

专家学者和行业领军人士齐聚 共探2025年中国石材出海路径



戴亦一



孙卫星



李海军

18日,2025年石材企业全球化出海交流会在厦门举行。来自全球的众多专家学者和行业领军人士齐聚一堂,共同就石材行业的最新发展情况展开深入交流与分享。

会上,与会者们详细分析了当前石材行业的市场动态、技术趋势及面临的挑战与机遇,还聚焦中国石材企业的出海战略,探讨了一系列富有创新性和实用性的“中国式”出海方案,旨在助力中国石材企业更好地融入全球市场,提升国际竞争力,开拓更加广阔的发展空间。

本报记者 蔡静琦 文/图

戴亦一:顺应时代 推动经济大国迈向产业强国

在“强国背景下的中国企业出海战略”主题演讲中,厦门大学管理学院教授戴亦一提出了一系列富有洞察力的核心观点,为中国企业的国际化道路指明了方向。

戴亦一首先强调了战略转型的必要性。他指出,在全球局势不断变化的背景下,中国企业正面临着前所未有的挑战与机遇。传统的发展模式已难以适应当前形势,企业必须以创新思维为核心,摒弃旧有逻辑,积极应对国际市场的各种挑战。考虑到中国制造业已位居全球第一,他提出应从“世界工厂”的角色转变为“世界市场”的参与者,通过出海战略实现强国目标,

推动中国制造业向更高层次发展。

关于强国战略的本质,戴亦一表示,其核心在于“占市场”而非“占土地”。他强调,企业国际化是提升全球竞争力的关键途径。他以华为的“黑土地战略”为例,深入阐述了技术深耕与市场拓展相结合的重要性,并提出了“China+1”战略,建议企业在全局布局中构建灵活高效的供应链体系,以更好地应对市场变化。

在谈及如何化危为机时,戴亦一表示,中国企业应主动寻求出海发展。他鼓励企业通过技术升级、品牌重塑和本地化运营等策略,变被动为主动,积极应对外部挑战。他以紫金

矿业为例,说明通过全球矿山布局,企业可以实现持续稳定的增长。

“人才与组织保障同样重要。”戴亦一强调,跨国经营离不开“总部派出管理人才”的支撑,同时,企业也需要注重培养适应全球化的人才梯队。他结合自身服务企业的丰富经验,强调了管理咨询与实战相结合的重要性,为企业提供了宝贵的人才和组织建设建议。

“当前正处于实现强国梦的关键时期,我认为,中国企业应积极践行出海战略,通过国际化发展推动中国从经济大国迈向产业强国,为国家的繁荣富强作出更大贡献。”戴亦一说。

孙卫星:完善体系 确保产业安全和可持续发展

会上,中国石材协会秘书长孙卫星分享了石材行业的最新运行情况,并提出了行业出海的“中国方案”。孙卫星指出,尽管面临内卷加剧的挑战,石材行业整体保持稳定发展,规模效益数据平稳,正朝着绿色和创新发展的方向迈进。

据统计,2024年石材行业规模

以上企业数量增至3638家,较2023年增加118家。然而,产值却出现下降趋势,反映出行业内竞争的激烈程度。随着更多中字号企业进入石材领域,市场竞争愈发激烈,小型企业面临较大压力。

在出口方面,2024年石材机械工具出口额达到52亿美元,实现了

石材产品和石材装备的制造出口。孙卫星强调,出口与出海存在本质区别。出口仅是商品销售和市场推广,而出海则是产业和资本的综合输出,关键在于人的因素。他以高时石材为例,说明了全球化管理人才的重要性。

针对石材出海的“中国方案”,

孙卫星提出要建立完善的石材产业体系,目标市场包括东盟、中东、中亚等地区。他建议企业采取购买矿山的策略,以降低风险,并提前规划绿色矿山的开发,少走不必要的弯路。此外,孙卫星还提醒企业要注意出海过程中的风险防控,确保产业的安全和可持续发展。

李海军:抱团出海 让世界看到中国石材价值

现场,南安市石材外经贸协会执行会长李海军对石材行业的现状及出海困境进行了深刻剖析。他指出,中国石材行业虽规模庞大,但80%以上仍为中小微企业,这些企业普遍面临独立出海的巨大挑战。以韩国市场为例,过去十年,中国对韩国的年出口大理石额稳定在20亿元以上,但2024年骤降至14亿元,降幅近30%,折射出行业在国际竞争中面临的结构性压力。

