



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、2010连续三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

扩大发展,突破进取

一年一度的地暖行业评选于今年5月在上海揭晓了,我很荣幸能代表安泽第三次获得“中国地暖十大风云人物”荣誉称号,这个荣誉应该属于安泽团队,属于为中国电地暖事业发展做出贡献的每一个“地暖人”。安泽连续三年获此殊荣,也肯定了“安泽电工”多年来不断创新和用心经营的卓越成绩。

曾经被国外品牌垄断的中国发热电缆市场上,国内品牌很难长久立足。近年来,安泽发热电缆打破了“国外品牌独霸国内市场”的局面,在国内市场上的占有率已名列前茅。采用安泽发热电缆的单体建筑面积已从最初的不足1000平方米迅猛扩大至10万多平方米,安泽不断地为中国发热电缆事业的发展贡献着自己微薄的力量。

从2004年至今,安泽为了自身发展在拓展新领域、新应用等方面做了一些工作。包括农业种植、植物根系保温助长、屋面及天沟融雪、道路融雪化冰、石油输送管道及消防管道伴热保温、高速铁路轨道融冰融雪、高压电网塔架融冰等领域。经过多年积淀,安泽在上述领域取得了意想不到的收获。现在,我们开始把目光瞄向高压线融雪、高速铁路融雪等方面,比如京沪高速济南南站、天津站等使用的融雪技术就是安泽的。如今,安泽电地暖产品在我国非民用建筑中的销售业绩,连同出口额,已经与在民用建筑中的销售业绩相差无几。

十多年来,安泽因为与“海尔”、“三星”、“西门子”等国际家电巨头的合作,通过不断地学习和创新,成为享有“国际品牌”企业最值得信赖的合作伙伴,因此也取得了“VDE(德国)”、“UL(美国)”、“EMC(美国地磁辐射安全)”、“CE(欧盟)”等国际上的著名认证。短短数年间,安泽从创业、发展、壮大以及到现在的突破进取,每一步都是踏踏实实,每一步都是在合理的规划中前进。安泽,将在行业同仁们的支持和合作中寻求突破,创新发展。



ANZE TIMES
安泽时代

2011年第3期(季刊)



P11



P30



P48



P44

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
 美编: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 程乃亮蝉联中国地暖行业十大风云人物
答疑解惑“电地暖”
- 04 面对“阶梯电价”电地暖企业如何突破

前沿/ADVANCED

- 06 未来地暖的“特异化”发展趋势

低碳联盟/LOW-CARBON FEDERATION

- 08 人类进入“碳觉醒”时期
——低碳发展是关系到人类社会彻底摆脱发展
困境的重大革命 / 吕朴

专家视野/EXPERT VIEW

- 10 安泽发热电缆优势 / 张竣业
- 11 我国电采暖发展趋势 / 汪一萌
——访安徽安泽电气有限公司副总经理 张竣业

安泽课堂/ANZE CLASS

- 12 安泽智能消防管道保温系统实验报告 / 陈雪飞
- 14 安泽品质管理 / 胡群
- 16 安泽电缆天津环渤海某工程草坪
供暖应用 / 黄方贵
- 18 安泽矿物绝缘发热电缆 / 汪一萌

安泽人/ANZE PERSONS

- 20 80后小伙闯关东 / 刘勤
——访安泽吉林长春销售经理 张治军
- 22 雪域高原上的追梦人 / 刘江玲
——访西藏拉萨地区销售经理 胡中杰
- 24 生产线上的敬业者 / 汪一萌

安泽脚步/ANZE FOOTSTEPS

- 25 走出国门 走向世界 / 孔祥顺
- 26 安泽电工:十年磨剑剑成锋 / 陈进周 等

印象安泽/ANZE IMPRESSION

- 28 执子之手 共舞传奇 / 刘勤
——访山西晋城经销商 秦抗胜
- 30 并肩闯商海 谱写兄弟情 / 刘江玲
——访石家庄天时地暖公司总经理 宋伟
- 32 商海弄潮女 地暖俏佳人 / 汪一萌
——访安泽智能电地暖贵阳经销商 黄晓红

经管锦囊/MANAGEMENT TIPS

- 34 管理者会讲的故事

他山之石/OTHERS EXPERIENCE

- 36 优秀经理成功之道

心灵鸡汤/CHICKEN SOUP FOR THE SOUL

- 38 忙碌是一种幸福 / 朱茂盛
美好安泽 与你同行 / 方宁
人生旅途 / 黄宁
- 39 青春 / 洪贵伦
我爱安泽,我的家 / 胡娟
安泽人 安泽魂 / 曹均
再见 / 王丽娜
- 40 浩瀚西北情 / 汤宗环
惜缘 / 范思杰
- 41 团队力量坚不可摧 / 李义超
忆青春 / 丁爽

我在安泽/I & Anze

- 42 我在安泽——团队篇

项目展示/PROJECTS

- 44 安泽项目展示

宁国篇/NINGGUOPIAN

- 48 恩龙世界木屋村 / 李钟弘



程乃亮蝉联中国地暖行业十大风云人物

今 年5月，“中国地暖十大风云人物”经过组委会严格评选，评选结果最终出炉。安徽安泽电工有限公司董事长兼总经理程乃亮再次蝉联中国地暖行业十大风云人物。这是安泽电工被评为行业领军品牌后，再次获得行业对安泽公司和安泽团队工作的首肯。从专家组给出的评语中充分感受到安泽电工在以程乃亮董事长的带领下，不断提升行业影响，把安泽打造成为中国名牌的战略高度，同时不断积极推进行业标准化建设和规范，同时以全国低碳经济媒体联盟理事长单位身份，不断加大对我国地暖行业的报道和宣传，所以程乃亮再次蝉联十大风云人物是人心所向。至此，安泽已经连续三年(2008年、2009年、2010年)获得此项荣誉。

答疑解惑“电地暖”

电地暖是如何使用谷期电取暖的?

答:电地暖利用集中控制系统跟踪不同的地区电网峰、谷、平时段和户外温度变化情况,自动按经济运行模式采用不同的加温策略。可以满足用户对不同采暖区域不同的温度要求。该系统可以对现有电网电力进行直接负荷控制。晚上用电工作,储存热能,白天用电高峰时,散发热量。对电网电力进行“移峰填谷”的谷期电利用率达到90%以上。

电地暖会“中电”吗?

答:电地暖采用各种优质原材料,耐高温、耐高压、耐穿透,100%防水渗透,抗强化学腐蚀,寿命长达50年以上,终身无需维护。发热电缆由以下几部分组成:(1)数十根镀锡铜线合股扁平型特软导电芯;(2)特种PTC功能芯带或普通PTC功能芯带;(3)氟塑料或阻燃聚乙烯绝缘层和加强护层;(4)镀锡或镀镍铜丝编织屏蔽;(5)功能层100%全屏蔽层,远红外涂层。结合以上特性,所以说在安全方面没有任何问题。

电地暖比传统采暖方式有何优势?

答:电地暖优势在于安装简单,使用方便,无后期维护。电地暖系统从根本上节约了锅炉的占地,燃煤,堆灰,排污及管网建设。对环境无污染同时解决了最头疼的采暖费收缴难的问题。居民以购电方式上缴采暖费。温度可自行调控,想开哪间开哪间,用一个月交一个月的钱,方便管理。

电地暖白天不用电家里能保温吗?

答:电地暖系统将热能储存在楼层之间,热效率基本为100%。在一个供暖期可划分为3个阶段:

(1)初寒期:谷期电使用率达到100%,白天室温无变化。

(2)中寒期:谷期电使用率达到100%,白天在建筑物西北方向和顶层及一层的住户如有温度下降,可用平期电作为补充,白天室内温度无变化。

(3)严寒期:谷期电使用率达到100%,白天平期电在避开峰期电的情况下,平期电根据室内温度全程跟踪,所以白天室温不会有变化。

在一个采暖期内室内平均温度达到18℃。

电地暖每个房间的温度如何实现可控?

答:每个房间都安装有温控器,每个温控器都带有485通信接口,将室温数据传输到小区控制室,通过电脑可监控每户每个房间的温度。每个小区监控室的温度信号可上传至总控室,总控室可直接监控每个小区每个住户每个房间的温度。可以满足用户对不同房间采暖及不同的温度需求。想开哪间开哪间,想要多少温度都可以。

面对“阶梯电价” 电地暖企业如何突破

前不久,国务院下发《关于2011年深化经济体制改革重点工作的意见》称,我国将择机实施居民阶梯电价(简称“阶梯电价”)。据一些业内人士反映,由于电地暖的能效比相对较低,阶梯电价的实施有可能会对其发展产生不利的影响。面对势在必行的阶梯电价,电地暖企业只有响应国家政策,提高电地暖的能效比,降低电地暖的能耗才能取得长远发展。为此,电地暖企业须做好以下几点:

降低能耗,应主要立足于建筑节能

电地暖的节能以建筑节能为前提,要想电地暖更加节能,首先须做好建筑节能。只有建筑本身的保温性能比较好,其热量散失才比较少,电地暖产生的热损耗越少,越节能。电地暖施工企业在施工时可以适当增强墙体的保温性、提高门窗的节能性、加强屋面的隔热性,使建筑本身更加节能,从而降低电地暖的能耗。

提高能效,关键在于电能转换

将电能直接转换为热能,进而达到供暖的目的,这种供暖方式应该在电力充足、其他热源系统难以涵盖、房屋保温状况比较好的建筑中采用。而将电能作为驱动能源,通过与其他技术的完美结合,把低品位能源转换为高品位能源,即:消耗较低电能换取较高的热能,这种供暖方式比单纯利用电力供暖更有生命力。在阶梯电价的时代背景下,电地暖企业如果能与新能源实现有机结合,将有助于避免被淘汰的厄运。

近年发展起来的热泵技术、蓄能技术,为电能供热开辟出了一条新的道路。与直接用电加热供暖相比,采用空气源热泵、水源热泵、地源热泵或污水源热泵技术,其用电量只需原来的1/3~1/4就可以达到相同的供暖效果,节能效果十分明显。

另外,还可以通过电能与其他新型能源的结合来提高电能的热转换率。例如与太阳能相结合。太阳能可供生活热水已



是家喻户晓,就太阳能供暖技术而言,从能量品位、能量总量、能量存储来分析,其具有很强的可行性。低温热水地面辐射供暖系统通常只需要30℃~40℃的低温热水,这为太阳能供热提供了基本条件;节能型建筑则为太阳能供热提供了基本保证。但是太阳能也有它自身的缺陷,那就是受天气等因素的影响比较明显,不仅夜晚不能应用,而且阴天、雨雪等没有太阳能的天气情况下也不能应用。解决这一问题的途径是采用辅助热源,通常方法是将热泵(空气源热泵、水源热泵、地源热泵或污水源热泵)与太阳能相结合,利用较低电能将自然能转换为更高的热能,这将是现实、最干净、最经济的途径。

综上所述,面对阶梯电价政策,电地暖企业只有响应国家政策,充分合理利用电能作为驱动能源,提高其能效比及性价比,降低电地暖的能耗,才能取得长远发展。

谷期电利用率达到90%以上,变废为宝,以电取暖

与水暖、电锅炉等相比,电地暖集中控制系统最大的特点体现在——“节能”,这也是电地暖被广泛推广的重要支点。

电力上有“峰平谷期电”一说,通常,将一天24小时划分成3个时间段,峰期(8:00~11:00,18:00~23:00);平期(7:00~8:00,11:00~18:00);谷期(23:00~7:00)。峰段电价往往相当于谷段电价的3倍。“峰谷电”主要是起到“削峰填谷”的作用,既缓解了高峰电力供需缺口,又促进了电力资源的

优化配置。

一个常识是,发电机满负荷运转后,想要大幅度减负运转并非易事。“谷期电能”至今没有一个特别有效的“直接负荷控制”手段加以利用,这不仅造成能源的极大浪费,而且给电网安全运行带来隐患。

统计显示,到2020年我国浪费的谷期电相当于5个三峡电站的装机容量,直接损失达8000亿元~10000亿元。从另一个角度说,那些没有被利用的谷期电也被称为“垃圾电”。

电地暖集中控制系统就是充分利用谷期电供电取暖。形象的说法是,吃的是草,吐出来的是奶。 Anze

·链接·

21世纪世界最先进的 采暖方式

电地暖系统是以电为能源的供暖系统,一种比较形象的说法就是,在地上铺了一层“电暖褥子”。

电地暖系统是将发热体——发热电缆按埋于地板下,把电能直接全部转换成热能,加热地板进行供暖,其50%的热量是通过辐射方式传导,习惯上又称之为“低温热辐射供暖”。

电地暖的经济、安全、舒适性早在20世纪20年代已被科学家证实,其使用寿命为50年以上。电地暖自上世纪50年代以来就已经在欧洲、北美和亚洲的韩国、日本等地广泛使用至今,是目前世界暖通工程界公认的最理想、最先进的环保节能采暖方式之一。

电地暖集中控制系统具有节能、环保、舒适、管理方便、网络调控、占用空间少、使用寿命长等特点。

随着我国人民生活水平的提高,这种新兴的采暖方式在国内也有了越来越多地应用,电地暖开始走入人们的居家生活,全国各省(市、区)都已开始推广应用。以北京为例,2006年专门出台了《北京市居民住宅清洁能源分户采暖补贴暂行办法》,对于采用燃气、电等清洁能源采暖的居民进行补贴,鼓励使用。

ANZE® 安泽智能电地暖

中国地暖发热电缆行业唯一领军品牌

安泽智能地面电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，是您提高居家品质，创建舒适健康生活的最佳选择！

完全解决方案



全国低碳经济媒体联盟推荐



安泽版权图片

安泽发热电缆
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
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。

安泽电热毛巾架
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。



未来地暖的 “特异化”发展趋势

在 2009 年哥本哈根气候大会上,低碳经济成为全球关注的焦点,哥本哈根会议以来,中国政府强力支持低碳经济的发展。而中国采暖行业将成为中国低碳经济最大的践行者之一,已经展现出了不同的特异化发展趋势。

“电地暖”要“农村包围城市”

近两年,我国能源政策做出新调整,能源部门称:“将大力发展核电能源”,这无疑为中国依靠电力能源生存的“电地暖”打了一针强心剂。政府在 2007 年 10 月公布的《核电中长期发展规划(2005-2020)》确定了中国核电的发展目标:到 2020 年,核电运行装机争取达到 4 000 万千瓦,并有 1 800 万千瓦在建项目结转到 2020 年以后续建;核电占全部电力装机容量的比重从目前的不到 2%提高到届时的 4%。预计 2020 年国家电力装机将达到 15 亿千瓦以上,按照国家调整能源结构,发展清洁能源的要求,核电装机要达到 7 500 万千瓦以上。中国大力发展核电必将成为中国“电地暖

”发展的核心动力。

低碳经济为中国“电地暖”发展提供了大的经济背景,为其在中国的普及提供了一个前提条件。而我国大力发展核电事业为“电地暖”在中国的普及提供了核心动力和根本保障。那么“电地暖”全面在中国采暖市场进行普及的突破口又在哪呢?笔者认为“农村包围城市”是“电地暖”企业获得市场的明智之举。就目前中国“电地暖”市场的分布情况来看,除了南方各省、市外,北方采用“电地暖”方式采暖的地区大部分为集体供暖或者燃气管道的缺失区,而我国广大农村自建国以来就从未采用过集体供暖,大部采用燃煤炉独立供暖,而近两年由于煤价飞涨,导致一个采暖季的燃煤费

用与采用“电地暖”的费用相差无几,且“电地暖”清洁环保,具有明显的优势。

另外,继“家电下乡”、“汽车下乡”之后,今年政府又新推“建材下乡”政策。抓住当前农村建房快速增长和建筑材料供给充裕的时机,把支持农民建房作为扩大内需的重大举措,采取有效措施推动“建材下乡”政策,鼓励农民依法依规建设自用住房。所以说,广大农村市场必然成为中国最大的采暖需求市场。

地暖的家庭化发展趋势

现今社会正在进行着一场悄无声息的采暖方式革命,传统的燃煤式集中供暖逐步壁挂式家用锅炉、地暖等供暖方式所取

代。既然壁挂式家用锅炉已经走进了我们的生活,那么我们为什么要选择电地暖呢?过去我国北方多采用集中供热方式,但集中供热有利有弊,利:有多年形成的既有地下管道、锅炉房及水处理等设施和技术,而且热利用率也比分户采暖方式要高;弊:由于管道铺设等原因,楼与楼之间、房与房之间甚至每个房间之间,温度不一样。如果单从热效率的角度进行选择,集中供暖无疑是最好的,既方便还能保证供热效果。但采暖费收缴困难和热能浪费又成为多年不能解决的难题,集中供暖已不太适应市场经济发展和居民生活质量提高的需要。地暖的好处是无庸讳言的:不用建设锅炉房,不用铺设地下管网;室温自控,避免了冷热不均和浪费;令人头痛的采暖费收费难的问题也迎刃而解。

此外,地暖有着无与伦比的环保与节能优势。地暖可充分节约能源,不会发出任何噪音、不会扬尘;与传统的对流供暖方式相比较节能约 30%,在传送过程中热量损失较小;热量集中在人体受益的范围内,即使室内设定温度比对流式采暖方式低 2~5℃,也能使人们有同样的温暖感觉。

地暖市场需求进一步增加,采暖范围进一步扩大。由于地面采暖舒适节能效果明显,深受消费者的欢迎和认可,目前,三北地区普及程度正在迅速提高,个别城市普及率可达 70%~80%,如河北秦皇岛、廊坊、以及山东东营等,而且由大中城市推广到地县级城市,预测明年东北地区大中城市地暖的市场份额有望突破 50%。随着人们的环保意识的逐步提高,生活水平的日益改善以及新科技对地暖系统的改良,地暖将会走进越来越多的中国普通家庭,成为一种生活的必需品。

地暖的高端化发展趋势

地暖业可以说是一个蓬勃发展的朝阳产业,这一点笔者深有体会。石家庄从三家地暖公司发展到目前众多的安装公司,其市场之大也是众所周知的。但是,有多少

企业真正能够按照行业标准做好、做精,还是一个未知数。究其原因有多方面的,表现在以下几方面:一、行业内的不良竞争,压价必然压质;二、用户对地暖业了解不深而进入误区,对用户来说只要能保证质量而且承诺使用五十年,肯定会选择价格较低的产品;三、未来地暖业的生存与发展前途未卜。

那么,怎样才能使企业得以生存呢?当前地暖材料的质量问题主要出现在管材和聚苯板上,施工中的问题就是在交叉施工中人为造成的管材损伤问题。如今的地暖安装队伍发展迅速,各土建施工队伍也在陆续加入这一行列,因此,我们自身就应该做出名气、做好自己的品牌、把好质量关、做相关系列的配套工程、做环保低耗能的利民工程,这就是我们要做的。而未来的供冷暖系统应该是地源、空气源、太阳能及电能与地暖相互配套的多样化又统一化的清洁能源供冷暖系统。

地暖的富贵化发展趋势

由于地暖的主要散热方式是热辐射,目前在所有应用于民用建筑的采暖方式中是最为人性化的也是最为舒适的。这种舒适性将被应用到追求采暖舒适的部分高收入阶层。在我国广大的南方地区,学术上把上海、武汉、长沙及长江中下游等地区叫做冬冷夏热地区,冬天有两个月的寒冷时间。这些地区历史上没有采暖,但是由于人们生活水平的提高,一部分高收入家庭对采暖有了需求,所以近几年南方的地暖市场开始启动,它的一个主要特点是必须将热源一起考虑,在今年很多学术交流会上很多暖通专家们几乎都建议将地暖制冷一起考虑进去,以便更好的利用热泵等节能技术,这给地暖又赋予了新的任务,在这里地暖实际上只是被用作一个散热的高效率末端。

