



联通 WCDMA

商用正式起航, 3G 时代全面到来



2009年9月28日, 联通3G网络将在全国含南京在内的285个城市同步启动正式商用。正式商用后, 普通用户套餐从96元到886元共9档, 超出包月分钟数后, 均实施长市漫(长途、市话、漫游)一口价0.15元/分钟, 学生用户资费更低, 套餐费用仅66元。视频电话资费模式改为长市漫一口价0.9元/分钟, 全国单向。中国联通热播近半年的“沃”品牌广告, 现在终于可以大声地“Wo”出来了, 经过4个月的试商用历练, 沃3G将更完美地突出“多”、“上网快”、“终端好”、“费用省”、“漫游广”这五大优势。据悉, 中国联通一期全部285个城市WCDMA网络已经达到商用标准, 同时中国联通追加15亿元建设7省50个城市WCDMA网络, 建设也已经完成1/3的工作, 将于12月底前完成网络优化, 达到商用条件。

联通要打一个漂亮的翻身仗必须依靠3G, 目前联通的3G备战成效明显, 联通的3G业务、网络建设、手机终端、销售渠道和iPhone都已准备就绪, 这与市场原本预期的“5·17”放号形成鲜明的对比。当时由于以上几个条件都还没有准备好,

行情起来后市场却迟迟看不到联通基本面的具体变化, 使得那波行情戛然而止。全国放号后, 在iPhone的引领下, 再加上强有力的全员营销, WCDMA市场很可能出现井喷。市场已经看到的是, 联通从移动抢到中高端用户的趋势。中国联通的WCDMA是世界上成熟的3G标准, 已经形成了一条成熟的产业链。WCDMA丰富的终端和完善的产业链是中国联通最大的差异化竞争优势。由于WCDMA有成熟的产业链, 中国联通和世界上最受欢迎的3G终端产品——iPhone“结为连理”。iPhone将在十月中旬正式进入中国便是这一优势的体现, 预计2009年中国联通的3G用户数将会后来居上超过移动和电信。中国联通是电信重组中变化最大的一家电信运营商, 以中国联通3G一期建设超过了4万个基站, 单站优化任务也相当艰巨, 运营前期涉及到55个重点城市, 而且在3G网络运营同时, 还得肩负着2G网络的优化工作, 以及内部结构调整延后了中国联通市场策略的制定和执行, 中国联通解决了基于固网资源制定相应的固网移动融合策略和针对细分市场

的资费套餐计划, 与其他两家运营商展开全面竞争。联通凭借3G制式的优越性, 3G用户数将后来居上。预计从10月份开始, 联通3G用户将快速增长, 带动新增用户数持续增长。为了更好地推广发展3G, 联通与西班牙电信达成战略联盟。9月6日, 联通发布公告, 联通红筹公司和西班牙电信签订战略联盟协议, 互投资10亿美元, 进行深度合作。此前, 西班牙电信持有联通红筹股权比例为5.38%。本交易完成后, 西班牙电信持有联通红筹股权比例将升至8.06%。联通红筹此前未持有西班牙电信股权, 本交易完成后将持有西班牙电信约0.885%股权(按协议A)或0.892%股权(按协议B)。西班牙电信目前运营的3G网络也是WCDMA制式网络, 具有丰富的W网运营经验。两者未来基于相互的网络、业务模式和经验进行合作, 对联通WCDMA网络发展形成长期利好。该战略协议的签订反映出国际运营商对国内3G发展充满信心, 尤其反映出西班牙电信看好联通在国内运营WCDMA网络的前景。此次联通WCDMA的正式商用将更加刺激中国联通在中国的发展。 快报记者 俞婷

迎国庆讲文明树新风公益广告宣传活动启动

为庆祝新中国成立60周年, 省委宣传部、省文明办、省工商局、省广播电视局、省新闻出版局共同主办了“江苏省迎国庆讲文明树新风公益广告征集宣传活动”。在省市宣传部、文明办、工商局、广电局、新闻出版局、广告协会、各广告经营单位、有关院校的大力支持和共同努力下, 活动组委会

共收到广告作品529件, 其中平面446件, 影视48件, 广播35件。经广告界专家和各部门负责人组成的评审委员会评选, 共选出优秀作品164件, 其中金奖4件、银奖9件、铜奖18件。省广告协会于2009年9月27日在南京国际博览中心举办江苏省迎国庆讲文明树新风公益广告优秀作品

颁奖及展览活动, 同时展出江苏省2008至2009年全省优秀广告作品。展出的广告作品形象生动地反映了全省人民奋发向上、文明进步的精神面貌, 为庆祝新中国成立60周年营造了文明祥和、喜庆热烈的浓厚氛围。此次展览将由9月27日延续到10月6日。 快报记者 俞婷

