

链球一圈圈转 传承一代代传

中国女子链球包揽亚运会冠亚军

在2026年爱知·名古屋亚运会女子链球决赛的前一天,《人民日报》海外版发表了张家乐写的“亚运家书”。19岁的她在信里回忆了去年东京世锦赛,自己和赵杰一起站上领奖台的情景。“比赛结束后,我们特别想立马给王峥师姐打个视频,两个师妹都拿到奖牌了,多骄傲呀。”如今,这份喜悦,从东京的领奖台一路带到了名古屋。

北京时间9月29日,瑞穗公园陆上竞技场,张家乐用78.27米的夺冠成绩,同时刷新了亚运会纪录和亚洲纪录。作为全场唯二成绩突破70米大关的人,来自江苏的赵杰以74.83米紧随其后,两位中国姑娘开心地登上了亚运会领奖台的前两席。

“成绩就像盖楼,地基一定要打牢。”张家乐在家书里写道。而这块地基,正是师姐们一代代垒起来的。从张文秀到王峥,从王峥到赵杰,再到她这个19岁的小师妹,中国女子链球健儿们多次站上奥

运会、世锦赛的领奖台。而师姐们留给年轻后辈的,也不仅仅只是站上赛场的底气,还有科学的训练方法、丰富的大赛经验,以及面对困难和压力时的那份从容。

更重要的是,这份从容,是用日复一日的咬牙坚持换来的。巴黎奥运会后,赵杰在接受扬子晚报/紫牛新闻记者专访时曾说起,练习链球的这些年,她有过特别沮丧的时候。“有一次在临近大赛的训练中,不论怎样努力都无法达到教练的目标,那时真的感到很无力,甚至怀疑自己选择这条路是否正确。”但她也说,“既然选择了这条路,就一直往下走,拼搏下去。”而一路支撑她走过来的,除了家人和教练,还有王峥。

2018年,赵杰认识了大她15岁的王峥。在这份跨越年龄的“神仙友谊”里,从训练中的技巧打磨,到热身时间的小技巧,再到长期出国的注意事项,王峥把自己职业生涯里的所有经验毫无保留地分享



张家乐(左)与赵杰(右)一同身披国旗庆祝

给她。所以说起王峥,赵杰格外动容:“峥姐就像有血缘关系的亲姐姐。”

东京奥运会那年,赵杰坐在电视机前看王峥比赛,心里种下一颗种子。2024年巴黎,种子发了芽,74.27米,她为中国女子链球再添一枚奥运奖牌,也为江苏田赛实现奥运奖牌零的突破。走下奥运领奖台后,赵杰说,接下来的目标就是王峥保持的亚洲纪录。而颇有戏剧性的是,巴黎奥运会之后,当不满20岁的张家乐

横空出世,两位师妹的你追我赶,也让中国女子链球队的新一轮“内部接力”悄然开始。

今年4月在成都,赵杰先以78.22米首次刷新了由王峥保持的亚洲纪录。名古屋的赛场上,张家乐则把这个纪录又往前推了0.05米。这一切,正如张家乐在家书里写的那样,“你破一次,我再破一次。大家一起拼,一起把成绩往前推,我觉得特别有干劲。”

扬子晚报/紫牛新闻记者 黄夕寅

中国女足无缘亚运会决赛

9月29日,2026年爱知·名古屋亚运会女足半决赛,中国女足0比2负于朝鲜女足,止步四强。

中国女足面对的这支朝鲜队,是本届亚运会攻击力最猛的球队。此前四场比赛攻入24球仅失2球。不过在今年初的亚洲杯小组赛上,中国女足曾2比1逆转击败对手。因此,中国女足主帅米利西奇赛前也提到,那场胜利“给全队带来了极大的信心与鼓舞,但球队更需要理性看待比赛进程”。

开场仅3分钟,朝鲜队禁区内射门击中横梁,中国队逃过一劫。易边再战,第53分钟朝鲜队安福英定位球吊入禁区,姚伟争抢中不慎自摆乌龙,皮球击中立柱弹入网窝。第78分钟,朝鲜队角球二次进攻,明有正禁区内扫射再下一城,比分锁定在2比0。本届赛事至今,中国女足小组赛5比1胜中国香港队、1比1平乌兹别克斯坦队、5比1胜菲律宾队,以小组头名晋级,四分之一决赛经历加时赛1比0小胜越南队。