在这里,“地暖”的概念发生了变化,地暖不简单的是指地暖管、保温层、混凝土和分水器,它还包括所有热源设备、管路、控

制系统等在内的所有组成部分,把它叫做地暖系统更为贴切。

市场的这种需要以及国家对建筑节能的政策要求,会将地暖应用到更多的高级住宅和有这种需求的高档建筑物当中。

地暖富贵化的主要特点主要体现在以下几个方面:

1. 地暖富贵化主要区域将是南方地区的家装市场以及北方一类城市的家装市场。地暖的主要服务对象是高收入家庭,使用地暖的目的不只是简单的采暖需求,他们更多的是考虑地暖带给他们的舒适效果。

2. 地暖主要材料进一步高档和差异化。地暖管将以进口和优质国产名牌产品为主,分水器会以欧洲进口品牌为主,大多都会采用智能化控制系统。

3. 增加地暖的使用功能。地暖的功能不只是采暖,比如会使用地暖来制冷,也可能利用地暖的辐射方式开发出地暖的保健作用等。

4. 地暖的富贵化给地暖公司提出了更高的要求。

地暖公司除了代理高质量的产品以外,还必须在产品的设计、选材、维修、服务等方面满足用户较高的需求,地暖公司必须有技术过硬的人才和专业化的施工队伍。一切为用户服务将真正成为地暖公司的经营宗旨。地暖公司的服务项目必须增加,除了提供地暖服务以外,其他相关的项目也会提供服务。比如:水暖安装改造、空调安装、卫生洁具安装,甚至部分木工服务都必须纳入服务范围。

5. 用户选择地暖的心理特点。地暖价格不是用户选择的主要因素,用户选择主要是地暖公司的综合服务能力。

6. 地暖价格出现多样化。由于地暖系统由多方面组成,所以根据用户实际情况来配置的地暖系统将会出现多样化,家家都不一样,价格也就出现了多样化,用户之间的价格没有可比性。一个功能全面、配置豪华的地暖系统,如果折合到每平方米,价格过千元是很正常的事情。 Anze



人类进入“碳觉醒”时期

——低碳发展是关系到人类社会彻底摆脱发展困境的重大革命

全国低碳经济媒体联盟专家委员会委员 | 吕朴

从“低碳经济”走向“低碳发展”，是人类第一次真正把自己纳入地球的整个体系之中，是对地球几十亿年形成规律的第一次正视和全面尊重，是第一次对人类在地球系统中客观位置的复归，是第一次对于人类社会模式客观形态的正视。

近几十年，由于世界性气候变暖带来的一系列自然环境变化，给人类社会造成了极大的负面影响。如果有人认为这种变化只不过是地球变化周期所致，还不足为虑的话，那么，由于人类活动对自然环境的过度干扰，已经形成地球本周期内生物灭绝最快的时期（除了野外生物灭绝之外，另外一种打着科技进步旗号的基因科技开发所带来的开发性生物灭绝）。对于“人类是造成生物灭绝的根本原因”这个结论，目前已经被世界所公认。这表明，我们已经承认我们自身的发展严重影响了自然生态环境经过几十亿年所形成的均衡，我们由此提出了“人类发展与自然生态环境的关系”这一全球性重大课题。

这一课题最初提出的动机是克服（避免）环境化学污染。目前，在这一领域的工作已经相当成熟，已有通行世界的各种工作规范：从工作领域到工作体系；从执业资格制度到明确的评审指标；从工作程序、标准到证书授予，直到系统的更新等基本完备。而后又发展出来绿色 GDP 的概念，目前这项工作尚未普及，有待深入探讨和推



广。最近这些年又因气候变暖提出低碳经济的课题。

在低碳经济提出之前，人类的发展是建立在资源、自然环境无节制索取、无节制废弃的基础之上。对“人类社会发展与自然生态环境（包括资源、生物、地理、大气、水文……下同）关系”的均衡从来没有过深刻思索。依赖环境生存，但从来不考虑人类与环境的关系，人类发展完全处在自发、自在的状态。自然环境的恶化对人类的影响是多方面的，目前感受最为直接的是环境

污染、林草退化、地面沉降、气候变暖；还有很多需要精密仪器才能发现的，例如废弃药物对于全球水体、环境的污染，超级抗菌细菌（病毒）的出现等；甚至还有不少至今人类尚未能发现其机理，但实际已经存在的恶劣影响，例如在世界各地普遍出现的青蛙、蜜蜂消失现象；基因技术开发而带来的基因污染对生物界以及人类的各种潜在恶劣后果等。危害人类的各种危机现象频现，而且越来越严重。因此，从客观理性的角度判断，人类实际已经走上一条自身发展与自然环境共同毁灭的道路。

“低碳经济”的提出是人类有史以来第一次从人类发展与自然环境生态之间的均衡关系基础来考虑。这就实现了对自然生态环境从无节制索取、自然废弃到有节制地利用与处理的转变，从消费欲望主导向“均衡关系”主导的转变。因此低碳发展实际是人类通过反思发展模式的觉醒，低碳发展是人类避免与生态环境共同毁灭的唯一模式。由于这一觉醒是从碳排放角度切入，从“碳自由”通过“碳制约”走向“自觉发展”，因此也可称之为“碳觉醒”。

低碳发展和低碳社会是一个全新的人类社会体系,其中包括经济方式、社会方式、生活方式、科技方式、文化方式、思想(包括审美)方式等,各个方面都面临着向低碳方向的转型,它所带来的对社会各个方面的变革将是空前的。其思维方式将“均衡关系”制约从自然后果转变成为发展新思维的前提性内容。这种思维顺序的完全颠倒,标志着人类对发展的思维将从自发走向自觉,由此形成的发展思维革命,必然带来经济模式的革命、科学技术的革命乃至人类社会的革命。仅以经济为例,它将首先涉及保持自然原态与改造自然的关系;自然环境承载能力的确定和优化方向、方针,进而确定承载能力和人类社会索取(废弃)总量的关系;废弃处理的能力与数量将决定资源索取、物质生产的数量与方式;可允许索取(废弃)总量与人类生

活水平、人类数量的关系;并以此确定人类生活方式、消费方式的转变以及对于人类数量的管理、物质欲望的管理等。因为这将涉及全球性的环境生态,废弃处理技术与行业大发展条件的形成,低碳经济新市场与规则(包括产品、价格)的形成,发达国家与发展中国家的各类经济关系等涉及各国之间合作的诸多事项,所以低碳发展、乃至低碳世界的建设更需要全球化的协作。为此联合国和世界各国,尤其是发达国家需要承担更多的责任。这些都表明低碳经济对于社会以及社会组织的影响。对于科学技术和文化的深刻影响就不言而喻了。

不过目前在社会科学与自然科学领域开始对于低碳体系的初始探讨、建立相关思想、社会、经济各类模型确立是当务之急。只有以此为依据,才能有效地指导其他

领域具体工作的开展。由于低碳发展与传统观念、行为、习俗相差甚远,低碳革命的实现与否将是对人类理性最深刻检验。低碳得以实现,则人类社会从此彻底摆脱自我毁灭的困境,再也不用忧虑资源枯竭、环境恶化而逃离地球,终将走上发展坦途,实现令人神往的绿色、可持续的光明前景。无疑这既是浩瀚宇宙中这一蓝色星球的福音,同时也是人类永续发展的喜讯。

经过 30 多年的改革发展,我国的社会发展已经取得世界瞩目的进展,在国内外开始出现中国模式的提法,甚至有人提出中国模式不但是今后中国应该坚持的道路,同时也是值得发展中国家效法的榜样。当然同时也有人对此提出不同看法。仔细分析中国近 30 年的发展以及与其他国家的比较,可以看出以下特点总量庞大,水平低下(产业链中利润最薄段落,人均水平低下、再发展能力低下)。投入大、消耗高(资本、资源、劳力),产出效率低下。GDP 发展速度快;发展效率低下。周边国家(亚洲四小龙)都是发展 30 多年就进入中等发达国家行列,我国在 40 年之后才能普遍进入小康;“百年之后才能进入现代化”(温家宝语)。

中国是一个人口数量巨大、资源相对严重不足的国家,无论是发展方式还是发展模式都不能步欧美的后尘,否则中国百姓较高生活水平的实现就是中国大地的灾难,仅就资源而言也是世界的梦魇。其次作为发展中国家,中国赶超发达国家,必须有自己的赶超方式、赶超战略。如果仿照欧美国家工业与经济传统的传统方式,肯定又是在重复他们曾经走过的弯路。发展工业从污染伴随到绿色(有机)工业;消费观念从消费贡献论到低碳消费思想等,这样将永远只能跟在后面,人口与资源的尖锐矛盾使得这条路也走不通。因此,低碳发展是中国今后超越发展战略的核心内容,是中国赶超世界先进水平的唯一道路。

中国在工业化初期就已经失去防止污染的机会,在产业升级阶段又滞后了一大段时间,现在已经到了涉及社会模式、发展模式方面具有赶超机会的时刻,中国政府又将面对一次重大抉择的考验。 Anze

**拿起你的
“武器”
拯救 O₂**

安泽发热电缆优势

文 | 张竣业

一、六大技术处于国际领先水平

1 安泽发热电缆的发热合金体的选材配比及冶炼工艺

- 1.1 部分解决了发热芯线局部电阻变化而引起的过热问题;
- 1.2 将电能 100%地转换成热能;
- 1.3 解决了发热电缆噪声难题。

2 TXLP(交联聚乙烯)工艺

- 2.1 彻底解决了发热芯线割绝缘层工艺;
- 2.2 将线状交联聚乙烯分子结构变成网状分子结构,充分保障了发热芯线在加热时不割破绝缘层,保证了电缆及采暖的安全。

3 电磁辐射屏蔽工艺

- 3.1 独特的电磁屏蔽工艺保证人身安全,电磁辐射强度远远低于欧盟标准;
- 3.2 全金属外壳保护,保证发热电缆不受外力损伤;
- 3.3 增强发热电缆抗拉强度。

4 安泽发热电缆的隐式拼接工艺

- 4.1 从原理上彻底解决了发热电缆接头经常漏水漏电的难题;
- 4.2 解决了接头部位电阻变化而引起局部过热的难题;
- 4.3 解决了因工人技术水平差异而导致接头部分难以检验的难题。

5 安泽单双导发热电缆空气排出工艺

- 5.1 部分解决了发热芯线局部过热的问题;
- 5.2 部分解决了发热电缆因加热时的噪声难题。

6 安泽发热电缆外置式压接工艺

- 6.1 解决了双导发热电缆外置式接头工艺;
- 6.2 解决了因发热电缆损伤的维修工艺。

二、通过国际国内各项技术认证

公司通过 ISO9001 质量体系 and ISO14000 环境体系认证,各类产品以其先进的制造工艺,过硬的产品质量和安全性能,通过了美国联邦 BAEL 实验室的 EMC(电磁辐射)安全认证、德国 VDE 认证、欧盟 CE 认证、美国 UL 认证、TUV 认证、CCC 安全强制认证、国际电工 IEC60800 认证、国际电工 IEC60335 认证、国际电工 IEC60332 耐火试验、广州家电研究所的型式许可等国际国内诸多认证。

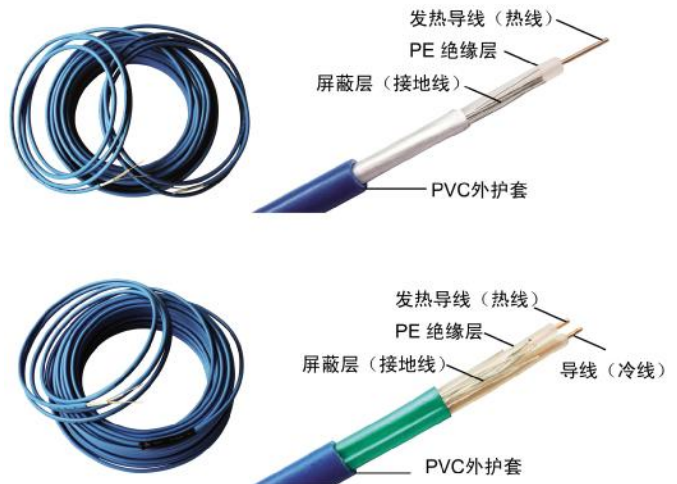
三、安泽服务国际水准

1 安泽送货服务国际领先

- 1.1 根据国内电采暖情况,安泽库存产品价值达 600 万元;
- 1.2 安泽 1300 多家经销商平时不需要库存产品,5 万元以内的货物,安泽当天可以发货;
- 1.3 安泽发往北方货物的到货时间为 72 小时,南方为 48 小时,并且是送货上门。

2 安泽技术服务国际领先。

- 2.1 对任何一家潜在客户,一切都是从技术培训开始,培训教材、



宣传画册、样品等,安泽全部免费提供,安泽每年送出的宣传册超过 20 万册;

2.2 安泽的任何一家经销商,总部的销售人员都会对其培训并示范安装程序,直到经销商的施工学会为止。

3 安泽售后服务国际领先

- 3.1 每一根安泽发热电缆,都有自身的条形码,根据条形码,可以追查原材料厂家、生产工人、安装到哪位业主家里;
- 3.2 安泽每批货发出,都有相应的物流码,根据物流码,可有效地对货物进行追踪,也可以很好地防止串货的现象发生;
- 3.3 安泽发热电缆如果出现质量问题,工程部人员会在 24 小时内到达现场,并于当天解决问题;
- 3.4 2009 年,安泽生产 17 万根发热电缆,业主自身损伤 7 根,安泽发热电缆自身质量问题 6 根,故障率约万分之 0.35。 **Anze**

Anze 智能电缆防伪及产品市场保护系统正式启动

安泽安泽电工有限公司于 2011 年 3 月 1 日正式启动防伪系统,防伪系统采用计算机编码技术为每件产品随机生成的一维防伪码,将此防伪码印制在防伪标签产品流通过程,消费者打开包装上的防伪标签,可通过电话、短信、互联网等方式将此防伪码传回中心数据库进行验证,从而验证商品的真伪,并可将防伪码输入中心数据库,永不重复。从而保障厂家生产的正品产品达到防伪目的。

电话查询流程

短信查询流程

网站查询流程

电话查询: 4008308706
短信查询: 1382356315
网站查询: www.anze.cn

短信查询: 4008308706
短信查询: 1382356315
网站查询: www.anze.cn

网站查询: 4008308706
短信查询: 1382356315
网站查询: www.anze.cn

我国电采暖发展趋势

——访安徽安泽电工有限公司副总经理张竣业

文 | 汪一萌

电采暖在进入中国市场 10 年间,一直占据较小的市场份额。如今,电力供应出现紧张局面,直接影响到以电能为主要采暖方式的电采暖市场的发展。为此,我们从安徽安泽电工有限公司副总经理张竣业对行业的思考中,窥测我国电采暖市场未来的发展走势和特点。

阶梯电价政策的预期和具体内容,会给电采暖带来怎样的影响?

2010 年 10 月 9 日,国家发改委出台《关于居民生活用电实行阶梯电价的指导意见(征求意见稿)》。《征求意见稿》提出,居民阶梯电价将划分三个档次,电价实行分档累进递增。第一档电量按满足居民基本用电需求确定,电价维持较低价格水平;第二档电量反映正常合理用电需求,电价逐步调整到弥补电力企业合理成本加合理收益的水平;第三档电量,体现较高生活质量用电需求,电价反映资源稀缺状况和环境损害成本。

阶梯电价的震慑性对现有的几千万平方米及后续更多的即将入住业主来说,电地暖将是充满忧虑的选择。

怎样获得更多的政府利好政策,哪怕是地方性的政策,是未来电采暖市场走向的关键?

电采暖的优点众所周知,但从《征求意见稿》中,几乎看不出国家发改委对电采暖的支持力度,而地方电力部门也将以《指导意见》来制定第一档电量。

《征求意见稿》中,第一条里“第一档电量按满足居民基本用电需求确定,电价维持较低价格水平”,在已安装电采暖或今后的电采暖工程中,电采暖电费属于“居民基本用电需求”。在此之前,山西、新疆等地方政府,专门为电采暖做过批文,所以,不管是国家发改委的政策或地方性的政策,对将来电采暖市场的突破,将是非常关键的一环。

未来能源结构、天然气石油价格、电价、物价等对我们的影响?

目前通货膨胀已高居不下,6 月份的



CPI 涨幅达 35 个月来的新高,从 05 年开始,原材料价格的上涨已经开始推动物价的上涨了,而天然气、石油、煤炭价格的上涨在近年更是一马当先。电价在坚持了近 20 年不涨价后,终于开始明里或暗里涨价了,正在使用电采暖或即将使用电采暖的人群,对电价的不确定性完全恐慌了。

从去年开始,天然气价格的上涨,对壁挂炉采暖行业也是个巨大的冲击,一些地方政府的限气政策,也对壁挂炉行业有很大的影响,同时集中供暖费用的上涨,分户计量一再提上议事日程,集中供暖费用最终会大幅上涨。在一篇上涨的序曲中,电采暖费用的上涨会从强烈的抵触到逐步接受,也是未尝不可能的事。

电地暖企业的出路在哪里?

