

全国百城自行车赛 郑州赛区周日鸣枪

本报讯(记者 刘超峰 实习生 刘磊)昨天,记者从郑州市体育总会获悉,由中国奥委会主办,郑州市体育局承办的2013年第18届全国百城市自行车赛(郑州赛区预赛)将于5月19日上午在郑东新区CBD文化广场举行,赛事的报名工作今天将截止,喜欢自行车运动的爱好者利用最后机会尽快到郑州市体育总会报名参赛。

全国百城市自行车赛是传统的自行车赛事,已经成功举办过17届,深得骑行爱好者的喜爱。

郑州业余足球联赛开战

本报讯(记者 刘超峰 实习生 刘磊)由郑州市足球协会主办的“山之峰球迷之家杯”2013年郑州业余(成人)足球乙级联赛11日在郑州74中开战,在首轮较量中,去年乙级联赛冠军天行健足球队和广电宏城足球队狭路相逢,最终天行健队在对手先进一球的不利局面下奋起反击,前锋杨杰大放异彩一人独进三球,并创造一个点球,最终以4:1战胜广电宏城队取得开门红。本轮其他比赛中,得劲球迷队以2:3惜败华联通队,夕联足球队以5:0大胜郑州拼客足球队。

本次联赛采用周末赛的赛制,比赛形式为单循环赛制。据了解,本次甲级联赛有东方今典、开封大拇哥等八支劲旅参赛,而乙级联赛包括天行健等长期活跃在我市业余足坛的九支队伍参赛。比赛历时两个多月,全部比赛将于7月初结束。甲级联赛将在本周末全面开战。

全国业余网球团体赛 郑州站日前收拍

本报讯(记者 陈凯)经过两天激烈角逐,2013“华联通”杯中国龙全国业余网球团体赛揭幕战(郑州站),日前在郑州市网球中心落下帷幕。最终,郑州市网球中心队、开封网球协会队和电力网协队分获本站比赛前三名。

据了解,该项赛事由中国网球协会主办,郑州站的比赛由市网球协会和市网球中心共同承办,为期两天,共吸引了来自郑州、安阳、新乡等地19支代表队的100多名业余网球选手参赛。比赛分两个阶段进行,第一阶段采用分组单循环赛制;第二阶段采用交叉单淘汰赛制。获得郑州站比赛的冠军球队:郑州市网球中心队和开封网球协会队,也获得了代表我市参加该项赛事总决赛的资格,总决赛的冠军得主将获得2014年的温网免费观赛和价值20万元的奖品。

再见 爵爷



耕耘26年,勇夺38冠,离开这一天,7万人送别,人生至此,夫复何求!图为5月12日,曼联队主教练弗格森(左前)与球员一起庆祝胜利。新华社发

新华社伦敦5月12日体育专电(记者 岳东兴)弗格森在老特拉福德执教曼联的最后一战12日完美落幕。最后一次在“梦剧场”教练席指挥的“爵爷”,带领“红魔”以2:1击败斯旺西队,随后第13次、也是他最后一次捧起英超冠军奖杯。

当天有75572名球迷到场为老帅送别。看台上,一个醒目的横幅代表了球迷的心声——“弗格森的26年,让不可能的梦想变为现实”。赛前,双方球员列队鼓掌,向这位英国足球史上最伟大的教练致敬。当71岁的弗格森步入球场时,7万面红色小旗整齐地挥舞,潮水般的掌声、欢呼声、歌声响彻全场。这位苏格兰老人习惯性地嚼着口香糖,面容平静地环顾着三面看台上拼出的大字:“冠军”、“20”(第20次称雄顶级联赛)、“13”(英超冠军数)——这是他一手缔造的“曼联王朝”。

终场前3分钟,费迪南德打入了5年来的首粒进球,帮助曼联锁定胜局。弗格森随后在场中央致辞,回顾了他的生涯,并号召球迷要全力支持新主帅莫耶斯。两位队长维迪奇、埃弗拉,捧起英超奖杯,交到弗格森手中。在漫天绚烂的彩带中,“爵爷”高高举起奖杯,这是他26年来率队夺得的第38项冠军。

曼联上月提前4轮从曼城手中夺回冠军。本场是弗格森执教曼联的第1499场比赛(895胜、337平、267负),也是他退休前的倒数第2场比赛。5月19日,英超最后一轮,曼联将客场对阵西布罗姆维奇。

与弗格森一同告别的还有38岁的中场大将斯科尔斯。这是他作为“红魔”效力19年来的第717场比赛。他将在本赛季后正式退役。下赛季将成为曼联主帅的莫耶斯,当天挥手告别了他执教11年的埃弗顿。在古迪逊公园球场,39475名球迷用嘹亮的掌声和歌声,为这位50岁的功勋教头送别。“太妃糖”最终2:0击败西汉姆联。

其他比赛中,欧冠席位之争,保级大战颇为激烈。热刺在客场2:1力克斯托克城,在多赛1场的情况下,超越阿森纳2分,升至第4名。排名第5的“枪手”虽暂时跌出欧冠资格区,但还领先2分,仍掌握主动权。

桑德兰在主场1:1战平南安普顿,仅领先降级区的威根4分,且只剩1场球,保级形势严峻。足总杯冠军威根还剩2场球,仍有一线生机。

已降级的巡游者1:2不敌纽卡斯尔,令后者保级成功。富勒姆1:3不敌利物浦,还没有完全“上岸”。诺维奇4:0大胜西布罗姆维奇,提前1轮保级。

五月天倾情代言果纤维,营养最强音我们来真的!

