通信视界

信息时空 无限沟通

新州田敦

2014年5月23日 星期五 统筹 李 莉 责编 宋笑琳 编辑 何晶晶 校对 宋院红 电话 67655206

本月初,工信部和发改 委联合发布了《关于电信业 务资费实行市场调节价的通 告》(以下简称《通告》)。《通 告》指出,放开所有电信业务 资费,对所有电信业务资费 均实行市场调节价。电信企 业可以根据市场情况和用户 需求制定电信业务资费方 案,自主确定具体资费结构、

电信专家表示,当前电 信资费下降的确出现了空 间。我国通信业由 2G 向 3G,再向4G转移的过程中, 运营商成本逐渐降低,为流 量计费下降提供了机会;虚 拟运营商大规模进入会拉低 整个电信行业的资费。价格 下降将是趋势,但大幅下降 尚需时日。

资费标准及计费方式。



本报记者 周 娟



权益保障仍不变

与以往相比,这次放权力度颇大,电信企 业可以根据市场情况和用户需求制定电信业 务资费方案,自主确定具体资费结构、资费标 准及计费方式。此前,运营商在确定资费标 准后需要上报相关部门;而现在,基础电信运 营商和民营虚拟运营商均可以自主定价,充 分参与市场竞争。人们不禁要问,放开电信 业务资费后,用户权益如何保障?

专家表示,放开管制,是政府监管方式 的转变——即由事前审批向事中、事后监 督转变。《通告》提出,在计费过程中,电信 企业应按照相关标准准确计费,至少提供 一种便捷的自助查询方式,供用户查询自

身通信费用信息,确保用户明明白白消 费。同时,为切实保护用户权益,《通告》对 电信企业资费方案设计、宣传推广、协议签 订和准确计费等方面提出了多项要求。例 如,要考虑用户的不同需求,提供业务打包 等多种资费方案供用户选择等。也就是 说,电信资费实行市场定价后,企业有定价 权,但政府保护用户权益出发点不变,监管 的"手"还是存在的。

相信今后,企业将按照有关部门的要求, 用市场机制确定资费价格,充分满足客户的 多元化资费需求,同时努力降低经营成本,最 终让消费者得到最大实惠。



此前,有网友称,中国移动在香港推出 68港元(约54人民币)套餐:1700分钟通话、 10000条短信,上网流量不限。与内地资费 相比,"价格低得不能再低了"。中国移动 表示,这是由于香港在行业监管政策、产品 设计、资费结构、定价模式等方面与内地有 诸多不同之处。

那么,此次电信资费走向市场化之 后?内地的通信资费能否向香港看齐,马

据了解,《通告》出台的时间点正好也 是通信业的升级转折期,以往电信促销多 是语音上的促销,目前正逐渐转向流量上 的促销。随着从2G、3G向4G的转移,运营 商的流量成本正在下降,技术升级的前提 下,未来存在流量资费大幅下降的空间。 目前,市场已有不少针对3G、4G的低价流

电信专家表示,此次价格调整可能会 引起运营商之间的低价竞争,主导的优势 运营商可能会更多采用低价竞争策略。多 年以来,由于价格管制,低价竞争在全国多 地出现,但最终都被当地通信管理部门协 调和管理,此次放开之后,价格下降将是趋 势,但大幅下降肯定尚需时日。

通信快讯

《归来》观影会 展现索尼 4K超清魅力

本报讯5月22日,索尼 中国专业系统集团在幸福 蓝海国际影城郑州福都店 举办了张艺谋新片《归来》 的媒体观影活动,利用索 尼4K数字电影放映机将电 影完美地呈现在受邀而来 的众多媒体面前。

此次担纲《归来》放映 的SRX-R515P4K数字电 影放映机对比度高达 5000:1以上,该映机选用6 个高压汞灯(HPM),可在 450W 和 350W 两种 HPM 灯之间选择,光输出分别 达到15000流明和11000流 明。全程4K超清的摄制与 顶级放映技术让《归来》这 部富有历史年代气息的文 艺大片每一个细节都充满 着感动。

《归来》是张艺谋时隔 多年再次回归人文情怀的 银幕佳作,并且在中国首 次采用了最尖端的索尼4K 拍摄及制作全流程,该片 全程采用索尼F65 4K数字 电影摄影机进行拍摄。这 部电影并没有太多宏大的 场景、特效、高速记录等画 面,但在美妙的色彩和光 线里 F65 能恰到好处地捕 捉和还原人物分寸拿捏得 体的内心世界,让4K数字 技术优势与感人的内容产 生了完美的结合。而 SRX-R515P 4K 数字电影 放映机则让这份感动完美 呈现,使观影者在影院身 临其境地感受《归来》的震 (龙雨晴)

