

闽发铝业半年净利润3459.75万元 同比增长13.94%

本报讯(记者 苏清彬)8月25日,福建省闽发铝业股份有限公司发布2022年半年度报告,公司报告期内营业收入11.88亿元,同比增长53.14%;归属于上市公司股东的净利润3459.75万元,同比增长13.94%。

公告称,报告期内营业收入同比增长53.14%,主要系本期受铝棒等原材料价格上涨较大的影响,铝型材产品销售价格同步上涨和江西全资子公司销售规模扩大及销量同比增加所致。

闽发铝业表示,受地区经济发展

程度及运输成本因素的影响,铝合金型材生产和销售存在明显的区域特征。得益于地域、地缘优势,公司已是海西铝型材行业龙头企业,福建省内名列前茅的铝型材产品的生产和服务提供商,同时福建省也是公司最大的销售和客户集散地。

值得关注的是,闽发铝业控股股东已变更为上饶城投,其在公告中指出,将利用这种地域优势,积极拓展江西市场。上饶市有大型太阳能企业晶科、展宇等,汽车企业有吉利、爱驰等,

公司将积极开展与这些企业的合作,拓展太阳能和汽车用铝型材业务,同时深入拓展江西的建材和铝模板市场并辐射到浙江、安徽等周边省份。

此外,闽发铝业还表示,将充分利用区位优势,在海西经济区市场上占据主导地位,并向全国延伸,大力扩展产能,并及时优化公司的产品结构,继续保持并扩大区域领先地位,不断扩大市场份额。

据了解,闽发铝业主营业务和产品为建筑铝型材、工业铝型材和建筑

铝模板的研发、生产、销售。近年来,闽发铝业管理层顺应市场变化,积极调整产品结构,在开拓高端工业铝型材市场的同时,对原有建筑铝型材市场不断深挖需求,募投建设节能环保高性能铝合金建筑模板项目。至今,公司建筑铝型材主要用于房地产开发、建筑工程、民用建筑、厂房、大型门窗、幕墙装饰公司、门店销售、零星门窗加工等。而工业铝型材主要用于电子电器、太阳能、交通运输、家具、卫浴用品、体育用品等领域。



建材行业如何做品牌出海? 阿里巴巴实战大讲堂在南安举行

本报讯(记者 李杨瑜)这两年,在国内市场“内卷”越来越严重的背景下,市场充满了挑战,但也充满了机遇,出海成为很多行业的新风口。单是在2021年和2022年,就有多家出海品牌获得融资或开启IPO。传统企业做外贸有什么机会点呢?8月30日下午,《建材行业如何做品牌出海》阿里巴巴实战大讲堂,在第十八届中国(南安)国际水暖卫浴阀门交易会 RCEP 跨境电商综合服务区如期举行,吸引了不少水暖卫浴阀门企业、参展商、采购商的关注。

疫情常态化下,便利畅通的国际贸易环境变得局促闭塞,举步维艰。在如此不易的时局下,如何突破桎梏,做好品牌,成功出海,是不少企业所思考的。当天,阿里巴巴国际站总部建材行业小二文丽进行了《卫浴行业买家分析》主题演讲。作为有着14年经验的阿里人,阿里巴巴国际站泉晋渠道经理徐兰服务过上千家企业,帮助企业完成从0到1个亿的外贸出口额,扶持培育十几家SKA重点头部客户,他围绕《卫浴跨境好生意》,为与会人员分享建材行业的机会点,助力企业做好跨境生意;阿里巴巴国际站泉晋渠道负责人刘伟圣,服务千家外贸企业,培养众多头部“亿级”企业,就《LBS外贸服务体系》主题,分享阿里巴巴国际站服务体系,助力企业腾飞。

“南安素有‘中国水暖之乡’的美称,但大多数企业由家庭作坊发展而来,因而存在着发展滞后等问题。相信通过开展3天的实战大讲堂,能够更好地助力南安乃至省内外远道而来的企业、参展商、外贸从业者,实现货通全球、品牌出海,为有意开辟跨境贸易的企业提供一站式实战学习交流。”阿里巴巴国际站南安片区负责人张辅铁告诉记者。

福建省水暖卫浴阀门行业协会 召开第四届第三次会长会议

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 庄艺芳)8月28日下午,福建省水暖卫浴阀门行业协会第四届第三次会长工作会议在泉州召开,协会监事长、副会长以上单位以及厦门、佛山行业协会等代表参加活动,共话未来谋发展。

会议通报了协会工作报告和财务报告,并先后审议了往届遗留账务存在问题处理办法及轮值会长制度。现场,与会人员纷纷就“智能制造、直播电商、转型升级、抱团发展”等当下热门话题进行交流讨论。

会长林孝发在总结发言中强调了下一阶段的工作重点。他表示,协会将打造国际化程度高、产业带动力强的专业行业展会,以销售为中心,推动上下游产业链协同发展,争取明年举办专业性展会;计划成立中国智能厨卫协会,并设立全球性的卫浴设计中心;通过打造国内外厨卫产业垂直直播生态链,构建以直播+短视频带货为主导的营销模式,为企业提供内容生产、直播策划、物流运输、品牌出海等一体化解决方案。

