

ANZE TIMES

安徽安泽电工有限公司出品

安泽时代

安泽观察

推动行业发展的领军品牌

前沿

安泽“缆”住“暖”财富

专家视野

我国电地暖应加快推广力度

印象安泽

互信赢得共发展

安泽人

新疆大区经理李义超
内蒙古大区经理李浩

宁国篇

安泽从宁国走向世界

ANZE[®]

安泽让生活更舒适

没有完美的个人,只有完美的团队

珍藏版
总第02期



安泽智能电地暖 创造优质生活



行业地位

全国低碳经济媒体联盟理事长单位
 中国建筑节能协会常务理事单位
 中国辐射供暖供冷委员会副主任单位
 中国地源热泵协会副会长单位
 中国建筑装饰协会会员
 中国房地产协会会员
 国家地面供暖专家组专家
 北京市地板采暖协会副主任单位
 上海市地暖协会常委



安泽荣誉

国家行业名牌产品
 建设部推荐产品
 中国地暖行业领军品牌
 中国建设工程材料行业领军金奖
 中国地暖行业推荐产品
 2008、2009连续二年获中国地暖行业十大风云人物
 中国地面供暖行业优秀施工企业



参编标准

国家标准：《中国民用建筑供暖通风和空气调节设计规范》
 国家标准：《家用和类似用途电器安全标准
 ——加热房间的电热装置的特殊要求部分》
 行业标准：JGJ 142-2004 《地面供暖技术规程》
 《发泡水泥施工层技术规程》
 《地面供暖施工员国家职业技能标准》
 中国建材标准设计研究院发布
 《发热电缆（电热地席）产品应用技术指南》
 地方标准：《河北省地面供暖施工技术规程》
 《上海市地面供暖施工技术规程》



产品技术 安全认证

中国认监委 ISO9001-2008 质量体系认证
 中国认监委 ISO-14000 环境体系认证
 国家认证中心 CCC 强制认证
 国际电工委员会、国家电线电缆检验中心 IEC60800、
 IEC60335、IEC60332 认证
 美国联邦BACL试验室EMC（电磁辐射安全）认证
 美国UL认证
 欧盟CE认证
 欧盟SGS有害物质安全认证
 德国VDE认证



全国低碳经济媒体联盟推荐品牌

中国地暖成长的力量



随

随着生活水平的不断提高，人们对冬天采暖的舒适性也提出了更高的要求，从老祖宗的火炕延伸到今天多元化采暖格局。在地暖发展的数年间，随着人们对地面辐射采暖的舒适、便捷等优点的认同，产业不断的发展，技术也不断升级，然后在地暖行业的标准却起步较晚。安泽电工从成立之初就把企业标准化规范列为企业核心竞争力，多年来安泽电工在不断完善企业标准的同时，也加强与国际同行业伙伴的交流，这使得我们在建立技术标准体系和完善企业标准、产品服务标准等方面得到提升，这些丰富的经验也成为了我们为行业、地方标准建言献策的依据。

值得高兴的是，经过我们这年在智能电地暖领域的不断学习和完善，安泽电工荣幸的成为了国家标准《民用建筑供暖通风和空气调节设计规范》、国家标准《家用和类似用途电器安全标准》及行业标准 JGJ142-2004《中国地面辐射供暖技术规程》唯一参编的民族品牌发热电缆企业。

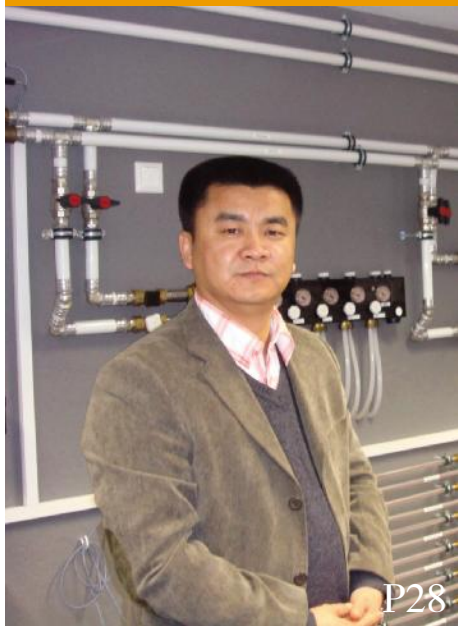
今年，我们为地暖行业送上一份特殊的礼物，地暖行业第一本文化内刊《安泽时代》，我们希望通过《安泽时代》和大家的共同努力，一起为地暖行业的未来发展建言献策，这是创立《安泽时代》的根本。另外，2010年11月28日，全国低碳经济媒体联盟正式任命安泽电工为联盟理事长单位。这样地暖行业在国家低碳领域、中央媒体传播方面有了更大的资源。通过国家级中央媒体在低碳领域传播整合同时，加大地暖行业在低碳经济领域的贡献向大众传播。

同时，我们将通过即将建成近200亩的安泽（中国）低碳工业园和设立在上海的安泽国际贸易中心的优势，全面提升人力资源、市场策划、科技研发和物流运营等，将形成以宁国为研发、生产基地，立足上海面向全球的市场格局，参与到国际市场去。

安泽电工将助力中国地暖的成长，成为中国地暖行业发展历史上的品牌典范！

ANZE TIMES
安泽时代

2011年第2期(季刊)



出品单位:安徽安泽电气有限公司
 战略支持:全国低碳经济媒体联盟
 支持单位:中国建筑节能协会
 中国建筑学会暖通空调分会
 中国地源热泵委员会
 中国金属结构协会辐射供冷供暖专业委员会
 智慧支持:《中国建设报》、《暖通空调》、《热泵资讯》、
 《冷暖财经》、《供热制冷》、《地暖月刊》、《地暖》、
 中国地暖网
 特邀顾问:王东青、刘浩、曾衡
 名誉主编:程乃亮
 编审委员:张竣业、李义军、陈进周
 特邀编委:宋伟、王凤林、陈立楠、李光宇、冯立山
 王伟华、张克城、赵育军
 运营总监:何远嘉
 内容编辑:乔思雨、万依、刘勤、刘江玲
 图文设计:汪一萌
 美术设计:邓明凯

通讯地址

安徽宁国市经济技术开发区外环南路
 安泽低碳未来之家工业园
 免费热线 / 800-868-8680 400-887-3788
 联系电话 / 0563-4187588 4187589
 图文传真 / 0563-4187577
 邮件地址 / ngaz@anze.cn
 邮编 / 242300
 国际互联 / www.anze.cn

安泽智能家居系统无忧服务网络:

北京、上海、天津、成都、贵阳、遵义、拉萨、西宁、兰州、
 酒泉、乌鲁木齐、库尔勒、喀什、银川、鄂尔多斯、包头、
 佳木斯、哈尔滨、长春、沈阳、大连、张家口、石家庄、西安、
 太原、忻州、郑州、安阳、济南、烟台、青岛、重庆、昆明、丽江、
 南宁、桂林、南昌、赣州、新余、深圳、福州、杭州、南京、苏州、
 连云港、长沙、武汉、合肥、宿州、宣城

本刊文字图片如有您的作品请联系我们,以付稿酬。
 如发现本刊印刷装订质量问题,请与本刊发行部联系调换。
 (免费内刊)欢迎向我们服务网络索阅

安泽观察/ANZE OBSERVATION

- 03 安泽电工——推动行业发展的领军品牌
——独家冠名第六届中国国际地暖高峰论坛
- 04 安泽电工代言低碳地暖
——安泽电工牵手全国低碳经济媒体联盟
加强地暖文化建设,行业首本高端品牌刊首发
致力建筑节能事业,安泽再获殊荣
——安泽电工当选为建筑节能协会常务理事单位
- 05 潜心钻研标准 提高行业门槛
——安泽电工主编“国家暖通第一标准”电采暖章节
安泽电工高调出席 ISH China & CIHE 展

前沿/ADVANCED

- 08 安泽“缆”住“暖”财富 / 谢志红
- 10 长江中下游地区发热电缆地板采暖应用的经济性分析

低碳联盟/LOW-CARBON FEDERATION

- 12 春天里低碳在前行 / 曾衡

专家视野/EXPERT VIEW

- 14 我国电地暖应加快推广力度

安泽课堂/ANZE CLASS

- 16 安泽智能电地暖系统
在某养殖场仔猪保温房的应用 / 沈伟
- 18 浅谈京沪高铁济南西客站天沟融雪化冰
- 21 安泽电地暖系统发热电缆导线及温控器发热问题解析 / 黄方贵

安泽人/ANZE PERSONS

- 22 用心做事 成就未来 / 汪一萌
——专访安泽电工新疆大区经理 李义超
- 24 回报自己 / 刘江玲
——访安泽电工内蒙古大区经理 李浩

安泽脚步/ANZE FOOTSTEPS

- 26 高举发热电缆民族品牌大旗 / 陈进周

印象安泽/ANZE IMPRESSION

- 28 互信赢得共发展 / 汪一萌
——访上海碧元采暖技术有限公司总经理 李光宇
- 30 温暖源 / 刘勤
——访连云港九春科技有限公司总经理 滕友量

经管锦囊/MANAGEMENT TIPS

- 32 管理就是给目标排序 / 谭小芳

他山之石/OTHERS EXPERIENCE

- 34 管理者会讲的故事

心灵鸡汤/CHICKEN SOUP FOR THE SOUL

- 36 青蒿粑粑香 / 程有亮
- 37 有一种爱叫做亲人 / 李曼
梦回 / 程晓燕
- 38 低碳出行,我先行 / 胡秋莉
节约用水 / 洪贵伦
生如花火 / 陈雪飞
青藏线上最可爱的人 / 胡中杰

我在安泽/I & Anze

- 39 我在安泽——年会篇

项目展示/PROJECTS

- 40 安泽项目展示

宁国篇/NING GUO PIAN

- 44 安泽从宁国走向世界

安泽电工自成立以来,一直致力于技术、产品品质、行业标准、检测等,并积极参与行业标准建设,发挥地暖行业领军企业的作用。

安泽电工 推动行业发展的**领军品牌**

——独家冠名第六届中国国际地暖高峰论坛会

在全球节能减排的大背景下,中国地暖行业也在践行国家节能减排、低碳环保政策的道路上稳步前进。为全面掌握最新行业动态,获取最快捷的信息资源,促进行业内部沟通交流,从而进一步加速整个地暖产业健康、有序、可持续发展。安泽电工多年来一直致力于为推动中国地暖行业健康发展积极建言献策,成为了智能电地暖民族领军品牌,并独家冠名第六届中国国际地暖产业高峰论坛,得到了协会领导、行业专家、同行人士的一致推崇。

作为一年一度的行业盛宴,“安泽杯”第六届中国国际地暖产业高峰论坛会议期间,地暖界领导、嘉宾欢聚一堂,共同商榷地暖行业发展大计。中国建筑金属结构协会会长姚兵、中国建筑金属结构协会副会长兼秘书长刘哲、住房和城乡建设部副巡视员杜英才、住房和城乡建设部人事司毋婷娴、中国辐射供暖供冷委员会主任华明九、中国辐射供暖供冷委员会秘书长刘浩、中国辐射供暖供冷委员会专家组组长邓有源、中国建筑学会暖通空调分会秘书长王东青、安徽安泽电工有限公司董事长程乃亮、副总经理李义军、市场总监张竣业出席了论坛。同时,来自全国各地的地暖施工企业、地暖产品生产企业、地暖产品经销代理商,各地市建设主管部门、设计单位、监理单位、房地产开发商及媒体代表数百人参加了此次高峰论坛。

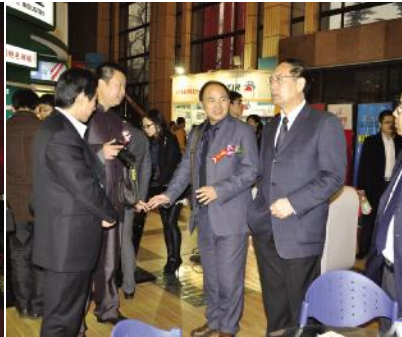
论坛期间还举行了“安泽杯”第六届地暖高峰论坛优秀论文奖及“2010年地暖施工日记大赛”颁奖仪式、2010年度地暖行业年度十大新闻事件、十大风云人物推荐活动等。





01

02



01 安泽电工代言低碳地暖 ——安泽电工牵手全国低碳经济媒体联盟

安泽智能电地暖作为地暖行业的民族领军品牌，在地暖领域一直倡导节能、环保的低碳理念，这与全国低碳经济媒体联盟倡导的低碳理念不谋而合，经过全国低碳经济媒体联盟的严格审核程序，安泽电工成功获得全国低碳经济媒体联盟入盟资格，荣任理事长单位。同时安泽电工也是首家倡导地暖产业低碳化的领军品牌，成为了我国地暖行业的低碳品牌典范企业。

全国低碳经济媒体联盟理事长王敬松积极欢迎安泽电地暖的加入，表示，未来几年内，全国低碳经济媒体联盟将陆续参与全国低碳城市、低碳技术等评价体系建设，非常欢迎安泽这样负责、有担当、积极致力于低碳技术的领军民族品牌参与。

安泽电工董事长程乃亮表示：安泽力争在联盟广大低碳媒体的共同倡导下，发展低碳地暖，研发低碳技术，为中国地暖领域的低碳发展勇担民族品牌的责任与使命。安泽也将进一步在低碳领域发力，将进一步提高工艺、提高产品能效、发展节能低碳技术。2011年，安泽将建成占地200亩的第三个工业园，在工业园中将采用太阳能、热泵、屋顶绿化等节能技术及产品，全面

落实低碳理念。新建的工业园命名为‘安泽(中国)低碳未来工业园’，2010年底已动工建设。”

02 加强地暖文化建设 行业首本高端品牌刊首发

《安泽时代》定位于传播中国地暖产业趋势，交流业内经验，以推动中国地暖产业的发展为己任，让《安泽时代》助力中国地暖行业的成长，成为中国地暖行业发展历史上的见证。

03 致力建筑节能事业，安泽再获殊荣 ——安泽电工当选为建筑节能协会常务理事单位

安徽安泽电气有限公司在中国建筑节能协会成立大会上成功当选为常务理事单位，公司董事长程乃亮被推选为常务理事单位成员。据悉，在全国建筑行业中，仅有33家常务理事单位。

住房和城乡建设部副部长仇保兴出席会议，他在发言中称随着我国经济持续快速增长，人民生活水平不断提高，城镇化进程加快，以及应对全球气候变化的要求，我国将继续加大力度实



05

施节能减排战略,这为建筑节能带来了良好的发展机遇。我国建筑节能应重点放在供暖空调整能、供热计量的推进、建筑物围护结构保温、可再生能源的利用、新建住宅全装修、建筑用材就地就近等六大方面。

中国建筑节能协会的成立标志着我国建筑行业已从粗犷的建设发展到精细化科学管理,安泽电工获此殊荣将代表地暖行业再次以新的高度推动行业发展。

04 潜心钻研标准 提高行业门槛

——安泽电工主编“国家暖通第一标准”电采暖章节

新的国家暖通第一标准《国家民用建筑供暖通风与空气调节设计规范》将于2011年7月颁布并在全国宣贯。该规范的编纂工作自2009年初启动以来,已经召开各章节的编纂、编审会议达20多场次,定稿工作已于2010年7月经汇总各种意见后完成。

安徽安泽电气有限公司是《民用建筑采暖通风与空气调节设计规范》电采暖章节的主编和编纂单位,安泽电工是地暖行业唯一的一家主编和编纂单位,这充分体现了安泽电工在地暖行业的领军地位。多年来,安泽电工一直致力于地暖行业标准的编

写,安泽是唯一参编国家标准JGJ142-2004《中国地面辐射供暖技术规程》的民族品牌发热电缆企业。

05 安泽电工 高调出席 ISH China & CIHE 展

2011年3~5日,地暖行业的领军民族品牌安徽安泽电气有限公司华美亮相中国(北京)国际供热空调、卫生洁具及城镇建设设备与技术展览会,本次展会在中国国际展览中心举行。众多供热采暖产品及设备、地面供暖产品及设备、电采暖设备、热泵系统空调及通风产品、暖通泵、阀及管道产品、太阳能工程及热利用产品、水处理、给排水系统、再生能源等行业企业参加本次展会。

本次展览会上,安泽电工携其核心节能产品:电地暖、电热膜、电地席及各种加热器参展,展出面积达近200平米,展台布置开放、自由,大大增加了展品与观众的体验展示。在参展期间,众多业界人士、观众前来咨询洽谈。据公司市场总监张总介绍,展会期间,很多国外观众对安泽的发热电缆等产品十分感兴趣,兴致盎然地就电地暖的节能、安装及技术问题进行了详细咨询。 **Anze**

ANZE®

安泽智能电地暖

安泽完全解决方案



中国地暖行业发热电缆领域领军品牌



地址：安徽省宁国市经济技术开发区外环南路
 电话：400-887-3788 / 800-868-8680
 传真：0563-4187577 网址：www.anze.cn

及产

安徽安泽电工有限公司于2011年3月1日正式启动数码防伪系统，防伪系统用计算机编码技术为每件产品随机生成的一组防伪数码，将此防伪数码印制防伪标签随产品流通，消费者刮开标签上的覆盖涂层，可通过电话、短信、联网等方式将此防伪数码传回中心数据库进行验证，从而获知商品的真伪，组防伪数码由十六位数字组成，永不重复，从而使厂家生产的正牌产品达到仿目的。

电话查询流程



TXLP单、双导发热电缆主要应用于地板采暖、土壤加热、畜牧养殖、融雪化冰、管道保温等。



安泽发热网席适合各种地面装饰材料，这种速热的采暖系统是浴室等家居场所的最好选择。



ANZE[®] 智能电地暖防伪 品市场保护系统正式启动

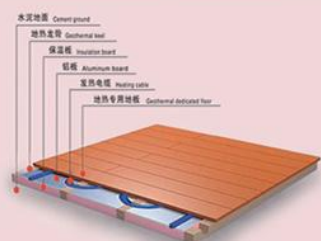


短信查询流程

网站查询流程

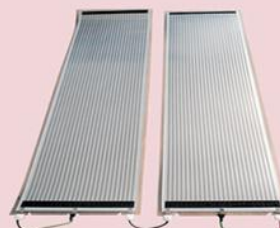


安泽电热毛巾架
适合在浴室、厨
房、功能房、度
假房等安装。



安泽怡热干式

安泽怡热干式采
暖系统特别适合
老房子及精装修
后房子的采暖改
造。



安泽电热膜

采用金属箔片
加热, 铝膜屏
蔽接地保护,具
有防辐射、防漏
电、升温快、无
功率衰减、安
全又舒适。

安泽“缆”住“暖”财富

文 / 谢志红

乌鲁木齐,新疆自治区首府,物阜民康。

多年来,这个高寒城市的居民一直靠简单的燃煤取暖,再加上满街的烧烤烟气……将这颗高原明珠罩上了一层黑带,这个我国日照时间最长的省会城市变成了“冬无几日见阳光”。新疆自治区政府和乌鲁木齐市政府非常重视这个问题,早在2005年就提出了“乌鲁木齐蓝天工程”,还老百姓一个蓝天。

