

# 2015年的春运抢票,比往年来得都早了些 春运售票首日 余票查询中最多的是“无”

2015年春运从2月4日开始,3月15日结束,共计40天。而根据铁路部门于11月底发布的最新规定,网络及电话购票的预售期延长至60天,12月7日乘客即可预订2015年春运首日的车票。

昨日,郑州晚报记者登录12306中国铁路客户服务中心,在余票查询中发现,春运第一天,2月4日从郑州开往北上广等城市的车票大部分售罄,通往省内各市的车票也所剩无几,整个订票页面上最多的是“无”字。

郑州晚报记者 刘凌智

## 2015年2月4日郑州去外地的车票所剩不多

昨日,郑州晚报记者登录了12306官方网站,截至18时30分,2月4日郑州发往全国各地的车票均被抢得所剩不多,很多车次剩下车票为个位数,有些车次只剩一张车票,只有个别车次因时段原因未受乘客青睐。

郑州开往北京	65个车次	24个车次有票(其中,29个车次的高铁中只剩9个车次有票)
郑州开往上海	16个车次	8个车次有票
郑州开往广州	31个车次	15个车次有票
郑州开往长沙	55个车次	19个车次有票
郑州开往西安	57个车次	14个车次有票
郑州开往武汉	71个车次	15个车次有票(其中,高铁的33个车次,只剩下G501的20个二等座)
郑州开往新乡	37个车次	19个车次有票
郑州开往商丘	51个车次	29个车次有票
郑州开往洛阳	59个车次	12个车次有票
郑州开往平顶山	13个车次	5个车次有票
郑州开往南阳	13个车次	5个车次有票
郑州开往信阳	47个车次	12个车次有票
郑州开往三门峡	34个车次	11个车次有票
郑州开往驻马店	40个车次	9个车次有票

## 郑州铁路局各站起售时间

12:00	安阳、安阳东 新乡、新乡东
13:00	郑州东
14:00	郑州
15:00	商丘、商丘南
15:30	平顶山西
16:00	关林、洛阳、洛阳东 洛阳龙门
17:00	晋城、晋城北、南阳 长治、长治北
17:30	东明县、高平、巩义 巩义南、鹤壁、鹤壁东 济源、嘉峰、焦作、焦作东 开封、兰考、临颖、灵宝 灵宝西、渑池、渑池南、民权 南召、内乡、宁陵县、三门峡 三门峡南、三门峡西、唐河 桐柏、卫辉、新安县、许昌 许昌东、偃师、阳城、长葛 长垣、镇平

请继续阅读A04版

# 茅台集团名誉董事长季克良 河南首站到仰韶酒业调研指导



茅台集团名誉董事长季克良(右三)在仰韶酒业办公室合影留念

12月5日,贵州茅台集团名誉董事长、技术总顾问季克良河南首站莅临仰韶酒业进行调研并指导工作。这是继今年11月中国著名白酒专家、中国酒业协会专家组组长梁邦昌来仰韶调研指导之后的第二位国家级白酒专家。据悉,季老此次河南之行,行程安排得非常紧张,首站在仰韶酒业调研完之后,还将去宋河等豫酒企业调研指导。

晚7点左右,季老一行一下飞机,冒着严寒,顾不上休息,就直接驱车赶到河南仰韶酒业位于郑州的总部,刚进入仰韶酒业办公区,当看见迎接多时的侯建光董事长后,亲切地握住侯董的手说:“仰韶酒业发展的

不错,今天过来看望大家。”随后,季老在省酒业协会熊玉亮会长、侯建光董事长、销售公司卫凯总经理的陪同下,参观了具有浓郁仰韶文化气息的办公区、职工餐厅,尤其是在侯建光董事长办公室看到中国书法泰斗范曾先生题写的《仰韶彩陶记》时,对侯建光董事长说:“我和范曾是同乡。”在简单用餐后,季老留下了“陶醉仰韶”的墨宝。

季老作为白酒技术领域的专家型董事长,在酿酒工艺上追求精益求精,在这一点上,与侯建光董事长不谋而合。在听取了侯董就近年来仰韶酒业在生产、技术、质量、管理方面的介绍后,季老对仰韶这些年的发展



茅台集团名誉董事长季克良留下陶醉仰韶墨宝



茅台集团名誉董事长季克良(中)与仰韶酒业董事长侯建光亲切交谈



茅台集团名誉董事长季克良与仰韶酒业董事长侯建光合影留念



董事长侯建光带领茅台集团名誉董事长季克良参观仰韶酒业

以及在工艺方面的创新,给予了高度评价。

仰韶彩陶坊酒是仰韶酒业的核心主导产品,是在原有香型工艺基础上,规范提升,创新工艺,由原来的单粮到多粮,单香型向多香型工艺并存的酿造工艺进行升级改造,开创了白酒史上的先河,成为行业标杆。酿就陶酱型、陶清型、陶浓型、陶兼型等多香型并存的陶香型白酒。季老在认真品鉴后,充分肯定了仰韶酒业变革创新,自成一派、别具一格的陶香型的个性工艺和市场价值!

2013年8月8日,全国著名白酒专家组成的专家组一致论证认为,仰韶彩陶坊酒以其鲜明的个性,独特的风格,确立为中国第十三种香型——中华陶香型,这是中国传统白酒香型的一大创新,也是对仰韶彩陶坊酒的工艺、品质权威的论证和评定,在中国白酒史上创造了一个奇迹。面对白酒复杂多变的市场形势和全国白酒整体低迷的局面,仰韶酒业能够实现每年40%的增长,又一次创造了销售神话。

根据季老此次调研提出的意见和建议,侯董表示,仰韶一定不负季老的期望,一心一意做好酒,把陶香型白酒做大做强,为中国酒业引领世界消费而持续精进,使仰韶文化成为影响人类文明的伟大智慧。同时,以此为契机不断加强管理,进一步健全产品质量控制和追溯体系,大力推进标准化生产,着力提升产品质量,强化品牌意识,塑造品牌形象,提高产品的综合生产能力、可持续发展能力和市场竞争力。