

尽管4G还没有正式发放牌照,但大规模商用在广州、深圳两地正如如火如荼地展开。上月底,广东移动正式宣布启动4G放号,并同步推出50元~338元价格不等的三类资费套餐。显然,4G精彩极速生活已不再遥远。因此,手机厂商也预借4G东风进军高端市场。业内人士预计,2014年第四季度到2015年将会是4G终端的爆发年,这势必会在高端市场上掀起新一轮的换机潮,手机厂商也将借助此次时机进行“跑马圈地”。



4G 来临 手机厂商跑马圈地

本报记者 李冬生

4G可见 广东一步到位

在手机厂商纷纷向高端进军的旅途中,4G商用城市杭州、深圳经过一系列的准备与测试,于上月底开放4G使用。记者了解到,广东移动推出4G语音+上网组合套餐、4G手机上网流量可选包、数据类终端流量资费套餐三类资费套餐。

其中,用户办理4G语音+上网组合套餐,每月只需固定月费就可享受一定数额的国内通话主叫分钟数和国内数据流量,被叫一律免费。该组合套餐共有

138元/238元/338元三档,分别包含国内通用数据流量600M/1G/2G、省内4G数据流量400M/1G/1G,以及500分钟/1000分钟/2000分钟国内主叫分钟数。

在3G时代,由于无法全面实现“携号转网”,用户需要换号、换套餐。此次4G放号,据广东移动相关工作人员介绍,4G资费套餐无品牌属性,全球通、动感地带、神州行三大品牌老用户,无需换号,也无需办理额外手续,只需更换一部4G手机,即可直接升级办理4G套餐。

也正是由于此,“得终端者得天下”,4G终端将成为国内外手机厂商争夺的焦点。“这是一个极大的市场,不光是杭州、深圳会有4G,届时,国内各个城市都会有4G,而使用4G网络的一个必须载体就是4G手机。”业内专家表示。

的确,在河南,在郑州,4G基站早已从5月份开始建设,迄今为止,4G基站建设已初见成效,郑州移动也对郑州的61所高校进行LTE-4G基站规划,并在本次新学期开始前成功开通。

新机频发 厂商剑指高端

据调查机构Canalys发布的全球第二季度智能手机出货量数据显示,国内五大手机品牌中兴、华为、酷派、联想以及小米的出货量已经占到全球市场的20%。

在刚刚过去的9月份,酷派、OPPO、魅族等中国手机品牌先后发布了各自的新品,与之前国产品牌产品多集中在低价位段不同,这些新品的价格都在2000元乃至3000元以上,而一向不乏高价产品的酷派,把自己的旗舰产品大观4的价格定在了将近4000元的水平上。

而HTC在发布旗下旗舰产品Butterfly S的同时,该公司中国区总裁董俊还宣布了HTC未来在产品层面的双旗舰战略,即以Butterfly家族和新HTC One家族“双剑合璧”,形成双足鼎立的双旗舰布局,剑指高端市场。

从硬件配置来看,这些产品无不集中了当下最为顶级的硬件,在营销宣传上,以酷派为代表的中国厂商将自己的产品放在了与今年9月刚上市的苹果iPhone5s、三星Note3同等的地位上,在高端产品上进行追赶的意味十分明显。

手机厂商抢占4G高地

在上个月月底的中国国际信息通信展上,工信部部长苗圩对外表示,今年内肯定发放4G牌照。虽然具体日期外界仍不知道,但杭州、深圳已然开放4G使用,因此将由4G竞争触发的新一轮手机厂商“跑马圈地”,实际上已经进入倒计时。

在3G时代,智能终端已成为产业链发展的核心驱动力,4G时代,终端更是产业链发展的关键,而智能手机无疑是重中之重。

事实上,除了已经获得工信部入网许可的三星Galaxy Note II N7108D、索尼Xperia SP M35t、中兴Grand Memo LTE、华为D2等首批支持TD-LTE网络制式的4G手机之外,包括中兴、华为、酷派、TCL等在内的多家手机厂商,已经开始了“面向大众市场的普及型4G智能手机”的布局。

