95后

每年都有校园营销，但每年都有新的内涵。面对着“95后”的学生们的移动互联网需求，校园市场也不会再是强者通吃的局面，业务的多样化会使用户的选择更加自由化。“价格优惠”和“赠品多多”已经是老招数，什么样的新东西才能打动“95后”的大学新生呢？唯有移动互联网，才能打动“@”一族。

“@”也许是互联网时代应用最为广泛的符号：在电子邮件语言中，它引出服务提供商；在网聊语言中，它代表“亲吻”和接近；在微博语言中，它则是受到关注的象征；2013年，郑州的大学又纷纷开学，运营商纷纷"@"着互联网环境中长大的“90后”学生们，也期待着被学生们“@”。

借着2013年公益迎新的机会，我们在郑州火车站对95后大学新生做了一番采访，这群和3G手机、微信、网络游戏一起长大的孩子，个性需求是如此的鲜明，他们喜欢微信、离不开WIFI、追捧大屏手机、对短信和长途优惠无感，对礼品更是淡然，这样的一代人，我们该拿什么来满足他们的需求？

以十年为一代，“70后”需要电话的畅通，“80后”需要短信发不停，生长于互联网环境，消费习惯更为前沿的“95后”的需求，将是推动中国3G乃至4G发展的决定性因素。而争夺“95后”欢心的第一场战役，就在2013年的校园打响。

郑州晚报记者 于进洋 源锌

微信才是王道

受访者：小黄 郑州城市职业学院新生

“我平时都没发过短信了，有事都是微信联系。”小黄说，现在他和同学之间不但很少再发短信，而且也不太用手机QQ之类的了，微信才是孩子们最爱玩的通讯工具。

的确，因为能发文字、图片和声音，微信不但抢了短信的市场，也把自家兄弟QQ的活给干了，越来越多的大学新生发现，自己平常的联络不用短信、不用QQ，微信足够。

和小黄一样，很多大学生不再把短信看做最需要的服务，他们更喜欢微信，对他们来说，能够马上找到对方，并且能直接对话，比单向发出短信更受欢迎。

微信大行其道，意味着今年的大学新生更需要流量多一些，短信多点少点都可以，因此，可以看到的是，今年运营商的套餐设计都有这个倾向，免费短信被缩减到了100条，有的套餐语音通话时间也大大削减，流量成了最重要的卖点。

长途更受家长关注

受访者：小杨父子 黄河科技学院新生

从外地来的小杨父子一下火车就问起了手机卡的事情，“这个卡打长途咋样，便宜不？”因为从外省过来，杨爸爸尤其关注长途电话的事情，“刚到学校，孩子肯定不适应要经常往家打电话的，所以得挑张打长途便宜的卡。”

其实，随着“长市漫一口价”的推广，专门为长途优惠设计的卡似乎已经不常见，更多的是“12593长途特惠报平安”这样的长途优惠活动，郑州移动的工作人员介绍说，从最近几年的情况来看，其实这个长途优惠活动对于送孩子来上学的家长更有诱惑力，“很多就是家长做主，因为长途便宜，马上就办卡了。”不过，最多半年的时间，长途优惠对大学新生的吸引力就会下降，随着长途越来越少，本地通话越来越多，融入学校生活的大学新生打长途的机会也就少了。

不能没有WIFI

受访者：小陆 中州大学新生

刚到火车站，小陆就打开手机，在车站的肯德基找到店内的wifi（无线网络），玩起了微博。

“我喜欢wifi ，因为便宜甚至免费。”小陆说，要是学校没有wifi的话，她就买个无线路由器自己装一个，“要不然手机和iPad怎么上网啊。”

的确，现在学生党的生活离不开网络，校园几乎人手都一个可以连接wifi的智能终端设备，但是手机3G流量普遍又贵又不够用，wifi网络无疑是学生们的最大需求，我们采访得知，现在郑州很多高校都搭建有wifi，有的是运营商建设的，有的是学校建的，更多的还是学生自己安装的，虽然学校并不鼓励这种自行安装，但显然，“无wifi不大学”的风气已经在郑州的大学校园里流行起来。

流量普遍不够用

受访者：小陈 黄河科技学院新生

如果说“90后”是移动互联网发轫的一代，那么“95后”就是移动互联网真正的享受者了，仅仅是3年的时间，当我们再次调查大学新生的时候，惊讶地发现，对手机流量的需求已经发生了很大变化。

3年前大学生的手机流量更多呈现“冷热不均”的两极分化情况：每个月只挂手机QQ的学生觉得，最多花5元钱就可以了；用上了高端3G手机或者3G平板电脑的学生却发现，自己每个月语音流量很少，上网流量很大。

3年之后，几乎没有人说流量用不完了，几乎人人都是流量的“月光族”，随着智能手机的大面积普及，以及手机应用的丰富，流量不够用，已经成为大学新生普遍的苦恼，而如何让这些“没流量不能活”的孩子们满足起来，则是运营商需要考虑的问题。