

56

SINCE . 2010

INTERNAL PUBLICATION

FREE COMPLY WITH THE NATURE

创 新 改 善 环 境
Innovation to improve the environment

P 视角
erspective

I 行业简讯
ndustry highlights

A 匠人匠心
artisan spirit

C 企业之窗
ompany voice

B 工程案例
est practice

T 技术论坛
echnical forum

T 人才开发
alent development



MORIENT MORTAR
美圣雅恒

၁၁

P 视角
erspective

I 行业简讯
ndustry highlights

A 匠人匠心
artisan spirit

C 企业之窗
ompany voice

B 工程案例
est practice

T 技术论坛
echnical forum

T 人才开发
alent development

美圣雅恒·顺应自然而行，遵循可持续发展战略，为创造美好的生活环境而努力，
让我们拥有喜悦、健康、智慧、财富。


MORIENT MORTAR
美圣雅恒

主 办：湖北美圣雅恒新材料科技有限公司

顾 问：金 军

编 委：市场部

企划统筹：王旭娇 邱 莹

流程编辑：王旭娇 黄维倩

美术编辑：陶彦鹏

执行编辑：王旭娇

联系地址：湖北省黄冈市浠水县经济开发区散花工业园

联系电话：400-878-0800

电子邮箱：msyh100sc@163.com

网 址：www.msyh.com.cn

Sponsor: Hubei MeiSheng YaHeng New Material Technology Co.,LTD

Consultant: Jin Jun

Editorial board: marketing department

Plan as a whole: Wang XuJiao Qiu Ying

The process editor: Wang XuJiao Huang Weiqian

The fine arts editor: Lin Yanpeng

Executive editor: Wang Xujiao

Contact address: Sanhua Industrial Park, Sanhua Town,Xishui County, Huanggang, Hubei Province

Contact phone number: 400-878-0800

E-mail: msyh100sc@163.com

Web address:www.msyh.com.cn

56

内部刊物 欢迎索阅

(总第56期)二零二三年一月

美聖
雅恒

甲午年
張璠



Perspective 视角

- 01 2023年度流行色“万岁洋红”一种“大胆、无畏的红色”
- 37 建筑改造项目中的材料创新
- 59 绿色建筑先锋！丹麦可持续建筑合集
- 83 TonyFruit 越南绿色城市办公室



Industry highlights 行业简讯

- 03 全国建筑材料行业碳达峰行动，全面启动！
- 05 年产10万吨II型无水石膏示范项目开工
- 07 2022全球建筑材料上市公司综合实力排行榜发布！
- 09 四部委-加快绿色建材生产和应用-计划2030年全面推广绿色建材
- 11 陶瓷（镶贴工）职业技能大赛全国总决赛圆满收官
- 15 MONDO盟多助力2022中国田径街头巡回赛厦门站完美落幕
- 16 2022年美圣雅恒厚层产品推广会
- 17 Installation by nora 安装服务体系认证-成都站 圆满完成！
- 17 上海杰深建材有限公司喜获2022年度上海市高新技术企业认证
- 18 上海地坪协会介绍
- 19 第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会
- 25 DOMOTEX asia 2023定档7月上海
- 27 DOMOTEX 2023汉诺威国际件地面铺装博览会
- 29 2025年家装市场规模将达5万亿，年均增长率超6%
- 31 2022新版国家职业大典发布，美缝从业人员有“职业身份证”啦！
- 33 疫情“放开”，陶瓷人的曙光真的要来了？



Artisan spirit 匠人匠心

- 43 厦门金蓝领安装服务公司
- 45 青岛天狼匠装饰工程有限公司



Company voice 企业之窗

- 47 英特飞 + 诺拉：携手共创辉煌
- 53 福建思嘉环保材料科技有限公司



Best practice 工程案例

- 49 英特飞 + 诺拉案例
- 55 思嘉案例



Technical forum 技术论坛

- 61 地暖找平怎么做才最节能?
- 63 垫层自流平和面层自流平的区别
- 65 瓷砖胶VS瓷砖背胶, 有何区别?
- 67 什么是背水面防水?背水面防水施工到底该怎么做?
- 71 砌筑工程问题频发? 精细化解决方案请查收!



Talent development 人才开发

- 73 如何运用精神激励法有效激励下属
- 77 管理者对下属非物质激励的二十一种武器



潘通公布

2023 年度流行色“万岁洋红” 一种“大胆、无畏的红色”

©图/文：作者 Paula Cano | 译者 黄菁菁

潘通（Pantone）于近期公布了其 2023 年的年度色彩：18-1750 “万岁洋红（Viva Magenta）”。这是一种全新的颜色，它代表了“勇敢与无畏，其活力将促进欢乐与乐观的庆贺”。这一色调属于红色系，其调制灵感来源于从胭脂虫中提取的色彩，这一色彩在历史上也是纺织品、化妆品和食品着色方面最珍贵的染料之一。

“万岁洋红（Viva Magenta）”是一种全新的红色，它沉醉于纯粹的喜悦，并鼓励人们进行无拘无束的实验探索与自我表达。它是一种令人振奋、无限于边界的色调，同时也“彰显、突出着个性”。它是一种大胆、充满智慧、包容一切的颜色。并且，潘通希望这一抹红色可以邀请所有人、任何人分享生活的热情与反叛精神。

在这个技术的时代，我们希望从自然与真实中汲取灵感。潘通18-1750 ‘万岁洋红 Viva Magenta’ 为红色调中的一员，其调配灵感来源于胭脂虫中提取的红色，并且这种颜色既是天然染料家族中最珍贵的染料之一，也是世界上最强烈、最明亮的色彩之一。

——Leatrice Eiseman，潘通色彩研究所执行董事

科索沃美国学校 / Maden Group



Mapfre汽车服务中心 / Beriot, Bernardini Arquitectos



全国建筑材料行业碳达峰行动 全面启动！

◎图/文：绿色弹性地板网



全国建筑材料行业碳达峰推进大会在京举行，标志着行业碳达峰行动全面启动。

11月17日，由工业和信息化部原材料工业司指导并委托中国建筑材料联合会召开的“全国建筑材料行业碳达峰推进大会”在业内外的共同期待中如期举行。从率先发出提前实现碳达峰的倡议，到首次发布碳排放相关报告，再到发布《建材行业碳达峰实施方案》（以下简称《实施方案》），建材行业一直走在工业领域碳达峰工作的前列。

此次大会的召开，是中国建筑材料联合会组织全行业学习贯彻党的二十大精神的实际行动，是对《实施方案》的具体落实，也是对建材行业积极稳妥推进碳达峰碳中和的总动员，不仅标志着建材行业碳达峰行动正式全面启动，也拉开了工业领域碳达峰行动的序幕，对相关领域开展碳达峰工作具有重要的借鉴意义。

会议举行了建材行业碳达峰行动全面启动仪式。陈克龙、阎晓峰、周育先、彭寿共同按下建材行业碳达峰行动“启动键”，开启建材行业碳达峰行动新征程。



受工信部原材料工业司委托，中国建筑材料联合会组织建材行业典型企业节能降碳“解剖麻雀”课题研究，确定了冀东水泥滦州有限责任公司、重庆华新地维水泥有限公司、冀东海德堡（涇阳）水泥有限公司、河北南玻玻璃有限公司、滕州金晶玻璃有限公司、洛玻集团洛阳龙昊玻璃有限公司等6家试点企业，并同意在本次大会上举行“建材行业碳达峰试点企业”授牌仪式，向试点企业授牌。企业相关负责人向与会代表介绍了企业的《节能降碳技术改造综合解决方案》。



总投资1.09亿元 年产10万吨II型无水石膏示范项目开工

◎图/文：宜都融媒讯

11月27日，湖北一夫金楚新材料有限公司年产10万吨II型无水石膏示范项目开工仪式在宜都化工园举行，市委常委、副市长阮晓阳、湖北一夫金楚新材料有限公司股东、湖北健润科技有限公司总裁汪志刚出席开工仪式。



年产10万吨II型无水石膏示范项目用地面积15335平方米，总投资1.09亿元，建成后预计实现年均销售收入8382.50万元，利税贡献约2384.84万元，增加就业岗位50多个。

项目建成投产后，能有效消除磷石膏中杂质的影响，将其加工成纯真的II型无水石膏粉，为创建资源节约型、环境友好型社会作出贡献。



阮晓阳在致辞中表示，我市将积极支持项目发展，不断提升服务水平，为企业提供优质服务。

相关部门要实打实解决企业发展中遇到的难题，切实为企业发展排忧解难，为推进项目落地发展扫清障碍。

汪志刚表示，公司作为工业副产石膏科技型领军企业，将本着“重安全、重质量、重效率”的原则，强力推进工程建设，如期实现项目投产，为助推宜都经济高质量发展作出应有贡献。

地材品牌助力卡塔尔世界杯，“足”够精彩

◎图/文：大巨龙（官方微信） 阿姆斯壮地材（官方微信）

大巨龙集团橡胶地板-助力卡塔尔多哈哈马德国际机场

作为2022卡塔尔世界杯的主办方，首都多哈于2019年开启了哈马德国际机场（HIA）中央大厅的扩建项目，以满足年旅客吞吐量超5,800万人次的需求，大巨龙集团也参与其中。



早在2021年初大巨龙集团浙江卡曼国际旗下橡胶地板中标卡塔尔多哈哈马德国际机场，面积五万多平方米，于2021年底施工完毕交付机场方使用，这是2022世界杯主要配套项目之一，也是卡曼国际推出橡胶地板以来的第一个大型国外标志性项目。

阿姆斯壮地材 助力卡塔尔绿色交通PVC卷材地板

在卡塔尔世界杯的筹备阶段，“中国科技”为卡塔尔提供了环保技术和节能设备，为卡塔尔世界杯人员及游客提供便捷舒适的绿色交通。阿姆斯壮地材以优越的产品性能和品质，为本届世界杯绿色交通供应了优质的PVC卷材地板——运捷龙系列，以经久耐用、耐磨、尺寸稳定性高等多样性能，满足了应对卡塔尔天气环境等方面的产品铺设需求。



2022 全球建筑材料上市公司综合实力排行榜

2022 Global Building Materials Companies Comprehensive Strength Ranking

◎图/文：中国建材联合会预拌砂浆分会

排名	公司	国家和地区	排名变化
1	中国建材股份有限公司 China National Building Material Company	中国 China	—
2	圣戈班股份公司 Compagnie de Saint Gobain SA	法国 France	↑ 3
3	安徽海螺水泥股份有限公司 Anhui Conch Cement Company Limited	中国 China	↓ 1
4	豪瑞股份公司 Holcim AG	瑞士 Switzerland	↓ 1
5	老城堡有限公司 CRH PLC	爱尔兰 Ireland	↓ 1
6	新疆天山水泥股份有限公司 Xinjiang Tianshan Cement Company Limited	中国 China	↑ 70
7	北京金隅集团股份有限公司 BBMG Corporation	中国 China	↓ 1
8	海德堡水泥股份公司 HeidelbergCement AG	德国 Germany	↓ 1
9	LG 显示有限公司 LG Display Co., Ltd.	韩国 South Korea	new
10	康宁股份有限公司 Corning Incorporated	美国 America	new
11	AGC 株式会社（艾杰旭） AGC Inc.	日本 Japan	↓ 1
12	暹罗水泥有限公司 Siam Cement Public Company Limited	泰国 Thailand	↓ 1
13	宣伟公司 Sherwin-Williams Company	美国 America	↓ 5
14	沃特兰亨股份公司 Votorantim S.A.	巴西 Brazil	↑ 1
15	PPG 工业股份有限公司 PPG Industries, Inc.	美国 America	↓ 4
16	山特维克公司 Sandvik AB	瑞典 Sweden	↓ 4
17	西麦斯股份公司 Cemex, S. A. B. de C. V.	墨西哥 Mexico	↓ 1
18	建设者起源股份有限公司 Builders FirstSource, Inc.	美国 America	new
19	莫霍克工业股份有限公司 Mohawk Industries, Inc.	美国 America	↓ 6
20	亚萨合莱公司 ASSA ABLOY AB	瑞典 Sweden	new
21	阿克苏诺贝尔有限公司 Akzo Nobel N.V.	荷兰 Netherlands	new
22	丽住集团 LIXIL Corporation	日本 Japan	↓ 8
23	西卡股份公司 Sika AG	瑞士 Switzerland	↓ 3
24	立邦涂料控股有限公司 Nippon Paint Holdings Co., Ltd.	日本 Japan	↓ 7
25	信义玻璃控股有限公司 Xinyi Glass Holdings Limited	中国 China	↑ 12
26	台湾水泥股份有限公司 Taiwan Cement, Ltd.	中国台湾 Taiwan China	↓ 7
27	欧文斯科宁公司 Owens Corning	美国 America	↑ 4
28	超科水泥有限公司 UltraTech Cement Ltd.	印度 India	↓ 10
29	华润水泥控股有限公司 China Resources Cement Holdings Limited	中国 China	↓ 8
30	马丁-玛丽埃塔材料股份有限公司 Martin Marietta Materials, Inc.	美国 America	↓ 5
31	火神材料公司 Vulcan Materials Company	美国 America	↓ 8
32	华新水泥股份有限公司 Huaxin Cement Co., Ltd.	中国 China	↓ 6



排名	公司	国家和地区	排名变化
33	亚洲水泥股份有限公司 Asia Cement Corporation	中国台湾 Taiwan China	↓ 5
34	北京东方雨虹防水技术股份有限公司 Beijing Oriental Yuhong Waterproof	中国 China	↑ 11
35	唐山冀东水泥股份有限公司 Tangshan Jidong Cement Co., Ltd.	中国 China	↓ 11
36	中国海螺创业控股有限公司 China Conch Venture Holdings Co., Ltd.	中国 China	new
37	富俊国际股份有限公司 Fortune Brands Home & Security, Inc.	美国 America	↓ 10
38	丹格特水泥有限公司 Dangote Cement PLC	尼日利亚 Nigeria	↓ 6
39	中国巨石股份有限公司 China Jushi Co., Ltd.	中国 China	↑ 18
40	金斯潘集团有限公司 Kingspan Group PLC	爱尔兰 Ireland	↓ 6
41	福耀玻璃工业集团股份有限公司 Fuyao Glass Industry Group Co., Ltd.	中国 China	↓ 2
42	布兹由尼斯股份公司 Buzzi Unicem SpA	意大利 Italy	↓ 12
43	太平洋水泥株式会社 Taiheiyo Cement Corporation	日本 Japan	↓ 21
44	信义光能控股有限公司 Xinyi Solar Holdings Limited	中国 China	↓ 6
45	劲山公司 Turkiye Sise ve Cam Fabrikalari AS	土耳其 Turkey	↓ 2
46	马斯科集团 Masco Corporation	美国 America	↓ 17
47	英格瓷股份公司 Imerys SA	法国 France	↓ 6
48	中国中材国际工程股份有限公司 Sinoma International Engineering Co., Ltd.	中国 China	↑ 4
49	彩虹显示器件股份有限公司 Caihong Display Devices Co., Ltd.	中国 China	↑ 14
50	美卓奥图泰集团 Metso Outotec Corporation	芬兰 Finland	↓ 3
51	吉博力股份公司 Geberit AG	瑞士 Switzerland	↓ 7
52	RPM 国际股份有限公司 RPM International, Inc.	美国 America	↓ 17
53	TOTO 株式会社 TOTO, Ltd.	日本 Japan	↓ 17
54	博罗有限公司 Boral Limited	澳大利亚 Australia	↓ 5
55	宇部兴产株式会社 UBE Industries, Ltd.	日本 Japan	↓ 22
56	安布贾水泥有限公司 Ambuja Cements, Ltd.	印度 India	↓ 10
57	卡莱尔股份有限公司 Carlisle Companies Inc.	美国 America	new
58	中材科技股份有限公司 Sinoma Science & Technology Co., Ltd.	中国 China	↓ 4
59	弗莱彻建筑有限公司 Fletcher Building Limited	新西兰 New Zealand	↓ 17
60	维纳博美股份公司 Wienerberger AG	奥地利 Austria	↓ 7
61	北新集团建材股份有限公司 Beijing New Building Materials Public Limited	中国 China	—
62	株洲旗滨集团股份有限公司 Zhuzhou Kibing Group Co., Ltd.	中国 China	↑ 13
63	中国山水水泥集团有限公司 China Shanshui Cement Group Limited	中国 China	↓ 12
64	维卡股份公司 Vicat SA	法国 France	↓ 14
65	日本板硝子株式会社 Nippon Sheet Glass Company Limited	日本 Japan	—
66	东旭光电科技股份有限公司 Tungshu Optoelectronic Technology Co., Ltd.	中国 China	↓ 18

