



# 凉爽天好睡觉？“秋老虎”要苏醒了

省气象台预计，未来10天省内大部分地区降雨偏少，最高气温将重回38°C

本报8月26日讯 这两天，随着天气凉爽，连觉都好睡了，大家希望这种天气能维持。不过，气象部门称，未来十天，省内大部分地区降雨偏少，高温天气发展，最高气温将重回38°C左右。

## 轻柔雨天和凉爽天更易入眠

最近几天天气舒适又清爽，让每天疲惫的上班族们感受到了些许的轻松惬意。“相比前几天，这几天的睡眠质量挺好，每天早上起来精神也足。”市民刘女士奇怪，难道季节或气候会影响到睡眠的深浅？

温度对于睡眠的启动和昼夜节律发挥着重要作用。研究表明：周围环境中凉爽的空气使人更好地进入深度睡眠。对于休息来说，理想的室温在16°C至21°C。

气象专家表示，炎热潮湿的空气会让人难以入睡。湿热不仅是一种身体上不舒服的感觉，还会妨碍身体进入深度睡眠状态，让深度睡眠的激素也无法得到充分释放，睡眠的最佳湿度在40%–65%之间。晚上除了开空调、电扇外，开窗通风也有助于赶走湿热带来好睡眠。

## 链接

### 湖南解除防汛IV级应急响应

根据当前汛情及气象预报，依据《湖南省防汛应急预案》，省防指决定：自8月26日20时起，解除防汛IV级应急响应。

省防指要求，当前我省仍处在主汛期，各级各有关部门要继续加强值班值守，密切关注天气和雨水情变化，继续强化山洪和地质灾害、中小型水利工程和病险水库、中小河流洪水、城镇内涝、涉水基础设施、山林景区等防御防守工作，全面做好防汛救灾各项工作。

■记者 李成辉

## 免费无障碍设施改造助困难残疾人走出去

本报8月26日讯 “屋里搞得漂亮又方便，感谢政府。”今日，长沙市天心区裕南街街道长坡社区84岁老人吴玉英竖起大拇指，感谢政府免费实施无障碍设施改造。

据介绍，天心区今年对40户困难残疾人家庭实行无障碍设施改造，目前，该项目已完成了80%，剩下的将于9月上旬完成。

54岁的万新庆由于肢体残疾，无法正常工作，与84岁的老母亲吴玉英相依为命。

对于家里的改变，吴玉英很满意，“我和惠都没有收入，就靠吃低保来维持，得亏有政府的关心。这次免费改造，真的是帮了我们大忙！”拄着拐杖，万新庆带着记者参观了他焕然一新的家。厨

房是这次改造后变化最大的区域。万新庆说，以前厨房常年被油烟侵蚀，墙壁上能看到块块黑斑，灶头用“砖块+木柜”拼搭而成的，“现在墙面粉刷一新，贴了瓷砖，灶台也是重新砌的。”

“家里生活做到行动自如，不仅能减轻残疾人家庭成员护理负担，还能让残疾人走出去，更好地融入社会。”长沙市天心区残联相关负责人表示，无障碍环境建设是残疾人融入社会的基本条件，是天心区实施“爱心天心”帮扶残疾人的一件大实事。

■记者 杨昱 通讯员 张琼  
视频剪辑 杨昱



扫码看视频新闻

# “FIRST”战略坚定落地 “十四五”开局之年蒙牛收获亮眼业绩

8月25日，蒙牛乳业(2319.HK)发布2021年中期财报。今年上半年，蒙牛收入达459亿元，同比增长22.3%，利润达29.5亿元。

今年是蒙牛锚定国家“十四五”规划，实施“再创一个新蒙牛”五年战略的启动之年。作为乳品行业优质企业，蒙牛用超预期的高质量增长获得良好开局，表明蒙牛在国民经济“稳中加固、稳中向好”的形势下，不断挖掘国内市场潜力，从消费者至爱(First-Choice)、国际化(International)、更具责任感(Responsibility)、文化基因强大(Spirit)和数智化(Technology)五个维度，坚决落实“FIRST”战略、不断开创业务新局面，为实现未来五年的高质量可持续发展打下坚实基础。



