

“三新”手机来了 流量时代近了

本报记者 周娟

关注：融合通信落地

与以往不同的是，使用“三新”手机，无论是打电话还是发短信，都可以都用数据流量。

据日前曝光的“三新·和”手机界面显示，在“新通话”板块，选择手机内一联系人点开，可以看到传统语音电话、网络语音电话、网络视频电话按键，用户可根据自己所处的网络环境，自由选择传统语音拨号还是网络语音，网络视频电话则能实现苹果FaceTime、微信视频通话功能；在“新消息”板块，点开输入框后，界面下方便出现图片、视频、文件、位置等多功能，也可以直接按住语音对话；在“新联系”板块，手机中出现了公众账号与黄页，后者是一个基于个人应用的综合服务平台，涉及餐饮、物流、金融、电商、游戏等。

移动表示，“新通话”以VoLTE为核心，比现有语音通话音质更佳；“新消息”以RCS为基础，提供多种媒体格式一对一消息和群聊，与传统短彩信无缝互通；“新联系”以真实手机号码为前提，构建全新社交网络。

据了解，首发的“三新·和”手机是移动自主品牌，明年将实现全面商用，中国移动方面要求，明年6月底之后，1500元以上的4G定制终端必须要支持融合通信技术。而包括三星、HTC、华为、酷派等在内的终端厂商均将“定制”支持该功能手机。此外，明年“三新”的APP应用也会上线，以供短期不会更换手机的用户下载使用。

期待：手机资费降低

“很期待，希望创造属于国人不一样的，有特点的手机。”“三新”手机的消息一经发布，不少网友表示支持。

也有部分网友表示会持观望态度，“前期想看看大家的反应怎么样？如果好的话会考虑。”

作为通信运营商，推出互联网OTT业务，不但能够给用户带来相对良好的使用感受，而且可以利用这些新技术，来拓宽现有的用户，这一点毋庸置疑。重要的是，借助互联网思维，抓住用户的核心需求把用户体验做到极致。

专家认为，中国移动的“融合通信”，很多业务是基于用户的交互体验，因此在推广初期如何让大部分用户都使用，将是“融合通信”的关键一步。

近来，微信成为越来越多人替代传统短信、彩信的工具，不久前，腾讯还发布了微信电话本，两款应用火爆的很大一部分原因就是基于数据流量，降低了手机资费。而在中移动的融合通信战略下，可以预见的是，对老百姓来说，最大的吸引力，自然是实实在在的资费降低。

基于融合通信技术，简单来说就是打电话、发短信都不用花钱，只收流量费用。在不少网友欢呼“妈妈再也不用担心我的话费啦”的同时，也表达出了对流量使用的担心，期待未来流量使用费用能更优惠。

未来：流量时代渐近

“三新”手机，将通信底层的通话、消息、联系人与高清网络通话、社交、O2O(线上线下服务)融合，是电信运营商向流量经营转型的重要内容。融合通信的推出势必改变现有通信运营商的业务模式。

其实，无论是移动酝酿已久的“融合通信”，还是中国电信此前联合网易推出的“易信”客户端，以及中国联通不久前推出的“流量银行”应用，基础运营商的众多举措，均被外界解读为“流量经营时代的来临”。中国移动移动互联网的深度融合，将为用户打开全新通信方式，加速从语音业务转向流量经营。

除了力推“三新”手机，进行互联网化的转型也是中国移动的重点，除了再次推广跨界文化产业咪咕集团公司，中国移动表示，未来将努力推动移动云、移动应用、行业终端在各行业的发展。

当前只有移动一家运营商在推进融合通信，有通信专家预测，移动上马融合通信后，中国联通和中国电信跟进的可能性非常大，因为市场对流量需求大幅攀升，融合通信是避免基础运营商沦为管道、转向流量经营的重要内容，对三大运营商都是有利的。

“三新”手机很好，只是与联通通信并不互通，如果三家运营商抱团而且推出PC端，威力巨大。”近日，就有不少网友表示，希望三家运营商能早日联合，这样对他们的吸引力会更大。

