

可穿戴智能设备
新登场

本报记者 李冬生

发展前景并不明朗

穿戴式设备在谷歌眼镜、三星智能手表等引领下风靡全球,互联网巨头和硬件制造商纷纷涉足,据市场调研机构ABI Research的研究报告称,可穿戴智能设备市场预计在接下来五年将创造5亿台销量,瑞士信贷发表报告预测也称,未来2至3年,可穿戴技术市场规模将由目前的30亿~50亿美元增长至300亿~500亿美元。

然而,在国内外知名手机制造商纷纷布局可穿戴智能设备的同时,仍有不少缺陷存在如外观、续航、配对等,可穿戴设备的未来仍不明确。仅以续航为例,谷歌眼镜的

电池在视频拍摄下只能使用1.5~2小时左右。续航问题,在智能手机的使用方面已经很明显,在可穿戴设备上将会更加致命。届时,智能眼镜、智能手表时不时地拿来充个电,或者用外接电源边充边用,会特别影响用户体验。

“国内手机厂商仍然处于技术准备阶段,”小米科技董事长雷军在今年北京互联网大会上曾表示:“可穿戴设备的难题是产业链还没有成熟,就是更低功耗的芯片,芯片的个子非常小,能够集成到一块手表难度挺大的。真正大规模的商用可能还要假以时日。”

郑州发布众说纷纭

眨眼间可自由拍照、挥挥手便能接听电话、脸部识别可付费购物……这些想象中的事距离郑州不再遥远。

9月25日,三星Galaxy Gear智能手表与三星Galaxy Note3一起在郑州迪信通商场亮相。然而,据迪信通相关工作人员介绍,由于三星Galaxy Gear智能手表货源紧张,商场内尚无货源,但在10月1日之前将有30台智能手表登陆郑州。

“可穿戴设备可以穿在身上或穿戴在身体上,并能发送和传递信息。”在中原路迪信通商场内,一位姓王的先生向记者说道:“可穿戴智能设备自身轻巧,紧贴身体,如智能手表,戴在手上,让自己随时随地与外界有一个更适合交流的载体。”

在迪信通商场内,记者还了解到,此次三星推出的Galaxy Gear智能手表售价为2300元左右,并且只能与三星Galaxy Note3相匹配,不能与其它手机连接。“现如今,刚推出的可穿戴智能设备,都有这样一个缺陷,但未来肯定会有能与多部手机匹配的智能穿戴设备。”迪信通相关负责人表示。

“可穿戴设备看似前景一片美好,其实离我们还很远很远。目前市面上大多数所谓的可穿戴产品或是移动设备的移植,或是依赖于手机的App应用。可以说,由于技术的限制,可穿戴设备短期内恐怕难有大作为,现阶段将只能作为外部移动设备的补充。”业内人士表示。

郑州移动
助力中小企业腾飞

本报讯(记者 李冬生 通讯员 董淑萌)“‘微企’短信信箱的语音功能太吸引人了。简直是为我们中小企业量身定制的。”来自河南中原高速公路郑州分公司的一名基层员工赞叹不已。

日前,河南移动郑州分公司认真落实国家扶持中小企业发展的各项政策,组织客户经理深入中小企业调查研究,及时掌握企业运行情况和通信业务需求,有目标、有针对性地开发通信业务产品,通过充分发掘短信信箱沟通渠道拓展功能,有效提升品牌影响力,增强客户与企业的信息互动沟通。同时还采用前置营销、产品展示等方式,使更多的中小企业多维度了解使用互联网专线、IMS、短信信箱等通信业务,为企业提供更丰富更便利的信息沟通途径,助力中小企业经营效益提升。

中国联通
“3G加油站”推手机版

本报讯 近日,中国联通沃商店推出手机版的“3G加油站”,已部署了70000个网点营业厅,服务用户数即呈现爆炸式增长,全国提升量达到300%以上。

据了解,“3G加油站”是中国联通免费提供贴心便民服务,解决应用下载难题,特别是对于那些对智能机操作不是很熟悉,以及对于流量较为敏感的用户,这一服务可以有效解决下载应用的障碍。“3G加油站”搭建了一套手机软件下载平台,结合联通营业厅实体渠道,通过营业厅的面对面推荐,为用户提供各种应用程序的下载安装、网络应用设置的3G数据应用特色服务。游戏、影音、理财、聊天、阅读、办公、地图等各类几十万款应用程序,用户只需要就都可以在营业员的帮助下,快速批量获取,并且免费,不占流量。

本次手机版的推出,以手机代替电脑的方式,方便用户对应用了解和下载,让更多的用户把智能手机的强大功能发挥出来,让手机真正“智能”。

(李冬生)

9月6日,三星发布Galaxy Gear智能手表。25日,三星Galaxy Gear智能手表与三星Galaxy Note3一起在郑州迪信通商场现身,并引来诸多市民的眼光。在智能手机市场日趋饱和的背景下,可穿戴设备成为各大电子厂商竞相追逐的领域。