金霞环境半年净利246.07万元

本报讯(记者 苏清彬)8月26日,南安新三板上市公司福建金霞生态环境股份有限公司(简称“金霞环境”)发布2022年半年度业绩报告,上半年公司实现营业收入6785.37万元,同比下降18.61%,净利润246.07万元,同比增长105.44%。

对于营收下滑,金霞环境解释称,主要是由于报告期内相比上年同期因受新冠肺炎疫情影响,故项目施工进度变缓,从而导致经营业绩相对下降。净利润增长则是因为报告期内计入其他收益的政府补助所致。

据了解,金霞环境成立于2000年4月11日,现任董事长郑志平,主要从事园林绿化工程建设业务(包括施工和绿化养护业务),兼营绿化苗木种植销售。

海南省南安商会会长 再次捐赠物资助力疫情防控

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 薛文彬)8月26日,满载着3000个KN95口罩、2.5万个一次性医用口罩、300箱矿泉水、200箱红茶、100箱方便面、50箱牛奶的车辆,缓缓地驶进海口市秀英分局,该物资是海南省南安商会会长、海南东升阀门洁具有限公司董事长蓝考资捐赠,也是蓝考资向三亚市育才生态区管委会捐赠一批价值4万多元的抗疫物资后的又一次爱心善举。

“自本轮疫情发生以来,海口市秀英分局民警们坚守岗位,勇敢逆行,始终奋战在抗疫一线,深受感动。我们也希望通过捐赠一些物资,为疫情防控工作贡献自己的力量。”蓝考资说。此外,他还以商会及党支部名义向海南省乐东县捐赠咖啡、口罩、自煮火锅套餐、蔬果等物资。

郑炳怀:创业不能等到万事俱备才开始行动



“现在是办厂最好的时机。”在很多中小企业迷茫不已的时候,南安水头85后小伙郑炳怀却在近3年时间里,先后创办了2个加工厂。在他看来,大环境不太好,恰是办厂成本最低之时。

在3年的创业过程中,郑炳怀不是把品类越做越宽,反倒把单项产品越做越深。创业第一年,他把方向定在了难度较大的石材雕刻;次年,他就将雕刻进行细分,把最难的旋转楼梯雕刻部分独立出来,单独创办了一个厂。也正是如此,他很快就在高手如云的石材行业做出名气,甚至说起旋转楼梯雕刻,人们立马就联想到南安市甲骨文石材有限公司。

如今,他手上的订单已排到了两三个月后。他说:“目前还有一些在谈订单,今年下半年,工厂不愁没活干了。”

本报记者 蔡静琦 文/图



3年办两个加工厂

作为土生土长的水头人,刚大学毕业那会,郑炳怀和很多年轻人一样,想到大城市闯一闯,在大公司里面学经验。所以在决定创业的前10年,他就职过恒安、康利等知名企业,甚至去过土耳其、埃及采购石材。

2018年,在社会上摸爬滚打了10年之后,郑炳怀正式开启了创业之旅。这一次,他没有走远,而是在遍地石头的老家寻得一处创业之地,并将目光锁定在加工难度较大的石材雕刻领域。

虽然没有办厂经历,也没有一线生产经验,但这都不影响他做石材雕刻的决心。在他看来,石材不

是原子弹,想做就没有做不好的道理。“一个工厂能不能做好,一是要看有没有做好定位,其次是有没有找对人,三是有没有稳定的渠道。”郑炳怀认为,老板不一定要非常懂生产,但一定要会统筹这三项,找到专业的人去做专业的事。

在定位好企业生产方向后,用人方面,郑炳怀投入了很大精力。“一个新厂想要做出口碑,品质是首要考虑的,而要品质好,就得有好师傅。”为了打磨出精品,郑炳怀请到了河北省保定市曲阳县的师傅。曲阳县是国务院命名的“中国雕刻之乡”这里的石雕师傅闻名遐迩。

“石材雕刻领域,大部分加工厂将手工部分承包出去,按雕刻平方米数来结算工资。从人性角度来看,谁都想在单位时间多做点事,多拿点钱,这是没错的。”在郑炳怀看来,一味地追求效率,显然是难以做出好东西,特别是手工加工这部分。

此外,为了做出行业标杆的水平,他不断地躬身向业内前辈取经,了解雕刻的难点和破解之道。郑炳怀说:“创业不是等到万事俱备才开始行动,只有开始了才能发现不足,而后边做边提升。等到认为一切皆可成的时候,或许发展的大好时机已经悄悄溜走。”

把新客户发展成老客户

创业这三年,郑炳怀的发展并不算很快,但一直很稳健。因为很多客户联系过一次,就会有第二次、第三次……

“在材料把关方面,我们的要求非常严苛,客户拿一块400元的样品过来,我们按500元的标准到市场上找材料。好材料是做出好产品的首要条件,绝不会用300元的材料来代替400元的要求。生产环节上,我们也愿意多花半天或者一天时间来打造精品。”郑炳怀坦言,老客户之所以会源源不断地下单,核心在于不断给客户超预期的感觉。

