

“广东造”铝型材闪耀亚运场馆

从高楼大厦到新能源车，铝业龙头探索新“铝”程



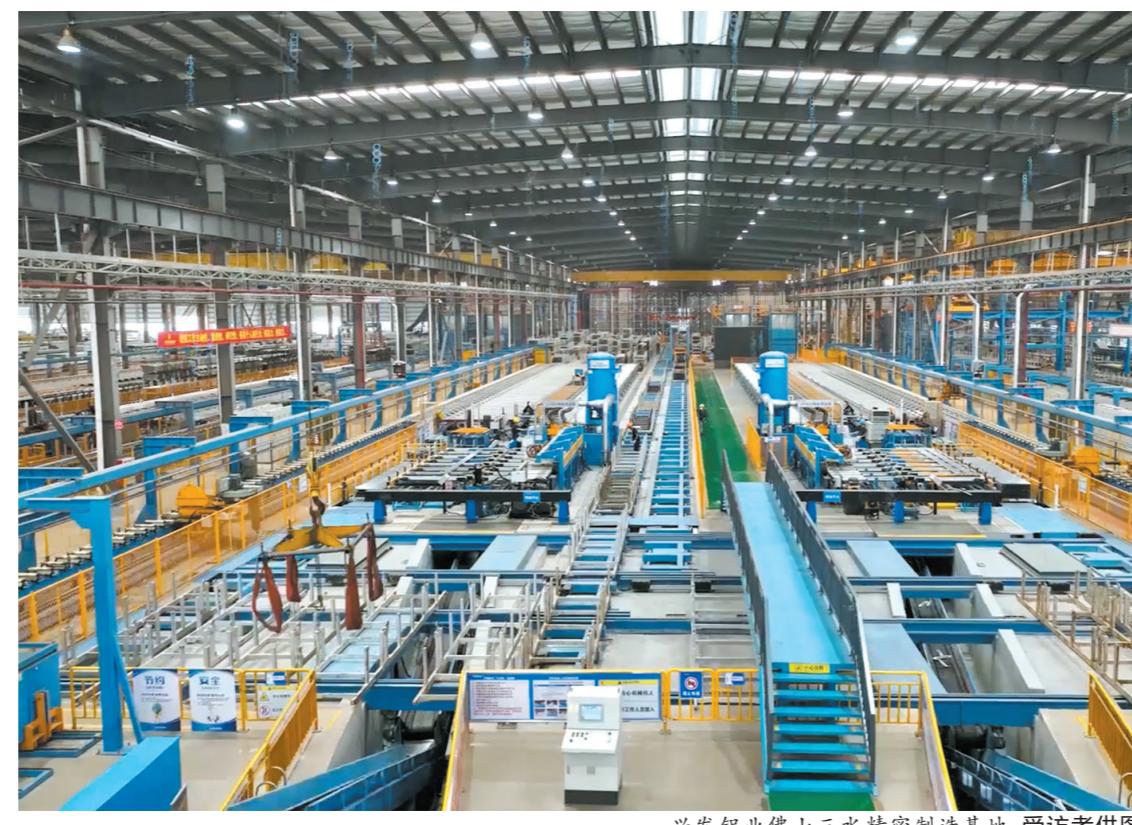
文/羊城晚报记者 黄婷 董鹏程
图/羊城晚报记者 董鹏程

随着杭州第19届亚运会的顺利闭幕，各具风格的场馆、设施等汇聚了全球目光。而参与构筑起这些“亚运工程”的幕墙、门窗等铝合金产品，不少就由广东铝型材企业供应。

为亚运会建设项目供应产品，是观察广东铝型材行业创新发展的一扇窗口。近日，羊城晚报记者走进广东省属企业广新控股集团旗下的兴发铝业调研发现，成立近40年来，“兴发”品牌凭借持续的质量把控和技术沉淀，已成为多个地标式建筑供应链铝型材；不断开拓高端工业铝型材，在地铁轨道、太阳能光伏及新能源汽车等产品上探索新“铝”程。



