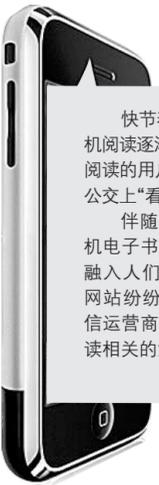


手机阅读成未来趋势

本报记者 李冬生



快节奏生活、碎片化阅读以及智能手机的广泛普及,使手机阅读逐渐成为主流。据知情人士透露,全国通过移动互联网阅读的用户已超过3亿人,越来越多的年轻人开始使用手机在公路上“看书读报”。

伴随着移动互联网的高速发展,手机报、手机杂志、手机电子书等移动阅读方式也在慢慢融入人们的生活之中。为此,各大网站纷纷进军手机阅读市场,通信运营商也推出了一系列与手机阅读相关的活动内容。

手机阅读发展迅速

边走边看,看的不是风景,而是电子书。随着移动互联网的迅速发展、智能手机的升级,且伴随着生活节奏的加快,人们开始用碎片化的时间阅读,手机阅读也随之兴起。

据易观智库的统计显示,2013年二季度,国内移动互联网市场收入规模为14.7亿元,环比增长24.7%,相较于去年同期增长90.7%。

另外,记者还了解到,中国手机阅读用户的数量一直保持着良好的增长势头。2011年上半年中国手机阅读用户数为19892万人,2012年上半年中国手机阅读用户数为24821万

人,环比增长24.7%,2013年上半年中国手机阅读用户数达33753万人,环比增长35.9%。

“目前为止,今年我只买了两三本纸质书,其余的都是手机上看的。”爱看书的王老师说,手机阅读已改变了他以往的阅读习惯。“坐公交车、睡觉前,或者等人的时候,现在都能看自己喜欢的书了。而且手机天天随身带着,不像纸质书那样体积大、重量重、不易携带。”王老师说。

据速途研究院的调查,乘坐交通工具时是手机阅读的好时候,37.36%的用户在乘坐交通工具时用手机阅读;此外,43.68%的人会在睡前进行阅读。

网络文学再掀波澜

自从有了互联网,网络文学顺势诞生,虽然长期被忽视和非议,但这一深受用户喜爱的形式,从产生之初就站稳了脚跟,并逐渐发展壮大。

“我一般都是在网络上边看小说,比如起点、宜搜、红袖添香等。”刚大学毕业,在郑州港区工作的小赵向记者说:“上面有很多免费的小说,并且收费也不贵,还能用手机看。”

据悉,在前些日子,起点文学创始团队从盛大出走加入腾讯,让近几年发展较为平静的中国网络文学市场又掀起了波澜。之后不久,百度、新浪等公司也都吹响进军网络文学的号角;百度正式推出了自己的网络文学站点百度多酷,而新浪则将旗下的读书频道拆分,并成立了文学公司。一时间,网络文学又成了各家互联网公司争抢的蛋糕。

“随着网络文学再次兴起,手机阅读市场将进一步扩大,这必将是水到渠成的事,当然手机阅读之所以能够迅速发展,其中,智能手机的普及、大屏时代的来临、处理器性能的强大功不可没。”业内人士如是说。

运营商发力手机阅读市场

在各大网站争相进军网络文学的同时,通信运营商也在发力手机阅读市场。

据了解,中国移动拥有3亿手机阅

读用户,作为电子书市场的中坚力量,除了拥有35万册海量书库让用户享受正版阅读的畅快之外,更致力于提供给消费者更丰富多彩的阅读生活。

记者得知,2013年8月14日至20日期间,中国移动手机阅读携手华少、廖智、单田芳、蔡志忠等作家,为上海书展带来了强力支持,共计推出了28场“悦读会大家”活动。

此外,今年8月,中国联通也携手读者集团推出“沃·读者”手机,可阅读《读者》创刊以来的全部杂志内容,为广大消费者带来轻松、快捷和流畅的新阅读体验。

而在此之前,郑州移动、郑州联通、郑州电信也一直在推出手机阅读类的官方软件以及优惠活动。

“发送8082或阅读客户端到10086,就能获得客户端下载地址,选择合适机型类别进行下载。”郑州移动相关工作人员告诉记者:“手机阅读业务里面书的种类繁多,都市言情、新书速递、玄幻仙侠、历史军事、科幻悬疑等几十种,您可以选择您喜爱的类别订购。”