市场化大门开启

资费放开后,中国移动表示,将用市场机 制确定资费价格,充分满足客户的多元化资 费需求,力求资费结构简单、清晰、明了,帮助 客户选择适合自己的资费,让消费者得到最 大实惠。中国电信、中国联通相关人士也明

据悉,此《通告》不仅涉及中国电信、中国 联通和中国移动,也包含了19家获得工信部 牌照的虚拟运营商。

近日,陆续有虚拟运营商大规模放号。 与三大运营商相比,除了资费方面的优势外, 170号段不仅在业务形态上有很多创新,套餐 也更细化,比如有虚拟运营商推出的套餐包 括"流量可以转移"、"话费有收益"等。

对于此次资费放开,中国虚拟运营商产 业联盟秘书长邹学勇说,从长远来看这对行 业是好事,整体行业资费将是向下调。"第一, 虚拟运营商是从三大运营商批发来的业务, 运营商降价,虚拟运营商也会降价;第二,虚 拟运营商是对中国通信业务的补充,与运营 商之间不会发生价格战,反而会倒逼运营商 资费改革进一步市场化。"

飞象网 CEO 项立刚表示,"资费市场自 主调节,由企业自主定价,标志着电信资费完 全市场化,中国电信业终于走进资费市场化 时代"。

酒祖杜康 聚力前行

-洛阳杜康控股2014全国经销商峰会郑州举行



洛阳杜康控股总经理吴书青(左)与四川1919酒类直供董事长杨陵江 代表双方公司结为战略合作伙伴

5月18日,杜康控股在郑州举行 2014年度全国经销商大会,3000多名 经销商到会。同期,杜康与业内闻名的 1919酒类直供签署战略合作协议,从而 再创豫酒历史纪录

此次大会体现两大核心,那就是 "聚"和"动"。"聚"指凝聚合作伙伴、经 销商、团队等力量,聚力前行。"动"是调 动一切可以调动整合的资源,帮助经销 商"动销"。从创新营销模式,品牌构 建、渠道下沉等方面完善。

用信念凝聚人心

杜康控股总经理吴书青在大会上总结六句 话:"喜忧参半天灾年,淡定应对抓机遇;潜心坚 守是正道,以变应变开新局;坚定信念气如虹,凝 心聚力铿锵行。"

其反思总结概而括之——机遇与挑战并存。 在行业低迷的大环境下,转变思路,从重招商到重 动销,今年拟实现20%以上的增长。吴书青对未 来坚定信念、充满信心,这种自信来自于对杜康品 牌的自信、文化自信、产品自信、团队自信等。

战略携手四川 1919

当日,吴书青与四川1919酒类直供董事长 杨陵江签署战略合作协议,成为此次大会的另一 亮点。

据悉,1919酒类直供拥有领先的数字化全渠 道平台运营,线上线下一体化运作模式,一贯奉 行低价战略,成立8年来销售业绩总增长超百 倍,今春蹿红于成都春季全国糖酒会召开前后, 被业界广为关注。此次合作,系1919出川后第 一个全国性战略合作酒企,从而启动其全国化布

1919坦陈,将在三年内为杜康贡献2.14亿的 销售收入,提供便利购买、快捷配送的O2O服 务。杜康控股销售公司总经理苗国军解释说,这 次合作,将有利于杜康渠道下沉、深耕河南市场。

脚踏实地抓"动"销

苗国军说:"不能帮客户赚钱,算什么好企 业?"他拿出了好多个经实践检验过的优秀案 例,以及傻瓜式的动销方案,目的就是帮客户更 轻松赚钱。

此前的四月中下旬,杜康曾经借势"中国式 爱情"事件营销,已表现出图谋河南婚宴市场之 端倪。苗国军表示,婚宴市场是大众消费集中且 消费金额较高的市场,从此切入大众市场,无论 从品牌宣传推广还是从市场动销状况看都是直 赵秀丽 接且高效的。

铅笔盒捐赠留守儿童 公益宋河2014再扬帆

本报讯 2013年4月份,由宋河股份制作的微 电影《粉色铅笔盒》曾一度在网络上疯传,张小丫 的遭遇让无数人为之飙泪不止的同时,也引起了 社会对于留守儿童的关注。为了圆张小丫们的 梦想,2013年,宋河酒业联合酒仙网启动了粉色 铅笔盒捐赠活动,与宋河的品酒顾问爱心大使一 起,远赴多个贫困地区小学,给孩子们送去关爱。

