



名词解释

“虚拟运营商”，是指那些没有基础网络而经营电信或者电信的增值业务的厂商。其运作模式是从三大基础运营商手中租用号码、时间、网络等资源，再将其与自己提供的服务捆绑包装，向手机用户进行销售。

多家企业确认签约

2012年6月，工信部发布《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，明确民营资本可进入电信业的八大领域。今年5月工信部又下发《移动通信转售业务试点方案》，指出移动转售试点的期限为两年，获得试点批文的转售企业可从基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装服务内容，以自有品牌开展移动通信业务。自此，“虚拟运营商”就成为诸多企业争夺的对象。

近日，苏宁宣布与联通、电信分别签署合作协议。“苏宁率先与中国联通、中国电信两大运营商签署合作协议。这是苏宁申请移动通信转售牌照的关键一步。也许很快大家就能用到苏宁提供的更加丰富、多样化的移动通信增值服务。”苏宁副董事长孙为民在微博上表示。

而记者了解到，不仅苏宁，还有迪信通、乐语、国美、爱施德、天音、阿里巴巴、京东等多家企业也都确认与运营商签署了协议。

然而，签署转售协议并不意味着这些企业就肯定会获得虚拟运营商的运营资格，还需要等待工信部发放虚拟运营商的牌照。

积极准备争夺利益

能否站稳前途未知

国信证券报告分析称，三大运营商如能在两年后拿出各自市场份额的0.5%~1%与民资共享，届时市场规模将在62.5亿至125亿。以不到10家企业能获得牌照计算，每家可增6亿~20亿元的收入。

电信独立分析师付亮认为，阿里巴巴系可能会成为最大受益者，由于其产业链准备充分，其所面向的中小商家、物流公司又有一些个性化需求，因此可能取得牌照，实现盈利。此外，苏宁、天

音通信、京东等皆为三大运营商的销售渠道合作商，由于网点、服务已具雏形，因此也都在争夺虚拟运营商牌照。

记者了解到，苏宁正在转型互联网零售业务，已经获得了快递、基金支付、商业保理等多张牌照与许可，O2O布局、开放平台也进入快速发展阶段。“待移动通信转售牌照正式获批后，苏宁业务经营将更为多元。”孙为民表示。

而国美历经27年的发展，已

形成全渠道近9000万会员，20多万名高效专业的销售人员，依托全球最先进的零售业ERP信息系统，以及完善的客户服务机制和丰富的合作伙伴资源，也极大地有利于国美在全国范围内拓展移动通信转售业务。一场争夺牌照、抢夺利益的“硝烟”已经燃起。

据悉，虚拟运营商放号已经进入倒计时——明年1-4月为转售商与合作运营商的系统对接期和准备期，从5月1日起正式放号。

另外，目前国内移动电话普及率已经高达八成以上，虚拟运营商既要创新，又要避免与三大运营商“正面冲突”，太强容易招致运营商的反弹和政策变化，太弱又会影响虚拟运营商的主营业务品牌，要实现“共生共荣”实属不易。

“这个市场远没有想象中乐观。”亚信联创IT规划咨询部总监涂远鸿表示，从目前全球的统计情况来看，虚拟运营商的平均用

户规模大约是基础运营商市场的3%。其中欧美地区比较好的能达到7%，但亚太地区则在1%左右。事实上，目前全球有110家左右的移动虚拟运营商，由于起步不力或后期经营不善，多达24.5%的虚拟运营商最终停业或被收购；另据WirelessIntel-Igience公司的数据显示，2011-2012年，欧洲有84家虚拟运营商企业退出市场，另有44家虚拟运营商企业被传统移动运营商收购。

“这个市场远没有想象中乐观。”亚信联创IT规划咨询部总监涂远鸿表示，从目前全球的统计情况来看，虚拟运营商的平均用

首批虚拟运营商浮现 难撼传统格局

本报记者 李冬生



通信快讯

郑州移动 加快4G工程建设进度

本报讯(记者 李冬生 通讯员 董淑萌)日前，郑州移动正以前所未有的规模和力度推动4G(TD-LTE)建设在郑州的全面落地，多措并举快速推动工程进展。

据了解，郑州移动一方面进一步细化4G工程建设的工作各项措施，积极开展工程劳动竞赛；另一方面按照建设环节，明确职责和分工，由专人负责选址协调、配套改造、物资申领、基站安装、开通优化五个环节，会同下属建设片区形成矩阵式管理结构，实现4G基站传输光缆引入、设备割接上电、电路调度协调等工作的顺利完成，以精细化管理确保高质量完成建设任务。