安泽就是在这个时候开始大力进军新疆电地暖市场的,通过一次次的讲座、技术交流、展会,使地方政府认识了电地暖,认识了安泽。功夫不负有心人,通过5年的努力,安泽终于在2009年一举拿下乌鲁木齐市政府的三大电采暖试点工程:乌鲁木齐南山生态小区、乌鲁木齐职业大学、新疆职业技术学院。三大工程施工总面积为32.8万平方米,并于2009年9月底

竣工,当年冬季全部投入使用,并创造了90平方米住房采暖耗电2度/天的全国纪录。安泽人凭借自身技术优势和质量保证,凭借徽商的朴实与执着成就了安泽一个又一个的奇迹。

安泽电工有近20年的电热、电器产品领域的研发经验,其主导产品电冰箱化霜器、空调补偿电加热器、热水器电加热器等先后为海尔、海信、韩国三星电子、西门子电气、韩国LG、英国惠尔普等跨国企业提供配套服务。1999年,安泽抓住中国地暖行业的发展机遇,以电热电加热器产品的技术为基础进军地面电采暖及发热电缆行业。

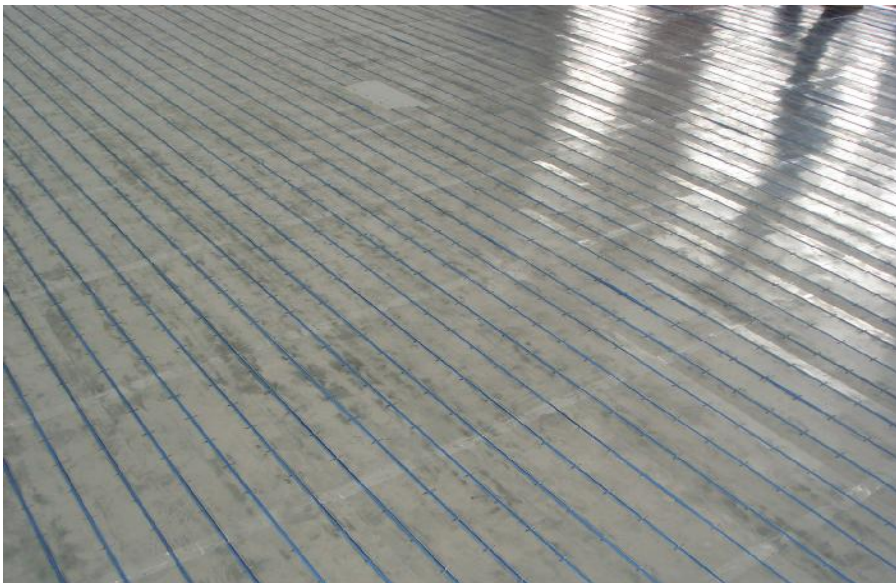
千锤百炼 打造“安泽”品牌

发热电缆有很多关键的工艺,看似简单,但做起来却相当复杂,特别是其可靠性必须经过“千锤百炼”。年生产1000根优

质发热电缆,简单!生产10000根优质电缆,比较简单!那么生产50000根、100000根呢?难!难上加难!但是安泽做到了。

安泽电工2008年生产16.7万根发热电缆(5.6万根用于畜牧农业项目),截止到2008年12月31日(一年)市场反馈不良品13根,其中6根属人为损坏,不良率十万分之4.19。即使这么微小的数字,也成为了安泽人刻骨铭心的痛。安泽电工强化了隐式接头技术、交联聚乙烯工艺、电磁屏蔽工艺以及空气排出工艺等四大领域的国际领先优势。实行发热电缆身份证制度,每根发热电缆都贴有一个独立的条形编码,公司的管理系统通过这个编码,可以追溯到电缆生产的每一道工序、每一个操作工人。安泽就是这样通过一个个细小改进,每天进步一点点来提高产品品质和客户的品牌认知度。

当然,好的产品必须要用市场价值才能体现出来。“安泽”最初在产品销售上也并非一帆风顺的。上海碧元采暖技术有限公司是一家讲究品牌的高端地暖施工企业,做电地暖工程一直使用的是进口品牌发热电缆。当“安泽”向他们推荐自己的发热电缆的时候,他们根本就不敢使用。他们经过对安泽青藏铁路等重点工程应用详细了解后,还是抱着试试看的心态,使用了两年,最终开始逐步使用“安泽”大功率发热电缆。至今,安泽发热电缆凭着过硬的产品质量、完善的售后服务和工程市场零故障率,最终取得了整个长江三角洲地区绝对的品牌领导地位。安泽改写了南方没有大面积电地暖的历史!安泽系列电地暖产品





ANZE[®]
安泽Ⅲ期低碳工业园

先后中标于：上海世茂蝴蝶湾 7 万平方米，上海泰欣嘉园 4 万平方米，上海梦公园二期 5 万平方米，昆山绿中海 4 万平方米，嘉兴九龙山庄别墅 7 万平方米……

安泽电工普遍认同的行为标准是：穿最普通的衣服、说最朴实的话、写最真实的短文，心里想着最精英的事业、手上干着最精英的活儿。安泽人不急不躁，十年磨一剑，我们共同期待……

2004 年，“安泽”参编 JGJ142-2004《地面辐射供暖技术规程》行业标准。安泽在全国各地进行宣贯活动，一定程度上推动了电地暖市场的发展，同时也成为了“安泽”在国内发展的一个重要转折点。

稳住内销 进驻海外市场


前些年，在电地暖行业流传出这样一

种说法，认为电磁是可以互相抵消的，所以有些商家借此在南方大力推广宣传双导发热电缆，双导发热电缆相对单导发热电缆来讲，成本并不高，但是在市场价格上就会形成一个差价。在一定程度上让消费者多花了一份“冤枉钱”。

随着时间的推移，这种无根据的宣传愈演愈烈，几乎到了一种“忽悠”的境地。作为一个严谨、负责任的企业是不能容忍这种行为的。安泽用 7 万美元，花 22 周的时间拿出来一个比较详细的、权威性的单导发热电缆和双导发热电缆的电磁辐射检测报告，即美国联邦贝克实验室 EMC（电磁辐射安全）认证，明确声明：发热电缆的电磁辐射，不是互相抵消的，而是可以被屏蔽的，单、双导发热电缆的电磁辐射数值是相当的，均在安全范围之内。这

也成为“安泽”发展史上一个重要事件，被评为 2008 年中国地暖行业十大新闻事件。这一事件展现了一个企业的崇高境界和高度的社会责任感。

“安泽”的名气在国内外都是响当当的。2009 年，“安泽”的北美境外客商纷纷慕名来访，经过严格的考察，与“安泽”达成合作意向。数月间，美国 Tom 公司、加拿大中国商会、加拿大砖瓦协会、美国 GUANJOO 公司、英国 B & Q 公司等数家企业及组织先后多次到“安泽”进行实地考察，经反复磋商和谈判，最终均达成合作协议。安泽全系列产品已在 2009 年全部通过美国 UL 认证，成为中国发热电缆迄今为止唯一通过此项认证的企业。

“亲亲安泽，与您共享温馨自然；悠悠安泽，与您共享市场喜悦”。 

长江中下游地区 发热电缆地板采暖应用的 经济性分析

我国长江中下游及周边地区是典型的冬冷夏热地区,涉及 16 个省、市、自治区,面积 180 万平方公里,人口 5.5 亿,国内生产总值占全国的 48%,是一个人口众多、经济发达的地区。该地区夏季炎热,冬季寒冷,室内自然热环境差。这一地区冬季过去不采暖,室内温度处于 10℃ 左右甚至更低。据研究,人在冬季的最舒适温度是 20℃ 左右,15℃ 是人感觉冷暖的明显分界限,冬季长期处于 15℃ 以下是不舒适的,实际上在北方的一些城市,如果室内采暖温度达不到 16℃,可以投诉供热公司。因此,长江中下游地区的居民冬季室内舒适度是很差的。随着居民生活水平的提高,越来越要求住宅的舒适性,冬季采暖就提上了日程,现行的采暖措施多是电暖气和暖风机,能效比低,电能浪费严重。

南方冬季热负荷小,采暖期短,采用集中供热的方式显然不合适,电采暖是较好的采暖方式。它控制好、可分户计量,是一种很好的选择方式。发热电缆地板采暖方式还有以下优点:

第一,舒适性好。发热电缆地板采暖的房间温度场是温度梯度随高度增加,下热上凉,这符合人体“温足而顶凉”的生理特点。

第二,室内设计节能。由于发热电缆地板采暖主要是辐射采暖,这比传统的对流型散热器采暖方式达到同样的舒适度,室内设

计温度可能降低 2℃,这节省了一部分能量。

第三,每个房间安装独立控制的温控器,分别控制各房间的温度。温控器根据用户的设置自动控制房间的温度,有利于节约不必要的能耗。

2001 年出版的《夏热冬冷地区居住建筑节能设计标准》第六页指出,该地区采暖度日数在 800~1 000℃/d 的地方,耗热量指标不得高于 10.1~11.7W/m²。这是我国针对第二步节能标准要达到 50% 提出的要求,如何实现这个目标?节能通过两个途径:增加外围护结构的保温和提高采暖系统的节能。利用发热电缆地板采暖方式要想达到这一要求也是这两个途径,下面我们利用算例对这两方面分别进行分析。

建筑情况:选用建筑是南京市一栋多层建筑,共 6 层,层高 2.8 米,共 3 个单元,36 户,各户面积 80 平方米。

围护结构节能分析

按照节能的两个途径,首先分析在新的节能围护结构要求下,住宅不间断采暖时候的耗热量。首先计算围护结构耗热量指标如下。

按照整个建筑进行耗热量计算,计算公式是:

$$Q=Q_1+Q_2-Q_3$$

$$=\sum \alpha K F(t_n-t_{wn})+0.278nV_p w n(t_n-t_{wn})-Q_3$$

其中,

Q1:围护结构传热耗热量

Q2:围护结构渗风耗热量

Q3:内部得热量

室外温度 t_{wn} 取南京市采暖期室外平均温度 3.2℃,按照地板采暖设计温度比热水采暖设计室内温度低 2℃ 的原则,室内采暖温度 t_n 取 16℃,围护结构传热系数按照《夏热冬冷地区居住建筑节能设计标准》节能 50% 的要求进行选取,渗风耗热量换气次数也按照该标准取 1.0 次/小时,室内得热(照明和其它得热)按照该标准取 4.85W/m²,连续采暖耗热量计算见表 1。

由表 1 可见,仅仅依靠围护结构的节能还达不到节能 50% 耗热量的要求,需要利用采暖系统运行的节能来达到这一目标,下面分析系统运行中的节能。

发热电缆地板采暖运行节能分析

我们知道,发热电缆地板采暖有很好的自主调控温度、分户计量的措施。在非居住房间、室内无人时间,都可以把室内的采暖调小,甚至关闭。例如,在夜间可以把客厅温度调低,白天外出时间可以关闭供热系统等。根据发热电缆地板采暖系统在北京及周边地区的实际运行效果显示,对于保温情况良好的达标建筑,发热电缆地板

表 1 耗热量指标的计算

	面积 /m ²	温差 /°C	传热系数 / (W/m ² ·°C)	传热量 /W	渗风量耗热量 /W	室内得热 / (W/m ²)	总耗热量/W	热指标 / (W/m ²)
屋顶	420	12.8	0.8	4301				
墙体	1423	12.8	1	18217				
窗户	324	12.8	4	16589				
小计				39107	25108	12222	51993	18.1

表 2 连续运行采暖季计算热费

面积 /m ²	热指标 / (W/m ²)	采暖期 / 天	耗热量 /kW·h	电价 / (元 /kW·h)	热费 / (元 /m ²)	热费 / 元
80	10.8	83	21.5	0.52	11.2	895

表 3 不保温围护结构耗热量指标计算

	面积 /m ²	温差 /°C	传热系数 / (W/m ² ·°C)	传热量 /W	渗风量/W	室内得热 / (W/m ²)	总耗热量 /W	热指标 / (W/m ²)
屋顶	420	12.8	1.5	8064				
墙体	1 423.2	12.8	2.03	36980				
窗户	324	12.8	6.4	26542				
小计				71587	37662	12222	97027	33.7

表 4 不节能围护结构采暖季节耗热量

面积 /m ²	热指标 / (W/m ²)	采暖期 / 天	耗热量 /kW·h	电价 / (元 /kW·h)	热费 / (元 /m ²)	热费 / 元
80	20.2	83	40.2	0.52	20.9	1674

采暖系统的运行时间为 10~12 小时 / 天，这样，实际耗热量大致相当于满负荷连续采暖时候的 60%。由此，我们得出实际运行时候的耗热量负荷：

$$q' = 0.6q = 10.8 \text{ W/m}^2$$

这样，通过围护结构保温和供热系统（用户自主行为）两方面的节能，基本上实现了新节能标准规定的节能目标。

采暖季耗热量的计算

下面我们利用上边的采暖耗热量指标计算本栋建筑的年耗热量和热费。南京市每年室外平均温度小于 5°C 天数是 83 天，采暖期取 83 天，电价较高，0.52 元 / kW·h，采暖季热费如表 2 所示。

可见，一个普通用户经过一个采暖季缴纳采暖费 895 元是可以接受的。本例中南京市电价较高，可想而知，在电价较低或

有昼夜峰谷差价的冬冷夏热地区更适用采取这种采暖方式。

围护结构的保温对耗热量的影响

在该地区推行本采暖方式是才用节能围护结构分不开的。用节能好的墙体、窗户和屋顶，耗热量指标就会降低，相反，如果采用非节能围护结果，耗热量就会增大，可见这对用户的经济运行影响很大。按照以上的算例，供热系统连续运行，采用不节能的围护结构情况如下，那么耗热量指标如表 3。

即使间歇采暖，耗热量指标为 33.7W/m² 的 60%，即 20.2W/m²，耗热量也相当大，按照这个标准，采暖季耗热量计算如表 4。

可见，这比前一个方案多耗费近 800 元的热费，这是一笔不小的费用。下面用不同的耗热量指标计算一个采暖季的耗热量

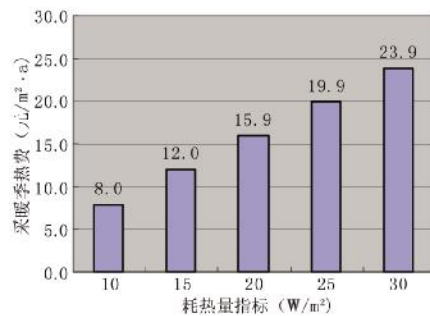


图 1 热费与热指标关系

热费，来分析保温对节能的影响，如图 1。

从图 1 可见，在夏热冬冷地区采用电采暖方式的前提必须用于节能建筑，否则建筑必须进行节能改造，反之运行费用将会很高，不适于发热电缆地板采暖的采用。

从上述分析可见，在我国的长江中下游流域采用发热电缆地板采暖的方法是可行的，并且采暖费用是可控的，采取间歇和分户控温的运行方式则更省钱。 Anze



春天里低碳在前行

全国低碳经济媒体联盟办公室主任 曾衡



节能环保理念 深入到社会各领域

1986年前苏联的切尔诺贝利核灾难震惊世界,近期因日本地震引发的日本福岛核灾难又引起了各国人民对核能使用的又一次深刻反思,对真正清洁的新能源及世界可持续发展新思考。据悉目前全球共设有507座核电厂,在日本,环保人士预期政府短期内将更依赖化石燃料发电。日本首相菅直人已表示,在福岛核事故后,发展其他新能源将成为日本的主要支柱,“日本从地震重灾恢复过来后,必须推动太阳能和生物能源等洁净能源。”