“华为等厂商和中国移动在TD-LTE技术上有深度合作,有一整套完整的方案。目前,TD-LTE技术已非

常成熟,能实现从3G到4G的平稳升级,也能实现4G的正式商用。”针对4G终端布局,华为商业解决方案部部长李常伟表示。

“与3G手机相比,4G手机不会有太多的区别,都需要有更好的显示屏、更强大的电池续航能力、更快捷更顺畅的使用体验。”中兴通讯执行副总裁何士友认为:“任何硬件上的改进,都是为了让消费者感受到更舒畅的使用体验,而这些都是我们正努力的方向。”

消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

直击秋糖会

豫酒·声音

王祚杨 宋河酒业股份有限公司总裁

白酒企业做电商现在处在初级阶段,不像其他行业已经做得如火如荼。白酒现在扎堆开始做电商,但并不是放在线上平台就是做电商,从规划、布局来看,电商对产品的要求都是不一样的。

基于对互联网消费人群心理的把握,宋河从产品设计开始就做得和别人不一样。过去的白酒包装再贵也要扔掉,宋河QQ则用乐扣来做白酒的包装,喝完之后还可以再利用,在电商渠道受到了欢迎。

为了迎合网络渠道消费者的喜好,宋河除了推出QQ,还陆续推出嗨80、嗨90等创新产品,并在今年8月-10月主办了中国白酒创意包装设计大赛,从设计到优秀作品评选都针对网上消费者,希望这样的创新赢得网民。

苗国军 洛阳杜康销售有限公司总经理

中原原来是酒家的必争之地。杜康今年一季度的回款金额有12亿,是本土为数不多的十亿酒企之一。上半年逆势大幅增长近50%,省内增速更是超70%。今年中国白酒行业70%的企业的增速是下滑的,超过30%的增长就是行业的奇迹。这让我信心十足。

受“三公限制”影响很大,低端竞争太多,杜康就试着往更高处走,但超高端市场只是产品线的金字塔尖,中低端产品从销量上而言,还是重头戏。乱象频生的酒业正在经历一场整合。这次“政策之风”能把行业散沙都吹干净,经此一役,未来三五年内大量白酒品牌会被兼并。借此机会,杜康也要在河南省内重新布局,收复失地。

2013秋季全国糖酒会昨日闭幕 豫酒抱团联展 表现抢眼

本报记者 张涵秋 武姣 通讯员 霍者



10月10日,2013秋季全国糖酒会(第89届全国糖酒商品交易会)在江城武汉成功闭幕。今年酒类市场持续走低,依然吸引了来自全国以及世界各地酒类企业参展。

据悉,以宋河、杜康、仰韶、宝丰为代表的豫酒企业纷纷参展,在河南省酒业协会的带动下,皇沟、睢州、棠河、富平春、平川等10余家豫酒区域品牌还组成了“豫酒中国”方阵组团联展,成本次展会新亮点,其中,多个豫酒企业还是第一次在这样规模的糖酒会上亮相。

文化浓 展中展成新亮点

本届糖酒会首次出现酒类展区开展的展中展,吸引诸多经销商围观。在酒类企业的展台中间,“中国名酒收藏珍品选择展”展示了180款上世纪50年代至80年代生产的稀缺国产名酒,包括上世纪60年代生产的洋河大曲,80年代生产的上海滩洋酒,最贵的就是上世纪60年代出产的茅台酒,价值近40万元。据介绍,这批参展名酒总价值高达800万元。

在展示的180款收藏珍品中,来自河南的有不同包装的宋河粮液、杜康

酒、宝丰酒、宝丰大曲、张弓酒、线弓特曲等,瓶子外表已是斑驳陈旧,却见证着河南白酒文化的尊贵和历史的久远。

另外,本届糖酒会,还首次举办了“中国白酒主产区历史成就展”,通过文字、图片等珍贵历史资料,展示了包括四川、贵州、山西、江苏、东北等我国白酒主产省区的酒业的历史变迁和辉煌成就。河南作为我国白酒的主产区之一也显然在列,并醒目地标出宋河粮液、杜康、仰韶、宝丰为豫酒的代表产品。

