

掐得你死我活? 不如称兄道弟!

没有竞争,江苏德比归于平静

上周六,五台山体育场,有有VS舜天,这已经是江苏第12次德比了。从2003年7月20日的首次德比至今,12次德比的每一集都有一个耐人寻味的故事。不过随着舜天冲超,德比要暂时和大家告别了。

看着五台山这座老球场,看着不足3000人的球迷,6年间,两支球队的恩怨情仇,随着终场哨声也被暂时封存在人们的记忆里。



这样的场面一去不复返 快报记者 顾炜 摄

40万→20万 赢球奖金缩水一半

如果江苏德比是一场极具市场价值的比赛,那么这6年,随着足球大环境的不景气,这个原本极具卖点的比赛也每况愈下。

2003年,以辽青为班底的有有刚刚落户南京。记得2003年3月7日,有有刚刚打完足协杯回到南京时,本地媒体全部出动,长枪短炮对准刚刚走下飞机的球员和教练,那热情不亚于钻石杯媒体对待姚明的程度。一座城市同时拥有两支职业球队,大家都喊出冲超的口号。一时间,舜天和有有见诸报端就犹如针尖对麦芒,谁也不愿意输给谁。

第一次德比,吊足了球迷、媒体的胃口。这是一场谁也输不起的比赛,有有俱乐部高层为悬赏这场胜利,开出了赢球40万元、打平20万元的高价,这样的价位甚至赶上了中超球队,比平时每场球的赢球奖金多出了10万元。

2003年7月20日,第一次德比终于亮相五台山,那场比赛五台山一下子来了1.2万多人,这样的球迷规模甚至超过了舜天冲超后奥体的主场上座率,甚至省市领导都亲临五台山为双方助威。

有有队长李口是为数不多亲历了12场德比的球员,在第一场德比中,正是他在最后阶段的一个进球,让有有避免了

输球的尴尬,1:1的比分也是双方都能接受的结果,而他的进球也成了德比战中最昂贵的进球,因为这一脚直接给球队带来了20万元的奖金。李口说:“当时进球后,整个人都懵了,五台山顿时就沸腾了,我就一个劲地跑,不要命地跑。”

时过境迁,现在的德比已经不见了当初红黄牌满天飞、球员全武行的火爆场面。有有主帅胡云峰作为球员时,也曾在德比中冲撞过,第一次德比他的腿就被舜天球员踹出了个血窟窿。而德比在2005年时创下的7张黄牌1张红牌的纪录,也再也没有出现过。

从2006年开始,德比少了一点火药味,激烈的场面也不再

像当年层出不穷。乏味的比赛,将德比降低为一场普通的比赛。现在,双方俱乐部也不再因为德比而提高赢球奖,舜天赢球奖金依旧是30万,有有的德比赢球奖金则已经降到了20万,缩水了足足50%。

1.2万→3000人 到场球迷少了3/4

在足球环境不好时,德比也许是刺激南京球迷最后的强心剂。可当德比逐渐从火爆回归理智时,球迷这个特殊的群体也会发生改变。2003年德比最火爆时,能吸引1.2万球迷到现场观战,而上周进行的德比告别战,五台山只有不到3000人在现场观看。

成炜,一个资深的球迷,见证过舜天和有有的12场德比,在他眼里,现在即便是最铁杆的球迷,情绪也不再像当年那么亢奋。成炜说,当年的德比,球员在场内PK,球迷就在看台上PK。“为了不输给舜天的球迷,我们至少要提前半个月进行准备。从呐喊用的彩带、彩旗和丝带,到整齐划一的口号,那时我们经常抽空排练,为了出彩我们还会看红魔和蓝魔的录像来编排我们的呐喊阵势。比赛前,针对对方球迷可能喊出的各种口号,我们都要想好应对的方法。”

那时有有和舜天的球迷也和球队一样水火不容,有一年德比结束之后,双方球迷还在从扬州回南京(当年舜天主场

在扬州)的路上,发生了规模不小的冲突。但现在,双方球迷已经和好成了一家人。舜天的球迷偶尔也会有有的主场看看球,有有的球迷也会去奥体为舜天加油呐喊。就连当初发生冲突的当事双方,如今也可以称兄道弟地在一起喝酒了。成炜说:“之所以双方球迷不再像以前那么争了,主要还是两个俱乐部已经不在同一层次上了。既然竞争的平台都不存在了,球迷回归理性这也是很正常的。”

