

“奔跑团”变身王牌特工

Angelababy纠结晓明哥是不是“间谍”



本报讯(见习记者 刘雨涵) 前不久,《王牌特工:特工学院》点燃了大家对神秘特工的幻想。24日,浙江卫视播出的《奔跑吧兄弟》中,“奔跑团”也将变身“未来特工”,为保卫和平与“黑衣人”展开一番比拼。节目还开启“间谍”模式,Angelababy在男友和队友之间纠结坏了。

24日的《奔跑吧兄弟》中,“奔跑团”将化身为特工,为守护能换来永久和平的“超体武器”,既要破解各种难题,又要与“黑衣人”黄晓明斗智斗勇。在之前的节目中,《奔跑吧兄弟》曾多次出现间谍、反间谍等玩法。在本期节目中,黄晓明将策反两个间谍助他对抗“奔跑团”。黄晓明的特殊身份,让“奔跑团”

遭遇了前所未有的危机。首当其冲的自然是其正牌女友Angelababy。虽然在节目中Angelababy一直身在“奔跑团”阵营,但是因她与黄晓明的情侣关系,队友们总是对她持有怀疑。Angelababy得知“黑衣人”是黄晓明之后,不免窃喜“那我岂不是得了一张免死金牌”?但在最后关头,这层关系却成了“甜蜜的负担”。面对男友和队友,Angelababy最终会选择站在哪一边呢?

为了展现“王牌特工”超凡的应对能力,“奔跑团”在最终“撕名牌大战”前还必须完成一场“密室逃脱”,面对各种刁钻难题,自称“天才”的陈赫和自诩“学霸”的邓超都傻了眼。一道“鸡兔同笼”算术题让陈赫直呼:“完了完了。”队长邓超则被一道化学公式折磨得仰天长叹,“大黑牛”李晨面对解不开的谜题更是大呼:“脑子要炸了,好想跟人打一架!”



《妈妈咪呀》帮助圆梦 程雷为司仪妈妈“打广告”

本报讯(见习记者 刘雨涵) “我要增加曝光率,成为身价最高的婚礼主持人。”来自北京的妈妈张蕾在东方卫视《妈妈咪呀》中的一番话,引发了观众的热议。为给孩子赚救命钱的张蕾表示,节目播出后她的事情就传开了,“大家给了我很多鼓励和支持,不过我只接受工作机会,不接受捐款。”

在17日播出的《妈妈咪呀》

中,来自北京的33岁妈妈张蕾一上场就毫不掩饰参加节目的目的:“我要增加曝光率,成为北京最红的婚礼司仪,因为我需要很多钱。”但赚钱的原因却让观众非常动容,为救孩子的命!用她的话说,“赚的不是钱而是孩子的命”。节目中,观察员程雷甚至为她打起了“广告”:“要在北京请婚礼司仪就找张蕾。”

日前,记者电话联系了张

蕾,性格爽朗的她直言,程雷的广告很给力,“从前几天开始,有关我的事情就在北京婚庆界的微信圈里传开了,很多朋友主动给我推荐各种主持工作,还有很多人要给我捐款,但我并不接受,我要用工作换报酬,因为靠我和老公的努力工作,现在生活得还算可以。”即将于24日播出的《妈妈咪呀》中,又将有一群个性不同、才艺各异的妈妈登上梦想舞台。



金标准打造金罐加多宝,凉茶中国梦开启黄金时代



4月20日,凉茶领导者加多宝在京举行了“开启凉茶黄金时代—2015年金罐加多宝上市发布会”,正式推出金罐加多宝,并推出了饮料行业首个“金标准”体系,全面开启民族料品牌进军国际舞台的“黄金时代”。

加多宝集团执行总裁阳爱星在发布会上表示,加多宝凉茶2014年在销量、品牌力再次夺金,品牌影响力达到了前所未有的高度,因此加多宝决定在2015年进行战略升级,并顺势推出金罐加多宝凉茶,开启加多宝凉茶的“黄金时代”,打造“凉茶中国梦”2.0版。