而郑州电信的天翼阅读集搜书、看书、评书、书友交流、书签等多功能于一体,可随时欣赏国内外流行动漫、精美杂志、海量原创小说等电子书内容,并且可在全国使用,暂时不会收取漫游费。

“手机阅读在未来是大势所趋,运营商的手机阅读客户端也必将受到市民的追捧。”业内专家表示。



通信快讯

中国移动或与苹果公司达成合作

本报讯 据国外媒体报道,苹果公司或于9月发布下一代及廉价版iPhone。此次苹果公司或将与中国移动达成合作,有望抢回在华失去的市场份额。

截至目前,苹果公司已与中国移动就合力推出iPhone展开谈判,但双方合作的障碍在于目前iPhone的芯片无法支持中国的TD-SCDMA网络架构。对中国移动而言,巨大的营销和销售补贴成本也是需要考量的重要因素。

中国移动目前已拥有7.4亿用户,推出移动版iPhone后,该运营商有望吸引更多用户,从而拉动

营收进一步增长。

此外,年内即将发放的4G牌照预计将基于TD-LTE标准,而非FDD-LTE标准。新版iPhone搭载的高通芯片将同时支持两种制式,因此如果中国移动引入iPhone,后者的设计并不需要发生重大改变。

上月,苹果公司CEO蒂姆·库克访问了中国移动,并与中国移动董事长奚国华进行了商谈,这是库克一年内第二次访华。外界纷纷议论苹果公司将与中国移动达成合作,但双方均拒绝对此次商谈置评。(陈然)

中国联通拟推话费购买游戏道具

本报讯 在2013年中国移动互联网大会上,中国联通相关人士透露,中国联通将在8月底推出手机话费直接购买游戏道具等产品服务,颠覆以往通过第三方支付平台的支付模式。目前,中国联通已与掌趣科技、中青宝等公司达成合作协议,就多款手机游戏进行内测。

中国联通这项手机话费购买游戏道具的服务是其即将上线的WO+联通能力开放平台其中的一项能力。中国联通相关人士表示,“中国联通与游戏公司实现二八分成,游戏公司拿大头。道具

销售的80%收入归游戏公司,且还能借助中国联通庞大的手机用户和技术平台推广手机游戏,既能节省成本又能提高收入。”

记者了解到,中国联通的手机话费支付不用担心安全问题,因为话费支付的通道是联通通信网络,不会像互联网一样出现网络病毒、木马等攻击。用支付宝支付需要稳定的网络,手机用户在不同的地方连接的3G网络并不很稳定,导致支付失败的概率很大,但通过发短信扣话费支付走的是通信网络,比较稳定,不受3G网络的限制。(章芳)

时尚消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

白酒年轻化仍处“培育”阶段

本报记者 武 焱

目前,受多种因素影响,白酒行业处于深度调整期,为摆脱困境寻求发展,不少白酒企业开始关注年轻消费群体,纷纷推出时尚潮品,如“嗨,80”、“江小白”等,虽在打造初期市场反响不错,却引起广泛争议,业内人士认为,白酒年轻化仍处于“培育”阶段,想摆脱“伪命题”的符号,还有很长的路要走。

伪命题 白酒年轻化颇受争议

“朋友圈里的人都比较反感酒桌文化,聚会还是喝啤酒多,很随意。”刚工作满一年的王朔说。

调查显示,白酒消费人群主要集中在30岁-55岁,30岁以下的消费者中经常饮用白酒的人群所占比例较低。新生代80后、90后消费群体对白酒并不太感兴趣,主动消费不强。

