



# 拼流量 推4G 运营商打响校园争夺战

本报记者 周娟

## 今年迎新“不送礼”

随着新学期开学,运营商也拉开了新一轮的校园客户争夺战。记者近日在我市部分学校及三大运营商的营业厅发现,与往年相比,今秋的校园促销大战,运营商不再喜欢送实物礼品,而是热衷于送流量、话费。

“办卡有礼物送吗?”在郑州大学,一位新生向运营商的促销人员问道。“今年没有。”据了解,往年校园促销不仅有自行车,还有生活用品、电子产品、文体用品。但今年,三大运营商都几乎没有实物营销。

记者看到,有运营商迎新摊位上摆有一些充电宝、手机套之类的配件。“这是手机厂商的赠品。”现场工作人员解释。与往年相比,运营商们今年基本都是“迎新不送礼”。

## 促销主打“流量”牌

“同等价位比较,就想选个流量多点的套餐,现在主要就是上网多,打电话比较少,短信就更不用提了。”前几天,在几个运营商促销摊位之间徘徊了好久的大学生吴华告诉记者。

联通现场工作人员表示,“现在的学生对流量的需求已经大大超过语音,所以针对他们的套餐也以突出流量为主。”据介绍,联通沃派校园卡适时推出了校园专享套餐、流量赠送等有针对性的内容设计。

近日,一份调查问卷显示,48%的学生对手机流量套餐意见最大,抱怨每月流量不够用,有接近六成的学生需要额外购买运营商提供的流量叠加包。随着通信技术的完善以及智能手机的普及,学生对流

量需求日趋增大,在此情况下,运营商非常清楚,如何运用好流量优惠来吸引新老校园用户,是其在校园之争中取得优势的关键。

记者实际比较了此次三家运营商针对新生用户推出的套餐,发现其所含流量不仅都远超去年,而且与运营商同期的其他业务套餐相比也极为优惠。

而为了吸引用户,运营商还不约而同地将“送流量”作为校园促销的主要手段。入网即送超大流量、入网当月流量赠送、专属流量免费……三大运营商都适时推出各种专属优惠,而且,为了更加富有吸引力,运营商赠送的流量也越来越多,由几十M、几百M,逐步进入“G”时代。

## 4G成为生力军

今年是4G正式商用以来的第一个开学季,4G顺利成章地成为今秋校园的关键词。

今年,三大运营商基本都以4G作为卖点,在校园中开展4G网络宣传体验,除了提供手机优惠,还有优惠的4G套餐以及换卡活动,这也让校园迎新活动更加丰富。

三大运营商普遍提供了“优惠购机”活动,4G手机则是最重要的主题。事实上,在暑假期间,三大运营商已经提前开启了迎新模式,推出学生购机优惠、合约机、选号等多种促销方式。

而此前中国移动为抢占4G市场高地,率先发布4G新资费,大幅下调流量价格。据了解,在中国移动的新资费中,数据流量单价最高降幅达50%,同时还增加多项中低档套餐,切实放低了4G套餐使用门槛。

一位刚刚换上4G手机的大学生小刘告诉记者,就是看重4G网速快,“播放高清大片、下载电影、看电视剧不再出现让人心急的缓冲;玩大型网游,指哪打哪,没有卡顿、不卡壳。”

而现在广泛使用的微信在4G网络的支持下也会给学子们带来更好的享受,“用手机拍好照片通过微信传出,先选择‘预览’再点‘原图’,这样传出的才是原汁原味的照片。”大学生张雅雅兴奋地说。

学生群体学习能力强,也最具追求时尚和个性化特质,这正是移动互联网创新应用和个性化服务的用武之地。对于运营商而言,根据不同用户群体特有的通信需求打造精细、个性化的服务,不仅决定了其在年轻用户市场上的位置,也是未来4G市场比拼的重要一环。

## 新生用新机 国产手机也“疯狂”

入学手机成为当下很多学生的“规定动作”之一。面对各式各样的手机,一些同学会挑花眼。建议想换手机的学子们,不要总盯着价格昂贵的iPhone、三星等国产品牌,其实不少国产手机也有不俗表现。