First-Choice：以更好的产品  
和服务不负消费者至爱

财报显示，今年上半年蒙牛各业务板块增速均大幅领先行业。其中，常温业务获近五年来最快增速，明星产品特仑苏增长近40%；鲜奶业务收入翻倍，市场份额大幅提升；奶粉业务收入同比上升11.6%；奶酪零售与餐饮渠道双翼齐飞，保持市场领先。

靓丽数据背后，是蒙牛对“消费者第一第一第一”核心价值观的初心坚持，不断用高品质产品和服务满足消费者对美好生活的追求。今年上半年，蒙牛持续完善



蒙牛总裁卢敏放出席业绩说明会。

“从牧草到奶杯”的全产业链质量管理体系，确保每一包牛奶质量过硬、品质上乘。产品创新方面，蒙牛推出了一系列零蔗糖、低脂、有机产品，顺应消费者绿色健康消费趋势。同时，蒙牛加强与国潮IP合作、弘扬民族文化，如推出古代神话人物为体育健儿助威的系列营销策划，努力打造中国乳品“金字招牌”。

International：以更宏亮的声  
音讲好乳业国际化故事

作为最早一批“走出去”的中国乳企，蒙牛深刻领会和贯彻国家战略决策，在做强国内大循环基础上，完善乳业“双循环”新发

展格局，努力向世界讲好中国故事。蒙牛总裁卢敏放今年上半年多次在世界经济论坛“达沃斯议程”对话会、全球消费品论坛(CGF)消费品企业数字化转型CEO会议、联合国粮食峰会CEO咨询会等国际舞台上，积极为中国乳业发声，深度参与行业对话，为全球乳业的可持续发展贡献中国智慧。

Responsibility：以更强的社会  
责任感践行低碳绿色可持续发展

蒙牛在实现业务高质量增长的同时，将自身发展全面融入“生态优先、绿色发展”大潮，不断提升环境、社会、经济效益，致力引领全

产业链走上可持续发展之路。作为港股上市公司，蒙牛今年再次入选恒生可持续发展企业指数成分股，保持港股可持续发展表现排名前30强。

今年上半年，蒙牛首次将ESG工作表现纳入管理层年度绩效，实现公司治理与企业可持续发展工作有机融合。同时，蒙牛积极响应“2060年前实现碳中和”的国家目标，承诺在全行业率先实现碳中和，2022年将公布减排目标和路径。同时，蒙牛还荣获香港品质保证局颁发的绿色金融发行前证书，助力国家乡村振兴建设。蒙牛《2020可持续发展报告》荣获中国社会科学院“五星+”级评价，被认定为中国企业社会责任报告典范。

Spirit：以更强内生动力打造面  
向未来的制胜之道

2020年底，蒙牛进行了全面的企业文化升级，确立了“点滴营养，绽放每个生命”的使命，“草原牛，世界牛，全球至爱，营养二十亿消费者”的愿景，以及“消费者第一第一第一”、“异想才能天开”、“让人绽放”、“正直立本、诚信立事”的企业价值观。今年上半年，蒙牛加大文化建设力度，使企业文化深入人心，打造了面向未来、更加强劲的内生动力。

Technology：以更智慧的赋能  
创造“第二增长曲线”

在“再创一个新蒙牛”五年战略规划中，全面实现数字化、智能化的转型是一项基础性重点工作。一方面，全链条智慧建设，高效率零差错，全方位有效保证产品质量；另一方面，以数智化为抓手，进一步提升蒙牛强大的创新、迭代、自我进化能力，形成新的发展引擎。

蒙牛的数字化战略包括“四个在线”，即“渠道在线”、“消费者在线”、“供应链在线”、“管理在线”。财报显示，蒙牛以数智化为为抓手，推动供应链、产业链，重构组织模式、运营模式和商业模式升级取得了一定成效，为创造高质量发展的“第二增长曲线”打好坚实的基础。

卢敏放表示，2021年上半年的高质量发展，为蒙牛“FIRST”战略实施创造了良好开局。未来，蒙牛将顺应行业发展趋势，按照公司五年战略规划，在产品创新、营养升级、品牌升级、数智化建设等方面全面推进，坚持为消费者提供高品质产品和服务，为打造世界级的中国乳企和中国乳品名牌不懈努力。