

世界电信日 运营商“有礼”

本报记者 周娟

明天就是世界电信日了,日前,国际电信联盟确定2014年电信和信息社会日主题为:宽带促进可持续发展。围绕着今年的世界电信日主题,各运营商已悉数展开世界电信日促销活动。而普通大众,也日益享受科技生活带来的便捷。

数字时代 便捷生活

“宽带促进可持续发展”,国际电信联盟阐述这一主题时认为,数字发展是一种能够加速可持续发展的变革工具,为充分发挥其潜力,必须大力推广高速宽带网络,使其价格可以承受并可普遍获取。

我国自2012年以来,从国家层面每年推动开展宽带中国专项行动。2013年中国制定并发布了“宽带中国战略”,今年“2014宽带中国”专项行动也在部署中。以“宽带促进可持续发展”为主题的世界电信和信息日恰逢其时,将促进中国宽带的进一步发展,促进宽带基础设施建设,宽带产品技术提升、宽带资费水平下

降,也促进全社会对宽带的重视、利用与支持。为此,国际电联邀请所有利益有关方采取切实措施,进一步推动国家和国内政策的制定,加速宽带的推出,以更可承受的价格提供给所有公民,作为获取信息和知识、实现个人理想并达到可持续发展总体目标的手段。近年来,随着移动宽带业务的发展,宽带资费不升反降,宽带速度也在不断提升。而三大运营商的宽带之争,最受益的是用户。记者走访了中国联通、中国移动和中国电信营业厅发现,三家运营商均有宽带优惠等相关促销活动。

促销之战 火热开启

每年的世界电信日前后,运营商都会推出一系列的活动来吸引消费者,一些新业务也会选择在这个时间段发布。

记者近日从河南移动网上营业厅看到,河南移动已经提前打响了5·17促销战,展开了“移动5·174G手机狂欢节”活动。其中,5月9日~26日,手机充值9.9折,并且送积分,在活动专场为移动号码充值,单笔金额100元,可享受9.9折,加送517个积分的优惠;5月16日~18日期间,推出“热门机型一元秒,4G手机5折起”促销活动,参与活动的有三星、酷派、天语、联想、红辣椒、TCL等10多个品牌的20

多款4G手机;在5月19日~26日推出“超级流量包0元抢”活动。活动期间,关注中国移动10086官方微博,转发5·17活动微博还有机会赢取4G明星手机。

进入河南联通网上营业厅,第三届“5·17网购节”倒计时牌赫然在目。网站显示,网购节期间将推出三大项活动回馈广大用户,包括网上专售的自由组合套餐、1G流量半年包1折限时抢购、明星手机合约5折限量秒杀等活动。此外,“登录抢流量,免费抢红包”、“购手机,沃有礼”等线上、线下活动也十分丰富。

流量优惠 最受关注

有研究数据显示,83.75%的用户使用手机上网套餐,37%的消费者会经常检查流量使用情况,流量无疑已成移动互联网时代用户最关心的话题之一,流量优惠活动也是运营商吸引用户的重要手段。

从“五一”开始,河南联通开始在全省范围推出“流量风暴”活动,到联通办理赠送机或购机送费,都能直接参加“流量风暴”,和以往不同,联通大大提高了送出的流量标准,延长了送流量的时间,46元~66元套餐用户每月赠送300M省内流量;96元~156元套餐用户次月起每月赠送500M省内流量;186元以上套餐每月赠送1G省内流量,终端合约期内每月都送,最高可送36G。

如此大力度赠送流量,实际上把流量赠送的标准提到了以“G”来计量的时代。电信也适时推出了“套餐加1元流量翻1倍”,再送1G省内闲时流量活动。

此外,中国移动日前也发布了4G新资费,其中流量单价最高降幅达50%。新调整后的资费将于6月1日起执行。

小贴士

对待促销需理性

面对运营商不断进行的促销攻势,对用户来说,刚需也好,促销也罢,在办理优惠活动时一定要看清活动细则,明确收费标准,根据自身情况合理选择。

比如,面对运营商预存话费送手机、预存话费送手机或者送礼品等活动时,消费者应该事先了解清楚其细节要求,看清楚其附加条件等。此外,业内人士提醒消费者,消费者在参与促销活动时应该保存好票据。

而对一些入网优惠活动,业内人士指出,目前大多消费者还是较理性的,实际上,在运营商实力促销之外,一些消费者也在选择观望和等待。

通信快讯

中国移动6月起 实施4G新资费

本报讯 5月14日下午,中国移动在京召开新闻发布会,宣布自6月1日起面向全国客户推出4G新资费,内容包括可选的4G飞享套餐、4G上网套餐、4G商旅套餐三款主套餐和手机上网流量包。

据了解,对比现行资费,4G新资费的第一个特征是门槛更低。全新推出的30元500M流量包,可满足更多4G入门客户的使用;第二个特征是价格更实惠。4G新资费中流量单价最高降幅达50%;第三个特征是服务更周到。中国移动不仅开通了流量分享服务,此次还推出了流量“季包”和“半年包”,流量周期更长、使用更灵活;第四个特征是使用更安心。不但中国移动之前发布的“流量使用自动提醒”、“智能账单”等服务举措依然适用于4G新资费,而且进一步优化了流量加油包订购方式。

