



合肥老工业区的最后记忆……

2015年12月26日下午4点,马钢(合肥)公司钢轧厂的最后一次巡检就定格在这个时间。

马钢(合肥)公司,前身是合肥钢铁集团有限公司,成立于1958年,是安徽省地方骨干钢铁企业,也是国家冶金工业大型钢铁联合企业。曾经为安徽的建设作出过重大贡献。随着国企改革深入,2006年,马钢股份重组合肥钢铁主业设立了马钢(合肥)公司。

在老合肥人的记忆中“合钢”是老工业基地的代表,它见证了当年工厂区的兴衰。

“合钢”作为老工业区最典型的代表,给三代人留下了难以忘怀的记忆。这座巨型工厂曾经是合肥人心中的骄傲。雄踞于合肥市东区的合钢厂区,当年有着自己的医院、学校、商店、电影院,有自己独立的电话局、公交、燃气公司甚至成立自己的刑警队。

如今,马钢(合肥)公司已经正式宣布停产,这也标志着老工业时代在合肥的正式告别。记者 李尚辉/文 周诚/图



曾经炽热的炼钢炉如今已经冷却,曾经灯火辉煌的厂房如今漆黑一片



沸腾的炼钢炉是几代合钢人的骄傲



进出厂区的磅秤再也没有“用武之地”了



专用的铁路线也不会再有火车经过了……



厂区空地附近居民种上了蔬菜



炼钢炉前的热火朝天是抹不去的记忆



进出厂区的大门也将随着记忆而消逝……



运送钢材的平板车厢如今布满青苔

《2016年中国空调行业白皮书》发布 暨来苏宁抢美的第一波开启

近日,苏宁联合北京中怡康时代市场研究有限公司、行业专业媒体《空调销售》杂志及上游供应商,结合自身营销实践和大数据分析,再次发布空调行业白皮书(以下简称《白皮书》)。与此同时,也启动了全国性的“来苏宁,抢美的”大型空调促销活动来让利消费者。

受整体经济环境及房地产发展等相关因素影响,预计2016年空调市场整体零售量将保持持平,零售额预计为1340亿元,同比微下滑2.5%。其中,线下市场规模预计为1173亿元,同比下滑约5.1%;线上市场规模为167亿元,同比增长约20%,占比达到12.5%,增速高于线下,但增幅进一步收窄。

基于释放高库存压力的影响,苏宁预计2016年空调行业价格将持续低位运行,而随着消费者对空调产品、体验、服务等要求不断提升,空调市场变革是大势所趋。苏宁通过市场调研及大数据分析,对2016年空调行业变革点做出如下判断:

1. 供应链变革:

传统供应链是工厂——渠道——用户的推式模式。随着互联网高速发展,需要对供应链模式进行再造。用户既是终点也是起点,用户——需求——体验——产品的新型C2B定制模式炙手可热。苏宁在着眼于消费者诉求分析的同时,将持续引领空调行业的供应链变革。

2. 渠道变革:

“互联网+”成为风口,线上线下融合的O2O运营模式变得炙手可热。空调作为“三分产品七分安装”的产品,兼具互联网的便捷性、开放性、全产品优势及实体店的展示、体验、专业化售前售后服务的O2O融合模式势必成为空调销售的主流模式。

3. 产品变革:

2016年,智能空调将进入2.0时代,更多空调品牌产品将接入苏宁云平台,依托苏宁云居APP实现远程控制、场景塑造、人体感知等多重功能。消费者在苏宁购买智能空调,可同步体验苏宁的“智能+体验计划”,享受“产品体验、专业导购、支付、配送、安装、维护”等一站式服务,持续

为供应商及消费者输出空调行业最强零售CPU。

4. 服务变革:

对于互联网时代的空调销售,消费者在坚持正品行货、低价优惠等购物需求的基础上,更关注空调的品质与售后服务。苏宁空调拥有专业的售后服务团队苏宁帮客,推出了空调医保卡,以旧换新、送装一体、免费安装、免费清洗等一系列便民服务,在服务方面一直保持良好口碑。

2016年,苏宁将继续强化服务品质,将售后服务产品化。在空调等大家电领域,打造服务包模式,融合清洗保养、以旧换新、维修移机、送装一体等各项目。消费者无论何时在何处购买,都可以在线预约苏宁帮客的线上服务。

5. 2016空调市场启动:

猴年春节刚过,来自空调行业的知名企业纷纷齐聚苏宁,助力2月底空调销售启动。在苏宁门店及苏宁易购开展“春季攻势”系列大型促销活动,联合推出1万台999元空调、1万台免单名额、1亿元红包让利消费者,率先开启2016年空调销售市场,普及盛惠全渠道。