随着阶梯电价的出台,电地暖企业将

会面临巨大的生存压力,众多企业会转向家装或工程市场,而不是以代理商经销商模式操作,他们将会与经销商争利。

安泽为避开此类恶性竞争,早在 5 年前开始布局其它市场空间,首先,安泽通过一系列的国内国际认证,为出口国际市场打下坚实的基础,特别是 UL 认证的通过,为安泽出口北美市场铺平了道路,安泽也是国内唯一一家通过美国 UL 认证的电地暖企业,是世界上第二家通过美国 UL 认证的外籍电地暖企业;其次,安泽拓展发热电缆的应用领域,在特种养殖、传统养猪场等场所,创新性地把发热电缆做进去,目前成为许多大型养猪场指定的采暖产品;另外,安泽在传统产品的基础上,进行产品升级创新,开发出用于铁道、石油管道、电力等行业必需用到的矿物绝缘电缆,也为发热电缆行业拓展了一片全新的领域。Anze

安泽智能消防管道保温系统实验报告

文 | 陈雪飞

一、实验条件:

- 1、时间:2010.6.5~2010.6.10
- 2、地点:山西省北方兴安化学工业有限公司第七分厂
- 3、环境温度: $-35^{\circ}\text{C} \pm 2$
- 4、参与人员:安泽电工驻山西忻州办陈雪飞、安泽电工程部洪贵伦、山西省北方兴安化学工业有限公司第七分厂部分员工

5、设备:

(1) 200mm 直径,长 1m 消防管道 3 根

安泽 AZV02170300 型号(300W 双导、17W/m)发热电缆 1 根

安泽 AZ75.716T 周编程时段采暖温控器 1 只

地温探头 2 只

WD708p 超低温试验箱 1 台

铂电阻温度计 PT100 型号 4 只

温度显示仪表 SR93 型号与 XMT5000 型号各 2 只

500mm 橡塑保温材料 1 卷

铝箔胶带 1 卷

二、实验经过:(后附图)

1、管道加工、注水:将 200mm 直径,长 1m 的 3 根消防管道两端焊接堵水,管壁上方各焊接螺帽以便注水。并在三根管道内注入 2/3 体积的水,拧上螺帽。

2、缠绕发热电缆:分别将 3 根消防管道编号为 1#、2#、3#。1# 管上直线型铺设 1 米发热电缆,即 17W;2# 管上波浪型铺设 2 米发热电缆,即 34W;3# 管上波浪型铺设 3 米发热电缆,即 51W。

3、在 2# 管和 3# 管安装地温探头,分别用铝箔胶带固定。

4、包裹保温材料。

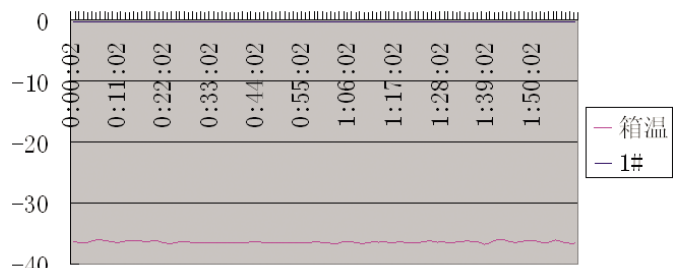
5、将包裹好保温材料的三根管放入超低温试验箱,拧开螺帽,分别从注水口插入铂电阻温度计,接上温控器、地温探头及温度显示仪表。开启超低温试验箱,观察数据。

三、实验结果

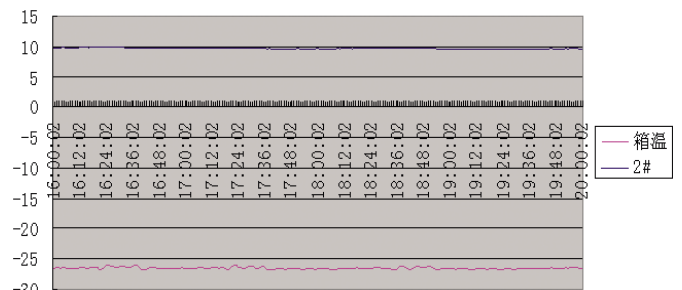
依据电脑记录分析各管工作情况如下图所示。

综上分析:200mm 直径、50mm 橡塑保温的消防管道,在 $-35^{\circ}\text{C} \pm 2$ 的环境温度下,每米安装 17W 功率的发热电缆水温保持在 $-0.2^{\circ}\text{C} \sim -0.3^{\circ}\text{C}$;每米安装 34W 功率的发热电缆水温保持在 9.5°C 左右,但需要持续工作;每米安装 51W 功率的发热电缆水温保持在 9.5°C 左右,工作规律为:工作 2 小时,休息 1 小时。

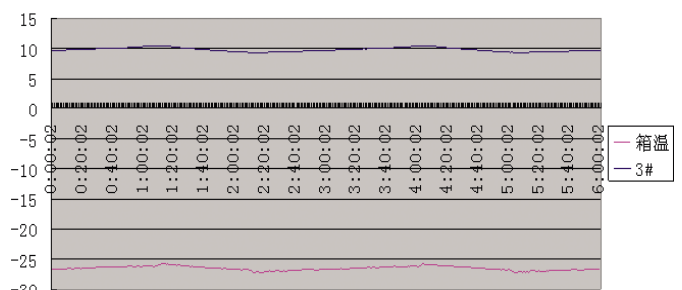
1#-17W工作示意图



2#-34W工作示意图



3#-51W工作示意图



//// 附:安泽智能消防管道保温系统实验经过



超低温试验箱



超低温试验箱型号牌



安装发热电缆



安装地温探头



给管道做橡塑保温



插入铂电阻温度计



安泽品质管理

文 | 胡群

**质量是企业的生命，
产品质量如何关系到一个企业能否生存下去，
没有好的产品就没有市场，
没有市场就无法生存，
因此，产品的品质是企业的灵魂。**

安泽作为全国地暖行业的领军品牌，始终把产品的品质放在首位。公司现推行的ISO9001质量管理体系是一个全员参与、全面控制、持续改进的综合性质量管理体系具有很强的约束力，贯穿于整个质量体系的全过程，使体系内各个环节环环相扣、互相督导、互相促进。

安泽公司的质量方针是：以先进的技术工艺、完善的检测手段，生产优质产品，适应广阔的市场；以诚信经营、周到的售后服务、全新的方法，持续满足顾客的需求。公司以质量方针为指导，制定与时俱进的质量目标，以先进的技术支持及完善的检测手段保证质量管理体系持续有效运行。

品质管理作为质量管理体系的一部分，在整个体系中起着举足轻重的作用。安泽建立了完善的品质控制系统，形成从供应管理到生产品质管理，直至远及客户管理的整个品质管理链，环环相扣，从体系上保证产品和服务的品质。

安泽公司的品质管理按流程划分主要包括四个基本环节：进料品检、制成品检、产品品检和试验品检。

安泽公司品质部要求对每批每种原材料进行进料检测，通过标准的抽检方



该仪器为换气式老化箱，每天早上品质部会有专门的试验人员按照国家标准对生产的线芯做交联热延伸试验和永久变形试验，并对生产的成品线做护套老化试验。



该装置为交联度测试装置，通过二甲苯萃取的方法准确测量交联线芯的交联度，我们会对每批交联原材料进行交联萃取试验，准确测量线芯交联度。该试验涉及到二甲苯(有毒)需要经过培训的专业人员进行操作。

该仪器为自动内较电子分析天平采用高灵敏度后置式电磁力传感技术，具有准确性高、环境适应性强等特点，还具有内置双砝码平衡校准、数字化多点线性修正、计数功能和多种量程选择等功能。同时配有标准的RS232数据接口，能与微机、打印机等设备相连使用，实现现场质量控制。



该仪器为直流双臂电桥，该仪器精确度很高，能精确读到小数点后面四位小数，每批原材料进厂时品质部都会进行很精准的阻值测量，严格控制好源头。



该仪器为高压火花机，车间里一共有8台高压火花机，从第一道工序到最后成品工序，每个工序都有高压火花机，产品从内到外都能经受6kV的高压测试。保证了产品的安全性。

法按照国家标准对原材料进行抽检。符合国标的原材料准予入库，不符合国标的原材料退回厂家。

生产过程中，品质部安排人员对每道生产工序进行巡视与检验，并对生产过程中出现的问题进行记录，要求工人进行整改，决不允许不合格的半成品流入下道工序，严格控制好源头，有力地保证了成品的质量。成品入库前，品质部会有专业人员按照科学的方法对成品进行抽检与试验。

所有这些检测环节，都离不开有力的硬件设备(检测设备)。安泽公司实验室的试验设备是按照美国 UL 标准进行采购的，利用这些检测设备，经过专业的试验人

员反复试验，我们顺利地通过了 UL 检测，获得了 UL 证书。

除了下图那些强有力的硬件设备支持，安泽品质管理系统还包涵一套完整的防伪防串货软件系统，消费者可以通过该系统查询产品的真实性，能够有效地识别市场上假冒伪劣产品。同时，安泽公司也可以通过该系统查询是否有串货现象发生。

安泽的每个产品都贴有防伪标签及公司自主研发的防串货标签和贴有安泽专用标签的质保卡。成品入库前，会有专门的人员在每个产品上贴上防伪及防串货标签，并通过扫描器对每个产品进行扫描，并将扫描的数据上传至安泽服务器。产品出库

前，会对每个出库的产品进行扫描，并将出库的数据及客户信息上传到安泽服务器。消费者买到安泽的产品，打开包装盒，会看见有安泽标识的防伪标签，刮开涂层可以看见防伪码，通过电话、发短信及登录安泽公司的官方网站都可以查询产品的真伪。这套系统可以使消费者更加放心地购买安泽产品，也为安泽的售后服务提供了有力的凭据。

品质的好坏是由客户来评价的，安泽的品质管理始终服务于消费者，安泽的品质管理会不断改善、进步，从而生产出更高质量的产品，满足消费者的更高需求。我们相信没有最好，只有更好。 Anze

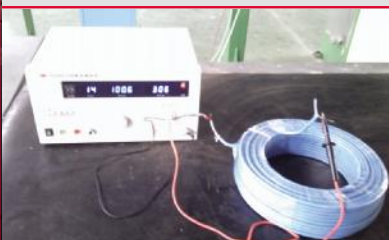


该仪器为数字测量投影仪，有多种放大物镜，可以清晰地将细小的样品放大 20~40 倍甚至更高。在生产调试过程中，会有专门人员对样品进行偏心度进行测量，我们每天生产正品前都要通过该仪器精确测量偏心度和绝缘壁厚。该仪器还可以测量不能用千分尺或卡尺测量的表皮较软易变形的样品的绝缘壁厚及偏心度，这是我们 UL 实验设备的必备仪器。精确度非常高，能读取小数点后面三位小数。

该仪器为微电脑拉力试验机，仪器在拉力试验中可以自动存取拉断瞬间的拉力，并可以自动换算各个不同国家力学单位。我们每批原材料及生产过程中的接头和生产出的成品线都要经过该仪器进行拉力测试。这台仪器也是我们专门为 UL 试验定做的拉力机。通过这台拉力机我们顺利通过了 UL 拉力测试。



该仪器为直流电阻表，车间一共有 10 台，精确度很高，稳定性好。从第一道工序到最后道工序每道工序都有电阻检测。



该仪器为耐压测试仪，车间一共有 4 台，生产过程中每个成品线在经过电阻测量后都要经过 3kV 耐压测试。



该仪器为垂直 + 水平燃烧试验机，适用于各种电线电缆绝缘包覆材料 PE、PVC、SRPVC 的耐燃性试验。是根据 UL1581 试验标准制作，适用于 UL1581、UL758、UL13、UL444、UL655 的 VW-1 以及 CSA 的 FT-1。我们也是利用这台仪器经过反复的试验最终通过了 UL 燃烧试验。



仪器为绝缘电阻测试仪，有多种电压选择，可测到 $10^{10} \Omega$ 绝缘电阻。我们每批成品线在入库前都要经过这台仪器检测其绝缘电阻。



该仪器为试样切片器，适用于切取橡胶为绝缘或包覆的材料，成为标准哑铃试样，满足 IEC、K6301、UL1581、JIS 等试验标准，以供试验用。

该仪器是电线静态拉力试验机，可测量电线的剥离、耐负荷强度，也可测量插头片与电源线之间的耐负荷强度，同时可以测试试验 6 个试件。





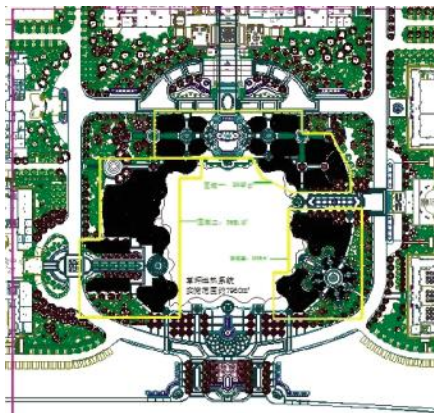
安泽电缆 天津环渤海某工程草坪供暖应用

文 / 黄方贵

一、工程概况

“天津环渤海某草坪四季常绿工程”处于某绿洲项目地块的西南角，位于东丽区东丽湖东丽之光大道以北、新地河路以西，公建区用地面积为 35 万 m²，总建筑面积约 15 万 m²。

该工程施工范围为中心湖五星酒店前草坪面积约 7 960 平方米，共分为三个



图中黑色区域是首期需要草坪供暖的部分

区域，区域一：约 2 643 平方米；区域二：约 3 581 平方米；区域三：约 1 709 平方米。

二、设计标准及依据

1. 《采暖通风、空气调节设计规范》(GB50019-2003)
2. 《地面辐射供暖技术规程》(JCJ142-2004)
3. 《安泽发热电缆系统技术手册》
4. 甲方提供的图纸及参数

三、设计要求

1. 草坪加热系统应能使草坪根部保持正常生长所需的温度范围，使草皮提前开始生长，季节延长，保持常绿的景观效果。(本项目使用草坪为混播草，其中草地早熟禾 6%，多年生黑麦草 30%，高羊茅 10%。土层厚度≥0.5cm，草皮密度≥70%)。
2. 草坪加热系统操作、使用应方便，并能自动调节加热温度及开关时间。
3. 草坪加热系统应对草坪均匀加热。系统的运作应便于监测各处温度值，并提出对未能达到控制温度的局部采取补救

措施方案。

4. 草坪加热系统符合安全性，不堵塞、不漏水、不漏电等的相关规范要求。

5. 草坪加热系统的设计应方便维护和维修。故障或损坏的部分能局部更换，不能影响系统整体运作。

6. 草坪加热系统利用电热方式对草坪土壤进行加热，但应保证其设备、埋藏管线等不对景观产生影响。

7. 草坪加热系统应考虑运营成本，电热系统要充分考虑周边电网系统的供给情况，并且要节能、环保以及不对周边环境发生破坏或影响。

8. 草坪加热系统的埋藏管网或电缆不对草坪上所植乔木、灌木等植物的生长产生影响。加热系统应具有较好的透水性，使草坪不积水。

9. 独立的发热电缆环路和一个热电偶测温系统。

10. 电缆加热系统应控制草坪根部密集区(地表及地表下 10cm)处的温度，使其处于正常生长所必需的温度范围

(5~10℃左右)。

11. 要使草坪根部密集区(地表至地表下 10cm)处达到相同温度。

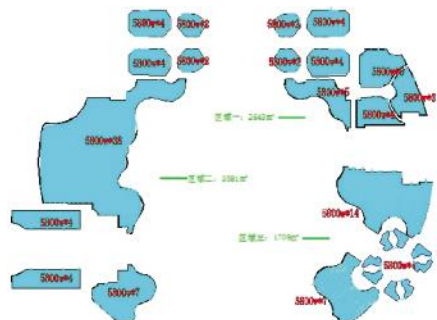
12. 在满足使用安全要求的情况下,加热电缆线埋设深度高档景观草坪宜为 250mm; 加热电缆敷设间距的适宜范围为 150~300mm。

四、工程设计

1. 热负荷的设计

1) 草坪加热需要的功率, 可以按 80~95W/m² 功率输出要求安装, 但不能超过 130W/m², 温度太高会烧坏植物的根系。

2) 本工程共分为三个区域, 单位安装功率 87W/m², 安装总负荷 690.2kW, 5800W 发热电缆 119 根。



安泽发热电缆配型分布图

2. 发热电缆的参数

1) 采用双导发热电缆, 电缆型号 TXLP02205800, 线性功率 20W/m。

2) 发热电缆的工作电压 AC380V。

3) 发热电缆的长度 290m。

4) 发热电缆的标称阻值 24.9Ω, 每米阻值 0.086Ω。

5) 铺设间距 235mm。

3. 电气设计

1) 设计标准和依据

a) 《民用建筑电气设计规范》JGJ 16-2008

b) 《供配电系统设计规范》GB50052

-952-2004

c) 《低压配电设计规范》GB 50045-95

d) 《建筑电气设计》北京: 中国建筑工业出版社, 1996 年

e) 《电气装置施工及验收规范》GB 50257-96

2) 发热电缆的设计安装总功率小于计算用电负荷总功率;

3) 安泽电地暖系统采用单独供电系统;

4) 电源根据实际负荷大小选择三相四线布置;

5) 电地暖系统线路的导线采用铜芯线, 导线截面选择不小于其计算电流, 满足机械强度的要求;

6) 发热电缆的接地线(八股镀锡铜丝)与电源的地线连接。

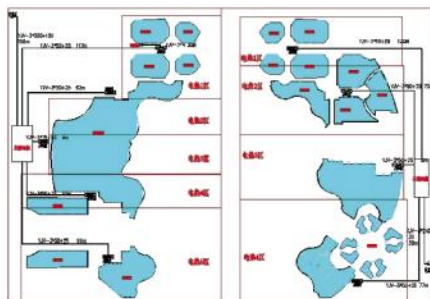
7) 甲方提供两个电源点, 分为左配电柜、右配电柜, 左配电柜总负荷为 377kW, 采用 AC380V 三相四线制供电, 输电电缆型号 YJV-3×300+1×150。右配电柜总负荷 313.2kW, 输电电缆型号 YJV-3×240+1×120。

8) 左配电柜分为 5 个分配电箱, 右配电柜分为 4 个分配电箱。

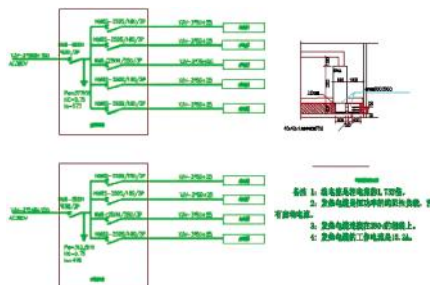
9) 分配电箱内均有一级保护装置、温控器、交流接触器及漏电保护装置。

4. 温度控制设计

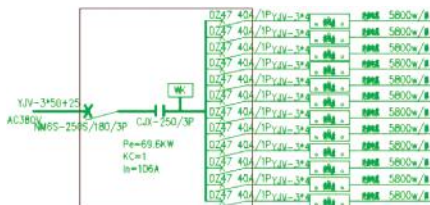
对草坪加热, 需使用 AZ80(16A)型温控器与交流接触器相结合的控制方式, 温控器的输出端控制交流接触器的线圈(电



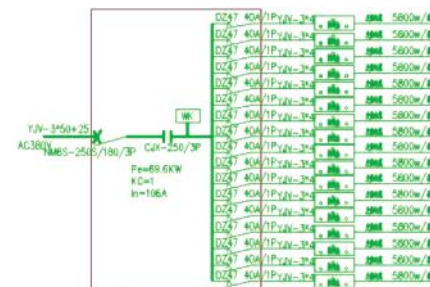
安泽草坪供暖配电系统分区示意图



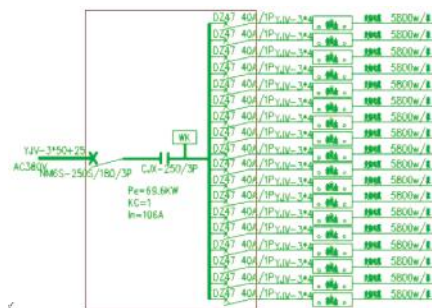
安泽草坪供暖电路示意图



分配电箱 1、2、4、5、6、8、9 配线示意图

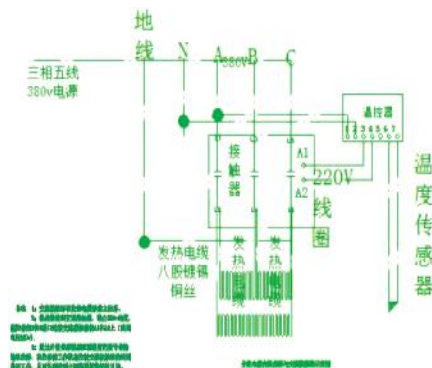


分配电箱 3 配线示意图



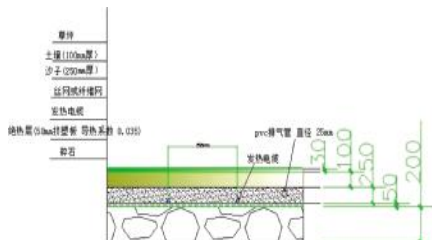
分配电箱 7 配线示意图

压 220V), 通过地面的传感器感应土壤的温度多少来控制交流接触器主回路的吸合或断开, 达到控制这几个区域发热电缆是否工作的目的, 保证草坪供暖的温度。



温控器与交流接触器接线示意图

5. 地面构造



安泽草坪供暖结构剖面示意图

五、施工步骤

发热电缆土壤加热系统施工必须符合中华人民共和国行业标准《地面辐射供暖技术规程》(JGJ142-2004)中的要求。

1. 绝热层的铺设
2. 发射层的铺设
3. 发热电缆的安装
4. 沙子的铺设
5. pvc 排气孔的安装
6. 土壤的铺设
7. 草坪的铺设
8. 控制系统的安装
9. 验收及调试

