

飞机火箭轮番上阵增雨

“运七”、“运12”飞机同时投入作业,全市共发射352枚火箭弹

本报2月27日讯(记者 张杰) 为缓解持续140多天的旱情,将更多的雨水留在岛城,26日开始,青岛市气象局积极开展人工增雨作业,并首次实施了人工增雨双机作业。据介绍,这两架人工增雨飞机分别为山东省气象局人影飞机“运7”以及由青岛市政府协调北海分局支援的海监飞机“运12”。

“这两架飞机将在天气条件

合适时,在空中播撒固体二氧化碳即“干冰”。”市气象台人影办工作人员杨凡介绍。

为更好地开展本次人工增雨作业,承担此次作业飞行任务的“飞龙”公司更是派出了由拥有飞机增雨作业飞行一级起降证、参加过汶川地震救灾任务的特级飞行员专门执行此次增雨作业。2月25日下午,增雨作业飞机顺利抵达青岛流亭机场。25日

晚6点,全体指挥人员和专家就位后,开始对降雨云系分布及走势以及飞行航线进行精确分析。26日下午,山东省气象局人影飞机“运七”于13:48支援青岛市,飞抵青岛胶南、胶州等区域展开作业,14:50结束第一轮作业。14点11分,“运12”飞机满载着增雨催化剂——干冰和作业人员,迎着浓浓的云雾,从流亭机场起飞,奔赴作业区域。据介绍,此次

作业高度在3000米,在增雨条件最合适的平度、莱西、即墨和崂山上空作业后,于15:47返回流亭机场。据作业飞行员介绍,飞机升空后基本都是在雨中飞行,作业效果明显。

晚上,双机进行了第二次人工增雨飞行作业。其中山东省气象局人影飞机飞行作业时间是在20:00—20:55,北海分局的海监飞机飞行作业时间是在22:00—

27日00:10。

据杨凡介绍,此次人工增雨作业为青岛市历史上全区性的大规模立体人工增雨作业。全市24个火箭作业点共组织开展了109架次地面火箭增雨作业,发射火箭弹352枚。共组织了8部地面碘化银发生器,开展增雨作业20次。据悉,26日10:10开始,胶州铺集率先开展了此次人工增雨作业,之后其他各区市相继进行增雨作业。

胶州 7枚火箭弹升空 春雨绵绵润岛城

本报2月27日讯(记者 张杰) 2月26日晚上8时30分,记者跟随胶州市气象局工作人员来到位于胶州市区西10公里远的一处麦地里,对人工增雨进行实地探访。

据胶州气象局刘局长介绍,此前胶州市已经连续168天没有有效降水,当地25万亩农田受旱,前期虽通过灌溉缓解了15万亩,但旱情仍然比较严重。

27日晚8点左右,记者赶到现场时,5名发射工作人员早已经架设好火箭架。“我们白天一直在这里待命,随时准备发射火箭弹,实施人工增雨。”火箭发射手匡伟告诉记者。在火箭发射架西面,一条长达25米的电线一直伸至操作汽车旁边。“人必须离开发射点25米以上,以确保安全。”胶州市气象局工作人员

堵书涛介绍说。

8点36分,电阻测量完后,工作人员小心翼翼地取出两枚火箭弹,装进发射架。记者看到这种火箭架最多能装8枚火箭弹。每一个火箭弹约有80厘米长,安装完毕后工作人员让所有在场人员退到25米以外安全区域。

9时5分,空域申请成功,一共给了三分钟时间。堵书涛开始倒计时,“五、四、三、二、一”。9时7分,随着一声巨响,火箭弹瞬间冲向天空,随即隐没。火箭发射架周围被白色的浓烟淹没。大约一分钟后,另外一枚火箭弹随即冲出发射架……此次共发射了4枚火箭弹。

9时22分,同样的程序,三枚火箭弹又被送上天空。此时,雨量明显加大,地面已经被工作人员踩得泥泞不堪。



▲26日晚,在胶州市区西10公里远的一处麦地里,胶州市气象局工作人员在发射火箭弹催加雨量。 本报记者 张晓鹏 摄

全市普降中到大雨 平均降水22.2毫米



▲胶州市胶西镇65岁农民薛志宽在查看雨后的麦苗,看到根部土壤得到湿润后,脸上露出笑容。 本报通讯员 刘振华 摄

本报2月27日讯(记者 张杰 姜萌 陈海芹)

2月26日9时至27日16时,岛城普降中到大雨,青岛市出现全区性降水天气过程,全市平均降水量22.2毫米,其中最大降水量出现在崂山区泉心河水库,为43.5毫米。记者从青岛气象台获悉,目前本次降水基本结束,青岛市当前旱情基本解除,未来几天岛城无明显降水过程。

据青岛气象台预报,28日岛城天气以阴为主,局部零星小雪雨转多云,北风4到5级,最低气温为-5℃,最高气温5℃。3月1日至3日,岛城以晴间多云天气为主,无明显降水,气温将小幅回升。

