

现场考察 客户对钢构建筑净增“偏爱”

胡兴国 文 / 摄

“建我们那个厂房，这个波浪腹板那是没得问题。”湖南省宁乡县金玉工业集中区管委会主任刘庆丰 5 月 27 日到华兴公司考察波浪腹板项目引进及构件后，向一同考察的几个企业老板信心满满地说。这次考察，不仅改变了他们对钢筋混凝土建筑，多年来形成的“唯此为上”的想法，更让他们开眼界的是，波浪腹板替代传统 H 型钢的诸多优越性。

宁乡县一直是湖南的乡镇企业“孵化器”。2013 年 3 月起，该县启动总体规划 20 平方公里、核心区 12 平方公里、启动区 2.5 平方公里的金玉工业集中区建设。尽管多数单层轻质厂房采用了钢结构，但是对于承重大的多层厂房、办公楼等还存在钢结构不如混凝土实在的想法。

百闻不如一见，负责接待的人员认为用事实说话比做多少讲解都有效。5 月 27 日一早，他们和客户驱车来到淄博市广德颐养公寓建筑工地，这是一个多层波浪腹板钢结构住宅工程。

“波浪腹板用在多层没问题吧。”在他们心里显然多少还有点疑虑。“这可是住宅建筑，国家标准那是相当严格。”“抗震性怎么样？”“钢结构建筑，尤其是波腹板，抗震是它的强项啊。”“楼板怎么做？”“混凝土现浇。”几个企业老板一连几个问题，工程管理人员不假思索对答如流。

“还有别的工程实例让我们看吗？”看完广德颐养公寓工程，他们意犹未尽。接下来，刘庆丰一行参观了华兴金属物流公司和用波腹板建造的三号仓库，看了钢构公司生产车间，又看了用波腹板建造的员工餐厅。

“七十多米跨度，中间没有一根



“跨度七十多米没有一根支撑柱子，不敢想象。”



“这就是中国第一台波浪腹板自动焊接装备。”



波腹板钢构件横空出世

柱子，不简单！”“办公楼也是钢结构建造太好了。”在交流会上，公司技术人员与刘庆丰一行，就钢结构建筑及波浪腹板应用技术进行了交流。对客户提出的钢结构承重设计、外墙围

护、防腐保温方面的问题一一作了解答。

钢结构作为现代建筑的主要形式，具有质量轻、强度高，抗震性能好，施工周期短，建筑工业化程度高，

空间利用率大等优点，工期缩短三分之一，建筑成本降低，建筑残值比钢筋混凝土高。几个企业老板对钢结构能够节约工期，波浪腹板节约材料和

波浪腹板激起钢结构“鲑鱼效应”

(上接第十五版)

钢构公司邀请翔宇医疗公司负责人现场考察，详细介绍了波浪腹板钢结构情况，并按照翔宇医疗公司的

平腹板钢结构厂房图纸，重新设计为波浪腹板钢结构图纸，然后，让翔宇医疗公司根据两份设计图纸，自行比较，自行选择。“节材 20%！”这一对比，使得翔宇医疗公司下决心应用波

浪腹板构件。

科学比较过后，翔宇医疗公司未浇筑的立柱厂房，全部变更为钢框架结构。不但如此，该公司不久前进行第三期厂房扩建，直接点名采用华兴

波浪腹板钢结构，这是因为，在前两期工程中，无论是通过理论计算，还是经过过磅验证，在每千吨钢构工程中，应用波浪腹板钢构件为其节约了 20%的钢材成本。

鲑鱼效应凸显

如果说钢结构取代砖混结构是场革命，那么波腹板取代平腹板，就是这场革命中的“硬仗”，就像钢筋混凝土取代土木石、钢结构取代钢筋混凝土一样，一旦打赢了，波腹板对于建筑节能业的贡献将成燎原之势。

这是一个变革的时代，是一个什么都可能发生的时代。波浪腹板钢结构的出现，或许，一时间不能像微软、谷歌、苹果已经出现风靡全球，但对明天市场的必定是厚积而薄发，毕竟，革命发生在传

统产业，变革必将呈螺旋上升的过程，好在经过国家权威部门检测和论证，波腹板的“节材、节能、绿色”优势已成不争的事实。波浪腹板钢结构给国家节省能源、给用户节省成本，更符合国家节能减排政策，所以，说它