安泽矿物绝缘 发热电缆

文 | 汪一萌

加热电缆应用在机场
飞机跑道路面融雪、化冰

一、简介

安徽安泽电气有限公司研发、生产的矿物绝缘加热电缆由连续、无缝的金属护套、单根或多根金属线芯(发热体)和紧密压实的氧化镁绝缘层构成(在有些有对金属护套有腐蚀作用的场所,需在金属护套上作防腐外套或防腐处理)。

安泽电工生产的矿物绝缘加热电缆可以分为以下几类:

1. 铜护套矿物绝缘加热电缆

可以满足高温条件和长输管线伴热的需要。最高承受温度可达 250℃,对要求防



双导矿物绝缘发热电缆



单导矿物绝缘发热电缆

腐或埋地应用的场合,需加高密度聚乙烯 HDPE 外护套,最高承受温度可达 90℃;且具有优良的机械强度。

2. 铜镍合金护套矿物绝缘加热电缆

铜镍合金护套系列矿物绝缘加热电缆可以满足高温条件和长输管线伴热的需要,其最高承受温度可达 400℃,矿物绝缘电缆具有优良的机械强度,耐腐蚀。

3. 不锈钢护套矿物绝缘加热电缆

不锈钢护套系列矿物绝缘加热电缆可以满足高温条件和大发热功率(达 269W/m)的需要。该系列加热电缆最高承

受温度可达 650℃,矿物绝缘电缆具有优良的机械强度,耐腐蚀。

4. 825 全金护套矿物绝缘加热电缆

825 全金护套系列矿物绝缘加热电缆可以满足高温条件和大发热功率(达 269W/m)的需要。该系列加热电缆最高承受温度可达 800℃,矿物绝缘电缆具有优良的机械强度,并且耐高温,具有耐腐蚀性能,适应于各种防爆场合和特殊区域。

二、加热电缆结构形式



三、矿物绝缘加热电缆及加热系统的主要特点

矿物绝缘加热电缆由于其结构都是无机物,所以其寿命长,不易老化,抗压强度高。由于其外护套是金属护套,从而决定其

长时间运行不会老化,能在高温下长期运行。因此矿物绝缘加热电缆有绝对的优势。

1. 防火:矿物绝缘加热电缆的组成材料均为无机物从而使电缆不可能燃烧,更不可能助燃或在高温时释放出有毒有害气体。

2. 防爆:矿物绝缘加热电缆是由无缝的金属护套、紧密压实的矿物质绝缘材料组成的实心结构,从根本上阻止了可燃油气及火焰等侵入,是真正意义上的防爆电缆。

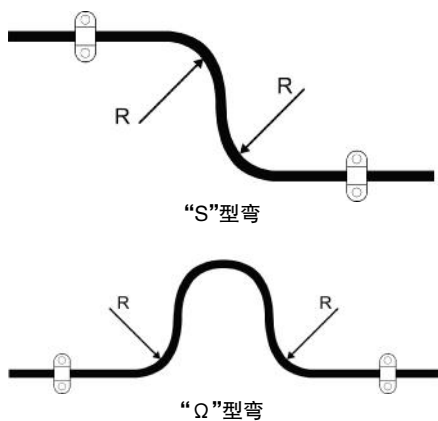
3. 防腐:矿物绝缘加热电缆的护套为无缝的金属护套,在选用时可根据工作场合的实际情况选择合适的金属外护套,从根本上避免了电缆的被腐蚀。

4. 防渗透:矿物绝缘加热电缆的护套为无缝的金属护套,所以无论是液体还是气体都无法渗入电缆内部。

5. 防辐射:矿物绝缘加热电缆的组成材料均为无机物,所以在有辐射的场所工作时电缆的各项性能指标均不会改变。

6. 寿命长:矿物绝缘加热电缆的组成材料所具有的特性,决定了电缆不存在绝缘老化的问题,并具有长期的稳定性。

7. 柔软性好:矿物绝缘加热电缆在出厂时经过软化处理,具有极好的柔软性,可自由弯曲。能在窄小空间和不规则外型设备上敷设,为安装施工提供了极大的便利并且安装后线路美观好看。



8. 机械强度高:电缆的结构所固有的特性使电缆可承受剧烈的机械破坏,在电缆直径在变形三分之一的情况下仍可正常工作。

9. 因该电缆的发热方式属一串联的

电阻型电热元件,因此发热均匀,全长度温差极小。

10. 发热功率大,一般为 50W/m 以上。该电缆不像蒸汽加热管线那样因蒸汽停止供应而发生冻结的危险,需要时打开电源即可,不需要经常维护。

11. 耐低温,在低温下施工不脆断,易于冬季施工和维修。

12. 工程造价低:矿物绝缘加热电缆的体积小,所以敷设时不会增加保温材料的用量,而且省略了蒸汽和水伴热的锅炉及水处理系统,并且施工方便、快捷。这都直接的降低了工程的造价。

13. 运行费用低:矿物绝缘加热电缆组成的加热系统,能进行远距离控制和遥控及自动控制,并可以通过温控部分保证准确及时的供给被加热物体需要的热量,所以没有额外的热损失和多余的操作人员,保证了最低的运行费用。

14. 维护费用低:矿物绝缘加热电缆组成的加热系统,结构简单、寿命长、可靠性高从而减少了需要维护的元件数量及时间,在工作环境不是特别恶劣的地方甚至可以免维护而正常使用。

总之,矿物绝缘加热电缆在防爆、防火、防水、防腐蚀、耐辐射等条件恶劣场所即将取代传统蒸汽和水伴热。它与以往采用的各种伴热技术及方式相比有着不可比拟的优点。

四、加热电缆应用领域

矿物绝缘加热电缆已广泛应用于高层建筑、购物中心、星级酒店、医院、剧场、会议中心、图书馆、政府机关、金融中心、广电中心、体育中心、工矿、机场、隧道、地铁、地下车库、人防、船舶、石油化工、海上石油平台、航天航空、钢铁冶金、烟草、军工等领域。

1. 高层建筑:室内地面采暖,屋顶融雪。
2. 机场:飞机跑道路面融雪、化冰。
3. 铁路:铁路道轨、道叉融雪、化冰。
4. 会议中心、体育中心、剧院:室内采暖。
5. 石油化工行业:窗口加热,工艺管道保温,贮槽伴热保温,原管道清蜡解堵。
6. 采暖保温:建筑物大面积采暖,工

厂、仓库保温,农业园艺暖房供热,恒温控制家禽养殖采暖。

7. 广电中心:电视发射塔融雪化冰。

8. 发电站、核电站:炉口化冰,管道保温,核反应堆预热。

9. 石油平台和远洋船舶:甲板防冷凝,船舶采暖,流体管道加热保温,机械设备保温。

10. 土壤加热:土壤加热系统可以让土壤解冻,草绿长青。

11. 寒冷地区露天设备设施:机器设备,涵洞、闸门、阀门等交通枢纽设施,学校、医院露天台阶融雪化冰,间歇式液态泵保温。 Anze



加热电缆应用在建筑



加热电缆应用在铁路



80 后小伙 闯关东

——访安泽吉林长春销售经理张治军

文 | 刘勤

他,五年军旅生活拥有军人的耿直、坚韧;他,在脱下绿装后,与销售结缘。原本不善销售的他,用军人的性格获得经销商认可,他就是现任吉林长春销售经理张治军。

困难与机遇并存

从整个采暖市场来说,东北占据 2/3 市场份额,市场发展状况很好,但是很多变化因素影响着行情,如产品价格高低、产品性能好坏等不良反应。随着社会经济水平不断提升,“低碳”理念逐渐走进人们的生活,政府加大节能政策落实力度,未来吉林区域将会成为新的市场争夺点。虽然集中供热不会因此消失,但是在一些偏远地区无法享用到集中供热的前提下,仍将依靠发热电缆来提供采暖。

张治军在 2010 年 3 月开始接手吉林区销售工作。在了解市场信息的过程中,他发现在电采暖产品方面以电热膜居多,很多产品电热膜经销商在设计施工上存在偷工减料的问题。随着越来越

多的发热电缆厂家的入住，竞争日趋激烈，存在的问题也越来越严重，张治军意识到，如果想存活下去，只有从自身做起，产品质量好、人员素质高等因素将决定未来吉林市场走势。

为了落实总部大区域规划政策，增强大区域市场长久发展，张治军认为：凡同安泽合作的经销商，安泽都会给予保护，不会出现经销商推荐安泽产品时，出现“自产自销”的现象。反之，安泽的经销商客户群也将不断流失。因此，安泽对经销商有一个保护系统，就是用良好的产品质量和优质的技术支持来推动经销商发展。

整体来说电地暖、水地热行业还具有特定优势，发热电缆正逐渐被大众和政府认可。今年上半年，吉林地区各项目的施工资料显示，很多项目都被政府指定采用发热电缆。在这种机遇下，作为行业领军品牌，安泽要想抢占更多市场份额，就要靠好产品、好服务、好的市场营销标准。好产品是指在产品的材料、工艺等方面都要精益求精，必须采用最好的原材料来进行设计、加工与生产，做到对客户负责、对行业负责。服务是指对经销商、安装单位的服务。安泽可以为以前从事过该行业的客户提供优质产品、技术和好的施工方法，同时在经销商施工时候，及时为他们提供一些实用的指导，这些都是对经销商的服务。其次，是对终端用户的服务，在产品使用过程中，如若出现问题，经销商在确认事故地点时，安泽会第一时间赶到现场，针对存在的问题及时帮助用户解决。唯有将这两方面服务都做到位，企业的知名度才能不断提升，经销商、用户才会真正认可企业的产品及服务。安泽在好的市场营销标准方面也有着自己的独特之处。如今，市场上有些地热厂家，不管是暖气片还是电热膜，只要有人给钱，他就卖，并且是以较为低廉的价格出售。而在安装过程中，很多技术又达不到标准，这就带来了很多的安全隐患。厂家牟利心切，就会出现不良反应，其下属经销商也会同样跟

风。如此，就出现了吉林地区很多大型样板工程因为经销商的疏忽，而造成很大的负面影响。鉴于上述事件，张治军在负责吉林地区市场时，严格按照安泽总部制定的大政方针来执行，在发展经销商的过程中也是宁缺毋滥，重点寻找那些对用户负责的专业厂家。这种考察是相互的也是必须的，只有双方共同努力，企业和经销商才会实现长远发展。

学习中出成绩

为了让自己效率获得提升，张治军开始不再单一为寻找客户而寻找客户，开始对当地主流经销商进行有方向有目的攻坚战，利用这些主流经销商的销售网络来扩大安泽产品销量。

从去年初负责吉林市市场工作至今，虽然在销售上有些成绩，但是绩效不是很好，存在很多方面压力，为此，安泽总部领导给予了张治军很多支持与鼓励。虽然初期存在很多不足，随着市场的熟悉，张治军认为一个成熟的市场，一个牢固市场，不只是寻求短期获得多大业绩，更多还是需要一个持续的发展。为了让市场不断完善，制定一个长期有效的目标，他平时会同经销商、客户在一起聊天，也让张治军学习到很多知识。虽然张治军是80后青年，与经销商的年龄差距很大，但是在同他们交流的过程中，除了可以解压外，最大的收获就是从他们身上可以学到许多经验及人生阅历，在工作过程中可以减少很多弯路，对人生有着启迪作用。

营销中打好“感情牌”

在谈到营销人员应该具备哪些素质时，张治军说：“如何营销我不懂，因为我从来没有学习过营销，但是我知道如何来获得别人的认可。首先，要学会如何做人，销售其实就是一个人际间的交流与沟通，你在同别人打交道的过程中，需要留给他人第一印象要好，让别人感受到你的真诚，那么才会有后面的深入交流。

其次，需要有洞察市场动态能力，要

了解行业最新动态。对一些有针对性客户，必须了解到最新信息，了解他们当前需求什么，如此才能更加了解市场。再次，对产品本身设计、安装了解程度要深。同时，任何行业都存在竞争，就发热电缆行业来说，从事该行业的差不多在100家，这就需要我们有一个良好的专业素质，在迎接挑战过程中，我们还需要充分了解竞争对手的产品状况、价格等，只有知己知彼方能百战不殆”。

“通过坚持不懈的努力，最终使客户认可并使用安泽产品，这就是我最好的成果。”从这句话语中，我们看到了张治军真诚、朴素的一面。他说，我拜访过一位从事电热膜销售的经销商，每次路过他们公司时，都会去拜访下，该经销商也把我当做兄弟看待，在这过程中，我从来没有提到让他们做我们产品的事情。可能是因为相处久了，对我也了解深入，知道我是负责吉林区安泽产品推广的，他对我坦诚的说：“我每天办公桌上面排放着很多发热电缆厂家的产品，可是我都没有选择，你知道其中的问题所在吗？其实，像我们这样发展规模不错的经销商要选择一家很简单，可是要选择一家可以共同发展，双方共赢的合作者却很难，在同你接触中我看到了安泽人员高素质，安泽产品的优良性，在地暖领域拥有着良好信誉，这才是至今开始选择安泽的决心。”在听完他的话后，张治军陷入了沉思，其实经销商也是需要真诚去打动。后来他们自家别墅全部用的都是安泽产品，在施工过程中，该经销商本身也投入进来，通过贴身感受各项工序安装，有时还提些建议，由于有时会工作到很晚，经销商就会邀请大家一起外出喝酒、吃饭。其实，利益虽然重要，但是真正重要的还是彼此之间深厚情感。

张治军计划2011年将要在吉林省树立上万平方米的样板工程项目，这样更加具有真实性、说服力，用实际工程项目来证明比口口相传来的实际，那么企业自身品牌效应也会得到提升，对扩大市场也有无形的推动力。Anze

雪域高原上的追梦人

——访西藏拉萨地区销售经理 胡中杰

文 | 刘江玲



企业的发展靠什么？说到底，就俩字：人才。在现今激烈的经济发展浪潮中，企业立于不败之地的关键因素在于其核心竞争力的打造，而人才战略是企业打造核心竞争力的至关重要的推动力。对于安泽电工这个集电热器、智能电地暖系统、发热电缆、温度传感器及温控器的研发、制造、销售于一体的高新技术企业来说，英勇的生产、销售人才是企业扩张战略的必须，他们就是企业中的将军。

胡中杰，来安泽电工一年之久的 80

后，现任西藏拉萨地区的销售经理，向笔者将他在安泽的追梦故事娓娓道来。从中，我们窥见了安泽发展壮大的一页缩影，也预见见了安泽明天的辉煌。

只身入藏 勇拓市场

带有神秘色彩的西藏，是很多人心中的圣地。受它的感召，2010年10月怀着向往之情的胡中杰因为公司开拓市场的缘由，自告奋勇只身入藏。现实永远比梦想残酷，“来之后发现跟想象中差太多了。经济条件、建筑水平先不说，就是口干、气喘、起

床后连续呕吐等高原反应就让人很难受，最严重时需要走半个小时就要歇十多分钟。”说起入藏初期的不适，胡忠杰乐观的说，“好在这边四川人居多，都说这里是四川的拉萨，所以生活上很快就适应了。”如果说当初决定来西藏是一时冲动，那现在是不是还义无反顾？这个80后大男孩憨憨的笑着说：“市场总要有人去开拓，这不算什么。”

地暖市场 潜力巨大

地面辐射采暖方式早在30年代就被公认为是一种最舒适的供暖方式。在欧洲、北美、亚洲的许多国家早已应用，而且应用面积极广，1994年已占德国、日本、韩国采暖市场50%以上，但在我国，地面辐射采暖的铺装面积现在不到10%，具有很大的发展空间。电采暖在我国是2000年以后的新供暖方式，从远红外碳素发热板、发热电缆的间接供暖到各种直接电热的电热器产品几年来於供暖事业是相得益彰的补充作用。

在全国南北方地暖越推越热之时，各路地暖品牌纷纷踏入西藏这块处女地，在这个被称做“圣地”的地方逐鹿一决。据胡中杰介绍，西藏目前的供暖情况还是采用的太阳能、锅炉这些原始的水供暖方式，电地暖的发展还处于萌芽上升期，因此前景是十分可观的。孤军奋战往往孤立无援，只有大量的品牌才能聚集人气。由于多家经销商们的大力宣传，人们心中传统的水暖采暖方式已经被撼动，电地暖这种采暖方式开始得到越来越多的消费者的认知。

初战失利 履步维艰

世上本没有路,走的人多了,也便成了路。或许探路者注定要与艰辛为伍披荆斩棘,方能闯出一方新天地,于是信心满满的胡中杰初次“试水”就被一盆冷水浇了个满怀。当时带着满腔热情的胡中杰向经销商介绍安泽智能电地暖系统,费了半天口舌之后,对方直言“这已经是将要被淘汰的产品了,我们现在都是用碳纤维。”这句话一出,让胡中杰好气又好笑,同时也隐隐感觉到,要开拓这块市场,远远没有想象的简单。

经过一段时间对采暖市场的调查走访,胡中杰发现,当地电地暖市场问题重重:首先是电地暖产品在当地采暖市场上鱼龙混杂、良莠不齐,无序混乱的竞争制约着拥有良好品牌与信誉的企业发展,加上经销商缺乏对专业知识及消费需求的了解,对产品盲目操作,导致消费者对电地暖存在着误解;其次就是传统的水暖在人们的观念中根深蒂固,特有的文化观念为电地暖的推广平添了一道屏障;再次,西藏为我国的特殊区域,生活条件相比于内地还是有一定的差距,但高出北京两倍多的高额电价,对于生存条件本就落后的藏区而言,电地暖成了奢侈品。再加上部分地区电供给不足、牧民依然依靠传统的牛粪取暖,无疑又为电地暖的使用增添了死角;再者就是当地建筑节能外墙保温做得比较差,导致后期的使用费较高,产品的推广方向注定要舍弃家装寻求政府、军队工程……这些客观条件无一不制约着电地暖在藏区开花散叶。

各种问题摆在眼前,下一步工作要怎么开展?如何让消费者认可电地暖?如何把安泽的品牌在这里打响?成了胡中杰苦苦思索的问题。

初见黎明 打开市场

比之于整体市场营销,区域营销更加细致化。根据当地实际情况制定策略,才能达到更好的销售效果。胡中杰清楚的意识到,接下来要做的第一步就是要进行电地暖知识的普及。欲速则不达,只有把基

础夯实,让人们对电地暖有个客观的认知,才能为下一步的工作做好铺垫。初来乍到的胡中杰如何在短时间内在市场上打开局面,赢得一席之地?借力打力!这个聪明的大男孩开始两手抓市场:首先从老客户中开始突击,拉萨号称“日光城”,西藏太阳能利用在全国排名第一,因此太阳能经销商的关系网是星罗密布,胡中杰借助当地知名太阳能经销商关系网把安泽产品迅速的在当地全面铺开,正如他所言“利用别人的关系网推广安泽,事半功倍”;紧接着他开始打群众基础,消费者是决定因素。我利用相关产业的论坛对电地暖知识进行普及,让大家都知道有这么一个环保节能的取暖方式。从知道、了解到使用是需要一个过程的,这个过程做扎实了,我们再进行下一步。