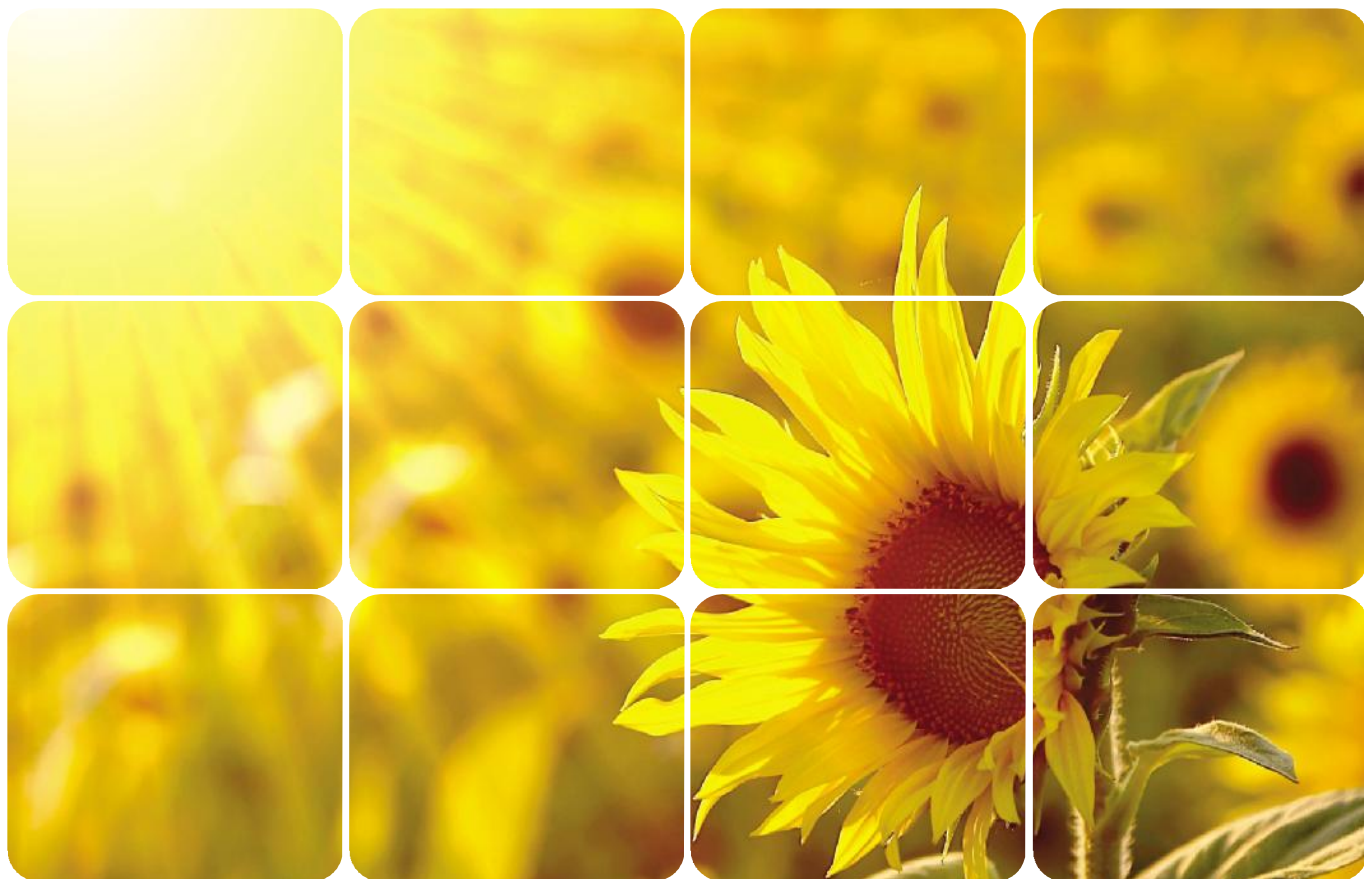
中国也计划发展其他洁净能源。国家发改委副主任解振华表示,受到日本核事故影响,中国将调整核能发展计划,以加强核能安全。他在澳洲堪培拉举行的中澳双边气候变迁政策论坛中表示,“福岛核危机不只影响中国的核发展政策,同时亦影响到全球其他国家。”而美国总统奥巴马

马虽然坚持发展核能,不过他同时亦表示美国会努力发展其他洁净能源。德国的反应最为迅速,原本计划于25年内逐步淘汰核电厂,在福岛核事故之后,计划的进度明显加快。德国政府及时关闭7个核电厂作安全检查。又计划于2020年前停止核能发电,并同意为发展可再生能源投放更多资源。绿色和平国际可再生能源总监Sven Teske表示,德国可以利用风力发电和太阳能发电来填补停止发展核能的能源不足,不过德国或需从邻近的核发展国家买入一些能源。“转用可再生能源的确需要时间,但不会太长”。

2010年被称为“中国低碳元年”,2011年的“两会”,以节能环保为主题的提案议案一如既往地火爆,2011年3月16日,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》正式发布,《纲要》提出,要大力发展节能环保、新一代信息技术、生物、高端装备制造、新能源、新材料、新能源汽车等战略性新兴产业。节能环保产业重点发展高效节能、先进环保、资源循环利用等关键技术装备、产品和服务。专家认为,“十二五”将是中国从改革开放第一阶段高速发展的“黑猫”阶段变为更注重和谐、可持续发展的“绿猫”阶段的历史转折,也将是节能减排产业的一个新起点。

节能环保产业 将成国家经济转型的支柱产业

据悉,作为“十二五”期间的重点发展领域,《节能环保产业发展规划》目前已基本编制完成。规划将对节能产业、环保产业和循环利用产业提供技术、产品和服务等支持。到2015年,中国节能环保产业总产值将达到GDP的7%~8%,成为新的支柱产业。专家预计,节能环保产业规划将



于第二季度出台。作为战略性新兴产业，“十二五”期间国家将在行业政策、税收优惠、资金投入上给予大力支持，行业产值将有更大提高。据国务院发展研究中心“重点产业调整转型升级”课题组测算，2015年环保产业产值可达2万亿元。“十二五”期间，我国环保投资额预计将达3.1万亿元，是“十一五”期间1.6万亿的2倍左右。

从规划细节来看，我国将把高效节能技术和装备、高效节能产品、节能服务产业、先进环保技术和装备、环保产品与环保服务六大领域列为重点支持对象，在财政、税收、金融等方面提供政策支持。

政策驱动 引领低碳经济发展浪潮

当前，全球经济竞争格局正在发生深刻变革，科技发展正在孕育新的革命性突破，世界主要发达国家纷纷加快推动战略性新兴产业发展，发展低碳经济。我国要想在未来国际经济竞争格局中占据有利地位，

必须加快培育和发展战略性新兴产业。2011年3月5日，国务院总理温家宝在“十一届全国人大四次会议政府工作报告”中强调，要加快培育发展战略性新兴产业。积极发展新一代信息技术产业，建设高性能宽带信息网，加快实现“三网融合”，促进物联网示范应用。大力推动节能环保、新能源、生物、高端装备制造、新材料、新能源汽车等产业发展。

节能环保产业面临大机遇

温总理在政府工作报告中还提到，加强节能环保和生态建设，积极应对气候变化。突出抓好工业、建筑、交通运输、公共机构等领域节能。继续实施重点节能工程。大力开展工业节能、推广节能技术、运用节能设备来提高能源利用效率。加大既有建筑节能改造投入，积极推进新建建筑节能。大力发展循环经济，推进低碳城市试点。

节能环保作为战略性新兴产业之首，发展潜力巨大。在3月5日提交全国两会

代表委员审议讨论的“十二五”规划纲要草案，新增了非化石能源占一次能源消费比重、单位国内生产总值二氧化碳排放量等多个节能减排约束性指标，原有的主要污染排放指标则更加细化。部分与会代表委员认为，节能减排任务更硬，表明国家下更大决心、花更大力气推进节能减排，符合我国“十二五”时期经济社会发展的要求，节约能源、保护环境、走可持续发展之路的要求。国家发改委副主任解振华认为，这些指标的确定，意味着“十二五”期间节能环保产业的市场是非常大的，潜力是非常大的，我们还会相应地制定一些配套的鼓励性经济政策，来引导和支持环保产业的发展。安泽在节能环保领域始终走在行业的最前沿，作为低碳联盟的理事长单位，无论是从自身出发还是立足电地暖行业，在节能环保所作出的成绩是行业学习的榜样，只有更多地行业更多企业共同来维护节能事业，那么我们可以预见，节能环保产业将进入生机盎然的绿色春天。 Anze

我国电地暖 应加快推广力度

中国作为世界上人口最多的国家，电地暖市场的发展前景十分广阔。但由于电地暖行业刚刚起步，也存在着一些阻碍行业健康、可持续发展的问题。电地暖系统能否具备“结构薄、重量轻、升温快、节电费”等优点，是电地暖能否普及推广的关键因素。

在国外电地暖普及的国家，建筑商可将发热电缆预埋在混凝土结构的楼板中且不会抬高楼板地面高度、不会增加楼房基础的承重。但在中国，目前尚不具备这种可行性，电地暖大多都是在后期装修期间才铺装进建筑中的。

如果不严格按照 JGJ 142-2004《地面辐射供暖技术规程》中的“电地暖隔热材料不小于 20mm，混凝土填充层不小于 35mm，养护期不少于 21 天”的要求施工，那么电地暖安装后就会产生如下不良结果：

1. 结构层抬高地面 55mm 以上，会影响与非采暖区地面的找平，并且会使房间层高变矮。

2. 楼板承重增加 $60\text{kg}/\text{m}^2\sim 80\text{kg}/\text{m}^2$ ，填充混凝土施工量大、周期长。如果整栋楼大面积安装电地暖，开发商则会因大楼原基础设计无法承受如此大的负荷而放弃立项，不利于大面积电地暖工程项目的推广。

3. 电采暖施工后因混凝土填充层养护期不少于 21 天，无法在短期内进行后续装修工作，会影响整个装修周期。

4. 因结构层较厚，升温较慢（通常需 4~8 小时），故采暖时需不间断地使用，后期运行电费则居高不下，会出现“装得起，用不起”的现象。而对那些间歇式使用电地暖的用户而言，因升温较慢，安装好的电地暖就变成了摆设。

以上这些问题都极大地阻碍了电地暖在中国的普及与推广，因此相关企业必须对目前传统的电地暖材料及施工工艺加以改进，才能从根本上避免上述现象的发生。电地暖系统只有具备了“结构薄、重量轻、升温快、节电费”的特点，并具备易安装的工艺，才能真正被广大消费者认同，电地暖产品才能普及。

对于上述问题，国外电地暖同行是这样解决的：

1. 用直径为 2mm~3mm、以新型耐高温绝缘材料 PTFE 制造的细发热电缆取代目前直径为 6mm 以上、以 XLPE 材料制造的粗发热电缆。

2. 用厚度仅为 3mm~5mm，黏结性、流动性、平整度、防开裂、防收缩等各项性能指标极好的快干自流平砂浆，代替 35mm 以上的混凝土填充层。

3. 使用特制的电地暖专用保温板（厚度有 20mm、10mm、6mm 几种），这种保温板具有导热系数小、抗压强度高、不易变形、与各种黏结剂易黏结的特性，代替国内使用的 20mm 厚的 EPS 保温板。

4. 用俗称“软钢筋”的玻纤网格布代替了钢筋网。

以上四个方面的变化可使电采暖系统结构总厚度降为 10mm~25mm，自重降为 $4\text{kg}/\text{m}^2\sim 7\text{kg}/\text{m}^2$ ，升温提高至仅需 20~30 分钟，

有即开即热的效果。这种系统对那些间歇式使用电地暖的用户非常适用，虽然蓄热性差一些，但节省运行电费的效果非常明显。

我国电地暖行业如果要实施上述方案，需在现行的 JGJ 142-2004《地面辐射供暖技术规程》中增加相关的技术规范和施工要求，这实际上是迈出了电地暖与国际接轨的一大步。

中国电地暖行业应与国际接轨，不断制定和修订规范产业和行业健康发展的各项标准和规程

由于中国的电地暖产业起步较晚，与电地暖产业较先进的一些国家相比还有一定的差距。例如，国际上已广泛应用逾十年的由 PTFE 材料制造的发热电缆在我国尚无国家检测标准；发热电缆的电磁辐射安全标准也尚未制定；作为中华人民共和国行业标准的 JGJ 142-2004《地面辐射供暖技术规程》版第 4.4.2 条以及 2009-09-17 修订版中的第 8.2.5 条还存在“发热电缆外径建议不小于 6mm”、“地面辐射供暖系统用的发热电缆，外径不宜小于 6mm”等字样的描述。目前世界发达国家在民用电地暖领域大多数早已采用线功率 10W~13W、外径

2mm~3mm 的细发热电缆,就是为了达到“结构薄、重量轻、升温快”的效果。

笔者曾在北京地暖委 2007 年 2 月召开的“国内发热电缆生产厂家与进口品牌发热电缆经销商座谈会”上呼吁过此问题,今天看来,这一问题并没有被解决。笔者认为唯有与国际先进技术接轨,向国外同行虚心学习,努力赶超世界先进技术,才是国内产业与行业健康、快速发展之路,地域保护反而会阻碍国内电地暖整个行业快速发展。大力正确地宣传和传授电地暖常识,纠正错误宣传行为。

笔者工作期间,经常被用户和地暖安装服务商要求判断这样一个论述:“单导体发热电缆通电时产生的电磁场无法抵消,双导体发热电缆通电时产生的电磁场可经双导线中一去一回的电流互相抵消。”起初笔者向问者解释道:“使用交流电的导体都会产生电磁场,电磁场产生时以三维空间的方式辐射,无论单导或双导都是不可能

互相抵消的,真正消除电磁场的是致密接地屏蔽网。简单地说,电磁场是被接地屏蔽掉的,而不是被抵消掉的。”但许多问者仍半信半疑,并拿出某厂家的发热电缆产品宣传资料为证,笔者这才意识到中国的电地暖行业缺乏宣传常识。某些厂家或从业者常想当然地在发热电缆产品宣传资料上发布不专业的、误导消费者的所谓科学理论。这也难怪消费者因对电地暖产品难辨良莠而退避三舍。诸如此类的例子还有许多,这些现象对国内电地暖行业的健康发展是十分不利的。专业的采暖杂志应纠正或拒绝刊登这类广告,而多刊登一些专业知识的文章,加强这方面的理论学习。生产厂家和进口品牌的经销商应加强对从业人员的专业知识培训,共同维护电地暖行业。

提升节能,开发、引进齐上阵

目前国内电地暖行业选用的温控器五花八门,大多采用的是水地暖系统中常用

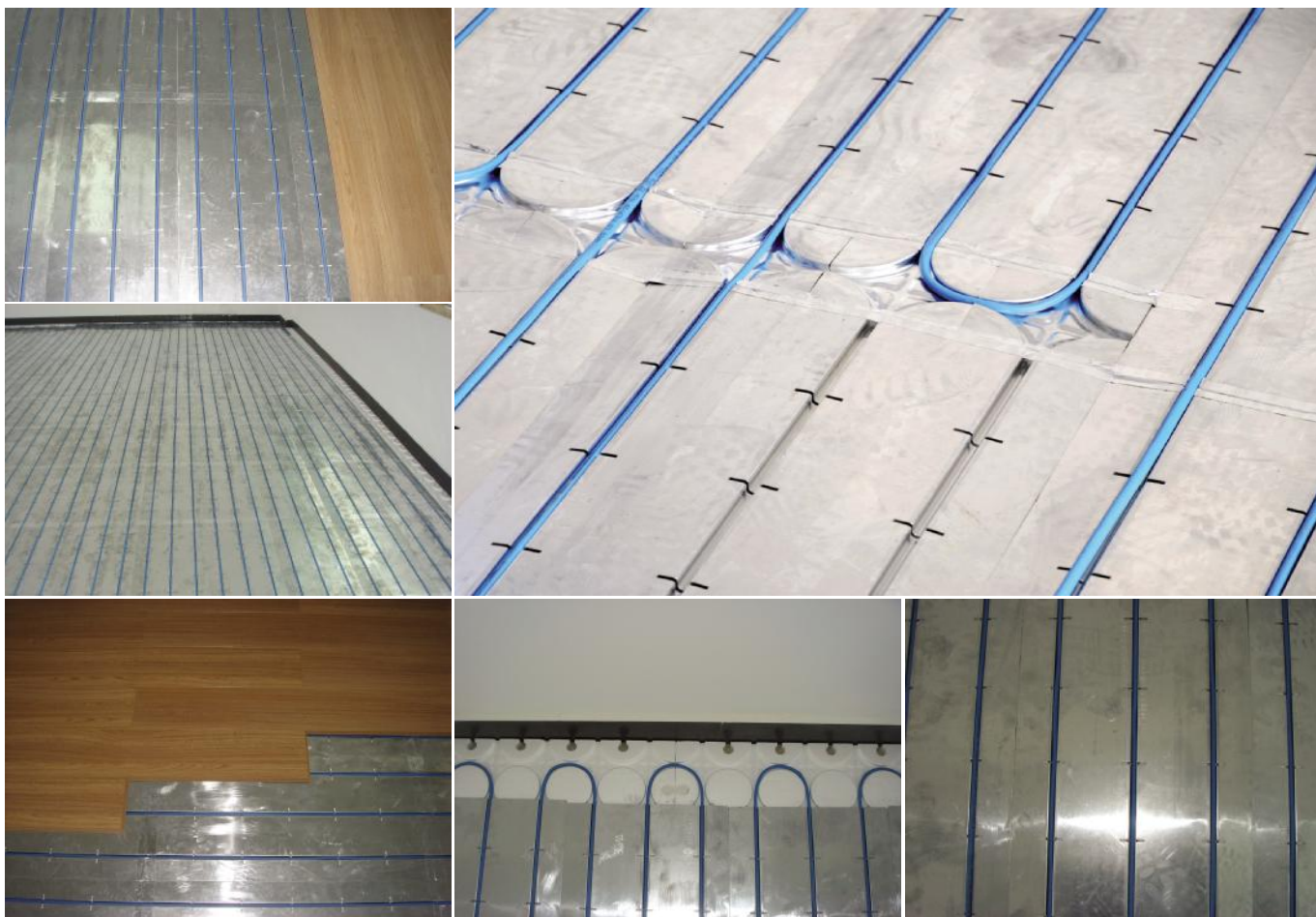
的室温型温控器。这是不专业的做法,存在着地面温度难以控制、地暖舒适性变差的缺点。如果地面过热,还会导致地板变形、采暖电费大幅上升的后果。

应按以下方法正确选配电地暖用温控器:

1. 选用带有地温探头的地温型温控器,若用双温双控的温控器则节能效果更佳。
2. 地温型温控器应带有最高 35℃ 的限温功能。
3. 所选择的温控器应具有一周定时编程功能。
4. 专业版的温控器通常将常用的几种舒适或节能模式按键设计在面板上,使普通消费者既可简单、方便地操作,同时又能大幅降低运行电费。

目前,国内适合电地暖以上 5 种要求的专业温控器产品还不多,应加快开发或引进,彻底改变国内电地暖耗能较高的局面,更好地普及与推广电地暖。 **Anze**

来源:中国能源信息网



·经典案例·

安泽智能电地暖系统 在某养殖场仔猪保温房的应用

江苏沭阳小脚丫地暖公司 沈伟

智

能电地暖系统用于养殖场仔猪采暖并不鲜见,但是,究竟如何设计施工呢?在网上搜索多日,多是办公、家居的采暖设计施工方法并无养殖采暖案例。由于笔者不是十分精通暖通专业,故将2010年为某养殖场仔猪采暖系统的设计、施工心得述于文字,仅供电地暖经销商参考,欢迎专业人士拍砖、斧正!