“力争在年底前完成全部建设任务，确保为移动4G网络品牌先发布优势提供良好网络的基础。”郑州移动相关负责人表示。

郑州联通 开展“微笑天使”评选活动

本报讯(记者 李冬生 通讯员 薛曼曼)为树立服务标杆，进一步提升营业员主动服务能力，郑州联通自8月中旬起，持续在各大营业厅开展以“微笑挂脸上、服务记心间”为主题的营业员“微笑天使”评选活动。

据介绍，本次“微笑天使”评选活动覆盖市区23个自有营业厅，评选过程分为各营业厅初赛和郑州联通集中复赛两个阶段。具体评选标准从仪容仪表、服务规范、岗位技能、服务效率、团队精神、客户评价等六方面对营业员岗位工作进行综合测评。

为公平、公正、公开评选活动，评选结果将以进厅客户投票评价、客户网上评价以及综合考评得分相结合的原则，最终评选出不同级别的“微笑天使”10名。

消费·名酒 青编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

河南葡萄酒市场杀出黑马 ——“探访河南美酒”媒体采访团走进丰澳实业

本报记者 张涵秋

10月23日，由河南酒协联合郑州日报、大河报等主流媒体组成的“探访河南美酒”采访团，走进丰澳实业。各媒体关注酒类行业的记者们，首次品尝到了澳洲风情浓郁、河南自主品牌“轩丽红”的原瓶进口葡萄酒。

丰澳黑马杀出。初尝市场，2012年丰澳的销售额已经达到1600多万，而今年在酒类市场遇冷的境况下，2013年，销售已经翻番。

接管酒庄拥有自主品牌

丰澳公司是我省供销社总社直属企业，是轩丽红葡萄酒全球唯一生产商和总运营商，在澳洲雅拉谷河畔，丰澳实业收购有优质葡萄基地，并参股当地知名酒庄，接管有近200年历史的古老酒庄。

在完成收购、参股、接管国外葡萄酒庄步骤之后，丰澳成为了国内为数不多的在原产地拥有完整产业链的葡萄酒企业。

在国内市场，丰澳先后推出了轩丽红、轩丽河、HONEY RIVER等系列葡萄酒。在品鉴会上，丰澳实业有限公司执行总经理袁威说：上述系列均是丰澳公司自主品牌，已在中国工商总局商标注册，属国内进口酒中稀有的自主品牌，具备品质保障和价位优势。

流蜜之地 造就澳洲风情

丰澳的轩丽红系列葡萄酒来自澳大利亚被誉为“流蜜之地”的雅拉谷轩丽河流域。

雅拉谷在澳洲与猎人谷齐名，是维多利亚州最古老的产区，雅拉谷的轩丽河流域景色宜人，丰澳在那里自有1500亩优质葡萄园。



省酒协新闻中心主任岳晓声和丰澳执行总经理袁威(右)

在澳洲，丰澳汇聚顶尖级的酿酒师John技术团队，建设世界一流的实验室与灌装线。把上百年的酿造传统和现代工艺相结合，酿造出了新世界典型、澳大利亚特征，极具阳光海滩、热情奔放澳洲风情的葡萄酒。

葡萄酒的酿制七分靠原料，三分靠工艺，而轩丽红系列葡萄酒就是选用名贵葡萄西拉子和美乐酿造而成。西拉子被尊称为“葡萄中的王子”，单宁突出，结构坚实，他阳光开朗，个性鲜明。美乐被誉为“葡萄中的皇后”，她色如宝石，观她美轮美奂，她果香馥郁，闻她心旷神怡，她单宁较低，品她温婉可亲。

因此，轩丽红系列葡萄酒可谓是系出名门，再加上卓越的酿造工艺，必然缔造出世界级水平的高品位葡萄酒。

消费转型 杀出独道市场

丰澳的葡萄酒很受澳大利亚国家领导人的喜爱，时任澳大利亚总理陆克文以及吉拉德在重要场合热情推介轩丽红葡萄酒并专程前往澳洲基地参观考察，并给予高度评价。袁威介绍说，在国内还是中博

会、拜祖大典、亚洲艺术节、世界华文论坛等重大活动指定用酒。

袁威说，目前丰澳在全省18地市、132个县级供销社以及2000个基层社的市场网络布局，市场无缝隙覆盖正在形成。同时开拓了北京、南京、西安、海口等13个省外市场，全国化运营格局逐步显现。更是创下单周销售7000瓶的辉煌纪录，这在同行业中着实是不多见的。

为什么轩丽红会在国内大型活动中绽放异彩。袁威说，这可能与国人的喝酒习惯有关，尽量满足多数人的口感。而澳洲酒的特点，可以开瓶即饮，新世界的葡萄酒适合大多人口感。

在2012年，丰澳的销售额已经达到1600多万。随着市场的变化，袁威提出了3个转型决策：从高端酒转向中低端，从政务消费转向商务及大众消费，从省会等一线转向县乡市场。

