

今年新增供热957万平方米,新建管网60公里 荥阳首次纳入郑州集中供暖

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 张华 通讯员 武亚杰)昨日,记者从郑州热力集团获悉,《2022~2023采暖期供热调度方案》9月10日已印发,标志着今冬明春供热保障工作全面展开。今年预计总供热面积近1.2亿平方米,规模稳居全国供热企业前列。

今年预计新增供热957万平方米

2022年,我市集中供热入网总面积将超2亿平方米,预计新增供热面积957万平方米,总供热面积近1.2亿平方米,供热规模稳居全国供热企业前列。其中,荥阳区域首次纳

今年计划新建管网60公里

市政管网建设工程是今冬供热保障的关键。今年郑州热力集团全力推进新建供热管网进度,计划新建管网60公里,力争打通我市东南部、西部输热第二路由。

2019~2021年,郑州热力集团累计完成536条路段、120.99公里(包括一次网和一次支网)老旧管网改造,极大地消除了管网隐患,提升了管网运行安全性。今年郑州热力对

入集中供热范围。

与此同时,今冬热源形势严峻,在没有新建热源项目的情况下,热源供需矛盾凸显,热源紧张局势加剧。在此背景下,郑州热力集团统筹多热

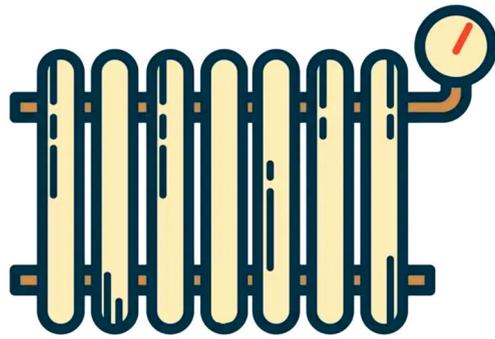
全市老旧管网再排查,对隐患管网应改尽改,先后完成经三路、大学路、兴华街、防疫路等老旧管网的改造更换。

多年来,郑州热力集团坚持在非采暖期对全市供热管网实施满水保养和定期冷态运行,提前暴露和处理管网漏点,做到“冬病夏治”,使管网保持良好状态。今年已进行5次管网冷运,处理管网漏点44处。

源配置及“一城一网”布局,结合用户热负荷及关键路段管网建设情况,以尽可能降低管网运行压力、提高热源配置经济性为原则,科学编制出符合我市供热需求的调度方案。

按照供热方案安排,郑州热力集团预计在10月下旬完成各项供热准备工作,供热系统具备运行条件。11月1日全市管网启动冷态运行,11月7日热源陆续投加热,管网开始升温,确保11月15日用户室温达标。

今冬豫一路及紫辰路、渠南路等重点管网工程时间紧、任务重,给今冬热源保障带来一定不确定性,目前正在积极协调推进。



暖气报装在线办理 验收1天半就能搞定

目前,集中供热进入报装、并网验收的旺季,用户在郑州热力官方微信公众号就可“一站式”办理报前辅导、在线报装、用户提资和报装查询四个环节。全程报装不见面即可办理,需要存档的用户还能享受到资料免费邮寄的服务。

此外,郑州热力还推出差别化设计辅导,指导用户按照设计图纸和相关规范进行施工,避免施工过程中出现不必要的错误。

报装系统进一步精简验收手续,优化开通环节,将办理时限压减30%,验收时限由原来的2个工作日压减至1.5个工作日。

目前,项目设计图纸设计辅导、现场辅导联系单、验收申请均可通过“郑州热力”微信公众号实现,设计辅导意见、现场辅导意见、验收整改意见也可通过微信公众号报装系统下载电子版文件。

因时而衣,高端新国货品牌劲霸男装闪耀中国国际时装周



劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明与模特合影

伴随着消费市场主力军的年轻化,消费群体的审美偏向也在影响着整个市场,他们身上焕发的文化自信,也引领出国货自信。在这样的时代大背景下,劲霸男装作为高端新国货品牌,长期践行东方美学,洞悉当代男性意识形态与多元审美,以新色彩、新廓形、新材质、新风格“四新”产品,满足中国男性在商务休闲等多元场景下年轻态、时尚感、艺术人文化、具精神内涵的新时代着装需求。

2021年9月,劲霸男装于中国长城发布“高端新国货”战略,自信发声“中国茄克 劲霸制造”。今年作为该战略落地的第一年,在“劲三代”劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明的总体设计构想下,2022年9月4日至12日,劲霸男装于首都北京,SS23中国国际时装周期间,铺陈“茄克·天地间”,五大系列动作,以茄克品类专场秀为核心,首度纷呈四季意象的全品类茄克秀款,并融合沉浸式数字艺术展、生活方式新零售空间、行业主题论坛、品牌自有IP首发等多元形态呈现品牌的创新与尝试,劲霸男装在“高端新国货”战略下试图多视角与行业、国人一道探寻东方美学哲思与发展思考。

在2022劲霸男装茄克品类专场秀上,品牌融天地达观,从醇厚中国传统文化基底出发,合四时流转、相生万象之灵感,探索人与人、人与物、人与自然三者形态系统的共生关系。集结四季意象全品类茄克78套秀款,以劲霸男装为主体,辅以旗下高端系列KB HONG及童版秀款MINI HONG娓娓道来“因时而衣”的东方四季着装美学。

以衣为品,着四季茄克,行于天地间。大秀以暗涌着生机的冬季开场,走过雅致活力的春季,轻盈盛放的夏季,以丰收沉淀

的秋季结尾。四季变迁,亦如一个国货品牌从播种、灌溉、发芽,直至丰收的过程。秀款以中国色暗合四季变化,在四时中铺陈应季的考究面料及品牌原创花型。冬季,蓄藏万物,硬朗廓形和温暖羊绒对冲演绎中国当代男性的刚与柔。春季,天开物苏,渐叙中国茄克万象更新的蓬勃姿态。夏季,自由热烈,刺桐花与白玉兰落在肌理丰富、光泽莹润的材质上,桑蚕丝、丝棉混纺、麻、欧根纱层递交叠,突破约束的中性浪漫。秋季,万物丰收,全新蜕变的品牌KB老花与麦浪纹交织呈现,精仿毛呢、粗精仿羊毛对应丰收时节的醇厚,现代设计与复古穿搭,在东方美学的土壤中亲近本源,孕育万象。

借由中国国际时装周平台,劲霸男装发起关于“构建东方美学体系下的中国男装可持续价值生态”主题论坛,给予中国男装行业未来可持续发展的一些思考和启示。

相信中国时尚和劲霸男装在不久的将来,可以将东方文化内涵和生活美学融汇当代生活方式,用产品和设计说话,以更加充沛的文化自信走出自己专属的价值型、体系化的可持续发展道路,和世界对话,引领市场,携手国人共同书写高端新国货生生不息的无限可能。

2000年劲霸男装正式进入批发转零



售的品牌发展阶段,为品牌终端渠道的建设书写了崭新的一页。于2004年与河南郑州结缘开设了郑州首家品牌专卖店,迄今已在河南省拥有近110家门店,收获消费者满满的正向口碑,成为当地消费者的

着装美学管家。借由本次中国国际时装周的平台,劲霸男装不断探索与消费者的情感链接与深度沟通方式,表达一路相伴的感激之余也希望消费者能参与到品牌的未来发展里。