一、仔猪保育舍概况

该仔猪保育舍:长86m宽12m高4m,水泥砖墙、多窗,共4栋。每栋设长80m×3m×0.4m的仔猪栏2条,每条有42个单元栏舍(见图1)。

二、采暖要求

断奶是猪一生最艰难的时期,初生仔猪脂肪层薄,被毛稀疏,保温能力低,适应环境应激能力差,遭受巨大的断奶应激。如果此时保育舍温度低,所有仔猪堆挤在一起取暖,仔猪活力能力下降,采食量减少,

加重了断奶应激,肠道恢复能力减慢,引起仔猪腹泻,出现负增重,死亡率升高,保育期和育肥期生长缓慢,出栏时间延长。因此养殖场要求冬天仔猪栖息区域地面温度在26℃~32℃之间,并且要求采暖系统操作简单、方便冲洗、经久耐用、维护简便,因此安泽智能电地暖系统成为首选。

三、仔猪采暖设计方案、材料构成

鉴于仔猪养殖采暖地面温度的要求及仔猪栏的构成,仔猪栖息区采暖设计功率为:160W/m²,方案如下(见图2)。

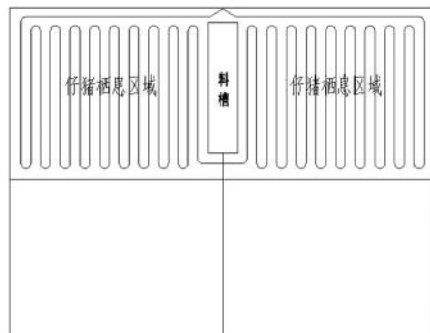


图2 采暖设计方案

1. 发热电缆:安泽 AZV01180300 发热电缆;
2. 温控器:曼瑞德 RTC70.16;
3. 挤塑板 120cm×60cm×2cm;
4. 金明铝箔反射膜;
5. 10cm×10cm 钢丝网;
6. 金明固定卡钉。

四、施工步骤

1. 基层处理:将地面清扫、找平;

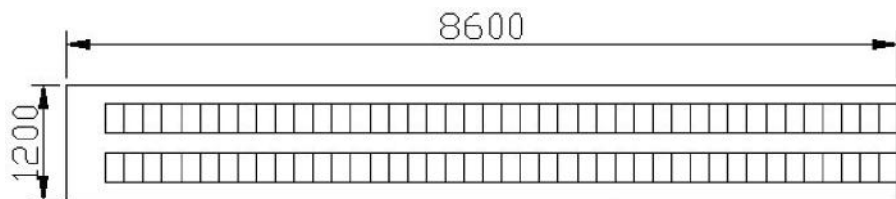


图1 该仔猪保育舍单元栏舍



图3 施工图

2. 铺设挤塑板: 要求铺设平整, 接缝严密;

3. 铺铝箔反射膜: 要求平展无皱褶, 以保证良好的铝箔反射效果;

4. 固定钢丝网: 钢丝网铺放应顺直平整, 搭接处绑扎牢固;

5. 铺装发热电缆: 在铺装发热电缆前首先要检测发热电缆的电阻值和绝缘电阻, 填写施工记录, 按照设计间距用卡钉固定发热电缆, 固定地温探头, 同时敷设立柱上与温控器相连的竖向线管;

6. 浇筑 C20 豆石混凝土: 在浇筑混凝土前再次检测发热电缆的电阻值和绝缘电阻, 填写施工记录并请工程监理签字确认, 混凝土填充层的浇筑应从里向外进行, 浇筑工人要穿软底鞋小心施工, 以防损坏发热电缆的绝缘层;

7. 安装温控器: 待混凝土填充层凝结硬化后, 安装温控器, 并进行运行测试, 填写施工完工记录并请工程监理签字确认。施工图片(见图3)。 Anze

补记:

本工程于2010年5月开始施工, 10月完成温控器的安装调试, 由于笔者查阅不到有关仔猪电采暖的相关资料, 故按照家庭卫生间电地暖的要求来进行仔猪采暖的设计、施工, 实属胆大妄为, 因此心中忐忑不安, 在冬季期间数次前往养殖场观察了解, 养殖场对仔猪采暖效果颇为满意, 万幸之幸, 至今细细想来, 脊背寒起。望此文能起抛砖引玉之用, 以绝今后鲁莽之举!



·经典案例·

浅谈京沪高铁济南西客站天沟融雪化冰

京沪高速铁路从北京南站始发终止上海虹桥站，总长度 1318 千米，全线纵贯北京、天津、上海三大直辖市和河北、山东、安徽、江苏四省，是我国目前最长的客运专线之一。

济南西客站是京沪高速铁路 5 个始发终到站之一，车站位于济南市槐荫区，占地 1.6 万平方米。主体为钢结构结构，包括主站房、高架候车区、地下通廊及雨棚。

济南西客站的主站房及高架候车区的屋面设计是弧形保温型彩钢结构，屋顶面积 1 万平方米，共设计 122 条天沟。为了防止冬季冰雪对屋面的损害，这 122 条天沟设计了天沟融雪化冰系统，此工程由安徽安泽电工有限公司提供发热电缆、温度控制系统及技术服务，施工单位是湖南电工有限公司。为京沪高速铁路这条纵贯华北、华东地区的巨龙提供了一个亮点，为 2011 年 6 月 22 日的正式通车奉献了我们的汗水和热情。

安泽天沟融雪化冰系统是以电力为能源、发热电缆为发热体，将 98% 电能转换为热能，把发热电缆安装在天沟表面，通电后，工作温度为 45℃~60℃，通过天沟表面层导热，将冰、雪融化，保证天沟畅通，达到融雪化冰目的。该系统的主要优点是安全、环保和节能。

安泽天沟融雪化冰系统的设计主要分为热负荷设计、工程设计、温度控制设计及



图 1 正在建设的西客站屋面



图 2 准备安装的西客站屋面天沟

电气设计，热负荷和工程设计的标准和依据是 JGJ 142-2004《地面低温辐射供暖技术规程》、GB 50019-2003《采暖通风与空气调节设计规范》、《安泽发热电缆产品应用技术》、甲方提供的图纸和数据、室外供

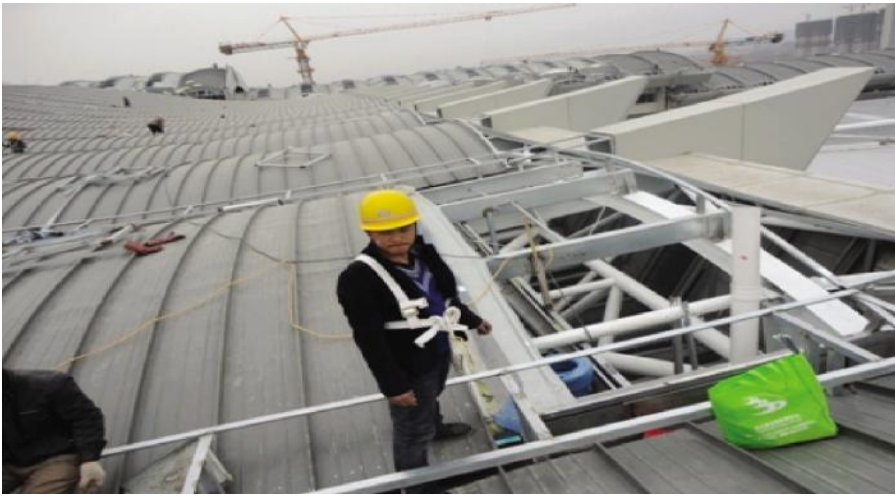


图3 正在进行天沟融雪化冰发热电缆的安装

暖计算温度,冬季主导风向及平均风速等。电气设计的标准是 JGJ 16-2008《民用建筑电气设计规范》、GB50052-952-2004《供配电系统设计规范》、GB 50045-1995《低压配电设计规范》、GB 50257-1996《电气装置施工及验收规范》及中国建筑工业出版社 1996 年出版的《建筑电气设计》一书。

济南西客站天沟融雪化冰系统的天沟表面设计温度 $5^{\circ}\text{C}\sim 10^{\circ}\text{C}$,每米设计的功率是 34W ,采用安泽双导发热电缆,线性功

率每米 17W ,表面工作温度 65°C 。控制系统采用温控器与交流接触器相结合的方式对整个系统进行控制,每根发热电缆都有漏电保护开关进行二级保护。

安泽天沟融雪化冰系统在发热电缆安装前,首先要把天沟内的垃圾清理干净,再用结构胶把卡条按照一定的间距粘接在天沟表面上,经过 24 小时后,再根据图纸设计的要求把发热电缆固定在卡条上,发热电缆的冷线部分只有 2.25m ,必须通过接

线盒把发热电缆与电源导线连接,然后按照不同的区域把电源导线布置到配电箱内。济南西客站天沟融雪化冰系统共分 9 个区,主站房分为 A、B、C、D、E 5 个区,两个电源点,A 区和 E 区一样,是 11 根 1700W 的双导发热电缆,用一个温控器和交流接触器控制,B 区和 D 区一样,12 根 2400W 的发热电缆,C 区是 10 根 3000W 的发热电缆。高架候车区分为 4 个区,四个电源点,每个区都是 13 根 2000W 的发热电缆。

济南西客站天沟融雪化冰系统的电气工程主要由设计院提供的 6 个电源点分别分到 9 个区域内,每个区域都有一个专用的配电箱,配电箱内有一级保护装置、温控器、交流接触器及二级保护开关,每个漏电保护器控制一根发热电缆,所有电源导线的载流量及机械强度都要符合设计院设计的要求。

济南西客站的天沟融雪化冰系统是安泽发热电缆的一个成功应用案例。安泽发热电缆不仅应用在地面辐射供暖上,为家庭、学校、办公、商务等广大领域提供冬季采暖,还可以应用在屋面、天沟融雪化冰、道路融雪化冰、管道保温、草坪、花卉及畜牧养殖业供暖等多个领域。

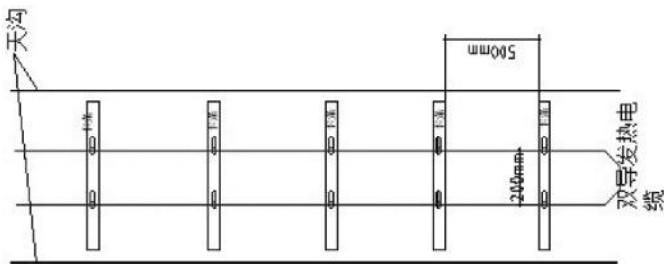


图4 天沟融雪化冰系统平面示意图

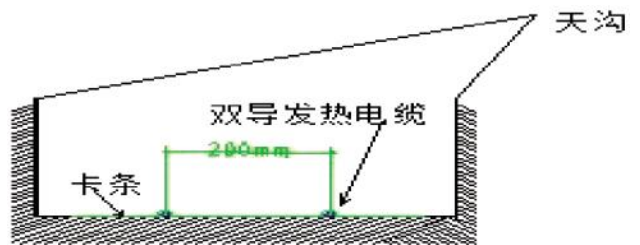


图5 天沟融雪化冰系统剖面示意图

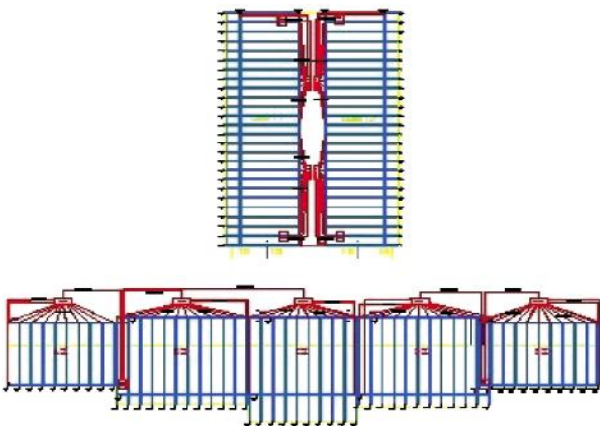


图6 天沟融雪化冰系统电力分区示意图

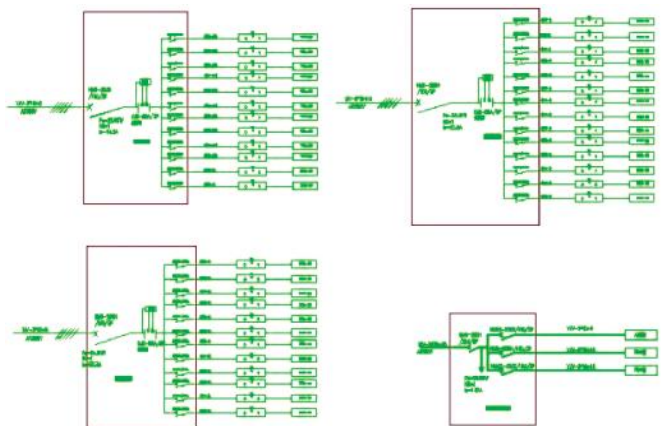
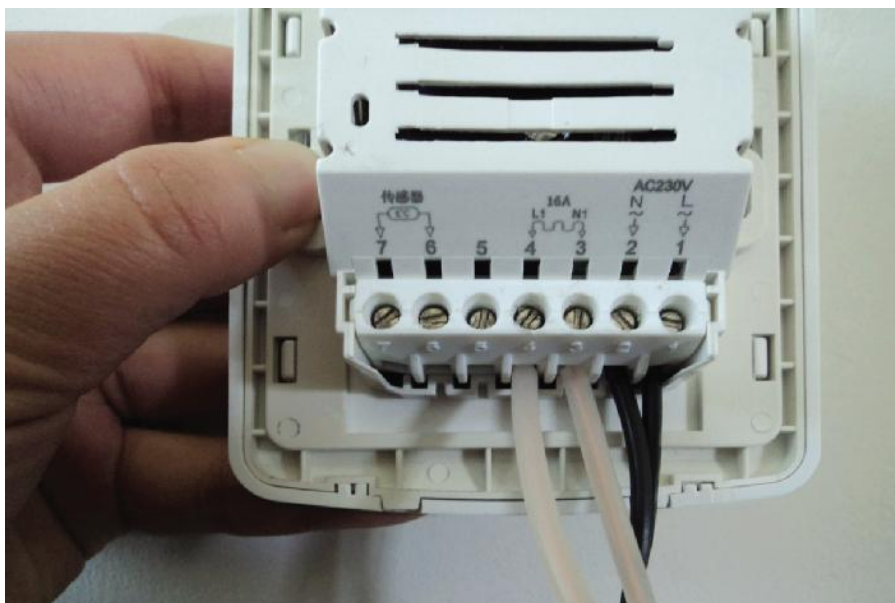


图7 天沟融雪化冰系统电路示意图

·企业支招·

安泽电地暖系统发热电缆导线及温控器发热问题解析

安徽安泽电工有限公司 黄方贵



近期公司接到客户几个反馈信息,他们表示在使用安泽电地暖时,温控器及温控器下方的墙面有明显的积热现象,而且温度很高,造成的后果有以下几点:

1. 温控器控温不精确,使系统无法正常工作,它主要是因为温控器的整体发热对温控器的内置传感器的影响。内置传感器感应的温度并不是室内温度,而是温控器辐射的温度,所以温控器上显示的温度有时达到 50℃~60℃,甚至更高。

2. 温控器烧毁,温控器的温度积累到一定时,可导致温控器内部的元件损坏。

3. 发热电缆与温控器的交接处交联聚

乙烯碳化,导致整个系统瘫痪,要重新更改线路。它主要因为温控器的接线柱是发热源点,而与温控器连接的发热电缆几公分之内一直处在极高的温控,交联聚乙烯在慢慢发生变化,到最后导致短路、烧毁温控器、甚至会烧毁发热电缆。

造成以上情况的原因有两种情况,一是把发热电缆的冷线部分剪掉了,热线部分直接连接到温控器上,这种错误的处理方法只有更换整个电地暖系统才能解决。二是在安装温控器时,发热电缆的冷线末端是以一字型的方式直接插入温控器的接线端口,特别是功率较大的发热电缆容易

出现积热现象,经我公司的研究和实验证明,功率较大的发热电缆的冷线线径大小没有造成积热现象,墙面之所以积热是因为温控器接线柱过热,通过铜导线热传导而引起的。所以我们在处理这种积热现象时,只要改变发热电缆与温控器端口的接线方式,把发热电缆的冷线末端以 U 型插入温控器的接线端口,增加发热电缆与温控器的接触面,减少发热电缆与温控器的接触电阻,就可以解决积热现象。 Anze





用心做事 成就未来

——专访安泽电工新疆大区经理 李义超

文 | 汪一萌

走进李义超

李义超,30多岁,地道的宁国人。安泽电工地处宁国,宁国人服务宁国的企业,在宁国这是比较常见的现象,但是他们虽是服务宁国企业,却常年在全国各地奔波,李义超就常年奔走在新疆区域,从乌鲁木齐到库尔勒,从用户到经销商,一路走来,感慨颇多。

谈起李义超与安泽的缘分,2004年他就供职于安泽公司的前身——天成电

器有限公司,主要负责电加热产品的技术。那时,李义超就负责安泽产品采购事宜。直到2008年1月再次加入安泽电工,这时的安泽电工有了翻天覆地的变化,产品链扩展到发热电缆、温控器、安泽地漏、干式地暖、电热毛巾杆等。重返安泽后,李义超也重拾昨日风采,在安泽这个大舞台上尽情挥洒才华与青春,也收获了诸多喜悦。

李义超主要负责工程技术包括电地暖

产品安装及售后指导工作,凭借多年的相关电地暖从业经验及安泽专业的技术培训,李义超很幸运地担任新疆乌鲁木齐县南山生态小区的电地暖的技术指导工作,这也为安泽2010年3月成立新疆乌鲁木齐办事处打下坚实的基础。成立新疆办事处后,李义超出任安泽新疆大区经理。大区经理的主要职责在于:发展与拓展该区域经销商;从事行业技术指导,不断增加对用户的服务;协调整个大区的销售工

优

秀的产品,只有通过销售这一环节才能走进消费者,让消费者认知、认可、使用。对于致力于为广大用户提供舒适家居生活的安泽,拥有着众多优秀的大区经理,他们在全国各地的电地暖领域,用自己的智慧、热情,携安泽电地暖的两大利剑——优秀的产品和周到的服务,使得安泽电地暖在全国遍地开花,温暖了众多消费者的心房。

安泽产品到销售者的“牵线人”——各地大区经理功不可没,安泽新疆大区经理李义超就是其中最优秀的“牵线人”之一。

作;与大区内的办事处沟通,不断做大安泽电地暖在该区域的市场份额。李义超出任大区经理后严格履行这些职责,先后成立了库尔勒办事处、喀什办事处等,新疆的销售业绩也不断提升。

安泽“亮剑”