### 小米4

小米4,这部被定义为“一块钢板的艺术之旅”的手机在这个夏天再次引起了大家的关注。首次采用不锈钢金属边框,2.63mm超窄屏屏幕更加美观时尚,可以实现最快0.3秒极速对焦。在网络制式方面,有日趋主流的移动4G版本和技术成熟的联通3G版本可供选择,依然限时限量发售,学子需要预约、抢购。

### 华为荣耀6

华为荣耀6搭载了海思麒麟八核处理器,运行性能出色。采用太空复合材料精雕细琢,孔雀翎般的后盖更是增加了很多美感。系统仍旧沿用了华为自主研发的Emotion UI。后置1300万像素Sony第四代BSI堆栈式摄像头,成像效果不错。另外,华为荣耀6可支持4G LTE高速网络。该款手机同样需要预约抢购。

### nubia z7 max

努比亚手机是中兴旗下重点打造的手机品牌。新品nubia z7 max外观简约别致,加上5.5寸超大显示屏,深受女生喜欢,看视频效果超好,非常适合用来追剧。拥有“星轨模式”等多种特色拍照模式,功能强大,成像效果出色。支持4G和3G网络。

### 一加手机

标准版有白色和黑色两版,白色类肤质,摸上去异常舒服;黑色类砂纸,摸上去异常粗糙,加上之后能单独购买的木质、竹制、牛仔等材质,可以说一加在手机后盖部分玩high了。另外,这款手机还配备了3100mAh电池(不可拆卸),并支持4G LTE高速网络,整体配置出色,性价比同样出色。

### 魅族MX3

相比于其他手机,魅族MX3是一款去年9月上市的产品,至今已接近一年,绝对算得上老机型,但是其市场生命力依然强劲,说明其工艺经受了消费者的考验。魅族MX3给大家的第一感觉就是“好用”,它带来的视觉冲击力也令人赞叹。Flyme3系统是魅族手机最疯狂的变化,让大屏更为好用,也是其“高烧不退”的一大原因。周娟

## 名酒

### 金潭玉液河南绽放

本报讯 四川宜宾高洲酒业金潭玉液经过综合调研,高调进驻河南市场,8月29日,2014宜宾金潭玉液(河南市场)产品发布会暨金潭玉液河南地区经销商推介会在郑州举行,河南金潭玉液酒业有限公司盛装迎宾。

据悉,金潭玉液诞生在长江第一支流的高洲酒业工业园区,内有金潭湖泊,外有山峦飘渺,采用无污染的龙涎井水,舍弃了浮华包装,以质量求生存。产品秉承多粮型传统工艺,具有窖香浓郁、绵甜醇和、香味协调、余味净爽、多粮型浓香风格特点突出等,先后被评为四川省名牌产品、四川省著名商标等,此次在河南上市的金潭系列酒产品共分为88浓香、坛藏、特曲、老窖、琼浆、金玉、特醇等七大系列。

河南金潭玉液酒业有限公司董事长董健在接受记者采访时表示,金潭玉液酒在河南不设二级经销商,缩短营销链条,降低各地经销商经营门槛儿,并承诺,对于储存一年以上的产品,公司将给予高出提价10%的价格予以回收,同时根据各地的市场情况,利用经销商在当地的仓储能力、配送能力和社会资源,公司配合各地经销商共同开拓市场,为经销商提供保姆式营销服务,免除经销商的后顾之忧。(王见宾)

### “豫满中国·爱心购票”活动启动

本报讯 9月3日下午,作为“情暖中原 救孤助学——香港明星足球队暨文艺汇演大型公益活动”的重要组成部分,“豫满中国·爱心购票”活动新闻发布会在郑州举行。“情暖中原 救孤助学——香港明星足球队暨文艺汇演大型公益活动”组委会执行秘书长崔健超、河南省酒业协会常务副会长兼秘书长蒋辉、喜酒联盟秘书长李策、酒立交郑州运营中心总经理郭旭参加了本次新闻发布会。

据悉,本次活动主题为:购门票,献爱心,赠豫酒。赠豫酒:即按照票面价格等值赠送豫酒,豫酒企业以最大让利献爱心;授证书:即爱心购票500元即可授予“爱心公益大使”荣誉证书;门票销售所得善款将用于河南省各地孤儿群体和贫困山区的失学儿童。(付震)