排名	公司	国家和地区	排名变化
67	詹姆斯哈迪工业有限公司 James Hardie Industries PLC	爱尔兰 Ireland	↓ 8
68	中建西部建设股份有限公司 China West Construction Group Co., Ltd.	中国 China	↓ 4
69	中国天瑞集团水泥有限公司 China Tianrui Group Cement Company Limited	中国 China	↓ 13
70	洛科威股份有限公司 Rockwool International A/S	丹麦 Denmark	↓ 8
71	吉林亚泰（集团）股份有限公司 Jilin Yatai (Group) Co., Ltd.	中国 China	↓ 31
72	肖特股份公司 Schott AG	德国 Germany	↓ 5
73	亚洲水泥（中国）控股公司 Asia Cement (China) Holdings Corporation	中国 China	↓ 18
74	台湾玻璃工业股份有限公司 Taiwan Glass Ind. Corp.	中国台湾 Taiwan China	↑ 6
75	安朗杰有限公司 Allegion PLC	爱尔兰 Ireland	new
76	印尼水泥公司 PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	印度尼西亚 Indonesia	↓ 18
77	三和控股株式会社 Sanwa Holdings Corporation	日本 Japan	new
78	埃泰集团 Etex Group	比利时 Belgium	new
79	中国南玻集团股份有限公司 CSG Holding Co., Ltd.	中国 China	↓ 1
80	什里水泥有限公司 Shree Cement Limited	印度 India	↓ 14
81	杰温股份有限公司 JELD-WEN Holding Inc.	美国 America	new
82	ACC 有限公司 ACC Limited	印度 India	new
83	江西万年青水泥股份有限公司 Jiangxi Wannianqing Cement Co., Ltd.	中国 China	↓ 11
84	中国西部水泥有限公司 West China Cement Limited	中国 China	↑ 1
85	奥镁有限公司 RHI Magnesita NV	奥地利 Austria	↓ 14
86	奥科宁克集团 Arconic Corporation	美国 America	↓ 26
87	峰会材料股份有限公司 Summit Materials, Inc.	美国 America	↓ 11
88	甘肃上峰水泥股份有限公司 Gansu Shangfeng Cement Co., Ltd.	中国 China	↓ 6
89	阿格斯水泥股份公司 Cementos Argos S.A.	哥伦比亚 Columbia	↓ 20
90	老鹰材料股份有限公司 Eagle Materials Inc.	美国 America	↓ 22
91	艾法史密斯股份有限公司 FLSmidth & Co. A/S	丹麦 Denmark	↓ 17
92	福莱特玻璃集团股份有限公司 Flat Glass Group Co., Ltd.	中国 China	↓ 5
93	广东塔牌集团股份有限公司 Guangdong Tapai Group Co., Ltd.	中国 China	↓ 16
94	科达制造股份有限公司 KEDA Industrial Group Co., Ltd.	中国 China	new
95	Takara 株式会社 Takara Standard Co., Ltd.	日本 Japan	new
96	双龙水泥有限公司 Ssangyong C&E Co., Ltd.	韩国 South Korea	↓ 15
97	GCC 股份公司 GCC, S. A. B. DE C. V.	墨西哥 Mexico	↓ 13
98	得嘉集团 Tarkett Group	法国 France	new
99	住友大阪水泥株式会社 Sumitomo Osaka Cement Co., Ltd.	日本 Japan	↓ 26
100	萨门特控股有限公司 Cementir Holding N.V.	意大利 Italy	↓ 17



四部委-加快绿色建材生产和应用 计划2030年全面推广绿色建材

◎图/文：中国建设报

为切实做好建材行业碳达峰工作，工业和信息化部、国家发展和改革委员会、生态环境部、住房和城乡建设部四部门近日联合印发《建材行业碳达峰实施方案》（以下简称《实施方案》），明确了具体目标，划定了重点任务，给出了保障措施。

《实施方案》提出的主要目标是在“十四五”期间，建材产业结构调整取得明显进展，行业节能低碳技术持续推广，水泥、玻璃、陶瓷等重点产品单位能耗、碳排放强度不断下降，水泥熟料单位产品综合能耗水平降低3%以上。“十五五”期间，建材行业绿色低碳关键技术产业化实现重大突破，原燃料替代水平大幅提高，基本建立绿色低碳循环发展的产业体系。确保2030年前建材行业实现碳达峰。

《实施方案》同时提出了强化总量控制、推动原料替代、转换用能结构、加快技术创新、推进绿色制造5个方面重点任务以及加强统筹协调、加大政策支持、健全标准计量体系、营造良好环境4个方面保障措施。

在重点任务中，住房和城乡建设部与工业和信息化部、科技部按职责分工负责“推动建材产品减量化使用”工作，要求“精准使用建筑材料，减量使用高碳建材产品。提高水泥产品质量和应用水平，促进水泥减量化使用。开发低能耗制备与施工技术，加大高性能混凝土推广应用力度。加快发展新型低碳胶凝材料，鼓励固碳矿物材料和全固废免烧新型胶凝材料的研发”。

同时，住房和城乡建设部与工业和信息化部、生态环境部、市场监管总局、林草局按职责分工负责“构建绿色建材产品体系”工作，要求“将水泥、玻璃、陶瓷、石灰、墙体材料、木竹材等产品碳排放指标纳入绿色建材标准体系，加快推进绿色建材产品认证，扩大绿色建材产品供给，提升绿色建材产品质量。大力提高建材产品深加工比例和产品附加值，加快向轻型化、集约化、制品化、高端化转型。加快发展生物质建材”。



名流商务网是绿色建材产品认证咨询唯一服务平台



住房和城乡建设部与工业和信息化部、财政部、市场监管总局按职责分工负责“加快绿色建材生产和应用”工作，要求“鼓励各地因地制宜发展绿色建材，培育一批骨干企业，打造一批产业集群。持续开展绿色建材下乡活动，助力美丽乡村建设。通过政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点城市建设，打造宜居绿色低碳城市。促进绿色建材与绿色建筑协同发展，提升新建建筑与既有建筑改造中使用绿色建材，特别是节能玻璃、新型保温材料、新型墙体材料的比例，到2030年星级绿色建筑全面推广绿色建材”。

在保障措施中，住房和城乡建设部与工业和信息化部、国家发展改革委等部门按职责分工负责“加大政策支持”工作，要求“严格落实水泥玻璃产能置换办法，组织开展专项检查，对弄虚作假、‘批小建大’、违规新增产能等行为依法依规严肃处理。加大对建材行业低碳技术研发和产业化的支持力度。建立健全绿色建筑和绿色建材政府采购需求标准体系，加大绿色建材采购力度。在依法合规、风险可控、商业可持续的前提下，支持金融机构对符合条件的建材企业碳减排项目和技术、绿色建材消费等提供融资支持，支持社会资本以市场化方式设立建材行业绿色低碳转型基金。加强建材行业二氧化碳排放总量控制，研究将水泥等重点行业纳入全国碳排放权交易市场。完善阶梯电价等绿色电价政策，强化与产业和环保政策的协同。实行差别化的低碳环保管控政策，适时纳入重污染天气行业绩效分级管控体系。加强建材行业高耗能、高排放项目的环境影响评价和节能审查，充分发挥其源头防控作用。强化企业社会责任意识，健全企业碳排放报告与信息披露制度，鼓励重点企业编制绿色低碳发展报告，完善信用评价体系”。

陶瓷（镶贴工）职业技能大赛 全国总决赛圆满收官

图/文：中陶协瓷砖粘贴技术专业委员会

12月15日上午，2022年全国行业职业技能竞赛-第八届全国陶瓷行业（镶贴工）职业技能竞赛总决赛在广东省佛山市中国陶瓷总部基地拉开帷幕。本次大赛由中国轻工业联合会、中国陶瓷工业协会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会主办，由中国陶瓷工业协会瓷砖粘贴技术专业委员会承办。



大赛开幕式由中国陶瓷工业协会副理事长、瓷砖粘贴技术专业委员会执行会长赵振林先生主持。中国陶瓷工业协会副理事长董博先生致开幕辞，代表大赛组委会向参加此次决赛的选手表示热烈祝贺，向大赛筹备组的各位工作人员表示衷心的感谢。因为疫情原因，很多始终牵挂大赛的领导和入围总决赛的选手无法亲临现场，他们在信号的另一端通过直播互动向大赛表示祝贺、共同参与。



↑ 中国陶瓷工业协会副理事长、瓷砖粘贴技术专业委员会执行会长 赵振林先生

← 中国陶瓷工业协会副理事长 董博先生

中国陶瓷工业协会瓷砖粘贴技术专业委员会专家组组长李玉海先生为本次大赛裁判长，李玉海先生宣布比赛规则，并带领全体裁判员向大赛宣誓，在本次活动中，严格遵守大会的安全准则，竭尽全力维持现场的秩序，保证活动安全顺利进行。

本届大赛裁判长 李玉海先生 →



中国轻工业联合会副秘书长、轻工业职业能力评价中心主任杨曙光先生宣布大赛正式开始。本次大赛为国家二类职业技能大赛，来自全国9大赛区共44位选手进行终极对决。本次大赛联合腾讯家居 | 贝壳进行全程直播，计观看量为83万人次。

← 中国轻工业联合会副秘书长、轻工业职业能力评价中心主任 杨曙光先生

大赛采取理论笔试和技能实操相结合的方式，其中理论知识占30%，技能操作占70%。理论笔试部分于12月14日19:00-21:00在佛山陶瓷总部基地封闭进行，裁判现场打分，成绩封存。

实操部分中，以图案正确为基础，上表面平齐、侧表面平齐要求必须保证，设置阴角处理、灰浆厚度（薄贴法）、满浆率几个关键点，主要考核选手在规定时间内规范地完成瓷砖和基层处理、瓷砖粘贴工艺功法的理解和运用能力。实操考试成绩，由裁判组给出后交由组委会合并计分。



全国行业职业技能竞赛是培养和选拔瓷砖粘贴技能人才的重要途径和最高荣誉，其最大特点就是“与时俱进”，始终和产业现状紧密联系，把每个阶段产业升级发展、转型突破所带来的生产力变化、生产技术变化凝练成比赛要求，向人民进行汇报。在今年9月28日，《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》修订终审通过，本次修订后《大典》净增158个新的职业，其中包含装饰装修工（陶瓷饰面装饰工）是未来正规岩板、大板粘贴资格工种和装饰装修工（美缝师）两个工种，为此本届大赛特别设置“大板粘贴展示”环节，向大众展示大板粘贴技术，为下届大板比赛环节累计经验。

大板铺贴展示



实操比赛环节结束后，由裁判长李玉海先生对本次大赛实操进行点评，并宣布第八届全国陶瓷行业（镶贴工）职业技能竞赛总决赛获奖名单。



←
本届大赛冠军是来自北京赛区
东方雨虹代表队选手 洪利



→
本届大赛亚军是来自云南赛区
易高代表队选手 母世勇

→
本届大赛季军是来自福建赛区
享家代表队选手 王小玲



本次大赛产生轻工技术能手12名、全国陶瓷行业技术能手15名

心心在一艺，其艺必工；心心在一职，其职必举。工匠精神中所深藏的，有脚踏实地的淡定、也有追风逐电的激情，从赞叹工匠继而推崇工匠精神到孵化工匠梦想，是行业在自我觉醒，行业同仁共同奋斗的目标，是大国工匠指引的方向。

MONDO盟多助力

2022中国田径街头巡回赛厦门站完美落幕

◎图/文：中国田径街头巡回赛（官微）

10月29日，2022赛季中国田径街头巡回赛收官之战在厦门市思明区中山路步行街举行。本站比赛设项男子、女子撑竿跳高，由全运会冠军及其赛会纪录保持者姚捷、U18世界冠军牛春格领衔，多位国内顶尖撑竿跳高运动员在此为体育爱好者们构造一个全新体验的田径夜晚。经过一番激烈角逐，丁邦超与牛春格分获冠军，前者还刷新了赛会纪录。



厦门站比赛是中国田径街头巡回赛在2022年的第四场比赛也是收官之战。自今年7月初开启本赛季的巡回之旅，至本站结束，街头赛8周年完美收官。在此之前，该项赛事先后在成都、南京和北京进行了三站比赛。作为国内田径创新型头部赛事，街头赛已逐步建立健全竞赛体系与赛事流程，呈现一个高视觉冲击，极具观赏性的街头田径交互性赛场。

MONDO盟多作为中国田径街头赛的官方供应商，不仅为此次比赛提供了国际大赛级别的跑道，也同时提供了奥运会和田径世锦赛同等品质的田径器材。MONDO的专业技术人员，始终提供专业服务，保障赛事圆满进行！



2022年美圣雅恒厚层产品推广会

2022年美圣雅恒厚层产品推广会，分别在安徽阜阳、江苏徐州成功举办。



← 美圣雅恒厚层产品推广会（阜阳站）



美圣雅恒厚层产品推广会（徐州站）→

会议现场，美圣雅恒客服部经理赵贝贝讲解了厚层系列产品在工地实际应用常见问题。金华办销售主管高寒分享了如何针对项目推荐产品，为大家拓宽思路。



现场演示美圣雅恒 M415快速回填宝、M416+轻质回填宝、M418厚层自流平、M625水泥基厚层自流平系列产品及M917木地板粘合剂的使用互动交流。



Installation by nora 安装服务体系认证-成都站 圆满完成!

©图/文：诺拉（官微）

2022年10月18日，首期诺拉橡胶地板（华西区）安装服务体系认证-成都站正式开启。本次诺拉橡胶地板（华西区）安装服务体系认证包含笔试和实操两个环节，笔试部分进行在线考试，而实操部分则需要到现场进行操作。

经过为期三天的诺拉安装服务体系的培训，共有8名技师通过层层筛选，从30多名报名者中脱颖而出，同时通过了诺拉安装服务体系的培训，安装技术理论考试，以及地板安装技术、地板清洁维护等实操考试。

诺拉将陆续在全国其他区域开放报名通道，敬请广大行业有志之士关注诺拉官微。



上海杰深建材有限公司喜获2022年度上海市高新技术企业认证

根据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32号）、《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195号）、《上海市高新技术企业认定管理实施办法》（沪科合〔2021〕21号）的有关规定，2022年度上海市第三批拟认定高新技术企业名单结果公示。

凭借在技术创新和知识产权管理工作上的突出表现，上海杰深建材有限公司顺利通过评审，认定“2022年度上海市高新技术企业”。

高新技术企业一般是指在国家颁布的《国家重点支持的高新技术领域》范围内，持续进行研究开发与技术成果转化，形成企业核心自主知识产权，并以此为基础开展经营活动的居民企业，是知识密集、技术密集的经济实体。荣获该认证，意味着上海杰深建材有限公司在科研实力、技术服务水平、自主创新能力、核心知识产权和企业管理水平的进一步认可。同时，也为未来技术的研发工作和进一步应用落地提供了强大的生命力和创造力。





上海地坪协会
SHANGHAI FLOORING ASSOCIATION

// 协会介绍

上海市长宁区整体地坪智能环保产业促进会(以下简称上海地坪协会),2019-1-25号正式由上海市长宁区民政局批复成立。

本协会是由:上海景江化工有限公司、上海典跃建材科技有限公司、上海秀珀化工有限公司、上海维座化工科技有限公司、上海捷舟工程机械有限公司、上海正欧实业有限公司等公司发起成立,采取轮值会长的制度,确保本协会保持健康 正确长期发展。

本协会将依托自身会员的技术优势和丰富经验,引进吸收国际先进经验并创新发展,凭借中国经济大发展,世界第一的地坪涂装量,整个产业快速发展壮大,会员企业很多材料、设备、技术等已经开始大量出口国外。

// 协会宗旨

本协会成立的宗旨就是“聚力、创新、环保、服务”。凝聚众多, 设计院所、研发机构、生产商、经销商、施工商、设备商、耗材商、质检单位、行标单位、高等院校、政府采购平台、建设单位等,把地坪产业做大做强,引领行业快速健康绿色发展,逐步建立地坪行业的话语权,逐步引入政府采购,让招标的合理化、专业化,同时行业内部加强交流互动,把地坪事业做成一个大产业。促进我国地坪事业健康快速发展!