业内人士认为,可穿戴设备将引领新一轮电子产业的浪潮,并将引发新一轮的平台争夺战。



知名厂商抢滩登陆

在许多科幻电影或漫画中,手表、眼镜、项链以及手镯等可穿戴设备被演绎成千奇百怪的小屏幕上。它可以通过声音控制拍照、视频通话和辨别方向以及上网冲浪、处理文字信息和电子邮件等。

这一发明甫出国内外知名手机制造商纷纷布局,最近,英特尔宣布进军穿戴式设备与物联网芯片领域,成立了新的Quark产品线,并表示Quark将是一个开放式的架构。高通公司也公布一款自有品牌“Toq”智能手表,并盯上智能穿戴设备这个巨大的“金矿”。

在国内,盛大近期推出了GEAK智能手表和GEAK魔戒,百度研发的类似谷歌眼镜的百度Eye也在内测中。除酷派之外,联想、中兴通讯等国内厂商均在悄悄进行可穿戴设备的技术研发。

示系统,通过它可将数据投射到用户右眼上方的小屏幕上。它可以通过声音控制拍照、视频通话和辨别方向以及上网冲浪、处理文字信息和电子邮件等。

这一发明甫出国内外知名手机制造商纷纷布局,最近,英特尔宣布进军穿戴式设备与物联网芯片领域,成立了新的Quark产品线,并表示Quark将是一个开放式的架构。高通公司也公布一款自有品牌“Toq”智能手表,并盯上智能穿戴设备这个巨大的“金矿”。

在国内,盛大近期推出了GEAK智能手表和GEAK魔戒,百度研发的类似谷歌眼镜的百度Eye也在内测中。除酷派之外,联想、中兴通讯等国内厂商均在悄悄进行可穿戴设备的技术研发。



消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

数千箱杜康酒
发往海外市场

本报讯 9月6日,以绵柔杜康、老杜康为主的数千箱杜康酒,在洛阳杜康控股汝阳生产基地顺利通过洛阳市商检局商检之后,陆续发往加拿大和新加坡。这已经不是杜康酒今年第一次大规模出口海外市场,上半年还曾向美、西非等7个海外国家和地区大批量供货。

事实上,印有“洛阳杜康控股有限公司”字样的杜康酒涉足海外市场,则是从2012年开始。在短短一年多的时间里,以酒祖杜康、绵柔杜康和老杜康为主的杜康出口产品,以其醇厚、绵甜的口感和厚重、悠久的历史,受到海外华人的追捧。其中,杜康在美国最受追捧,仅去年同批发往美国市场的绵柔杜康、酒源和酒祖杜康12窖区的货款就有267万元,被纽约的《综合新闻》杂志誉为“最能寄托华人乡情的中国酒”。

又讯 近日,由《销售与市场》杂志社主办,中央电视台联合主办的2013金鼎人物中国巡礼暨MAD IN CHINA疯狂开拓者中国峰会在北京落下帷幕。洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军以其卓异的营销创新能力,摘得2013年度“中国营销金鼎奖”,成为中国白酒行业获得该项荣誉的两位营销总经理之一。

(马俊甫)

茅台集团“盛世名流”
进驻郑州市市场

本报讯(记者 张涵秋)9月24日,贵州茅台集团全资子公司——贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司盛世名流系列酒,在郑州市举行品鉴会,标志着这款“浓头酱尾”的盛世名流白酒,正式进驻到河南市场。

茅台集团盛世名流全国总运营商、南京传喜酒业总经理钟伟建介绍说,1996年茅台兼并习酒,习酒厂作为茅台全资子公司。盛世名流酒系茅台集团为了发挥国酒文化体系中的包容性和渗透性,从而新推出集茅台绿色、时尚等品质的浓香型白酒,满足茅台品牌丰富浓香市场。



嗨80免费品鉴活动开启

作为白酒业致青春的代表作之一,“嗨80”自诞生之日起就吸引了无数粉丝。9月23日,宋河股份联合专业大众购物分享视频点评网站——就爱点评网开展“嗨80”免费品鉴活动,消息一经发布,立即受到网友们的热烈回应。23日上午9点29分,@就爱点评网首先发布了这一消息,@宋河股份微博随即进行了转发,截至24日下午2点,已经有8242人次登录该网站上的活动网页进行了关注。

“嗨80”是宋河股份在宋河“扣扣”之后推出的第二款电商专属产品,也是一款引领时尚、备受年轻人追逐的时尚饮品。

其“再不疯狂我们就老了,我的时代我的酒”的主语,引起了80后乃至70后强烈共鸣。有兴趣的网友可于10月7日之前登录 <http://www.92dp.com/shiyong-songhe-high80.htm> 报名参加。通过筛选,将最终确定50个名额。届时,宋河股份将为这50人免费寄出“嗨80”品鉴酒各一瓶,品鉴者只需在品鉴该酒后上传点评视频即可。同时,活动期间关注@宋河股份微博与@就爱点评网参与#酒在等你#的活动话题讨论,也有机会获得宋河股份提供“嗨80”品鉴酒两瓶。

