

# 深挖行业富矿 铝型材企业加码新市场



■本报记者 苏清彬 文/图

开年第一个月,房地产市场交出了首份成绩单。近日,多家机构发布2022年1月市场数据报告,楼市延续去年的低迷行情,购房者观望情绪浓重。作为与房地产息息相关的铝型材企业,也在思考未来发展之路。近日,记者走访闽发铝业、固美金属发现,两家龙头企业早已提前布局,在建筑铝型材的基础上,拓展工业铝型材新市场,将产品应用于新能源汽车、光伏发电等领域。

## 加大新能源汽车铝型材布局

铝型材以其比重小、易加工、机械强度等特点,广泛应用于建筑物的门窗、幕墙等产品上。而经过粉末涂装的铝型材除具有较高的耐蚀性外,还具有色彩多样化、表面质感好等诸多优点。随着材料工业轻量化发展时代的到来,工业铝制品在交通运输、电力设备、机械设备、航空航天、基础设施建设等领域应用不断得到推广,需求呈快速增长趋势,为铝加工行业转型发展、创新发展提供更广阔的空间。

闽发铝业走在了创新发展的前列。2月15日,闽发铝业位于南安东田的生产中心车间内,一块块经过转塔冲床设备加工后的铝型材,还将进入折弯、抛光、水洗、喷漆等多道工序。这些产品不久将运往泉州一家铝材深加工企业,经表面处理等工艺之后,再供给万亿企业——宁德时代。

“我们与泉州这家合作了10多年,深加工后做成新能源汽车支架、电池包等产品,相当于间接供货给宁德时代。”闽发铝业董事会秘书、副总经理傅孙明告诉记者,全铝汽车即将到来,而它的发展离不开铝型材的应用。

所谓的全铝车身,并不是指汽车的全身都是纯铝制成,而是指主要结构件



固美金属铝型材厂,工人正在倾运产品。

由铝型材打造,其他部分的零件可以由非铝材料完成。傅孙明解释道,将铝型材用于汽车上,利用材料的高强度和轻质量,以达到汽车轻量化的效果,全铝车身的很多车型都是通过大量使用铝型材为主要结构件,来实现汽车轻量化。

但工业铝型材对于合金成分、尺寸精度、机械性能和表面质量等都有更严格要求,与民用建筑铝型材相比,要求更高,利润空间也更大。为此,闽发铝业在深耕建筑铝型材的同时,将工业型材市场的拓展作为生产和营销工作的另一发力点。

“公司专门成立事业部进行新能源汽车铝型材业务拓展,2019年还获得汽车行业质量管理体系IATF16949:2016认证证书。接下来也会继续加大新能源汽车铝型材业务的布局,目前公司新能源汽车铝型材供应量随着市场的需求逐步提升。”傅孙明介绍。

闽发铝业在新能源汽车铝型材业务动作不断。1月17日,闽发铝业发布公告称,公司与亿维汽车签署战略合作框架协议,双方就先进的车用铝材加工技术、车身轻量化等前沿技术研发以及

## 太阳能发电带动光伏支架销量

工业铝型材用途很多,可用来制作一些设备框架、机架机罩、流水线工作台、车间安全围栏等,其实工业铝型材也可以用来制作光伏支架。南安另一家铝型材企业固美金属,就将触角伸向了这一细分领域。“搬材料要像搬鸡蛋一样小心。”15日,当记者走进铝材厂生产车间时,正在装货的仓库旁,这句话格外醒目。

“我们初七就开工了,目前东田厂区230多名员工已全部到岗。今年计划继续扩大产能,打算将人员增至250多人。”固美金属总工程师蔡宗伟告诉记者。16日下午,固美集团2022年度工作部署动员大会在铝材厂召开。会上,各部门、子公司负责人纷纷上台,总结了2021年度工作,并部署了2022年重点工作计划。

“随着设备的正常运行,公司有序接单。除建筑用铝型材,工业铝型材订单也在增加。”蔡宗伟向记者透露,特别是

光伏支架占比越来越大,每天都在供货。

以铝型材起家的固美集团早年也跨界进军光伏产业,成立金固美能源公司,提供光伏系统一站式解决方案。目前,固美的光伏发电已经走出国门。除了中国,还将项目带到日本、泰国、菲律宾、澳大利亚、美国、中东、南美洲等,为企业提供了创收和增长空间。去年,金固美能源公司与欧洲能源公司正式签署5500万欧元合作项目,提供包括光伏整体系统解决方案,拟于2年3期完成交货。

