

开学季虽结束 运营商“招新”仍在



新生开学,除了入学报到、认识舍友、熟悉学校,最重要的事莫过于选择一个合适的手机套餐。如今,开学季已经结束,但运营商为新生准备的优惠活动还在。新生用得咋样?我们来到高校校园听听新生的说法吧。

郑报融媒记者
李冬生

18元套餐足够使用

“我用的是移动的18元校园套餐,包含80分钟本地主叫和120MB流量,加上赠送的优惠,已经足够使用。”前日中午,我们来到郑州航院,恰巧碰上刚军训结束的新生张晓哈,她说:“在办理套餐时,预存了50元话费,可以免费获得连续6个月每月150分钟本地语音或连续6个月每月500MB省内流量的优惠,因为我喜欢打电话,所以选择了语音优惠。在

中秋节给家里打的电话比较多,现在还剩余70多分钟,肯定能用到月底。”

我们了解到,郑州移动为新生准备了18元~68元多档校园套餐,新生可按照自己的需求进行选择。新生在入网时,可以参加我们的预存活动,只需50元,最高可得3600分钟本地语音或6GB省内流量。”郑州移动相关负责人介绍说,“新生预存的话费我们也将全部返

还,包含20元自由话费和30元分摊话费,分摊话费将以6个月,每月5元的返还方式来进行。”

“除了预存话费的优惠,我们还有免费短信。选择移动18元~68元的校园套餐,可以连续12个月,每月获得250条短信。”张晓哈说,“虽然现在网上聊天比较多,但是刚到学校,和新同学联系短信更为方便。”

有活动,流量用得很快

每天军训结束后,刘博文就会打开手机玩游戏或看视频,他说,这是他娱乐消遣的最好方法。

“看视频虽然很浪费流量,但是有运营商准备的优惠活动,用起来真的

很过瘾。”刘博文说,“我的28元校园套餐在入网时预存了50元话费,我选择了连续6个月,每月赠送1GB省内流量的优惠。”也就是说,加上套餐包含的450MB流量,前6个月,他每月都有1474MB流量。

此外,郑州移动还为新生准备了更

刺激的流量活动。“9月30日前,新生开通使用30元流量包,并承诺使用6个月,可连续6个月每月获赠25元分摊话费;开通使用50元流量包,则可连续6个月每月获得40元分摊话费。”郑州移动的工作人员说,“另外,新生订购流量加油包,可得900MB省内流量,限当月使用。”

用指定套餐宽带可免费

在新生宿舍,我们发现不少宿舍都是人手一台笔记本电脑,新生王斌说:“听学长说现在很多作业都需要用电脑完成,所以在开学前

家长就给我们购买了笔记本电脑。”

“我现在用的是移动20M宽带,用38元校园套餐,就可以免费使用。”王斌说,“在家里,父亲的套餐是158元的4G飞享套餐,可以免费使用100M的宽带,在学校,没想到移动也有这样的活动。”

“新生选择38元校园套餐,承诺使用12个月,无须预存话费,就可以免费用20M宽带;若选择68元校园套餐,承诺使用12个月,

每月预存10元话费,即可免费使用50M宽带。”郑州移动市场部的一位主管告诉我们,“新生参与宽带的活动后,合约期内不允许转低或转出参与活动时套餐档次的合约套餐。”

据了解,新生还可参加移动的固定宽带年费活动,承诺使用18元套餐,只需180元,就可使用一年20M宽带,240元则可使用一年50M宽带。当然,新生想参与宽带活动,所在学校需要在宿舍已铺设移动的宽带网络。

国货已自强 创维G7 践行中国梦

2016年7月,中国家电领导者创维响应“中国梦”时代最强音,秉承工匠精神,推出全新“中国梦”系列彩电,其首款旗舰产品G7凝聚了创维28年工匠精神发展史中的积累,堪称行业里程碑式的突破。创维G7把“国货自强”演绎到极致,拥有4色HDR的行业标杆级画质技术,赶超国际音效的第二代杜比引擎音响,全新酷开5.5操作系统,种种技术配置都堪称一流。朱江华

