口臭口干 对因治疗是关键

熬夜、烟酒过量、饮食肥腻、精神紧张、年老体弱都会产生内热,出现口干、口臭、口腔溃疡、胃灼热痛、肠燥便秘等症状。若肝失疏泄,使人体气机紊乱,久郁化火,灼伤津液,气血津液代谢失常而内外分泌紊乱。也就是人体"阴液——血、精、津液"亏损,即胃液、肠液、唾液等腺体分泌障碍或不足,产生胃灼热痛、口腔溃疡、口干口臭、肠燥便秘,严重时使脾胃消化代谢能力减弱,加重对糖脂等营养消化代谢的压力,应及时加以治疗。

口臭口干治疗的关键在于滋阴生津,清热泻火,行气消积三管齐下:阴液充裕可以滋养脏腑,改善消化代谢功能;养阴泻火可排除虚热内火;行气消积,使气机顺畅,疏肝解郁。患者可选用"养阴口香合剂"。

养阴口香合剂名牌产品,国药准字专利产品,精选贵州鲜品金钗石斛;善补阴虚,补五脏,强阴益津。配以12味地道药材,每次30ml,量足药好。治疗口臭口干、口腔溃疡、牙龈肿痛(牙周炎)、肠燥便秘、胃灼热痛等效果良好。有糖耐量异常者代谢功能患者可按说明书使用。建议患者按疗程使用,调整生活习惯,效果更佳。"养阴口香合剂"养阴生津、口香常在。

"养阴口香合剂"(OTC)贵州万顺堂生产,全市各大药房有售。

批准文号:国药准字z20025095 黔药广审(文)2012040056号 上海备案号:2012年4月28日 请按药品说明使用或在药师指导下购买。 电话:62041665

妙用小苏打 健康新生活

在美国生活多年,习惯了使用小苏打,用小苏打清洗水果蔬菜,用小苏打清洁厨房卫生间,小狗在地毯上尿尿了用小苏打吸湿,零零总总,无需赘述,小苏打已是我生活中不可或缺的部分。

去年回上海生活,竟没有找到小苏打,洗涤剂我根本不想用,连生活都遇上了大麻烦。所幸中秋节朋友送了一份礼品,一看到那个铁锤标识,我就激动了,这不就是我一直在找的艾禾美小苏打嘛?!

问过才知道,原来九州通国际与切迟杜威合作,将艾禾美小苏打系列产品引进了中国,并与新民晚报好吃周刊合作,介绍给更多的读者。

小苏打是一种天然物质,其水溶液呈弱碱性,可以中和酸性物质,而农药、污渍等大多为弱酸性,通过小苏打的中和作用,不仅能清除农药、污渍等,更有益于人体健康。世界上优质天然小苏打绝大部分存于美国和加拿大少数小苏打矿藏中。ARM & HAMMER 艾禾美是美国最大的纯天然小苏打生产商之一 Church & Dwight 切迟杜威有限公司旗下的专业小苏打品牌,有着167年的历史,艾禾美小苏打以其高纯度和高质量,成为世界知名的小苏打品牌。

艾禾美小苏打(美国销售明星产品),净含量:227g,价格:8.5元,两盒起售;小苏打摇摇瓶,净含量:340g,价格:25.8元;艾禾美清新洁净牙膏/亮白洁净牙膏(美国原装进口),净含量均为121g,36.8元/盒。订购热线:62173974,13916501360,货到付款,快递费10元,购物满100元,送25克清新洁净牙膏。

"海科"牌直饮水机 全新水机上市

四大功能九大系统为您的健康保驾护航

越来越多的人已经认识到长期饮用纯净水对人体健康不是很均衡。虽然政府大力改造管道保护水资源,但管道老化和水箱用水会造成杂质及重金属超标,水保鲜氯气超标,诸多原因造成直饮水不达标。为改善市民的饮用水健康,本报活动部携手上海纳福生物科技发展有限公司提供最新一款能量活化水机,它是目前市场上最高级别的家庭能量水处理设备。该产品具有四大特点:净化、矿化、活化、磁化。九大系统:1、高品质PP纤维过滤棉芯;2、美国原装纳米KDF(铜锌合金+精密活性炭滤芯);3、离子交换树脂滤芯;4、麦饭石滤芯;5、负离子滤芯;6、BIO负电位高能量滤芯;7、UF中空纤维超滤膜;8、专用载银微晶炭;9、强力磁化系统。

