

TV

电视

陈晓 金丹丹

【剧行天下】

《红日》

主演: 李幼斌、尤勇、宋佳、耿乐

《红日》改编自军旅作家吴强的经典名著《红日》，该剧由作家赵锐勇和王彪历时两年完成编剧，由多次夺得“飞天奖”的著名导演苏舟执导。李幼斌一改《亮剑》中李云龙“张扬”形象，将一个著名的反面人物张灵甫演得极为传神。

浙江卫视 2月2日起每晚 19:30



《天下》

主演: 宋佳、王亚楠、王绘春、张铁林、聂远

长篇历史政治悬疑惊险电视剧。著名导演吴子牛继央视一套黄金档宏篇力作《天下粮仓》后又一力作。讲述的是明末天启年间东林党人、朱姓皇族与魏忠贤阉党之间为争夺大明天下而进行殊死搏斗的惊险故事。

杭州影视频道 2月2日起 每晚 20:00



【华数天地】

《东山飘雨西关晴》

主演: 汪明荃、马德钟、余诗曼

马德钟扮演的潘穆兴本是一个穷家小子，后被发现是流落民间的豪门大少爷，从此飞黄腾达，因为肩负挽救家族之重任，他变得心狠手辣。他和余诗曼的感情戏也是看点之一。

点播路径: 强档电视剧——港台——《东山飘雨西关晴》



《click入黄金屋》

主演: 黎耀祥、孙耀威、秦沛、郭羨妮、杨思琦

TVB08 年度的最后一部剧，收视与《珠光宝气》持平。描写了香港一个典型家庭中父子三人之间所经历的关系变化，充满了轻松与温情。该剧也是孙耀威久别香港娱乐圈交回的第一张答卷，另有老戏骨秦沛和韩玛丽及转型后的郭羨妮倾情演出。

点播路径: 强档电视剧——港台——《click入黄金屋》



《壮士出征》

主演: 孙兴、谢娜、喻恩、刘璇、王刚

谢娜上演古装版本奥运会，刘璇古装玩平衡木。该剧上演了一场另类奥运会。

点播路径: 强档电视剧——历史——《壮士出征》



《对不起，我爱你》

主演: 苏志燮、林秀晶、郑京浩

以收养为主题，是一个关于被抛弃孩子悲苦人生的心碎故事。由韩国帅哥苏志燮、人气新星林秀晶主演。剧情编排上打破了以往韩剧的传统爱情及悲情形式，以一个悲剧人物的视角去展开剧情，不但增强了戏剧冲突性，更从中道尽了一个流浪儿的冷暖生活。

点播路径: 强档电视剧——日韩——《对不起，我爱你》

《美丽无声》

主演: 马伊俐、王姬、陈龙、杨坤

讲述了上世纪三十年代乌镇梳头女菊儿的传奇故事，展现了江南水乡深厚的文化底蕴及乌镇女子美丽、聪慧而刚烈的性格魅力。

点播路径: 强档电视剧——情感——《美丽无声》

FOCUS

强档

陈晓

《更生更有戏》——小沈阳笑料专辑独家曝光

春晚里那个鸡蛋里变钻戒的魔术让刘谦一下子人气高涨。刘谦是台湾地区第一位，也是获得过最多国际奖项的魔术师。在央视春晚之前，刘谦在国际魔术界已经名声响当当。然而，看似天方夜谭的魔术并非独一无二、不可复制。元宵佳节期间，浙江卫视《更生更有戏》将向刘谦的经典魔术发起挑战，邀请来自华东六省一市的知名国内魔术达人，为您破译刘谦的魔术咒语，再现鸡蛋里变钻戒、空杯中变硬币等刘谦最为经典的魔术段子。

另外，《更生更有戏》还将独家奉献 2009 年最让人捧腹、最令人期待的小沈阳笑料专辑。

播出时间: 2月9日 21:21

播出频道: 浙江卫视



《纪实》——寻找 55 年前的初恋情人

80 岁的赵承云老人身患肺癌，身体越来越虚弱。突然有一天，他把女儿叫到床前，说想见一个名叫李世瑛的女人，这个女人是老人在结婚之前谈的女朋友，也是老人半个世纪以来一直深藏在心底的一段初恋……