彪悍的小Y不只是传说

“南京十大最彪悍的摄影作品”全面启动



由现代快报和联想集团共同主办的寻找“南京十大最彪悍的摄影作品”已于前天下午正式开拍, 首场拍摄活动由西祠《A色-南京人像摄影大联盟》版主黑冰老唐亲自操刀, 通过一群年轻人在打篮球的场景, 展现出联想小Y彪悍特质。与此同时, 中山陵等其它场景的拍摄活动也在如火如荼地展开。

据了解, 此次寻找“南京十大最彪悍的摄影作品”的文案征集工作已全部结束, 所有选手开始投入到紧张的拍摄及后期制作过程中, 10月15日, 我们将公布获奖作品名单, 并邀请资深摄影人为大家做彪悍点评。如果你没有来得及在规定时间内提交你的方案, 现在您可以至西祠《A色-南京人像摄影大联盟》版块报名参与拍摄活动。

彪悍文案华丽登场

在性能、材质、价格三方面都十分彪悍的联想小Y, 自打面世以来便受到不少消费者的追捧, 其时尚大气的外观风格, 鲜亮橙色勾勒的腰线, 在不经意间吸引所有人的眼球。9月7日小Y全面升级后, 更是出现畅销局面。

“这次联想集团和快报联合举办的这个活动创意引起强烈反响, 9月23日彪悍文案征集开始以来, 版上收到无数创意方案, 很多已很少在版里发言的骨灰级摄影师这次也纷纷不再潜水, 要一展身手。”《A色》版主黑冰老唐兴奋地介绍道。

笔者浏览了部分彪悍文案后发现, 每一个方案都突出展现了。

小Y彪悍的一面

网友手动挡就设计了这样的一套方案: 在偏远的地铁(或铁路)施工工地, 1.体现小Y超大的320G容量, 工棚办公室、堆积如山的图纸资料和另一张只有ideapad Y450的办公桌



彪悍的“我”, 不是传说

的对比; 2. 施工现场, 快捷的3G, 可以让现场与设计迅速地沟通; 3. 傍晚, 施工结束, 强大的影音功能, 让人即使身在偏僻的工地上, 也照样能看到最新的大片。

而网友一片羽的设计方案则是“在5000米高空, 蓝天白云的映衬下, 男女跳伞运动员已经跃身跳出飞机舱外, 在伞打开之前, 两人在高空脸冲下, 脚在上, 一边做飘浮动作, 一边使用着Y450”, 其目的也是为了展现小Y飞快的速度、时尚的外形和各种强悍的功能。

有了强悍的文案, 接下来便是将之付诸镜头。经过统一部署后, 入围的10组彪悍创意将在十一之前完成全部的现场拍摄工作, 并在10月10日前

完成作品上传。

首场拍摄抓人眼球

前天下午, 在宏光厂的篮球场上, 一张张年轻的面孔在阳光的照射下闪烁着耀眼的光芒, 彪悍的小Y出现在他们的手中, 传球、扣篮一系列原本需要篮球来完成的动作, 也在彪悍小Y的身上得到完美诠释。黑冰老唐称, 其设计方案的诉求点在于突出联想小Y强大的影音、娱乐功能, 时尚大气的外观。“我特意选取了这个彪悍的场景, 在热闹的篮球场上, 一群充满青春朝气的年轻人在打篮球, 场下的队员在使用Y450玩游戏, 后来队员们用Y450表演起上篮等众多彪悍动作; 我要将彪悍小Y和队员们一起爆发出的小宇宙展现得淋漓尽致!”

参与拍摄的模特们则是一群90后的大男孩, 其中有江苏省400米栏的头号选手, 以及原江苏二队和大学校队的选手们, 在他们的手中, 小Y仿佛具有生命力般, 赢得围观的小区居民连连叫好。快报记者 俞婷




选3G 就选沃





苏宁电器热烈庆祝中国联通3G业务正式商用

联合推出3G手机群英惠

国庆中秋双节双喜, 联通苏宁感恩献礼!

9月26日-10月8日, “苏宁电器”全省13地市的90个网点, 购沃3G手机, 即送购机补贴! 诺基亚、索爱、三星、多普达、LG、摩托罗拉明星厂商3G主流机型新鲜上市, 精彩在沃一触即发!

186号段精彩上市! 0漫游, 0长途, 0接听, 3G186 走遍全国打市话, 最高只要1毛5, 全国接听都免费!

客服热线10010 充值专线10011

网上营业厅 www.10010.com