“青春就要有新意~这样的青春更有活力~”当青春有活力的五月天遇上蒙牛酸酸乳“果纤维”,心跳瞬间加速180!5月10日,台湾第一人气乐团五月天再度来袭,引爆青春第二弹,尽显时尚本色,为大家活力演绎“蒙牛酸酸乳‘果纤维’营养牛奶饮品”的全新TVC,给青春加了点“果纤维”味道,带领我们沸腾活力爆棚的夏天!

今年夏天,五月天在这里陪着你,用摇滚滚动世界,颠覆时尚潮流,带你领略“果纤维”在口中爆炸的滋味~让你体验“纤维喝的到,营养有活力”的独特魅力,邀你一同融化在牛奶与水果纤维的海洋。在最新亮相的TVC中,五月天与一群充满激情的年轻人共同置身于乳白世界之中,在“OAOA”欢快旋律的陪伴之下,“果纤维”迸发出来,仿佛具有魔力一般,瞬间将奶白世界丰富了色彩,将五月天从无聊、单调、枯燥中解放,去享受缤纷的纤维世界,获得果纤维带来的营养活力,HIGH唱出青春的最高赞歌!

一直以来,水果和牛奶的碰撞都最具营养色彩,能

够产生出1+1大于2的营养效应。今年,蒙牛酸酸乳再次创新推出“果纤维”营养牛奶饮品,将其水果细化为纤维,融入醇香牛奶之中,用浓郁牛奶带来所需营养元素,用丝丝纤维带来全新口感体验,让舌尖可以真实地感受到纤维的存在,品味营养的真实,完美诠释了产品的Slogan——“纤维喝得到,营养有活力”!小小水果纤维进入人体后,一方面提供人体所需维生素,还可促进肠道运动,助力营养的充分吸收,让身体轻松更有活力。此次“果纤维”营养牛奶饮品的全面上市,同时具有创新性和革新性,可谓是首创了全国首款无菌冷灌装纤维牛奶,开辟了乳饮行业的蓝海领域。

8年岁月,青春蹉跎,“蒙牛酸酸乳”影响了80后一代年轻人的成长,见证了太多关于青春、关于音乐、关于梦想的记忆。如今的TA悄悄跳脱了酸甜的青涩,转身为90后的独立自我、个性张扬。现今,伴随着蒙牛酸酸乳“果纤维”营养牛奶饮品的全新上市,蒙牛酸酸乳品牌迎来了一次华丽变身,“果纤维”这一全新的纤维牛奶也即将开启营养牛奶饮品的革新时代。除此之



外,更有蒙牛酸酸乳今年独家冠名的大型全民歌唱选秀真人秀《蒙牛酸酸乳中国最强音》火爆开播,一句“我们来真的,你来吗?”吹起了“相信音乐”的号角,掀动了万千人的心。而蒙牛酸酸乳“果纤维”不仅在营养上来真的,更是在行动上一起来真的,活跃在现场的各个角落,为长期备战的歌者们带去真正的营养与活力,为胜利的歌手们喝彩,为失落的歌手们加油打气,和TA们共同唱响青春,唱响2013年的梦想舞台!相信音乐、活力青春,“果纤维”盛大绽放,营养最强音,我们来真的!

高举文化大旗 酒祖杜康进军新加坡

时隔25年,杜康酒再度成为外交部接待用酒,借机积极拓展海外市场



杜康控股、河南省酒业协会、新加坡中国白酒协会结为战略合作伙伴



杜康控股与新加坡茅台酒代理商欧亚喜环球有限公司达成战略合作

时来天地皆同力,运去英雄不自由。

正当杜康在全国市场高歌猛进,以王者归来之势谋求复兴时,近日从外交部传来捷报:酒祖杜康在多轮竞标中力挫众多名酒,成为外交部以及200多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒。

这是时隔25年之后,杜康再度荣膺外交部以及200多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒,即通常所说的“国礼”,杜康也因此成为迄今为止被外交部选用招待海内外贵宾的唯一豫酒品牌。

对于独占历史至高无上的行业高度、无与伦比的文化厚度、举世皆知的品名广度的杜康来说,这是借船出海、拓展市场的绝佳机会。

4月22日,“酒祖杜康”2013中国白酒文化行首站挺进新加坡,顺利摘得两枚让人羡慕的硕果,不仅就杜康文化以及中国白酒文化推广与河南省酒业协会、新加坡中国白酒协会签署合作协议,还与新加坡茅台独家代理商结为战略合作伙伴。