据悉,未来中国移动还计划推出套餐“自动升级”服务,每月根据客户消费情况动态匹配当月最恰当的一档流量资费。(董淑娟)

郑州联通 获全省和谐企业称号

本报讯 日前,“河南省模范劳动关系和谐企业”评选活动中,郑州联通被评为“河南省模范劳动关系和谐企业”荣誉称号。此次活动由河南省人力资源和社会保障和社会保障厅、省总工会、省企业联合会、省企业家协会联合组织举行,经过市逐级推荐、严格审核。

一直以来,郑州联通坚持弘扬以人为本,推崇“尊重知识,尊重个性”、“唯业绩,不唯学历,不唯资历,不唯过去的功劳”的企业文化,从规范用工管理,优化人才队伍建设,完善奖惩激励机制及改善后勤生活设施等方面入手,在企业内部形成了一套科学化、规范化、长效化的和谐劳动关系工作机制。

郑州联通相关负责人表示,日后将积极承担更多社会责任,切实把促进劳资利益均衡和实现共赢发展相结合,为推动河南省建设“科学发展,幸福河南”添砖加瓦,书写新篇章。(薛曼曼)



名酒

杜康征集2014个爱情誓言

本报讯 五一前夕,曾包下市内若干广告位高调求婚的刁璐璐,于5月11日在中原福塔第101层的268米高台求婚成功。

求婚事件曝出后,事件主角一度引起媒体注意,经记者多方打听证实,高调求婚买单人杜康,目的只为弘扬中国式爱情。事件主角之一的王梦莹,11日也是首次公开露面,并对男友高调求婚事件明确做出回应。

“男朋友本来不是个浪漫的人,没想到他先是包广告位,今天又在中原最高处公开求婚,让我很意外、很惊喜,也很感动。”王梦莹说,她和刁璐璐相恋13年以来,曾因为各种现实问题闹过分手,但最终彼此都割舍不下这份感情。

但对于刁璐璐来说,情愿承受各界压力高调求婚,不仅是想兑现13年前给女友天大惊喜的承诺,也是想以一个轰轰烈烈的求婚仪式,让郑州千万人见证他对她的真爱。

“男怕娶错娘,女怕嫁错新郎,人对了,世界才对。因此,人生最大的赌局不在拉斯维加斯,而在‘漫而不浪’的中国式爱情。”前来见证求婚仪式的洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军解释说,刁璐璐与王梦莹共同的品质是坚守,而杜康与爱情共同的名字是永恒,杜康正是被他们历经考验、13年不渝的爱情打动,才愿意尽力帮刁璐璐为爱情找到一个好结果。

据苗国军透露,为寻找更多类似刁璐璐、王梦莹的动人爱情故事,杜康决定面向郑州征集2014对未婚情侣的爱情誓言,鼓励他们勇敢地向公众表达真爱,只需拨打晒爱专线0371-55188606,杜康就将在公交站牌、写字楼或社区框架等广告位置上,赞助他们公开晒出爱情誓言,还愿意为他们的婚宴用酒买单,甚至再请他们免费喝杜康70年。

“作为中华第一历史文化名酒,杜康是中国白酒的奠基者,独有



杜康控股销售公司总经理苗国军(左)为刁璐璐、王梦莹送上见证永恒爱情的封坛珍藏酒

的数千年历史文化基因,让它自古以来就是洞房花烛、海誓山盟的最佳爱情载体。”苗国军告诉记者,继郑州开启寻找中国式爱情故事之

后,接下来还将在洛阳、新乡、许昌等众多地方启动,向社会传递弘扬中国传统爱情价值观的正能量。(张子璇)

珍酒:二线酱酒品牌抢占市场

本报讯 5月13日,贵州珍酒启动民酒战略,借助窖藏新品进军全国市场,这是珍酒被华泽集团收购后在全国范围内首次正式亮相。

华泽集团、华致酒行董事长吴向东表示,贵州珍酒是华泽集团旗下非常重要的品牌,经过五年多的耕耘,充分具备了全国推广的能力。

在业内人士看来,有着“茅台姊妹酒”之称的珍酒,自2009年被华泽集团全资收购以来,依托其优质资源,在产能、技术拓展等方面都呈现

了较好的发展态势,前景可期。华致酒行总经理祝贺表示,目前,珍酒品牌已由华致酒行来整体运营,在民酒战略的指导下,将借助华致酒行遍布全国的500余家连锁门店及包括餐饮、酒店、商超等在内的新渠道以及广泛的忠实消费客群,进一步深耕贵州市场,辐射北京、河南、山东市场,并逐步推动全国化发展的进程。

行业专家王传才认为,长期以来,白酒市场一直被浓香型白酒垄断,其他香型酒所占的比例较小。当

前消费形态已从“聚饮”走向“独饮”,即从过去的大碗喝酒变成现在的追求健康消费,有利于酱香型白酒消费浪潮的来临。同时,消费价值也从“豪饮”走向“健康饮”,有利于培育酱香型白酒消费人群。此外,虽然做酱酒的企业越来越多,但好的酱酒品牌仍然十分稀缺。

此外,近几年来,白酒行业的快速发展,也导致了产能大跃进现象,这使得行业进入洗牌期。消费市场趋于理性,助推了次高端与中端市场在未来的成长。(王见策)



影视明星佟大为(右)被聘任为珍酒品牌代言人