通信速递

中国铁塔股份有限公司 郑州市分公司揭牌成立



本报讯(记者周娟 通讯员张娇)12月25日上午，中国铁塔股份有限公司郑州市分公司揭牌成立，该公司的成立，标志着我市信息基础设施建设进入新的发展阶段。移动通信铁塔、基站等基础设施将实现“共建共享”。

据了解，中国铁塔是经国务院同意、国资委批准的国有大型通信基础设施综合服务企业，由中国移动、中国联通和中国电信分别持有40.0%、30.1%和29.9%的股权。经营范围包括通信铁塔建设、维护、运营；移动通信基站机房、电源、空调配套设施和室内分布系统建设、维护、运营及基站设备维护。

铁塔股份有限公司郑州市分公司的成立，将有利于加快推动我市“智慧城市”建设进程，有利于三大运营商优化基础设施资源配置，聚焦核心业务运营；有利于促进运营商节约投资建设成本，最终惠及全市广大用户，进而为我市信息产业发展打下良好基础。仪式现场，我市移动、联通、电信三大运营商分别与郑州铁塔公司签订了《铁塔建设需求意向书》。

中国铁塔郑州市分公司总经理陶治表示，公司将坚持高起点、高规格、高标准，全面加快郑州信息基础设施建设步伐，全力做好各级部门和三家通信企业的服务保障工作，为加快建设中原经济区核心增长区做出更大贡献。

酒市速递

酒便利 年终答谢会举行

本报讯 近日，河南酒便利商业连锁管理有限公司在郑州千禧广场举行了杰卡斯佳酿醇晚宴暨VIP客户新年答谢晚宴，200多名VIP客户参会。

会上，主持人介绍了酒便利“电话订酒，免费送货，20分钟送达”的售酒服务流程以及酒便利以“让消费者方便、实惠地喝上放心酒”为核心，更贴心、更方便地服务于消费者，同时晚宴上还推出了“酒便利手机APP”，只需轻轻一点，掌上购酒不再麻烦。

当晚，参会的嘉宾品尝了澳洲红酒杰卡斯4款美酒，令在场的所有嘉宾赞不绝口。(屈媛媛)

酒市说事

四大名酒企业共同发表“泸州共识”

日前，“中国白酒之泸州共识”峰会在泸州张坝召开。四大名酒企业代表汇聚江城，由中国酒业协会、贵州茅台集团、泸州老窖集团、山西汾酒集团、陕西西凤集团共同发表了《中国白酒之泸州共识》。

“天佑德橡木青稞酒”登陆市场

12月21日，“天佑德橡木青稞酒新品发布会”举行，这意味着青海互助“天佑德橡木青稞酒”正式登陆市场，将专门针对追逐时尚的年轻消费群体。

白金封坛酒上海专场活动举行

日前，茅台集团在上海举行白金封坛酒上海专场活动。茅台集团此次推出的白金封坛酒分为国品和国藏两种，有5L、50L、150L、250L、500L、1000L六种规格，可以满足消费者对不同价位、不同规格封坛酒的需求。

黑牛推出鸡尾酒饮料新品

黑牛食品在日前公布的《投资者关系活动记录表》中表示，公司推出的鸡尾酒饮料新品不存在仿制的问题，包括瓶子和包装都申请过专利，受专利保护，推出的鸡尾酒饮料新品12月份出货。

五粮液1218厂商共建共赢大会召开

日前，第十八届五粮液厂商共建共赢大会在宜宾五粮液酒厂多功能厅召开。会上，五粮液集团董事长唐桥、五粮液股份有限公司董事长刘中国发表讲话，均围绕“创新执行 发展”阐述了2015年五粮液调整发展的思路。(王梓琦)



名酒

聚势起航 再铸辉煌

汾酒集团华中事业部2014经销商年会圆满落幕

本报讯 12月18日，汾酒集团华中事业部2014经销商年会在郑州召开，来自豫鄂湘赣四省经销商代表欢聚一堂，回顾与总结一年来的销售情况，安排部署2015年工作计划，指明了下个年度的工作方向。

汾酒到会阵容庞大，汾酒集团党委书记王敬民，汾酒集团副总经理、销售公司总经理刘卫华，汾酒集团党委工作部副部长贾春浩，汾酒销售公司营销管理部部长宋晓东，华中事业部营销总监郑海风，华中事业部副总经理梁栋等人出席。

