

## 市路网中心发布端午出行攻略

## 全市普通国省干线流量预计平稳

**晚报讯** 端午假期即将来临。昨天,市路网中心发布端午出行指南,结合近年假日交通大数据,为市民端午出行提供指引参考。据预测,今年端午期间南通市普通国省干线路网流量预计总体相对平稳,短途出游人数增加,流量较平时有所上升,约1.38万辆/日,比去年同期上升接近20%,速度预测64公里/时。

记者了解到,21日下午4时开始交通流量逐渐增加;随着节日假期临近结束,24日下午5时返程交通流量开始增加。假期高峰时段:上午9~11时,下

午5~7时。

路网中心提醒,小长假期间,全市国省干线有部分路段封闭,具体为:S225启东段与边糞线交叉口段进行槽下穿改造施工,这期间中断双向交通,过境车辆需经通港大道绕行至328国道;S222通州段恒兴桥拆复建改造对K30+849中断双向交通,禁止机动车通行,非机动车和行人可从西侧新搭建便桥通行;S335启东段大洋港桥K0+530至K1+465进行通扬线通吕运河段航道整治工程施工,这期间中断双向交通,过境车辆交通分流:(1)如意大道-G328-通港大道北延;(2)天汾大道-新S335-通港大

道。此外,大洋港桥东西两侧的本地社会车辆从北侧新建的鹤港大桥绕行至外围通行。

选择自驾出行的市民,可以关注“江苏路网”官微,查询实时路况。同时,节日期间,南通市普通国省公路4个服务区 and 5个停车区均正常运营,免费提供停车、热水、如厕、休息,为人民群众出行提供优质的服务。4个服务区为G228栟茶服务区、G228直镇服务区、G328通州湾服务区、S603磨头服务区。5个停车区为G228十总停车区、S335余北停车区、S222四甲停车区、G228启东停车区、G328姜海停车区。 记者彭军君 通讯员刘艳 杨京桦

## “小记者”逛市场

“夏天的味道”陆续上市  
通农物流  
水果供销两旺

**晚报讯** 今天是夏至。记者昨天从通农物流获悉,杨梅、桃子、荔枝等当季水果开始热销,南通本地的杏子、李子等多种水果也陆续成熟上市,水果区内品种丰富,供销两旺,爱吃鲜果的市民可以一饱口福。

夏季是一年中水果最为丰美的时节。眼下,一年中吃杨梅的最好时节已经到来。作为“黄梅天限定”水果,杨梅每年的采摘时间只有半个月左右,要想吃到新鲜、高品质的杨梅可谓“和时间赛跑”。通农物流目前销售的杨梅品种有东魁杨梅和荸荠杨梅,目前价格在8~11元/斤,一小箱毛重9斤的杨梅价格在90元左右。

同样在夏季成熟的水果还有桃子。目前,通农物流的油桃价格在2~5.5元/斤,毛桃价格在1.5~3.5元/斤,水蜜桃价格则相对贵些,目前在9.5~13元/斤。

“夏季荔枝品质最好,近日也迎来销售旺季,每天一车一车的荔枝从水果市场销出,络绎不绝。荔枝季节性很强,如果错过就要等明年啦!”通农物流水果区有经营户向记者透露,荔枝到了丰收季,价格也便宜许多,目前市面上最好吃的当属桂味荔枝,价格在70元/箱左右。

记者严春花  
通讯员吴颖 曹丹舟

南通西站假期运输方案出台  
预计日均发送旅客1.1万人次

**晚报讯** 端午小长假来了,此次假期运输期限自21日起至25日止,共计5天。假日期间,南通西站预计发送旅客5.5万人次,日均发送旅客1.1万人次,与去年相比增加40%。其中,客流最高峰将出现在21日、24日,当天预计发送旅客1.3万人次。

19日上午9时许,南通西站候车大厅内,已经有不少旅客在排队候车。市民钱女士带着儿子“错峰”出行,计划搭乘G3288次列车前往西安:“孩子在上幼儿园,特意请了假,趁暑期大军来临前出游,在西安转转。”2023

年端午假期是今年上半年最后一个小长假,假期处于中高考之后,临近暑运,学生及家长群体出行意愿强烈。从客流成分来看,以学生、旅游、探亲客流为主,呈现“两头高、中间缓”的特点。

南通西站相关负责人告诉记者,从预售票看,南通西出发的热门方向主要集中在徐州、南京、上海、郑州、西安、济南、青岛、成都、重庆等城市。端午期间,南通西站每日开行列车约70趟。

记者彭军君

出入境客流  
将迎“小高峰”

**晚报讯** 22日至24日,南通兴东国际机场口岸将迎来端午假期出入境客流高峰,南通边检机关发出温馨提示。

据了解,22日(端午)、23日、24日均有出入境航班计划。随着暑假即将到来,加之高、中、考结束等多重因素叠加,跨境短途游等热度近期上升明显。为做好端午期间口岸客流高峰应对工作,南通出入境边防检查站将根据旅客流量,合理分配人工查验和快捷通道通关比例,提前加开验证通道,科学安排执勤警力,确保通关高效,缓解客流压力。

记者彭军君  
通讯员沈莘皓

## “田田”早知道

## 走进“枝江真年份”②

## 再创辉煌,枝江酒业砥砺前行



枝江酒、贵州醇南通展示厅落户通州综艺金融港。

以大单品提升营收驱动品牌成长,已成为当下酒企走向成功的重要路径之一。

江苏综艺集团入主后,将“真年份”系列产品作为大单品来打造,取得显著成效。截至目前,枝江“真年份”系列产品销售占比已超过总销量的40%,其中枝江“真年份”6年更是显露出大单品潜质,销量在该系列中占比超过60%。

枝江酒业,不仅是曾经的湖北省白酒行业翘楚,也曾连续十年位居全国十强,后因种种原因陷入困境。2020年8月,综艺集团收购枝江酒业,在深入剖析其潜在与现实优势以及“短板”的基础上,确定了企业的脱困复产、新品开发和提升市场竞争力的详尽方案。在产品层面,核心动作就是删繁就简、突出重点,即砍掉65%以上老产品,推出以“真年份”定位的战略主导产品。当年第四季度,枝江酒业即推出具有里程碑意义的枝江“真年份”系列3年、6年、12年三款产品,此后又相继开发谦泰吉酱酒“真年份”5年以及涵盖了100~1000元价格带“真年份”1年、2年两款产品,由此建立了新时期枝江酒业以纯粮酒、零添加和真年份为核心价值诉求的产品矩阵。

“枝江真年份”产品新定位与目前市面上的不少白酒做出了显著区

分。酿造原料,“真年份”系列产品坚持纯粮酿造,坚守传统固态酿造工艺;陈化时间,拒绝任何年份虚假,保证酒体为100%足年份陈年老酒;产品成分,秉持真实年份老酒自然口感,拒绝任何化学添加剂,只做原汁原味原浆酒。

“真年份”系列产品作为枝江酒业的核产品,主打中高端市场,已收到良好市场反馈。枝江“真年份”新品上市第一年,实现销售额1.4亿元。2022年,“枝江真年份”仅在湖

北宜昌一地年销售额就突破6000万元,其中70%以上为600~1000元以上价位的“真年份”产品。今年枝江酒业再创辉煌,除在当地保持旺盛销售势头外,在全国市场拓展也是捷报频传。

消费者普遍认为,“枝江真年份”产品通过全新的包装、全新的内涵进行焕新提档升级,同时百分之百的足年份、零添加、纯粮酿造,不仅看着舒心,更让人喝得放心!

·中意·