联系人: 宋辉 13774292160



// 协会往期活动



上海地坪协会“精英荟集,共筑地坪梦”之太湖之行



上海地坪协会·秋季实操技术交流会



上海地坪协会第二次会员代表大会



DOMOTEX asia /CHINAFLOOR 2022 第二十四届中国国际地面材料及 铺装技术展览会

©图/文：DOMOTEXasia地材展

CHINAFLOOR第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会于11月5日在深圳国际会展中心（宝安）闭幕。

本次DOMOTEX asia 2022，圣象、晶通、扬子、海马、卢森、金钢铂林、百玛家居、朗穆、艾瑞迪亚、Kastamounu、安德蒙特、IBF全品、阿兹慕、安道森、卡洛琳、美术家、永裕、巨美家、大巨龙、海利得、Gemmaflor、海象、洛可可、同心林、英利奥、Unilin、绿谷、高科、泰力、吉拉迪诺、中集、i4F、美新、瑞鑫、诺奥、加鼎、鸿佳、港龙、博尔卡特、每美、三强、爱德、雅瑞、浩普、安住、帝翔、博宇、赛旺、乐客、希望数码、汉拓、普瑞特、博硕、Stauf、锤头鲨、Ciranova、博纳、艾米等众地材企业携年度新品登陆深圳。



DOMOTEX asia /CHINAFLOOR 2022
第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会





DOMOTEX asia /CHINAFLOOR 2022 第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会



DOMOTEX asia / CHINA FLOOR 2022
第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会



DOMOTEX asia /CHINAFLOOR 2022
第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会



DOMOTEX asia /CHINAFLOOR 2022 第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会



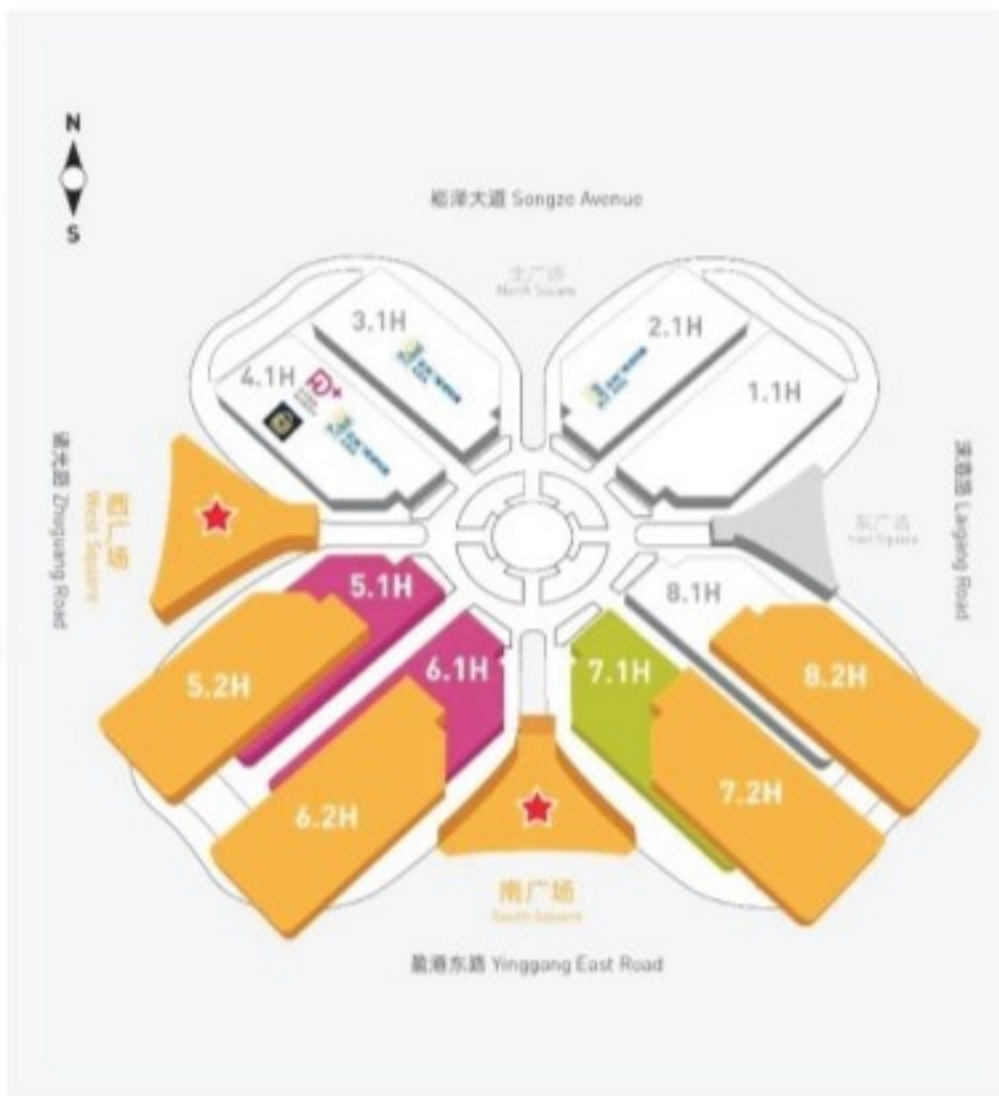


DOMOTEX asia 2023

7月26-28日
国家会展中心(上海)

7月开启新征程

© 图/文: DOMOTEXasia地材展





DOMOTEX 2023

2023汉诺威国际地面铺装展览会

◎图/文：汉诺威米兰展览出展部

历时3年的疫情后，世界领先的国际地面铺装贸易盛会——汉诺威国际地面铺装展览会 (DOMOTEX 2023) 在2023年1月12日，德国汉诺威展览中心盛大开幕。

为期4天的展会将为参展者带来不容错过的创新灵感、产品展示以及兼具专业和创新颁奖典礼。

来自50多个国家及地区的720多家参展企业汇聚一堂，带来他们的最新创意和多样产品。

包括：Oriental Weavers, CFL Flooring, Flo.it, Windmüller, AMORIM, UNIFAM, Design Parkett, Li & Co, SELIT, ter Hürne, Kastamonu, Camsa, Neuhofer, Välinge, NK-Sales, MIO, Balta Rugs, Merinos 等众多国际知名品牌。

本届 DOMOTEX展会上，74家中国企业抢占先机，来到汉诺威一展他们的产品和解决方案。

DOMOTEX 2023 的核心是“绿色”,它将“地铺, 源于自然”的主题变为现实。



DOMOTEX 特别设置的展示区 (The Green Collection) 提供了一个激发无限灵感的空间。它由多个10-15m²的展位组成, 旨在为展商提供一个展示其可持续主题和“绿色”产品的平台。参观者则可以了解到各类可持续产品和解决方案, 以及目前的研究现状。

这个特设展区还包含了 raumprobe 所策划的原材料展。

三大焦点议题

在“地铺, 源于自然”的主题下, 论坛和会议将围绕着“连接市场”; “有意识的生活”; “多彩的自然”这三大焦点议题展开。来自政界、协会和相关行业的演讲者将带来并讨论他们对于地毯及地铺行业所面临的可持续发展挑战的观点与解决方案。



2023 地毯设计大奖

今年, 国际知名的地毯设计大奖 (CARPET DESIGN AWARDS) 与COVER和HALI合作, 第18次评选出“世界最美的设计地毯”, 这些入围决赛的展品将在DOMOTEX的2号馆进行展出。

除了地毯设计大奖, 其他奖项如Carpet Star 2023、EUCA Awards等的颁布典礼也不容错过!

2025年家装市场规模将达5万亿 年均增长率超6%

◎图/文：陶业要闻

12月5日，中国社会科学院财经战略研究院联合贝壳研究院发布的《服务者时代崛起：2022家装设计师职业发展白皮书》。据贝壳研究院测算，2022-2030年期间我国住房装修总需求每年在30-50亿平米之间。家装家居市场总体规模在2025年达到5万亿元左右，在2030年达到7万亿元左右，年均增长率超过6%。

2023年定制家居市场规模将突破5000亿元近期，中商产业研究院发布《中国家居市场前景及投资机会研究报告》。目前，中国定制家具行业的行业空间仍在扩容，市场规模不断增长，增速下滑后趋稳，量增趋势持续保持。其中，2021年中国定制家居行业的市场规模已经突破4000亿元，2016-2021年复合增长率达16%，行业保持良好的发展。



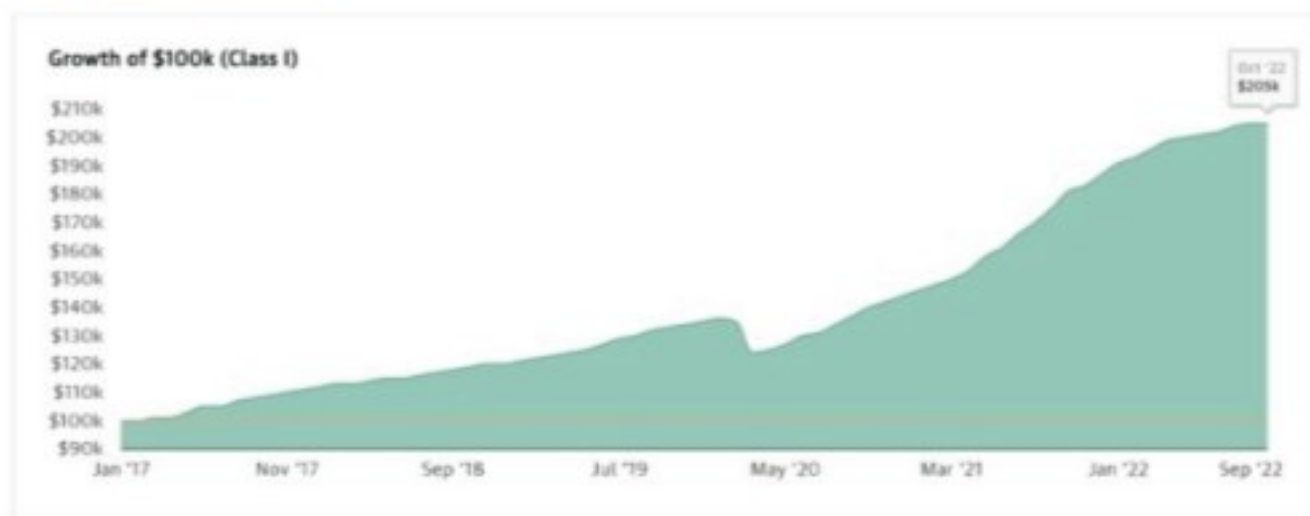
9000亿房地产基金遭“抢赎”，黑石已限制资金赎回

近日，由于投资者的赎回请求激增，全球最大的私募股权基金管理人黑石集团限制了旗下规模高达1250亿美元（折合人民币约9000亿元）房地产投资基金BREIT的提款。根据黑石新规，投资者可以在任何一个季度赎回最多5%的份额，每月最多赎回2%，以防止其持有的非流动性房地产被抛售。黑石在通知中补充说，12月它只允许投资者赎回该基金净资产的0.3%。市场分析认为，投资者之所以急于赎回主要是对黑石REIT的实际价值存在疑问。因为融资变得更加昂贵，利率上升正对房地产价值造成压力。而黑石还在以陈旧的估值工具为产品定价，这已无法反映产品的实际价值。

October	YTD	1-YR	3-YR	5-YR	Inception to Date ²	Annualized Distribution Rate
0.1%	9.3%	13.3%	15.5%	13.5%	13.1%	4.4%

Note: Past performance is historical and not a guarantee of future returns.

01 Monthly Total Returns 02 Historical NAV Per Share 03 S Per Share Distribution [Chart](#) [Tools](#)



光大银行与10家房地产企业签订战略合作协议

12月1日，光大银行分别与保利发展、大悦城、万科、绿城中国、新城控股、中海发展、碧桂园、中国金茂、金地集团、旭辉控股10家房地产企业举行银企战略合作协议签约仪式，提供意向性融资总额合计2600亿元，深化全方位合作，促进房地产市场平稳健康发展。

根据协议，光大银行将重点围绕房地产开发贷款、按揭贷款、并购贷款、债券承销与投资、预售监管资金保函、内保外贷等业务领域，充分发挥资金、渠道、服务等方面优势，与签约房企集团开展全方位、多层次的合作。



2022新版国家职业大典发布 美缝从业人员有“职业身份证”

◎图/文：中陶协瓷砖美缝专委会

近日，人力资源社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局等单位正式发布了《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》，较2015年版大典新增加了158个职业工种。其中就包括“美缝师”工种，被纳入到“装饰装修工”职业类目。

此次2022新版大典发布，新增的“美缝师”职业工种，代表着广大的装饰装修美缝从业人员，第一次有了属于自己的“职业身份证”



01 行业发展 必然要求

据统计，美缝行业市场总产值上千亿元。已逐渐形成从原材料供应到产品生产再到施工服务完整的产业链，其中生产厂家800-1000家遍布全国各地，目前美缝从业人员规模近50万人。如今，美缝市场正处在快速发展阶段，美缝产品生产企业及从业工人除了在山东半岛、长三角和珠三角等经济发达地区较集中以外，三、四线城市及乡镇地区也呈现快速发展的趋势。

近几年随着需求的不断增大，专业的美缝师依旧是稀缺资源供不应求。发展至今，美缝已成为装饰装修行业高质量发展的需要，尤其在家装市场已成为装修公司必选材料之一，越来越多的消费者也会主动选择美缝产品装修，有着非常良好的发展前景。美缝师职业工种得到官方的规范和确立，是行业发展所需，更是社会大环境趋势下的必由之路。

02 职业规范 健康发展

2022年版《中华人民共和国职业分类大典》的发布，为美缝从业者拥有正式的“职业身份证”提供了具有法律效力及公信力的依据和基础。对美缝施工从业人员设定“统一职业标准、统一教材、统一题库、统一培训和鉴定、统一归口管理”的举措，将有效解决培训杂、获证假、用工难、就业难的行业难题。

为美缝从业人员提供具有法律效应与国家承认资质的培训学习及资格认定服务全流程，是保障美缝工人“职业前景、职业尊严、职业认同感”的有效措施，更是让美缝施工从业人员队伍保持生命力的动力之源。这张美缝从业者的“职业身份证”，是美缝行业发展专业化、精准化的“里程碑”，对于高速发展的建筑装饰装修行业具有划时代的意义。

03 专业培训 精益求精

美缝讲“三分料，七分工”，“工”不好，料再好也难以呈现好效果。

美缝行业，对于优秀的美缝人才一直是求贤若渴，奈何长期以来行业缺乏规范统一的培训标准与成长体系，大部分从业者属于边实操边学习的状态，依靠自我经验与同行交流进行提升，有很大的局限性。

在美缝人才的培育工作上，还是需要形成以政府为主导，行业、企业共同参与的常态化机制，特别在培训规范、技能评审、资格认定的过程中，要注重发挥龙头企业、行业协会的作用。与行业同仁共同培养高素质的美缝行业人才，为美缝行业的可持续发展贡献自己的一份力量。