兴发铝业副总经理吴锡坤



兴发铝业佛山三水精密制造基地 受访者供图

B 产品遍布国内外的高楼大厦

在兴发铝业的总部大楼，位于阿联酋迪拜的哈利法塔模型巍然屹立，这座总高度达到828米的世界第一高楼，所采用的铝合金幕墙就产自兴发铝业。事实上，在许多世界的地标建筑上，都有兴发铝业产品的身影，如美国世界市场中心、日本新横滨大厦、上海东方明珠电视塔、首都国际机场等。

兴发铝业副总经理吴锡坤长期关注公司的技术和质量领域，对这些地标性建筑工程如数家珍。他笑称，每次走近或登上这些知名建筑，他都会特别留意有没有兴发的产品，了解下公司铝型材的使用情况，“这已经成为我的‘职业习惯’了，看到一些建筑铝型材历经了30多年的风雨，现在看上去的状态依然很

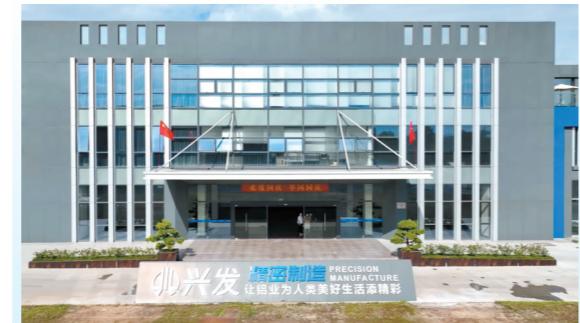
好，内心也很自豪”。在铝材应用中，建筑是下游消费中最主要的板块，去年中国建筑用铝仍占国内铝总消费26%。门窗幕墙等建筑铝型材也是兴发铝业的立身之本，然而，近年来，由于需求放缓，以及行业竞争日益激烈，建筑铝型材市场的发展空间受到挤压。

“在减量市场中，更能体现企业真正的竞争力，市场规模的减少，竞争的白热化，企业要是缺乏创新、停滞不前，就会面临订单的流失”，吴锡坤认为，要赢得市场竞争，必须要通过优化成本、保障质量和提高服务。

在销售端，为消费者提供系统家装方案成为重要趋势。吴锡坤表示，要更多地站在消费者的角度提高服务水平，除了铝型

材之外，也要从玻璃、胶条、五金件等部件的选择上进行系统考虑，提供精细化、定制化的服务方案，满足消费者的需求。

沿着从原材料铝锭采购到铝型材成品销售的全流程，兴发铝业也坚定地推行数字化转型。兴发铝业佛山三水精密制造基地于2022年全面投产，重视数字化和整体生产流程，生产效率较传统工厂大幅提升。此外，兴发铝业从熔铸、挤压、模具、表面处理到出仓发货的各个环节均设有质量控制点，严格把关。在兴发铝业理化检测中心，记者看到，在光谱仪的检测下，铝材成分一目了然，这里可开展原材料、半成品、成品的检测工作，为产品牢牢守住质量关。



三水精密制造基地总部 受访者供图

C 进军新能源车拓宽用铝空间

1984年，创始人罗苏在广东佛山创办铝型材加工企业，为品牌取名为“兴发”，寓意兴旺发达。近40年来，“兴发”这块金字招牌越擦越亮，在做强做大传统建筑铝型材的基础上，不断向高端工业铝型材进军，赋予品牌以新的内涵。

如今，在人们日常乘坐的广州地铁里，就有兴发铝业产品的影子。21世纪初，兴发铝业开发出刚性悬挂导电汇流排铝型材料，填补了国内的产品空白。这种材料具有导电性能好、截面大、耐用且强抗腐蚀的优势，并首次应用于广州地铁2号线，如今兴发铝业已成为中国最大的地铁导电铝型材供应商。

近十年来，光伏产量和装机量的快速增长，以及新能源车渗透率持续提升，拓宽了工业铝型材的想象空间。据中金公司预计，2024年光伏、新能源汽车用铝将为中国铝需求贡献105万吨。铝型材行业都在积极争夺这些细分市场的“蛋糕”。

兴发铝业也加快布局新能源应用领域，积极探寻市场用铝新增量。2022年，兴发铝业首次进入新能源汽车供应链，成功开拓新能源汽车品牌客户，为其供应电池托盘及防撞梁等铝型材部件。此外，兴发铝业还取得应用于光伏领域的氧化铝型材订单。