据了解,杜康未来将高举中国白酒文化的大旗,深入韩国、日本和台湾等华人聚集较多的国家和地区,积极推介底蕴深厚的杜康文化、源远流长的中国白酒文化以及中原根源文化,也让海外更多华人品尝到他们久仰盛名的杜康美酒。

时隔二十五年,杜康酒再度成为外交部接待用酒

继率先豫酒摘得全球华人瞩目的黄帝故里拜祖大典唯一供奉用酒、主宴会场指定接待用酒之后,酒祖杜康又一次为中原酒业挣足了面子。

记者近日从外交部获悉,经过几轮激烈竞标,来自洛阳杜康控股有限公司的两款酒祖杜康美酒,凭借厚重文化底蕴以及卓越产品品质等优势,从多家知名白酒企业的主打产品中脱颖而出,跻身成为外交部以及200多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒,未来将作为“国礼”代表中华美酒礼敬海内外贵宾。

“酒祖杜康此次之所以能够击败众多强势白酒品牌,除了与其自身卓尔不群的品质紧密关联外,还得益于历史赋予杜康独特的先天品牌优势,比如华夏酿酒鼻祖、中华美酒之源的行业高度,五千年历史赋予的厚重文化底蕴以及海内外华

人老少皆知的品牌知名度。”中国酒类流通协会副会长、河南省酒业协会会长熊玉亮分析说。

据记者了解,杜康是中原酒业迄今为止被外交部选用的唯一豫酒品牌,但这却是杜康第二次荣膺外交部以及多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒。

早在1988年,外交部就曾将专门发专函给伊川杜康酒厂,采购52度出口瓷杜康酒,52度花脸杜康酒,并在函中详细标注了产品规格、发货时间、地点以及结算方式等。

事实上,当年接到外交部采购杜康酒专函的还有洛阳杜康酒厂,有外交部于1989年1月20日寄送的感谢信为证,说去年从汝阳杜康酒厂购入的39度杜康酒等,已经随各驻外使领馆采购物资发往五大洲的50多个使领馆使用,并满足外交部各驻外机构和代表团出访赠礼需要。

高举文化大旗,酒祖杜康率先征战海外市场

对于杜康来说,时隔25年之后,再度华丽转身成为外交部以及驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒,不仅意味着杜康品牌地位和价值的提升,也为杜康拓展海外市场提供了绝好机会。

4月22日下午,由洛阳杜康控股有限公司、河南省人民政府外事办公室联合主办,新加坡中国白酒协会协办的2013“酒祖杜康”中国白酒文化全球行首场活动在新加坡举行,这是继登陆新加坡资本市场之后,酒祖杜康以王者归来之势再度出现在新加坡华人面前。

在中国外交部官员、河南省外事官员以及新加坡大使馆参赞、杜康控股高层等人的共同见证下,洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军、河南省酒业协会会长熊玉亮、新加坡中国白酒协会会长云伟龙签署三方战略合作框架协议,未来将致力于在新加坡及其他亚洲地区,深度挖掘和推广杜康酒文化、中国酒文化以及中原根源文化。

喜上加喜的是,当天下午,洛阳杜康控股有限公司还与新加坡白酒进口贸易经销商,也是茅台酒在新加坡的唯一代理商——欧亚喜环球有限公司结为战略合作伙伴,最快今年7月底第一批杜康酒就能抵达新加坡,杜康未来还将借助欧亚喜环球公司完善的分销网络系统,深度拓展新加坡以及东南亚市场,让更多海外华人能够品味驰名中外的杜康美酒。

“酒祖杜康”中国白酒文化行首站挺进新加坡,其实并非偶然。据记者了解,杜康是华夏酿酒鼻祖,中华美酒之源,有着无与伦比的厚重文化底蕴,还因为曹操“何以解忧,唯有杜康”的千古感慨,被海内外老少华人熟知。再加上新加坡77%的人口都是华人,有着非常好的消费基础,而杜康控股在新加坡的上市背景也为杜康酒扎根新加坡提供了很好的基础。

“启动中国白酒文化全球行,这并不完全出于商业考虑,主要是为了向全世界传播中国的酒文化,这也是杜康作为‘酒祖’的责任。”洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军解释说,在海外,杜康今后将会每年持续进行“中国白酒文化全球行”,同时将通过参与当地展会、举办品鉴会,与各国酒业协会及经销商建立合作等形式,实现杜康品牌、渠道和消费者的国际化,同时针对各国消费特点开发相应产品,并与中餐结合共同推广中国白酒文化。

对于杜康启动中国白酒文化全球行活动,熊玉亮也给予高度肯定:“杜康不仅是豫酒的领军品牌,也是中国白酒的代表品牌,拥有深厚文化底蕴以及举世皆知的知名度,在国内白酒行业遇冷的情况下,杜康以推广中国酒文化及传统文化为载体,拓展新加坡等华人相对集中的海外市场,是发挥自身优势、实施蓝海战略的明智之举,为中国白酒企业树立了榜样。”