扬子晚报/紫牛新闻记者 黄夕寅

深耕实业淬炼内核 放眼全球谋篇新程

行稳致远 守初开疆 建华引领行业求新之路

九月羊城,2026中国混凝土与水泥制品行业大会暨中国国际混凝土博览会正式启幕。展会“向新、向绿、向智、向国际”的主题,精准勾勒出当下建材行业的转型发展大势。

作为预制混凝土领域龙头企业,建华控股携全产业链核心成果重磅亮相,成为行业高质量发展的标杆样本。展会期间,建华控股董事、智造与研发管理中心总监王卫民接受专访,解锁企业三十余年深耕实业、穿越行业周期、持续迭代升级的发展密码。

告别“规模依赖”,以智造与服务重塑新质生产力

对于建材这种传统实体行业而言,转型的阵痛往往来源于长期的路径依赖。但在王卫民看来,外部环境的变化正是倒逼企业进化的催化剂。传统基建市场的需求确实在回落,但这并不意味着行业的终结。相反,新能源建设、城市更新、地下管网改造等新型基建领域,正释放出长周期、政策性的刚需。

面对新旧动能转换,企业要在内卷中突围,本质上就是要将新质生产力真正外化到日常经营中。

回顾建华的发展史,这种在危机中寻机、在逆境中变革的能力几乎写进了企业的基因里。

1992年建华在中山小榄创立之初,前四年持续亏损。企业硬是靠品质把控与工艺优化,将产品从PC桩升级到PHC桩,在1997年顺利扭亏为盈。1997年亚洲金融风暴席卷而来,市场一片萧条,建华却选择逆势扩产,凭借质量、成本和服务的综合优势,一举拿下全国产销量第一,完成了从地方小厂到全国视野的跨越。此后,建华紧抓城镇化红利开启全国布局,并在2013年地产红利触顶时,果断拉开了向高质量转型的序幕。

在当下的高质量转型阶段,建华的破局点首先落在产品与生产端。

在产品研发上,建华不再死磕同质化严重的大路货,而是将研发资源精准倾

斜,针对新能源、水利、跨海工程等特殊场景,大力研发定制化建材产品,以此提升技术附加值,打造差异化的核心竞争力。

在生产制造上,建华全面推进智能制造与绿色生产升级。通过引入自动化生产线与数字化管控系统,企业实现了生产流程的高度标准化与精细化。这不仅大幅降低了能耗、次品率与人力成本,更从根本上提升了庞大产能的稳定性与一致性。

更为深刻的蜕变,发生在商业模式的底层逻辑上。

告别单一建材供应商的标签,建华转型为集技术、方案、服务于一体的综合服务商。如今,企业能够为客户提供从前期工程勘察、方案设计、产品定制,到中期生产交付、现场技术指导,再到后期运维与售后保障的“一体化、全流程解决方案”。

用全链条的系统性服务价值,去替代过去单一的产品差价利润,用高品质的新供给激发并满足市场的新需求,这正是建华重构行业盈利逻辑的核心底牌。

算清“生态账”,让绿色制造筑牢企业护城河

在今天的混凝土博览会上,绿色低碳技术不仅是各大论坛的高频热词,更是横在所有传统建材企业面前的一道硬门槛。作为碳排放重点行业,建材企业的节能降碳、固废资源化改造,往往需要大额前期投入,短期经

营压力显著增加。

在环保投入与短期经营效益的博弈中,建华展现出了坚定的实业定力。王卫民强调:“在‘双碳’目标的大背景下,绿色低碳早就不是企业粉饰形象的可选项,而是关乎生死存亡的生存线与发展线。”为了守住这条生命线,建华将绿色制造的理念深度嵌入了生产的每一个环节,落地三项核心务实举措。