电地暖的销售在北方主要以工程为主、家装为辅,而南方主要以家装为主、工程为辅。在新疆主要以集中供热为主,为贯彻落实国家的节能减排政策,新疆地区尤其是乌鲁木齐县的采暖政策是:主张采用非集中供热,这对于安泽在该区域的市场拓展起着至关重要的作用。电地暖作为一种舒适、节能的采暖方式,可为用户提供舒适、节能、环保的采暖家居环境,这无疑为安泽电地暖在该地区的发展提供了良好

契机。结合良好的政策环境,针对安泽电地暖在该地区的销售推广,李义超亮出了安泽几大“宝剑”。

▶ 亮剑一:普及电地暖观念

谈到安泽进入在新疆市场之后,李义超感慨颇多。新疆地区的采暖市场,水地暖占据50%的市场份额,电地暖仅占据20%的市场份额,用户对电地暖的认识程度不是很高,对电采暖的采暖方式都不是很认可。李义超进入新疆后,进行了电地暖采暖观念的普及,通过参加展会等宣传活动,不断向当地居民宣传电采暖的节能、环保、舒适优势,讲解电采暖的国际发展趋势,使得该地区居民的采暖意识不断提高。

▶ 亮剑二:让安泽的名字更响亮

众多地暖厂家纷纷进入新疆地暖市场,竞争异常激烈,如何让安泽品牌成为其中的佼佼者,需要付出多倍努力。这不仅需要安泽的高品质产品,还需要安泽周到细致的服务,拥有这些硬件后,安泽就需要进一步打开市场的知名度,这就是安泽品牌推广阶段。李义超不断与用户、经销商、住房和城乡建设委员会沟通,让他们认可、体验电采暖方式,倾听多方声音从而不断改进电地板采暖。

▶ 亮剑三:区域策略调整

李义超进入新疆市场后,针对新疆区域的具体情况,安泽进行了一些市场营销策略调整。具体说来,新疆地区采暖主要以集中供热为主,水采暖占据着巨大的市场份额,如何让电采暖占据地区,这是李义超考虑的问题。所幸的是在2008年新疆全面落实节能减排政策,规定居住建筑必须实现节能,鼓励推广使用电地暖的采暖方式,采用节能计量的方式规划城市建设。这为安泽在该地区的推广提供了一个宏观大背景。

未来无限美好

2009年8月,凭借着安泽的值得信赖的产品品质及售后服务,安泽中标新疆乌鲁木齐县南山生态小区公务员集资建设面积达12万平方米的电地暖工程,成为该地区面积最大的电地暖采暖施工工

程。这不仅是对当地用户采暖方式的一种转变,也体现用户对电地暖采暖方式的接受与认可。

李义超十分看好新疆地区的地暖市场,政府对电采暖比较支持,有很多支持和鼓励政策。通过2年多的市场拓展,安泽拥有众多的样板形象工程,安泽电地暖在用户心中的品牌知名度不断提升,这为安泽在该地区进一步拓展市场打下了坚实的基础。但同时也有越来越多的电采暖品牌纷纷进军该地区,竞争日渐激烈,如何继续发挥安泽品牌的优势,这是李义超思考的。



谈到安泽新疆地区的下一步市场销售计划,李义超信心十足。未来安泽将进一步拓展新疆非集中供热地区的市场销量;安泽将以乌鲁木齐县为主,辐射其他地区,继续推进学校、政府工程、办公楼等地区的电地暖工程,争取把安泽产品的市场份额做大,辐射周边国家。 Anze

小编札记

李义超学习的是机电控制专业,多年来他从事的工作都与专业相关。的确在自己擅长的专业领域,才能更好地发挥才能。

李义超不善言谈,用他自己的话说:“我这个人不善言谈,很多事情喜欢去做,说就不是擅长。”是啊,擅长做事的人,才能做好事情啊。安泽有着这样做大事的大区经理才能蒸蒸日上。

回报自己

——访安泽电工内蒙古大区经理 李浩

文 | 刘江玲

2009年,李浩加入安泽电工有限公司(以下简称“安泽”),从这一年开始,李浩迈出了他个人职业生涯中的重要一步。

用心看安泽

当初,李浩还是供电局技术人员时,经常听到业内同行对安泽的良好评价,所以,李浩对安泽的最初印象还是“很好”的。时隔不久,恰逢安泽招聘技术人员,李浩凭借着最初对安泽的良好印象前去应聘,结果如他所愿,他成为了安泽的一份子。

“安泽从上到下,无论领导还是普通的工人都很敬业,这是我到安泽之后体会最深的。”李浩谈他初到安泽时的感受。

2009年,李浩进入安泽伊始,技术出身的他被分配到工程技术部。第二年,李浩被任命为安泽内蒙古大区市场部经理。从基层人员到管理者的完美蜕变,完全基于李浩对安泽的无比忠诚以及对市场的深度了解。

按李浩的话说,“在市场营销过程中肯定是有困难的,但是我觉得我的优势就是对产品技术和使用效果相当熟悉,我能为不同客户提供不同的需求解决方案,所以那些困难也就能迎刃而解了。”李浩在大区经理的职位不到一年时间,其非凡的营销能力就彰显了出来。

内蒙古采暖市场需求量很大,李浩进入内蒙古市场的第一步就是了解市场。通过走访,李浩了解到这里有不少住宅小区和宾馆都采用电地暖采暖方式,其使用的产品还是九十年代的老式产品,高能耗和设备老化是让用户头疼的事情,要符合国家的节能减排政策,必须得更换采暖设备。对于安泽来说,将会是很大的机遇。

为了让用户更加了解安泽产品的高性价比,李浩在内蒙古的多个区域开展了

产品推介活动,通过与同类产品的对比,安泽的产品优势不断地吸引了客户,得到了许多客户的青睐;同时,李浩还亲自负责对客户的安装指导,为不懂技术的客户提供全方位的技术支持,把用户的安装成本降到最低。

李浩印象最深的是2010年的一个案例。巴彦淖尔市保健院采用了安泽电采暖设备,由于缺乏技术人才,导致地暖设备的安装不符合工程要求。当李浩走访客户时发现,如果不拆掉不符合要求的工程,以后的损失会更大。在李浩数次阐述现有施工做法的利弊情况下,作为甲方的施工方同意了李浩的要求,并请李浩作为他们的技术顾问,按要求完成了工程。事后,李浩的做法得到了甲方的高度认可。

清醒看市场

2011年,李浩负责的内蒙古大区突显了良好的发展势头。今年,安泽将继续扩大区域营销优势,利用产品推介会和行业展会提升产品影响力;加强对零散客户的服务力度,在零散客户群体中获得认可;针对大客户进行系统、专一的电采暖解决方案,使电采暖的优势得到用户认可;以市场为导向,加紧对先进产品的研发步伐;吸取工程返工的教训,让市场和技术人员全程跟踪工程进度及质量,避免不必要的返工。

担任内蒙古大区经理这段时间里,李浩最满意的项目是包头市青山小宾馆工程。青山小宾馆是包头市接待国家重要领导人的住所之一,让国家领导人体验到安泽的电采暖设施是李浩最值得骄傲的事情。这样做的目的既让政府的决策者意识到绿色采暖方式的重要性,也让安泽品牌得到重视。在笔者看来,李浩的这种想法虽

然有些功利,但是却也很实在。这种功利源于依靠过硬的产品和优质的服务而带来的自信,为的是让政府加强对民营企业发展绿色能源产业的支持力度。

谈到自己所负责的内蒙古市场在安泽全国市场布局中的作用,李浩对他的“狂妄”构想侃侃而谈。“我觉得内蒙古市场是开拓中国以北外蒙古及俄罗斯等地区最好的桥梁,其市场直接与这两国相接,我们的产品也在逐渐的被他们认可和接受,如此好的市场前景,我们肯定不会放过的”。构想始终是构想,李浩并没有急于实施他的远大构想。在他看来,电采暖市场在一两年之内不会出现明显变化,但电采暖的发展趋势是极为乐观的。

理智看工作

对于梦想,李浩认为自己现在的工作就是在为实现梦想而努力。

李浩计算机专业毕业后并没有投入到相关行业的工作中去,反而把电力行业作为他一直追求的事业目标。从供电局到安泽工程技术部,再由技术人员转变为区域市场营销经理,李浩不断实现着他在事业发展中的阶段性跳跃。到目前为止,李浩每天起来要做的第一件事就是把这一天的工作进行细化和条理化,长时间的坚持,已经让这一工作成为李浩的习惯。

对地暖行业的了解,让李浩在市场营销当中如鱼得水。“销售是最锻炼人的,一个人想要快速成长,我觉得应该选择做销售,这是我的职场经验。”李浩在说到对实现人生目标的看法时说。李浩认为,一个人要想在一个行业发展好,必须对你所在的企业忠诚;其次,要以用户的需求为指导进行服务;最后,要尊重你所在企业的文化和同事。 Anze

李

浩是个对待事业兢兢业业、对工作一丝不苟的耕耘者，在自己这片梦想之地辛苦地劳作着。他用忠诚、敬业、勤奋，回报了安泽、回报了事业，也回报了自己。



高举发热电缆 民族品牌大旗

文 | 陈进周

安徽安泽电气有限公司（简称“安泽”）花费7万美元在美国完成一项关于发热电缆的检测报告，这对于很多“地暖人”来说，都难以理解。在北京奥运会开幕前夕，中国辐射供暖供冷委员会（简称地暖委）专家组组长邓有源通过为期两天的实地考察，得到了有关这一事件的答案。透过这一事件，邓有源感受到了一个民族发热电缆企业勇于担当行业责任的炽热情怀。

“弱小的电地暖行业诞生了大企业”

“这是安泽的办公大楼?!”在看到安泽崭新的办公大楼时，第一次走近安泽的邓有源对安泽检测报告的疑问立即被他的惊讶取代了——这座办公楼所显示的实力已经远远超过了他对安泽实力的预期。一个5层高、建筑面积达3000多平方米、充

满了现代气息的办公大楼原本并不足以让邓有源大惊小怪，但是，他和地暖行业中的很多人一样，在提起电地暖材料企业的时候，他常常不自觉地联想起电地暖行业最明显的特点之一——弱小，尽管这种联想并不符合逻辑。

而那天，他意识到：他对电地暖企业的看法将可能因安泽而改变。“弱小的电地暖行业已经诞生了大企业。”邓有源的想法很快通过他对安泽的深入了解而得到印证。

安泽的发热电缆已经成功地应用到了青藏铁路站后房建工程的电地暖工程、上海绿中海Ⅱ——梦公园的电地暖工程、西安耀华佳园小区地暖工程、北京长城凯宾斯基饭店地暖工程、沈阳新恒基大厦等地暖工程中；安泽电缆的销售网络已经打通了我国除海南、台湾、广东和福建以外的所有省份，并且出口到英国、挪威、丹麦、

美国及中亚等国家。就在2010年整体经济形势深受美元贬值、原材料价格上涨等不利因素影响的大背景下，安泽依然保持了快速发展势头：在国外，安泽在美元版块下滑30%的情况下，仍然实现了100万美元的销售业绩；在欧元版块，安泽电缆已经完成了60万欧元的销售；在国内，安泽产品相继铺进了上海湖滨饭店、中国电子工业总公司第27所、上海泰欣佳园等地暖工程，在此过程中，受市场的拉动，安泽也推开了在国内布局销售网点的序幕，鲁南苏北办事处、武汉办事处和重庆办事处相继成立。

安泽“金钢钻”硬揽“瓷器活”

海尔公司“十佳供应商”、长虹公司“免检供应商”、LG公司“优秀供应商”……尽管早就听说过安泽是从开发电加热产品起家的，但看到国际知名家电企业颁发

给安泽这些荣誉证书时,邓有源还是感到非常惊讶。他很快意识到:安泽之所以敢于涉足发热电缆行业,也许正是因为她在成为“三星”、“海尔”等家电巨头电加热产品优秀供应商过程中磨砺出了“金钢钻”。

邓有源的判断是正确的。据安泽董事长程乃亮介绍,上述家电巨头对供货商的要求是极其严格的,他们经常会在事先不通知的情况下突然造访安泽,直接到生产车间里进行全面检查。而正是这种苛刻的合作方式客观上促进了安泽技术研发能力、生产管理水平的大幅提高,使安泽的各类电热加工产品不仅在国内通过了CCC安全强制认证和广州家电研究所的型式许可认证,而且通过了德国VDE认证、欧洲CE认证、美国UL认证、TUV认证等10多项认证。

携着在电热产品行业打造的技术优势和管理优势的安泽,自2001年进入发热电缆行业以来,全套引进欧洲先进的发热电缆的制造、检测工艺和技术,以精益求精的态度,开发了适用于建筑物室内舒适供暖、管道保温防冻、室外融雪等多品种、多规格

发热电缆及相关配套产品。在此过程中,安泽建立了计算机信息管理系统、健全了质量保证体系,目前该公司已通过了ISO9001 2000质量管理体系认证。安泽智能电地暖系统在TXLP工艺、隐式拼接工艺和单双导电缆的空气排出工艺方面在国际上处于领先地位。


安泽在发热电缆产品研发和加工领域软件和硬件建设日臻完美,为安泽在地暖行业赢得了广泛赞誉。不论是2001年在北京顺义的电地暖工程、2002年丹江口水库的30公里管道伴热工程,还是青藏铁路沿线的站房采暖工程,安泽发热电缆产品过硬的质量品质至今仍被项目合作方津津乐道。

打破洋品牌的话语权垄断

在邓有源见证了安泽的规模实力感受到了安泽的技术优势之后,程乃亮开门见山地告了安泽做这个检测报告的原因:“我们不计成本在美国完成这个检测报告,就是要打破洋品牌对国内发热电缆市场技术话语权的垄断,让整个民族发热电缆企业有一个公平的竞争环境。”

程乃亮介绍说:在地暖行业,不少消费者一直怀疑发热电缆存在着电磁辐射,进而担心这种辐射有损人的身体健康。而就在这种疑问尚未得到权威机构认定的时候,国外某开发双导发热电缆(不开发单导发热电缆)的企业开始在业内散布一种说法:发热电缆的电磁辐射仅靠屏蔽层是不能消除的。而消除这种辐射最有效的办法是选择双导发热电缆,因为这种发热电缆内部的两根发热暖线在通电状态的电磁辐射是可以相互抵消的。其言外之意很明显:电磁辐射只存在于单导发热电缆中。对于这种“司马昭之心”,既生产单导发热电缆又生产双导发热电缆的安泽虽然觉得荒唐可笑,却拿不出有力的证据。而更让安泽感到无奈的是:在我国地暖行业,尽管以安泽为代表的民族发热电缆企业通过不懈的努力打破了国外发热电缆企业对我国地暖市场的垄断,但由于我国民族发热电缆行业的整体发展水平有限——至今没有任何层次的产品标准和检测标准出台,因此,国内地暖用发热电缆市场上的技术话语权仍然掌握在国外发热电缆企业手中。在这种背景下,“外来和尚”的这种电磁辐射论,让很多不明真相的人误以为真,并进而误以为包括安泽在内的国产单导发热电缆都具有一定的电磁辐射危害。为帮助本土企业洗刷不白之冤,更为打破洋品牌对我国发热电缆市场技术话语权的垄断,安泽决定不惜代价到美国进行这方面的技术鉴定。

而来自美国BACI实验室的检测报告显示:安泽发热电缆中的所有单导和双导产品涉及电磁辐射的两个重要指标——传导干扰指标和骚扰功率指标全部低于欧美标准。这一结果彻底否定了那家国外公司关于电磁辐射的谬论,也验证了安泽“发热电缆的电磁辐射可被屏蔽层屏蔽”的理论。

至此,不用程乃亮再进行更加直白的解释,邓有源已经消除了他在安泽检测报告事件中的所有疑问。安泽这样做,其实是在延续她一直以来的努力:高举民族发热电缆企业的大旗! 