当然,做以上工作的基础,就是对专业知识的精通,对产品的全方位了解,对安泽企业文化的充分认知。正是因为具有专业素质,使得这个80后在自己梦想的雪域高原渐渐接近着自己的梦想。成功是百分之一的天赋加百分之九十九的努力。执着于梦想的他在不懈努力之后,终于迎来了艳阳天!“通过多方面的沟通,对安泽产品的不断讲解,前天,那个开始拒绝我们安泽产品的客户,也跟我们签了订单。”在话语中,笔者完全能感受到他的自豪之情,以及背后付出的艰辛。“现在市场渐渐打开局面了。我们之前给灵芝会展中心做了电地暖。面积约八百平方米的灵芝会展中心城高达13米,外墙保温效果欠佳,但客户要求室内温度必须在22度到25度之间,因此我就跟公司工程部沟通研究方案。现在已经投入使用,效果良好,得到各界的一致好评。”

展望未来 坚守阵地

胡中杰身上的担子是很重的。身为大区经理,他承担公司在西藏区域市场的全面拓展,组织实施营销推广计划,完成区域的销售目标和利润目标。“西藏地区属于西部大开发范围,在安泽规划里有着比较特殊的地位。把安泽品牌做好,对于提

高品牌影响力方面更有帮助。”胡中杰给了自己源源不绝的动力,但近期出单不理想,也愁坏了这个小伙子,“压力得不到排解,我就去附近的拉萨河坐坐。看看高远的蓝天,看看清透的碧水,想想自己该怎么操作。我总结的原因有部分是宣传力量不够,下一步将对政府加大宣传,有需求的话用经销商具体操作,达到共赢。另外就是由于距离远,导致发货周期长,这点我已经跟公司申请,公司将采取措施,最晚两三天就能到货。”

“我们的产品质量是过硬的,已经完成了拉萨人民医院、西藏自治区人民会堂等几个有影响力的大工程,良好的售后服务也为我们赢得了不少的好口碑。今年电地暖市场正在变好,在国家倡导节能减排的政策下,电地暖的前景更加广阔。”说起未来发展,胡中杰充满了信心,“既然已经做暖通领域,愿意在暖通付出更大的努力。公司在不断的发展壮大,看到公司的发展,我们心里也充满着激情与希望,在这样一个好的平台对实现自己的人生价值也非常有益。我会忠诚于安泽,让自己在暖通事业走的更远”。 Anze

“胡”语

- ◆ 在我心里,从来没有把自己当作大区经理,就是一个业务员而已。
- ◆ 我一年回一次家。但这没有什么,在公司里不容易的人还有很多。
- ◆ 无论工作还是生活,压力都很大。作为年轻人还是在外面闯闯,家里有意见也保留!
- ◆ 西藏区域在安泽规划里有着比较特殊的地位。因为属于西部大开发的城市,把安泽品牌做好,对于提高品牌影响力方面更有帮助。
- ◆ 今年地暖市场正在变好,在国家倡导节能减排的政策下,地暖的前景更加广阔。



文 | 汪一萌

林祖军，“安泽电工”电缆护套挤压工，大伙都亲切地叫他“老林”。

老林 2009 年 8 月份来到安泽，如今他在安泽上班已满两年时间。说起老林，大家的第一个反应就是：能吃苦，不请假；总是来得早，走得晚。

能吃苦，这是大家都看在眼里的。有一次车间厂房后面要埋一个水管，需要在地面上挖沟，老林也在施工行列。众多施工人员之中，干劲最足的、质量最高的就是老

林，他不休息、不喝水，脸上的汗水跟泥水混合到了一起，不知道的还以为老林是唱“黑头花脸”的。就在老林干得最起劲的时候，他被一根出了故障的电线意外地电倒了，别人都劝他不要干了，赶紧去休息。但是，老林的脾气又岂是几句话就轻言放弃的，他活动活动胳膊、腿，“能行”，老林拿起镐头，若无其事地干了起来。在老林顽强的精神鼓舞下，这个任务以高质量的标准出色地完成了。

在老林看来，企业的事情远比自己的事情重要千倍、万倍。一次，在下班回家途中，老林骑着摩托车被路口突然窜出来的拖拉机撞上，老林眼疾手快从摩托车上跳了下来。下车之后，老林发现身体没什么大碍，哈哈一笑就跟拖拉机司机挥手而别，再没有纠缠这件事。老林的宅心仁厚正如他常说的一句话，“得饶人处且饶人，也算是在做一件好事”。谁料，第三天老林开始感觉腿疼的厉害。当时，车间生产任务比较忙，老林还是坚持到这批货生产出来才去医院检查。

检查结果让人一惊，老林的腿部肌肉损伤了，医生建议住院静养一段时间。但是他坚持只让医生开一点膏药，又去车间上班了。由于没有得到及时的治疗，他的腿跛了一个多月，这件事一直到他的腿完全康复之后的很长时间才被同事和领导所知。那期间，车间里的同事依然每天能看到老林忙碌的身影。

车间的一位负责人谈到老林时感慨地说道，“老林工作很踏实，每天早晨上班之前他已经来到车间，然后打开两台机器，给它们升温。所有准备工作做完了，大家才陆续到岗工作。晚上大家下班之后，他还要检查机器，确定没有问题才走。所以他从来没有准时下过班，总是走在别人后面”。老林不怕吃苦，“苦累”二字从来没有从他口中说出来过，对待工作负责任，从不马虎偷懒。

老林不仅工作踏实，还是一个好学的人。负责车间的洪部长说过，老林肯学，爱钻研，不懂就问，刚到车间的时候，他做的是打杂的事情。但是他有悟性、肯学，自己也以车间的一个“小同事”为榜样。后来调到现在的生产线上做电缆护套挤压工作，如今，老林在这个岗位上已经是一个很熟练的操作工。

老林说过，“我刚进厂的时候就是个一穷二白的农民，现在成为一个真正的工人，是安泽改变了我。我不仅学到了一门技术，而且稳定了下来，有了一份工作。只要在安泽的一天，我就会踏踏实实的做好每一天的事情”。

老林的话既朴实又蕴含真挚之情。在安泽，像老林这样坚守在平凡岗位、拥有朴实无华崇高品质的工人还有很多、很多…… Anze

走出国门 走向世界

文 | 孔祥顺

2006

年5月9日，
安泽第一批
1000根发热电

缆顺利从南京禄口机场发往欧洲瑞典，公司全体员工为之庆贺。这表明，安泽产品经过了严格的外方质量认证、样品检测、包装认可等多种考验，走出了国门，走向了世界。而瑞典，是世界上对质量要求最为苛刻的国家。

“交学费”

时隔2个月，安泽又接到塞浦路斯10余万美元的订单，公司上下忙碌近3个月才将产品备齐。此时，客商提出了一个小小的要求，正是这个小小的要求却带来了大麻烦。

国外客户在我国广州订购了一台电扇电机，单个无法邮寄到塞浦路斯，他们希望能随安泽的产品一道发过去。由于经验不足，安泽员工们也没有多想就同意了这个要求，电扇电机与安泽货物一起发往了上海港口。稍微懂得国际贸易的人都会看出，安泽的进仓单和报关单上面只申报了安泽的电缆产品，却没有申报随货的电扇电机。所以，上海海关当即扣留了这批货物，按走私处理。

此时，塞浦路斯客商工程已开工，急等着安泽的产品到货投入使用，可是货物还没有出中国的大门就被扣住了，怎么办？千钧一发之际，程总果断决定：第一，立即派人到上海海关协调处理此事，但此事不可能马上就能办妥，需要提供相关资料证明等；第二，马上组织车间加班加点生产与被扣货物规格、标准、数量一致的产品，争取最快的时间空运给客户，不能失去安泽人的信誉。在安泽全体

工作人员的积极努力下，上海海关在2个月后终于将全部货物退还给安泽，而和塞浦路斯客商的关系因安泽的真诚、守信而变得更加牢固。

跨入2007年后，安泽产品出口的业绩不断增加，新增出口伊朗、俄罗斯、哈萨克斯坦、芬兰等国家，出口额已达到80多万美元；安泽向英国、加拿大、巴西寄出了样品，于2008年成功发出第一批货物，出口额立即增长一倍，达到160多万美元。

“闯世界”

俄罗斯的客商来到安泽考察，考察期间，他们对我国的政府嘉奖、行业评比并不感兴趣。让人费解的是，他们一直在制造设备和检测设备旁研究。他们认为，质量的保障是设备的先进性和检测的



完备性，一旦认可了质量就毫不犹豫的签订合同。曾经有一位来自巴西的客商，早晨到达了上海机场，来到安泽是上午10点多，马上就投入到工作中。从上午10点到下午2点多，这个客商没吃午饭、没休息，看资料、看设备、看检测、谈价格，直到与安泽签订一份5万多美元的合同。签合同后一刻不耽误地返回上海，赶晚上7

点多回巴西的飞机。这种工作作风和效率让安泽人感动和汗颜。

2009年初，安泽在做好欧洲和中亚市场的同时，把目光瞄向了美国市场，通过与外经贸部的接触，了解到进入美国市场需要通过“UL”认证，这是国际上最为严格的产品安全强制认证，许多公司都望洋兴叹。这项认证不仅审核程序严格，而且费用高、耗时长，完全完成需要至少30万美元。做还是不做，这个艰难的选择摆在了安泽的决策层面前，决策层先后召开了四次会议，认真分析了认证的利与弊。近200万人民币做一次认证，值不值？是否把产品做好了在美国就能有市场？目前同类产品有没有公司已经做过了认证？经过多方讨论，安泽最后得出的结论是：只要安泽的产品能够通过，无论花多大的代价也值。因为这个认证是国际上最具权威的安全认证，无论在国内、国际任何市场都很有影响力。目前，美国的市场很好，产品供不应求，没有UL认证标识是不能进入美国商店的。综合对比，目前国内所有的同类生产企业都没有通过UL认证。安泽从提供纸质材料、实物产品、工艺流程、测试设备（仅UL专用测试设备就花费12万美元），历时两年的材料准备、提交、退回、再提交、现场查验、实物解剖、多方论证等过程，终于在2010年12月通过了UL认证。

2009~2010年，安泽出口额已上升至300万美元，欧洲市场占有率达到80%。2011年，安泽将做好充分准备，使安泽的产品远渡重洋进军美国。

真可谓：欲与天公试比高，看地暖行业，安泽产品独领风骚！

Anze

中国建设报

《中国建设报》第 5340 期)

安泽电工：十年磨剑剑成锋

中国建设报 | 陈进周 崔彩凤 李路斌



十多年前,因为和“海尔”、“海信”、“三星”、“美的”、“西门子”、“惠而浦”等国际家电巨头的结缘,使她成为知名的电加热器生产企业,此后,因为取得“VDE(德国)”、“UL(美国)”、“EMC(美国电磁辐射安全)”、“CE(欧盟)”等国际上严格的认证,她正在成为国际知名电地暖产品研发和加工企业。安徽安泽电工有限公司的成长之路,传奇而经典。

渐露锋芒

2011年5月7日,安徽安泽电工有限公司(简称“安泽”)总经理程乃亮刚刚从上海领完2010年中国地暖行业十大风云人物奖回到公司不久,遇到了一件让他挠头

的事:两位来自河南省某村的村支书,在考察了包括安泽在内的5家企业之后,在明明知道安泽在他们当地已经有了总代理商的情况下,仍然希望成为安泽在当地的总代理商(编者按:这是中国建设报记者在采访过程中亲历的事件)。

已经不是第一次遇到这种事的程乃亮对此哭笑不得。他知道,这都是“出名”惹的祸。

程乃亮明白,这两个村支书之所以对安泽情有独钟,是因为他们了解到,安泽是中国市场上国内外发热电缆品牌中影响力最大的品牌之一,是2008年到2009年中国地暖行业年度领军品牌中唯一一家发热电缆企业。在曾经被国外品牌垄断的中国

发热电缆市场上,目前安泽发热电缆的市场占有率名列前茅。在电地暖系统整体上只能作为“配角”的工程地暖市场,采用安泽发热电缆的单体建筑的面积已从最初的不足1000平方米迅猛扩大至10万多平方米。目前,安泽的销售网络已经遍及除广东、海南之外的全国所有省份和自治区(包括台湾)。青藏铁路沿线房建工程供暖及管道保温工程,西气东输管道伴热工程,辽河、华北、大庆、新疆油田原油管道输送,新疆、东三省的诸多大、中、小学的供暖工程等这些遍及全国的重大工程,都采用了安泽电地暖系统产品和技术。

不仅如此,在我国国际化程度最高的上海市,安泽是上海市发热电缆市场上唯一一个能和国外发热电缆产品平分秋色的民族品牌。众所周知,上海市民挑剔的消费习惯使得能够在上海市立足的产品绝大多数都是国外知名品牌。但就是在这样一个严酷的竞争环境中,安泽的电地暖产品以其可靠的产品质量和综合实力在上海市牢牢地站稳了脚跟。同时,在英国、德国、挪威、加拿大、美国、俄罗斯等西方发达国家,安泽的电地暖产品也以其过硬的产品品质和周到的服务赢得了当地消费者的高度认同。

如同一支打磨了10年的利剑,安泽耀眼的光芒吸引了一批又一批慕名前来寻求合作的客商。其中不乏两位村支书这样热心而固执的客人。但程乃亮别无选择,他只能向两位村支书说“对不起”,因为如果他不惜破坏安泽完善的经销制度来回报两位

客人的热心，那无异于拿着安泽这把利剑在硬石上猛砍。这，显然是不可能的，因为程乃亮比任何人都清楚，安泽十年磨剑的历程是多么的艰辛和不易。

苦心磨砺

21 世纪初，在电热配件加工领域如鱼得水的安徽安泽电工有限公司决定进军发热电缆领域，从此开始了她苦心“磨剑”的艰辛历程。

尽管在和大型家电生产集团合作的过程中已经积累了雄厚的技术实力，但安泽进入电采暖领域后丝毫没有敢马虎。安泽不仅严格按照《额定电压 300V/2500V 生活设施加热和防结冰用加热电缆》IEC60800-1992 以及与该标准等效的 GB2T20841-2007、《地面辐射供暖技术规程》(JGJ142-2004) 加强质量管理，而且精益求精的在上述标准和规程没有提及的接地导线的防腐蚀技术、发热电缆的隐性接头技术和空气排出技术方面进行了大胆而细致的改进。经过 4 年艰难的技术攻关，安泽在 2005 年前后已经完全掌握了发热电缆的所有关键技术，并因此一跃成为中国电采暖系统领域最具影响力的企业之一。

当时在国内电采暖系统市场上脱颖而出的安泽，没有满足当时的技术优势，程乃亮和他的团队希望安泽能和“丹佛斯”、“耐克森”等这些国际知名品牌在国际上拥有公平竞争的技术优势。基于这种考虑，安泽决定不惜代价地把安泽系列发热电缆卖到上述国际品牌的老家去，用安泽电采暖系统在国外市场上的销售状况来证明安泽发热电缆的品质。

尽管已经做好了充分的思想准备，但当安泽按部就班地开始实施自己宏伟的计划时，他们很快就感受到了压力。这种压力首先来自于国外认证单位苛刻的认证程序和规章制度：不仅安泽的产品要按对方的要求接受考察，安泽的上游供应商也必须接受对方的考察；必须按照对方的要求建立试验室（实验室距离车间不得超过 50 米，所有设备必须按照对方提供的清单进

行配置）；必须接受对方在事先没有告知的情况下进行的检查；对于在检查过程中发现的报废发热电缆，安泽必须出具如下资料或证据：一、该产品最终流向的照片和实时记录资料；二、对该报废产品进行处理和整改的记录；产品若因加工工艺问题而导致报废，必须出具加工工艺的整改意见及效果说明；产品若因设备或原料问题而导致报废，必须出具安泽发给设备或原料厂家的通报函件以及对方的反馈意见。因为上述程序和规章制度的苛刻，安泽通过的国外的认证中，耗时最长的认证耗走了安泽 700 多天的时间，耗资最多的认证耗掉了安泽 30 多万美元资金。好在，功夫不负有心人，截至 2010 年 12 月，安泽已经通过了国际上最具权威性的几乎所有认证——北欧四国认证、欧盟的 CE 认证、美国 UL 认证、德国 VDE 认证以及美国 EMC 电磁辐射安全认证。目前，安泽的电地暖产品不仅成功地挺进“丹佛斯”和“耐克森”的故乡，而且在美洲、欧洲诸国的年销量逐年递增，预计今年将突破 500 万美元。

剑走“偏”锋

“它还是来了！电地暖行业很快将面临一场严峻的考验！幸好，我们已经做好了准备工作。”不久前，在“阶梯电价将在年内择机实施”的消息见诸报端的第二天，程乃亮在第一时间向笔者表达了他对电地暖行业的思考和对安泽的庆幸。

让程乃亮感到庆幸的准备工作，是指 2009 年前后安泽在已经牢固地确立了其在民用建筑电地暖领域领军地位的时候，决定剑走“偏”锋，在安泽系列产品的非主流目标市场上集中发力，拓展新的应用领域。当时，随着安泽规模的不断扩大和其发热电缆在民用建筑中应用量的不断增多，安泽越来越感受到来自产业政策方面的压力——与国家明确支持热泵系统不同，程乃亮认为国家相关部门对待电地暖的态度非常“暧昧”。

安泽感受到的这种压力使他们觉得在推动发热电缆在民用建筑中应用的同时，

有必要扩大安泽产品在其他应用领域的推广成果。这些领域，就包括幼崽养殖行业。2003 年以前，如何解决小猪仔冬天的取暖问题，一直是湖南正虹养殖科技股份、广东温氏养殖集团、湖北天种畜业等诸多大型养殖企业非常头疼的事情。由于找不到合适的办法，他们只能借助浴霸来解决这一难题。让人痛心的是，几乎每天早上工作人员都不得不对这样残酷的场面：小猪仔像叠罗汉一样层层堆积在浴霸下面，上面的被烤死了，下面的被压死了。为改变这一状况，当时，抱着试一试的侥幸心理，这几家养猪场采纳了安泽电工的建议——给小猪铺上了发热电缆电地暖系统。从此，小猪“叠罗汉”的场景就被三三两两凑在一起酣睡的情景取代了。就这样，安泽喜刷刷地在幼崽保温领域中的尝试，为安泽的发热电缆打开了一个全新的应用领域。现在，每年采用安泽发热电缆的猪床数量高达 30 万个。

从 2004 年至今，安泽在拓展新领域、新应用方面还包括农业种植及植物根系保温助长、屋面及天沟融雪、道路融雪化冰、石油输送管道及消防管道伴热保温、高速铁路轨道融冰融雪、高压电网塔架融冰等领域。经过多年的积淀，安泽在上述领域取得了意想不到的成果。现在，安泽正在像前些年集中精力在民用建筑领域推广发热电缆一样，开始在高压线的融雪、高速铁路融雪方面推进。据了解，京沪高速济南南站、天津站融雪使用的就是安泽的系列产品和技术。如今，安泽电地暖产品在我国非民用建筑中的销售业绩，连同其出口额，已经与其在民用建筑中的销售业绩相差无几。而这，正是安泽在担忧“阶梯电价”冲击电地暖行业的同时，为安泽可能受到较小影响而感到庆幸的原因。不仅如此，安泽正在积极开发太阳能热利用系统、热泵系统等与电地暖配套的新能源产业项目，专为落实这一项目而设计的总面积达 180 亩的崭新工业园正在紧锣密鼓地建设。