【尹博士评述】

疫情“放开”，陶瓷人的曙光真的要来了？

专家：房地产大幅度反弹的可能性比较小

湖北陶企春节全面提前放假的一个重要原因

◎图/文：中国陶瓷网

疫情疫情“放开”，陶瓷人的曙光真的要来了？专家：房地产大幅度反弹的可能性比较小

12月6日，中共中央政治局召开会议，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，这是一个明显的开小会议大事的会议；12月7日，国务院联防联控综合组发布了《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》，也就是“优化落实疫情防控新十条”。这是继前一周的“金融十六条”与“疫情防控20条”新政出台之后发布的内容相似、但力度更大的政策策略。直接导致“动态清零”基本成为“过去时”，也使房地产行业看到了曙光。我最近一直在做一档称之为《洞见2023》的岁末年初访谈视频栏目，为此我专程采访了差不多20个行业的董事长或总裁，在这个过程中，这一周访谈的嘉宾明显比上周的嘉宾对2023年整体经济形势的看法要积极得多。总体来讲，普遍认为，“疫情”放开，一定会刺激消费，当然也包含建筑材料、瓷砖的消费，但是房地产的复苏还有待时日，有一个比较长的过程，但宏观层面基本可以保持不会像今年一样大面积的下滑。《洞见2023》视频栏目下周开始上线，众多行业嘉宾的观点对大家观察分析行业发展形势具有一定参考意义。

对于明年整个瓷砖行业的发展前景，乐观者看到的是曙光，悲观者依然觉得压力很大，也有不少业内人士仍然觉得不确定因素还比较复杂。总体来讲，大多数都认为经济形势、行业发展形势基本上是长期向好，短期受压。其实这一周的一些房地产数据与新闻等就是这种观点的一个很好体现。在这两周相

关政策策略的刺激下，房地产股出现大幅度涨势，但是现实的数据依然很“骨感”。来自《中房网》的消息，中房网信用房地产研究团队发布了《2022年第三季度房地产开发企业信用状况报告》，第三季度房地产开发企业经营异常环比增加了1213.49%。

《中指研究院》消息，2022年1-11月，百城新建住宅价格累计涨幅为2015年以来同期最低水平。新房价格环比连跌5个月，二手房价格环比连跌7个月。

《中房网》消息，房企境外债务违约形势加剧。根据房地产信用平台的统计，第三季度全国共有15家房地产债券发行人确认境内信用债券实质违约（不包括展期情形），涉及债券18只，同比减少25%，环比减少14.29%；违约涉及债券余额71.39亿元，同比减少68.63%，环比减少43.42%。但是，在境外债方面，三季度有19家房地产开发企业出现境外债实质性违约（不包括展期情形），涉及债券34只，相比二季度的12家企业23只债券违约增幅较大；涉及违约金额共计约33.40亿美元，比二季度的6.28亿美元增加了431.85%；涉及债务余额共计121.39亿美元，比二季度的65.51亿美元增加了85.30%。

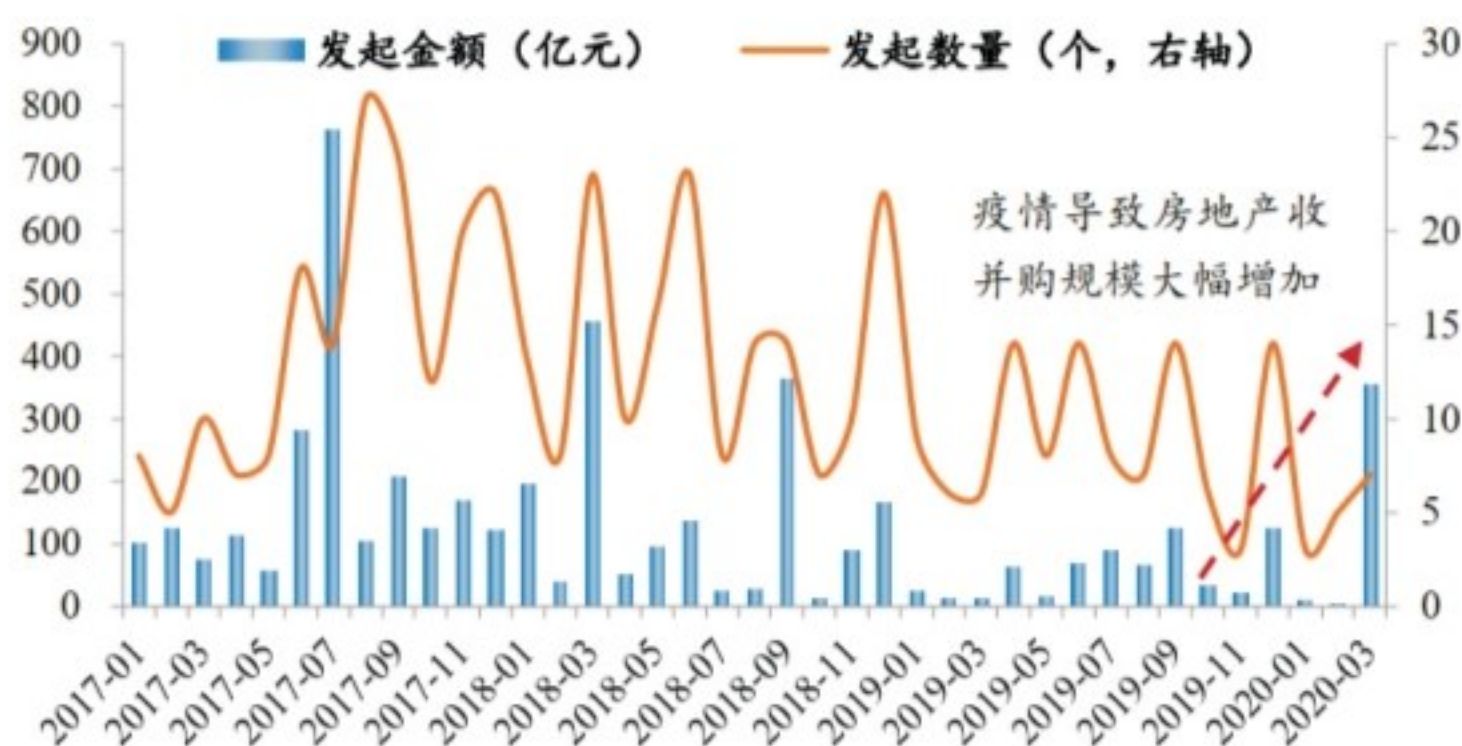
《中指研究院》消息，今年前11个月TOP100房企销售额同比下降42.1%。

这些消息，无疑说明我国房地产行业正面临着严酷的现实，较大的危机。

当然，这一周房地产在融资方面已经开始出现一些积极的信号。《中国证券网》消息，浦发银行与16家房企签订战略合作协议，拟提供意向性融资5300亿元。《南财快讯》消息，碧桂园获工行、农行、中行、邮储等十家银行超3000亿元授信支持。

这一周，我们摘录了野村证券中国首席经济学家陆挺的观点，认为“房地产大幅度反弹的可能性比较小”。

房地产行业并购发起数量和金额



资料来源: Wind, 恒大研究院

【点评】

因此，就是2023年整体经济进入复苏阶段，房地产行业的发展依然不容乐观，也就是说，作为家居建材领域的瓷砖行业，大面积复苏的可能性并不大。只是不出现整体下滑，就很不错了。2023年的瓷砖行业仍应该以“稳健”为主，坚持循序渐进的发展方针。

东鹏瓷砖年产能1.5亿m²位列全国TOP5，重资产扩张需谨慎

《东方财富网》消息，12月7日,东鹏控股（003012）发布的投资者关系活动记录表显示，东鹏控股今年瓷砖产能大概 1.5 亿平方米，未来的产能扩张主要通过四种方式：

- 1、在现有基地立项增加生产线；
- 2、对现有生产线进行技改升级为高产能或高值产品生产线；
- 3、通过OEM代工；
- 4、通过收购兼并等。

【点评】

从东鹏拥有年产1.5亿平方米瓷砖产能来看，在国内陶企生产规模上，东鹏控股一定在Top5之列。但是在现阶段，我认为重资产的扩张需谨慎。

这两年来，一些上市公司的陶企，重资产大量扩张（建新线、兼并陶企）的结果就是自己产能过剩，自己的窑炉生产线在2022年都没有能够满负荷生产。这种情况值得借鉴。





湖北陶企春节全面提前放假或因面临严重产能过剩

《陶瓷商讯》消息，湖北省陶瓷工业协会经过调查表明，湖北陶企2023年春节将提前放假，停产面积几乎是全部。

主要原因有三：

- ①疫情防控使原材料进不来，产品出不去，工人来不了，机器开不动；
- ②“双碳”压力大；
- ③原材料成本居高不下。

【点评】

实际上这背后还有一个非常重要的原因是瓷砖产能产量严重过剩。2023年整个瓷砖行业仍然会主动减低产能与产量，瓷砖行业正在步入衰退期。



建筑改造项目中的材料创新

©图/文：作者 Camila Prieto

考虑到施工过程需耗费的时间、能源成本以及可能造成的环境影响，建筑设计必须要探索在现有建成环境基础上工作的方法。

以如何使废弃建筑获得新生为例，适应性再利用策略为那些被遗忘的建筑提供了新的机会。它遵循的思想是：一个优秀的建筑应当是耐久、创新且易于回收利用的。

建筑师在设计时不能只着眼于当下，还应考虑未来的变化。鉴于当前的全球气候危机以及可利用的自然资源的现状，适应性再利用策略探索可持续性设计以及创新性设计的发展可能，致力于减少能源消耗、减小建筑的碳足迹并带来积极的社会影响。

我们选择了一系列精妙的改造住宅项目——在这些设计中，材料的使用在改造、维护和翻新过程中发挥了极大的作用——在这篇文章里，我们将展示优秀建筑应当具备的耐久性和可持续性。我们通过对一系列项目的展现，探索了根据不同需求制定的创新材料策略，以及它们如何服务于这些改造住宅项目。

强调建筑的材料特性

风磨坊的重生

作为乡野景观的一部分，风车之家由于其对于波兰传统建筑的继承脱颖而出。风磨坊的改造目标是依照当地的技术条件和环境，将其室内翻新成适宜居住的空间。

设计基于三种材料：木材、混凝土以及玻璃。保留原有立面的旧木板使得建筑维持其原来的形态与语言。项目中，玻璃的使用确保室内能向周围的景观开放。新结构随新功能的需要而到来，在保留所有可再利用的部分后，设计图纸上增加了钢筋混凝土的地板、墙以及天花板。磨坊原有的木梁被再次利用，项目形成了半木质的室内墙面。



马厩再利用，最小化环境影响

马厩之屋作为住宅项目的一部分，在实施过程中希望能尽量减小对灌木保护区的影响。设计尽可能地保留原有的外墙，拆除内墙后得到的砖块也被用于景观设计。

加高的白色天花板带来了更加轻盈明亮的空间感受，它与保留的木质天花板部分以及裸露的砖墙形成了明显的材质对比。该项目采用了四种被动可持续策略：除了最大限度地利用原有砖墙外，还使用本地植被作为建筑的保护屏障，增加植物棚架形成自然遮阳，并设计窗口和庭院达成交叉通风的效果。



为房屋赋予新的美学个性

从装饰艺术教堂到两处新家

在瑞士 Bern 市，一座建于 1924 年的 Luke 教堂被改造为两个新的住宅。Morscher Architects 使用了创新的材料使用策略，以保证建筑内的生活条件。为了保持自由的平面布局的同时从窗户获得充足的光线，主要的设计是将上层的公寓设计成一个悬挂的混凝土盒子，并在原有的封闭外墙上开窗以照亮室内空间。



仓库变住宅

为了在保留原有 Redfern 仓库的工业氛围的同时创建出生活空间，设计引入了一些建筑要素。这些精致而优雅的要素的加入打造了明亮的环境，这里拥有自然光线、风以及景观，在原有环境中设计出了适宜家庭活动的场所。



只改内部，不变外形

从剧院到公寓

改造在原来的美琪剧院内部进行，保留这个砖砌建筑别具一格的外立面，内部改造成为一层商业和三层公寓住宅。在保留现有体量、屋顶与外墙的情况下，设计使用简约的材料和浅色系改造了室内空间，形成明亮而宽阔的生活空间。



谷仓之家

设计着眼于对历史建筑的强调，改造过程中将原有住宅完整保留了下来，并且介入木结构使其与谷仓相连。

保留了黑色的墙面以及细长的通风口，旧农场的元素在新的设计中得到了延续。为了使室内成为合适的住宅空间，它被分成了两层，分别作为私人房间和公共空间。项目保留了旧的石砌墙体和谷仓屋顶结构，并使用自然材料强调了它们的存在。



时间匠人 非遗江湖

唐卡被人称为“藏文化百科全书”



匠心传承

THANG-GA

传统唐卡的绘制要求严苛、程序极为复杂，必须按照经书中的仪轨及上师的要求进行，包括绘前仪式、制作画布、构图起稿、着色染色、勾线定型、铺金描银、开眼、缝裱开光等一整套工艺程序。制作一幅唐卡用时较长，短则半年完成，长则需要十余年。



“中华民族民间艺术中弥足珍贵的非物质文化遗产”

世界非物质文化遗产—唐卡

唐卡(Thang-ga)也叫唐嘎,唐喀,系藏文音译,指用彩缎装裱后悬挂供奉的宗教卷轴画。唐卡是藏族文化中一种独具特色的绘画艺术形式,题材内容涉及藏族的历史、政治、文化和社会生活等诸多领域,传世唐卡大都是藏传佛教和本教作品。

唐卡是藏族文化中一种独具特色的绘画艺术形式。具有鲜明的民族特点、浓郁的宗教色彩和独特的艺术风格,用明亮的色彩描绘出神圣的佛的世界;颜料传统上是全部采用金、银、珍珠、玛瑙、珊瑚、松石、孔雀石、朱砂等珍贵的矿物宝石和藏红花、大黄、蓝靛等植物为颜料以示其神圣。这些天然原料保证了所绘制的唐卡色泽鲜艳,璀璨夺目,虽经几百年的岁月,仍是色泽艳丽明亮。因此被誉为中国民族绘画艺术的珍品,被称为藏族的“百科全书”也是中华民族民间艺术中弥足珍贵的非物质文化遗产。





装修行业有这样一家公司你知道吗？

©图/文：金蓝领工匠之家

以梦为马、不负韶华、心之所想、梦之所及。

厦门金蓝领安装服务公司、是一家装修施工服务公司，公司的经营理念，以人为本，以公司为家，把公司的工匠当做家人、把客户的家当做自己的家来施工。

公司以独特价值观和浓厚的工匠精神文化去熏陶、感染、改变、市面上传统瓦工师傅，打造一群真正有工匠精神，有服务意识，有责任心，有一技之长，有素养的新时代蓝领工匠，给客户去做好装修施工服务，让客户放心，省心。

金蓝领的创业初心，希望公司有家的温暖，帮助蓝领工匠在这个家庭里面不断的学习成长，提高自身素养和专业能力，从而不仅能够得到客户的尊重和认可做好每一个项目的交付，同时也希望得到社会的尊重和认可。

公司不定时组织学习工匠文化知识和业务专业知识培训提高素养和专业能力。





青岛天狼匠装饰工程有限公司

◎图/文：青岛天狼匠装饰工程有限公司

青岛天狼匠装饰工程有限公司，又名（八零九零施工）从事家装施工服务，建材销售、五金销售，由全国各地年轻八零九零共同志向青年一起成立的施工服务品牌。主要服务家装工装大板瓷砖岩板欧标薄贴全国各地，需要我们服务的客户，发扬咱们八零九零后吃苦耐劳工匠精神。

咱们合作施工案例有：拉萨简一项目施工、简品大理石瓷砖深圳地区施工。专注各个品牌大板、岩板、密缝、欧标铺贴工艺，在铺贴施工全国有小小名气以下展示一些施工，技术证书我们施工团体不断学习，提升知识技能不断提升技术服务水平更好的服务客户，我们团结友爱、爱团体、爱社会！

联系方式：18715292931

邮箱：984799541@qq.com







英特飞 + 诺拉：携手共创辉煌

nora
by Interface®

©图/文：诺拉建筑材料（上海）有限公司

携手共创辉煌

英特飞和诺拉团队强强联合，彼此产品组合相辅相成。我们将携手为客户提供优质的产品组合和专业知识，凭借更广泛的全球服务覆盖范围和产品可用性，为全球各地的客户创造新的空间。



