

周口联通“寻找 4G 代言人”活动正式启动

凡参与活动者 就有机会赢取 iPhone 6 手机大奖哦

□记者 张建中 通讯员 师鑫

本报讯 近日，周口联通推出了“寻找 4G 代言人”活动，并送出多重大礼回馈广大消费者。消费者不仅可以享受快速便捷的 4G 网络，还可通过参加活动赢取 iPhone 6 手机、联通 4G 手机、联通话费等大奖。

从 2015 年 7 月至 2015 年 12 月，只要您是联通用户，使用流量及应用较多，能够传播正能量，当月办理了智慧沃家或 4G 套餐，且近 3 个月任何一个月份的流量大于 500M 的老客户，均可参与此次活动。

活动参与方式：凡符合标准的联通 4G 用户，关注“周口联通”官方微博公众账号“zkunicom”，并通过底栏报名入口或者发送“我要报名”，填写相应表格进行报名即可。

据了解，活动期间，所有关注“周口联通”官方微博公众账号的用户，都可参加微信砸金蛋抽奖活动，就有机会获取 500 元的手机话费或流量包奖品。

据周口联通工作人员介绍，“寻找 4G 代言人”活动的评选分为“4G 代言人候选人”评选和“最终 4G 代言人”评选。

该活动每月评出 3 名“4G 代言人候选

人”，只要您积极宣传联通 4G 业务，通过转发朋友圈收集点赞，截图发送到周口联通官方微博公众账号，并且当月使用流量大于 500M，就有机会通过抽号软件随机抽选成为候选人。

“最终 4G 代言人”从每月的 3 名候选人中进行综合评比，最终得分排前三名的候选人，将被评选为“最终 4G 代言人”。评选标准是：首先，每月的候选人利用自己的微博，转发每期在周口联通官方微博公众账号上发布的标题——“沃 4G”或“沃活动”的宣传图文信息，并转发朋友圈的集赞，最终收集的赞数作为评选指标之一。其次，在周口联通官方微博

公众账号上进行投票，最终的投票数量作为评选指标之一。最后根据两项指标进行打分，排前三的候选人成为最终的 4G 代言人。

周口联通工作人员称，此次活动的奖项设置为：冠军 1 名，奖励 iPhone 6 手机 1 部；亚军 1 名，奖励价值 3000 元的联通 4G 手机 1 部；季军 1 名，奖励价值 2000 元的联通 4G 手机一部；最具人气奖若干名，每月的 3 名候选人，次月各奖励 500 元的联通话费。以上获奖人员在获得奖品的同时，还将获赠相关证书，且可优先参与联通新产品智慧沃家免费电视 1 年的体验活动。



运用互联网改造传统货运业

让天下没有难运的货

通过互联网平台，客户可以清楚地看到为其服务的物流公司历史上一共承接了多少货量和订单、客户的选择和评价如何、时效怎么样。物流信息全程可视，通过互联网的方式，让货物实时可见，实时签收。

2014 年以来，许多基于移动互联网的货运网络平台相继出现，互联网成为行业转型升级的重要推手。在传统货运模式下，客户、物流公司双方必须见面，在“互联网+”时代，货运业正在拥抱互联网，构建全新的价值链。

近日，国务院印发的《关于积极推进“互联网+”行动指导意见》提出，“加快推进货运车联网与物流园区、仓储设施、配送网点等信息的互联，促进人员、货源、车源等信息高效匹配，有效降低货车的空驶率，提高配送效率”。

在“互联网+”的大背景下，未来的高效物流模式将向什么方向发展？互联网经济又会为传统货运行业带来哪些机遇呢？

中国物流与采购联合会会长何黎明说，

加快促进道路货运的转型升级，是促进物流业发展的关键所在。要运用互联网改造传统货运业，重构资源共享、合作共赢、可持续发展的产业生态圈。

据中物联统计，2014 年，我国道路运输费用占物流的总比重达到 30%。道路货运业共完成了全社会 76% 的货运量、33% 的货运周转量，平均每天都有 8400 余吨的在途货运量，平均每年为每个人运送 22 吨货物。

长期以来，我国的道路货运业一直被贴上“多、小、散”的标签，超过 700 多万家物流企业以及 3000 多万名司机，构成了非常庞大的承运企业群体。在整个承运企业中，97% 是中小微型物流企业，平均年营业额在 1000 万元以下。

在传统货运业模式下，整个物流链条形式复杂。“比如，发货企业要找到若干家货运代理，要经历多次中转、多次装卸，运作效率很低，也造成了巨大的浪费。”中物联公路货运分会长王坚说。

王坚说，“互联网+”将改变货运行业，货物信息更加透明化，车辆技术也将整合车队和司机，运输效率会进一步提高。

“互联网+”货运从线上交易到线下运作，实现了从订单、运单、交付，到最后结算、评价、诚信系统的完整生态链。通过互联网手段的集货平台，统一收集客户的需求，减少了中转和多次装卸，实现了集约化运作。

国内大型公路运输网络平台、卡行天下总裁钱钰说，我国约有 5000 万以上的生产商贸企业发货方，2000 万以上的个体运输经营户承运方，供需双方庞大、分散的群体，产生了平台的需求。

目前，卡行天下在全国建立了 26 个城市节点枢纽，13 个物流园区入网，4000 多家物流企业成员，平台月交易量约 60 万吨，在线上完成了开单、交易、调度、支付、诚信等一系列环节的管理。

“平台型物流企业绝不仅仅是提供简单交易和撮合的服务商，而是通过承诺合

同，为其承担所有的运输风险，通过运费差价和信息服务获得利润。”何黎明说。

在浙江传化物流集团，依托线下的基地打造公路港城市物流中心，形成全国的快运网络，实现了集散功能、配送功能、中转功能，目前，已经投入运营了 5 个公路港，已经落实的项目有 70 个。

王坚认为，“互联网+”会改变物流买卖双方的信用体系，通过信息的共享，实现预调度、预通知，让手动变成自动。

通过互联网线上的链接、信息对称和分享，来实现整个线下物流运作的高效。通过这样的方式，中小微物流企业就可以突破传统地理、地域的局限，从而获得更多的业务，进入一个良性循环。

“如何用互联网来改变中国最传统、最底层的物流业？互联网大数据让中小微货运企业都成为创客，让天下没有难运的货。”传化物流集团有限公司副总裁李绍波说。

(新华)