安泽，这支脱胎于电加热器行业、成型于发热电缆行业的利剑，正挥舞出美丽而奇幻的光和影。 **Anze**



执子之手 共舞传奇

——访山西晋城经销商秦抗胜

“企业与经销商好比恋人，处于互惠互利平等关系，互相之间要有感情，才能更好的合作；企业又好比男人，经销商好比女人，企业要多关心经销商，经常关注对方有什么困难，销售的障碍，技术的难度等等。”秦抗胜这样描述与安泽电工的合作关系。

秦抗胜，一位暖通业的传奇人物。江山美在临高远，前途何足有蹉跎。近 20 年的坎坷创业路上，他怀着豪迈从容的创业情怀，怀揣梦想，一路狂奔。

文 | 刘勤

携手，共同演绎传奇

1992年，38岁的秦抗胜辞去了山西省沁水县城建局建筑设计室主任的公职，毅然下海经商；

2004年，商海中屡次受挫的他在家乡成立了“康盛暖通设备有限公司”，自此，地暖届的一段精彩故事开始上演；

2005年，安泽电工进军地暖行业，安泽看准了电地暖行业的商业潜力，毅然决然的杀入电地暖行业，一段地暖传奇缓缓拉开了大幕；

2007年，已经走在地暖行业浪尖的秦抗胜把准了市场脉搏，一头扎进了电地暖

这片蓝海，开始与安泽电工携手合作；

2008年，安泽逆风飞扬，远洋破浪勇闯北美市场，经过短短的五年时将电地暖的产值做到近一个亿，与他一同成长的秦抗胜带领他的团队在一个县城把地暖做到几乎垄断经营，把对用户的服务做到周到细致，2009年，他被评为山西省唯一的全国十大感动地暖行业人物；

传奇还在继续……

回首往事，谈起当初为何选择安泽作为并肩前行的伙伴时，秦抗胜坦言，这源于一次机缘巧合：“当时我们县检察院职工宿舍要安装电地暖，领导找到我，我当时不懂

电地暖，我通过郑州一个朋友找到了安泽，就此开始了与安泽的姻缘。”当然这仅仅是个交汇的开始，不是一次的相遇就能注定并肩前行。秦抗胜笑笑说，“每一个有主见的经销商，在自己经销的主要产品上都会选择质量可靠，信誉度高，有发展潜能的企业及产品。安泽这道菜适合我的口味，所以我选择安泽。”

地暖，解决公厕改造难题

市场竞争是残酷且公正的。把产品交给市场去检验，一试便可知优劣。

调查的数据显示，近年来安泽电地暖

产品的增长速度一直远远高于整个地暖材料行业的平均增长速度，发热电缆一直处于供不应求的状态。

事实胜于雄辩。优质的产品，良好的信誉度，广阔的发展前景让秦抗胜对安泽产品充满信心。同时他也激动的为我们讲述了他与安泽之间的小故事：

2010年10月的一天，县住建局长遇到一个难题：县里搞文明县城建设要对县城公厕进行改造，把原来的旱厕全部改成水冲式厕所，但公厕较分散，数量多，远离公共建筑，并且只有照明电源，而且冬季公厕水管及厕所设施的防冻问题不好处理，问我怎样解决？我就推荐使用安泽发热电缆电地暖。安装电锅炉成本高，管理上比较困难。若将公厕安装成发热电缆电地暖，只要有电源就行，而且调好温度后无需人员看管。他听后还持怀疑态度。当时我就保证，我说使用国际名牌安泽发热电缆电地暖，保证公厕像家一样温暖。经过公司技术人员的精心设计，认真施工，1000多平米公厕在入冬之前完成了安泽发热电缆电地暖的安装，冬季温度一般调在16度左右，无需人职守，经过一个冬季的运行使用情况良好。

安泽，质量我放心

质量是企业安身立命的根本。为了确保质量，安泽的每一根电缆都有一个条形码，准确的记录了每一道工序的生产过程，一旦发生质量事故可以追溯到准确的责任人，严格降低了产品的故障率。俗话说眼见为实，秦抗胜很有发言权：

“去年5月9日应安泽老总程乃亮的邀请，我和几位业内老总参观了安泽的工厂。一座座崭新的车间已经建好，成排的现代化、高精尖发热电缆生产设备已在试运行，一根根电缆经过多道工序的交联，安全系数大大提高，将全自动数控技术应用于电缆生产，特别是发热电缆的冷热线交接处的焊接技术，更是安泽的绝招。为了缩短供货周期，程总把库房设计成多层，大量的储货让500公里范围内的客户3天收到货，全国范围不超过7天，服务可谓周到。

作为发热电地暖的施工企业，我们最

怕的是电地暖的质量故障。故障一旦产生，绝对没有辩解和返工的机会，因为从事电地暖施工的同行都知道，电地暖发热电缆一旦破损，修复的难度相当大。我做安泽电地暖已经四年，安泽的质量始终让我很放心。”

你好，我也好

“商场上的关系都是利益关系”，话虽说得过于直白，却也在情在理。在市场中经济性的交往和合作尤其如此。经销商是企业市场中的触角，是分辨企业得失的镜子，而企业则是经销商在商海立于不败之地的根本。企业和经销商相辅相成互为

依存。如何能更好的合作达到共赢，如何巧妙地处理这层关系，是摆在双方面前最直观的问题。

对此，秦抗胜有自己独到的看法：终端用户是经销商的上帝，经销商是企业的上帝，相互之间需要的是更多的沟通与交流，只有互相理解，上帝才能得到更好的服务；企业与经销商又好比恋人，要想处于互惠互利平等关系，互相之间要有感情，才能更好的合作；企业又好比男人，经销商好比女人，企业要多关心经销商，经常关注对方有什么困难，如销售的障碍，技术的难度等。总之企业与经销商都要有好的心态才能维持好这种关系。

对话秦抗胜(以下简称秦)

■ 安泽时代：安泽产品在市场上有哪些优势？

秦：我认为目前在中国电地暖市场，安泽的产品质量是信得过的，对得起电地暖行业第一品牌的荣誉称号。从原材料到生产过程，从检测设施到每一根线缆的身份条形码，从用户选择了安泽线缆到安装、检测、交付使用，安泽是生产产品的工厂，也是生产人才的学校。一个好的老总，创造了一个好的企业。

■ 安泽时代：安泽哪些优势让您印象最深刻？

秦：给我印象最深的是安泽的团队，从员工到老总都是兢兢业业，忘我工作，有这样一支团队，就是财富，就是力量。

■ 安泽时代：怎么看待安泽人？

秦：安泽有一群真诚、和蔼有亲和力的人。第一次接触电地暖时我什么都不懂，第一个订单是安泽的黄工手把手的对我进行安装工的培训，并教会我电地暖的设计、施工要领。而后的施工中有什么难题只要一个电话，安泽人都能耐心的沟通，所以做企业实际是在做人。

安泽让我学到了做企业的真谛，只有真诚才能感动上帝，只有脚踏实地的工作才能把事业做好，要有充分的心里准备才能迎接更大的挑战，我深深地感谢安泽人。

■ 安泽时代：对未来安泽的发展，您有哪些建议？

秦：安泽将成为中国电地暖行业的一艘航母，希望不久的将来驶出港湾，你的终点不是太平洋，而是整个世界。

安泽是一艘航母，与之并行的好多舰船都想驶出港湾。前方困难重重，不要恐慌，舰船不可能驶向远洋；你只需珍惜时间把航母打造的更加完美，把团队建设的更加坚强，我对你的未来充满希望。

■ 安泽时代：2009年，您成为山西省唯一的全国十大感动地暖行业人物，这是对您成绩的肯定。您怎么看待成功？

秦：其实我是一个极其普通的人，做的也是很普通的事，只不过我把普通的事做的较认真一点，就那么一点点。其实做事犹如跑马拉松，看谁能坚持到最后，能以坚韧的毅力把普通的事坚持做到底，你就成功了。

当获得荣誉的时候也有一阵子飘飘然，心中会荡起激动的涟漪，心像一杯浑浊的泥水。当泥浆沉淀下去还原成一杯清水时，我还是原来的我，一个普通人整天忙于普通事。无论何时何地都要端正心态，以一颗平常心待人，把该做的事做好就行了。 Anze

并肩闯商海 谱写兄弟情

——访石家庄天时地暖公司总经理 宋伟

文 | 刘江玲



➤ **宋伟** 现担任国家地面供暖委员会常务委员、国家地面供暖委员会专家组专家、中国地暖行业十大风云人物、河北省安徽商会副会长、中国书画艺术院院士、河北省地暖行业协会副会长、石家庄天时地暖公司总经理。

他

不像是个商人，在与他的交谈中，感受不到商人身上浓重的功利色彩，反倒是出口成章、妙语连珠的话语，哲学意味浓厚的观点把他点缀成了一名充满智慧的文人；但他又是个最纯粹的商人，业内的发脉络如同掌纹一样在他眼下清晰可见，对于经商的真谛，他看得比谁都透彻。他在商人与文人两种角色中自由行走，他把地暖行业演绎的风生水起，一片色彩纷呈。他，就是石家庄天时地暖公司总经理，安泽地暖经销商宋伟。

共同见证 ——地暖行业发展之路

“我与安泽共同经历了很多事情：安泽开拓全国市场之初的艰难岁月，中国地暖行业万里行活动的成功举办，中原地暖人之家的成立，历届中国地暖行业发展产业高峰论坛，安泽智能电地暖发展战略研讨会，安泽获得建设报评选的行业领军品牌，我与安泽程乃亮董事长和张竣业副总经理分别获得‘中国地暖行业十大风云人物’……我们与安泽共同见证地暖在中国的发展。”宋伟感叹道。

作为最早涉足地暖行业的先锋者，他有着更多的发言权。早在十多年前，地暖业刚刚在国内露出苗头，宋伟看准时机就此踏入地暖业。第一个吃螃蟹的人注定要付出更多的艰辛。谈起当初创业的情境，他一笔带过云淡风轻“现在回想起来，其实创业很简单。只要把一件小事认认真真的做好，做到极致，你就必将成功。”是的，这就是他通往成功的来时路：当初石家庄的地暖市

场冷淡如冰,传统取暖方式在人们心中早已根深蒂固,无论是开发商还是业主,对地暖没有一点概念。他就挨家挨户的去业主家拜访,和设计院的老员工进行技术交流,半年多后才拿下了第一单,之后的路风雨兼程,他付诸一笑不愿提及,我们却能在苦涩的笑声里读出几份艰辛。

印象安泽 ——低调的奢华

“与安泽合做有六年之久,作为供应商,安泽当时在工程和样板房的设计上所给予的助力,对我们在地暖的推广起到了推波助澜的作用。”

财上平如水,人中直似衡。做生意不是挣钱,是挣人心。“我们与安泽现在是亲人。”作为合作已久的战略伙伴,宋伟这样评价安泽“安泽凸现的是一种低调的奢华。直到现在,安泽人还带着农民特有的那种踏踏实实,稳扎稳打的作风。安泽所有的荣誉是实实在在获得的。不像温州商人那么张扬,安泽一向是很低调内向的。作为这么有影响力的企业,能够一直保持这种态度,在业内很少见。一方水土养育一方人,与安泽已经合作六年了,我们现在早已经成为了兄弟。”

在与宋伟的交谈中,笔者感觉到他是一个重情重义的仁义之士。这个生于安徽省蚌埠市,创业于河北省石家庄,兼有南方人的精干和北方人豪爽的人,与安泽缘起何时?

宋伟说:“十多年前在地暖市场上国外品牌占多数,虽然有很多国外知名品牌,但国外的经销商做得很浮躁,也没有足够的耐心。相比之下我们注意到了安泽,首先是因为他的产品技术到位,例如技术支持及时准确迅速,技术支援后备力量雄厚;其次就是在营销方式上更加的本土化,贴合国内经销商的需求,他们从基础做起,在市场的推广、产品的介绍方面做得很扎实,我们放心。”

共同认知 ——商人没有文化是很可怕的

发展是硬道理,提高文化软实力也是硬道理。当今世界,文化与经济相互交融,

经济发展与文化进步相辅相成。文化已经成为企业之间竞争的利器。谁占据了文化发展的制高点,谁拥有了强大的文化软实力,谁就能够在激烈的竞争中赢得主动、占得先机。

表面上文化确乎很“软”,但却是一种不可忽略的伟力。在这点上,宋伟深有感触:商人没有文化是很可怕的。文化是一种看不到摸不着的东西,却可以创造出难以估量的价值,而且一个企业的文化是自己独有的,不能复制的,是与经营者的性格特质、文化素养息息相关的独有的一种企业气质。

说到这里,笔者很是好奇,如此有人文气息的团队又会有着怎样的文化理念?“专业、认真、规范、负责是我们的文化理念,也正是秉承了这样的思想,与安泽企业不谋而合。安泽是为数不多的有着深厚文化底蕴的企业,技术和研发能力都处于行业尖端。安泽发展步伐坚实有力,充满着智慧。”性格决定命运。延伸到一个企业也是如此。说到安泽的发展,宋伟意味深长的说:“安泽一步一个脚印的走来,已经有了很深的基础。积累了这么多年,那将前途无量的。我跟安泽既是战略合作伙伴同时也是一家人。我们基于共同发展的认知,和谐进步。”

走近宋伟

■ 研习书法——让自己“沉”下来

作为一个文人,他喜好舞文弄墨,用自己的思维书写地暖,因此在行业内他有一个绰号“地暖才子”,或许正如他所说:“我后悔了,当初也许不应该做地暖行业,而是去做记者,做学问”。翻看他的履历你会发现他的文学痕迹:自幼开始学习书法,现担任河北省安徽商会副会长、中国书画艺术研究院院士。“没错,只要是真善美的,涉及到各个领域的,我都会感兴趣。”

书法是他最大的爱好。研习书法跟创业有何异曲同工之妙?他说:“研习书法和创业可比的地方有很多。本身研习书法是一个过程,它需要长时间的基础练习,需要时间的沉淀,然后通过自己的一种长期的

临帖、摹帖,最后才是创作。搞企业也是一样,在整个生活过程中许多的事情需要去做。从开始的什么都不懂到慢慢的学习,一步一步的走来,需要一个漫长的过程。无论是做企业,还是寻求在社会中的定位,都需要有一个扎实的基础和自己‘沉下来’的心态和行为,经过长久的坚持才能有一个好的结果。”

■ 地暖义工——“宋”暖人间

作为一个业内人士,他关心行业发展的每一个脚步,只要有行业发展的事情,他总会献计献策;他热心于行业的公益事业,只要有公益活动的地方,就有他的身影。因此,在行业内,他还有一个亲切的绰号:“地暖义工”。

“我是现在很多企业的义工。在刚刚结束的一个地暖论坛上,本来我是做主持人的,结果成了答疑解惑了。”宋伟笑着说:“不过我乐意把我的经验和经历跟大家分享,这样可以让很多人少走弯路,同时也会激发起地暖人更多的热情。商道即是人道,通过工作来报效社会,相信一切努力不会白费。”

他积极参与公益事业,也是社会的义工。2010年5月7日他把精心创作的十幅书法精品捐献义卖,共筹得善款11万余元,代表地暖委全部捐献玉树地震灾区。而后他说,“这根本就没什么,只不过是尽了我们力所能及之力罢了,用我母亲的话说是积德。” Anze

小编札记

与宋伟对话,是个享受的过程。通古博今的他总能说出让你意想不到的点睛之语。但笔者更欣赏他的淡然:白手起家的他是典型的“徽骆驼”,徽商创业的艰辛,忍辱负重、坚忍不拔的性格,在他身上都表现的淋漓尽致;慈善义举,社会公益上的慷慨解囊让人拍手称赞,奉为楷模。

他却淡然处之,其中的酸甜苦辣似乎早已参透,一笑了之。笔者在他的空间看到这样一句话:内心的修行是一生的课业,顺境与逆境同样折磨人,定力与淡定是可以通透人的,强而韧,超越本我,可待大器!在此,笔者借花献佛,献予大家共勉!

商海弄潮女 地暖俏佳人

——访安泽智能电地暖贵阳经销商 黄晓红

文 | 汪一萌



美丽、睿智、坚韧、这些美好的词汇无一不是黄晓红的标签。没错，这个娇艳的女孩有着与年龄不相称的成熟与稳重。在地暖届打拼三年有余，用她的话说，“社会上的历练让我成熟很多，让我学会了要做事先做人。”

点燃激情 转战地暖

每个人的潜能都是无限的，潜能的开发，离不开激情的燃烧。本是新闻专业毕业的黄晓红毕业后顺利成章的进入电视台工作。兴趣是最好的老师。当“不安分”的她发现市场上电地暖行业有发展前景后，毅然放弃优越的工作条件，辞去电视台的工作，转战电地暖行业。

提及这段经历，我们不得不佩服这个女孩的魄力与市场敏锐度。尽管电地暖当时在贵州发展非常缓慢，存在着许多问题，但当时已然身心俱疲的黄晓红固执的认为：“尽管眼下市场环境不理想，随着生活水平的提高，人们对生活质量要求会逐渐提高，电地暖行业一定会打出一片天地。我坚信电地暖会很有发展前途。”成功除了要

有一分的机遇，剩下的就全部交给了努力。看似柔弱的她，内心是强大的。经受住了风雨，她坚持了下来，所以成功理应属于她。

展会搭桥，终遇“佳人”

说到与安泽的相识，黄晓红坚信缘分。2005年进入地暖行业的她一直苦于找不到理想的厂家。尽管安泽的口碑当时在业内已经很不错，具有相当的品牌知名度和信誉度，但苦于没有机会结识。2007年7月，西安国际展会让她与安泽结下了不解之缘。展会上黄晓红在安泽展台遇见了安泽公司的张总。张总系统的向黄晓红介绍了安泽的产品、管理和服务。当时黄晓红心生涟漪，有了与安泽合作的想法。西安国际展会给了黄晓红希望的曙光。在西安国际展会后，黄晓红就开始考虑做贵州的市场。

市场是无情的，稍有差池就会淹没其中。黄晓红深知其中的厉害关系，开始了长时间的市场调查工作。随后的调研又增强了黄晓红对安泽电工的信心“通过市场调查我发现贵州的气候条件、取暖状况、建筑结构等客观因素很适合发展地暖行业，而且安泽产品在经销商、用户中也是好评连连，于是，我决定牵手安泽。”2007年年底，黄晓红开始与安泽携手同行。

感动安泽精神

品牌是一个企业的形象。厚道、踏实、认真是黄晓红对安泽的评价。“从2007年底至今，我与安泽之间的合作也有三年了。在这三年当中，安泽给我的印象非常好，用一句话来说，可以说是有保证、值得信赖。”



要想做好事情一定要选择好的搭档。“选择安泽,我不后悔。”黄晓红说:“安泽人实在、讲诚信,所以才让我对安泽产品非常的放心。我们从顾客那里得到的反馈是,安泽的产品给消费者带来的是安全、放心、有保障,产品质量上是无话可说,所以在这方面我们也是鼓足了信心。”

经销商的工作就是把产品通向消费者

的路铺平、铺稳。但要打开一方市场又谈何容易。说到安泽的帮助,黄晓红动情的说:“安泽对我们帮助非常大。首先安泽产品的质量有保障这是第一位的,这就让我们心里有底;其次安泽售后非常到位,对经销商非常负责,比如我们前期的广告宣传、工程设计都是安泽派专门的技术人员和我们一起做的,据我所知,贵州没有任何一个厂