吴锡坤介绍，从建筑铝到工业铝，并非只是简单地换了个安装的位置，对产品精密度要求也相应提高，以新能源汽车电池托盘为例，铝型材要跟随车辆反复振动，因此要具有较强的耐疲劳性能，“除了性能，质量保障能力也很重要，才能保证材料的长期稳定”。

在吴锡坤看来，进入新能源汽车供应链，与兴发铝业成熟的研发模式与产学研体系密不可分。据悉，兴发铝业先后投入6.4亿元加大自主研发力度，相继建立起了多个国家级、省级研发平台和校企联合示范基地，帮助兴发突破技术瓶颈，为探索新“铝”程打下坚实的技术基础。

财经辣评

小心蟹券应节诈骗保持理性躲开风险

□羊城晚报财经评论员 戚耀琪

随着品尝大闸蟹的最佳时节逐渐到来，电商平台上预售的大闸蟹礼品券供不应求。由于螃蟹不耐储存、运输不便，蟹券的出现有助于更加精准控制出货，实现客户分流，还能减轻商家销售和库存的压力，也给消费者提供了自由的消费时间和处理方式。然而，围绕蟹券的各种问题逐渐暴露。

据媒体报道，有消费者反映，部分商家短时间内无法兑换蟹券或到手的螃蟹缺斤少两，名不副实。由于蟹券是别人送的，收券人还很难投诉和要求退款。同时，蟹券是提前收钱的，根据收入多少，商家按计划安排。有些商家把钱收来之后，因为经营不善直接跑路。此外，今年如果价格卖得好，就可以供应；如果今年亏本了，蟹商就可能赖账，今年不提了，明年再提。此外，还有“蟹券空转”的情况，即蟹券“证券化”，以至于让螃蟹有了金融产品的属性。

今年还有一种情况，那就是直接利用蟹券来钓鱼甚至诈骗了。某明星就发微博说，诈骗集团以赠送“螃蟹卡”为由，提示用户获奖或收到商家赠礼，诱导用户入群或到相关页面提交相关信息，进而实施诈骗。

到螃蟹卡，顺手扫码，然后被诱导被骗，这个看起来并不高明的手法，却是商业现象中很常见的小群体消费的心法。

华南创二代共探成长经历： 努力搞事业不“躺平”



百步青年四周年家宴在广州举办

二代练好内功少走弯路

如今，广东民营企业正逐渐进入接班高峰期。“传”与“承”的故事在广东民营企业中不断演绎，“过来人”给创二代们有哪些建议？

百步青年领航人、华南理工大学工商管理学院EDP中心创始人许晓霞以百步青年为链接，在过去四年间接触了一批广东民营企业创二代，从她的视角，可以清晰看到创二代的困惑、挑战和成长。“继创者们普遍遇到的问题是要寻找一些突破口，大多数家族企业长辈已经打好了基础，但目前也遇到了一些发展的瓶颈。”

当交接棒来到继创者手上，他们就需要寻找一些突破口”。

因此，许晓霞给这些创二代的建议是，在创一代们已经做好企业品牌、供应链、生产线等基础上，创二代要发挥自身优势，借助更多新兴科技、互联网和国际化视野，为家族企业注入“新鲜血液”，带来增量。在这个过程中，企业高层也会很快看到创二代的优势。其次，许晓霞也认为创二代并不一定急于接班，可以尝试做家族产业链相关的其他工作，向父辈和企业股东展现自己的责任感、团队能力、领导力、学习力等，在能力成熟后再回归家族企业发展，这也是一条路径。

宝供物流企业集团有限公司董事长刘武以武侠小说作比喻对现场创二代给出建议：“我们看到武侠小说主角闯荡江湖都离不开这几个情节：一是勤学苦练，练好武艺；二是遇到高人指点，功力大增；三是正义最终战胜邪恶。这几个情节带入到企业运营中就是需要扎实打好基本功，多集中大家的智慧和力量群策群力互助共赢，同时还要走正确的道路。”

广东安居宝数码科技股份有限公司董事长张波则给现场创二代们更多鼓励：“以前我们说做企业得‘90后’者得天下，是从市场营销层面说的，而现在我觉得‘90后’进入企业助力企业，企业才能走得更远。”