》,2013年的电影圈不约而同集体向青春致敬,无独有偶,在高端产品遇冷的白酒行业,也刮起了“致青春”风,众酒企力推潮牌,瞄准年轻消费市场。

这一点在近两年逆势增长的豫酒身上表现尤为突出,去年夏天,河南宝丰酒业正式推出时尚白酒品牌“小宝X-boy”,而宋河股份在年初推出“宋河扣扣”后于5月19日再推新品“嗨80”,广受追捧,并将在六七月连续推出时尚新品。新生代是未来白酒的消费主力,豫酒与时俱进,以产品细化赢得中低端市场,同时也在创新的过程中实现白酒文化的有效传承。

豫酒逆袭 时尚化产品走俏

受多种因素影响,国内一线白酒好景不再,贵州茅台、五粮液等名酒一季度销售均有明显下滑,这种情况对于豫酒来说反而是种机会,从杜康、宋河等品牌近半年的“动作”来看,豫酒的发展可谓蒸蒸日上,而对时尚新品的研发,也使豫酒在国内年轻消费市场的激烈竞争中抢得先机。

2012年7月18日,宝丰“小宝X-boy”酒正式上市,并被誉为“中国第一款85后专属白酒”,一时间在行业内引起较大反响,在今年春季全国糖酒会上首次亮相,就吸引众多经销商,并达成不少合作协议。如果说宝丰“小宝X-boy”酒开创了豫酒时尚化先河,那么,宋河股份对时尚白酒的研发则标志着豫酒正式进军年轻消费市场。

2013年1月,宋河试水网络专属产品推出的宋河家韵酒成为酒类网购的经典案例,这款被网友戏称为“宋河扣扣”

的时尚白酒6天预售十万瓶,一度成为在酒仙网上线时间最短、最为抢手的酒品。

“宋河扣扣”之后,宋河股份又研发出定制白酒“嗨80”,于5月19日在广州上线,同时在酒仙网、天猫、京东、苏宁易购等国内11大电子商务平台进行销售。据介绍,“嗨80”主要体现的是口味和个性宣泄,剑指单日百万瓶销量目标。打开酒仙网、天猫、京东旗舰店等网站,在搜索栏输入关键词“宋河 hi80”就能找到购买链接,并享受3折的特价优惠,记者看到宋河这款42度嗨80浓香酒在天猫平台上的月成交记录和累计评价都很高。

“我们计划在5·19、6·19、7·19连续三个月每个月都发布一款新品,不断进行概念创新,满足年轻消费者喜欢新鲜猎奇的心理需求。”宋河股份电商事业部总经理刘钢威说。

定位细化 瞄准消费者诉求

数据显示,当下中国白酒消费70后

占40%,80后、90后占26%,50后占34%,白酒主要消费平均年龄39岁,未来70后、80后、90后将成为白酒消费主体。有专家认为,年轻一代或将推动白酒的消费升级,其对白酒的诉求已发生诸多变化,酒企在追求个性化迎合年轻人品味的过程中,精准化的市场定位是前提。

宋河股份总裁王祚杨称,作为宋河未来三年的战略之一,今后宋河将从产品理念、市场定位、价位等方面关注年轻消费群体,开发出具有个性化包装、低度数、柔和口感的白酒,并通过电子商务平台进行销售,以迎合80后消费群体的需求。

著名白酒营销专家铁犁表示,在白酒身上,传统也可以很时尚,现代人追逐的时尚正是怀旧、返璞归真,传统的产品应该坚持传统的工艺标准,而用更时尚的表现形式和分享形式来亲近消费者,获得认同。

举例来说,“小宝X-boy”在纯粮酿制的基础上,采用了多种现代工艺,使口感更加清透细腻,甘甜清爽,非常适合时尚青年。其在饮用方法上可以有更多创新,比如加冰,加饮料,轻松调制出各类新口感,让年轻人喝出新感觉,实现各种DIY,重要的是饮用后不觉口干,不上头,醒酒快,也十分契合青年人的健康需求。

豫酒年轻化的过程中正努力将“时尚的包装”、“良好的口感与品质”、“情感交流”三者融合,用河南省酒业协会会长熊玉亮的话来说,是要完成白酒消费年轻化从有形到“文化”的穿越。如果再配以适当的营销方式,那么对白酒消费主力的培养也将会显得游刃有余。

毕业季 喝酒别贪杯

也至少需要6个小时才能从体内代谢完。一般来讲,饮酒后大约10分钟,酒精就会被人体吸收入血液,大约一个半小时到一个半小时达到最高峰,但是,相对起作用快,代谢起来则缓慢得多。正常人喝了一杯200毫升的啤酒后,酒精浓度可以达到20毫克每百毫升;如果喝了三两低度白酒或两瓶啤酒,酒精浓度可达80毫克每百毫升。不过因个人体质不同而有差异。

