

# 万朵玫瑰听花语

## “万达真爱 全城热恋”昨激情上映



### 单身男孩买花只求香

在财富广场义卖点，一名20多岁的小伙，看到玫瑰花上的logo后，不假思索地从兜里掏出一张100元钞票，直接塞进了捐款箱内。当义

卖天使拿出玫瑰和报纸送与他时，小伙子却摆了摆手，“我还是单身，没有女朋友，玫瑰花就不要了，就当是献个爱心吧。”说完，这名小伙子便匆匆离开。



### 陌生女孩“爱”过情人节

1912时尚街最热闹的时间一般是在入夜以后，但尽管如此，位于时尚街星巴克咖啡门口的义卖点，还是吸引了很多市民驻足观看。

更为特别的是，除了义卖天使和工作人员，在1912的销售点，还有几名小姑娘义务地参加到了义卖玫瑰的行列中来。“这个活动

搞得真好，用卖玫瑰帮助别人，我们决定帮着一起卖，也算是我们过得最特别的一个情人节了！”当记者问及原因时，几位小姑娘这样解释说。

天空中细雨飘落，几个小姑娘并没有打伞，衣服和头发很快就被雨水打湿，然而，她们却丝毫没有在意，甜美的微笑一直挂在嘴角，此刻，她们就仿佛真正的天使。



### 古稀老人第一次买玫瑰

在财富广场义卖点，一名姓胡的大伯蹒跚而来，“小丫头，我也买一份，帮我包好！”胡大伯说道。

原来，这名老伯已经有70岁高龄了，当天，他在家看到很多邻居捧着鲜花回家，从邻居口中得知，原来，他们所有购买的玫瑰花，都是从《市场星报》

义卖活动现场而来。胡大伯心想，1块钱，买的不仅是玫瑰花还有报纸，更是为贫困的人们奉献一份爱心，于是，这名老伯撑起雨伞，攥着一张10元的钞票，来到了活动现场。

胡大伯告诉记者，自己活了70多年，这还是第一次买玫瑰送给老伴呢，咱也浪漫一回。



### 外籍友人千里闻花香

今年的情人节，Peter Keller没办法和那个她一起过。然而他的心却无时无刻牵挂着在美国的妻子和6岁的女儿。

Peter是一家体育用品店的老板，2月14日这个传统的西方节日，他却恰巧在合肥出差。记者在万达威斯汀酒店见到了

Peter，“没想到中国的节日氛围这样浓，到处都有玫瑰花（派送）”，听记者解释本报的“万达真爱 全城热恋”是一项慈善活动时，Peter立马掏出50元，塞进了捐款箱里，他也得到了11朵玫瑰。

“虽然我不能将花送给我的妻子，但我今天想说，祝愿我的家人健康快乐。”

蒙蒙细雨，给浪漫的情人节增添了些许诗意，300个报摊，十位美丽天使，两万多朵玫瑰，传递着一份份真爱。一对对情侣手捧红色玫瑰，甜蜜地漫步在街头，热情相吻，整个省城上空弥漫着淡淡的花香。一部由本报和万达联合出品的《万达真爱 全城热恋》的爱情“大片”，昨日激情上映。本报义卖的玫瑰，犹如星星之火般，在省城大地上扩散开来。

马芹芹 记者 孙婷 宋娟 张崑 宁大龙  
李尚辉/文 程兆 李超钰 黄洋洋 倪路/图



### 有爱网友 微博唱甜蜜

此次“万朵玫瑰送darling”活动，不但在报纸上有连续的宣传，本报和新浪安徽发起的“微博挚爱”活动也同时上演。

网友“那首老山歌”表示，星报这个活动很给力，很甜蜜。“菜菜一钱钱”则招呼朋友，赶紧去“抢”玫瑰：亲，2月14日买市场星报送玫瑰哦！“zly52420”直接大赞：太好了，我喜欢这样的活动。

# 2011 国产中央空调发展强势 格力再居国产第一品牌

被国内中央空调行业称为“开局良好、后市堪忧”的2011年已经过去了一个多月，但是业内对于2011年度的中央空调市场的讨论却依然在延续。

日前，暖通空调界的行业权威媒体暖通空调资讯2011中央空调行业发展分析报告出炉，再次将这种讨论升温。

## 行业年度增长有突破，增速下半年有所放缓

在2011年上半年度，中国中央空调市场的发展可谓遍地开花。据暖通空调资讯统计，上半年全国中央空调行业总容量已经超过300亿元，很多企业可谓是盘满钵满。但是从下半年开始，由于外部宏观经济环境的变化，很多中央空调企业逐渐感受到了市场

的变化。由于市场反应相对滞后等因素的影响，虽然不少企业在下半年还是获得了一定程度的增长，但是增速放缓已经实实在在地出现。

然而，综观全年，整个中国中央空调市场还是取得了不错的发展。据暖通空调资讯统计，2011年度中国中央空调行业总容量首次突破500亿，并接近600亿，全年度行业增长率达28.2%。

## 国产品牌发展强势，第一品牌格力获占有率及增长率双冠军

据统计，欧美系品牌的总体占有率仍有小幅下滑，这也折射出了传统冷水机组市场的发展与变迁，在经历了市场化和规模化发展的冲击之后，中国中央空调行业已经形成了清晰的品牌格局

和产品格局。

以格力为代表的国产中央空调品牌，近年来发展迅猛，并且这种发展趋势一直没有改变。据暖通空调资讯统计，格力中央空调在2011年度的市场占有率达到11.4%，增长率更是达到55.6%，再次成为国产中央空调企业的领跑者，雄踞占有率、增长率双料冠军宝座。

据悉，格力在2010年、2011年的市场占有率为11.2%、11.4%，已经连续两年成为国产中央空调第一品牌。

过去，业内人士在分析国内家电行业的时候，经常以格力单元机的发展来例证国内中央空调品牌的发展。

近几年，以格力为代表的国产中央空调集团军在变频多联机市场的攻城略地，使得这个范畴成为了国内中

央空调品牌新的增长点。

而在过去的2011年，技术突破更是成为了中国中央空调行业的关键词。以格力为例，全球首台高效直流变频离心机就获得了国际领先鉴定，该机组LPLV达到11.2，机组效率提升65%以上。在相同工况条件下，比普通离心机节能40%以上，远超国内外同类产品。

中国建筑学会暖通空调分会名誉理事长吴元炜在高效直流变频离心机鉴定会上表示：“与现在的建筑能耗相比，如果将现有15%建筑的空调主机改造为格力高效直流变频离心机，可以实现年节约电能5-8亿度；到2020年，我国还要建设大约100亿平方米的公共建筑，如果其中20%采用格力高效

直流变频离心机，每年可节省的电能总计为10亿度，综合经济效益可节约资金8亿元，新增产值50亿元。”

业内专家表示，中国经济近年的蓬勃发展，为我国中央空调的快速发展提供了沃土。但是，随着房地产调控的不断强化，再加上欧盟、英美经济不景气等国际大环境的不利影响，中国中央空调市场的发展是存在一定的压力的。要想赢得市场，必须要有核心技术这一核心竞争力。相信格力作为国产中央空调品牌的代表，以技术为导向，以专业化的发展思路，形成科学清晰的产品布局，将带动更多的民族品牌参与中央空调技术的自主研发，促进我国中央空调市场的有序健康发展。