

掌握綠能新概念

大華金屬 用鋁罐屹立全世界

大華金屬董事長姜靜宜早在1981年帶領大華走向轉型之路，投入鋁罐的生產製造，經過30年的發展，已經成為國內最大的鋁罐製造商、中國大陸金屬型製罐廠的第六大廠商，其中的關鍵，就是掌握了節能減碳的新觀念。

◎ 撰文／孫慶龍 圖片提供／大華金屬、商業周刊

全球暖化日益嚴重，使得各國政府紛紛加快推動節能減碳的政策腳步，2009年哥本哈根氣候變遷會議中，與會國家達成在2020年前減碳20%至45%的決議目標，除此之外，近幾年，全球更興起「碳足跡」（Carbon Footprint）運動的熱潮。

碳足跡顛覆傳統環保觀念

所謂「碳足跡」指的就是一項勞動或一件產品，在生產與消費的過程（產品生命週期）中，直接或間接產生的二氧化碳排放量。相較於一般大眾所瞭解的溫室氣體排放，「碳足跡」觀念則是從消費者的角度出發，目的是為了破除「有煙囪才会有污染」的傳統思維，達到真正評估「碳排放」的效果。碳足跡的分析觀點，讓過去總是被歸類為耗能產業的大華金屬搖身一變，躋身綠色企業之林。

過去一向被視為耗費能源的製罐產業，為何能翻身成為節能

產業的一份子？大華金屬董事長姜靜宜解釋，一般社會大眾的認知，鋁罐生產之所以被視為耗能產業，是因為由鋁礬土原料電解出金屬鋁的過程中，需要耗費大量的電力。

他舉例，在1950年時，用4至5公噸鋁礬土原料來生產1公噸的鋁金屬，需要消耗2萬度（kwh）的電力，60年後的現在，雖然鍊鋁技術已經大幅進步，但生產1公噸的鋁金屬還是需要消耗1萬3千度（kwh）的電力，這就是為什麼類似大華金屬這種與鋁有關係的產業，會被當做高耗能產業的原因。

「但碳足跡的觀念，徹底顛覆了這個傳統的舊思維，」姜靜宜說，以一罐330ml容量的可口可樂為例，根據英國碳信託組織（Carbon Trust）的調查報告，鋁罐裝可樂每瓶的碳足跡約為170克，而玻璃瓶可樂每瓶的碳足跡卻有350克，因此，從碳污染量的角度來看，玻璃瓶裝可樂對環

大華小檔案

- 成立時間：1973年
- 公司規模：30億5千萬
- 主要經營項目：生產綜合性食品飲料包裝容器
- 重要發展與表現：在臺灣與大陸上海、南通、重慶、濟南、及越南等地投資，共設有7座工廠，預計5年內會持續擴張產能至共設有10座工廠的總生產規模，客戶遍及國內外各大知名食品、飲料、電子、包裝等產業。

境的污染，足足是相同容量鋁罐裝可樂的兩倍，換言之，雖然鍊鋁的過程耗電，但若是以產品的生命週期來比較，鋁罐顯然比玻璃瓶更具有環保價值。

除此之外，和寶特瓶、玻璃瓶相比，鋁罐是唯一在回收後，還可以100%再利用的容器。姜靜宜進一步解釋，寶特瓶回收後，無法再製成寶特瓶，但鋁罐回收後，只需要60天就可以重新包裝再上架，不僅如此，同樣一罐330ml容量的鋁罐裝可樂，如果使用回收鋁罐，碳足跡的消耗可



在中國大陸鼓勵業者多用鋁罐、少用玻璃瓶的政策下，鋁罐市場需求水漲船高。

以再較新鋁罐減少50%，因此，鋁罐是一種非常具有價值的環保金屬，也是目前許多國家極力推廣的飲料包材材料。由於廢鋁罐具有100%的回收價值，因此，各國的回收制度也相當健全，「以台灣為例，目前市面上廢鋁罐每公斤的回收價格高達35元，這就是為什麼路上很少看到鋁罐被隨地丟棄的原因，因為實在太值錢了。」姜靜宜笑著表示。

積極轉型成為台啤夥伴

成立於1973年的大華金屬，原本從事鐵罐的生產製造，但由於看好國內鋁罐需求起飛的趨

勢，因此，姜靜宜在1981年時決定帶領大華金屬走向轉型之路，投入鋁罐的生產製造；經過30年的發展，現在大華金屬不但是國內最大的鋁罐製造商，更成為中國大陸前六大的廠商，兩岸合併營收的規模，截至2010年底已經達到新台幣61億元。

回憶起這段轉型的歷程，姜靜宜表示，從歐美先進國家的發展經驗與研究機構的資料來看，當一個國家的國民所得站上4,000美元之後，罐裝飲料市場就會開始進入起飛階段，而鋁罐的需求也會跟著大幅提升，而1981年時的台灣，由於正處於經