“金九银十”是消费市场的传统旺季,中秋节又是白酒消费的主要节日,历来各大酒企都很重视节庆营销。豫酒企业更是各显身手,争夺中秋市场,同时为一年的销售业绩奠定坚实的基础。

## 豫酒发力中秋市场

本报讯 对于白酒企业来说,中秋是一个“爆点”。面对销售黄金期的到来,宋河以“分享宋河收获金秋”为主题,300余场“2014年中秋订货会”目前已在各地陆续结束。

日前,由许昌今朝酒业发起的宋河酒2014年中秋订货会在许昌举办,同时也拉开了今年中秋各地订货会的序幕。据统计,包括鹿邑大曲在内,此类订货会,宋河在中秋节前将预计共召开300余场,预计回款比之去年会有50%左右的增长。

据了解,今年订货会上宋河推

## 宋河酒业订货会引爆中秋

出的产品非常丰富,国字、共赢天下、金奖1988、秘藏、金质、淡雅、鹿邑大曲等系列产品几乎涵盖了商务、喜庆、聚会和纪念酒等所有高中低档的细分市场,同时,宋河将渠道下沉到乡镇的企业。“由于不断向三、四线市场下沉,使得宋河总销售额这两年同比获得了较大幅度的增长,在竞争日趋激烈的市场中占据了有利位置。去年双节前,我们共召开订货会200多场,今年产品线更加丰富,渠道更加细分和扎实,我们有信心取得更好的业绩。”宋河负责人说。

一位参加中秋订货会的经销商说:“临近双节,白酒市场非常红火。本次订货会上,宋河这么丰富的产品线,真是解决了我们的燃眉之急。”另一位到会的经销商说:“双节期间亲朋好友相聚,因此市场需求很大,我们这次订了100万元的产品。”

因为宋河产品定位及价格区间正切时下市场热点,宋河众多产品引起了经销商的热切关注。有经销商表示,上半年白酒销售情况一般,夏季又是啤酒销售的旺季,影响了白酒销售,因此中秋就显得格外重要。而宋河中秋订货会的密集召开,给双节销售形成了良好的推动力和氛围,给经销商打了一针强心剂。

另外,宋河酒业还策划组织了多种多样的促销和抽奖活动,订货价格比平时也有不少优惠。针对网点客户,宋河还特意组织了台湾游、韩国游等精品旅游线路,以吸引更多的网点订货。除此之外,市场上旺销的宋河中高端产品货源也比较充足,为经销商们在旺季能有一个好收成,做好了准备。(高梓琦)

## 仰韶酒业与开封客商共谋发展



9月1日,“仰韶彩陶坊 财富新起航”大型系列活动之2014中秋厂商联谊会走进开封。

仰韶彩陶坊酒进入开封市场几年来,接受了市场的重重考验,受到了开封消费者的喜爱。为什么仰韶彩陶坊能在开封市场上表现抢眼?通过对产品的把握及市场调查,开封市总商会、餐饮商会领导陈清道将仰韶彩陶坊酒的成功总结为三个方面:一、仰韶彩陶坊酒的文化感染力很强;二、仰韶彩陶坊酒的酒质过硬;三、仰韶彩陶坊酒的价格处于当前主流价格带。

五年来,仰韶彩陶坊在省内市场不断扩大,尤其在开封地区的发展势头最为迅猛。2013年,在众多白酒企业业绩快速下滑的同时,仰韶彩陶坊

酒却依然保持着40%以上的快速增长。

“未来,我们将继续确立开封市场的战略地位,不断加大开封市场的投入力度,继续保持开封市场的氛围和活力,同时,充分发挥开封市场的典范作用,使彩陶坊酒迅速覆盖中原,走向全国!”河南仰韶酒业董事长侯建光在会议上自信地说。

据悉,此次联谊会订货成果颇丰,商户交纳预付定金约两百多万元。除此之外,仰韶酒业分别与开封市区及郊县商户等战略合作伙伴签约,通过宣传推广、科学策划、精细运作、价格管控的营销策略,营造市场整体氛围,在未来三年内,实现仰韶彩陶坊酒的跨越式增长,为客户带来实实在在的利益的。(付震)