有分析人士认为,相比白酒的辛辣口味,年轻消费者更加偏向于口感柔和的啤酒和葡萄酒,而白酒的严肃、刻板印象“根深蒂固”,很难迎合年轻消

费者,即便前段时间众酒企纷纷走时尚路线,但过了新鲜劲儿之后,年轻消费者能否长期买单则成为难题。

河南省酒业协会副秘书长张成贵告诉记者,白酒年轻化是一个不合时宜的伪命题,是白酒过于精细化的极端表现,时尚化产品并不能承载白酒文化,如仅仅作为功能性产品在市场竞争中优势不明显,而且年轻人并没有经济实力大量消费白酒。

同时,还有观点认为,白酒年轻化虽是趋势,但仅凭名字和包装难以吸引消费者,一味求新而摒弃传统无异于“掘苗助长”;就目前来看,年轻人可能不太重视白酒,但并不意味着放弃

白酒,其消费观念和消费需求会随着年龄的增长而变化,届时这群年轻人将逐步主动或被动地成为白酒的目标消费人群。

此外,饮用方式是否可以混搭、营销方式不够时尚、品牌诉求弱等也是争议聚焦的问题,白酒的年轻化转型并不那么顺利,目前仍处“培育”阶段,大多酒企对年轻化概念的认识还停留在表面,这是一个长期的系统工程。

寻出路 研究年轻人消费需求

一白酒行业营销专家称,80后、90后将成为白酒消费的主力人群,这个回归过程将是一个巨大的时间空缺,白酒企业当然不会无视,研发时尚产品发力年轻消费市场已是行业趋势,问题是,如何真正赢得消费者青睐。

业内人士认为,白酒年轻化既不是简单机械地模仿洋酒,也不是仅仅靠度数、口感或饮用方式等某一个方面的调整变化就能一蹴而就,其关键在于将白酒的品牌形象、情感定位与80后、90后

年轻一代的消费者联系起来。

“忽略白酒的本质属性,单从迎合或适应80后、90后消费方式变化的主观臆想的角度提出白酒时尚化的命题是片面的、不妥的。白酒时尚化一定要以白酒传统化为前提和根本,只能适度在产品包装、渠道推广、终端消费方面做一些形式创新的东西。”郑州焱酒营销策划机构董事长李策表示。

专家建议,行业低迷之际,面对潜力巨大的年轻消费市场,白酒企业需花心思从思想意识、价值观、行为方式等方面,对年轻人进行深度解读,知道80后、90后的消费需求,才能让销售渠道、营销手段、产品形象等十分对路。

然而,值得注意的是,白酒年轻化的时尚表现不仅仅是采用流行词汇作为产品名称那么简单,如果忽视文化就只能变成一种消费符号,白酒年轻化还应立足自己的品牌基因,包括历史文化、地域文化、人文文化,以博大精深的历史文化来感化年轻人的思维,才能提高时尚立意与品牌文化的高度匹配性。



名人酒事

民权的葡萄熟了

8月9日上午,正在东区开会,民权九鼎葡萄酒总经理朱和平来,他来到郑州参加省公安厅召集的企业座谈会,顺道给我带些葡萄过来。

对于民权牌葡萄酒,我不陌生,少年即有深刻印象。近几年来,和朱和平的相识,相濡以沫的交流,到现在变为崇敬。近两个月来,我先后和朋友两次去民权九鼎葡萄酒有限公司,去访问去看望朱和平,在欧式建筑的新厂区的葡萄架下,看它的叶片渐长,看它的根茎劲拔,看它的尚未成熟的累累果实。现在,它成熟了!