脸红能喝是误区

俗话说喝了酒脸色红润的人酒量好,事实上这是人们的惯性思维,一个很大的误区,一个人喝酒后如果脸色红润,意味着这个人体内的酶不足以分解酒精。喝酒脸色是因皮下暂时性血管扩张所致,这些人体内有高效的乙醇脱氢酶,能迅速将血液中的酒精转化成乙醛,而乙醛具有让毛细血管扩张的功能,会引

起脸色泛红现象。与酒后“面不改色”的人相比,乙醛在这种人体内停留时间较长,毒性作用更大。喝酒脸红,怎么办?医生建议喝点甜食或蛋白类食物解酒毒,这些食品能增加血糖浓度,缓解酒精对人体的损害。

空腹喝酒危害大

人体在空腹时,因胃里没有食物,酒精就会直接刺激胃壁而引起胃炎,重者可能导致吐血,长期空腹饮酒还会引起胃溃疡。空腹饮酒即使酒量不多也易醉,加大了酒精对人体的危害。另外,空腹饥饿时饮酒,此时肝脏糖原储备非常少,血糖较低;因为乙醇很快吸收到血液里,可刺激胰腺细胞分泌出大量胰岛素,使血糖浓度进一步降低;同时,乙醇迅速进入肝脏,还能抑制肝糖原的分解和糖异生,更增加低血糖的发生。 武姣

图说酒市



5月26日,里程酒邦长垣旗舰店在长垣开业,当天,智利阿吉雷酒庄庄主彼得·艾德勒和法国大酒窖集团及伯爵系列葡萄酒销售总监赛博参加庆典并发表了热情洋溢的演讲。

里程酒邦品鉴会上,资深品酒师还现场点评了两款来自智利的优质红酒,并受到大家一致好评。 王见宾 摄



5月31日,董酒河南分公司——北京北方中州董酒销售有限公司在郑州宣告成立。董酒河南分公司是贵州董酒股份有限公司和河南世嘉酒业有限公司“联姻”成立的一家新公司。

“河南是一个酒文化非常深厚的地方,董酒作为一个‘外来’户,要更加珍惜这次机会。而选择世嘉酒业进行合作,是看中了它的诚信。”贵州董酒股份有限公司董事长蔡友平说,“董酒作为排名前八的高端酒,不盲目提高产量,要坚持做高品质白酒。”

王见宾 摄

行业视点

民酒勃兴 需技术与时光双重滋养

本报记者 张涵秋 通讯员 吴美芳

上个十年,高端白酒的明星光芒一度掩盖了中低端白酒的实际存在。受禁酒令、三公消费、厉行节约等政策影响,白酒行业正遭遇行业第三次调整,而这次调整恰恰让白酒行业重新审视民酒的价值所在。

未来会是民酒的白银十年,宋河酒业总裁王祚杨认为,大众白酒兴起,品质与性价比需要至上。在她看来,能在大众消费者中勃兴的中端白酒,一定是历经技术与时光双重滋养的。

市场需求 好喝不贵高性价比

“我不管什么腰部市场,也不讲究包装,酒好喝价格公道,这才是王道。”郑州市民老李,是个酒龄20年的老酒民,他向记者阐述了自己的观点,也点出了大众消费者的需求。

以“高档白酒受限”为突出特征的白酒业第三轮调整正在进行,回归大众,加强中低价位白酒市场的开发,成为企业的现实选择。而口感、品质与性价比,是大众消费者最为看重的品质。但是,作为走量产品的中低价位白酒,对企业最大的一个考验恐怕便是酒质的稳定。

“如果产品今天一个味明天一个味,叫人家如何相信你的产品呢?”酒民老李反问。

而要保证酒质无外乎两点:一是技术,二是原酒。“原酒酿造在未来竞争中必将起到主导作用。高速发展的企业如果没有自己的酿造基地,没有自己储备的大量原酒,将是一件可怕的事。”白酒行业资深营销专家马斐说。

当酒企纷纷抢滩中低价位产品时,原酒储备这个基础性问题便凸显出来了。如果原酒没有保证,白酒的品质便是无源之水无本之木。

酒企要求 原酒储备等基础实力

“白酒消费将回归到原酒时代和品质时代。”王祚杨认为,白酒的品质需由窖池数量、原酒质量、技术人才等共同保证。

在这方面,宋河在豫酒乃至全国层面都具有较大优势。宋河拥有窖池一万多条,原酒储备能力10万吨,拥有国内先进的检测设备,7位国家级白酒评委和17位省级白酒评委,这些是宋河酒品的强大保证。最近四五年,宋河不遗余力储备原酒近4万吨,这是保证宋河酒品质量的现实物质保证。

“在讲求速度与效率的当下,有为数不多的几款商品是需要时光来滋养和打磨的,白酒就是其中一个。”宋河股份技术人员感慨。据了解,宋河粮液为五粮型白酒。在宋河,五粮与酒曲混合后在窖池发酵需要60天左右,原酒需要存一定时间才能制作成成品酒,成品酒需要养一段时间才能灌装并投放市场。

2012年,宋河股份销售额突破20亿,这是豫酒的新高度,也是宋河的新起点。河南唯一的浓香型名酒经历时光和实力的滋养,厚积薄发,正在向全国十强迅速挺进。