汾酒销售公司华中事业部总经理郭玺主持本次会议，他介绍了汾酒集团自去年冬天广州后，面临市场变化的一系列创新工作，尤其是今年八月下旬对市场运营成立五大事业部及三个直属大区实现营销组织架构的创新，希望借此创新给2015年带来新的气象。

郑海风在营销规划中指出，汾酒在河南等四省曾创造过单品上亿的销售纪录，也经历过销售下滑的困境，但从未收缩阵线，因此在行业及消费者心中一直享有良好口碑。未来，汾酒集团将发挥特有优势，

厂商联手，创造汾酒在华中区域的新辉煌。

来自新乡顺达酒业有限公司的朱敬军和洛阳洛百商厦公司的马斌作为经销商代表发言，讲述这一年里汾酒集团对他们的支持和帮助，并与大家分享销售过程中遇到问题的解决方法和产品推广技巧。

在对经销商的颁奖环节后，刘卫华以《同频共振，迎接大清香时代》为题发言。刘卫华指出，“面对复杂严峻的市场环境，我们进行了营销体系架构的调整，成立五个事业部和三个直属大区，目的在于让指挥前移，权力下放，更好地掌握瞬息万变的市场机遇，对市场问题及时作出反应”。他引用迈克尔·波特的竞争战略，结合公司实际阐释了汾酒在产品差异化、总成本领先和业务资源聚焦方面的独特竞争优势。他强调下一阶段的工作要对比同行业先进企业加强对标管理，不断提升业务素质和价值取向，打造健全的绩效体系，提升团队业务能力。业务人员要结合各自区域特点，引导经销商选择重点产品，做活区域型产品，适应当前市场不均衡的现状。(付震)



山西汾阳王酒业 召开2014战略合作经销商年会

本报讯 12月19日，围绕“新常态、新机遇、新合作”三个关键词，山西汾阳王酒业2014战略合作经销商年会在西安召开。山西汾阳王酒业有限责任公司董事长王再武、山西汾阳王酒业有限责任公司销售总经理靳利生以及行业咨询机构负责人、全国各地的200多位经销商等共同出席了本次大会。

王再武在主题发言中说，我国白酒行业从2002年至2012年，经历了10年的黄金发展时期。这10年里，白酒产业无论从规模到产量，从速度到效益，都可谓快速提升和发展。但是，2012

年四季度以来，经销商明确感到了市场的变化。

首先是白酒的产销出现萎缩，虽然中低档白酒的销量仍然呈上升趋势，但中高端白酒却是量价齐跌，个别白酒甚至出现价格和销量双倒挂现象，而在一些生产和流通环节，则出现了库存增加、渠道不畅的困难局面。

为什么会如此大的反差呢？白酒业量价齐跌的深层次原因是什么呢？王再武认为，白酒行业之所以回落，一方面与国家出台的“八项规定”以及限制三公消费和“禁酒令”有很大的关系；另一方

面，白酒业在经过10年的快速发展之后，理性的回归也是必然的选择。

在这种背景下，汾阳王有何作为？该企业公布的数据表明：2014年全年销售额与2013年同期相比总额降低15%。但是局部地区增幅可喜，大同地区同期增长39%，河南地区同期增长67%，内蒙、陕西地区同期增长3%。

对于未来的营销规划，靳利生谈到，汾阳王酒业在2014年以三个主线开展，第一条主线是与新食品合作，围绕以“营销创新为主题”的论坛、发布会、大讲堂等举办一系列活动，明确汾阳王酒正宗清香

传承者、发扬者、推动者的品牌定位。

第二条主线则是通过企业LOGO、广告语的征集活动，实现了从品牌打造到品牌共创的跨越发展。

第三条主线是组建市场部，对现有区域的市场现状、产品结构进行调查、分析、研究、决策。实现了从销售到营销创新的转型。

与此同时，汾阳王酒业加大参加糖酒会的力度，在成都、郑州、济南、重庆等地举办的糖酒会上，投入费用明显增加，并且每参加一次糖酒会，汾阳王酒都引起了媒体的关注。(王见宾)