英特飞在企业办公和酒店行业领域优势明显，而诺拉系统在医疗、工业和交通运输细分市场占优势，二者相辅相成，同时两个品牌又都在教育细分市场表现突出。

诺拉系统——高品质橡胶地板的专家

诺拉系统是一家集生产和销售于一身的橡胶地板提供商，总部和生产工厂位于德国，凭借“德国制造”的品质保证，诺拉系统成为了全球橡胶地板及地板系统行业领袖之一。优异的质量和服务以及持续不断的创新是诺拉系统作为橡胶地板制造商成功的关键所在。在诺拉系统，我们以生产高品质的橡胶地板而著称。自1950年以来，我们一直坚持为客户提供品质上乘的产品和及时周到的服务。近年来，诺拉系统通过引入创新快速的安装系统——自粘性橡胶地板nTx，优化了橡胶地板的安装过程。



英特飞+诺拉：服务范围

英特飞在企业办公和酒店行业领域优势明显，而诺拉系统在医疗、工业和交通运输细分市场占优势，二者相辅相成，同时两个品牌又都在教育细分市场表现突出。

英特飞和诺拉携手为您提供无与伦比的服务，涵盖您建筑的方方面面。从教室到会议室，零售空间和公共区域，一直到楼梯间再到实验室和手术室，我们可以帮助您找到理想地材解决方案，满足不同空间的功能特性需求。我们拥有广泛的产品系列以及丰富的应用专业知识，能够满足您特定的空间需求。我们期待为您提供支持。

英特飞®服务范围

诺拉®服务范围



我们的全球网络

及您所需，贴心服务

英特飞和诺拉携手走向真正的国际化，我们的员工遍布全球6大洲和100多个国家的营业网点。这有助于践行我们的服务承诺，确保为全球客户带来非凡的体验。

而且我们已经通过可及性和灵活性，赢得了全球各地客户的信任。不论您是在各个大洲经营的跨国公司，还是本地企业，均可享受与众不同的积极变化。

我们是您在全球的合作伙伴，我们了解当地市场，而且具备应用和设计专业知识，能够在您需要的任何地方交付高性能地材解决方案。



英特飞 + 诺拉案例



nora[®]
by **Interface**[®]



英特飞 + 诺拉案例

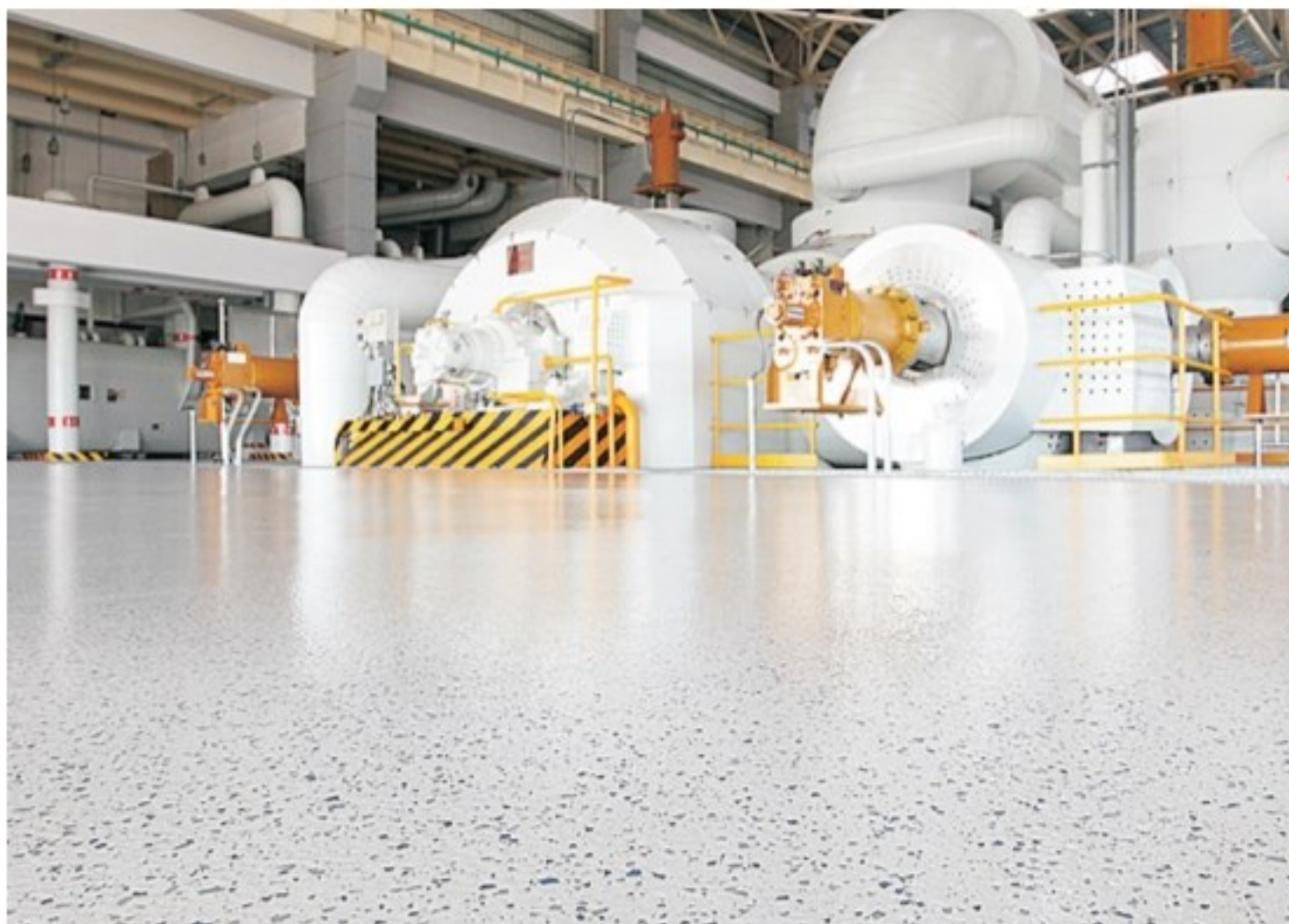


◆ 青岛中学&青岛中学崂山分校



◆ 国家医学呼吸中心

nora[®]
by **Interface**[®]



◆ 华电电力六安电厂



◆ 联邦样板房-弧格尔



福建思嘉环保材料科技有限公司

Fujian Sijia Industrial Material Co.,Ltd.

©图/文：福建思嘉环保材料科技有限公司

思嘉创始于2002年，总部位于中国福州晋安区宦溪镇思嘉工业园，经过20年创新与奋斗，为全球100多个国家及地区的现代交通运输、建筑、户外休闲、日用品、再生能源、工业、农业、运动等18个领域输送思嘉新材、思嘉超能芯建材产品及专业服务。

集团曾先后获得国家火炬计划重点高新技术企业、国家级高新技术企业、专精特新“小巨人”企业、省工业龙头企业、省战新百强企业、省科技小巨人领军企业、省级绿色工厂等荣誉，技术中心还被评为福建省企业技术中心、福州市专家工作站，中心研发的产品项目被列入国家火炬计划项目、福建省单项冠军。



思嘉超能芯

思嘉超能芯，是思嘉集团旗下专注新型环保地板和墙面装饰材料的专业品牌。以“打造具有全球影响力的环保新材品牌”为愿景，设立全球先进的研发中心，销售遍布欧美多个国家，为全球范围内的用户提供卓越的产品解决方案、创造环保、品质、时尚的空间体验。产品可广泛应用于住宅环境和商业应用等众多场景领域。

应用领域

商业办公系统 

博物展馆系统 

健身养生系统 

金融银行系统 

政务办公系统 

医疗养老系统 

教育培训系统 

酒店旅居系统 

品牌连锁系统 

居家住宅系统 

休闲餐吧系统 

购物商场系统 



Tel: 400-8770877

E-mail: foor@sjiacn.com

Web cn: cn.sijiafooring.com

Web en: www.sijiafooring.com

思嘉案例





思嘉案例



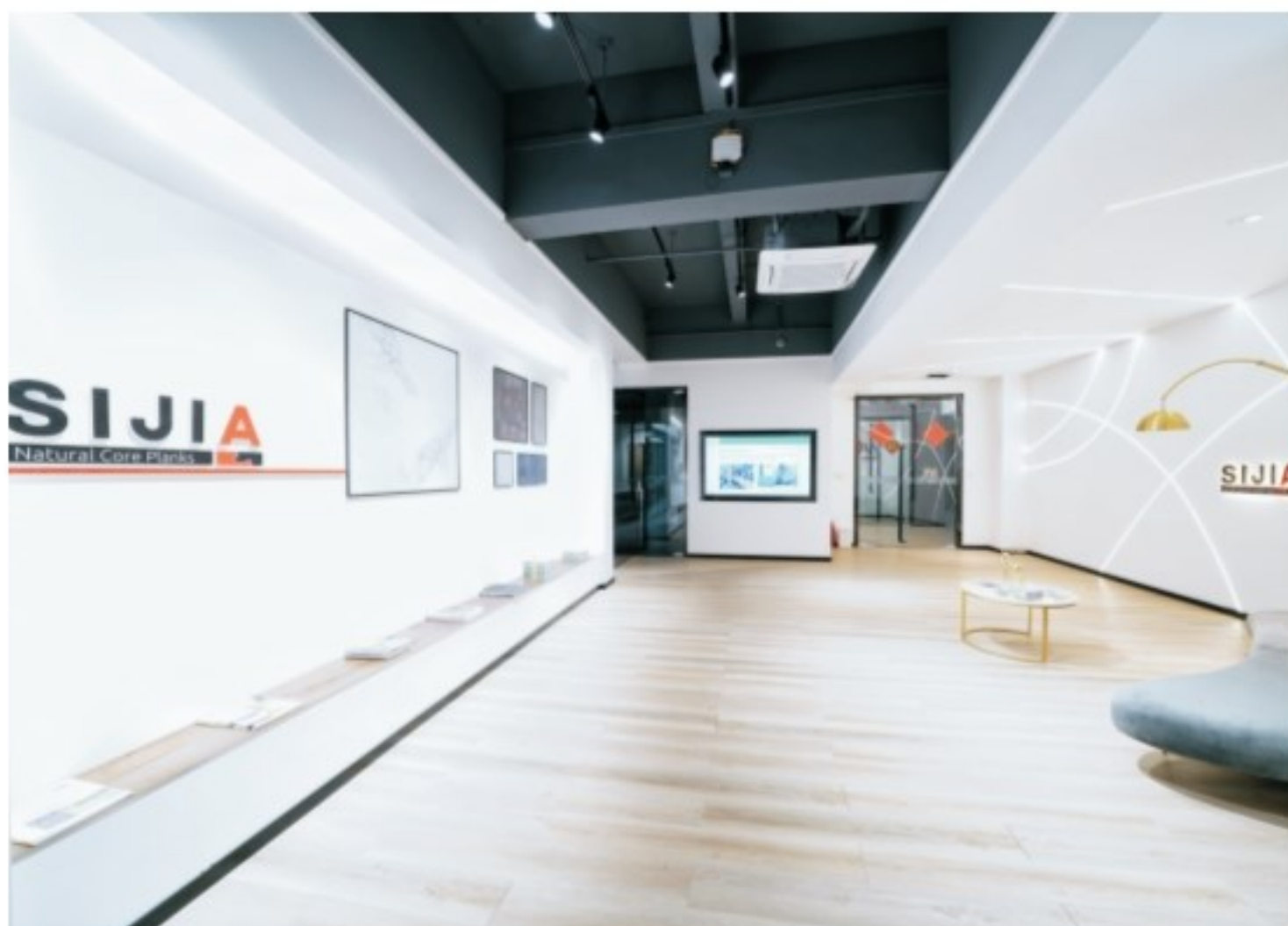
◆ 澳洲阿德莱德联排别墅



◆ 茂名沉香博物馆



◆北京市建筑设计研究院建院数字院多功能厅



◆特力林办公区及展厅



绿色建筑先锋！丹麦可持续建筑合集

©作者 Eric Baldwin | 译者 Milly Mo

可持续设计不只是关于水、能源和碳。对建筑来说，可持续设计植根于对生命周期和系统性文化变迁的理解。在过去三十年里，“可持续”这个词逐渐变为一个定义宽泛的流行语，开始流失它的重量。但这个统称背后的理念却在不断发展扩张，相关的标志性新建筑反过来也促使我们重新思考，“可持续设计”的未来会是什么样的。

丹麦近来成为了一个在可持续设计与文化变迁方面的模范。对丹麦人来说，可持续是一种整体性的方式，其中包括对隐含碳、可再生能源、水管理、废物回收和绿色交通的侧重关注。可持续也延伸关联到功能规划与日常生活。以下项目展示了丹麦各地与可持续相关的一系列建筑，有助于再定义如何建造更具包容性和可再生性的建筑。

▲ 哥本哈根癌症防治与康复中心 / Nord Architects

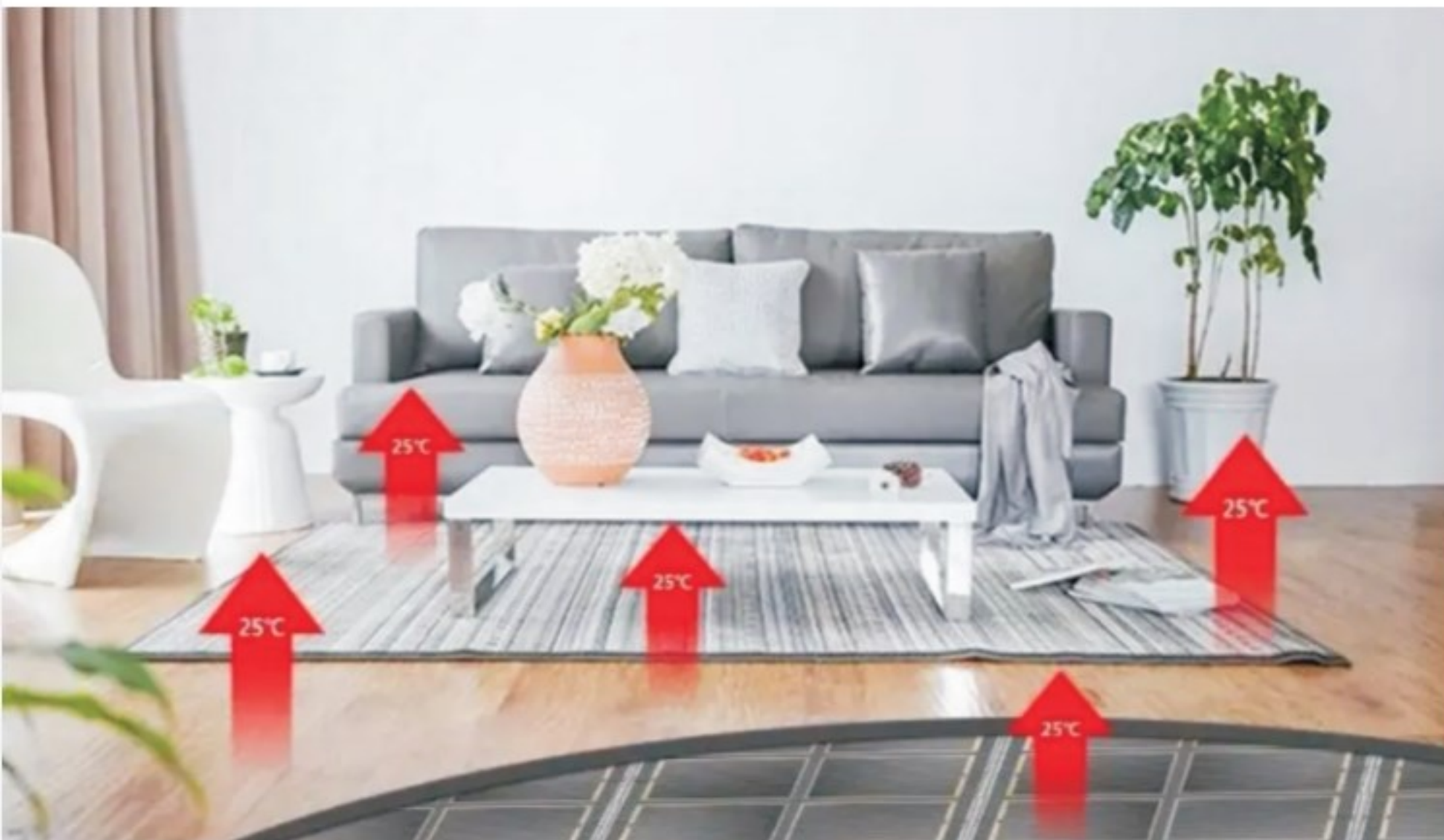
哥本哈根癌症防治与康复中心的概念构想是作为一个标志性建筑，提高人们对癌症的认识，同时避免对病人群体的偏见。该建筑被设计为多个小房子连为一体的形式，提供了现代医疗保健设施所需的空