代表未来的发展方向，这是不为过的。

对波浪腹板钢结构的节能效果，原中国建筑金属结构协会副秘书长、建筑钢结构委员会主任尹敏达从专业角度做出分析，他说：“一般波浪腹板的厚度在 2 至 6 毫米之间，截面高度约为 330 至 1500 毫米。对于同样规格的大跨度门式钢架结构，梁、柱采用波浪腹板构件，可以大幅度节省钢材，降低结构用钢量，同时减轻基础荷载，节省基础成本。”

曾经参加过鸟巢工程施工方案制定的李久林说，波浪腹板钢构件在地铁站、航站楼、列检库等大跨度钢结构工程中有着传统 H 型钢不能比拟的优势。体现在具体的数据上，不

仅上述的翔宇医疗公司，还有国内第一个应用波浪腹板构件的工程，华兴科学发展苑 1 号车间，用钢量比传统平腹板构件节省 28.5%；北京地铁六号线波浪腹板钢结构工程相比传统 H 型钢节约钢材 32.34%；体现在国内的一些重点工程中，有由北京城建集团设计施工的北京地铁六号线工程、青岛轻轨交通工程、郑州地铁等。

一边是波腹板钢构件在一个个工程中成功应用，一边是专家推崇、国家推行、客户认可，这使得华兴波浪腹板钢结构在山东、北京、上海、河北、安徽、新疆等全国各地普遍应用，并出口肯尼亚、阿联酋等国家，由此可见，波腹板在钢结构市场的“鲑鱼效应”逐步显现。

为行业担纲

包括《2014—2015 年节能减排低碳发展行动方案》在内，国家此前出台的一系列政策措施，是为节约资源、节约能源做出约束，客观上也是引导钢结构代替混凝土结构，最终实现建筑业的低碳和绿色。

国家政策就是行业发展方向，行业方向就是华兴产业发展所在。紧跟国家政策，华兴钢构为“节能”而生。秉承节能减排重任，华兴在钢结构行业不断壮大，承接了北京地铁、天

津陆家嘴金融大厦、郑州潮河大桥、印度 NCC 电站、阿联酋 PCK 球团厂等工程。不断向高层、桥梁、地铁等国内外大型工程发展，其中，华兴科学发展苑 1 号钢结构车间、章丘市绣源河车行桥工

程、广饶国际博览中心获颁“中国钢结构金奖”，凭借骄人业绩，华兴成为住建部批准的首批具有“总承包”资质的 15 家钢结构企业之一。

“做每个进入行业的领先者”！华兴不但要站在钢结构行业风口，更要引领钢结构行业发展潮流，因此，2012 年，华兴上马“波浪腹板”项目，研发出具有自主知识产权的波浪腹板自动焊接装备，填补我国钢结构领域应用和我国“波浪腹板自动化焊接生产设备”制造的两项空白，波浪腹板成为行业转型升级产品。

波浪腹板项目被国家科技部列为国家战略性新兴产业，被住房和城乡建

设部列为全国科技推广项目。由华兴参编的《波浪腹板钢结构应用技术规程》经中国工程建设标准化协会批准并发布实施。华兴参与开发的《PKPM 软件波浪腹板工程设计》模块，全面覆盖国内设计行业的 PKPM 所有用户，做到了波浪腹板钢结构从设计、加工、安装全过程一条龙服务，为波腹板钢构件的实际应用铺平道路。

在波浪腹板推广中，华兴加紧波浪腹板自动焊接装备新一代研发，推出了“一拖二”波浪腹板自动焊接装备，并正在试制第二代波浪腹板自动焊接装备，为波浪腹板推广，为在节能减排领域进一步提升，华兴在努力。

快讯



缅甸客户:最好的钢构厂家在华兴

近日，缅甸客户 Kyaw Nyein 慕名来华兴钢构考察，并当即签订了仓库和办公楼钢结构工程制作合同。

“华兴钢构公司是我见过的，无论是在生产现场还是构件质量，都是我所见到的最好的钢构厂家，与这样的企业合作，我完全放心。”

Kyaw Nyein 一行实地考察了华兴钢构公司生产车间，仔细检查了现场钢构件的焊缝和油漆喷涂的质量，他对华兴钢构公司的硬件设施、人文环境、技术水平表示了极大的认可，表示，今后除了自己要加强与华兴合作交流，还利用自己的资源，介绍更多的钢构工程让华兴钢构建设。