家对经销商这么重视;就是宣传到位,一个品牌没有宣传的话做不了太长,现在是信息化时代,安泽的广告宣传很到位,尤其是网络这块,不少用户是在网上了解之后向我们咨询;最后就是安泽在一定程度上也尽量为我们经销商考虑,给我们经销商方便,尤其是在售后服务这方面,安泽总部会经常派人过来沟通,在这一点上非常感谢安泽对贵州市场的重视,这让我们做安泽的产品更加有信心,我由衷的坚信,我的选择没有错。”

思索中前行

安徽对于黄晓红是不陌生的。在与安泽合作期间,黄晓红曾来过两次。她笑着说道:“对于安泽我可不陌生。安徽是一个人杰地灵的好地方,尤其是安徽山城宁国,山水环绕,空气也很清新,很适合居住。张总人很随和,带我参观胡氏宗祠、感受美丽的黄山、给我介绍徽州文化,品尝特色小吃等等,但让我感受颇深的还是安泽的现代化设备、人性化的管理以及质朴的安泽人。要做事先要做人。安泽不但在工作上给予我们帮助,他们对人对事的态度,更是值得我们去思考去学习的。”

思考是智者最钟爱的劳动。年纪尚轻的她显然是同龄人中的佼佼者,但黄晓红仍谦虚的说:“在地暖这块,不仅是在技术上,还是在做事方面,都需要不断的去学习。我觉得一个人不管从事什么方面的工作,首先要学会做人,只有先做人,懂得为人处事,才能做好一件事,所以做人是第一位的。今天的业绩也是不断地学习,努力,秉着坚持的精神所取得的,目前也还有很多地方不够成熟,需要继续完善和改进。” Anze

编后:

黄晓红是一个谦虚、知性的人,一个毅然走出新闻媒介、踏入不熟悉的地暖行业的执着人;一个年轻有为,才华横溢的年轻人;一个始终心中有梦、坚持信念的电地暖人。黄晓红,用她的执着与智慧在地暖行业里摸索前进,享受喜悦与成功。

管理者 会讲的 故事

并不是你想象中那样

两个旅行中的天使到一个富有的家庭借宿。这家人对他们并不友好,并且拒绝让他们在舒适的客人卧室过夜,而是在冰冷的地下室给他们找了一个角落。当他们铺床时,较老的天使发现墙上有一个洞,就顺手把它修补好了。年轻的天使问为什么,老天使答到:“有些事并不像它看上去那样。”

第二晚,两人又到了一个非常贫穷的农家借宿。主人夫妇对他们非常热情,把仅有的一点食物拿出来款待客人,然后又让出自己的床铺给两个天使。第二天一早,两个天使发现农夫和他的妻子在哭泣,他们唯一的生活来源——一头奶牛死了。年轻的天使非常愤怒,他质问老天使为什么会这样,第一个家庭什么都有,老天使还帮助他们修补墙洞,第二个家庭尽管如此贫穷还是热情款待客人,而老天使却没有阻止奶牛的死亡。

“有些事并不像它看上去那样。”老天使答道,“当我们在地下室过夜时,我从墙洞看到墙里面堆满了金块。因为主人被贪欲所迷惑,不愿意分享他的财富,所以我把墙洞填上了。昨天晚上,死亡之神来召唤农夫的妻子,我让奶牛代替了她。所以有些事并不像它看上去那样。”

爱人之心

这是发生在英国的一个真实故事。

有位孤独的老人,无儿无女,又体弱多病。他决定搬到养老院去。老人宣布出售他漂亮的住宅。购买者闻讯蜂拥而至。住宅底价8万英镑,但人们很快就将它炒到了10万英镑。价钱还在不断攀升。老人深陷在沙发里,满目忧郁,是的,要不是健康情况不行,他是不会卖掉这栋陪他度过大半生的住宅的。

一个衣着朴素的青年来到老人眼前,弯下腰,低声说:“先生,我也好想买这栋住宅,可我只有1万英镑。可是,如果您把住宅卖给我,我保证会让您依旧生活在这里,和我一起喝茶,读报,散步,天天都快快乐乐的——相信我,我会用整颗心来照顾您!”

老人颌首微笑,把住宅以1万英镑的价钱卖给了他。

给予

有个老木匠准备退休,他告诉老板,说要离开建筑行业,回家与妻子儿女享受天伦之乐。老板舍不得他的好工人走,问他是否能帮忙再建一座房子,老木匠说可以。但是大家后来都看得出来,他的心已不在工作上,他用的是软料,出的是粗活。房子建

好的时候,老板把大门的钥匙递给他。

“这是你的房子,”他说,“我送给你的礼物。”

他震惊得目瞪口呆,羞愧得无地自容。如果他早知道是在给自己建房子,他怎么会这样呢?现在他得住在一幢粗制滥造的房子里!

我们又何尝不是这样。我们漫不经心地“建造”自己的生活,不是积极行动,而是消极应付,凡事不肯精益求精,在关键时刻不能尽最大努力。等我们惊觉自己的处境,早已深困在自己建造的“房子”里了。把你当成那个木匠吧,想想你的房子,每天你敲进去一颗钉,加上去一块板,或者竖起一面墙,用你的智慧好好建造吧!你的生活是你一生唯一的创造,不能抹平重建,即使只有一天可活,那一天也要活得优美、高贵,墙上的铭牌上写着:“生活是自己创造的。”

习惯与自然

一根小小的柱子,一截细细的链子,拴得住一头千斤重的大象,这不荒谬吗?可这荒谬的场景在印度和泰国随处可见。那些驯象人,在大象还是小象的时候,就用一条铁链将它绑在水泥柱或钢柱上,无论小象

怎么挣扎都无法挣脱。小象渐渐地习惯了不挣扎,直到长成了大象,可以轻而易举地挣脱链子时,也不挣扎。

驯虎人本来也像驯象人一样成功,他让小虎从小吃素,直到小虎长大。老虎不知肉味,自然不会伤人。驯虎人的致命错误在于他摔了跤之后让老虎舔净他流在地上的血,老虎一舔不可收,终于将驯虎人吃了。

小象是被链子绑住,而大象则是被习惯绑住。

虎曾经被习惯绑住,而驯虎人则死于习惯(他已经习惯于他的老虎不吃人)。

习惯几乎可以绑住一切,只是不能绑住偶然。比如那只偶然尝了鲜血的老虎。

留个缺口给别人

一位著名企业家在做报告,一位听众问:“你在事业上取得了巨大的成功,请问,对你来说,最重要的是什么?”

企业家没有直接回答,他拿起粉笔在黑板上画了一个圈,只是并没有画圆满,留下一个缺口。他反问道:“这是什么?”“零”、“圈”、“未完成的事业”、“成功”,台下的听众七嘴八舌地答道。

他对这些回答未置可否:“其实,这只是一个未画完整的句号。你们问我为什么会取得辉煌的业绩,道理很简单:我不会把事情做得很圆满,就像画个句号,一定要留个缺口,让我的下属去填满它。”

留个缺口给他人,并不说明自己的能力不强。实际上,这是一种管理的智慧,是一种更高层次上带有全局性的圆满。

给猴子一棵树,让它不停地攀登;给老虎一座山,让它自由纵横。也许,这就是企业管理用人的最高境界。

钢玻璃杯的故事

一个农民,初中只读了两年,家里就没钱继续供他上学了。他辍学回家,帮父亲耕种三亩薄田。在他19岁时,父亲去世了,家庭的重担全部压在了他的肩上。他要照顾身体不好的母亲,还有一位瘫痪在床的祖母。

八十年代,农田承包到户。他把一块水洼挖成池塘,想养鱼。但乡里的干部告诉他,水田不能养鱼,只能种庄稼,他只好又把水塘填平。这件事成了一个笑话,在别人的眼里,他是一个想发财但又非常愚蠢的人。

听说养鸡能赚钱,他向亲戚借了500元钱,养起了鸡。但是一场洪水后,鸡得了鸡瘟,几天内全部死光。500元对别人来说可能不算什么,对一个只靠三亩薄田生活的家庭而言,不啻天文数字。他的母亲受不了这个刺激,竟然忧郁而死。

他后来酿过酒,捕过鱼,甚至还在石矿的悬崖上帮人打过炮眼……可都没有赚到钱。

35岁的时候,他还没有娶到媳妇。即使是离异的有孩子的女人也看不上他。因为他只有一间土屋,随时有可能在一场大雨后倒塌。娶不上老婆的男人,在农村是没有人看得起的。

但他还想搏一搏,就四处借钱买一辆手扶拖拉机。不料,上路不到半个月,这辆拖拉机就载着他冲入一条河里。他断了一条腿,成了瘸子。而那拖拉机,被人捞起来,已经支离破碎,他只能拆开它,当作废铁卖。

几乎所有的人都说他这辈子完了。

但是后来他却成了我所在的城市里的一家公司老总,手中有两亿元的资产。现在,许多人都知道他苦难的过去和富有传奇色彩的创业经历。许多媒体采访过他,许多报告文学描述过他。但我只记得这样一个情节——

记者问他:“在苦难的日子里,你凭什么一次又一次毫不退缩?”

他坐在宽大豪华的老板台后面,喝完了手里的一杯水。然后,他把玻璃杯子握在手里,反问记者:“如果我松手,这只杯子会怎样?”

记者说:“摔在地上,碎了。”

“那我们试试看。”他说。

他手一松,杯子掉到地上发出清脆的声音,但并没有破碎,而是完好无损。他说:“即使有10个人在场,他们都会认为这只

杯子必碎无疑。但是,这只杯子不是普通的玻璃杯,而是用玻璃钢制作的。”

于是,我记住了这段经典绝妙的对话。这样的人,即使只有一口气,他也会努力去拉住成功的手,除非上苍剥夺了他的生命……

博士

有一个博士分到一家研究所,成为学历最高的一个人。

有一天他到单位后面的小池塘去钓鱼,正好正副所长在他的一左一右,也在钓鱼。

他只是微微点了点头,跟这两个本科生,有啥好聊的呢?

不一会儿,正所长放下钓竿,伸伸懒腰,蹭蹭蹭从水面上如飞地走到对面上厕所。

博士眼睛睁得都快掉下来了。水上飘?不会吧?这可是一个池塘啊。

正所长上完厕所回来的时候,同样也是蹭蹭蹭地从水上飘回来了。

怎么回事?博士生又不好去问,自己是博士生哪!

过一阵,副所长也站起来,走几步,蹭蹭蹭地飘过水面上厕所。这下子博士更是差点昏倒:不会吧,到了一个江湖高手集中的地方?

博士生也内急了。这个池塘两边有围墙,要到对面厕所非得绕十分钟的路,而回单位上又太远,怎么办?

博士生也不愿意去问两位所长,憋了半天后,也起身往水里跨:我就不信本科生能过的水面,我博士生不能过。

只听咚的一声,博士生栽到了水里。

两位所长将他拉了出来,问他为什么要下水,他问:“为什么你们可以走过去呢?”

两所长相视一笑:“这池塘里有两排木桩子,由于这两天下雨涨水正好在水面下。我们大家都知道这木桩的位置,所以可以踩着桩子过去。你怎么不问一声呢?”

学历代表过去,只有学习力才能代表将来。尊重经验的人,才能少走弯路。一个好的团队,也应该是学习型的团队。 **Anze**



优秀经理成功之道

人生是把大生意,人生是笔大投资。

人生之中最大的一笔生意当属投资研究。

其中,把握成功之道,就是对自己一生最大的投资。

意识

只有意识到问题才能解决问题,许多经理正是因为对问题麻木不仁而一败涂地,这就是所谓的“象牙塔”综合症。在有些组织里,人们会将“七楼”或者“总部”冠以同样含义。

脱离实际的管理人员,将五分之四的时间花在办公室里,读读备忘录和报告,打电话和接电话,参加无休止的会议。外面是个真实的世界,遗憾的是他们意识不到。在公司的这个真实世界中,有着抱有各种现实问题的活生生的人,这种现实问题是不能通过阅读报告或出席会议得到解决的。

优秀经理则对他身边发生的事一清二楚,为做到胸中有数,他依靠的不是送到办

公室的信息,或来敲办公室门的人们。优秀经理走出办公室四处巡视,自己去观察去倾听。依据这种方式,他对问题就有不同的看法。比方说,当部下向他汇报新的过滤系统有些问题时,他会亲临现场去了解。如此,他有可能会获得新的发现,即部下不像通常那样只会抱怨新的装备,他们看来的确是在着手处理一个真正的、反复的流动阻塞问题。

洞若观火是优秀经理处于一种能帮助他人和提供支持的最佳位置,但是,优秀经理不仅仅意识到一些实际的问题,也注意到雇员间关系的气氛。优秀经理对他部下的感情,他们的切身利益和喜怒哀乐了如指掌。他深入基层,与员工谈

天,倾听他们的意见,了解他们的想法。这有助于防患于未然,及时发现问题而不致良成大祸。

清晰

独断专行的管理者在这方面做的很差,那些“以我为中心”的领导人尤其如此。他们发出的指令没有人理解,也没有人敢提出疑问,独断专行的人自以为是地认定,他自己理解的别人一定也理解。每个人都四处奔忙着试图贯彻其指示,但心里明白自己免不了要为错误判断领导的意图而受到训斥,这其实就是生活的一种体现。

优秀经理非常清楚公司对他的要求,也清楚自己怎样去完成。不仅如此,他还使

部下也清楚各自的职责。他讲话时斟酌再三,绝不信口开河。他说一是一,从不模棱两可。在难以决断时,他也不会举棋不定。他把自己的想法向部下摊牌,然后一起推敲,直到他们理解。

反过来,在部下有问题要求教于他时,他也会百分之百地搞清楚问题所在。在弄清楚以前他决不作任何臆断,他会彻底地把问题问明白。

行为

成功的人事管理全在于以身作则,在每个工作日(甚至包括休息日)的每时每刻,人们都在观察领导的一举一动,这构成了周围的人判断上司的依据。

上司的行为举止,包括如何穿着、他的发型和指甲修剪、他说的每句话等。同时,上司的行为举止还包括办公室的格调,以及如何回答电话(如“我是杰基·琼斯”,“这里是2348”或“琼斯办公室”,可以透露许多东西)。另外,还包括他的待人接物,即他是否表现得过分粗鲁或者礼貌过度。

行为包括上司所做的每一件事,而成就也同样源自行为,优秀经理完全了解并能控制自己的行为。在各个方面,他都有最高的行为标准。他不会瞪眼怒视抱着歉意破门而入要求紧急签字的职员,当雇员关系部经理唠叨不停时,他也不会不断抬手看表。优秀经理从不大手大脚胡乱花钱,也不会正式场合醉酒失态。他或许会说些笑话,但绝不会令人难堪,他的行为令人尊敬,并巩固他的权威。

尽管如此,优秀经理知道他并非尽善尽美,他的行为举止也不可能总是无可挑剔。但他总是向最高标准看齐,并希望他的班子也这样去做。

行动

行动是承诺的语言,他比辞令更有力量。我们都碰到过这样的情况,有些人说了要做某件事,可又没有做;销售部经理答应打电话给你,可又没打;服务部经理允诺来检查你汽车变速箱的故障,却又不

见人影;雇员关系专家答应给你一份标准雇佣合同,但却没有给。

有的管理人员总是对你说,这是其他人的过错,生产部经理会告诉你,“我不懂调度,你最好还是去看一下计划。”而优秀经理注重行动,他会替你作出计划,如果优秀经理说要给你起一份雇佣合同,他就会这么做,而你就会收到合同。如果他答应派人检查你汽车变速箱的故障,他会采取行动派个人来。

当优秀经理决定帮助你时,他会承诺并采取行动。如果你有麻烦找他帮忙,他会接受你的要求。他不会把你推给其他经理。他不会耸耸肩说:“我能有什么办法呢?”他决不会过两分钟就忘记自己说过的话,他会就你的问题做些什么。他会把自己同意采取的行动记录下来,然后做他说过要做的事。

如果他的下属在处理一个问题时遇到了困难,他会以行动提供帮助。当他的下属为了获得某家货物供应而绞尽脑汁时,他会想办法找到该公司总经理联系方式并打电话沟通。当采购部经理不断收到合作商对本公司拖延付款的抱怨时,他会去见财务主管商量对策。

信念

如果你不相信正确的管理途径,那么别人也不会相信你。你必须具有一系列的信念,作为你所采取的全部管理行动与决策的依据。在以往的困难日子里,你也许会有过独断专行的信念。作为一个管理者你有权管理,而手下的人总是照你的吩咐去干。

现在,你也许有了较为进步的参与管理的信念,你可能会花相当多的时间与你的部下呆在一起,向他们请教该做些什么,鼓励他们参与每桩事物。当然,如果大家都响应,而你的上司也因为你一事无成而对你抱怨不休时,你也许会开始怀疑自己的信念。

优秀经理有一整套明确的管理信条,他在多年中吸取自己及他人的经验,接受错误的教训,参加培训或与其他热衷于管理事

业者进行探讨,由此发展出自己的信念。

他逐步形成了一套他认为在管理过程中最为重要的价值标准。这是一套层次分明的信条,将人员与利润联系起来。举例说,他的基本信条之一是将雇员看成是一种资产而不是一种成本。由此又派生出另一信条,即一种积极主动、相互支持、互为沟通、团结合作和明确果断的管理风格必然是最有成效的。

这些观念将成为优秀经理进行决策的基础,例如在人员培训与开发、招聘职员等各方面。

在这种多层次的结构中,他还有另一些信念,如关于薪金、工作条件或工会组织等等。他的这些信念将共同构成一个完整的管理框架,使他能最有效地进行管理。这个基本框架事实上属于基本结构,即成功地进行人员管理的结构。

成就

成就是管理的最终结果,许多管理人员,他们归纳不出自己毕生的成就是什么,这的确令人震惊。有些人将提拔说成是成就。是的,对他们个人而言也许不错。但是,我问他们为公司取得些什么成绩,许多人却无以对答。有些人谈到他们的技能,或者他们的辛勤工作,或者他们回复一日所干的工作。成就是衡量优秀经理的尺码,成就是除其他管理人员之外,他个人为公司的盈利与成功所作的贡献。成就是他已走过的路,他应该为之自豪。

成就可以从数量上或质量上来衡量。其中包括,成功地推出一项新产品,改进装载机的效率,节省1%的劳动力,把本国一些最优秀的毕业生招聘进公司,连续12个月准时交货,使客户的投诉低于前任时的水平,通过改进管理大量节省公司的开支等等。

优秀经理知道,他必须取得成就使自己对组织有价值,即使是日常的管理工作,也为优秀经理提供了取得成就的机会。他将提高内部管理的水准和产品的质量(不论该“产品”是汽车部件,还是对顾客要求的反应),用事实来证明自己的价值。Anze

忙碌是一种幸福

销售经理 | 朱茂盛



忙碌是一种幸福,让我们没有时间去体会痛苦;奔波是一种快乐,让我们真实地感受生活;疲惫是一种享受,让我们无暇空虚。

前几天跟一位同事聊天,说做销售每天有接打不完的电话,干不完的活,终日忙碌。于是就梦想着有一天能把手机关掉,安安静静睡上两天美觉。

其实大多数上班族都会感同身受,每天都在重复着:早上出门上班,下午下班,回家带孩子,回家做晚饭,反反复复演绎着生活的“四重奏”。

其实我们应该在忙碌中享受

这份幸福。每天结束忙碌后,整理一下自己的思绪,这一天完成了哪些工作,在工作中又学到了什么新知识。尽管有时会有一些抱怨,但会发现这样的一天是充实的,是有收获的,会感觉到忙碌是一种幸福。

忙碌可以让人富足;忙碌可以让人充实;忙碌可以让人疲惫;忙碌也可以让人忘记痛苦。每一种情绪都是人生某一个阶段的历练。生活是公平的,虽然不敢说一份耕耘必有一份收获,但现在的忙碌既是对以前虚度光阴的弥补,也是为以后美好生活的铺垫。

感谢生活,感谢忙碌!