死掐→合作 双方开始寻求双赢

胡云峰在品味德比这几年变化时说:“应该说现在的德比更接近于理性化,这是我能想到的最合适的词语。双方球员不再注重场外的东西,而是更专注于足球本身,大家对德比的理解也更纯粹了。”

回顾这几年德比,有有领队吴海乐将其分为两个阶段。2006年以前,双方俱乐部可谓针尖对麦芒,一到德比,那种火药味儿甚至让球员都感到有些喘不过气来。吴海乐说:“那个时候,什么比赛都可以输,唯独这一年两场德比是万万输不起的。”与此同时,德比也成了双方俱乐部争夺球迷的一个分水岭,谁在德比中胜出,谁就在球迷争夺战中占据上风。吴海乐回忆,前几年,德比前,球队内部都会慎谈“德比”二字。不过一到打比赛时,舜天的压力还

是要大于有有,吴海乐的解释是:“毕竟对方每年的投入更大一些,如果还输掉德比,面上上自然说不过去。”

不过随着有有开始减少投入,两队已经逐渐拉开了差距,一个陷入保级的泥潭,一个则走上了冲超的上升轨道。如今的舜天和有有,经历了死敌、对手、伙伴到兄弟的转变,两个俱乐部也从当初的“老死不相往来”,发展到现在的相互合作的阶段。用内部人士的话来说,与其像当初那样彼此掐得你死我活,还不如换一种方式寻求一种双赢的局面。慢慢地,两个俱乐部开始有了更多的合作,最为直观的表现就是球员的交流。目前有有阵中的李强、许俊和汤峻都是舜天旧将。据悉,随着舜天的冲超,这种人才交流方面的合作还将更深入。

快报记者 付智勇

德比历届交战记录

2003年	有有 1:1 舜天;舜天 2:0 有有
2004年	舜天 0:0 有有;有有 1:1 舜天
2005年	舜天 2:2 有有;有有 2:0 舜天
2006年	舜天 1:1 有有;有有 0:1 舜天
2007年	舜天 1:1 有有;有有 2:3 舜天
2008年	舜天 4:3 有有;有有 2:2 舜天

时下,很多保健品在降价,很多蜂产品在打折,更多蜂胶产品低价销售。然而,中科生物研究所的蜂胶养生宝却逆势而上,许多服用过蜂胶养生宝的中老年朋友都奔走相告:

中老年人请注意:“蜂胶养生宝”要涨价啦!

原因一:蜂胶养生宝畅销9周年,即将迎来10周年辉煌成就!

9年坚持,打造品牌信誉,9年验证,蜂胶养生宝——市场中的佼佼者。2008全球金融危机中,自然因素和企业质量管控方面对企业来说经历了一次又一次的严峻的考验。中科生物应用现代生物技术建立蜂胶质控平台,使之完成从原料、脱铅、加工、检测、包装、出厂、销售、配送、服务等环节一次性整体稳定性质控的变革创新。中科生物研究所开发研制并得到市场9年验证的蜂胶养生宝质量稳如泰山,销量节节攀升,这就是蜂胶养生宝畅销9年,即将迎来10年辉煌的重要原因,更是企业历经外来风雨而屹立不倒的秘密武器。

原因二:无法仿制的配方,成就蜂胶养生宝核心竞争力

“蜂胶养生宝”是专为中国中老年人研发设计而制造的健康处方。是有极具价值的民族品牌。它是中科生物研究所的科学家历经六年潜心摸索,充分挖掘祖国传统医学的配比精髓,其比例增之一分嫌多,减之一分不及。其科研攻关,是当代蜂胶研究的最新成果。它按照中老年人人体保健的需求而量身定做,针对当代严重威胁人体健康的病痛,完全结合中老年的体质结构和中老年的身体状况调配而成。采用现代生物工程的离析和组合技术,在分子水平上对蜂胶的有效成分做了优化提取和重新配伍,使其功能效应呈现最佳状

态,得到最充分的发挥,具有广泛性和针对性,蜂胶养生宝的“功效成份”(每100克中含总黄酮4300mg,10-羟基- α -癸烯酸:1100mg)是真正的适合中老年人的“健康处方”。