本产品原价为2980元,现特惠价为2500元。凡符合以下任何一条即可享受补贴价:

《新民晚报》读者俱乐部会员;

曾订阅过《新民晚报》三年的读者;

凡年满60周岁的读者。

温馨提示:原使用纳福生物水机的客户,购买此款水机均可享受以旧换新价1000元。

《新民晚报》活动专刊部

上海纳福生物科技发展有限公司

公司地址:曹杨路1258弄36号

订购热线:021-62105999 15002166678

喜庆文化内涵彰显 加多宝春节热销

尽管蛇年春节期间寒气逼人,但丝毫没有影响市民的购物热情。春节前后酒水饮料市场火爆。尤其是饮料产品增长势头强劲。这其中,连续6年蝉联全国罐装饮料销售额遥遥领先的红罐凉茶加多宝春节市场再发力,销量继续稳居凉茶行业领军地位。

通过多家大型超市及卖场了解到,在2013年春节期间加多宝销量均比往年同期增长了30%-40%。"过吉祥年,喝加多宝",在2013年的这个春节,加多宝真正做到了将喜庆吉祥的祝福送到每一位中国百姓身边。

市场:加多宝领跑春节 好凉茶实至名归

春节对中国人来说,不仅仅是一个节日,更是一个全家团圆的日子,家家户户积极置办年货,让全家老少共享,置办年货成为一种超越消费行为的举动。

"本以为年前购买的8箱加多宝够喝,年初八就喝完了,这不又来准备买些元宵节喝。"在家乐福长宁店,正在采购加多宝的崔阿姨说,"每年置办年货都少不了加多宝,让家人在喝加多宝时体会到新年的喜悦,享受团圆的那份年味。"

尽管春节前后市场上饮品种类繁多,但是凭借罐装饮料的口碑效应和行业领先的高品质产品,红罐凉茶加多宝成为饮品市场上最具人气的产品之一。

据加多宝品牌管理部副总经理王月贵介绍,加多宝多年来一直是春节期间的明星产品,不管是自用还是送礼都是春节的上佳饮品,"大家也都知道,虽然更名了,但加多宝一直使用的是凉茶始祖王泽邦先生祖传百年的秘方,配方、工艺、口感、内涵都不改变。加多宝不仅为消费者春节的餐桌增添一款健康的饮品,也为人们带来了一段美好的节日回忆,陪伴人们度过了一个又一个愉快的新春佳节。"

品牌:打造喜庆文化 再度释放正宗魅力

凉茶,是中华养生文化的标签,蕴含着中华民族特有的精神价值与思维方式,被看做传播民族传统文化的重要载体。春节则是中国人的精神图腾,是传统民族文化中一个最重要的符号,蕴含丰富的文化内涵。人们非常注重亲情、友情和爱情,更加看重团圆和团聚,这些都与加多宝喜庆文化高度融合统一。无论是除夕夜的团圆饭,还是春节期间的走亲访友,都是一种过年的仪式,都是对中国传统文化的继承和发扬。"加多宝在致力于推广正宗凉茶、传播凉茶文化的同时,更赋予凉茶健康吉祥的喜庆文化内涵,成为人们表达真挚情感、寄托真诚祝福的绝佳载体,使加多宝凉茶绽放新魅力。吉祥、喜庆已成为加多宝核心的品牌资产之一。"王月贵说。

