



## 雨水不肯“光临”，本周“烧烤”继续

### 下周初，受冷空气影响，合肥等地有望短暂“退烧”

□ 记者 祝亮

近来，江淮大地持续区域性的高温天气。不但白天烈日如火，就连夜晚和早晨也让人汗流浹背。难怪很多市民和网友都称最近的天气为“烧烤”、“发烧”、“桑拿”……市场星报、安徽财经网记者从气象部门获悉，这样的酷暑天气至少要持续到本周四，而合肥等地有望在下周初迎来短暂的清凉。

### 高温预警，全省都“有染”

记者从省气象台发布的高温预警图上发现，预警范围已经覆盖到了全省所有市县。而蒙城、泾县、利辛、涡阳、亳州、南陵、繁昌、青阳、芜湖、郎溪、旌德、当涂等地则发出了级别较高的高温橙色预警信号。发布高温橙色预警信号意味着这些地区将出现37℃以上的高温天气。

由于气温高、湿度大，体感更为炎热，气象部门提醒公众避免中午最为炎热时段外出，尽量呆在室内避暑，同时可以喝些绿豆汤、凉茶来驱除暑气。

### 高温至少将持续到本周四

根据省气象台的预报，预计5日前全省基本无降水，为持续晴热高温天气。也就是说在本周四以前，我省几乎所有地区的最高气温都在35℃以上，部分地区最高气温将达到37℃以上。最高35℃的日子被称为“高温日”，最高气温若是达到37℃，则是“酷暑日”。

### 下周初，“烧烤模式”或暂停

据气象专家预计，6~8日，受冷空气影响，我省将有降水过程，并伴有强对流天气，其中淮北降水较明显。不过此轮降水给合肥带来的降温并不明显。合肥此轮高温将持续多久？根据中国天气网的中长期预测，有可能会持续至少一周的时间，下周初，日最高气温可能降至32℃左右，最低气温可能降至22℃左右。

副热带高压控制下，天气又以晴朗为主，所以经常会有一碧如洗的天空，能见度度和空气质量都跟着升高。

昨晚，合肥的天空出现了一抹让人惊艳的紫红色晚霞，来自天鹅湖、董铺水库等区域的落日晚霞照片再度刷爆了朋友圈。而未来几天，晚霞仍会以各种姿态，出现在大家的视野当中，就坐着欣赏吧！

## 外面好似“蒸桑拿” 里面凉爽又“悠闲”

### 合肥多个社区开放纳凉场所

□ 焦伟伟 刘亚萍 星级记者 俞宝强

炎炎夏日，合肥社区有纳凉休闲场所吗？当然有！8月2日，市场星报、安徽财经网记者从蜀山区获悉，该区近日开放了“城市生活驿站”、“老年活动中心”、“党群活动中心”等纳凉场所供居民避暑。

### 消暑茶水免费喝

昨日上午10时，记者来到合肥市丁怡小区的老年活动中心，发现几位老年街坊正在打牌消遣，室内多台吊扇同时启用，室温还算凉爽，管理员孙国英在一旁不时为街坊们添加茶水。“夏天，人容易上火，喝绿茶有一定的清热降火作用。”孙国英为此早早就准备好了茶叶，每天烧上十几壶的开水，向来活动中心的街坊免费供应。

来这里参加活动的小区居民王奶奶说：“社区不仅开放凉爽的室内场所给她们活动，每天还提供茶水。服务真的很周到。”

### 看书上网吹空调

下午3点，记者又来到位于丁香家园小区内的城市生活驿站，这里已经非常热闹，

各种功能不同的专用功能室吸引了一大批街坊来此消暑。孩子们在乐智小天地里玩玩具，年轻人在电子阅览室上网“冲浪”，爱阅读的街坊在阅览室读书看报，电影发烧友则通过多媒体室的“大银幕”享受视觉“盛宴”……

社区52岁的孙阿姨说，“每天下午室外阳光毒辣，我们就来社区城市生活驿站边聊天‘吹空调’。从下午3点一直坐到5点，再回家煮饭。”

### 娱乐健身请随意

当天，在丁岗社区城市生活驿站楼上的南七街道文体活动中心，几名街坊正在文体指导员李大爷的示范下，使用室内的健身器材，旁边两名中学生正围着一台乒乓球桌“鏖战”，左边的排练厅内，几名阿姨正在排练新学的广场舞。这里还有几位老年人在一边的棋牌室打牌下棋，旁边的空调已开到27℃，室内很是凉爽。

“这里比家里凉快多了，人多还热闹。”李大爷说，平时没事就来这活动。“既可以为街坊服务，又能躲避外面的酷暑”。

据了解，南七街道辖区的不少活动场所面向辖区居民全天开放。

## 直面竞争 主动进攻，美的空调精品赢未来

“美的空调因为有你们才有今天的成功，你们是美的空调的未来和希望。”8月1日，美的空调2016年新品发布会暨经销商大会在北京国家会议中心隆重召开，来自全国各地、超过两万名的经销商和代理商，通过线下会场和线上直播平台，共同见证这一年度盛况。

