

大风起 小雨落 秋更寒 加衣被 我市今起大风降温



大风天气来临 绿化工人忙修剪树枝。

□记者 杨风轩 赵朝军 通讯员 姬鸿丽 文/图

昨日起,一股较强冷空气开始自西向东影响我国,西北、华北、东北地区南部、黄淮、江淮、江汉以及西南地区东部等地将先后出现降温,部分地区将出现大范围雨雪天气。我市也会受其影响,将有一次大风降温天气过程。

大风降温天气抵我市

昨日下午,记者从市气象台获悉,受较强冷空气影响,今天夜间到明天,我市将出现大风降温和小雨天气,预计有4级~5级西北风,气温明显下降,降温6℃~8℃。4日、5日凌晨最低气温降至1℃~3℃,西南部等山区凌晨最低气温降至-2℃~-1℃。有关部门提醒市民提前做好防寒保暖、防风防火工作。

市区近几日天气具体预报为:
2日夜里多云转阴天,有小雨,3日白天阴转晴,上午局部地区有短时小雨。2日夜到3日西北风4级~5级,气温8℃~13℃。
4日晴天间多云,西北风3级~4级,气温2℃~13℃。5日晴天间多云,气温2℃~15℃。6日晴天间多云,气温4℃~17℃。

注意避让广告牌、树枝

在此提醒大家,大风天气,尽量不走背街小巷,因为城市不少地方会因建筑物阻挡,在一定区域形成风速较高的“狭管风”。此外,市民外出时还需避让广告牌、树枝等。
大风天气,出门最好戴上口罩,保护口鼻健康,并注意每天更换。若有异物入眼,为防异物划伤角膜,千万不要揉,可以多眨眼睛,促进泪液分泌将异物排出。大风

还会加速皮肤水分的流失,故应注意皮肤保湿。
大风过后强降温,大家还应注意保暖,防止疾病的发生或恶化。

勤通风,谨防心脑血管疾病

不少人在寒冷的室外冻了许久之后,觉得进入温暖的室内实在舒适,但您注意了,室内外温差过大也会导致疾病发生。专家建议,应视室外空气情况,每天开窗通风两次,每次30分钟。此外,骑车出行的人,不妨戴上护膝、护腕保护关节。
同时,气温骤降,容易诱发中风、脑梗死、心肌梗死等疾病。心脑血管病人除了必要的保暖外,大风天尽量别出门。若非出门不可,最好在上午10点以后,外出时带上速效救心丸、硝酸甘油等药物。

相关链接

中央气象台发布今冬首个寒潮蓝色预警

自10月31日夜间起,一股较强冷空气将自西向东入侵我国,给北方地区带来大风降温天气,中央气象台当日傍晚发布了今年下半年首个寒潮蓝色预警。
中央气象台预计,10月31日至11月2日,受较强冷空气影响,新疆北部和东部、甘肃大部、宁夏、青海北部、陕西北部、内蒙古西部等地将先后出现6℃至10℃降温,其中新疆西北部、甘肃西部、内蒙古西部的部分地区降温幅度可达12℃至14℃,局部地区可

达14℃以上;上述大部地区将先后出现5级至7级偏北风,新疆山口地区风力可达8级至10级。
与此同时,受冷暖空气共同影响,11月2日到3日,西北地区东部、内蒙古、华北等地将先后出现明显雨雪天气,内蒙古中部和东部偏南、华北北部的局地有大到暴雪。
气象专家表示,本次寒潮天气过程将推动各地新一轮的季节转换,大风降温和雨雪天气将给公众的生活及出行带来不便,公众需密切关

注天气变化,及时增添衣物,注意交通安全。(据新华社)

看耳鼻喉疾病到534医院
微创治疗 轻松了断
耳鼻喉疾病
电话: 65180599

绿色湖滨 助力“三化” 富农惠农 崛起中原

产品开发全面 特色鲜明

——湖滨全产业链之系列产品

□记者 李松战 通讯员 王琼

果园的开发,销售渠道的建设都是为了产品。要赢得消费者的认同和信赖,也要依赖产品的品质。湖滨从产品研发入手,细分市场,根据不同消费者不同的需求特点,开发了十几个系列产品,它们特色鲜明,品质纯正。

五维度透析湖滨果汁

如今,几乎大街小巷皆能买到湖滨果汁,不仅洛阳掀起了湖滨热,还有郑州等地同样出现湖滨热,湖滨缘何如此受消费者欢迎。除了我们之前介绍的湖滨产业链、工艺等优势外,湖滨果汁本身还有许多令消费者信赖的优势。

从历史角度看,湖滨拥有20年纯果汁开发经验,品质纯正。在生产过程中,湖滨人层层把关,严格检验,不断超越。他们想要产品让消费者全家人都信赖。

从行业角度看,如今市场上销售的果汁并不都是纯果汁,湖滨为了让消费者享受到健康纯正的100%果汁,他们以100%的付出和努力,生产纯果汁,呵护大众健康。

从品牌角度看,湖滨专注屋顶包,只做果汁,20年的坚持和专注,塑造了值得信赖的品牌形象。

从营销策略角度看,湖滨营销策略有主有辅,有近有远,有虚有实,规划合理,发展迅速。

从产品差异化角度看,湖滨着重打造“世界的水果产地,中国的湖滨果汁”概念,以独一无二的产地,生产珍奇鲜美的果汁,特色鲜明。

产品开发全面,特色鲜明

湖滨结合品牌与产品的核心诉求,对现有的产品进行了优化升级,确立了以消费类型为基础的产品战略,保留了时尚休闲类、餐饮佐餐类、家庭消

费类、礼品消费类四大类产品。那么湖滨有哪些系列产品?不同系列产品各自的优势或特点是什么?

1.湖滨“世界果园系列 World Orchard Series”拉沃斯(LWOUS),该系列产品以“品全球水果,享世界之旅”为核心诉求,突出原产地概念并强调果源品质的唯一性和稀有特质。

2.湖滨“果里果 GOLGO”高端复合纯果汁系列。该系列果汁又分为针对男士的果里果力和女士的果里果丽,前者追求双重动力,后者强调双重魅力。

3.湖滨“果仕力 GOUSALR”男士能量纯果和“花果仙子”女士鲜花纯果系列。前者从补充体力、抗疲劳等方面选择适合的水果,专门打造男士专属能量纯果饮料概念。后者把鲜花成分加入到纯果汁中,突出美容保健的作用,专门针对城市中青年女性。

4.高端儿童纯果汁系列。该系列果汁针对5岁~16岁儿童。儿童正处于生长期,对维他命的需求高于成年人,纯果汁天然成分的营养诉求与儿童群体较为对应。

5.家庭屋顶包系列和PET系列。前者针对3~5口城市年轻家庭,利用情感营销方式突出家庭纯果汁专属概念,发挥屋顶包包材和技术优势体现品牌专业度,利用品牌诉求体系提升品牌。

后者针对城市家庭消费,利用产品大容量、促销装的“实惠”优势,勾起消费者的求实消费;营销方面,PET系列定位较屋顶包低,配合屋顶包作组合促销。

6.湖滨果素纯水8% PET系列。果素纯水不同于水,也不同于饮料,兼顾了口感和售价,同时又具有天然水果的营养诉求点。

湖滨果汁产品开发全面,重点突出,各系列产品定位明确,特色鲜明。正是有了如此细心和深入的研发,为湖滨果汁赢得消费者信赖奠定了坚实的基础。