加多宝战略升级推出金罐 开启凉茶黄金时代

90年代初,凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪把祖传的正宗凉茶秘方独家传

授给加多宝。20年来,加多宝不仅通过首创红罐凉茶开创了凉茶品类,更是积极进行品牌运作,让“怕上火喝加多宝”响彻全国。

“集中提取,分散灌装”的工业化生产模式,让全世界的消费者都能喝到同一配方,同一口味的正宗凉茶,加多宝成功正宗凉茶打造成继碳酸、果汁、茶类之后的第四大饮料品类。

2012年,经过品牌切换后加多宝凉茶,仅仅用了不到3年时间,在品牌、销量、口碑等方面达到了前所未有的高度。2014年加多宝凉茶在品牌力、销量等方面再次夺金。

“金罐是应消费者呼声推出的,是消费者自己选出来的,完全贴合消费市场的趋势;金罐加多宝完全和竞品区隔,独一无二,与众不同,消费者不再混淆,能正确选择真正的正宗凉茶。金罐加多宝不仅承载着加多宝百炼成金的过去,也能更好的诠释加多宝对中国凉茶黄金时代的期许。”阳爱星在发布会上表示。

战略升级推出金罐得到社会各界一致认可与支持

凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪在发布会上表示,加多宝凉茶通过对正宗配方的创新性生产保护,将带来中国凉茶发展史的又一次飞跃。

中国定位第一人、特劳特中国区合伙人邓德隆认为“加多宝在精准定位下进行

战略升级,不仅将推动加多宝在国内市场的飞跃,并且将成为加多宝迈向世界级品牌的一个重要里程碑,成为畅销海内外的国际饮料品牌。”

中国食品工业协会副会长、广东省食品(医药)行业协会党委书记张俊修发言,“加多宝战略升级推出金罐为全面落实习近平总书记‘凉茶是国家级非物质文化遗产,一定要做强做大凉茶饮料’伟大指示,使凉茶成为全球最大的饮料产业又开辟了一大通道,成为凉茶传承、保护、发展的一面鲜艳的、金光灿烂的旗帜。”

加多宝全产业链合作伙伴北京金锡红商贸有限公司董事长任炳文和中粮包装控股有限公司执行董事兼总经理张新对金罐加多宝凉茶的市场充满信心。

推出“金标准”体系,加多宝打造“凉茶中国梦”2.0版

加多宝在推出金罐之际,同时发布了行业内首个“金标准”体系,通过原生态本草原料基地,正宗配方浓缩技术,世界级工厂打造2.0版“360度品质管理体系”,继续巩固国内市场,并向世界推广正宗凉茶文化,打造2.0版“凉茶中国梦”,让凉茶文化成为世界看中国的一张金灿灿的名片。而就在刚刚过去的4月16日,加多宝成功签约2015年米兰世博会,将以“中国馆,中国企业联合馆官方指定凉茶”身份金彩亮相。

欧珀莱 轻薄防晒 悅晒悦美!

——AUPRES欧珀莱新防晒系列上市(2015年3月)



“我要尽情享受夏季阳光!但是,绝对不要被晒黑!”洞察现代女性心声的欧珀莱最新防晒系列登场。中国女性夏日的休闲方式正在发生改变。厌倦了城市一成不变的生活,现代的中国女性更加青睐于出国旅行,海岛游、自驾游等户外休闲方式。“要完美的保护皮肤、要能简单的清洗干净,讨厌油腻的使用感,总是要补涂好麻烦……”中国女性对于防晒产品的要求日益增多。欧珀莱最新防晒系列,以先进的防御技术满足中国女性对于防晒产品的多种要求。

欧珀莱伴你“智慧”尽享夏日骄阳。先进防晒隔离技术:“轻薄抗油隔离膜”一般来说,防晒指数越高,使用感会越厚重且油腻。特别是炎热的夏天,依然想要一款防晒指数高,并且清爽不油腻的防晒产品……欧珀莱全新防晒系列采用依据先进技术而开发的“轻薄抗油隔离膜”技术,打破迷思,同时实现“优异防御力”和“护肤品般的使用感”。轻薄优异防晒,让欧珀莱新防晒系列陪你一起享受夏日吧。轻薄防晒,悦晒悦美!