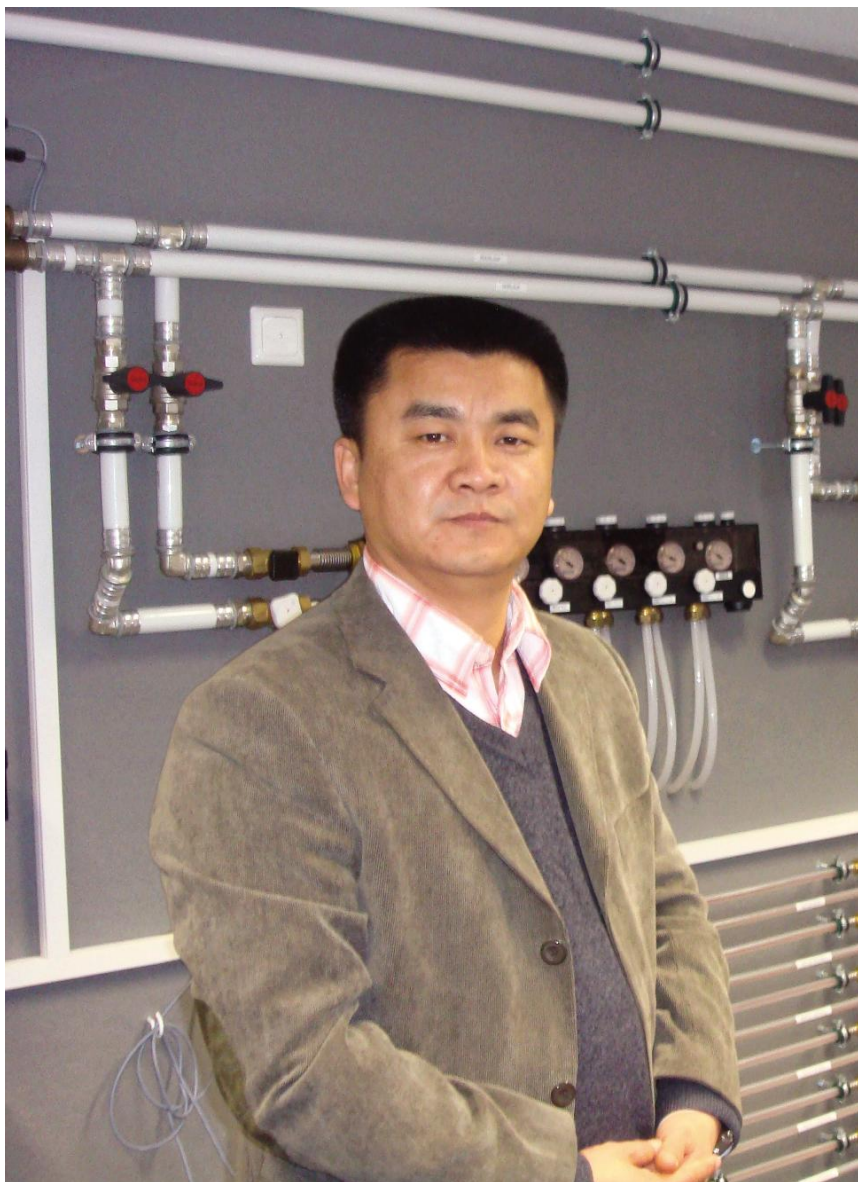


安泽优秀经销商展示

互信赢得共发展

——访上海碧元采暖技术有限公司总经理 李光宇

文 | 汪一萌



李光宇 是上海碧元采暖技术有限公司总经理,作为安泽电工优秀战略伙伴,李总是如何从一个经销商转变成成为安泽的代理商?安泽电工的团队留给他怎样的印象?让我们走进李光宇,从他口中让我们了解一个全新的安泽。

初步搭建 成就大局面

李总在坦露同安泽合作时说道,从2004年我与安泽开始合作至今已有七年时间,回想往事,感触良多,当时选择安泽是因为安泽当时在国内市场中产品质量及稳定的性能做得最好,那时也有几家从事地暖产品生产的厂家。为了更好选择,我们对每家产品都引进了一些,通过市场销量状况来进一步做出选择。在销售过程中安泽的产品获得了市场的认可,后来我有幸参观了安泽当时的工厂,进一步深入安泽内部,在参观过程中安泽每位员工在工作过程中都十分严谨,对产品质量的控制上有着严格的把关,这也是我选择安泽的重要原因。

在合作的过程中，大家相互支持、相互理解，让彼此之间的认同感越来越深，起初我是作为安泽产品的经销商。没过多久安泽却把上海地区代理权转给了我，让我从安泽的经销商转变为安泽的代理商。随着时间的推移，在合作中关系的不断升华，去年我们共同投资组建了新的公司。李总说。

完美服务深得人心

李总谈到起初安泽能获得他的认可时，他用平而朴实的话语讲述了他眼中的安泽。当时安泽距离李总所在的地方说远不远说近也不近，对于当时的他来说，因为是刚开始涉足发热电缆行业，在很多方面都不了解，最重要的是对风险的把控不够，在产品购置时不敢大量库存。只能使用老套的模式来运行，需要用什么型号的电缆时，我们就给安泽那边打电话。在这个过程中安泽那边没有任何怨言，利用自己的销量渠道给予我们最好的帮助。那时候在上海也有着多家经销商，很长一段时间里安泽在对上海地区的服务都是以你只要在前一天下午四点前订购所需产品，那么第二天上午十点前一定是可以拿到所需产品的这种单一物流式。为合作伙伴能及时提供所需产品，不计较在物流上面投入的巨大成本，这样的服务态度也是我一直选择安泽的原因。现在的交通越来越发达，我们的规模也在不断变大，在产品方面已不再像过去那样，开始有大量的库存保障。可是回想过去，我还是心存感激。

在经销安泽产品的过程中，有时会遇到很多未知的问题，同那边沟通的时候安泽都可以及时给予解决，从来没有出现拖拉现象。我觉得对企业来说这是一个非常好的服务态度，是企业获得成功的保障。

互信共赢推发展

“相互信任是决定双方在合作过程中是否能获得共赢的重要因素之一，具体是需要经销商同厂商间建立一个初步信任的关系，只有第一次的成功合作才能铸就现

在的良好发展。从另外一个角度说，经销商是作为外部因素来推动市场发展，厂商是以一个内因来帮助经销商。只有把内因与外因完美结合，才能实现双方共赢的良好发展状态。”李总说。

实际上企业与经销商之间是一个相互依赖的关系，这种依赖关系，可能是需要经销商为他的产品做推广或市场调研、市场宣传活动，竞争对手之间的信息有时候经销商也会帮助搜集。这些是经销商帮助厂商做的一些工作，同时厂商为经销商做的工作也非常多。经销商则需要依赖厂商的优质产品，间接的服务响应。经销商与厂商之间其实是一种相互依存的关系。大家都认认真真做事，其他都是在这些前提下展开的，只有在这个前提下，才能有其他各方面的合作或共同发展。

经销商是推动市场发展之矛，厂商是保障后方之盾。矛与盾完美结合，才能实现双方共赢。

——李光宇



风雨同舟铸成功

李总在谈到安泽人给他的感觉时说，安泽人认真、实在，愿意干实事。从员工到高层给我们这些经销商的印象都非常好，安泽员工在工作的时候都是严格按照制度规范操作，安泽高层给人的感觉很和蔼，在同我们这些经销商交谈中没有多大架子，都是非常随和地同我们沟通交流。他们的技术人员在为我们解答问题的时候也认真负责。对于我来说，安泽人的认真负责让我在同他们的合作过程中深有体会。有时在产品销售过程中会出现一些问题，安泽人都能及时给予帮助与解决。我们有新的市场需求时，安泽也能快速给予帮助，我们需要的一些特殊产品也会在指定时间内送到我们手里，这对于我们开拓一些特殊市场帮助非常大。

全球发热电缆行业，在先进技术方面安泽吸收得都很快，在吸收的过程中勇于创新，安泽现在做的矿物绝缘电缆，在全球拥有该产品技术的只有安泽一家。随着经济的飞速发展，今后在民用市场和公共设施领域，矿物绝缘电缆不管是国内还是国际上都会有很大市场。

不管是从安泽企业还是从我们这些经销商来说，其实都有一种决心，希望把产品做到最好，不仅成为国内的 NO.1，最终目标是做成全球最好产品。从合作到现在，他们的发展思路也是这样。安泽产品不光是要在国内占有巨大的市场，在国际市场上关注的也非常多。基本上发热电缆行业全球先进技术和最新产品在安泽都能体现，我觉得安泽能获得现在的成功与他们当初的整体发展思路是分不开的。

对于安泽未来的发展，李总有着自己的想法：安泽现在能一直保持着初建时的发展思路不变，其实已经是获得成功的前提。在新技术、新产品面向未来节能环保需求，城市建设发展和国家建设方面的一些高端产品上作出贡献。希望安泽成为全球最好产品的目标早日实现，这对我们这些经销商来说，也有着更广阔的发展空间。

安泽优秀经销商展示

温暖源

——访连云港九春科技有限公司总经理 滕友量

文 | 刘勤



滕友量

安泽智能电地暖江苏省连云港市经销商。自2003年经销、代理安泽发热电缆产品伊始，就与安泽建立了超乎朋友之上的经销商与厂家关系；多年来，滕友量切身体会电地暖的优势，坚信这是一份给人们送温暖的事业，他一直把在连云港地区推广安泽电采暖当成自己的事业。在阳光般温馨的电地暖世界里，滕友量收获着自己的成功与喜悦。

滕友量熟稔中医阴阳之道，坚信缘分。谈起滕友量与安泽的缘分，与他的中医爱好密不可分，因为安泽有可用于暖脚保健的电暖产品（安泽智能电地暖的早期产品）。从安泽这一产品开始，随后就拉开了他与公司的缘分。从在连云港地区设立安泽电工连云港办事处、销售分公司，滕友量一直接触着安泽电工。2004年开始，滕友量注册成立连云港九春科技有限公司，自然而然地成为了安泽智能电地暖在该地的独家特约经销商。当记者问及“九春”的缘由时，滕友量如是道：“推广安泽电地暖是一份给用户送温暖的事业，也是现代生活的朝阳产业，可用万物勃发的春天来形容：‘春，阳也；阳数九，故云九春。’我们也希望‘九春’像春天一样蓬勃发展。”

感动于安泽精神

滕友量坦言：这么多年来一直持之以恒地代理安泽发热电缆，原因在于：感动于安泽产品与安泽人。安泽产品质量及服务值得信赖，凭借安泽本身已经做出的成绩，作为经销商，九春要做的就是如何把安泽大旗举得更高。安泽人厚道，能够为别人着想；安泽人低调，做事非常实在；安泽人执着，严格执行地暖行业标准。尤其是国外有商家质疑中国电采暖产品的质量，说中国的电采暖产品电磁辐射不利于健康时。2005年，安泽电工花费数万美金邀请美国联邦BACL实验室用了22周的时间来检测安泽电地暖产品，结果安泽产品在国际辐射安全健康标准以下，其他指标还优于他们的标准。美国联邦BACL实验室还为安泽提供了权威的电磁辐射安全检测认证证书。2010年，安泽电工又正式通过UL认证体系，由于UL的各项技术指标及检测手段均高于CE认证，这一体系的认证充分说明安泽智能电地暖产品已率先与国际同步了。在美国，UL对消费者来说就是安全标志的象征。在全球，UL是制造厂商最值得信赖的合格评估提供者之一，安泽是国内唯一一家通过UL认证的发热电缆厂家，UL认证是地暖行业最高级别的认证。

“这一切都说明了国外产品能做到的，我们的民族品牌也能做到，为我们中国人争了光，所以能和安泽公司合作是我非常荣幸的事情！”滕总高兴地介绍道。

作为经销商，滕友量对安泽非常满意：安泽对经销商的关怀可谓是无微不至，无论从产品推广、技术指导，只要经销商提出的合理要求与需求，安泽基本都会满足。对于多年来的真诚合作，滕友量由衷感叹：“最初就是被安泽董事长程乃亮的厚道、坦诚感动，多年来双方早已建立了一种超越合作之上的朋友关系。”

滕友量印象深刻的是：“我们开始做第一个地暖工程时，程乃亮董事长率领安泽人员到江苏省连云港市，和我们一起亲自动手铺设发热电缆和水泥层，难得有这样

亲历亲为的企业老总。现在安泽已经壮大为中国地暖民族领军企业，企业人才也日益壮大，很多事情程总不必亲临一线，但这种帮助经销商成长的传统至今还在安泽团队传承着。”

安泽能和经销商成为超乎朋友之上的厂家与经销商的关系，到发展成为共同事业或伙伴，这的确不但需要高品质产品，更需要志同道合的发展理念和“口随大众，心随精英”的企业文化。

供暖可以很简单

谈到供暖，滕友量说：“热向上升，热源安装的空间位置越低，供暖的效果越好，这是在地球上不变的原理。就供暖来说，空调不如散热器舒服，散热器不如地暖舒服。”发热电缆铺设在地面，温暖自下而上，用滕友量的话说：“寒从脚起，暖自足底来，这种采暖方式合乎自然之理，与老庄‘顺应自然、天人合一’理论不谋而合。”滕友量感悟：健康有诀窍，真理必简单。生活不要太复杂，供暖应该很简单。电地暖就是一种超简单的懒人化采暖方式，使用非常安全方便，用户可以对供暖时间、温度按需要编程，而且使用寿命可长达50年以上。

谈到电地暖的发展前景，滕友量这样认为：“我十分爱学习，尤其关注国内外采暖方式的前沿技术。我对目前的空调、空气源及地源热泵、电热膜、碳晶板、电热地板、电散热器等各种供暖设备进行了多方面的综合比较，认为发热电缆作为地暖形式已经简洁到一根线的程度，要取代它应该有革命性的东西出现。”难怪滕友量说，体验着这样好的电地暖方式，在开始阶段时，自己都为不接受电地暖的用户着急。直到后来慢慢淡定，做事情就要耐着性子，让用户明白电地暖的优势，最终体会到电地暖的舒适。

乐此不疲把电地暖当成事业

一开始安泽电地暖在连云港地区的推广并不顺利，因为用户对电地暖的认可程

度不高，最初做的几个工程，九春只收取了订金。用户说只有使用后感觉好才把剩下的资金付全。一个采暖季下来，用户十分认可电地暖，主动把剩下的地暖款付了，这一事例极大地增强了滕友量做好电地暖的信心与勇气。近几年来，随着用户对电采暖方式的认可及安泽品牌知名度的不断提升，安泽在连云港声名大噪，市场销量大幅增长。

多年下来，滕友量已经把推广电地暖当成事业，将安泽发热电缆融入生活之中。因为安泽电地暖是在为他人送温暖，对社会、个人都是一件好事情。

在推广电地暖方式上，滕友量乐此不疲。他组织成立了连云港市地暖协会并出任秘书长。在多种场合及各种媒体上，滕友量始终认为：电地暖是一种优秀、简洁的采暖方式，必将是未来供暖的重要发展方向。

谈到电地暖的市场拓展和未来发展，滕友量信心十足。他坚信的理念是：我见青山多妩媚，料青山见我应如是。未来，滕友量将携更多优秀的安泽智能电地暖产品为连云港地区居民提供舒适、温暖的电地暖采暖方式。 Anze

小编札记

滕友量，经典的60后，地道的连云港人。

一个淡然品鉴阳光味道的人；一个对中医养生颇有兴致的人；一个对老庄之道熟稔于心的人；一个读书不求甚解唱歌足以自娱的人。滕友量主张好的东西一定简单，生活不要太复杂，供暖应该很简单。的确在他的世界里，8年来把安泽电地暖带入连云港，让电地暖理念深入到骨髓，就目前而言，其他采暖方式都还不能打动他的心。

滕友量，用他的执着坚韧在电地暖的世界里肆意飞扬，收获梦想与成功。

管理

就是给目标排序

文 | 谭小芳

管理其实就是排序。什么是排序？就是定出来什么重要，什么不重要。重要的是目标，不重要的是目标干扰。一个目标是容易实现的，三个目标还有实现的可能，但同时实现五个目标则是奇迹。作为普通的管理者，我们还是不要相信奇迹为好，因为奇迹出现的概率太小了。

为什么有的企业稳健发展，有的企业却停滞不前？有的企业目标一个个都能实现，有的企业却天天在找差距，制定的目标也是空中楼阁？很多企业不是没有制度，不是没有人才，而是没有科学、系统、务实的目标管理。而目标管理到位与否对战略是否执行到位起着关键性的作用。各级管理人员如何领导下属完成本部门与公司战略相匹配的目标与任务，才是企业繁荣兴盛的关键所在。

很显然，如果一个领域没有目标，这个领域的工作必然被忽视；管理者应该通过目标对下级进行管理。企业各级领导者对下属人员的领导，不是简单地依靠行政命令强迫他们去工作，而是运用激励理论，引导职工自己制订工作目标，自主进行自我控制，自觉采取措施完成目标，自动进行自我评价。著名企管专家谭小芳表示，目标管理可通过诱导启发职工自觉地去工作，其最大特征是通过激发员工的生产潜能，提高员工的工作效率来促进企业总体目标的实现。

中国人向来不缺目标，但中国企业的目标管理却做得并不好，归结到两点，一个

是制订目标后，既没有把目标变成相应的计划，也不能及时有效地追踪目标实现的过程。另一个是，目标可能只是一个口号式的目标。据谭老师的实践经验与调查结果，员工所做的工作有30%是与目标无关的，另有40%是源于目标不统一……企业或个人失去了目标，发展将成为空谈！有个人经过一个建筑工地，问那里的石匠们在干什么？三个石匠有三个不同的回答：

第一个石匠回答：
“我在做养家糊口的事，混口饭吃。”

第二个石匠回答：
“我在做最棒的石匠工作。”

第三个石匠回答：
“我正在盖一座教堂。”

如果用“目标管理”的指标来衡量这三个石匠，发现第一个石匠的自我期望值太低，这不是公司所需要的。第二个石匠的自我期望值太高，在部门中，此人很可能是个特立独行的人，而且他所设定的目标可能并不能实

现，管理者也不能与他很好地沟通。第三个石匠的目标才真正与公司目标、部门目标高度吻合，他的自我启发意愿与自我发展行为才会与公司目标的追求形成和谐的合力。

众所周知，企业经营一定要有清晰的目标，才能最终走向胜利。企业没有目标，前景就很朦胧，基本上很难实现，也就是说，没有可控性。目标管理专家罗伊史班斯帮助诸如西南航空公司、宝马公司、得克萨斯州大学、沃尔玛等成就了伟大的事业，而他做到这一切靠的是坚持一个理念：目标。但目标并不是空洞的，一个真正的目标必须达到公司每位成员的内心。如：西南航空的目标“拥有飞的自由”或沃尔玛的“为顾客省钱，提高人们生活质量”。

管理者的任务，就是在工作过程中找到并制定出合理的目标。设定目标是很关键的一点——我们做老板的、做老总的、做部门经理的，我们的任务是什么？下级期望从我们这里得到什么？最根本的东西其实非常简单：一个是目标；一个是告诉我如果完成了目标，我能得到什么。管理者的一个根本任务就是为下属定目标。定下目标，定

下由谁负责,定下完成任务的最后期限,再给出相应的报酬和激励,管理上 80%的事情就做到了。下面这个小故事就形象地说明了这个道理:

一个老企业家的儿子问父亲怎么做管理?老企业家拿了一根绳子放在桌上,让他把绳子往前推。儿子就从后面往前推绳子,但怎么推都不行,一推绳子就弯了。这时候老企业家说,你从前面去拉这根绳子。儿子一拉就把绳子拉动了。老企业家说,管理其实非常简单,你需要用目标把大家拉动起来。管理就是指出目标和方向。

制定一个合理的目标,我们就实现了目标的一半。有人这么说,我很相信这一点。我们作为管理者的任务,实际上是在工作的过程中去找到并制定合理的目标。例如,中层管理者就要为部门以及下属指定任务。目标关键在于它的内容,而不是在于它的形式。设定目标很关键的一点,就是设定个人的目标。设定个人一年的目标,一个季度的目标,甚至一个月的目标。因为我们只有把目标分解到个人,我们才有希望实现我们的目标。著名企管专家谭小芳在各大高校讲课时,经常会问大家,知道“摸着石头过河”这句名言吗?当然,人人皆知。再问大家,“摸着石头过河”的目的是什么?