▲ 丹麦小城的艺术之家 / Svendborg Architects

艺术之家位于丹麦罗斯基勒市。2016年，Svendborg Architects 与景观事务所 BOGL 以及工程公司 Regnestuen 和 Spangenberg & Madsen 合作，在受邀参加的 Kildegaarden 新总体规划竞赛中获胜。方案概念很简单，即拉近艺术家与公众的距离。





地暖找平怎么做才最节能？

◎图/文：美圣雅恒市场部-李昌木

气温逐渐下降，很多地区已经开始供暖，随着社会发展，越来越多的家庭选择地暖的方式。地暖安装的时候，如何节能也成为了大家最注重的问题，而影响节能的最大因素就是地暖铺设之后要做的回填找平材料。那么什么样的回填找平材料才是最节能的呢？

目前传统的地暖回填找平方法有2种

01 采用细石混凝土 Fine stone concrete is used

这种方式使用最多，但细石混凝土中填充的骨料有所不同，导致质量参差不齐，热传导损耗过大，用电损耗也会增多。

传统细石混凝土流动性很差，无法完全填充地面死角，使用后，热量传递不均匀，导致表面温度不同，忽冷忽热体验感很差。

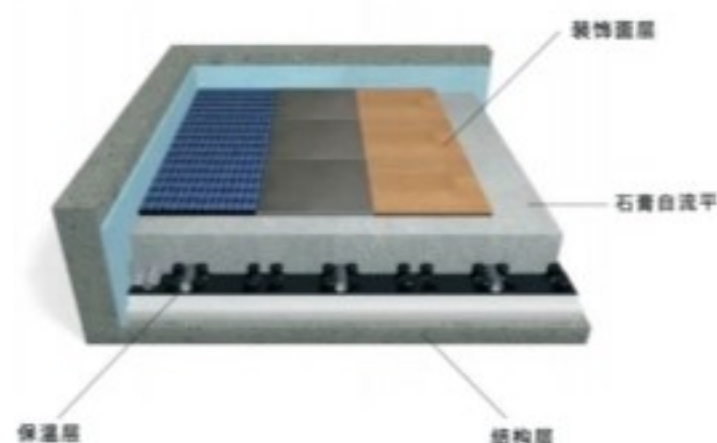


02 石膏基自流平 Gypsum base self-leveling

石膏基自流平砂浆不仅具有流动性好、干燥快、早期强度高、不易干裂、施工简便等特点，而且能大量的使用脱硫石膏这一发电厂的工业废渣，有利于环境保护。该类石膏基自流平砂浆可广泛用于室内地面的找平处理，特别适用于地暖系统，一次性找平厚度可以达到10-120 mm。



石膏基自流平砂浆地暖系统的优点



◆ 石膏基自流平砂浆地暖系统适用于采用热水和采用电热丝加热来供暖的多种供暖方式。

◆ 相比之下石膏基自流平砂浆地暖系统具有较高的供暖热效率，而传热过程损失很小，同时具有很好的蓄热能力；热量传导均匀，主要集中在人体受益的高度内，有卫生环保的功能，使室内环境更舒适宜人。

◆ 在工地只需按相应的加水量搅拌均匀或直接用机械搅拌施工。自流平砂浆有很好的流动性，能凭借自身的流动性均匀的分布流到地暖管间的空隙中。

◆ 具有很好的抗离析的能力，故硬化后砂浆分布均匀，具有致密的砂浆结构。自流平砂浆与热水管具有很好的握裹力。

◆ 由于骨料比较细，避免了个别锋利的边角豆石混凝土可能对热水管特别是PB管造成挤压或破坏几率，特别适合与PB管配合使用。

◆ 使用寿命长。

石膏基自流平保温性能优越，非常適合地暖系统，两者结合与其他采暖方式相比，节能幅度约为20%，如采用分区温控装置，节能幅度可高达40%，是地暖回填找平的最佳选择！



Read a word
The difference between cushion
Self-leveling and surface self-leveling



一文读懂 READ A WORD

垫层自流平和面层自流平的区别

◎图/文：地坪涂料事业部-李亮

大家都知道自流平分为垫层自流平和面层自流平。

垫层自流平是为了饰面装饰材料提供一个较好的基础地面找平材料，面层自流平即可以直接作为装饰面使用的地面找平材料。

二者之间的区别还有什么？



Part 01 垫层自流平

垫层自流平顾名思义就是为一些对地面平整度要求较高的饰面材料提供一个高度平整的基础地面找平层。由于其主要功能是提供高度平整的地面，因此，对材料特性的要求是高流动性、高平整度、无浮灰。对施工后表面色差的多少以及装饰效果没有太多的要求。

垫层自流平水泥根据饰面材料的特性和应用场景不同，还可分为普通自流平水泥和高强自流平水泥。对于木地板，地毯，PVC塑胶地板等这类厚质地面装饰材料，且无需重载的场所，一般选用普通自流平水泥即可。而对于环氧地坪漆等这类薄质饰面地坪装饰材料，且用于地下停车场，工厂，仓库等有重物碾压的场所，则需要选用高强自流平水泥。

Part 02 面层自流平

面层自流平水泥顾名思义是这种水泥地坪材料施工后是可以当装饰面直接使用，也就是我们现在比较流行的清水水泥地面和彩色水泥地面。

面层自流平水泥相对于垫层自流平水泥来说，对材料的配方、原材料的选用、生产工艺、施工流程有更高的要求。它除了要求材料的流动性、平整度、强度、硬度外，还要求施工后颜色的均匀度、抗开裂性等更高的技术要求。

Part 03 总结

垫层自流平：由于上面有装饰材料，因此对自流平没有装饰性要求，只要平整度达到要求，强度满足即可。

面层自流平：由于直接外露，对色彩、颜色一致及纹理等有较高的要求。

垫层自流平：由于作为找平层使用，对施工要求较低，经过简单的培训即可施工。施工费用低。

面层自流平：面层自流平作为施工后可直接使用的地面，对施工要求高，施工人员需经过专业的培训，方可进行施工，而且因为是一次成型，对细节要严格把控，才能做出满意的效果，因此施工费用高。

垫层自流平：垫层由于材料本身要求低，材料成本也低，而且施工费用也低，总体造价也比较低。

面层自流平：面层材料由于有比较高的性能要求，材料成本要高很多，而且施工步骤多，周期稍长，人员要求高，并且一旦没做好，没有办法补救，因此总体造价也高。



胶胶大不同 | 一字之差！

瓷砖胶VS瓷砖背胶，有何区别？

随着瓷砖材料的不断发展，瓷砖粘结材料从水泥砂浆到瓷砖胶、瓷砖背胶，种类繁多，让人傻傻分不清楚。瓷砖胶、瓷砖背胶到底如何使用？今天我们来详细了解一下。



瓷砖背胶

瓷砖背胶是应用于湿贴玻化砖的背面处理，它是一场新的技术革命，改变了传统的消费观念，有效提高玻化砖与粘结材料之间的粘结强度，解决玻化砖湿贴中常见的空鼓、脱落问题，延长了瓷砖使用寿命。



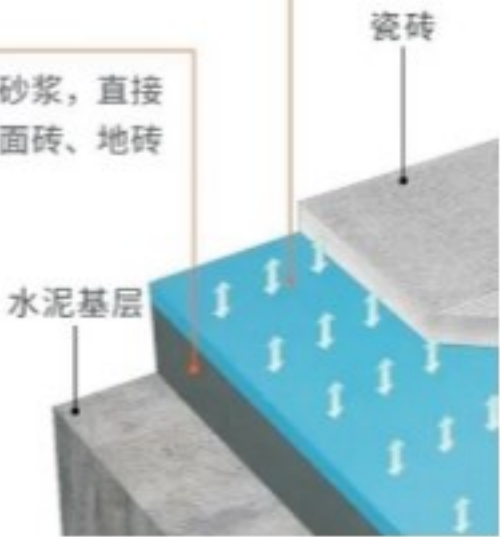
瓷砖背胶作为一种界面材料，是不能代替贴砖材料的，它主要用于刚性的瓷砖与瓷砖胶之间，独特的柔性类似弹簧，可以化解两者间产生的附加层间应力，起到应力缓冲的作用。使用瓷砖背胶的目的是为了提高瓷砖铺贴的安全性与可靠性，避免后期发生瓷砖脱落现象。

瓷砖背胶

可以和很多种粘结材料复合使用，形成瓷砖粘贴体系，但不能单独使用瓷砖背胶来直接粘贴瓷砖。

瓷砖胶

可代替传统水泥砂浆，直接用于粘贴瓷砖、面砖、地砖等装饰材料。



瓷砖胶

瓷砖胶是一种以有机或无机的胶凝材料、矿物集料、有机外加剂组成的单组分或多组分的混合物。瓷砖胶施工相较于传统水泥砂浆施工更便捷，粘结强度也更出色。

瓷砖胶用于粘贴瓷砖、面砖、地砖等装饰材料的现代装修新材料。

高粘结力、施工中不用浸砖湿墙、良好的柔韧性、防水、抗渗、抗裂、抗老化性佳，耐高温、耐冻融、无毒环保，施工简便。

无论是瓷砖胶还是背胶，都是瓷砖铺贴的重要材料。把瓷砖背胶与瓷砖胶搭配使用，能让瓷砖粘贴效果更佳。瓷砖胶+背胶，可以说是完美的瓷砖铺贴好搭档！

瓷砖背胶作为绿色环保产品，柔韧性好、硬化收缩小，与水泥基粘结材料相容性强，粘结牢固。

瓷砖背胶本身是一种胶水，通常是桶装的乳白色液料，打开后可直接涂刷在瓷砖背面，增强瓷砖的附着力。瓷砖背胶的本质是瓷砖界面处理材料，它可以和多种粘结材料复合使用，形成瓷砖粘贴体系，但不能单独使用瓷砖背胶来粘结瓷砖，不能像瓷砖胶一样，代替水泥砂浆。

M53 瓷砖胶粘剂

M55 玻化砖石材胶粘剂

M58 强力瓷砖胶

背胶是一种专用于瓷砖背面的处理剂，
瓷砖界面处理剂，而非粘接材料。

推荐搭配

M53瓷砖胶粘剂加强型
+
M15玻化砖多功能背涂
砖背处理 更加放心·持久牢固 绿色环保

推荐搭配

M55玻化砖石材胶粘剂
+
M15玻化砖多功能背涂
砖背处理 更加放心·持久牢固 绿色环保

推荐搭配

M58强力瓷砖胶
+
M15玻化砖多功能背涂
砖背处理 更加放心·持久牢固 绿色环保

什么是背水面防水？ 背水面防水施工到底该怎么做？

家装防水施工中，想必大家都听过这样的对话吧，“卫生间漏水是不是要做背水面防水”“背水面防水根本不靠谱，还是迎水面防水能从根源解决问题”，从这个对话中,我们不难听出两个关键词“迎水面防水”和“背水面防水”。

那么，这所谓的迎水面防水和背水面防水到底是什么呢?家装防水施工中更适合哪种防水施工？



什么是背水面和迎水面？

建筑物的迎水面就是接触水的那一面,背水面就是接触不到水的那一面，例建筑物地下室外墙，外侧就是迎水面内侧就是背水面

一般来说，背水面的防水是要比迎水面的防水要难，这是为什么呢？

后期做上去的防水层与原混凝土基层存在不同的收缩比，同时材料与基层因粘接力不足难以形成一个致密的整体，在水压的长期作用下，背水涂层很容易脱落、开裂，导致防水失效。

背水面防水的难度我们打个比方，比如水管漏水了，如果不更换水管的情况下，我们手又无法伸到水管里面去把漏洞堵上，只有从水管外面下手。怎么办呢，用胶带在外面贴一下？在强大的水压下，估计一秒都支撑不住就会继续漏。所以一般防水是从迎水面施工，即水从

哪里来,就从哪里下手做防水。背水面防水一般是在万般无奈的情况下才使用的办法，比如楼上漏水却不肯重做防水，那我们就只能在自己的天花板上做背水面防水了。或者是在房无渗漏的情况下，采取的堵漏防水方法。



背水面防水施工该怎么做？背水面防水施工注意哪些事情？

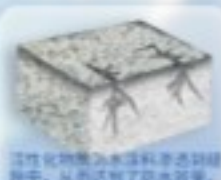
背水面防水与迎水面防水由于防水层所处位置的不同、特点不同，选用的防水涂料是不同的，如单纯的采用迎水面防水材料来做背水面防水的话，是不会起到任何防水作用的。

像是防水卷材的话，就并不太适合背水面防水，因为防水卷材与基层粘接力差，用在迎水面时防水性能优异，但在长期背水压力下，渗漏水会慢慢将其顶开。

渗透性好，防水防潮！

永久活性 持久防水





活性化学物质渗透到混凝土中，从而达到了防水效果。

MORIENT MORTAR

M36

渗透结晶型防水涂料

防水防潮



防水防潮

超强抗裂



超强抗裂

超易施工



超易施工

绿色环保



绿色环保

专业背水面防水涂料必须满足以下几点要求？

1、高粘接力;2、抗渗性高;3、抗压强度高4、延伸率;5、耐水性耐久性好

背水面可选择的防水材料有多种，比如水性涂膜材料、水泥聚合物基复合涂膜材料、掺有防水剂的砂浆及混凝土和聚合物水泥基防水涂料等，但是单一的防水涂料效果并不算特别理想。

靠谱的背水面防水做法，应该根据现场具体的施工工况,组合不同材料的特性，取长补短，配合科学的施工工艺,才能达到长久防水抗渗的良好效果。

背水面防水处理，涂刷两层防水材料，单层厚度在0.8mm-1mm。第二次涂刷建议在第一次涂刷略微干固后才进行(刚好不粘手,一般间隔时间在1-2小时)。前后垂直交叉涂刷。如果涂层已经固化，涂刷另一层前先用清水湿润。



1. 清理基层并润湿



2. 管道阴阳角加强处理



3. 大面积施工第一遍薄涂



4. 十字交叉法进行第二第三遍涂刷



5. 防水层检查（养护）



6. 闭水试验



背水面防水施工注意事项！

1、基面处理是基础基面处理是防水施工的关键，施工前须清理基面，以确保其坚固、平整、干净，无灰尘、油腻、蜡、脱模剂等以及其它碎屑物质，如有孔隙、裂缝等缺陷的，须预先用水泥砂浆修补抹平，保持基面湿润当无明水。

2、涂刷方法要注意涂刷时力度均匀，注意不要漏刷；前后两遍涂刷时保持垂直相交的角度，以充分覆盖到位；单次涂刷不宜过厚，不能超过1mm，防止干固后产生裂缝。

3、养护、保护也重要施工24小时后建议用湿布覆盖涂层或喷雾洒水对涂层进行养护，在完全干固前须禁止踩踏、雨水、暴晒、尖锐损伤，特别是在后期装修要特别注意不要破坏防水层。