通过调整市场战略，丰澳虽然感到酒类消费市场寒冷，但是影响不大，2013年的销售额已经翻了一番。随着市场的扩大，利用河南省供销社网络的平台，丰澳的葡萄酒，已经拥有扎实的销售渠道，销售自然逐步提升。

第二届中原糖酒会将举行

本报讯日前，第二届中原糖酒食品交易会新闻发布会在鹤壁举行，记者从发布会上获悉，“2013第二届中原糖酒食品交易会”将于11月9日~11日在鹤壁市会展中心举办。据了解，此次中原糖酒会是河南省商务厅、河南省贸促会、鹤壁市人民政府重点支持的展会。此次糖酒会将以“携手合作、共谋发展”为主题，计划展出面积室内8000平方米、室外7000平方米。展区主要由酒类、食品、饮料、名优特产等四大类组成。(周仕金)

古法衡水老白干 新品上市

本报讯(记者 武斌)近日，古法衡水老白干新品上市暨高端品鉴会在郑州举行，衡水老白干公司领导、河南誉满中原商贸有限公司全体干部员工及渠道客户500余人莅会。

会上，主持人介绍了衡水老白干酒悠久的历史、酿造工艺和品种荣誉之路。同时主办方为在场嘉宾奉献了丰富多彩的文艺演出和抽奖环节。

据衡水老白干营销有限公司副总经理赵旭东介绍，古法衡水老白干是企业重点打造的中高端品牌，河南市场也是该企业重点培育的省外市场，此次古法衡水老白干在郑州市场上发布是一个重大的战略投入，古法衡水老白干必将在郑州白酒界发出一个最强音。

加多宝 向余姚灾区捐赠物资

本报讯10月中旬，台风“菲特”重创浙江，引发社会关注，各界人士纷纷给予灾区民众帮助与支持。加多宝携手中国扶贫基金会，为解救灾区生活物资短缺的燃眉之急，紧急送出首批救灾物资。

据悉，余姚因洪灾主城区处于一片汪洋中。当地百姓产生了恐慌，超市食品被抢购一空。为缓解灾区民众的日常饮水问题，加多宝在第一时间内筹备了24000瓶凉茶及24000瓶昆仑山矿泉水送往灾区。加多宝相关负责人表示，余姚遭遇百年洪灾，让每一位同胞都倍感心痛，我们希望有更多的爱心人士与我们一同帮助余姚，为余姚加油。

对于加多宝等知名企业所持有的这份社会责任，中国扶贫基金会等公益性组织给予了高度赞赏，并表示将一如继往地给予他们支持。(王见宾)

宋河：向年轻人要白酒设计创意

本报记者 张涵秋

10月23日，我省唯一浓香型中国名酒，志在做互联网第一名酒的宋河，走进郑州轻工业学院设计系的80后、90后年轻大学生中，寻找中国白酒创意包装设计。

为征集中国第一款只在互联网上销售的白酒包装，宋河酒业今年八月份在北京钓鱼台国宾馆启动了“中国白酒创意包装设计大赛”，之后遍邀国内外设计公司或团队组织，走遍国内设计专业院校，向年轻大学生要创意，吸引了不少热爱设计的年轻人参与。

设计大赛以“改变，就此不同”为主题，倡导“简约、时尚”的环保设计理念，在白酒年轻化的发展趋势下，追求和消费者零距离沟通。

宋河酒业战略规划部负责人赵治丹表示，这次大赛是中国首例单项奖高达66万，包含10万奖学金，总奖金138万，辐射2000万网友，联动全国百所艺术设计院校。由12位专业评委全程坐镇，国内外顶级专业评委严格筛选，最终由大众评委、专业评委、媒体评委、网络点击量共同推选出来。获奖作品将由中国包装联合会设计委员会推荐至被誉为包装界奥斯卡的“世界之星”包装设计奖，宋河也会有单独的一条生产线来进行生产。

赵治丹认为，传统白酒一直强调产品的自我价值，创意的价值被忽略了，饮用者自我价值也没有体现，逐渐拉远了与消费者之间的距离，给人以固有的高档、正式的概念。白酒品牌传播也和年轻人的想法有距离，传统说教式、强压式、宣扬产品自我价值的销售方式已经被年轻消费者接受。

年轻消费者其实是白酒销售的“蓝海”，要让年轻人来沟通白酒，了解白酒，可谓得青年者得天下。正因如此，赵治丹和他的团队策划出了“宋河扣扣”、“冰火”、“嗨80”、“嗨90”等多款宋河青春小酒。其中“宋河扣扣”在互联网上6天预售掉10万瓶，创造了中国白酒互联网销售奇迹。

举办包装设计大赛不是表示只注重包装，赵治丹认为这是一种拉近消费者达到沟通的方式，通过了解消费者的喜好来生产符合消费者的产品。未来我们计划将更贴近消费者，让更多的白酒消费者享受一对一的服务。