首先是直击行业痛点,全面推进各类工业固废与建筑垃圾的资源化利用,真正做到变废为宝,有效消纳了社会废弃物。其次是持续对全国的生产线进行大刀阔斧的升级改造,追求极致的节能降耗与超低排放标准。最后是不断优化产品配方,致力于推出贯穿全生命周期的低碳绿色建材。

通过一系列技术攻坚,成效立竿见影:在核心的管桩生产过程中,通过创新采用固废粉体改性多功能复合掺料,建华成功减少了30%以上的水泥用量。这不仅大幅降低了自身的碳足迹,更有效协同了整个水泥行业的减量降碳工作。配合精细化的生产能耗管控,其管桩生产工艺较传统工艺,实现了节能节材超过15%的优异表现。

除了内在的低碳属性,这些新型环保建材在实际的城市景观与建筑工程中,还展现出了令人惊叹的生态融合力。混凝土本身具有极强的可塑性,建华顺势将其与各类生态公园、市政项目以及旧城改造的艺术创意相结合。

面对环保升级必然带来的短期

利润压缩,王卫民坦言:“短期看,环保改造与低碳升级确实会压缩当期的利润空间,但坚持长期主义是做实业的底线。”绿色合规生产是行业不可逆的发展大势,不仅能提升产品附加值与不可替代性,更能让企业在存量市场博弈中站稳脚跟,构筑可持续经营的核心护城河。

织密产业网,稳健出海拓展增长边界

当单一产品的效率提升与成本压缩逼近极限,企业该去哪里寻找新的增量空间?

建华的答案是:对内打破业务边界,向全产业链的深度协同要价值;对外打破地域局限,向广阔的国际市场要纵深。

经过三十余年的开疆拓土,如今的建华早已成长为一枝繁叶茂的“产业森林”。其业务版图从最初单一的混凝土管桩,一路延伸并横向拓展至管道、供应链物流、新材料装备,甚至将珠海设计院等工程咨询与设计力量也纳入了麾下。将产业链拉得如此深、做得如此重,其核心战略目的在于通过产业间的协同创造与价值整合,从根本上降低整体的运营成本,大幅提升全链条的运转效率。这种多元化的业务矩阵,不仅增厚了主营业务的竞争壁垒,更让企业具备了为大型复杂工程提供一站式、全方位整体解决方案的硬实力。

在集团总部的平台化管理与科学机制的牵引下,各产业板块在既定规则内打破了物理与信息壁垒,实现了资源的无缝对接,在实际运转中真正爆发出了“1+1>2”的协同威力。

在国内市场精耕细作的同时,国际化战略的稳健落地成为建华打开成

长上限的关键一跃。

伴随着共建“一带一路”的深入推进,海外庞大的基础设施建设缺口吸引了众多建材企业入局。然而,异国他乡的文化冲突、属地化管理的极度不适以及严苛的合规要求,常常让出海企业面临严峻挑战。

在这条充满暗礁的航道上,建华展现出了极具章法的战略定力,始终贯彻“市场先行、贸易铺路、工厂落地、工贸一体、本土运营”的务实策略。

据王卫民介绍,建华坚决摒弃盲目跃进,采取先贸易、后建厂的稳健路径。企业先通过轻量化的贸易形态投石问路,在彻底摸清目标市场的政策导向、法律底线以及真实基建需求后,才会果断在潜力优质的区域砸下重金进行本土化产能布局。

目前,东南亚已成为其出海的核心深耕区。越南作为出海首站,河内与隆安两个大型生产基地早已成熟运转。印尼作为建华海外布局至关重要的市场,落地西冷、三宝垄两大基地,项目跑出海外建厂的“建华速度”,实现当年建设、当年投产、当年盈利,依托双基地协同发力,快速打开当地基建市场。同时,泰国工厂的建设也在全力推进。

通过扎实的属地化运营,建华不仅有效规避了跨境物流的高昂成本,更成功将其领先的一体化综合服务输出到了海外,在国际市场上唱响了中国制造的品牌。

面对未来行业市场仍将处于调整周期的现实,建华将坚守稳健经营的核心原则,在稳固国内主营业务基本盘的前提下,积极推进第二增长曲线的进取,有计划地深化海外市场布局,以笃定的步伐向着百年企业的长远愿景扎实迈进。