(范振春)

细分生产计划产出率提升

石材机械公司根据订单的轻重缓急，对生产计划进行细分，各部门严格按这份“红头文件”有重点地完成，生产计划的完成率由此大幅提升。

石材机械公司大部分是订单生产，由于产品种类多，为了提高紧急计划完成率，将生产计划进行细分。按照非常紧急、近期紧急、常规 ABC 三类计划，然后根据具体情况对 A 类计划再进行细分，以此便于各部门有重点组织生产计划，确保订单按期发货。有了这份计划细分表，各车间对订单的紧急程度一目了然，避免了“胡子眉毛一把抓”。当下，按计划采购、按计划生产，正成为石材机械公司各部门主管的“口头禅”。四月份虽然生产任务很忙，可依据细分的计划表进行合理安排，其中铆焊车间计划完成率达到了 99%。

(朱肖红)

不守成规 出奇制胜

(上接第十五版)

如果说让“客户说了算”是一种方式，那么“让专家说了算”则是华玻科技在市场推广上的另一招数。华玻科技公司根据工艺玻璃市场应用情况，在济南、淄博等地举办了多场产品推介会。邀请对象除了客户外，更多的是建筑设计院的专家、学者。通过推介，专家、学者们认为工艺玻璃在城乡一体化建设及旧城改造中，是建筑装饰装修的重要新材料，表示在建筑设计中要优先推广应用工艺玻璃。

向“微”要利

人与人之间交流方式的翻新，微信无疑是首当其冲。“微时代”的到来，在深化利用人际网络关系的过程中，逐步延伸商业化发展路径。华兴石材机械公司利用微信营销收到良好效果。

进入华兴机械官网、公众微信平台，就可以清楚地了解华兴公司的规模、产品介绍、联系方式，平台设置了公司地址导航，方便有合作意向的客户找到华兴公司。

国内石材交流群 140 多人，全球石材行业讨论群 500 多人同时在线关注华兴石材机械。利用网络平台，微信营销的手段，华兴更快、更便捷地把自己的名片发出，大大节约了营销成本。

华玻科技公司在借助互联网平台，实现电商运营模式方面进行了许多积极尝试。他们借助微信平台，建设了华玻自己的微网站、微网店，不但增加工艺玻璃礼品项目，丰富了产品类别，而且还借助中国制造网搭建电子商务平台，有效开发了国内、国外销售市场，使华玻产品与现代化、科技化、国际化接轨，加快资金的流转及利润增长点。

多路开花

条条大路通罗马。市场瞬息万变，不按套路出牌，常常会出奇制胜。

说到营销，人们很自然理解为“卖产品”，就是公司生产出产品，由营销人员“卖出去”。华玻科技公司反其道行之，先把市场“烧热”，先为产品找到市场，再去组织生产。在工艺玻璃的推广中，他们借助中国制造网、微信及公司网站等互联网平台以及召开各种形式的推介会，让市场需求占到上风，有了需求自然就有了市场，产品也就容易销出去。如今在万达集团、金螳螂集团等大型商业地产公司、专业化装饰集团的样品库里，只要鼠标轻轻一点，华玻科技的玻璃制品就会跃然眼前。

钢构公司则提出“不以订单为重点，以重点客户、合作伙伴为重点”的理念，与生存条件好的中建钢构、北京建工、中建八局等大型央企实施战略合作，搞代加工、代施工或者分包合作。在市场开拓中，以稳定的合作客户，赢得稳定的市场，实施“双赢”战略。在北京、新疆、天津、青岛成立营销办事处，以办事处为中心，向外辐射，加快了与当地钢结构市场的融合，占领长江以北钢结构市场。

金属物流公司在做好自营业务的同时，进出口业务成为华兴金属物流公司又一项主要业务。为提高业务员积极性，对薪酬管理制度进行改革，业务员工资改为底薪加提成，制定月度奖励及额外奖励办法，当月结算，提高业务员工作主动性。

进出口公司把抢抓“一带一路”战略机遇作为重中之重，在做好南亚、东盟、非洲等传统市场的同时，依托电子商务平台，利用展会、产品推介会等形式，对中亚五国及俄罗斯做重点突破。

新常态、新机遇、新作为，新常态不应成为各种困难和问题“挡箭牌”，华兴公司面对市场困境，各公司向市场集中发力，打通了突围缺口。