原因三:“人可以活到120岁”作为蜂胶养生宝神圣的使命

多数科学家经反复推测得出:人类的自然寿命为120岁。然而,为什么大多数人活不到120岁呢?据世界卫生组织估计,由于生活习惯不良、体力活动不足以及对自身健康状况关注不够引起高血压、高血脂、糖尿病、冠心病的发病率正逐年提高,这就影响了人的寿命。著名生物学家尼古拉·齐金博士就做过这样一项调查。他在著名“寿星之乡”的高加索地区选取了多位百岁以上老人,经调查发现,这些老人具有充沛的精力、健康的身体和超长的寿命。令人惊奇的是,这些健康长寿的老人都有常年服用含有多种活性成分蜂胶的习惯。蜂胶养生宝是科学家专为中老年人开发研制的,是当代蜂胶研究的最新成果。它按照人体保健的需求,针对当代严重威胁人体健康的病痛,采用现代生物工程的离析和组合技术,在分子水平上对蜂胶的有效成分做了优化提取和重新配伍,使其功能效应呈现最佳状态,得到最充分的发挥,具有广泛性和针对性,许多中老年朋友服用蜂胶养生宝以后,都收到了明显的效果。

原因四:实实在在的功效益,聚积数十万消费人群

蜂胶养生宝畅销9年,迎来10年辉煌,原因就在于实实在在的功效益,累积数十万的消费者,一致认为,蜂胶养生宝适合九类人群:

- (一) 高血压、高血脂、心脑血管疾病的人群;
- (二) 糖尿病及血糖有问题的人;
- (三) 胃肠不适人群;
- (四) 有肝炎、肝硬化的人;
- (五) 有支气管哮喘的人;
- (六) 有更年期障碍的妇女;
- (七) 保健意识强的人;
- (八) 需要送礼的人;
- (九) 长期腹泻、便秘者

原因五:探究“涨”声背后的真正原因

由于自然灾害与市场经济的影响,无论蜂产品出口市场和国内市场都出现了原材料上涨带来的很多的市场效应。蜂胶养生宝坚持高品质,十年如一。蜂胶养生宝中的主要原料是高品质的蜂胶,是天然物质,原料数量有限,由于原材料上涨,生产成本已呈逐年上升趋势,为了顺应市场行情,达到供需平衡,更为公司长远规划与发展,确保消费者的利益,经研究决定,拟于2009年1月1日起,蜂胶养生宝原66元/瓶,上涨为96元/瓶,为回馈中会员朋友九年的支持与信任,特给了最后2个月的延迟优惠期限,凡在此期间购买蜂胶养生宝的会员均可享受原来价格,敬请相互转告。蜂胶养生宝是经过国家食品药品监督管理局

理局批准,并受江苏省卫生厅颁发的GMP权威认证,10万级洁净区域内严格生产加工而成。高纯度、品质优良的蜂胶原料是安全和疗效的基本保障,中科生物将一如继往地为中老年朋友提供最优质、最科学的健康品!因为我们知道,“品质”不仅是企业对产品的要求和消费者的承诺,更是企业的一项重要战略目标。蜂胶养生宝畅销9年,迎接10年辉煌背后正是对其所有产品“品质就是硬道理”这一信念的佐证!

友情提醒:蜂胶养生宝并非单纯蜂胶,它是一个科学组方。消费者在购买时认清“南京中科生物研究所”字样及国家专利号:023175842。

专家建议:无论您选用哪种蜂胶,配合中科生物研究所研制的“绿芝生命元”同时服用,效果更好。

祝所有中老年朋友健康长寿,活到120岁!

日常销售地址:
 中科生物专卖·山西路(中山北路34号,大方巷口江苏议事园对面)
 中科生物专卖·大厂(大厂区杨村路213号,新扬子一中对面)
 中科生物专卖·江宁(上元大街251号)
 中科生物专卖·洪武路(洪武北路133-5号,演艺学院旁)
 红十字医院门诊一楼(白下路242号)
 中科生物国际连锁(南京市石鼓路107号华威大厦14楼)
 中科生物专卖·太平门(龙蟠中路8号,太平门加油站西面)
 咨询电话:025-83367338、83223426
 市内免费送货热线:025-83367338
 团购热线:025-83223426