“目标管理”的概念是管理专家彼得·德鲁克(Peter Drucker)1954年在其名著《管理实践》中最先提出的,其后他又提出“目标管理和自我控制”的主张。德鲁克认为,并不是有了工作才有目标,而是相反,有了目标才能确定每个人的工作。所以“企业的使命和任务,必须转化为目标”,如果一个领域没有目标,这个领域的工作必然被忽视。因此管理者应该通过目标对下级进行管理,当组织最高层管理者确定了组织目标后,必须对其进行有效分解,转变成各个部门以及各个人的分目标,管理者根据分目标的完成情况对下级进行考核、评价和奖惩。制定目标看似一件简单的事情,每个人都有过制定目标的经历,但是如果上升到技术的层面,经理必须学习并掌握 SMART 原则。谭小芳认为,所谓 SMART 原则,即是:

- 1、 **Specific**
目标必须是具体的
- 2、 **Measurable**
目标必须是可以衡量的
- 3、 **Attainable**
目标必须是可以达到的
- 4、 **Relevant**
目标必须和其他目标具有相关性
- 5、 **Time-based**
目标必须具有明确的截止期限

无论是制定团队的工作目标还是员工的绩效目标都必须符合上述原则,五个原则缺一不可。制定目标的过程就是自身能力不断增长的过程,经理必须和员工一起在不断制定高绩效目标的过程中共同提高绩效能力。目标管理理论提出以后,便在美国迅速流传。时值第二次世界大战后西方经济由恢复转向迅速发展的时期,企业急需采用新的方法调动员工积极性以提高竞争能力,目标管理的出现可谓应运而生,遂被广泛应用,并很快为日本、西欧国家的企业所仿效,在世界管理界大行其道。

仔细想想,现实中有不少人不也像这些鲸鱼一样吗?他们聪明、智慧、有活力、有激情,可是就是没有远大的理想和目标,由于没有目标的牵引,他们失去了人生前进的方向。假如清晰了自己的人生和职业目标,我们就会把自己稀缺的时间和珍贵的潜力用到应该用的地方去,进而调动所有的能量,挖掘所有的潜力,全力以赴于人生目标的追求。所以,成功大师指出:你成为什么样的人比你得到什么东西要重要得多。目标不仅仅界定追求的最终结果,它在整个人生旅途中都起着重要作用,可以说,目标是成功路上的里程碑。

那么,我们讲目标管理那么重要,到底什么是目标管理呢?中国古人讲“凡事预则立,不预则废”,说得就是目标管理。曹操的“望梅止渴”就是目标管理的运用。现代意义的目标管理则通过划分组织目标与个人

目标将许多关键的管理活动结合起来(如既可作业务计划和控制的手段,也可作员工激励或绩效考评的工具)。然后由组织内各部门和员工根据总目标确定各自的分目标,依据为整个公司、各个部门、各个人先有明确量化的指标,并在获得适当资源配置和授权的前提下积极主动为各自分目标奋斗,从而总目标得以实现,并把目标完成情况作为考核进行检查考评,可以奖罚兑现,实现全面、公平和互动的管理。由于这种管理制度在美国应用得非常广泛,而且特别适用于对主管人员的管理,所以被称为“管理中的管理”。管博理锐,管就理是在给线目标排序!

有的朋友问了,目标管理对于企业有啥意义呢?谭小芳认为——只有对目标做出精心选择后,企业才能生存、发展和繁荣。一个发展中的企业要尽可能满足不同方面的需求,这些需求和员工、管理层、股东和顾客相联系。高层管理者负责制定企业主要的总体目标,然后将其转变为不同部门和活动的具体目标。举例来说,如果企业总体的销售目标是 100 万,销售总监和地区经理会讨论如何完成目标,同时设立不同区域的具体目标。目标是共同制定的,而不是强加给下属的。目标管理如果能得到充分的实施,下属甚至会采取主动,提出他们自己认为合适的目标,争取上级的批准。这样,从管理层到一线员工的每个人,都将清楚需要去实现什么目标。对于中小企业来讲,这个意义很重要。

对于一艘盲目航行而没有目的地的船来说,任何方向的风都是逆风,再充足的马力也失去意义。人也一样,目标意味着你的一切,没有或者失去目标,你将什么都不是。有人曾对 100 位员工就“什么样的公司最为理想”进行调查,结果超过 90% 的员工回答:“目标明确的公司才是好公司。”把目的告诉员工,让员工知道自己从事的工作是公司整体目标中的不可缺少的一部分,才会激发其工作热情及能力。

总之,目标是行动的方向。对企业来说,可行、准确的目标可以正确引导企业高效经营运作,对企业经营管理的改善和经济效益的提高具有重要意义。 Anze

管理者 会讲的 故事

用人之道

去过庙的人都知道,一进庙门,首先是弥勒佛笑脸迎客,而在他的北面,则是黑口黑脸的韦陀。但相传在很久以前,他们并不在同一个庙里,而是分别掌管不同的庙。弥勒佛热情快乐,所以来的人非常多,但他什么都不在乎,丢三拉四,没有好好地管理账务,所以依然入不敷出。而韦陀虽然管账是一把好手,但成天阴着个脸,太过严肃,搞得人越来越少,最后香火断绝。

佛祖在查香火的时候发现了这个问题,就将他们俩放在同一个庙里,由弥勒佛负责公关,笑迎八方客,于是香火大旺。而韦陀铁面无私,锱铢必较,则让他负责财务,严格把关。在两人的分工合作中,庙里呈现一派欣欣向荣景象。

管理心得:其实在用人大师的眼里,没有废人,正如武功高手,不需名贵宝剑,摘花飞叶即可伤人,关键看如何运用。

鸚鵡

一个人去买鸚鵡,看到一只鸚鵡前标着:此鸚鵡会两门语言,售价二百元。另一只鸚鵡前则标着:此鸚鵡会四门语言,售价四百元。该买哪只呢?两只都毛色光鲜,非常灵活可爱。这人转啊转,拿不定主意。结果突然发现一只老掉了牙的鸚鵡,毛色暗

淡散乱,标价八百元。

这人赶紧将老板叫来:这只鸚鵡是不是会说八门语言?店主说:不。这人奇怪了:那为什么又老又丑,又没有能力,会值这个数呢?店主回答:因为另外两只鸚鵡叫这只鸚鵡老板。

管理心得:这故事告诉我们,真正的领导人,不一定自己能力有多强,只要懂信任,懂放权,懂珍惜,就能团结比自己更强的力量,从而提升自己的身价。

相反许多能力非常强的人却因为过于完美主义,事必躬亲,什么都不如自己,最后只能做最好的攻关人员、销售代表,成不了优秀的领导人。

袋鼠与笼子

一天动物园管理员发现袋鼠从笼子里跑出来了,于是开会讨论,一致认为是笼子的高度过低。所以他们决定将笼子的高度由原来的10米加高到20米。结果第二天他们发现袋鼠还是跑到外面来,所以他们又决定再将高度加高到30米。没想到隔天居然又看到袋鼠全跑到外面,于是管理员们大为紧张,决定一不做二不休,将笼子的高度加高到100米。

一天长颈鹿和几只袋鼠们在闲聊,“你们看,这些人会不会再继续加高你们的笼

子?”长颈鹿问。“很难说。”袋鼠说:“如果他们再继续忘记关门的话!”

管理心得:事有“本末”、“轻重”、“缓急”,关门是本,加高笼子是末,舍本而逐末,当然就不得要领了。管理是什么?管理就是先分析事情的主要矛盾和次要矛盾,认清事情的“本末”、“轻重”、“缓急”,然后从重要方面下手。

扁鹊的医术

魏文王问名医扁鹊说:“你们家兄弟三人,都精于医术,到底哪一位最好呢?”

扁鹊答:“长兄最好,中兄次之,我最差。”

文王再问:“那么为什么你最出名呢?”

扁鹊答:“长兄治病,是治病于病情发作之前。由于一般人不知道他事先能铲除病因,所以他的名气无法传出去;中兄治病,是治病于病情初起时。一般人以为他只能治轻微的小病,所以他的名气只及本乡里。而我是治病于病情严重之时。一般人都看到我在经脉上穿针管放血、在皮肤上敷药等大手术,所以以为我的医术高明,名气因此响遍全国。”

管理心得:事后控制不如事中控制,事中控制不如事前控制,可惜大多数的事业经营者均未能体会到这一点,等到错误的决策造成了重大的损失才寻求弥补。而往往是即使请来了名气很大的“空降兵”,结果于事无补。

曲突徒薪

有位客人到某人家里做客，看见主人家的灶上烟囱是直的，旁边又有很多木材。客人告诉主人说，烟囱要改曲，木材须移去，否则将来可能会有火灾，主人听了没有作任何表示。

不久主人家里果然失火，四周的邻居赶紧跑来救火，最后火被扑灭了，于是主人烹羊宰牛，宴请四邻，以酬谢他们救火的功劳，但并没有请当初建议他将木材移走，烟囱改曲的人。

有人对主人说：“如果当初听了那位先生的话，今天也不用准备筵席，而且没有火灾的损失，现在论功行赏，原先给你建议的人没有被感恩，而救火的人却是座上客，真是很奇怪的事呢！”主人顿时省悟，赶紧去邀请当初给予建议的那个客人来吃酒。

管理心得：一般人认为，足以摆平或解决企业经营过程中的各种棘手问题的人，就是优秀的管理者，其实这是有待商榷的，俗话说：“预防重于治疗”，能防患于未然之前，更胜于治乱于已成之后，由此观之，企业问题的预防者，其实是优于企业问题的解决者。

救人

在一场激烈的战斗中，上尉忽然发现一架敌机向阵地俯冲下来。照常理，发现敌机俯冲时要毫不犹豫地卧倒。可上尉并没有立刻卧倒，他发现离他四五米远处有一个小战士还站在哪儿。他顾不上多想，一个鱼跃飞身将小战士紧紧地压在了身下。此时一声巨响，飞溅起来的泥土纷纷落在他们的身上。上尉拍拍身上的尘土，回头一看，顿时惊呆了：刚才自己所处的那个位置被炸成了一个火坑。

出门

古时候，有两个兄弟各自带着一只行李箱出门。一路上，重重的行李箱将兄弟俩都压得喘不过气来。他们只好左手累了换右手，右手累了又换左手。忽然，大哥停了下来，在路边买了一根扁担，将两个行李箱一左一右挂在扁担上。他挑起两个箱子上路，反倒觉得轻松了很多。

把这两个故事联系在一起也许有些牵强，但他们确实有着惊人的相似之处：故事中的小战士和弟弟是幸运的，但更加幸运

的是故事中的上尉和大哥，因为他们在帮助别人的同时也帮助了自己！

管理心得：在我们人生的大道上，肯定会遇到许许多多的困难。但我们是不是都知道，在前进的道路上，搬开别人脚下的绊脚石，有时恰恰是为自己铺路！

鱼王的儿子

有个渔人有着一流的捕鱼技术，被人们尊称为“渔王”。然而“渔王”年老的时候非常苦恼，因为他的三个儿子的渔技都很平庸。

于是经常向人诉说心中的苦恼：“我真不明白，我捕鱼技术这么好，我的儿子们为什么这么差？我从他们懂事起就传授捕鱼技术给他们，从最基本的东西教起，告诉他们怎样织网最容易捕捉到鱼，怎样划船最不会惊动鱼，怎样下网最容易请鱼入瓮。他们长大了，我又教他们怎样识潮汐，辨鱼汛……凡是我长年辛辛苦苦总结出来的经验，我都毫无保留地传授给了他们，可他们的捕鱼技术竟然赶不上技术比我差的渔民的儿子！”

一位路人听了他的诉说后，问：“你一直手把手地教他们吗？”

“是的，为了让他们得到一流的捕鱼技术，我教得很仔细、很耐心。”

“他们一直跟随着你吗？”

“是的，为了让他们少走弯路，我一直让他们跟着我学。”

路人说：“这样说来，你的错误就很明显了。你只传授给了他们技术，却没传授给他们教训，对于才能来说，没有教训与没有经验一样，都不能使人成大器！”

河边的苹果

一位老和尚，他身边聚拢着一帮虔诚的弟子。这一天，他嘱咐弟子每人去南山打一担柴回来。弟子们匆匆行至离山不远的河边，人人目瞪口呆。只见洪水从山上奔泻而下，无论如何也休想渡河打柴了。无功而返，弟子们都有些垂头丧气。唯独一个小和尚与师傅坦然相对。师傅问其故，小和尚从怀中掏出一个苹果，递给师傅说，过不了河，打不了柴，见河边有棵苹果树，我就顺手把树上唯一的一个苹果摘来了。后来，这位小和尚成了师傅的衣钵传人。

世上有走不完的路，也有过不了的河。过不了的河掉头而回，也是一种智慧。但真正的智慧还要在河边做一件事情：放飞思

想的风筝，摘下一个“苹果”。博览古今，抱定这样一种生活信念的人，最终都实现了人生的突围和超越。

抉择

一个农民从洪水中救起了他的妻子，他的孩子却被淹死了。事后，人们议论纷纷。有的说他做得对，因为孩子可以再生一个，妻子却不能死而复活。有的说他做错了，因为妻子可以另娶一个，孩子却不能死而复活。

我听了人们的议论，也感到疑惑难决：如果只能救活一人，究竟应该救妻子呢，还是救孩子？

于是我去拜访那个农民，问他当时是怎么想的。

他答道：“我什么也没想。洪水袭来，妻子在我身过，我抓住她就往附近的山坡游。当我返回时，孩子已经被洪水冲走了。”

归途上，我琢磨着农民的话，对自己说：所谓人生的抉择不少便是如此。

简单道理

从前，有两个饥饿的人得到了一位长者的恩赐：一根鱼竿和一篓鲜活硕大的鱼。其中，一个人要了一篓鱼，另一个人要了一根鱼竿，于是他们分道扬镳了。得到鱼的人原地就用干柴搭起篝火煮起了鱼，他狼吞虎咽，还没有品出鲜鱼的肉香，转瞬间，连鱼带汤就被他吃了个精光，不久，他便饿死在空空的鱼篓旁。另一个人则提着鱼竿继续忍饥挨饿，一步步艰难地向海边走去，可当他已经看到不远处那片蔚蓝色的海洋时，最后他浑身力气也使完了，他也只能眼巴巴地带着无尽的遗憾撒手人间。

又有两个饥饿的人，他们同样得到了长者恩赐的一根鱼竿和一篓鱼。只是他们并没有各奔东西，而是商定共同去找寻大海，他俩每次只煮一条鱼，他们经过遥远的跋涉，来到了海边，从此，两人开始了捕鱼为生的日子，几年后，他们盖起了房子，有了各自的家庭、子女，有了自己建造的渔船，过上了幸福安康的生活。

管理心得：一个人只顾眼前的利益，得到的终将是短暂的欢愉；一个人目标高远，但也要面对现实的生活。只有把理想和现实有机结合起来，才有可能成为一个成功之人。有时候，一个简单的道理，却足以给人意味深长的生命启示。 **Anze** (编辑：何远嘉)

青蒿粑粑香

安泽荣誉员工 优秀公安干警 | 程有亮



清

明时节，宁国人有做青蒿粑粑的习俗，大概是因为在清明节前后才吃的缘故，“青蒿粑粑”又叫“清明粑粑”。“粑粑”对宁国人有特殊的情感，君不见，每天早晨，宁国的大街小巷到处飘散着用平底锅煎粑粑的香味。而青蒿粑粑特殊的香味，更是让人向往，每年在我急不可耐的期待中，母亲总是在清明节前将青蒿粑粑做好，让我们好提前享受美味。每每此时不由回想起小时候跟母亲一起做青蒿粑粑时的情景。

青蒿粑粑的制作过程还是很繁杂的，前期的准备工作都很多。阳春三月，田间地头青蒿的嫩叶刚刚露出一点头的时候，母亲就要开始忙活起来。首先将糯米和籼米按一定比例掺合在一起淘洗干净后，晒干，再用石磨磨成粉备用。然后要准备粑粑菜芯，做青蒿粑粑的菜芯是离不开腊肉的，而且还必须有一定量的肥肉，配上黄亮的腌菜，加上清明时节老家竹林里鲜嫩的竹笋，和一点豆腐干及蒜苗、生姜、干辣椒等佐料，用大铁锅炒好，味道特别鲜美。

准备工作全部完成后，挑一个阳光灿烂的日子，母亲便提着篮子，带上剪刀到田间剪青蒿，不到半天，就能剪一篮子嫩绿的青蒿。摘好清洗后，放入锅中煮烂，捞起，挤干水，用刀剁细，放入准备好的干米粉中，加入适量的开水。动作虽简单，可是个技术活，多了，太稀，无法成型，加少了，就干散，不能捏拢。然后就该我们男子汉上场了，用力在盆里将米粉与青蒿和均匀。

下一个关键步骤就是包馅。挖一勺菜芯放入手中已经捏凹下去的粑粑粉里，做成小包子样，再在下面垫一小块粽叶，整齐地放在蒸笼



里。不一会儿，一格蒸笼做满后，就放在已把水烧开的大铁锅上，盖上蒸笼盖，灶里加上大火，开始了做青蒿粑粑最后一道工序——“蒸”。趁着第一格在蒸的功夫，母亲赶紧开始包第二格青蒿粑粑，第二格做了一半的时候，就可以闻到蒸锅里飘出的清香了，望着我们馋涎欲滴的样子，母亲总是怜惜的说：“才上气，还得一会儿，青蒿粑粑没蒸透不能吃。”待第二格粑粑做好后，终于母亲将第一格端下锅，揭开蒸笼盖，夹杂着蒸气扑鼻而来的满是青蒿的香味，迫不及待夹起一个青蒿粑粑，顾不得烫，就往嘴里塞，恨不得一口吞下……那叫一个香。

如此麻烦地做好了青蒿粑粑，母亲是一个也舍不得吃的，总是找各种理由说自己不能吃或不喜欢吃，而父亲也只能享受一两个，全部的青蒿粑粑都要留给我们子女们。看见我们吃得香甜的样子，母亲把所有的劳累忘到脑后，留下的满是欣慰的笑容……

年复一年，清明时节的粑粑总是令人神往，也许很多的食物已无法吃出幼年时的滋味，唯有母亲做的青蒿粑粑的味道与记忆中一丝不差。 Anze



有一种爱叫做亲人

后勤部 | 李曼

我是爸爸妈妈的第一个宝宝！第二个宝宝是比我小一岁的弟弟！从呱呱坠地到朦胧懂事似乎我们都已经明白一件事情，爸爸妈妈是我们这辈子至亲至爱的亲人了！我们要用爸妈对我们的爱无限地回报他们！