位于黄河故道的民权县,曾因葡萄酒盛名国内。当年一个月20多元即是全家生活的消费水平,在葡萄酒厂上班的青工,工资奖金就能拿到100多元,民权子弟多以进该厂为荣。

然则这些和朱和平无关,作为一个浙商入主时,他看到的是尘垢覆盖的荣誉——“长城葡萄酒品牌的缔造者”、“法国巴黎第三届中国食品博览会金奖”、“中国首届食品博览会金奖”。彼时的荒凉,现在想来,呈现在朱和平面前的两种可能应该是,放弃或坚守。要么一尘不染、干干净净

脆地离开,回到派他前来的浙江九鼎建设集团,继续从事熟谙的地产,要么落地生根,与新的葡萄酒事业共进共退,共荣共耻。

这一粒种子,选择了中原的土壤,而且在不久以后,在此收获了爱情。“河南也是我的家,为家乡做事情我心甘情愿。”他如是说。

2005年,朱和平自台州来到民权,迄今8年。如今,葡萄酒厂的荣誉陈列室已经装饰一新,昔年那些荣誉也泛出原本的光泽,而在此8年中,又因为民权1958系列的研发和市场的良好反响,因为“河南红”的地域文化和口感特色,又新添了数枚奖牌、数张证书。

多年来,民权县政府已经意识到位于城区内的葡萄酒厂亟须从规模、产能、设备等各方面的更新,去年秋季开始,已经在环线工业区内为其划拨130亩厂区土地,朱和平当时曾为资金缺口问题奔走连环。与欧式建筑风格的新厂同步出土的,是那些耐心培育的各种葡萄品种,雷司令、赤霞珠、霞多丽——哇哇、一串串,酿葡萄酒之外,又专辟了食用葡萄园区,他冒暑专程送来的,正是这些果实。

王见宾

郑州市单用途商业预付卡发卡企业备案公示(一)

自《单用途商业预付卡管理办法(试行)》(商务部令2012年第9号)实施以来,截至2013年8月15日,郑州市已有88家发卡企业通过商务主管部门审核,完成备案,获得备案编号,现予以公示。

一、集团和品牌发卡企业

序号	备案编号	企业名称
1	410000CAA0022	河南正道商业有限公司
2	410000CAA0023	郑州丹尼斯百货有限公司
3	410000CAB0022	雏鹰农牧集团股份有限公司
4	410000CB10021	河南鲁班张餐饮有限公司
5	410000CCF0021	郑州市康洁洗涤有限公司
6	410000CAI0021	河南先帅商贸有限公司

总部在所在地省级商务部门备案,但在郑州市设有分支机构的集团和品牌发卡企业还有:

7	440000CAA0005	沃尔玛(中国)投资有限公司
8	210000BAA0002	大商股份有限公司
9	440000CAA0003	华润万家有限公司
10	350000BAA0001	永辉超市股份有限公司
11	320000BAB0001	苏宁电器股份有限公司
12	320000BAB0005	江苏五星电器有限公司
13	110000BAB0001	国美电器有限公司
14	310000CAA0004	康城投资(中国)有限公司(大润发)

7	410100ACH0021	郑州三鼎家政服务有限公司
8	410100ABI0024	郑州市黄河饭店
9	410100AAA0021	郑州悦家商业有限公司
10	410100AAA0023	郑州新世界百货有限公司
11	410100AAA0024	荥阳市建业商贸有限公司
12	410100ABI0021	郑州未来大酒店有限公司
13	410100AAA0026	郑州易初莲花连锁超市有限公司
14	410100ABE0023	河南四季通达有机农业生态园有限公司
15	410100ABE0022	河南东方丹妮餐饮服务服务有限公司
16	410100AAA0030	郑州市道家商家商贸有限公司
17	410100ABI0022	郑州管城饭店有限公司
18	410100AAA0029	郑州市乐购乐商业有限责任公司
19	410100ABI0025	郑州百顺国际酒店有限公司

总部在所在地市级商务部门备案,但在郑州市设有分支机构的规模发卡企业还有:

序号	备案编号	企业名称
20	310107AAA0021	锦江麦德龙现购自运有限公司
21	110102AAA0021	百盛商业发展有限公司

三、其他发卡企业

1	410122DAA0022	中牟县新华超市
2	410122DBE0021	中牟县金阳光餐饮服务服务有限公司
3	410181DAA0022	巩义市星月超市有限公司
4	410183DAA0022	新密市万宝百货有限公司
5	410183DAA0021	新密市万客隆副食品百货有限责任公司
6	410183DAB0022	新密市天汇副食品有限责任公司
7	410104DBD0021	河南一鼎商务酒店有限公司
8	410104DCF0022	河南威仕酒店服务有限公司
9	410104DBI0021	河南瑞贝卡大酒店有限公司

