



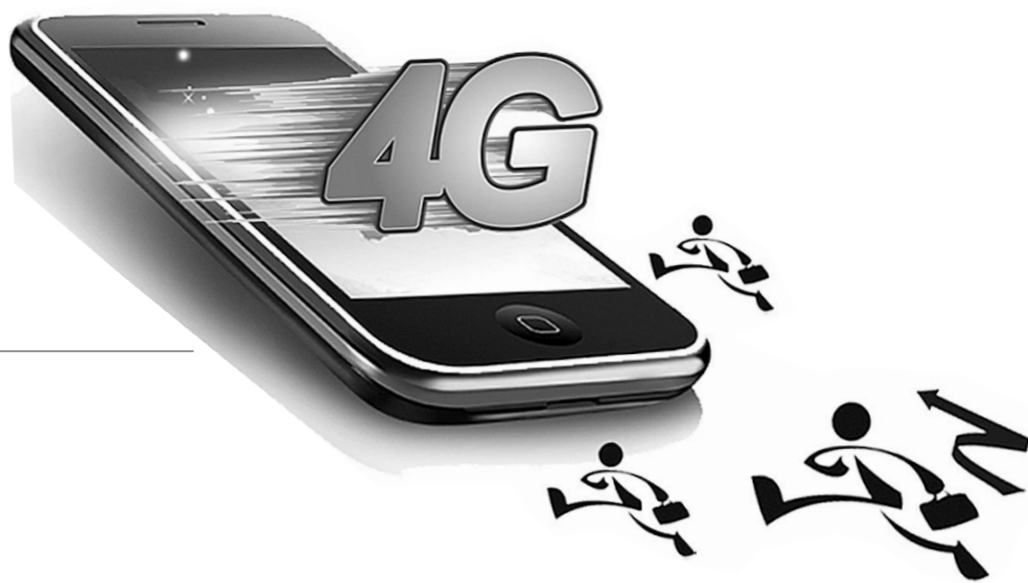
英特尔全“芯”产品媒体体验会举行



英特尔二合一产品演示

本报讯(记者 李冬生 文/图)12月5日,二合一设备英特尔全“芯”媒体体验会在郑州大浪淘沙酒店举办,英特尔(中国)有限公司中国区市场公共关系部公关经理沈美云、英特尔(中国)区域销售经理周竞扬、英特尔(中国)技术客户经理刘宇以及郑州多家新闻媒体代表参与此次体验。
据介绍,英特尔在2013年再次打破常规,为用户打造多款拥有强劲内“芯”的PC/平板二合一超级本产品,通过可轻松变形、拆分、旋转的外形以及可触控显示面板等特殊功能,使用户娱乐、工作轻松转换,在毫无束缚的状态下享受智能数码新体验。如今,计算产业最大的趋势就是融合,伴随着全新二合一设备类别的出现,消费者能够享有同时结合了PC强大功能和平板电脑出色移动性的计算设备带来的别样智能生活。

记者了解到,本次活动现场英特尔展示了多款不同配置及形态的二合一产品,其中包括搭载第四代智能英特尔®酷睿™处理器的变形超极本和基于Bay Trail架构的超轻便二合一产品。活动现场,在英特尔技术人员讲解下,媒体代表纷纷亲身体验了一把二合一设备,其强大的功能、流畅的反转、高端的配置得到了诸多媒体代表的好评。
英特尔相关负责人表示,英特尔将更加以用户体验为核心,面向各个快速发展的细分市场,在明年及未来几年不断推出新产品的计划,包括全新的更低功耗产品系列,以加快英特尔在超移动设备领域的发展步伐。



4G 敲门
智能手机市场格局再调整

本报记者 李冬生

上世纪90年代,康佳、海尔、熊猫、波导等国产厂商开始生产手机,经历了价格战、智能手机等几轮洗牌之后,波导手机、熊猫手机难寻踪迹,而以“中华酷联”、小米为代表的国产智能机崛起,形成了智能手机的分水岭。
如今,随着国内4G牌照的发放,可穿戴设备的开始流行,以及市民对4G网络的热情高涨,运营商对4G网络的宣传力度加大、手机厂商对4G高地的疯狂抢占,在不久的将来,智能手机市场格局或将再次调整。

牌照发放
4G更近一步

12月4日,工信部向中国移动、中国联通和中国电信正式颁发“LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务(TD-LTE)”经营许可。这意味着,中国正式进入4G时代。郑州移动相关负责人表示,在今年年底,移动4G将正式投入使用。