4、细心检查防后患涂刷时一定要细致，涂刷后仔细检查，防水涂层固化后，不应出现起泡、空鼓、皱折、露胎、起皮等。

5、特别注意对于可能会出现轻微震动、移动、裂缝的建筑物、管道、伸缩缝、后浇带防水，宜与美圣雅恒M35高弹防水涂料结合使用。

超强耐水 柔韧抗裂

专业防水尽在MORIENT MORTAR

可涂刷、批刮，施工方便
防水透气，粘结强度高
柔韧性佳，抗开裂





砌筑工程问题频发？ 精细化解决方案请查收！

砌筑砂浆是用于砌筑砖、石块、砌块等各种块状建材的砂浆称之为砌筑砂浆。可用来粘结各种砖，具有低吸水性蒸压灰砖、具有强吸水性的黏土砖和加气轻质混凝土砖。起着粘结构筑砌体、衬垫找平、传递负载的作用，是砌体的重要组成部分。

01 工程应用

如今在禁止现场搅拌的政令下砌筑砂浆作为环保型绿色建筑材料，被市场广泛接受和应用，也深受地方政府推广，具体优点是：

- （1）具有优异的施工和易性及粘结能力。提高施工性，使砌体竖向砌筑灰缝抹浆、挂浆均匀、灰缝浆料饱满、并同增加砂浆与专题的接触面积，保证砌筑砖体的稳定性。
- （2）具有优异的保水性，使砂浆在更佳条件下胶凝的更加密实，干燥砌块基面保证砂浆有效粘结，砌块与砌块之间形成耐久、稳定和牢固的整体结构。亦可用薄浆法砌筑墙体、令墙体同质性更佳，使墙体应力分散均匀，从而大幅度提高墙体整体性和稳定性。
- （3）具有塑性收缩、干缩率低特性，最大限度保证墙体尺寸稳定性。
- （4）胶凝后具有刚中带韧的力学性能。提高墙体抗裂、抗渗及抗应变能力，达到墙体免受水的侵蚀和破坏的目的。

02 常见问题

近几年来，我国的建筑安全生产形势十分严峻，建筑领域事故频频发生。建筑工程，百年大计，建筑质量是企业发展的命脉，是用户生命财产安全的保障。所以建筑施工中，对建筑的质量管理要求特别高，占有十分重要的地位。

砌筑砂浆质量低劣的危害有哪些？

砌筑砂浆的质量低劣，会影响砌砖的操作质量，降低砌体砖缝中砂浆的饱满度，且黏结性能下降，降低砌体的抗压、抗拉以及抗剪强度。从建筑物发生的倒塌事故分析来看，砌筑砂浆的强度等级一般都低于设计规定的强度。

砌筑砂浆配比中常见问题？

- 1.砂浆用砂量不符合设计标准。
- 2.随意添加未经法定检测机构验证的外加剂。
- 3.砌筑砂浆配合比固定不变。
- 4.不重视墙砖保水率。

砌筑砂浆产品质量较差导致砂浆强度不足
批刮不到位造成砌筑浆强度不足
砂浆强度不合格，抹灰起砂掉粉



无论砌筑砂浆是空鼓、脱层、爆灰还是裂缝，归根结底还是砌筑砂浆强度不合格、硬度不足。影响砂浆强度的因素较多。但实验证明，当原材料质量一定时，砂浆的强度主要取决于粘合剂强度等级与用量。

03 加气板砌筑粘结剂

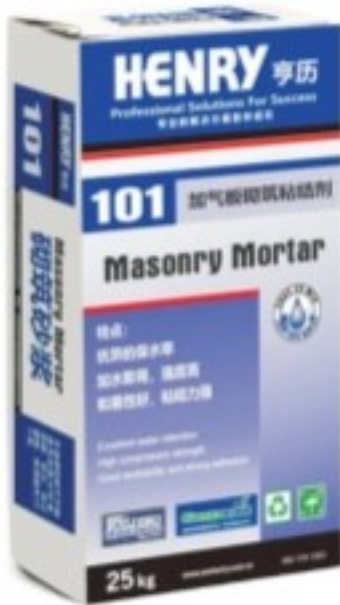
HENRY101加气板砌筑粘结剂

- 优异的保水率
- 加水即用，强度高
- 和易性好，粘结力强

产品是由无机胶凝材料、精细骨料及优质外加剂混合而成。和易性好，粘结力强，收缩率低，具有良好的施工性；优良的保水性，在干燥砌块基面上都能保证砂浆有效粘结；加水即用，质量稳定，施工方便，低耗、质轻。

砌筑专用胶粘剂材料性能指标

HENRY亨历专用砌筑砂浆，提高了砂浆保水性，通过科学的保水率测定，合理设计砂浆配合比、严格规范配制流程，有效控制



水泥用量，全面提升水泥强度，减少水分蒸发速率，使砂浆保水性能更加稳定，降低墙体开裂，保了建设品质。

序 号	项 目	单 位	性能指标	
			M5.0	M7.5
1	外 观	—	均匀一致，无结块	
2	保 水 性	%	≥95	≥95
3	抗压强度（28天）	MPa	5.0~10.0	7.5~12.5
4	泡水抗压强度（21天+1天）	MPa	≥3.5	≥5.0
5	粘结强度（28天）	MPa	≥0.4	≥0.5
6	可操作时间	h	≥1.5	≥2.0
7	晾置时间	min	≥4.0	≥5.0
8	收 缩 值	mm/m	≤1.1	≤1.1



如何运用精神激励法有效激励下属

How to motivate subordinates effectively
with spiritual motivation method

01 关注下属的职业生涯

1、点燃下属的激情，多一份自信。

拿销售来说，它本来就应该是一项充满激情的事业，一个充满激情的销售团队才是有活力的团队。因为有激情，使一切都变为可能。那么作为上司，就有义务用自己的激情点燃下属的激情，建设朝气蓬勃、激情昂扬的团队。只有点燃了下属的激情，我们才能走过一段段艰苦的日子，冲破来自外部环境的一切阻力和障碍，迎来胜利的曙光。上司与下属的激情是互为拉动、互为感染的，下属的激情也使上司不敢懈怠，永葆青春。

销售过程就在于忍受许许多多，然后才能获得成功。所以，每天给自己多一些激情，即使工作的过程有100个困难让我们沮丧，我们也应该有101个方法让自己自信。

2、为下属创造学习机会，创新性开展工作。

销售，还是一个充满挑战的行业，作为销售人员要善于迎接挑战、敢于迎接挑战，必须要创新性地开展工作。而要实现创新性开展工作的目的，那就要求销售人员要不断地学习，不断地进步，用知识来武装自己、充实自己。俗话说：“一花开放不是春，众花开放春满园”，上司在自己不断学习、不断提高的同时，还应该义不容辞地承担起为下属创造学习机会的责任，还要安排各种培训活动提高大家的整体素质。任何一个优秀的团队都是学习型团队，也只有学习型的团队才能不断积累持续发展的动力。作为一个销售团队，需要学习的东西太多太多，而作为梦想崭露头角的营销员，学习的渠道当然也很多，“世上无难事，只怕有心人”，希望总在学习之后等着我们。

另外，上司要多当教练，少当裁判，带领大家一起进步，这是最明智上司的做法。

3、鼓励下属的自主思考力和团队协作精神。

下属是有依赖性的，他们会把责任一层一层往上推，这种“孩子哭抱给娘”的不负责任的做法，势必导致团队执行力的下降。那么，上司就应该鼓励下属的自主思考力和团队协作精神。一方面鼓励大家带着答案提问题，自己的问题自己解决，自己的事情自己办，自己的路自己走。另一方面要正确对待和充分整合下属的建议和意见，让他们有机会参与团队管理，以帮助下属树立正确的价值观和主人翁意识，以提高大家的自主思考力和独立作战的能力。

同时，上司要鼓励团队之间的“小诸葛会”，给大家畅所欲言的机会，提高大家的团队协作精神，督促大家集思广益，取长补短，共同发展，共同进步。

4、根据个性调整工作岗位，做自己适合的工作。

从一定意义上讲，人才是上司培养出来的，人人是人才。一块地不适合种麦子，可以试试种豆子；豆子种不好的话，可以种种瓜果；瓜果也长不好的话，可以种种花生，应该就能成功。因为一块地，总有一粒种子适合它，也终会有属于它的一片收成。这就是说，下属到底能不能成为人才，上司的管理起决定作用。如果上司能够结合团队的实际情况，结合下属的个性，帮助下属在一个适合的岗位上实现自我价值，这样就能够人尽其才，各尽所能，“八仙过海，各显神通”了。不过，晋升的机会是留有准备的人的，而下属如果在团队中确实找不到自己适合的岗位，那就离淘汰不远了。

5、上司的小题大做与大题小做，让下属走正确的路。

在工作中错误是难免的，但是，尽量减少错误是可能的。上司要想方设法让下属走正确的路，做正确的事。在一个团队的日常管理中，下属犯一点小错，出点小问题，象说了一句错话，账簿上差几毛钱等，表面上看起来是小事，但完全有可能形成一种不良习惯。这时候，上司最好从细节抓起，不妨小题大做，以使大家随时警惕，防微杜渐；但如果一旦犯了大错，反而要大题小做，大家都要冷静下来，镇定下来，积极寻求弥补的办法，彼此帮助，克服困难。因为这个时候追究责任是没有任何意义的，只会贻误战机，错上加错。

每个下属都是一块“好钢”，上司的思路就是“模具”。上司帮助下属规划职业生涯，是对下属精神激励法很重要的一部分，下属都有自己奋斗目标，上司的辅助功能就好象“交通规则”，纠正偏离的方向，改变错误的行为，以使下属能更快、更稳地实现自己的理想。





02 关注下属的精神需求和心路历程

1、塑造和谐温馨的家庭氛围。

幸福的家庭基本都是相同的，就是让家庭成员都有归属感和安全感，还要让家庭成员都有责任意识和付出精神，这几种因素应该是相辅相成、互为作用的。那么，这个“家庭”的上司就是家长，他以家长的心胸与魄力努力塑造家庭氛围，把大家的力量攥成一个“拳头”，准确有力地打出去，产生源源不尽的能量，以使大家为实现共同的目标而努力奋斗。

2、理解信任、支持鼓励，做下属坚强的后盾。

下属的意见和建议，对于上司能够做出正确决策是具有相当重要意义的。所以，上司善待下属的意见和建议，尊重他们的想法和方案，这样会创造一种互相理解、互相信任，互相支持、互相鼓励的积极向上的发展氛围。

上司担任这样三种角色：后盾、导航员和阶梯，使大家都能够获得稳定感和成就感，工作开展就没有了后顾之忧，就能够放开手脚，开拓进取，困难也就应该迎刃而解。这样，不但上司的威信提高了，团队的战斗力也得到了加强，业务开展自然水到渠成。

3、科学运用表扬和批评

有个诙谐式短信这样评价“老板”和“经理”：“老板是老板着脸的人，经理是经常不讲理的人。”实际上上司的这种做法从长远来看是不可以的。上司善于运用表扬和批评，把表扬和批评变成一种“工具”，监督和促进下属的发展，对下属的发展有百利而无一害。

严厉有时候是一种更深刻的爱，而批评也可能是最大的财富；如果一个没有培养价值的下属，上司是不愿意拿出时间和精力来批评他的。

但有技巧的鼓励也是精神激励的一种非常好的方式，它必然会将作用放大很多倍。所以在工作中，上司有必要表扬多于批评，鼓励重于谴责，重点培养大家的自觉思考力、自主工作力和自发执行力，让大家在接受批评和表扬的过程中不断成长。

4、爱要讲原则、有责任，制度就是一把尺子。

一个团队要想健康发展，稳步提高，必须要建立一个公平、公开、公正的环境，那么上司的爱就应该讲原则，有责任。这种爱的基础就是制度，也就是大家都必须要遵守的行为准则。也就是说，上司对于下属，要做到支持但不娇惯，帮助但不纵容，用制度来规范约束大家的行为。

团队中矛盾是客观存在的，主要是看对待矛盾的态度和处理问题的方法。

营销公司内部的矛盾主要体现在上司与下属之间的矛盾、财务部门与业务部门之间的矛盾、营销员与营销员之间的矛盾等等，这些矛盾得不到有效的解决，下属心里是不会平衡的，团队是不会和谐的。

所以，制度也是上司运用精神激励的一个很重要的组成部分，“没有规矩，不成方圆”，有了制度，下属

都知道怎么做了，知道应该做什么了，有效制止员工的惰性，激发员工的积极性，结果自然事半功倍。

5、利用下属纪念日机会增进感情。

每个人都有自己非常注重的纪念日，包括生日、结婚纪念日、晋升的日子等重要日期，这对于上司来讲是很好的增进感情的机会。这个时候，上司可以通过电话、短信、电子邮件、QQ、party、礼品等方式，与下属进一步拉近关系，密切友谊。其实下属并不是太在意物质方面上司的付出，而重要的是一种精神的安慰，让下属感觉到被尊重、被关注和被理解。

6、形成营销团队与下属家庭之间的互动，密切联系。

有时候，下属能把家庭里的心情带到工作当中来，也能把工作里的心情带到家庭当中去，这两种心情互相影响，互相干扰。如果今天心情好的话，能对团队和家庭都带来好处；但如果一旦心情糟糕的话，其后果不言而喻。我觉得有很多上司和家属都受到过“心情糟糕”的困扰。怎么办？我们公司采用的方法是通过我们的团队与员工家庭之间的互动活动，电话沟通、面对面交流、娱乐活动等等，大家进一步加强联系，密切心与心的关系，了解对方的信息，把“心情糟糕”消灭在萌芽中，使两个“家庭”能够优势互补，实现共同的和睦与繁荣。

员工是一个团队最大的财富，善待和尊重下属，成为建立和谐团队工作的重中之重。作为上司，如何利用精神激励法调动大家的积极性，这是一种方法，更是一种学问。下属的幸福是建立在上司的爱心和责任心的基础上，上司注重细节管理和过程控制，洞悉下属的心态，调整下属的精神状态，让大家能够“100瓦灯泡发100瓦的光”，那么，这个团队的成功指日可待。

员工是一个团队最大的财富，善待和尊重下属，成为建立和谐团队工作的重中之重。作为上司，如何利用精神激励法调动大家的积极性，这是一种方法，更是一种学问。下属的幸福是建立在上司的爱心和责任心的基础上，上司注重细节管理和过程控制，洞悉下属的心态，调整下属的精神状态，让大家能够“100瓦灯泡发100瓦的光”，那么，这个团队的成功指日可待。





管理者对下属

非物质激励的21种武器

管理的本质是教育，教育的本质是全面成长，家长在教育子女时，不单单要关心学习成绩、形体容貌、言行举止、工作收入等外在标签，更应关心的是人格塑造、心形磨砺、性格养成，习惯坚持、幸福感知等长久的内在成长。所以企业日常管理中，也要关心员工的全面成长，并给予员工的全面认可和回报，全面回报，不单单包括薪酬的回报，能力的回报，更多的是目标和发展的牵引，使命的感召，文化的吸引和凝聚，甚至心流和能量的成长。

过去，工作是机会，是唯一，是生存的根本；现在工作是平台，释放价值还要靠个体。员工对于工作的要求变了，期望高素质的同事、良好的工作环境、获得新体验和新挑战的机会。更加关注发展的前景，稳定的提升速率和组织层面的认可。这些都对管理者如何使用激励工具提出了更高的要求。

还好，双因素理论中，工作富有成就感、工作本身带有挑战性、工作的成绩能够得到社会的认可，职务上的责任感和职业上的发展与成长，都可以是重要的激励因素，这些因素的满足，能够极大地调动员工的积极性。随着知识型员工的崛起，越来越多企业开始探索精神层面的认可激励，通过研究，我们总结了7大类21种非经济性激励因素，希望能够在日常工作中，为各位管理者提供一些实践价值。

Part 01 目标：最容易被忽略的激励要素

多数管理者习惯了上传下达和上行下效，以至于忽略掉了目标参与的重要激励作用。目标本身就有激励作用，当员工参与目标制定的过程中时，整个目标也就是变成了员工自身的目标，并将自己的行为结果与既定的目标相对照，及时进行调整和修正，从而实现目标，而目标本身的实现，就变成了最大的激励要素。