据王月贵介绍,加多宝在包装上以中国红为主色调,让消费者"看"到加多宝的喜庆文化;产品在主题营销上喊出"过吉祥年,喝加多宝"的传播口号,让消费者"听"到加多宝的喜庆文化;在春节开怀畅饮时刻,消费者用味蕾细细"品"味加多宝的喜庆文化。在喜庆的气氛中,举国共欢庆,从小家喜庆到国家喜庆,加多宝将喜庆文化发扬光大。

王月贵表示,近几年出现的各种新民俗渐成气候,被越来越多的老百姓所认可和接受。比如看春晚、短信微博拜年、身着唐装走亲访友等,我们也希望春节期间全家上下"喝加多宝,过吉祥年",能成为国人的新民俗,为我国民俗年增添新风尚。

而业内专家指出,中国人过年重喜头,既是传统观念,也是人们对幸福生活的向往与追求,符合当下民众的诉求,加多宝倾力打造的喜庆文化内涵与这种诉求不谋而合,也正因如此,加多宝成为众多国人过年必备、聚餐上选、探亲送礼之选也是情理之中的事情。

营销:剑指春节 加多宝奏响贺岁营销最强音

有人曾说,2012年上天赐予了加多宝一个礼物,这个礼物就是《中国好声音》。业界纷纷对该节目给加多宝带来的传播效应给予不少赞誉,同时认为,这是双方一次互相拉升的双赢局面,也不难看出加多宝在营销上的强劲势头,十分抢眼。

紧接着在去年的12月1日,细心的观众就发现加多宝的新广告在央视、各大卫视及地方台同时高调亮相,再次抢占春节营销的先机。更让人关注的是,加多宝新广告的主题为"过吉祥年,喝加多宝",春节的喜庆气氛扑面而来,无论是开门有礼,还是回家团圆、亲友相聚等传播主题,都深深打上了春节所特有的烙印,无一不迎合了人们盼福和喜好圆满的传统习俗和心理需求,与消费者产生了共鸣,拉近了加多宝与消费者的距离。

据了解,在2012年,加多宝提前三个月实现了全年销售目标,完成了品牌的华丽转身,也让加多宝有更充裕的时间精心谋划2013年春节营销。为应对蛇年春节市场,加多宝更是打出了一套别有章法的"组合拳":先是大手笔拿下湖南卫视2012年跨年演唱会的独家冠名权,尔后又成功将央视元旦跨年晚会、浙江卫视跨年演唱会的特约权和冠名权收入囊中,紧接着再度发力,强势拿下央视《新闻联播》后标版一单元正一位和《天气预报》1+1广告位,占据央视黄金资源中的黄金资源,风头一时无两;随后又携手凤凰卫视《锵锵三人行》、冠名辽宁卫视热播栏目《本山带谁上春晚》,这一套漂亮的"组合拳"打的可谓是虎虎生威、风生水起,赢得业界满堂喝彩。业内人士对此表示,一方面是其喜庆文化内涵的延续,另一方面将更加巩固加多宝作为凉茶行业领导者地位。

据加多宝相关负责人介绍,在春节前后频频出手与多家强势电视台合作,一方面是希望加强与消费者的感情沟通,继续传递加多宝品牌正宗内涵;另一方面是希望将饱含喜庆元素的红罐加多宝凉茶对全国人民的美好祝福传递出去,伴大家喜庆过大年。

业内人士分析称,在加多宝实现品牌成功转换的初始阶段,携手强势媒体,也是其特有的大营销文化使然。从加多宝此次娱乐营销布局看,加多宝携手冠名的多家电视台刚好贯穿东、南、中、北,发力范围基本覆盖全国,显然是有意为之并经过精心运筹,彰显了加多宝独到的营销眼光和娴熟老道的营销手法。

"连续六年蝉联全国罐装饮料销售额遥遥领先,加之多年在春节市场上的抢眼表现,表明加多宝已经成为行业当仁不让的领导者。"一位市场分析人士指出。随着加多宝品牌转换步伐的深入推进,加多宝未来快速增长可期。而加多宝在春节期间的热销不难看出,加多宝在用大眼界和大气魄,为亿万消费者营造一个喜庆红火的中国年。