李海军认为,行业困境源于多重

因素:一是企业分散化严重,缺乏统一标准与品牌合力;二是产品标准与国际脱节,如厚度不达标等问题长期制约高端市场突破;三是中小企业单打独斗难以应对贸易壁垒与市场风险,尤其在欧美市场持续萎缩的背景下,亟须创新出海模式。

“数年前,中国企业参加美国拉斯维加斯展会时,多以‘摆地摊’形式,展示零散样品,与意大利、土耳其等国组团参展的气派展馆形成鲜明

对比。”针对上述问题,李海军提出“抱团出海”的破局路径。

作为南安石材外经贸协会的掌舵人,李海军推动协会建立石材外贸全产业链协作平台,整合报关、物流、设计等资源,降低中小企业运营成本。2025年,协会创新打造“2.0外贸选材中心”,通过统一生产符合国际标准的2cm厚板材,解决长期困扰行业的规格混乱问题。同时,该协会联合政府、高校开展外贸培训,联合协

办“数智领航聚力出海”论坛,邀请土耳其贸易代表团开展B2B对接,探索“前展后厂”的深度合作模式。

李海军强调,政府引导是行业升级的关键。他建议通过税收优惠、海外仓建设等政策支持,鼓励龙头企业牵头组建“出海联合体”,在沙特NEOM未来城等超级工程中打造中国石材品牌。正如他在创会时所说的:“只有集结所有力量,才能让世界看到中国石材的价值。”



资讯

AI如何助力企业开拓全球市场? 南安举办外贸专题培训

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 吕嘉发)日前,由南安市商务局指导,南安市外贸集聚区主办的“2025外贸破局攻略——AI开启全球外贸新赛道”专题培训活动圆满落幕。阿里巴巴国际站南安负责人、AI模块官方培训师张辅铁担任主讲嘉宾,活动吸引了来自日用轻工、机械装备、石材陶瓷等领域60余位外贸企业负责人,共同探索AI技术驱动下的全球市场开拓新路径,为南安外贸高质量发展注入智慧动能。

培训会上,拥有13年外贸服务经验的张辅铁以国产智能工具DeepSeek为核心,展示从客户开发到市场分析、邮件沟通的全链路提效方案;深入剖析了DeepSeek的底层逻辑与本地化部署优势,还分享了万能提问公式等实用技巧;实战解析如何用DeepSeek高效开发国外客户,手把手传授AI赋能外贸秘籍。

现场,张辅铁还为与会者深度剖析了全球外贸格局演变,基于政治、经济、社会、技术四大维度,揭示俄罗斯、东南亚、拉丁美洲等国家和地区海外市场的外贸机会及市场开发策略,为外贸企业锁定2025年的高速增长市场提供了宝贵建议。

市商务局相关负责人表示,接下来,他们将持续赋能,通过组织专题培训、整合优质资源、协同政策扶持等多措并举,全力助推企业实现“智能出海”的华丽转身,携手共绘南安外贸的新篇章。

敏华控股携新品亮相 “南安板块”闪耀深圳国际家具展

本报讯(记者 李杨瑜)19日,深圳家居设计周暨第40届深圳国际家具展圆满落幕。本届展会云集国内外众多知名家居品牌、独立设计师品牌,聚焦原创设计和科技革新,共同呈现一场时尚与艺术的家居设计盛宴。

展会期间,由南安籍企业家黄敏利掌舵的上市企业——敏华控股,携旗下芝华仕头等舱系列等18大系列精彩亮相展会,产品分布在9号、10号展馆,从客厅的沙发到卧室的床和床垫以及客餐厅配套产品,全方位展示各系列家居新品,从舒适度、功能性、环保性等多方面打造智能化的家居场景体验,满足更多消费者的需求,赋能品质生活新升级,推动家居积极拓新。

伴随着衣食住行品质的不断变化,人们对于客厅中沙发的舒适性及功能性要求不断提高,驱动着传统家居产品向个性化、功能化、智能化方向转变。凭借国民品牌力和卓越的产品实力,芝华仕头等舱展区也吸引许多参观者驻足体验。现场,芝华仕头等舱各系列业务工作人员为观展客商朋友们介绍系列特色、产品卖点、设计理念、生产研发等多方面的产品内容,通过沉浸式居家全景体验展厅,让每一位参观的朋友都能够对品牌和产品有更深入的认识。