濟起飛期，不但國民所得提高到4,000美元的水準，更帶動鋁罐需求的快速成長，當時台灣生產鋁罐的台灣鋁業公司（現為中鋼鋁業）根本來不及供應國內快速成長的市場需求，正好提供大華金屬一個絕佳的轉型機會。

「現在看來，這個轉型策略非常成功。」姜靜宜說，目前大華金屬除了台灣啤酒外，還包括維他露、黑松、可口可樂、味丹、南亞、青島啤酒等國內外知名飲料大廠，都成為休戚與共並且長期合作的事業夥伴。

根據中國國務院所公布的中國各省人均GDP統計資料顯示，



姜靜宜表示，
大華金屬將從綠色環保角度出發，
專注於具節能減碳優勢的鋁罐製造上，
成為一家名副其實的長青企業。

2010年底時全中國的平均國民所得已達到4,050美元，上海、北京、天津、浙江、江蘇、廣東等6個區域（常住人口2.67億），人均GDP更達到6,000美元之上，除此之外，外資Morgan Stanley也樂觀預估，到了2016年時，全中國將有半數以上的人口，年收入達到6,000美元以上，並且創造出一年3兆美元的內需市場。

政策加持帶動市場大爆發

「中國大陸的國民所得去年

底已經正式站上4,000美元的關卡，可以預期，未來中國大陸鋁罐的內需市場，將開始邁向快速成長的階段。」姜靜宜分析。

這樣的成長速度並不意外，在2009年以前，中國啤酒的包材市場，鋁罐的使用比率不到5%，但到了2010年上半年，已經拉升至5%，下半年甚至逼近10%的水準，僅半年時間已成長將近一倍，顯示目前中國啤酒市場的「鋁罐化」，不但成長的速度驚人，更一躍成為整個產業的主流

趨勢。除了國民所得的提升，刺激鋁罐市場的成長需求，政府政策的方向，也激勵了整個產業的成長。

身為碳排放量全球第一的中國，近年來開始大幅限縮玻璃瓶的製造與使用期限（兩年內），在政府鼓勵業者多用鋁罐、少用玻璃瓶的政策推動下，民間也在啤酒業者領軍、飲料業者跟進的情況下，掀起一波改用鋁罐的風潮，不僅帶動中國鋁罐需求的成長，更讓身為中國前六大鋁罐廠



若以碳足跡的觀念來看，鋁罐比玻璃瓶更具環保價值。



大華金屬在鋁罐的製程中，對品質的控管嚴格，以符合環保要求。

的大華金屬，營運水漲船高。

迎接需求改採積極策略

為了因應中國地區強勁的市場需求，大華金屬一改過去保守的經營策略，在中國市場積極擴增鋁罐產能，總經理姜正行就曾表示：「對照中國鋁罐市場的蓬勃發展，過去我們真的太保守了，必須改變。」

2008年，大華金屬重慶廠整建完畢加入營運，在中國市場的產能也從原本的7億支提高到12億支，而2010年底山東濟南新廠正式加入營運，更一舉擴充產能達到24億支，積極的擴產動作，清楚看出大華金屬在中國市場的強烈企圖心。

「今年大華金屬還會在上海廠增加1條產線，力拚上海廠年

底前達到10億支產能。」姜靜宜說，等到上海廠擴廠完畢後，大華金屬在中國市場的鋁罐產能將提高到28億支，這個數字，已經較兩年前大幅增加280%，他同時表示，接下來，大華金屬將在中國再蓋一座新廠，再擴充18億支產能，屆時，中國市場總產能將直逼46億支。

展望未來，姜靜宜信心滿滿地表示：「2年內，大華金屬的合併營收要成長到新台幣100億元。」這個數字和2010年大華合併營收61億元相比，可以清楚看出姜靜宜對近兩年的營運企圖與期待；此外，他也強調，未來大華金屬將從綠色環保角度出發，更加專注在具有節能減碳優勢的鋁罐生產製造上，讓大華金屬成為一家名副其實的長青企業。■

◎您想拓展新興市場並獲取短、中長期出口貸款嗎？

◎您擔心因國外開狀銀行發生問題，而收不回出口貨款嗎？

請投保國貿局支持的 中國輸出入銀行

D/P、D/A、O/A、L/C 出口保險

- ◆ 單一窗口融通資金
- ◆ 買主徵信服務
- ◆ 同時承保政治危險與信用風險

效率、專業、誠信

服務專線：

總行 (02) 2394-8145

新竹 (03) 658-8903

台中 (04) 2322-5756

高雄 (07) 224-1921

<http://www.eximbank.com.tw>