会上，美的家用空调事业部总裁吴文新发表了“团结一心，直面竞争”的主题演讲，号召所有美的空调员工及合作伙伴，继续保持“主动进攻”态势，积极应对市场竞争。同时，美的空调也现场发布了“舒适星、省电星、风尊”等系列新产品。至此，美的空调主销产品阵容达到12个系列，157个型号，为美的空调2016冷年市场竞争打下坚实的基础。

### 直面竞争 美的空调率先打响冷年“第一枪”

在刚刚过去的2015冷年，面临宏观经济下行，行业库存高企，市场需求低迷的艰难局面，美的空调通过产品创新和主动进攻，据产业在线2014年8月-2015年6月的数据显示，在整体内销出货量同比增长1.8%的行业格局下，美的空调内销出货量仍然取得7.2%的同比增长，是行业平均水平的四倍，也是中国家用空调市场增长速度最快的品牌。

面对2016冷年，业内人士表示，“价格战”或将持续，但也可以看到家用空调内销市场还是非常巨大的。一份来自奥维咨询的分析报告显示，2014年我国城市家庭每百户空调保有量136台，农村家庭每百户空调保有量

仅有32台，两者相比，农村市场为未来的空调市场预留了巨大增长空间。另外一组数据显示，我国2005年家用空调的保有量已达1.2亿台，这些老空调如今都超过8至10年的合理使用年限，空调市场也迎来更换高峰期。

今天，美的空调在2016冷年的第一天，选择在北京国家会议中心，与全国两万多名经销商和代理商代表“齐聚一堂”，率先打响2016家用空调行业的“第一枪”。业内人士表示，作为中国家用空调行业的领导者，美的空调推出的新产品和新技术又将树立新的标杆。

### 精品战略 从满足行业标准到超越用户需求

“工欲善其事，必先利其器。”面对未来市场竞争，吴文新强调，美的空调将继续坚持“精品战略”。在开盘会上，美的空调隆重推出“舒适星、省电星、风尊”等系列新品，加上2015冷年畅销的“一晚一度电、制冷王、制热王、静音王、儿童空调、圆形柜机、双贯流”等明星机型，主销产品已达12大系列，157个型号，拥有行业内最强的精品阵容。

其中，美的空调今年新推出的“舒适星”，在现场展示区吸引了很多经销商和代理商的目光。美的家用空调事业部技术副总裁李强介绍，“舒适星”是美的和国际顶尖咨询公司



美的空调智能化工厂一角

AC尼尔森合作研究消费者需求后推出的一款产品，直接解决了普通空调“风不自然、风太硬”的消费痛点，是目前全球首款“无风感”空调。美的“舒适星”空调利用了空气动力学分析的“降速增压”原理，创造性地开发出“微孔导风”系统，在0.048平方米的导风板上，设置了1906个“排列有序、方向不一、大小各异”的微型气孔，共同组合成最有成效的散风装置，让集中的气流疏散成众多细微的气丝。当然，美的“舒适星”空调并不是简单的更换导风条，内机90%以上零部件均为全新设计。截至7月底，美的“舒适星”空调已申请88项独创国家专利，获得中国质量认证中心中国首款“舒适性认证”和“智能化认证”。

吴文新介绍，从满足行业标准到超越用户需求，保证每一款产品都是精品，美的空调每年在“精品战略”上的投入高达数亿元。未来五年，美的空调还将投入50亿元，对国内六大生产基地进行升级，全面实现自动化、智能化、信息化，为千亿目标打下坚实的基础。

### 主动进攻，大品牌大投入大未来

虽然2015冷年中国家用空调市场经历

了血腥的“价格战”，但我们不得不承认，“价格战”也是一把“双刃剑”，在加剧行业“白热化”竞争的同时，也促使品牌集中度进一步提升。据中怡康统计数据，2015冷年美的、格力、海尔三大品牌的市场份额总和达到68.35%，较2014冷年高出4个百分点，大品牌在“价格战”竞争中更占优势。

美的空调强大的研发实力是做好产品的有力保障，打造了面向全球的研发中心，建立了面向未来的创新中心，面向消费者的用户体验中心，并保持每年不低于营收3%的研发投入，加强与苹果、阿里、小米等互联网巨头的合作，保持美的空调研发水平与世界同步。迎接新冷年的挑战，美的家用空调事业部副总裁，国内营销公司总经理王新亮强调，以产品为本，充分发挥美的产品优势，精心做好产品营销；积极竞争，开展“全员、全方位、全体系”的主动进攻，全力抢夺市场份额，确保规模适度增长。除了全面建设社区店，扩充渠道新鲜血液，还要开展全民推广活动，从原来的“守株待兔”到“走出去打猎”，计划全年开展10万场美的空调进社区活动，让更多的消费者体验到美的空调的品质和服务。



美的空调终端卖场