“现在竞争这么大,仅仅只是完成加工,很难俘获客户的心。想要把新客户发展成老客户,一定是想他所需,甚至高于预期。”郑炳怀

表示,现在他承接的大部分项目都是中高端别墅,而这些客户对石材装修知识了解少之又少,如果没有多出几个方案供其选择,没有把各种方案的利弊告知,他们根本不知道。只有沟通后的方案,才能做出最完美的效果。

郑炳怀认为,所谓的标准,就是对客户的那份责任。“既然客户不把项目交给你了,你要做的就不仅仅是石材部分,还要有跟整个装修上下游做好对接的责任。在石材生产之前,我们都会先到现场勘察、测量尺寸,也会与水泥施工方联系。回去后,便建立多方沟通群,使得生产的石材能够与水泥基层完美融合。”

郑炳怀表示,很多时候项目出现问题,不在任何一方,而在于缺乏

沟通、配合。每个人都觉得把自己的事情做好就行,却没想过这是一个整体项目,只有无间的配合,才能完美呈现。

“现在两个工厂,一个继续做平雕、浮雕等常规类石材雕刻,另一个厂专门做旋转楼梯雕刻。”郑炳怀告诉记者,在旋梯上进行雕刻,可以说是雕刻领域难度最高的,不仅要有功力深厚的3D解图员,在生产施工过程中,也要进行高精度的配合。从厂长到手加工,都要非常熟练,想要把这样一群人聚集在一起,相当不容易。旋梯雕刻厂虽创立还不到两年,但生产已处于饱和状态。“生意主要还是靠人做,责任心没有绝对关系。一家有责任的企业,是不用愁订单的。”郑炳怀说。

微观产业

“外来和尚”念好创意经

苏清彬

为期3天的第十八届中国(南安)国际水暖卫浴阀门交易会(简称“CNPV”)圆满落幕,但参展商苦练内功,纷纷“秀”出了创意产品,着实令人眼前一亮,也给行业留下新的思考。

从上海一核阀门股份有限公司便可窥见一斑。上海一核主营中高端阀门,今年首次亮相CNPV,并展示了上百种产品。其中,一款“金属硬密封三偏心蝶阀”摆放在了显眼位置,看似普通,实则不简单,背后蕴藏着这家实力阀门企业鲜为人知的创新突围之路。

在阀门界,金属硬密封三偏心蝶阀属高端产品,主要应用于供暖、石化、医药、电力等诸多领域。此前,由于关键技术掌握在别人手上,国内厂家采购这款产品需要从美国、德国等地进口,成本相对较高,而且受制于人。

为了突破“卡脖子”技术,在吸收国内外经验基础上,上海一核开启了漫长的自主研发之路,组建高精尖团队,先后投入数千万元研发,最终实现了重大创新。一方面,这款阀门可耐高低温,最低-200℃,最高650℃;另一方面,阀门核心零部件——阀座圈,采用自主研发的特殊工艺制作,不仅填补了国内空白,而且完全能够代替同类型的进口产品,实现全面的国产化。

由于在不同的苛刻工况中保持双向的弹性密封,寿命、主要性能指标更是远超其余同类产品,这款产品2021年在上海一经亮相,便荣获第十届中国国际流体机械暨阀门博览会金奖,且已在核工业、核化工业、供热管道、造纸等领域成功地规模应用。更为关键的是,国产化的产品价格比进口便宜了不少!

同样在细分产品创新的还有浙江班尼戈智慧管网股份有限公司。班尼戈与上海一核展位相邻,其一款名为“智能立体库消防系统”颇为引人注目。

近年来,随着新能源汽车产业的蓬勃发展,作为核心部件的动力电池也取得了长足发展,但生产车间如何在高温下,更高效、更安全、更智能地存放动力电池,困扰了不少企业。对此,班尼戈解决了痛点,研发了“智能立体库消防系统”,以其稳定的系统安全性能、个性化定制服务、高效的施工效率等特点迅速走红。自2020年7月起,其产品在新能源动力电池高温库喷淋系统应用领域得到了众多国内动力电池生产企业、设备生产企业的认可,短短两年已在全国超过70条动力电池生产线中得到应用,2022年预计使用量将超过100条。

像上述两家“外来和尚”念好创意经的,还有广东科净智能卫浴有限公司。在智能马桶上,今年其推出了外形酷似鸡蛋的“超级蛋智能马桶”,其大胆的创造思维、造型与结构的再突破,吸引了不少围观者,通过天猫精灵还能实现智能联网。

类似的创新不胜枚举。每年的CNPV不仅是行业盛会、品牌盛宴,更是前沿技术的大PK。市场压力、新冠疫情带来的挑战将倒逼企业加速创新,企业在参展的同时,还需加大创新力度,增强市场竞争力,激发发展新动能。