在4G牌照发放之后,中国电信也大放异彩,“天翼4G”的品牌广告在全国数百城市亮相。在北京金融街,中国电信“天翼4G微笑宝宝”惊艳亮相;在上海莘庄、昌里东路两大核心商圈、广州体育中心、重庆解放碑、济南八一桥等城市核心区域,也纷纷出现了“天翼4G”的广告牌;在郑州,不少郑州电信营业厅门口都挂起了“更快更好,天翼4G即将开启”的宣传牌。

河南联通预计将在明年1月首先在郑州推出商用4G服务,之后将在全省推开4G的商用服务。记者了解到,现在,支持WCDMA网络的智能手机插入联通U-SIM体验卡,就已经可以连接到郑州联通的4G网络了。而这些都是预示着,4G距离我们的生活更近了一步。

4G来临 手机市场发力

4G登陆郑州,早已成为板上钉钉的事实。据介绍,“河南移动4G友好客户招募”活动正如如火如荼地进行着,体验用户可以获得4G终端数据一台,4G U-SIM卡一张以及每月15G流量和50元自由话费,连续赠送6个月的优惠。截至目前,仅在微博上报名该活动的用户就超过了2万人,充分显示了市民对4G的迫切期待。

“要真正步入4G生活,虽然不用换号,但是用户必须将手机更换为4G手机,将手机卡更换为U-SIM卡。”郑州移动相关工作人员告诉记者。正所谓得终端者得天下,据了解,中国移动

厂商扎堆 争抢4G先机

随着4G牌照的正式发放,运营商终端计划的出炉,各大手机厂商针对4G市场的“地盘争夺战”已经硝烟弥漫。

10月初,HTC在中国大陆全球首发了其首款大屏4G LTE智能手机HTC One max;中兴Memo LTE(U9815)已获得工信部颁发的国内第一张TD-LTE手机入网证外,中兴也将在12月17日举行的中移动全球合作伙伴大会上,隆重推出LTE全系列产品;酷派截至目前已有8920、8735、8736等多款4G手机取得入网许可且具备量产能力。华为中国区终端市场部品牌

计划2014年TD手机出货量2亿部,TD-LTE终端5000万部,并计划在2014年下半年推出“千元4G手机”,其中,年底前将联合合作终端厂家提供超过30款4G手机与数据终端。而上个月初,中国电信已将4G终端需求下发给各手机厂商,预计2014年手机集采约6000万部,其中4G手机销售以自身主导为主,目标是到2014年达到2000万部。

根据IDC预计数据,2014年中国智能手机出货将达到4.5亿部,增长25%,其中支持4G功能的智能手机将超过1.2亿部。

执行部部长胡红莲表示:“华为终端会根据运营商和用户的需求来定位所生产4G手机的级别,推动行业发展。”

业界普遍预计,如果说今年是4G终端元年,那么,2014年四季度到2015年将会是4G终端的爆发年。

“使用4G网络必须更换4G手机,这对于手机厂商来说是一个翻身的机会,必将大量生产4G终端,又因市民对4G期盼已久,这些因素或将造成智能手机市场格局的改变。”业内人士表示。



手机进水怎么办

“现在智能手机动辄就是三四千的售价,进水维修的价格也是千元左右,如果能学会自己处理的话,能省下不少钱。”不少市民反映。本期《通信答疑》就为您解答一下手机进水的正确处理办法。

及时关机

手机落水后,一定要第一时间捞出来,减少手机与水接触的时间,可以将手机的损害降到最低,切记不要尝试开机。正确的处理办法是,捞出手机后,迅速地将电池取出。然后冲着开口比较多的一方(比如数据线接口),或者缝隙比较大的一方甩几下,将手机中的存水甩出去。不能抠出电池的手机黑屏之后一定不要按开机键,直接甩水。

去除水分

只要手机进水,想开机至少要等待24小时以上,我们要做的就是处理手机中残留的水渍。这些水渍一般是残留在手机内部,如果尝试开机,就会有烧坏主板的风险。用吹风机吹是个不错的办法,但是一定要注意方法。吹几分钟停一会儿,然后甩几下手机,持续3-5次就差不多了。另外,准备一些干燥剂或者干燥盒,将泡过水的手机与它们密封放在一起,效果是非常好的。