在青岛某外企上班的邱小姐告诉记者,这个冬天

感觉吹在脸上的风都是干的。“周六出门时,吹在脸上的风明显感觉湿了,我特意没有撑伞,感受了下这盼了一个冬天的雨。”

27日上午,天空还是雾蒙蒙的,并不时地飘落零星雨点,即墨市北安街道办事处农民李孝可赶紧跑到自己的麦地里,拔出一把麦苗,然后将手放在麦苗下的坑里面,测试这场雨下渗了多少,以了解这场雨的效果。



胶南 小麦浇水 每亩多补10元

本报2月27日讯(记者 孟艳) 胶南市将在中央、青岛两级补助的基础上,再按照每亩10元标准给小麦浇水补助。近日,记者从胶南市抗旱指挥部了解到,眼下,浇灌返青水成为保证小麦生长、夏粮丰收的关键,胶南市已经安排680万元专项资金,用于生活用水水源开发、农业抗旱灌溉工程建设和小麦灌溉补助。

记者了解到,针对当前

的旱情,中央和青岛两级对小麦浇水每亩分别补贴10元,为将旱灾损失降到最低,确保今年夏粮产量,胶南市财政将对小麦抗旱浇水每亩再补贴10元。待天气转暖,适宜麦田灌溉时,此补助将全部发放到位。预计到3月底前,所有小麦浇一遍返青水约需水量1740万方,从现有水量看,基本能满足农田灌溉用水需要。

微博“全家福”隔空传浓情

君乐宝成就家庭关爱

微博以其快速、便捷的形式于2009年入驻中国互联网世界以来,迅速发展成为人们日常生活中不可或缺的部分,“织围脖”已成为当下人们最热衷的交流平台之一。微博“打拐”、微博“拜年”等形形色色的“微活动”一度引发“热效应”,微博正在打破传统的媒体传播格局。近日,华北区域最大的乳企君乐宝在微博上首开“健康一家人,欢乐全家福”活动,再度掀起微博上的讨论热潮。

微博“全家福”隔空传情

作为Web3.0新兴起的一类开放互联网社交服务,微博在最大限度上满足着人们对于互动交流的需求。它的高度开放性,也让基于此的情感表达更加直接和自由。

随着微博“病毒式传播”效应的展现,君乐宝乳业发起的“健康一家人,欢乐全家福”活动在新浪微博上得到网友的“一呼百应”,活动在开始后短短一周内,为君乐宝官方微博吸引粉丝过千人。参与此次“晒全家福”活动的网友“谢和小宝贝”告诉记者,她上传了一张“四世同堂的全家福”照片,爷爷奶奶今年80多岁了,孩子刚满1周岁,今年特地把孩子带回家给爷爷奶奶看

看,临走前,照了这张四世同堂的照片留作纪念。照片上传后,“谢和小宝贝”收到了不少有着相同经历的网友的回复和祝福,她坦言,“这种温暖的感觉是以前没有体会过的”。

专家表示,君乐宝“晒全家福”实际上代表着微博作为媒体的一个代表性的特征,即短时间内唤起公众对某一情感的共识和表达。本次“晒全家福”活动借助微博这一新兴媒体平台,提供给众多的网友们寄托节后思念之情,记录团聚美好时刻,延续君乐宝品牌家庭关爱的品牌主张,诠释出其“健康一家人”背后的品牌理念,为品牌积累了知名度和良好的口碑。

“微博营销”剑指何方

据上海交通大学舆情研究实验室发布的《2010中国微博年度报告》显示,截至2010年10月,中国微博访问用户规模达1.25亿人,65%的人曾在微博上追随品牌活动和信息。在微博入驻互联网后,随着微博话题的深入及活动形式的多样性,网民爆料的首选媒体更多地转向微博。而2010年网络重大活动热度靠前的50起案例中,微博收发的有11起,占到总发起量的22%。

作为一种新兴的营销手段,“微博营销”让不少企业尝到了甜头,而“微博营销”的成功之道究竟指向何处?对此,有营销专家认为,由于微博平台信息量过大,流动速度过快,赢取成功的基础还是在于如何获取粉丝的关注和

信任。君乐宝微博“健康一家人,欢乐全家福”活动能够争取到大量网友的热情参与,抛开其中奖品的功利性“诱惑”之外,更重要的因素是这一活动的主旨在思想上引起了网友的情感共鸣。

“企业微博元年”之称的2010年已过,更多的企业已经加入了微博营销的混战之中。在这个企业寻求人气聚集的战场之中,更多的关注与寻求用户需求与沟通方式将成为微博营销的关键砝码。随着更多的企业参悟“微博营销之道”,我们也期望看到有更多类似君乐宝“健康一家人,欢乐全家福”的活动,在其品牌理念的指导下,切实从受众心理需求出发,倡导更多的家庭关爱理念和人文关怀。