(杨黎明)

“跟着宋河学道德经”活动引关注

9月23日,宋河股份联合郑州晚报启动了为期一周的“跟着宋河学道德经”的活动,引起了网友们的热烈回应与讨论。而这只是宋河近期“跟着宋河学道德经”活动的一个环节。

据了解,23日的活动持续时长一周,10月1日以前,用户只需转发活动微博分享自己对《道德经》中句子的理解并@三位好友,即有机会获得价值108元的特制平和宋河粮

液两瓶。

老子所著的《道德经》,是我国历史上首部完整的哲学著作,同时也是西方人最感兴趣的哲学书籍之一。据联合国教科文组织统计,在被译成外国文字发行量最多的世界文化名著中,《道德经》的发行量仅次于《圣经》。

对《道德经》的弘扬和普及,来自老子故里的宋河自感有独特的使

命和责任。“跟着宋河学道德经”活动就是这样的一种落地,也是宋河在深挖自己文化内涵的一种有益结合。为此,宋河不仅与媒体联合开展《道德经》活动,而且,此前已在官博上与网友进行了两次类似的活动。此外,自9月份以来,宋河在媒体上的广告宣传也推出了系列的面,其主题均为“跟着宋河学道德经”。

(杨黎明)

河南老窖
开始寻找豫酒正女郎

本报讯(记者 张涵秋)日前,豫北名酒河南老窖在东大街商城遗址公园西侧开起“细酒”,携手中原网“正女郎”品牌栏目,推出“寻找中原12钗即豫酒正女郎”活动。

河南老窖挺进郑州市场,引人注目。此次活动正是河南老窖推出的“美丽营销”。寻找及征选豫酒正女郎活动将在中原网正女郎已有十期征集评选活动基础上进行,到十月底结束。入围者将成为豫酒正女郎俱乐部特聘酒模或团购专员,入选12钗者将成为河南老窖正女郎签约形象代言人和“豫酒之美”2014年挂历人物,参与拍摄豫酒之美微电影及企业美丽营销各项活动。



近日,郑州大地金商贸有限公司的员工来到文化路,给路边出售手工制品的张杨氏母子再次送上该公司的蒙山牌全蝎酒。据悉,张大爷多年深受重度风湿性关节炎困扰,经济十分困难。大地金商贸有限公司得知此消息后,多次给张大爷送上蒙山牌全蝎酒。公司负责人表示将持续赞助张大爷此种全蝎酒。 本报记者 丁友明 摄

李秋喜·浩荡西风汾酒魂

本报记者 王见寅 宋晔图



癸巳年中秋前夕,汾酒中高层编组序向全国进发,沿途各处,慰问一线员工,关怀经销商;或访当地合作方,续接薪火。9月15日,汾酒集团董事长李秋喜率队奔赴郑州,日程表上行程满满。16日下午与河南省、郑州市各媒体代表晤谈,就创新思维、推动营销求计于斯。

2005年,李秋喜被派至汾酒任职,虽从外转型,却勤于思考、潜心砥砺。2009年10月执柄汾酒后,很快提出“五年百亿”目标,即从当时到2015年时,汾酒集团当年实现100亿元销售收入,而当年汾酒集团销售收入才30亿元,此“天下先”举动,能量源于多年来对汾酒近距离的产品观察、市场调研,源于对汾酒文化底蕴鞭辟入里的李氏解读与认知。

天道酬勤,李秋喜和他的团队,于2012年11月6日,提前三年实现了100亿元的发展目标。

站在新的起点上,适逢新的酒业形势,这个团队的憧憬是什么呢?作为全国人大代表的李秋喜,对政策的熟稔,使他对事业发展另有新的洞见。

2012年11月7日,汾酒集团高层集体通过了2020年实现200亿元的发展目标。转天,他赴京参加十八大会议,第一时间知道白酒行业将要进入了一个严冬期,他的判断这将是—个漫长的时期,回晋之后,他和他的团队一致认为,200亿元的发展目标不动摇,还要在这一轮发展中实现弯道超车,成为白酒集团的管理标杆,增强汾酒的软实力。

李秋喜欣然于这个目标,并为这个目标披星戴月宵衣旰食奋争,他提供今年汾酒集团数据为:前8个月完成87亿元的销售收入,实现利润14亿元,如果第四季度照此速度,年度目标任务志在必得。

汾酒实现弯道超车是有底气的,一是清香回归将是白酒行业未来发展趋势,而汾酒是清香白酒的开山鼻祖;二是汾酒近几年进行了产品结构调整,价格低中高搭配合理,顺应了消费者的需求;三是将来白酒营销仍然是以文化营销为主,拥有深厚文化底蕴的汾酒将在未来三年发挥出更积极的作用。