尝试开机

去除水分后可以尝试给手机开机,如果仍然无法开机,那只能求助售后了。需要注意的是,在手机中都会有防水标示,当客服看到防水标示变色后是不能保修的,需要自己花钱。如果你的手机可以开机,也不要高兴得太早,需要检查一下手机部件。一看屏幕是否有痕迹,二看听筒以及话筒是否能够正常使用,三看扬声器是否可以正常发声,四看摄像头是否能够拍照。



消费·名酒

责编 张涵秋 电话 67655118 18638929288

中国白酒创意包装设计大赛落幕

本报记者 武焱

12月9日,中国白酒创意包装设计大赛总决赛在上海东方艺术中心落幕,老子养生酒获得冠军,本次大赛由宋河酒业全程主办,视觉类专业网站视觉中国联合主办,中国包装联合会设计委员会为指导单位,旨在推广及销售一款纯粹的互联网白酒,改变中国白酒包装固有形象,实现彻底年轻化、互联网化的蜕变。

米粒元素老子养生酒夺冠

总决赛现场,辅仁集团董事长宋河酒业有限公司董事长宋文臣表示,此次大赛是中华文明与时尚精神的邂逅,是传统工艺与时尚创意的碰撞,将在中国白酒行业中传递出最响亮、最响亮的声音,在创意产业中释放出最具商业价值的力量。

记者了解到,此次大赛从8月份启动,历时4个月,通过复活赛制,经初选、复选、网友投票、16强决赛等环节最终推进总决赛。总决赛由现场大众投票(25%)、总决赛评委(25%)、媒体代表(25%)、网络代表(25%)共同投票。评委阵容更具国际化和高规格化,特邀国际顶尖大师、德稻工业设计大师蒂莫西·雅各布·延森、德稻品牌战略大师白福瑞、台北101大楼logo设计师唐圣瀚和湖南工业大学包装与设计学院院长汪田明等担任大赛评委。

经过多轮的角逐,最终1号选手刘印的作品老子养生酒获得冠军并斩获66万元的奖金。该作品采用米粒作为单纯的设计元素,本意在于传递“节俭”的传统美德。从酒瓶造型到酒标字体的设计,到外包装的设计、内包装设计都是围绕“米”层层递进。雅各布·延森在现场这样评价道:“老子养生酒具备中国色彩和国际视角。”此外,大赛还评选出了老子文化奖、最具市场潜力奖、评委推荐奖、媒体推荐奖、网络最受欢迎奖、网络男爵奖、网络女爵奖等奖项。



宋河酒业总裁王祚祥(右)为冠军刘印颁发66万元支票

布·延森在现场这样评价道:“老子养生酒具备中国色彩和国际视角。”此外,大赛还评选出了老子文化奖、最具市场潜力奖、评委推荐奖、媒体推荐奖、网络最受欢迎奖、网络男爵奖、网络女爵奖等奖项。

创意视觉赋予白酒新特点

“此次大赛入围的选手多为业外的设计选手,因为业内的设计已经过于陈旧,不能代表年轻一代消费群体的喜好和需求。这些年轻人通过自身的视角赋予白酒新时代的特点,时代在进步,白酒也应该同步前进。”宋河酒业总裁王祚祥告诉记者。

据介绍,中国白酒创意包装设计大赛以“改变,就此不同”为主题。水滴状大赛标志,

以极简的形象,倡导未来白酒“简约、时尚”的设计风格,同时,主办方宋河酒业也打破了传统设计大赛的桎梏,将大赛选出来的优秀作品,经过落地生产制作,实现市场化和商业化,这一大亮点将让选手们体验从艺术设计到实现商业销售的全过程。

事实上,像宋河这样由企业举办行业性的活动并非特例,在当晚的决赛现场尽管名曰包装设计大赛,但是整个活动现场更像一场选秀活动,通过综艺形式展现设计者的才艺。作为主办方而言,年轻设计者的发散思维以及他们内容丰富且脱俗的设计作品,都是一笔巨大的财富。忽略活动形式,首届的包装设计大赛能够敞开大门,吸纳各路民间高手,并由此在白酒业内业外获得了如此高的关注度,足以给宋河积累不少的人气。