今年5月,宋河再度启动这个公益活动,粉色

铅笔盒爱心大使"爱的奉献"公益活动共分两个部 分,一是只要消费者在酒仙网宋河页面购买任意 -款酒水,就相当于为这次活动捐赠了一个铅笔 盒;二是消费者可以申请担任爱心大使,需要提交 自己身边觉得适合捐赠的学校的照片以及相应的 资料,并申请成为爱心大使,如果通过审核,被推 举的学校即可得到宋河的捐赠,爱心大使也会受 邀全程跟踪参与捐赠活动。

公益宋河是这几年宋河发展的主要方向之 一,早在四年前宋河就已捐资成立了"河南省宋 河老子国学教育基金会",并通过捐建教学楼、 图书馆,捐赠爱心字典以及资助贫困学子上学 等办法,用制度建立了一套用公益传播品牌的 路径。粉色铅笔盒活动便是这种思路的落地和 延伸,也是用公益传播宋河品牌大战略的具体 体现。 (高丽艳)

在福都 享口福 福都保税环球精品商行试营业



本报讯 提起进口葡萄酒和类似商 品,给寻常百姓的印象是高端大气上档 次,价格却昂贵,但是从5月18日起,郑 州市民可以到福都保税环球精品超市购 买到一些国外的名牌商品。

日前,记者从河南省进口物资公共 保税中心了解到,国内首家专业从事进 口高档葡萄酒、保健食品、母婴用品的 直营连锁店——福都保税环球精品商 行实体店在管城区航海中路福都购物 广场试营业。

当天,在福都保税环球精品超市 记者看到货架上摆满商品,有匈牙利 的国酒——托卡伊奥苏葡萄酒、老世界 葡萄酒中的法国干红、新世界酒中的澳 洲干红等。比利时国家出品的哈姆雷 特榛子巧克力,埃及的芒果乐牌芒果汁 等件件是精品。

一对在国香茶城做生意的夫妻购 买了600元的物品,结算时服务员告诉 他们其中500元商品可以免税,也就是 在500元范围内,国内消费者购买的国 外商品价格和在国外购买的价格是一 样的,没有价格差别,超过500元以上的 才按国家的政策收取一定的税。

据福都保税环球精品超市总经理 庄宇平介绍:福都保税环球精品商行是 河南福都贸易有限公司旗下第一品牌, 福都贸易公司是河南保税物流中心强 势入驻企业,依托河南保税中心,商行 的各种优势尽显。

(富 霞)

首届酒类 《百姓口碑奖》 评选揭晓

名酒

本报讯 在日前召开的2014第十 三届中国(郑州)国际糖酒食品交易 会上,由糖酒会组委会主办的以"民 酒时代、百姓口碑"为主题的"2014首 届中国食品行业《酒类品牌·百姓口 碑奖》评选"活动揭晓,本次活动共有 89家企业的产品参与评选,经过评 选,其中以河南仰韶酒业为代表的19 家企业的产品荣获"百姓口碑奖"。

随着三公消费和其他有关公款 消费政策的限制,近两年酒类行业 销售出现危机,业绩大幅下滑,原有 的销售模式、市场认知度等出现极 大变化,致使众酒企纷纷将眼光瞄 向了庞大的民间市场,在进军民间 消费市场的过程中,大家都使出浑 身解数、奇招频出。一时间在民间 市场激起了波涛汹涌的浪花,让更 多的老百姓短时间内感到无所适 从。"郑州糖酒会"主办单位瑞城展 览公司董事长王永祥认为,酒企无 论使出何种招数,都不如潜心研究 老百姓的喜好,并针对其特性,推出 适合其各类人群能够接受的"定制 酒";另外,酒类企业要更加务实、设 身处地的为消费者着想,利润固然 重要,但建立感情尤其难能可贵,金 杯银杯不如百姓口碑。

正是在这样的背景下,郑州糖酒 会组委会承担起向社会推出"质优价 廉"的好酒的责任,特别举办了"2014 首届中国酒类《百姓口碑奖》"品评活 动,本次活动由99名河南省民间品酒 师通过对参评产品的"口感、价位、包 装、酒质"等多方面进行品评,媒体观 察团全程监督、国家级酒类品酒大师 韩素娜、黄书声、沈祥坤、王海明、王 杨等亲临现场进行专业指导。通过 评选者打分,19家企业的产品积分达 到了80分以上,荣获首届中国酒类品 牌《百姓口碑奖》的殊荣。(王见宾)