

天冷了,暖气片仍然冰冰凉

## 不少自管站“怠慢”升温调试

本报11月10日讯(记者 赵丽 王光照) 10日,一场冬雨又给省城增加了寒意。本报“问暖热线”接到多位市民来电,反映降温情况下家中的暖气片还是冰冰凉。据了解,至今没有升温调试的小区大多属于自管站供暖。由于缺少硬性监管,这些自管站供暖“掐头去尾”,对供热前的调试并不积极。

“家里都开好几天空调了,还不给供暖!”10日,家住小清河河南岸水天福苑的韩女士给本报打来电话。韩女士说,小区有7座楼,从去年开始集中供暖,换热站由物业管理。从8日开始,韩女士一家就在期盼着暖气片能升温,但三天过去了依然没有一点动静。“我去找物业问了,物业说他们还得拾掇拾掇,

等15日再开。”听到这个答复,韩女士又生气又失望。

浆水泉路仁和盛庭小区的刘女士也遇到了同样的情况。刘女士说,附近几个小区已经热了起来,但是自家小区暖气片还是冰凉的。今天上午她给物业打电话询问情况,物业答复说领导通知15日再放暖气。10日下午,记者以居民身份

致电小区物业,接线工作人员也给出了同样的答复。

“降温幅度这么大,换热站还不动,老人孩子真受不了啊!”市民王先生家住经十路一单位宿舍,也遭遇了自管站“不动弹”的情况。

据了解,每到供暖季,一些自管站因自身利益,供暖“偷工减料、掐头去尾”的情况时有发生。对此,

市民建议相关部门加强监管。王先生说,前几年从11月8日开始试供暖,因此在11月8日至14日期间,有关部门还联合对小区的自管供热站进行集中检查,不按照规定试供暖的自管站受罚。不少市民表示,今年希望相关部门能够行动起来,继续加强对自管换热站的监督。

### 白昼如夜

11月10日,冬雨蒙蒙,济南遭遇阴霾天气,白天显得特别短,下午三四点钟时天色昏暗如夜,马路上的车辆都打开车灯缓慢行驶。

本报记者 徐延春 摄



### 今日气温低 阵风达7级

本报11月10日讯(见习记者 孟燕) 10日,省城乌云密布,浙浙沥沥的小雨持续了一整天。截至18点30分,全市平均降水量6.1毫米,市区降水量为5.2毫米,算是小雨量级。11日,省城气温将再创新低,最低温仅2℃,最高温也只有9℃,除了低温外,大风也将登场,阵风将达7级。

未来几天气温较低,市民及早做好御寒过冬准备。大风天气,市民外出时应该戴上口罩、眼镜、帽子和围巾尽量避免让孩子外出。

未来几天具体预报如下:10日夜间阴转多云,部分地区有阵雨,11日白天到夜间晴,西到西北风4级,阵风6~7级,清晨最低气温2℃左右,有霜冻,白天最高气温9℃左右。12日晴间多云,西到西北风3级,最低气温济阳、商河-1℃,有冰冻,市区、高新区及其他县(市)区1℃左右,有霜冻,最高气温11℃左右。13~14日晴到少云,西北风转南风都是3级,气温较低。15日晴转阴,夜间有小雨,南风3级,气温有所回升。

编辑:彭传刚 美编:石岩 组版:继红

今日C01-C08版

Skyworth 创维

健康美妙生活

健康云电视

## 创维健康云电视 改变的不只是看法

### “云下乡”:创维“云风暴”向纵深发展

创维集团山东区域2012年UHD新品品鉴暨客户大会将于11月12日在济南舜耕山庄隆重召开,创维集团高层和来自创维山东,青岛,临沂分公司的500多名经销商及多家核心媒体将参加本次发布会。会上,创维将悉数推介旗下多系列UHD超高清新品和健康云电视,通过产品品鉴、价格政策、推广促销等一系列举措,全面部署三、四级市场云电视普及的“云下乡”计划。

在刚刚过去的十一黄金周,被业界认为彩电市场的洗牌战。整个行业虽只取得了小幅增长,而创维以销售增长20%以上的业绩成为国庆市场的最大赢家,其中高端产品云电视销售突出。

据笔者了解,创维2012财年至今彩电销售台数和金额均增长20%以上。而奥维咨询(AVC)数据显示,从去年9月至今年8月的12个月中,创维在中国市场彩电的零售总量、零售总额、3D电视零售量、3D电视零售额,均居行业第一位。而国庆全国彩电市场所表现出的城市市场下滑、二三级市场上升,日资溃败、国产上升,非主流技术下行,3D普及、云电视成主流的市场特征也再次说明:只有坚持技术创新,提高产品、品牌的技术含量与附加值,与时俱进地合理优化调整各种渠道的企业才能新的市场格局中取得领先优势。

### 创维率先将云风暴刮到农村

#### ——部署“云下乡”计划

近日,创维在全国范围三十多个城市举办2012年UHD新品品鉴暨客户大会,高调部署“云风暴升级和云下乡”计划。这意味着,创维在高端产品在取得城市市场领先的基础上,健康云电视产品开始向市场纵深发展。

领先半步是创维一贯坚持的策略。自2011年8月创维在行业首推云电视之后,各

大品牌纷纷跟随。而本次国庆日彩品牌的全线下滑,创维能抢夺最大的高端市场份额,也说明市场和消费者青睐有志向、有技术的品牌。而创维的赢,也是赢在“平台+内容+终端+应用”的全产业链体系,赢在最早的互联网电视、酷开公司的内容和产业链优质资源的一系列储备上。

据创维中国区域营销总部执行副总经理、市场总监王海介绍,本次创维“云下乡”计划,保证三、四级市场客户和消费者双受益。健康云电视实现三下乡:产品下乡、云终端下乡、云电视培训下乡。“云下乡”产品包含健康云电视E600Y(含E650E)系列、城市市场热销的E700S。同时农村客户“超级云终端”工程,千家标杆终端、8M以上网速、城市超大云电视拼接墙等进农村终端,以实现健康云电视在终端的纵深突破,将窄边、无边云电视产品力表达、云电视体验做到极致。

### 超高清UHD:从新品发布到新品上量实现同步

本次“云下乡”创维以UHD超高清云电视新品品鉴为重心。自今年8月创维领先行业推出UHD超高清云电视后,笔者国庆走访市场发现,仅仅LG和创维有84寸UHD产品实现了现货销售,看来创维兑现了8月发布会上公布的“创维提前布局UHD超高清产业链,是真正第一个可量产、多系列的超高清云电视的品牌”的诺言。UHD超高清的领先销售才能真正建立UHD创维首发的品牌形象。在品鉴会上行业专家和创维客户对UHD超高清所表现出来的图像的纤毫毕现连连称赞。

业内专家认为,创维从云电视下乡而发起的旺季总攻,对于农村互联网软硬件环境提升和消费者体验升级,势必会刮起一股势不可挡的风潮!

Skyworth

贺2012财年创维秋季UHD新品品鉴暨客户大会胜利召开!