川酒财富论坛 郑州开幕

本报讯11月6日,第一届川酒财富(中国)论坛暨老宜富财富(中国)论坛2013年企业年会在郑州举行。

现场,盛初(中国)咨询集团有限公司董事长、河南三友酒业集团董事长以及各大商会会长、资深媒体人、行业协会会长、主流企业家等约300余人参加此次论坛。

论坛不仅涉及白酒发展趋势,白酒产业集群区、电商渠道开拓等快速消费品最焦点话题,更关注消费者、业界人士关心的限制三公消费、限制招待用酒等政策、白酒行业调整周期等行业热点话题。(王见宾)

豫见新机遇 再唱浏阳河

本报讯12月5日,省内300余名经销商在郑州参加浏阳河酒2013年财富峰会。据悉,会议当天河南地市级经销商签订代理合作协议11家,总合同额超过了6200万元,在当前环境下此等收获殊为不易。

作为一个在酒业辛勤耕耘了十一年的老兵,品牌营销专家、九度智力集团董事长马斐认为,今年的形势只是前几年行业矛盾积累的一个必然,但并不会一直持续。“困难有,只是暂时的,大家一定要坚定信心。”

“浏阳河酒业的规模和品牌影响力不断上升,消费者品牌美誉度也在不断提高,未来的发展必定进一步加快,公司将在业内再次创造新的浏阳河传奇。”湖南浏阳河销售有限公司总经理马金全说。

几家经销商普遍认为,作为一家有历史、有文化、有团队的白酒企业,亲民的浏阳河酒业未来一定会越来越好。(王见宾)



红酒课堂

波尔多沙龙教你认知五大名庄

五大名庄都是哪几家?拉菲为什么那么贵?12月7日下午,在波尔多酒庄金水店每周六免费组织的红酒沙龙活动中都有答案。酒品师详尽地对法国葡萄酒梅多克产区五大名庄以及各大酒品的正、副牌之分,做出了详细的解读。法国葡萄酒传统的五大名庄

来源于1855年的葡萄酒分级制度。根据葡萄酒的质量和价格,其中最好的一级酒庄寥寥无几,现闻名于世的就是当今世界上最著名的拉菲、世界上最贵酒庄的拉图、法国国宴用酒玛歌、红颜色和最具艺术气息的木桐等传统五大名庄。

闻其香,观其色,品其味。酒品师表示,品味葡萄酒不单单是视觉、嗅觉、味觉的享受,还承载着其来源国家的文化,表达着葡萄酒产地的风土特征,折射出采摘年份的季节特点。

任志伟

仰韶酒业 向环卫工人送温暖

本报讯近日,诸多社会人士和企业积极加入爱心行动中,在郑州市福元嵩湖路,仰韶酒业开展“暖冬圆梦行动,仰韶香爱心义卖”活动,向寒冬中的环卫工人送去温暖。

据仰韶酒业相关负责人介绍,“暖冬圆梦行动,仰韶香爱心义卖”价格由愿献爱心购买的人自己随心来定,活动所得将购买成手套、护膝等送给环卫工人。仰韶酒业通过报道了解了环卫工人的不易,决定开展爱心义卖活动,而此次活动只是暖冬爱心活动的第一阶段,仰韶酒业将持续推出爱心口罩捐赠等活动,有爱无“霾”,让爱心温暖绿城。(王见宾)

杜康微电影《父爱》 获“金丹若”优秀奖

本报讯继今年摘得河南省首届微电影大赛一等奖、首届亚洲微电影艺术节“金海棠”一等奖两项大奖之后,洛阳杜康控股投资拍摄的豫酒第一部微电影《父爱》,日前又在西安举行的“金丹若”2013国际微电影艺术节上夺得优秀作品奖,这也是本届艺术节上河南唯一一部获奖微电影。

据了解,2013“金丹若”国际微电影艺术节由中国电视艺术家协会微视频(微电影)委员会、中央新影国际微电影频道联盟、共青团中央网络影视中心、陕西省广播电视传媒(集团)有限公司联合主办。

2013“金丹若”国际微电影艺术节,自今年4月在北京启动以来,在全国历经“百城百影”等互动宣传活动,共有3000多人报名参与,收到1518部参赛作品,最终有20部微电影获得优秀作品奖。

“在没有做大推广的情况下,《父爱》的播放量已经将近160万人次,再加上优酷、土豆、56、乐视网等视频平台,综合播放量已经突破400万人次,如果按照一张电影票价25元折算,票房已经过亿了!”洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军告诉记者。(马俊曹)