人生旅途

销售经理 | 黄宁



在这漫漫的人生道路上,我们独自前行。在不同的路口,会遇上不同的人,同行,挥手告别,然后独自迎接下一段旅途。

当我们初来到这个人世的时候,赋予我们生命的那两个人给了我们最大的依赖和呵护,他们给予我们全部,但他们无法陪伴我们全程;在求学与工作中,可能会碰到一二知己,在成长的路上陪你分担心事,但他们只能陪你走完这一程,最后将各自走上完全不同的路;然后,可能会遇到一个她(他),一个我们梦寐以求的知心爱人,我们渴望相濡以沫共度一生的人,但在这个充满诱惑、变幻莫测的年代,一切都不能任由我们设定,一切也都由我们掌控。于是,我们变得没有信心,对自己,对爱人,对将来……即便是遇到一个极可心爱的人,我们都爱得那么谨慎,爱得那么敏感,爱得那么不坚定。于是,我们注定再次独行。

当你厌倦生活中的苦辣酸甜时,也要感谢生活使我们学会感悟美好。生活让我们懂得担当,让我们学会了坚强。记住,生活总是给人以真诚的启迪,无尽的回味与体验才是你靓丽的人生。

美好安泽 与你同行

销售经理 | 方宁



时光荏苒,我在安泽工作已有半年光阴,那些走过的路,那些工作经历的场景仍旧历历在目……

每一件不得不放手的玩具,都带来过快乐;每一次不得不完结的关系,却只是一种选择;每一段路过的旅程也是人生最美好的启迪。人用美好的眼光看待这个世界就会发现,其实有很多逝去的东西都是值得怀念珍惜的。

半年时光只是我生命标尺中一段微小的度量,但工作中的点点滴滴,却是格外令人感慨:那些难忘的挑战,没齿难忘的团体精神,欢畅的笑声,成功的喜悦……一切的一切,都将深深地镌刻在我的心中,定格在我的记忆里。

虽然岗位是平凡的,可我却充满信心。我用严谨的态度和满腔的责任心来对待自己的职业,即使这份职业看似繁杂渺小,但职业没有高低贵贱之分,只要有了奋斗方向,有所付出,就会有内心的归属感。我不会放弃初进安泽时对自己许下的诺言,更不会因那些掉过的眼泪而轻易放弃曾经工作的快乐,更不会忘记领导对我的关心和栽培。

我与公司共同在成长,经历过种种,我的生命更加丰富多彩,现在的我终于不再迷茫,我相信今后的人生会更加美丽。安泽的崇高精神,领导优秀的榜样,将一直指引着我向前迈进。

青春

销售经理 | 洪贵伦



青春是一个美丽的梦
却终有梦醒的一天
青春是一条流淌的河
却终有干枯的一天
青春是一道绚丽的彩虹
却终有消失的一天
青春是一朵盛开的鲜花
却终有凋零的一天
青春是握在手里的细沙
不知不觉已然漏去
青春是天上的一颗流星
虽然美丽却瞬间逝去
青春是短暂芬芳
年轻朋友要好好去珍惜

我爱安泽,我的家

车间技术工 | 胡娟



我是一个90后女孩。我刚进入社会时感觉前途一片渺茫,毫无目标。但最终我选择了安泽,具体的说,是安泽给了我机会,让我有一个良好的学习环境和步入社会的平台,也让我知道什么是生活。

这里有经验丰富的前辈,有工作严谨的领导。他们用自己的言行教我学做人,学知识,学技能,从而我感受到生活的充实、社会的真实。

现在的我早已融入了这里,这里就像一个大家庭。我们团结合作,积极进取,我们共同发展,共同进步,我们的家庭越来越强大,不变的是我们团结精神和创新精神。

我爱我的家,我爱安泽。

安泽人 安泽魂

销售经理 | 曹均



有一种企业叫方向,孕育执着的精神;
有一种公司叫精神,激发团队的力量;
有一种团队叫力量,引领行业的方向。

安泽企业的员工,
用昂扬的精神,
迎着朝阳,放飞理想,
将生活的乐章奏响。

安泽公司的激流,
在时代浪潮中涌进。
迎着风雨,笑看沧海,
岁月凝聚着我们的力量。

安泽团队的臂膀,
在茫茫企业中飞翔。
未来是一条彩虹之路,

我们一定会飞的更远更高。

安泽的大旗,
在前进的道路上飘扬,
为我们指引了正确的方向。
让我们携起手来,
把安泽建设的更加灿烂!

多少年来艰辛努力稳步发展;
多少年来不懈追求梦幻成真;
多少年来风雨同舟患难与共。
安泽一步步走到今天,
那是用心血培养的甘果。

我们不断创新,
我们与时俱进,
再大的困难也阻挡不住安泽前进的步伐。

我们庆幸,我们有开明的领导,
用独特的眼光,指引着我们奋斗的方向;
我们欣喜,我们有一个打不垮的团队,
放眼望去,未来一定会更加美好。

安泽文化让我们开拓创新;
安泽精神让我们奋斗不息;
安泽团队让我们勇往直前。
这造就了安泽人的性格:
勤奋、团结、诚实、向上。

这就是安泽人,
这就是安泽魂。
路上春色正好,天上太阳正晴。
让我们用实力迎接挑战,
让我们用信心创造价值,
安泽的明天一定会更辉煌!

再见

外贸部职员 | 王丽娜

月,清冷地
倾泻到眼前那一方池水

我看见水面
腾起点点落寞
染上思念的伤感
溅入我的心房

我的心
渐渐空洞
你,我爱的你
似裹上一层缥缈的烟云
可望,而不可及

盼天晴时分
烟消云散
跨过咫尺天涯
再见梦中的你

浩瀚西北情

销售经理 | 汤宗环



打开笔记本电脑,桌面上我拍摄的那幅壮美的大漠风光每每让我激动不已,勾起我的美好回忆。

我不知道为什么那么渴望去大西北,那是人们印象中多么苍凉、贫穷的地方,然而我却执意前往。也许是西域的别样风情吸引着我,特别想体验那里的荒凉与浩瀚。

伴着火车的隆隆声,我新奇地望着那片满眼沙砾干涸的土地、那蜿蜒绵长的万里长城,我极力地搜寻着古丝绸之路的影子,寻找牛羊、骆驼和绿洲。

我的心激烈地跳动着,这就是西域,茫茫戈壁滩第一次闯进我的视野。

在此后的日子里,可以说,我被这里的一切震撼着。他们祖祖辈辈都在反复的做着同样的事,那就是找水、固沙。我们生活在大城市,从未为水发过愁,而这里的人们世世代代都在为之努力。他们无时无刻都在寻找着水源,都在思索着如何有效的节水以及如何减少风沙蔓延。

我没忘领略大西北的名山大川和名胜古迹,那是最令我难忘的记忆。在张掖,我看到了人间奇景——丹霞地貌,那七彩岩层如诗如画,绚烂多姿;在武威,我将一座别致建筑的庄园——瑞安堡的落日余晖装进了我的镜头;在鸣沙山,我领略到落日沙山那美妙迷人的大漠风光;在嘉峪关、敦煌、阳关……我不能把整个西部美景都带回家。

那里的一切,都让我感到一股春风在心头掠过;那壮美的西域风光、牛羊、骆驼、绿洲、绵延起伏的祁连雪山……令我遐想令我永远挥之不去。然而,最令我眷恋的是祖祖辈辈在那里辛勤耕作、可亲可敬的人们。我的心不停的在喜悦中震颤,心底一遍遍地呼喊:我爱你,大西北!



惜缘

销售经理 | 范思杰



生命中不断有人或去或离
看见的被遗忘
看不见的,被铭记
曾经的记忆
哀伤的,美丽的
在岁月里流逝,分分秒秒……
也许岁月就是这样残酷
能拥有的东西有限,还有保鲜期
过了保鲜期会变质腐烂,直到在空气中消失
而日子还是继续
人生还有更多精彩等待着您
会有更多的人陪着您
而回忆,仍是回忆……
有一天你会变老再也记不起来
这些事情,就像没有存在过,也没有了存在的价值

珍惜吧
友谊的延续来自心灵
不论联系有多少
只要内心留有彼此一片天空
偶尔一声问候
相视会心一笑
会发现
在某个角落有一个人在牵挂着你……

有一把伞撑了很久,雨停了还不肯收
有一束花闻了许久,枯萎了也不肯丢
有一种友情希望到永久
即使青丝变白发也能在心底深深保留……
你身边会有这样的人
请好好珍惜,在还来得及的时候
这是上天赐予我们的缘份
所以我们要惜缘……

团队力量坚不可摧

销售经理 | 李义超



团队是员工和管理层组成的一个共同体，它合理利用每一个成员的知识和技能协同工作，解决问题，达到共同的目标。小溪只能泛起细碎的浪花，海纳百川才能激发惊涛骇浪。个人与

团队关系也如此，融入集体才能充分发挥个人的作用，而团队精神的核心就是协同合作。总之团队精神对任何一个组织和个人都是不可缺少的精髓，也是团队精神重要所在。

如今的安泽早已不是当年的安泽，她已日渐成熟。年销量居同行业之首的安泽，获得的殊荣不胜枚举，她在国际舞台上占据了一席之地。

这样的成功自然是离不开领导们的英明决策，但更离不开的是团队的力量。



现在以宁国总公司为“大脑”；安泽在全国各地建立办事处，每个办事处都是团队的一员，与“大脑”相连动，尽心尽力地为“大脑”服务；每个办事处就像神经中枢一样牵动着每一个细胞，积极推广、宣传安泽并与客户建立合作关系，这就是团队的力量。

高效的团队对所要达到的目标要有清楚的了解，并清楚的知道它所包涵的意义和价值。在有效的团队中，每个成员清楚的知道自己要做什么，愿意为团队目标作出承诺。

我们的团队正在不断壮大，相信有一天她终将坚不可摧！

忆青春

工程部职员 | 丁爽



青春是一道门，回忆是一扇窗，上帝关上一道门的同时，也为我们打开了一扇窗。

——题记

杨柳依依，烟波荡漾，柔指轻弹，转眼已隔数年。曾经飞扬的笑靥，旖旎的歌声还回放于耳畔，清音幽然，却已物事人非，不再当年。如诗的青春遗落了多少天真的梦，在长了青苔的往事上轻拢慢捻。

时光若无其事的走着，还未来得及流连于指缝间的光阴，却发现岁月如白驹过隙，流逝无痕。青春岁月便如昨日黄花，身着厚厚的白霜而枯萎凋蔽…无可奈何的我们只能在痛苦里绝望，乞求着上苍的怜悯。此刻再也伪装不了的悲伤化成了咸涩的泪水，只因我们梦碎心灰，空悲凉，自惆怅。青春却固执得用它的悲伤灌溉着路边的繁花似景，流年，却一路荒凉。

人生若如初见，却也只是韶华尽逝。茫然回首间，发现自己只不过是茫茫人海中的路人，错落了青春年华。行尸走肉般地徘徊于熟悉的街道，曾经一切的记忆纷繁踏至。

青春是属于回忆的，即使有人说：回忆是一切惆怅的根源。我喜欢回忆，也许在某个雨中的清晨，也许在某个炊烟袅袅的黄昏，懒懒的靠在窗边，靠着窗外看云卷云舒。风一样的往事，吹动着回忆的风铃。“叮铃铃，叮铃铃”，让我原本平静的心湖泛

起了层层涟漪，如烟的往事便开始在撩动的涟漪上荡漾。在我的记忆中，青春就是一面镜子，在我来不及应对它时，它便把我本质，最真实，最枯燥乏味的一面呈现在眼前。可这恰恰也是人生之美，它让我们爱过，醉过，这样我们才知道了情重酒浓。青春也是一次旅行，走过这一站，承载的是哀伤，下一站就是满满的幸福，苦心经营的喜哀不就是我们弥足珍贵的青春吗？青春也不同于旅途，旅途的劳顿可以因为风景的美丽而消失，即便错过了也还有机会去弥补，一样的风景，一样的心情，一样的海阔天空。可是逝去的青春却无法回头。“但道青春未谢，不知芳径苔深”。青春就在我们不经意间溜走，成了永远也无法弥补的遗憾。也许我们应该学会释怀，静静的穿越城市，走过街道，在仰望一片又一片天空，见证一场又一场离别时，坦然面对青春逝去的事实。

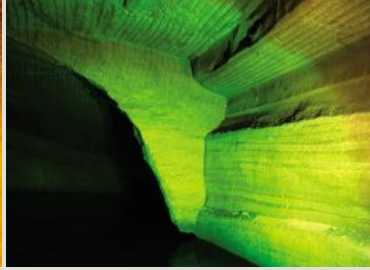
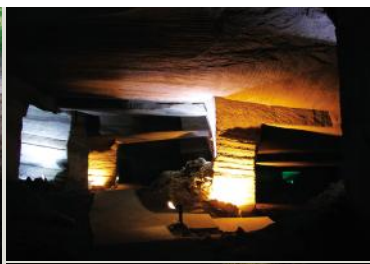
花儿谢了有再开的时候，燕儿飞了有再来的时候。青春遗落的梦，可以在回忆的纸上汇集成婉约的文字，如同黄昏里霏霏细雨，湿润了枯瘦的思念，也润泽了我干渴的心……回忆青春，回忆内心最纯真的梦！

我在安泽

【团队篇】

因为专业 所以信赖







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)

柴木铁路站台供水管道 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



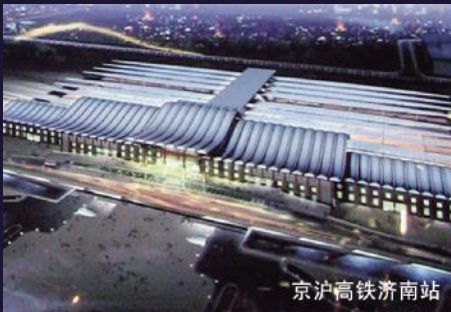
舒适地暖 (2009)

西安耀华佳园小区 70000m²



畜牧养殖 (2007-2008)

广东温氏集团幼仔养殖 10000 只温床



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

恩龙世界木屋村

文 | 李钟弘

在皖东南的宁国市境内，距离市区 8 公里外，有一处占地 150 公顷，集观光旅游、休闲度假、商务洽谈为一体的生态旅游度假区。度假区内建有“大地母亲”的大门景观，放眼望去一望无垠的千亩银杏园、树木林立的特色林果园、休闲娱乐的水上乐园、展示不同民族风土人情的恩龙民俗风情园和别具风格的田园木屋别墅群尽收眼底。

恩龙世界木屋村依山傍水。区内清幽静谧，空气清新，周围弥漫着大自然的味道，负氧离子含量高。走在景区内，仿佛走进了世外桃源。郁郁葱葱的树木，干净曲折的小道，波光粼粼的湖面，不自觉的深呼吸，来一口来自大自然的空气。开业三年来，景区以优美的园林风光、鲜明的民俗风情、清新的绿色生态和温馨周到的服务，接待了 200 余万国内外游客。恩龙于 2005 年底跻身“国家 AAAA 级旅游景区”行列，2008 年 5 月荣升为国家四星级旅游饭店。

景区内的各种特色林果园，在不同的季节给人以不同的感受。春季，到处生机勃勃，不禁让人感叹大自然的美丽和生命的美好；金秋时节，又是一片金黄，硕果缀满枝头，带给人们丰收的喜庆。游人在一路游玩观光之时，可以随时品尝到香甜嫩脆、味道各异的新鲜水果，使游人有一种回归田园生

活的乐趣。

恩龙的水上乐园蓄水 180 万立方米，游人可驾驶各种游艇，感受水上运动，更可在岸边垂钓，享受休闲乐趣。在景区内，另一道独特的靓丽风景线，要数木屋村里的 70 幢古朴典雅的木屋别墅群。苍松翠竹掩映下的一幢幢小木屋，全部采用皖南山区优质松木，纹理分明，原始自然。内部设施高档，有标准间、三人间、四人间和商务套间，一次性可接待 200 人住宿。入住小木屋除享受优质温馨的服务外，更可呼吸到负氧离子含量极高的新鲜空气，使人心身愉悦，延年益寿。

恩龙世界木屋村的风味小吃也可让游人大饱口福，徽州风味小吃绿豆兜，酥松香脆，口味独特；

甜酒酿系用上等糯米酿制而成，喝起来又香又甜；

蝴蝶面和火焙豆腐也是让人交口称赞的本土小吃，蝴蝶面面皮炸发焖软，爽口不腻，因菱形面皮形似蝴蝶，故名，火焙豆腐是徽州的特产，吃时在豆腐上抹上辣酱、麻油等佐料，入口更为鲜美；

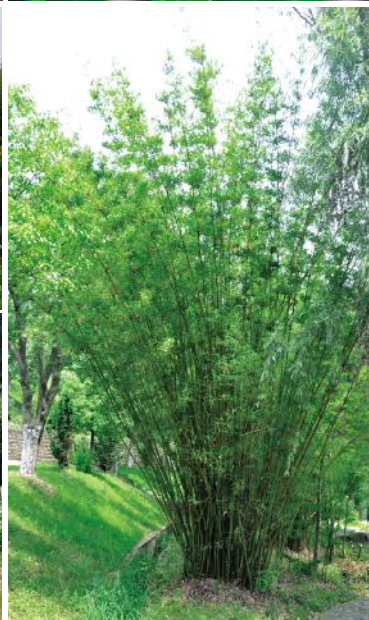
最后就是麻酥糖，用一张小红纸包成长方形，小红纸上印有店家的招牌，其味香甜、质感松软。

为完善木屋村服务功能，打造恩龙品牌，提升恩龙知名度，遂创建“四星级”旅游饭店。

木屋村投资 1500 万元建成环湖餐厅、会议中心综合楼及网球场、景观游泳池等。它依山傍水，清幽静谧，风光旖旎，是皖东南设施一流、独树一帜的大型餐饮、会议中心。它拥有一流的 5 种语言同声翻译、会议专用音响、灯光照明、数码投影、液晶视频系统等先进设施。环湖餐厅总面积 3000 平方米，幽雅舒适，设施高档豪华，一派富丽堂皇。餐厅由 13 个风格独特的豪华包厢和 2 个大型宴会厅组成，一次性可为 600 人提供服务。其中仅大宴会厅一次性可容纳 200 人就餐。木屋村聘请了一批富有烹饪经验的名厨，创新出恩龙土特菜和具有徽菜、粤菜、杭帮菜等风味的特色菜肴，将给广大宾客带来全新的享受。

篝火晚会是恩龙世界木屋村的又一大特色，恩龙艺术团演员倾情奉献，以民族传统歌舞、器乐演奏、杂技表演为主。在熊熊的篝火边，游客与演员互动，品尝着正宗的烤全羊和新鲜啤酒，激情洋溢，欢乐无比。那悠扬的音乐，动听的歌声，翩然的舞姿，熊熊的篝火，构成了一部神奇而美丽的交响乐。

为了全方位地服务广大游客，恩龙世界木屋村特增设了一日游、二日游服务项目，主要是徽文化之旅，包括黄山、江村、胡氏宗祠、青龙湾、鳄鱼湖等旅游景点，让每一位游客以有限的消费，游玩更多的景点，高兴而来，满意而归。





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