论道多 酒论坛接连不断

糖酒会是展示产品的好平台,更是酒企与酒商等相关人士的一个交流大会。本届糖酒会关于探讨酒企未来创新发展的主题论坛接连不断,酒界名流、酒企高层领导也像赶趟儿似的奔波在多场论坛上精彩论道。主论坛“中国酒业的传承与创新”10月8日在武汉国际博览中心会议中心举办,邀请到了李义平、季克良、王延才、刘员等知名学者、业内专家和企业家领军人物共同探讨中国酒业的未来。“第二届中国酒类及食品行业投融资峰会”也汇聚几十家银行、信托、基

金投资机构及投资人,与酒类和食品行业业内人士进行深度交流和融资项目对接。

其间,仅白酒营销专家、盛初咨询董事长王朝成一个人,就担任了糖烟酒周刊举办的2013年秋季(第25届)全国糖酒企业营销论坛、宝丰酒业举办的“大众消费时代的名酒机遇”酒业高峰论坛、2013中国酒业千商大会上举办的“社会变革期的企业家修炼”等多场论坛的主题演讲嘉宾。

其间,河南宋河酒业股份有限公司总裁王祚杨、洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军等来自河南的酒业精英,也在多场论坛上以嘉宾的身份公开亮相,并且发表了自己的真知灼见。

收获丰 豫酒企抱团出征

在这届糖酒会上,豫酒表现抢眼。10月3日,宋河酒业提前“下手”,在武汉金盾大酒店等多家酒店举办产品展示和招商活动,接待起来自各地的客商。

在糖酒会现场,杜康、仰韶、宝丰等豫酒一线品牌的特装展位都非常醒目,其中仰韶酒业除了展示仰韶彩陶坊、仰韶窖香、仰韶彩陶酒等主打产品外,还重点展示了仰韶红等一系列新品。为了体现陶香型的个性,弘扬彩陶文化,仰韶酒业还在现场开展了制陶艺术,吸引不少客商围观并亲身体验一把制陶的乐趣。

清香型白酒宝丰酒以绿色为主色调的特装展位,在展馆里非常醒目,并且与同为清香型白酒的汾酒展位相对而立。然而,汾酒展位面积不及宝丰酒展位的二分之一,大有比肩而立的意味。

在河南省酒业协会的主导下,由睢州、棠河、富平春、皇沟、朗陵罐等10余家豫酒区域品牌组成的“豫酒中国”方阵,展示了自己的企业、产品及品牌形象,也取得了相应的收获。展览期间,多家豫酒企业除了签下了一定量的意向客商,还捧回了一系列荣誉,可谓不虚此行。

豫酒·表现

宋河连获四奖



10月7日,“中国酒类品牌评价发布会暨未来十年白酒挑战与机遇高峰论坛”在武汉举行,会上,宋河股份荣获“中国企业五星品牌”。在当天下午的“第三届中国酒业营销金爵奖颁奖典礼”上,国字宋河荣获“中国酒业金腰带产品”,宋河股份荣获“中国酒业最具成长性企业”。次日,宋河又在中国主流媒体酒业联盟举办的颁奖典礼上,获得“年度企业公民”。

杜康摘得硕果



此次糖酒会上,洛阳杜康控股有限公司在短短一周之内连摘几枚“硕果”,不仅联合中国酒类流通协会、中国商业文化研究会等权威机构发布中国白酒行业的第一份《中国白酒价值宣言》,还接连摘得“中国复兴文化名酒”、“中国酒业最具成长性企业”两项行业大奖。

宝丰借势推新



10月6日,宝丰酒业举办“大众消费时代的名酒机遇”主题论坛,并进行了新品发布会。据介绍,这些新品也是宝丰酒在此次糖酒会主展区主推产品。