蔡宗伟介绍,光伏支架是太阳能光伏发电系统中为了支撑、固定、转动光伏组件而设计安装的特殊设备,是光伏发电系统中不可或缺的重要组成部分,属于国家加快培育和发展的七大战略性新兴产业中的新能源产业。

无独有偶,闽发铝业同样看中这一细分板块,并开发了光伏支架和边框铝型材,为省内外客户提供相关配套产品。“客户的需求,就是我们最大的需求。眼睛要紧盯客户,紧盯市场。”在傅孙明看来,随着新能源特别是光伏发电利好政策的加码,势必会带动光伏支架市场。



## 石井人陈进川投3.9亿元建陆港中心

本报讯 (记者 蔡静琦) 日前,南安石井人陈进川创立的重庆进川石材(集团)有限公司与麻城市政府签约进川陆港中心项目。

据了解,该项目总占地300—500亩,包括石材仓储物流、综合办公楼、驾驶员培训基地、加油站及服务区、停车场、维修场地等,计划总投资3.9亿元,两年后交付使用。

进川集团董事长陈进川表示,该项目的投入使用,预计可新增“公转铁、公转水、散装箱”石材产品运量100万吨以上,初步为石材行业发展提供多式联运高效支撑,并能带动石材产业园、工业园的大宗工业原材料、成品高效运输服务,提升石材行业集疏运水平能力,预计项目建成后可增加税收1200万元,带动就业2000余人。

与此同时,项目每年还可以为周边地区培训机动车驾驶员和特种设备操作员约2000人次,维修保养各式货运车辆约1万辆次,也将为麻城环境治理、治超治限、道路养护、缓解交通堵塞、降低道路安全风险带来明显成效,为麻城经济产业高质量发展提供强有力的支撑。

此外,作为南安人,陈进川也一直希望落叶归根,他希望把“公转铁、公转水、散装箱”的模式复制到南安,解决大宗物品运输难题,促进南安产业高质量发展。

## 年可处理工业危废1万吨 泉工一生产线发往华东

本报讯 (记者 李杨瑜) 近日,泉工股份策尼特ZN1200S带离线码垛机简易生产线发往华东地区。据泉工股份市场部相关负责人介绍,该客户是一家专业从事环保新型材料生产的企业,此次购买设备将用于工业危废处理,最终实现墙体砖、标砖的生产,年可处理工业危废1万吨。

“该客户经过实地对设备质量的考察、对设备供应商资质审核以及对危废掺入种类、掺入比值的综合考量,最终选择与我们进行项目合作。”该负责人说道。

据介绍,该生产线采用精准的伺服控制系统,通过信号反馈,控制振动的相位和速度,同步性高;高速待机,高频运行,可缩短成型周期1.5秒,效率高;伺服控制器为书本型单轴电机模块,驱动器采用共直流母线连接方式(再生能源可加以利用和回收),可降低能耗15%;制动效果更佳。

随着《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》国务院办公厅关于印发强化危险废物监管和利用处置能力改革实施方案等法律法规的贯彻落实,危废生产企业迎来了历史性发展机遇的同时,也面临着前所未有的挑战,积极有效利用新技术,对危废进行无害化处置与资源化利用,走绿色循环可持续发展道路成了企业发展的必由之路。此次泉工股份与该客户企业的强强联合,将为华东地区危废处置持续发力,为建设美丽华东贡献出自己的力量。

## 两家南企国家技术中心通过评级

本报讯 (记者 苏清彬) 2月15日,国家发改委官网发布了《关于印发国家企业技术中心2021年评价结果的通知》,披露了对国家企业技术中心的评价结果。其中,九牧厨卫、闽发铝业拥有的国家企业技术中心,均被评为“良好”。

据悉,国家企业技术中心是由国家发展改革委、科技部、财政部、海关总署、税务总局五部委联合授予的目前国内规格最高、影响力最大的技术创新平台之一。国家根据创新驱动发展要求和经济结构调整需要,对创新能力强、创新机制好、引领示范作用大、符合条件的企业技术中心予以认定,并给予政策支持,鼓励引导行业骨干企业带动产业技术进步和创新能力提高。

国家企业技术中心的评价内容主要包括创新经费、创新人才、技术积累、创新平台、技术产出、创新效益等方面。根据相关管理办法,原则上海每两年组织一次国家企业技术中心运行评价,得分90分及以上为“优秀”;得分在65分至90分(不含90分)之间为“良好”;得分在60分至65分(不含65分)之间为“基本合格”;得分低于60分为“不合格”。被评为“基本合格”的国家企业技术中心,将被提出警告并督促整改,被评价“不合格”的国家企业技术中心及分中心,则将被撤销资格。