播出时间: 2月9日 22:00

播出频道: 浙江教育科技频道



《因为爱》——新春特辑

08 年浙江影视隆重推出全国首创先恋人和新婚男女爱情故事的电视电影《因为·爱》。在新春特辑中，爱情精灵王一将带您走进拍摄现场，感受温馨浪漫的爱情故事，展示拍摄过程中的开心、搞笑片段。

播出时间: 2月10日 20:30

播出频道: 浙江影视娱乐频道

市场是检验消费者心声的唯一真理

蒙牛酸酸乳荣膺中国乳饮第一“理想品牌”引领牛年消费潮流

春季的脚步如约而至，在“中国消费者理想品牌大调查”中荣膺消费者心目中第一“理想品牌”的企业纷纷迎来消费市场的又一个春天。蒙牛酸酸乳、联想、诺基亚等“理想品牌”受到了消费者的特别青睐，喜获牛年开门红。

“2008 中国消费者理想品牌大调查”是消费者心声的直接体现，蒙牛酸酸乳斩获乳饮三大“桂冠”。在由商务广告协会、中国传媒大学等十二家协会、商会和研究单位联合进行的这场调研中，蒙牛酸酸乳与联想、诺基亚等分获含乳饮料、个人电脑类、手机类的第一“理想品牌”。其中，蒙牛酸酸乳更是在“常用品牌”、“预购品牌”、“理想品牌”三项指标中拔得头筹，成为含乳饮料类别“三冠王”。对于蒙牛酸酸乳以 28.4% 的总提及率成为“2008 年中国消费者第一理想的乳饮料品牌”，蒙牛液奶事业部总经理白瑛先生表示十分看重这个“数据完全来自消费者”的奖项，因为“蒙牛酸酸乳就是要给消费者带来健康和快乐的双重享受价值”。

消费者们认为，在同质化严重的乳饮市场，蒙牛酸酸乳仍能凸显独特的品牌价值并牢牢抓住消费者的心，源于它对美味、健康和快乐精神的不懈坚持。虽然酸甜口感基本上已经成为含乳饮料的共通特征，但在蒙牛酸酸乳的年轻消费群体看来，“这是奶味最纯正、酸甜感最细腻的一款乳饮料，并且它独有的益菌因子，对肠胃比较好”。而一位自称 ICY 的女生表示自己是蒙牛酸酸乳的忠实消费者，她说喝酸酸乳在她们的“圈子”里很流行，“蓝莓、芒果、芦荟等等不同的酸甜口感，记录下我们各自的青春记忆”。

业内专家指出，蒙牛酸酸乳之所以获得消费者最高支持率和忠诚度，是因为它始终站在消费者的角度考量。“近三分之一的消费者在常饮用的乳饮料中第一个提到蒙牛酸酸乳，表明了它在消费者心目中已经形成鲜明的认知。”如今，蒙牛酸酸乳在全国拥有上亿消费人群，作为乳饮行业消费者最理想品牌，它所掀起的这股不可逆转的消费潮流，将带动整个乳饮行业向着健康、快乐的方向继续前行。

2008 年中国含乳饮料市场消费者品牌排名

排序	常用品牌		预购品牌		理想品牌	
	名称	%	名称	%	名称	%
1	蒙牛	29.8	蒙牛	25.8	蒙牛	28.4
2	乳品 A	17.3	乳品 A	20.2	乳品 A	21.2
3	乳品 B	15.3	乳品 B	11.9	乳品 B	11.2
4	乳品 C	7.3	乳品 C	5.2	乳品 D	5.9
5	乳品 E	4.5	乳品 D	4.8	乳品 C	5.5
6	乳品 F	4.1	乳品 E	4.4	乳品 E	5.2
7	乳品 G	3.9	乳品 F	4.1	乳品 F	3.5
8	乳品 D	3.7	乳品 G	3.3	乳品 H	3.1
9	乳品 I	1.7	乳品 I	2.8	乳品 G	2.3
10	乳品 J	1.7	乳品 H	2.6	乳品 I	2.3

数据来源:《2008 中国消费者理想品牌大调查报告》