从小到大，我和弟弟一直都是爸妈眼里的乖宝宝（众所周知的哦！哈哈）！因为我们乖巧懂事，爸妈对我们疼爱有加！

在我和弟弟出生的年代里，家里条件其实并不好，但是爸妈为了我们能吃得好点穿得好点，一直都默默辛苦地付出着！

小学时候，学校离家很近，每到冬天下大雪的时候，爸爸就会起得很早，为的是帮我和弟弟生两个小火桶送到



学校，不让我们的小手冻得通红！

为了让我们有更好的学习环境，爸妈几次跟着我们选读的学校搬家，为的是更好地照顾我们生活起居，给我们更好的学习条件！

中学时候，我和弟弟选择了住校，一是因为学校离家远，二是想自己锻炼一下的独立生活。但是爸妈却依然总是为我们安排好了一切：在学校每次换下的脏衣服，妈妈总会来学校帮我们拿回家洗！爸爸总会亲手做可口的菜肴为我们送来学校！因为我们懂事了，所以每次看到他们从学校离开的背影，总会有莫名其妙的伤感和心痛！我们明白了父爱和母爱的伟大！

高中时，我们成熟了，懂事了，觉得可以离开父母了！后来证明我们错了！当自己拿起换下的脏衣服自己洗时，我们明白了妈妈在冬天帮我们洗衣服时水是有刺骨冰冷！当吃着食堂无味的饭菜时我们才想起爸爸做出的饭菜是有多可口！

直到工作的我们可以独立承担起生活的重担时，爸妈却还是选择一直陪在我们身边，怕的是我们照顾不好自己！每天，吃完妈妈准备的营养丰富的早餐去上班，下班回到家就能看到爸爸为我们端上热气腾腾的晚饭，那个时候，我们明白了一种莫大的幸福！

很幸福做爸爸妈妈的宝贝！

父母的爱平凡且伟大，让我们明白其实有一种爱叫做亲人！

梦回

成都办事处 | 程晓燕



睡了

不闭眼睛，不盖被子，不脱衣服，不锁门，不关灯
因为睡不着
因为物是人非
因为耿耿于怀后的寂寞
因为奋不顾身后的落魄
因为千回百转后的困惑
因为无中生有后的如果
因为潮起潮落，我宁愿沉默
梦很真，现实多么残忍

醒了

不睁眼睛，不掀被子，不换衣服，不开窗，不开灯
因为醒不来
因为一帘幽梦
因为梦里的人很勇敢
因为梦里的事很美满
因为梦里的地方很温暖
因为梦里的我们在狂欢
因为梦回现实，我开始不安
梦很真，现实多么残忍

梦里有美好的，有悲凉的
牵挂的故人，怀恋的往事
虚幻的影子，向往的日子
一切的一切在梦里都那么真实

曾因为噩梦而惊醒
醒来后，庆幸那是梦
会因为美梦而开心
醒来后，怨恨那是梦

真的是日有所思，夜有所梦吗
如果梦来源于现实
那梦有多真，现实就有多残忍

我梦里的人啊
你们编织好美丽的梦境
把它装进我的脑海
却又抒写完残忍的现实
把它混入我的节拍



低碳出行,我先行

财务部 | 胡秋莉

漏掉了秋,真的只剩下冬了。凛冽的寒风企图把我们困在屋里,陷入车中。但地球仍在转动,生活还得继续,工作无法停止。在这样的一个条件下,工作途中接受寒风洗礼已是无可避免。

喜爱热闹的我,选择了街市热闹的住宿环境,同时也选择了上班的长途跋涉,我喜欢这样的生活方式。下班途中的半小时变成了我与大自然最亲近的时刻,呼吸着新鲜的空气,听着轻音乐,骑着我的小悍马,不紧不慢的驶向回家的途中。我不羡慕坐在轿车的你,因为你永远也无法体会到被封锁一天的心,在大自然中得到畅快淋漓释放的惬意;我也不羡慕你的电动助力车跑过了我的小悍马,因为你在享受速度的同时,也忍受着冬天寒风刺骨的凉意。而我享受着运动的同时,我更在享受着快乐。朝八晚五的生活,七个半小时的工作时间,我必须兢兢业业地留在办公室完成我的工作,没有大把时间享受阳光和清新的空气,更无暇带上行囊出去旅行,回家途中的半小时便是我将工作、生活和运动融合为一体的时刻。我爱这样的生活,在倡导低碳时代的今天我更是主张这样的出行和生活方式。

当中国由“自行车王国”演变成了厚厚的“甲壳虫”时代,当我们生活以“碳”来计量时候,我们是不是应该反省下呢?1998洪水,2000年的沙尘暴、5·12汶川大地震、4·14玉树大地震……其实,这是大自然对人类发出的警示。当灾难成为常态,我们在痛惜逝者的同时,也应振作起来,争取在未来将灾难的伤害减少到最小。在环境灾难前,我希望能有更多的人意识到,我们与自然只有和

谐共存才是未来发展的唯一方向……

保护环境,降低碳排放是我们每个人的事,身处在安泽,这样一个致力于研究、开发、生产节能,舒适,安全,低碳产品的企业,迎接低碳时代的行动更是不容迟缓。低碳生活,安泽时代中的你将如何抉择你的生活方式。

节约用水

安阳办事处 | 洪贵伦

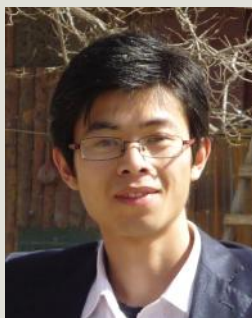


关注环保,保护地球,是每个人的义务;
节约用水,保护环境,是每个公民责任!

长期以来,人们普遍认为水是“取之不尽,用之不竭”的,在日常生活中不知道珍惜,没有意识到水对我们日常生活是多么重要,挥霍浪费水资源的现象随处可见。平时稍加留意就会发现自己身边的确存在着这样或那样浪费水资源的现象。究其原因,主要是意识不够,没有养成节约用水的观念和习惯。节约用水,不仅仅是一句口号,应该从爱惜一点一滴水做起,牢固树立“节约用水光荣,浪费水可耻”的观念,时时处处注意节约用水。

生如花火

太原办事处 | 陈雪飞



短暂的花火,
心间的永恒,
因为它那美丽的绽放……
瞬间出生,
瞬间停留,
瞬间消失,
一生一瞬间。
出生给予希望,
消失留下凄美,
但瞬间的停留却美丽了夜空,
也照亮了心灵,
留下的是对花火最美好的回忆。
你如花火般出现在我的生命里,
来去匆匆,
犹如过客,
却非过客。
你的出生让我惊喜,
你的停留让我温暖,
你的美丽让我爱恋。
虽然你的消失曾让我心灰意冷、痛心疾首,
但我并不怪你,
因为你生虽短暂,
却给我以美丽、以精彩、以爱、以重生……
短暂的停留让人刻骨铭心,
花火虽逝,
记忆中却依然美丽。

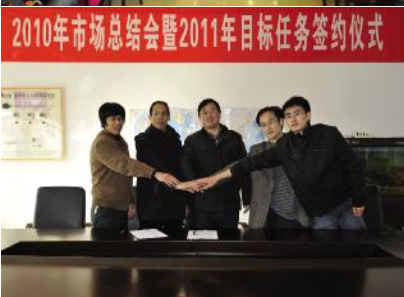
青藏线上最可爱的人

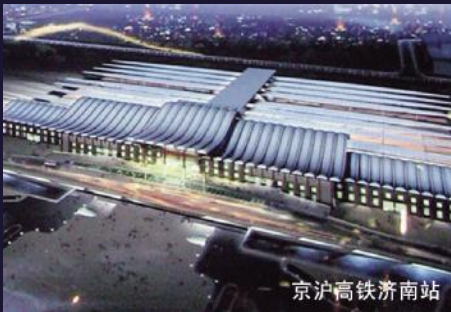
拉萨办事处 | 胡中杰



我在安泽 ——年会篇

因为专业 所以信赖





京沪高铁济南站

2010-2011 屋面天沟融雪化冰 10000m²



阿坝州妇幼保健院

2010 地面舒适采暖 3200m²



巴彦淖尔市乌兰医院

2010 地面舒适采暖 3000m²



包头滨河区黄家医院

2010 地面舒适采暖 5000m²



包头万达广场

2010 管道拌热防冻 20km



北戴河森林公安分局



沧州金星家园

2009-2010 地面舒适采暖 110000m²



长治国鑫花园

2010 地面舒适采暖 40000m²



甘肃黄河集团办公楼

2009 地面舒适采暖 18000m²



甘肃武威镇痛医院

2009 地面舒适采暖 21000m²



哈尔滨医科大学科研楼

2009 地面舒适采暖 10000m²



河北金凤物流城

2010 地面舒适采暖 32000m²



河北石家庄东兴花园

2010 地面舒适采暖 18000m²



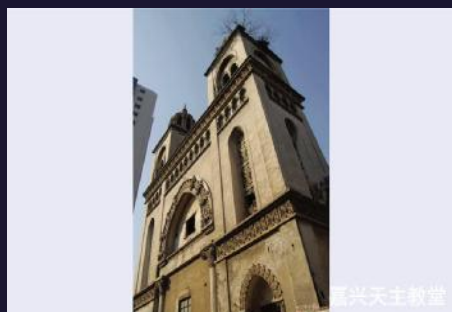
黑龙江五常拉林华藏寺

2010 地面舒适采暖 1500m²



黄骅名人花园

2010 地面舒适采暖 100000m²



嘉兴天主教堂

2010 地面舒适采暖 2000m²



江苏连云港万山花园

2010 地面舒适采暖 12000m²



江苏宿迁种猪场

2010 畜牧养殖幼仔保温 3000m²



江苏徐州泉山森林公园

2010 禽类及幼仔(火烈鸟)保温 1800m²



九寨沟木屋酒吧

2010 地面舒适采暖 3300m²



青海省藏牧民改造小区

2010 地面舒适采暖 40000m²



青海省果洛州幼儿园

2010 地面舒适采暖 3000m²



青海省玉树游牧民定居点采暖工程一期

2010 地面舒适采暖 30000m²



山东菏泽秀景豪庭

2010 地面舒适采暖 42000m²



山东烟台开发区医院

2010 地面舒适采暖 7000m²



山西吕梁地区农民工职教中心

2010 地面舒适采暖 5000m²



上海北美大厦

2010 地面舒适采暖 10000m²



乌鲁木齐第77学校

2010 地面舒适采暖 8000m²



乌鲁木齐南山公务员小区2期

2010 地面舒适采暖 65000m²



西藏阿里机场

2010 管道排热防冻 7km



西宁周家泉小学

2010 地面舒适采暖 7000m²



银川黄羊滩1期住宅

2010 地面舒适采暖 12500m²



玉门大唐风电总控制室

2010 地面舒适采暖 1700m²



云南香格里拉南方电网办公楼

2010 地面舒适采暖 27000m²



重庆仙女山流云假日酒店

2010 地面舒适采暖 10000m²



江苏徐州圣足源足浴会所

地面舒适采暖 1800m²



舒适地暖 (2009)

新疆乌鲁木齐南山生态小区 120000m²



舒适地暖 (2008)

上海绿中期 2 期 30000m²



舒适地暖 (2008)

上海梦公园 40000m²



舒适地暖 (2008)

上海泰欣家园 30000m²



舒适地暖 (2009)

浙江平湖九龙山庄别墅区 60000m²



管道保温 (2009)

柴木铁路站供水管道 20000m²



舒适地暖 (2006-2008)

青藏铁路房建工程 130000m²



舒适地暖 (2008)

西藏自治区人民会堂 8000m²



舒适地暖 (2009)

大连水木华庭 1 期 70000m²



舒适地暖 (2008)

新疆伊犁霍尔果斯铁路站后房 16000m²



舒适地暖 (2009)

新疆职业技术学院 33000m²



草坪种植 (2008)

北宫森林公园 3600m²



舒适地暖 (2008)

北京康祥文化产业园 12000m²



舒适地暖 (2008-2009)

解放军电子研究第二十七所 130000m²



农业种植 (2008)

湖北通城生态农业科技 7000m²



管道保温 (2008)

青海省天峻县 110 千伏变电站 11000m²



舒适地暖 (2008)

四川阿坝州移动营业大厅 5000m²



舒适地暖 (2008)

北京长城脚下公社 13000m²



舒适地暖 (2009)

保定市田墅小区(一期)10000m²



舒适地暖 (2009)

河北磁县溢泉湖小区 20000m²



舒适地暖 (2009)

海南三亚滨海贵族花园 30000m²



管道保温 (2008)

湖北武汉马可波罗酒店 30000m²



舒适地暖 (2009)

西安耀华佳园小区 70000m²



畜牧养殖 (2007-2008)

广东温氏集团狗仔养殖 10000 只温床

安泽

从宁国走向世界

安徽宁国素有“东方卢森堡”、“梦中桃花源”的美誉
这里就是安泽电工的诞生地



野兰香

“天恩”野兰香茶主要产区在板栗自然保护区内的王母庵、星岭脚、大河口和大黄山等地，该处崇山峻岭，层峦迭嶂，乔木、灌木和草本植物共生，自然生态群落保存完好，原始森林未遭破坏。茶园均分布于森林覆盖下的溪旁两岸，直射光少，漫射光多，有利于茶树体内优良品质的形成。森林中的兰草花遍地皆是，叶出幽雅的芳香，被新萌发的茶树芽叶所吸附，制出的茶叶大都带有兰草花香。因此，野兰香茶，不仅兰花香气高，而且滋味醇厚鲜爽。

老鹰茶

又称豹皮樟，含有多种人体必需的氨基酸和丰富的矿物质元素，对心血管具有保护作用。此外，还含有黄酮、多酚等多种成分。

黄花云尖

黄花云尖茶产于宁国市黄花山一带，产区范围为高峰山脉，主峰海拔 1153 米，茶园多分布在 300 米以上的山坡地。黄花云尖的独特风格：外形挺直如梭，壮实匀齐，色泽翠绿显毫，大小均匀一致；冲泡后，花香清高持久，滋味醇爽回甘，汤色淡绿，清澈明亮；叶底嫩绿匀亮，肥厚整齐。黄花云尖茶采摘精细，制作工艺精湛。

板栗

板栗是我国特有的优良干果树种，果实是一各著名干果，木本粮食。板栗属壳斗科落叶乔木，栗子营养价值很高，甘甜芳香，含淀粉 51%~60%，蛋白质 5.7%~10.7%，脂肪 2%~7.4%，维生素 A、B1、B2、C 及钙、磷、钾等矿物质，普遍用于食品加工，烹调宴席和副食。宁国板栗分布面广，板栗面积达一万亩以上的有中溪、石口、桥头、平兴、宁墩、虹龙、狮桥、梅林等 8 个乡镇。

香菇

香菇原产我国，是世界上著名的食用菌之一。香菇味鲜而香、营养丰富，含有 17 种氨基酸，其中有多种是人体所必需而又不能合成和转化的，具有抗癌、预防肝硬化、清除血毒、降低胆固醇等功能。宁国发展香菇地理环境得天独厚，栎、檀、枫等种菇最佳树种资源丰富，所产香菇肉质肥厚，菌柄粗短，质地细密，外形美观，柔软爽心，香味浓郁，菇质优异。

笋干

笋干，是竹笋经蒸煮、烘烤制成的一种干菜，为味鲜美色美，脆香爽口，营养丰富的佐餐佳品，具有排除人体脂肪剩余物的功能，烹调方便，耐贮藏，易保存，易包装运输。宁国笋干系列产品有条笋、焙熄、肥挺、脱挺和小挺等五种。笋干为宁国一大特色产品，位居安徽省第一。宁

国笋干主产区位于天目山北麓乡村，以云梯畲族乡为最，其次有仙霞、杨山、万家、狮桥、庄村、南极等乡镇。

香榧

宁国小香榧作为干果中的珍品，向来被作为宴席上的上乘佳果之一。早在宋代，我国人民就将其加工成椒盐香榧、糖球香榧、香榧酥等，并被列为朝廷贡品。香榧果食用营养价值很高，含有丰富的蛋白质和多种微量元素。

香榧树寿命长达 400~500 年，故有“寿星树”之称。香榧树干高大，挺拔直立，侧枝发达，枝叶葱绿，四季常青，细叶婆娑，对烟尘的抗性较强，又很少被病虫害侵染，非常富有观赏价值，是优良的园林和庭院绿化树种。

宁国山核桃

山核桃又名小核桃，山核桃属胡桃科落叶乔木，果仁含脂肪油 34%~36%，其中 90% 以上属于亚油酸。1996 年宁国市被授予“中国山核桃之乡”的称号。我国山核桃主要分布于皖浙交界的西天目山脉，属于“稀特产品”。宁国山核桃生产区域为天目山北麓乡村，以南极乡为最，其次有万家、庄村、胡乐等乡镇，分布范围达 20 个乡镇。是宁国传统林特产品。宁国山核桃以粒大壳薄、果仁饱满著称，其产区沿天目山北麓连锦 51 公里，总面积达 30 万亩，其中挂果面积 10 万亩，2008 年预计产量在 6 000 吨，占全国总产量的一半左右。



- 01. 徽派建筑
- 02. 恩龙雪霁
- 03. 仙人塔
- 04. 西津风情
- 05. 石观音
- 06. 徽派建筑
- 07. 青龙湾水库
- 08. 恩龙雪霁
- 09. 故乡
- 10. 千秋关古道
- 11. 徽派建筑
- 12. 西津渔歌

01



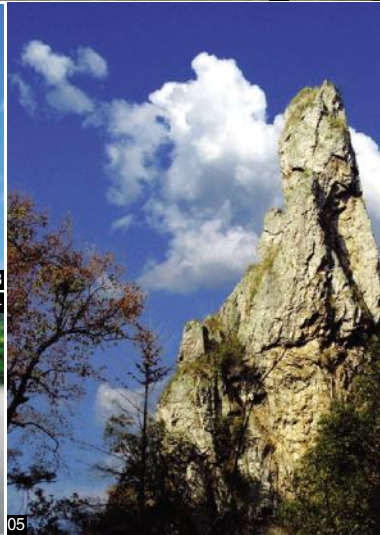
02



03



04



05



06



07



10



11



09



12



ANZE[®]

全国低碳经济媒体联盟理事长单位



安泽智能电地暖 创造优质生活

安泽智能电地暖系统是一种高效节能、隐蔽的低温地面辐射采暖系统。具有绿色环保、节约能源，安装和维护成本低等特点，是您提高家居品质，创建舒适健康生活的最佳选择！

总部：中国·安徽·宁国

全国免费电话：400-887-3788 800-868-8680

网址：www.anze.cn