1、生涯目标：相信梦的力量

榜样的力量是无穷的，用成功的故事激励员工的斗志，可以点燃员工心中的梦。创业型企业吸引和激励人才，靠的就是梦想，没有马云“让天下没有难做的生意”的使命，就无法聚齐18罗汉；没有任正非通讯行业“三分天下有其一”的畅想，就不会吸引郑宝用、郭平等技术牛人的加盟；雷军在创立小米初期吸引合伙人时，讲过“我比你们有钱吧？想挣钱，就跟我一起干吧！”于是几个人喝了一碗小米粥，干出了一家世界500强。

成熟型企业依然如此，企业内部的明星人才，他们的成功现状和发展轨迹，都会激励一波波的后来者拼搏奋斗，阿里巴巴的蒋凡，腾讯的张小龙，这些明星人物，激励着一批批员工，这就是榜样的力量，这就是梦的力量。

2、年度目标：实现就有成就感

让员工自己制定年度业务计划，在执行自己的计划中找到成就感。当员工参与年度目标的时候，员工可以提出自己的设想，工作的方式，可能遇到的困难和需要的资源和支持。一旦员工认同年度业务计划，就会上升为非工作因素之外的个人目标，愿意为实现目标而投入精力。当目标实现时，员工的自我成就感就会形成，甚至出现巅峰体验，这种强生理和心理效用的激励效果，是任何物质激励都无法实现的。

3、临时目标：激发参与感和投入度

将重要项目交由一个临时团队实施，目标导向的自我管理团队可以激发创新意识。社会心理学家拉塔尼和达利（1970）发现当有其他的旁观者在场时，会显著的降低人们介入紧急情况的可能性，这就是旁观者效应（责任分散效应）。企业中也一样，多个团队承载多项任务时，最终结果是所有人都对结果不负责任。

在企业实践中，如果是单个个体或团队被要求单独完成任务，责任感就会很强，会作出积极的反应。但如果是要求多者共同完成任务，责任感就会很弱，面对困难或遇到责任往往会退缩。而责任感，也是激发员工参与感和投入度的重要因素，所以临时目标，指定团队，专人负责的工作安排，不仅仅有利于完成工作任务，同时也有利于激励员工。



Part 02 竞争：压力也是动力源泉

4、生存竞争：“求生欲”是最强的欲望

动态评估、末尾淘汰，让员工明白在组织内生存的挑战。

马斯洛的需求层次理论的第一层就是生存需求，企业中的动态评估、末尾淘汰机制，都会危及员工在组织内的“生存感”，在多种心理学研究中，都发现“失去”的负向激励效果比“得到”的正向激励效果要强的多，所以无论是GE的“活力曲线”，还是华为的“干部淘汰10%”，其本质上都属于负向激励的做法。

但是，过度的夸大“生存危机”，也会造成员工层面的“破罐子破摔”，反而失去了激励意义。比如稳态发展企业就不适合半年度做绩效大排名，每次淘汰5%的激进方式，这种做法，只会让员工“惶惶不可终日”，反而失去了继续做好工作的动力。

5、新陈代谢：内部动能转换也会带来动力

生命的意义在于进化，企业作为一个生命组织，能量会从高能区域向低能区域蔓延，这个过程就会产生动能。但在熵的理论中，能量最后都会归于死寂，最后失去生命特征。企业也一样，要通过内部机制的构建，打开组织之熵，以绩效为标准，能上能下，能左能右，能进能出，通过完成目标的紧迫感与责任感，不断激励激发优秀员工，淘汰滞后员工。

所以，公平公正的绩效管理体系在企业中，不单单可以作为优秀员工的正向激励手段，也可以作为滞后员

工的负向激励手段。可惜多数企业，忽略了绩效评价的价值，单纯的把绩效管理变成绩效考核，把结果考核变成了动作考核，失去了考核的价值和意义。

6、分组竞争：游戏化激发“求胜欲”

没有人不希望“胜利”，所有人都有“赢的冲动”，分组竞争，是典型的游戏化场景的应用。

所以在企业实践中，可以分成若干小组，内部PK，形成对比，让团队成员在攀比中提升，这种过程，远远比获胜后的物质奖励，更有激励性。

比如零售门店的“销售大比拼”，分品类，分时段，分规则，以游戏化的形式进行分组对抗，不仅仅可以提高参与感和娱乐感，更能实现成就感。

7、破除垄断：懈怠是员工动力的天敌

前文讲过，竞争是有效的激励措施，但是很多企业由于流程和壁垒，造成“温差效应”，客户需求到企业感知端产生温差；市场前端到交付中端产生温差；交付中端到资源后端产生温差，最后客户需求无法满足，企业内部难以协同，员工工作没有价值和动力。

破除垄断，旨在破除组织内部壁垒，让市场温度直接传到至所有员工，每个人都能直接感受外部市场竞争的压力，充分的调动积极性和热情。成熟型企业尤其需要关注“懈怠”，当取得一定成就时，人性难免懈怠，不思进取，封闭，自我为是，如果没有破除垄断，破除壁垒，最终会使所有人走向衰败。

Part 03 危机：惶者生存

8、危机教育：保持对外界刺激的敏感性

企业发展到一定阶段，企业和员工都会陷入“中年危机”，失去对外界刺激的敏感性，进退维谷。向上，受经验曲线限制，需要付出加倍的努力，但是回报充满不确定性；不变，维系小额度付出，回报不变，激励效果边际递减，现实中就会小步后退，最终掉队；向下，

无需付出，但是试错成本极高，很有可能一蹶不振，再无出头之日。

破除“中年危机”的最好方式就是防患未然，不断灌输危机意识，生于忧患死于安乐。让企业和员工不敢停下来，不能停下来，最后突破“危机”，让付出成为一种习惯，根本不想停下来。



Part 04 沟通：打开心与心的距离

9、方便沟通：随时让员工感受到自我价值

信息也是一种价值，企业要建立内部信息流的管理机制，不单单是自上而下的信息流动，更应该是自下而上的信息流动。通过非正式会议、邮件、APP、网络社区等多种渠道，建立与员工的沟通渠道，让员工能够发声，能够吐槽，能够抒发胸襟。

华为就有自己的心声社区，BAT也有对应的在线论坛，当为员工建立起沟通的渠道时，员工就会感受到自己受重视，就会感到到存在价值，会极大的增强组织归属感和凝聚力。

很多企业的管理者，总担心听到刺耳的声音，所以极少也不敢关注员工的心声，殊不知，封闭是不自信的表现，自信的人敢于直面风声雨声。所以企业管理者要真正“打开心扉”，建立与员工及时沟通的桥梁。

10、反向沟通：反馈比计划更有价值

在绩效管理过程中，企业管理者关注考核远远大过绩效反馈。实际情况却是，反馈的价值要远远大于考

核。考核只是针对过去结果的判定，反馈才能总结经验教训，便于下一步的绩效提升。

所以，日常管理一定要重视反向沟通，在员工犯错时，在员工需要时，及时给予反馈，给予帮助和指导，让员工自觉反思，主动改善，最终提升工作产出。而持续不断的进步，也会形成强化，不断刺激员工投入更多的精力在工作的持续改进上，何乐不为？

11、积极沟通：主动比被动更有激励性

主动性的沟通才叫沟通，被动性的沟通只是信息传递。由于传统文化因素的影响，国内多数管理者不擅长与员工建立沟通纽带，大多是当员工犯错误的时候给予一定的指导和帮助，仅仅这些是不够的。

要想激励员工，就要消除日常不管不顾的方式，不是只在员工犯错误时保持沟通，而是建立实时的沟通机制，积极的走出去，主动与员工沟通，消除员工被管理的心理障碍，让员工产生组织自我认同，在被尊重的状态中感受到激励性。

Part 05 兴趣：兴趣是最好的吸引力

爱好可以激发员工的投入度、兴奋感和成就感。一般而言，爱好并不容易形成事业，不过管理者可以在工作设计环节，代入员工的爱好，让兴趣成为最好的吸引力和工作动力。

12、留有余地：新鲜感可以有效消除职业倦怠

西蒙在《管理行为》一书中提到了“职业倦怠”，并指出无论任何时代，何种工作，从业时间久了，都会产生职业倦怠，这是由于长期重复单一性工作导致的。所以企业要消除员工职业倦怠，就要允许和鼓励员工做一些常规程序外的尝试，通过非常规的尝试，产生新想法和新创意。

而新想法和新创意又可以给员工带来新鲜感，刺激员工猎奇和追求个性的心理，带来极大的心理满足感。曾经服务过航天企业，访谈其中的技术专家，面对外部诱惑是如何做到“板凳十年冷”的问题时，专家提到“只有航天企业的国家平台，才能投入大资金采购顶尖的实验设备和仪器，这些顶级设备和仪器，是自己一直不离职的重要原因”。

同样的，企业要构建专业通道，让那些适合做专家的技术人才，同时还要配置资源，真正的搭建适合的平台，鼓励不断沿着技术的道路探索和研究。

13、自选领地：做自己想做的事情也是激励要素

给予一定的费用支持员工自主创新，员工对自己选择的工作才真正感兴趣，谷歌的20%时间案例；

物质方便的便利，丰厚的薪酬，优质的食堂和健身

房，齐全的保险，体制完善的人文关怀，这些物质条件确实解决了员工的后顾之忧，但是，如何更有效的激发知识型员工呢？笔者建议给予一定的费用和时间，支持员工自主创新，员工才会对自己选择的工作真正感兴趣。自选领地的做法，为企业中最聪明、最不安定和最持久的员工提供了一个渠道，让他们真正的实现了自己的理想和价值。

14、简化程序：稳定的预期也是有效的激励因素

当员工能够明确把握自己的工作节奏时，对于可能出现的风险和问题了解时，就会增强对于工作的热情，而且有利于工作目标的实现。

但是企业中过长的流程和审批时间，逐渐消磨了员工的热情，所以要激励员工，在工作设计时，要减少和简化各类审批的程序和时间，提高通过审批和流程的期望值，提升工作热情。

15、参与决策：我的地盘我做主

很多管理者在鼓励员工996的时候，都会讲“企业是你家”，而员工对于企业提出合理化建议时，却换了一副嘴脸“你以为企业是你家啊？”这种做法会极大的伤害员工的工作卷入，导致组织离心力的增加，甚至导致员工搭便车，混日子。

要想真正激发员工的主体责任和主人翁意识，企业要建立员工建议系统，参与到公司决策，通过工作卷入，让员工发自内心的参与到企业的日常经营与管理中，提升责任感和工作成就感。

Part 06 空间：成长是最好的牵引力

管理的本质是教育，教育的本质是成长，所以企业有发展空间，员工的自我能力能得到提升，也是有效的激励手段和方式。

16、明确通道：规则导向下的成长

很多企业还是传统的金字塔式的成长通道，没有管理职务就没有一切，“千军万马过独木桥”诚然有利于选拔优秀人才，但落选的员工，由于得不到合理安排，有可能因此而离开企业。

激励员工，要建立明确的可预期的晋升通道，M序列之外，要加设P序列和T序列，通过Y/H等通道的设计，让员工未来的发展多种多样，工作多姿多彩，在组织的平台上，产生进军未来发展空间的驱动力。

17、岗位轮换：工作选择多样性是发现兴趣的最好方式

多数员工就业选择的方向都是学校学习的专业，但是人力资源专业的学生就一定擅长HR岗位么？专业知识和技能仅仅只解决了表象的日常操作性的问题，素质、

潜能和价值观才决定了职业的高度。

员工如何寻找最喜欢、最适合、最有发展前途的职业方向？靠的就是企业内部的岗位轮换，通过内部轮岗机制，让员工在不同的岗位之间转换，在变动中谋求下一步的职业发展。

18、培训机会：能力提升是有效的激励方式

从人力资源上升到人力资本，靠的就是知本的力量。所以智力资本的保值增值也对员工有着极强的激励作用。

企业构建全方位多层次的培训机会，通过企业大学构建管理知识、专业方面的课程体系；通过轮岗，提升多类型岗位工作经历和综合能力；通过行动学习提升解决问题和应对突发情况的能力，通过导师制，培养领导能力。

当然，培训只是解决了能力提升的问题，员工的长期激励还是要靠机会牵引，否则，没有机会的培养，最后只会沦为人才职业的跳板。成为“黄埔军校”，其实并不是企业值得骄傲的事情。

Part 07 赏识：爱出者爱返，相信爱的力量

像教育一样，没有“爱”的教育，就像没有灵魂的提线木偶。管理也一样，没有关爱，再温暖的管理措施也掩盖不住势利的内核。

爱出者爱返，管理者要具备一颗成人达己的真心，再粗糙的手段，都会放出爱的光芒。

19、亲情回馈：用心关爱员工

未来的客户要场景化、体验感和拟人化，人才客户也一样。企业用心关爱员工，可以设置一些带有情感的小礼物或纪念品，以肯定员工成绩，让员工感受被认可，被关注，产生组织归属感。

阿里巴巴的年陈，就采取这种激励方式，“一年香、三年醇、五年陈”，针对入职五年的员工，会有针对性的戒指，刻上每个人的名字，送给员工。京东、腾讯的各类公仔，也在传递同样的关爱。

20、及时表扬：不要吝啬奖励

认可是及时承认员工对组织的价值贡献及工作努力，并及时对员工的努力与贡献给予特别关注、认可或奖励，从而激励员工开发潜能，创造高绩效。

自己对组织的价值得到承认且被人赏识，是员工内在的一种心理需要。《杰克·韦尔奇自传》一书中提及1998年韦尔奇对杰夫写的便条：“我非常赏识你一年来的工作……你准确的表达能力以及学习和付出精神非常出众，需要我扮演什么角色都可以——无论什么事，给我打电话就行”。

管理者一定要关注员工的工作，找到好的立即表扬，给予员工受重视受肯定的成就感。即时激励和认可。点赞，打赏。

21、给予名誉：站在舞台中央的激励效果是最强的

荣誉体系的建立和开展，是一种有效的激励手段，主要是把员工的工作成绩、公司贡献、模范事迹等以一定的形式或名义标定下来，进行表扬、奖励、经验介绍等。荣誉可以成为不断鞭策荣誉获得者保持和发扬成绩的力量，还可以对其他人产生感召力，激发比、学、赶、超的动力，从而产生较好的激励效果。

华为的荣誉奖项包括蓝血十杰奖、杰出贡献奖、金牌员工奖、金牌团队奖、史今班长与劳模奖等金牌奖、天道酬勤奖、零起飞奖、明日之星以及优秀家属奖，它们主要导向员工内在的自我激励。

当然，这7大类21种非物质激励措施，不是所有的企业和管理者都适用，还是要针对自己的业务和管理场景，选择适宜的激励手段。不过，无论何种激励手段，都需要管理者的真心投入，用心关爱。还是那句话“心有善念，善言善行”，即使一时无法克服个人管理偏见，作为管理者，也要向着正确的方向努力，真正的让员工感受到爱与认可，解放思想，激活组织，激发人才正能量。

以上，不单单希望各位管理者能够转变思维，激活人才，同时也希望自己成为更优秀的管理者。



TonyFruit越南绿色城市办公室

©图/文：建筑师：TAA Design

Tony Fruit 办公室在建筑占比高的胡志明市四区。大多数已建成建筑是商业中心和办公总部。宗地位于T字路口，面向公共公园和广场，视野开阔。但是，两个主要的建筑立面从日出到日落受到直接日照，造成室内过热的问题。

通透的立体几何创造了遮阳空间，同时保留了宝贵的从建筑物内望向外部城市景观的视野。

另一方面，建筑体块的退让可以让室外绿植作为天然表皮，遮蔽暴露在日光下的立面。



每个办公空间被建筑周围的植物环绕，从室内能够看见绿色开阔的表面。每一层都有连续的绿色空间系统，在不同楼层都可以看见，这提升了愉悦的空间体验。

木条系统排列形成立方体，有效遮挡了照进建筑物的阳光。同时，退后的玻璃接收并反射阳光，在建筑维护上减少制冷和照明的花费。

在像越南胡志明市这样的热带城市，绿色通透的体块是一个可行的方案以提升城市中的工作空间环境。



品 牌 微 信

美圣雅恒 总第56期季刊

Hubei MeiSheng YaHeng New Material Technology Co.,LTD

☎ 400-878-0800 | www.msyh.com.cn