# 肖振荣:把上海橱窗文化带到水头



去,一眼就被这个平台吸引住。不仅如此,他还大方地舍弃架子位空间,把大板直接铺在地上,让客户亲身体验踩着的感觉。

“一个架子位少则140元,多则220元,相信很多商家,恨不得在租的场地里,能多放几扎板。而我更希望,把产品的美感无限地展示出来,打动采购商才是最重要的。”肖振荣表示,可能是因为过去在上海的缘故,他觉得好的产品密密麻麻摆在一起,是很难发现它的闪光点。而上海各大商圈,有品牌的商品,往往空间大、简单、产品少。如此一来,不仅能够凸显产品的美感,也让消费者更容易选择。

他举例港裕在金明石材城的点,虽然有3000平方米,但因舍弃空间换体验的缘故,至少减少了400个架子位。但这种陈设的效果显著,不仅让巴西鱼肚灰有了奢石的身价,销量也是节节升。

## 投建工厂 增加竞争筹码

在扩大卖场的同时,肖振荣也一直在帮港裕集团物色地块,建设港裕福建总部。功夫不负有心人,去年港裕集团终于敲定选址,在水头福山工业区买下了40多亩的工业用地。

肖振荣说,该地块2022年年初已开始动工,将建设办公大楼、产品应用展厅、加工厂,预计年底就能全部完工。“之所以如此着急敲定这个事情,主要是因为这两年港裕的业务量上升快,在其他加工厂的加工费,远超过给自己建一个加工厂的费用。”他认为,有自己的加工厂和办公楼,不仅能展现企业实力,更能作为固定资产,为企业未来发展带来更充沛的动力。

此外,肖振荣补充道,现在石材行业竞争越来越大,有时候可能因为一平方米相差一块钱,就会错失一个客户。所以他希望,拥有自己的加工厂,实时监控产品生产过程,提高出材率,增加竞争筹码。

## 孤注一掷 豪置三个卖场

决策前卫,执行力强。作为“90后”,肖振荣在市场的推进上表现出了“杀伐果决”的气质。在他看来,一个上海品牌,要想在水头迅速打响名气,最快的方式就是筛选流量市场,多点齐发,一气呵成。

“热门市场的人流量大,有流量,好产品自然不愁卖。”肖振荣说,溪石国际石材展销中心是港裕进驻水头第一站,也是他布局福山版块的重要一环。很快地,他又瞄准了第二个卖场,位于福山和滨海之间的东升石材城。这两个市场的租金,在水头市场都算是位于顶端的,且竞争加入者依然很多。所以,拿到两个数百平方米的空间位置,在他看来还是太小,没法很好地凸显港裕。

2021年上半年,得知金明石材城在建的消息,他第一时间找到金明石材城招商总监,一口气拿下了主通道3000平方米的位置,并租下了市场外

立面最显眼的两个广告位。至此,不到3年时间,他就在福山、滨海这两大石材商圈内,布下了至关重要的三个点。

在肖振荣看来,水头之所以能够吸引全世界的买家,很重要的一个原因就是品种多,淘汰速度也快。所以一个新品种想在万千之中脱颖而出,没有特别的方式,很可能没半年时间,就会被市场抛弃。

事实证明,他的做法是对的。进驻水头3年,港裕不仅做到了高端灰板现货最多,还把巴西鱼肚灰这个灰色品种打造成了像奢石一样的宝藏产品。

## 专注灰色 将灰石当奢石

除了多点布局以外,肖振荣还有一个很高超的打法就是做爆品。不管走到哪里,说起港裕,就立马联想到巴西鱼肚灰。肖振荣坦言,当时之所以选定这个品种,第一个原因就是市场流行灰

色,还有源头可控、品质可控。

“水头其实不乏好产品,但总有很多产品不到半年,就从市场上消失。”肖振荣说,很关键的原因在于,没有做好源头把控,把产品放给一堆经销商来卖。到头来产品还没彻底推广开,商家之间的内部竞争,就把一个产品做到无利润可图,最后谁也不想卖了。

而肖振荣在选定巴西鱼肚灰这个品种以后,就开始为其谋划了一系列走向世界星光大道的战略。他认为,一个产品高不高级,往往是由决策人决定的,而不是消费者。“高端的产品,应该放在高端平台展示。”肖振荣说,进驻水头市场以后的第一件事情不是急于卖板,而是花很大精力去把展示石材的平台搭建得高级、大气。

他在传统大板市场里搭起了一个16厘米高的平台,平台侧边都安上了LED灯。只要客户走进市场,放眼出