创维G7“外修内养” 品质过硬,行业新标杆

创维G7的屏幕搭载行业标杆级画质技术——4色HDR,4色HDR是一种高端HDR,在普通HDR的基础上增加了针对4色4K屏体的HDR算法,从而超越了普通HDR,能够精准把控亮度和对比度,真实还原画面色彩。

创维G7的音响硬件采用第二代杜比引擎音响Geek Bar 2.0,这是创维与美国杜比实验室联合研发的自主品牌,赶超国际品质。Geek Bar 2.0音质完美,每一次聆听都是演唱会般的感受。

创维G7的处理器总数高达25,设置了8颗独立运作芯片,从视觉上、

操作上都让用户体验得到全面提升。另外,创维G7配备全新升级的酷开系统5.5,操作更简单,内容更丰富。

硬件上领先其他同级产品,远超行业标准,创维G7也没有忽略内容上的投入。创维为了全面照顾用户的多样需求,联手爱奇艺推出“买电视,送内容”政策。消费者购买创维G7电视,可以享受爱奇艺VIP会员特权1年,电影大片热门剧集免费看。另外,创维G7还是今夏湖南卫视热播玄幻大剧《幻城》的官方指定电视。

创维G7用“工匠精神” 筑牢民族企业中国梦

创维G7之所以能够拥有过硬的品质,除了秉承创维集团一贯的技术优势和创维人28年来不断追求创新突破的企业精神之外,还一直响应国家战略政策和时代最强音,并以此作为产品发展的“指明灯”。

在中国家电发展道路摸索前行28年的家电企业创维,正是以实际行动向“中国制造”迈进的民族企业之一。从1988

年创立伊始,创维就一直致力于打造专业的电视制造商形象,不断在电视研发、生产、供应、销售、服务等方面积累深厚经验。深耕电视领域28年,创维先后获得过中国优质服务先进单位、全国售后服务十佳单位、亚太地区最佳上市企业50强、中国航天事业贡献奖等多项殊荣,经过28年的奋斗,如今的创维已成长为蜚声国际的中国家电巨子。



创维“海外营销”让国人长脸

2016年8月15日,美国纽约时代广场、日本东京银座LED屏接连播放了一支名为“创维中国梦”的宣传片。这支30秒的短片以震撼的视听效果引来纽约、东京两地街头大批民众的关注。“创维中国梦,世界都在看”的宣传标语传遍海内外。

作为亚美大陆最具代表性的两大商业地标,纽约时代广场和东京银座周边的大屏广告位一直是炙手可热的高端品牌展示区。近年来,许多来自中国的优秀企业成为这里的广告主。而今年8月15日,创维独霸美国和日本“世界窗口”,高调展示大步前行的国民形象,为国人争光。

2010年开始,创维便迈开脚步进军国际,至2014年,创维在澳洲、东南亚等地成立了9家分公司来拓展旗下品牌业务,并以此为基础进行全球布局,伺机进军欧美市场。去年5月,创维启动了一系列海

外战略,包括收购德国高端电视机厂商Metz、东芝印尼工厂及其在亚洲19个国家和地区的品牌使用权和经营权,进一步扩大品牌在海外的市场和影响力。

创维G7“中国梦”登陆美、日,是中国名优企业在世界舞台的又一次精彩亮相,而对自身而言,也是创维继牵手国足、赞助跨界歌王、公益万里行等体育营销、娱乐营销、公益营销之后的又一次品牌营销大事件,是创维实现市场全球化、品牌多元化、产品智优化等企业发展战略的落地行为。创维敢于对准美、日两大传统工业强国,足见创维人的商业雄心和全球视野。

随着G7上市,创维高层坦言:“中国梦不是只落到国家领导人、军队、上层社会,而是整个民族所有人的付出,中国民族企业更应率先领头,躬身践行工匠精神,向世界展示中国制造实力。”