10	410104DAA0021	河南省福都商业管理有限公司
11	410183DBD0021	河南美宜家快捷酒店管理有限公司新密分公司
12	410181DAA0021	河南金好来商业服务有限公司
13	410185DBI0021	登封市宜居商务酒店有限公司
14	410104DBE0021	郑州东海花餐饮有限公司
15	410102DBE0023	郑州丰苑华都酒店服务有限公司
16	410103DAB0021	郑州众贤商贸有限公司第一分公司
17	410103DBE0025	郑州嘉智松本楼餐饮有限公司
18	410102DBE0021	郑州大歌星餐饮娱乐有限公司
19	410103DCF0021	郑州市万鼎清洁服务有限公司
20	410102DCH0021	郑州市乾泓酒店有限责任公司
21	410105DCF0021	郑州市大浪淘沙酒店服务有限公司
22	410103DBI0022	郑州市小酥州酒店管理有限公司
23	410103DBE0026	郑州市嵩山豪享来餐饮有限公司
24	410102DBE0022	郑州市建桐豪享来餐饮有限公司
25	410181DAA0023	郑州市星月时代广场商业发展有限公司
26	410104DBE0022	郑州市珑海豪享来餐饮有限公司
27	410102DBE0025	郑州市西元豪享来餐饮有限公司
28	410103DBD0021	郑州市誉亨宾馆有限公司
29	410103DBI0021	郑州广盛酒店管理有限公司
30	410102DBE0024	郑州新辣道餐饮管理有限公司
31	410103DBI0021	郑州月季花商务酒店有限公司
32	410122DAA0023	郑州海瑞达实业发展有限公司
33	410183DBD0022	郑州瑞居苑酒店有限公司
34	410104DCF0021	郑州纸袋厂洗浴娱乐城
35	410104DCF0023	郑州翔龙至尊美容服务有限公司

36	410102DCH0022	郑州翰源娱乐有限公司
37	410103DBE0021	郑州选错地儿餐饮服务服务有限公司
38	410183DAB0021	郑州雅阁商贸有限公司
39	410122DAA0021	中牟世纪花园超市有限公司
40	410184DAA0022	郑州新百汇商业有限公司
41	410184DAA0023	新郑市万佳商业连锁有限公司
42	410184DBI0022	新郑市宝恒皇官大酒店有限公司
43	410184DBE0023	新郑市祥隆食品有限公司
44	410184DBD0022	新郑市韩都快捷酒店有限公司
45	410184DBI0024	新郑市鑫港酒店管理有限公司
46	410184BDE0024	河南啡蒂诺餐饮服务服务有限公司
47	410184DBE0021	河南圣美瑞食品有限公司
48	410103DBI0023	金沙湾酒店管理有限公司
49	410184DBD0021	郑州市康馨园商务酒店有限公司
50	410105DCH0021	郑州五洲大酒店俱乐部有限公司
51	410105DBE0021	郑州好世界海鲜大酒楼有限公司
52	410184DBI0021	新郑市乐谷中州商务酒店管理有限公司
53	410184DBE0022	河南舜兴张食品有限公司

按照商务部《单用途商业预付卡管理办法(试行)》的规定,凡在我市工商登记注册,从事零售业、住宿和餐饮业、居民服务业的单用途商业预付卡发卡企业,均应按《管理办法》的有关要求,到我市商务主管部门备案。消费者在购卡和使用过程中,若有疑问,可拨打12312商务举报投诉服务热线进行咨询和投诉。

了解更多企业备案信息,公众可登陆商务部单用途商业预付卡业务信息系统 <https://yfk.mofcom.gov.cn/card/> 进行查询。

郑州市商务局
2013年8月15日