值得一提的是,在此次展会期间举办的金沙奖评选中,头等舱绅士系列SE—12370MAI智能律动按摩沙发从参赛产品中脱颖而出,荣获2025年“金沙奖”年度智能家居卓越奖;此外,今年,芝华仕头等舱还独家冠名深圳家居设计周WISE设计新锐项目,与8位年轻新锐设计师合作,以“我的生活我说了算”为主题进行头等舱沙发的创新设计,用8款沙发重新定义年轻人眼中的沙发空间,以创新视角重新定义舒适与时尚,注入年轻元素,共同打造更具设计感、更年轻化的沙发。

据了解,南安家具产业于20世纪八九十年代开始萌芽,走出了敏华控股、拉菲德堡、鼎美家私等一批国内知名家居品牌。目前,全市共有家具企业200多家,南安贤达在业界创办的家具企业更是多达400多家,这些家具企业在全国家具市场占有重要份额,形成了品牌家具业的“南安板块”。

龙岩市南安商会 组织开展会员企业走访活动

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 陈文凯 刘育琼)日前,龙岩市南安商会组织开展走访会员企业活动。

活动期间,龙岩市南安商会会长尤继章一行先后走访了龙岩市欧亚建材贸易有限公司、龙岩兴宏盛工贸有限公司等多家会员企业。每到一处,一行人都仔细询问会员企业经营现状、市场竞争优势、业务管理模式、市场扩展进程以及未来的发展规划等情况。

“商会是会员企业坚强的后盾,要为会员提供相互交流、资源共享的平台。”尤继章表示,接下来,商会将积极组织各项会员活动,将商南精神深度融入其中,以此增强内部凝聚力。同时,商会也将深入会员企业进行调研与交流,充分整合各方资源,构建更紧密、高效的商会体系。他希望,通过这些举措,商会能更好地履行平台桥梁职能,进一步推动会员间的交流合作,在地区经济发展、商业交流等方面发挥重要作用。

第21届南安卫浴五金展将于4月1日-3日举行

本报讯(记者 李杨瑜)19日,记者从南安国际水暖泵阀暨消防器材交易会(简称“CNPV”)组委会获悉,南安市“四链”融合及内外贸一体化系列活动——第21届南安卫浴五金展,将于4月1日—3日在福建成功国际会展中心举行。

本届展会以“新质驱动,跨境赋能”为主题,展馆面积3.2万平方米,设有1100多个国际标准展位。其中,七大展馆涵盖了水暖五金配件展示区、品牌卫浴展示区、浴室柜展示区、马桶展示区、阳台空间展示区、厨房家电展示区、卫浴设备展示区、电商及第三方服务机构展示区八大主题区,细化展示品类,提升品

类聚集效应,一展尽览全产业链产品。

南安是“中国水暖之乡”“中国水暖卫浴产业高地”,拥有全国最大的水暖厨卫生产基地和三大消防产品生产基地之一。CNPV作为产业发展的亲历者和见证者,21年来,从首届的地区性展会发展成为全国盛会。它不仅见证了水暖行业的蓬勃发展,推动着行业不断前行,提升了区域经济影响力与品牌国际竞争力,更为行业全产业链提供了交流、合作和创新的舞台。CNPV组委会相关负责人表示,此次展会顺应新时代的浪潮,采用四维生态构建全新的展会,可推动产业链现代化及“四链”深度融合,重构价

值链,优化全产业链,更能助力品牌提升国际竞争力。

“自2024年起,我们开启‘一展两期’的模式,充分发挥南安独特的产销优势。第21届南安卫浴五金展将延续辉煌,以‘焕新’再度启程,为水暖人持续引领行业发展新风向。”上述负责人补充道。

此外,本届展会上还将举行系列主题活动。以“新潮卫来派”为主题的2025年卫浴创新设计主题展,将采用高饱和的绿色来传递未来感,顺应当下创新智能的卫浴发展趋势,精选50余款新品,规划近500平方米的场景化展示,让观众可以体验个性鲜明的

卫浴空间。同时,展会还将举办卫浴创新设计沙龙,邀请行业大咖与设计师共话未来焕新趋势,为从业人士提供全新发展思路与创新灵感。

“我们还将携手多个跨境服务平台,精心打造跨境服务区,集中展示跨境爆款及跨境交易方案,同时邀请跨境资深讲师,解析行业新趋势,分享如何利用DeepSeek等AI工具赋能精准外贸开发,直击出海痛点,引领行业企业深入了解市场风口。”上述负责人表示,展会将采用线上云展的方式,给观众带来“视、听、思、维”的三重升华,期待与全球水暖人一起,共同奔赴一场美学、科技、设计的融合盛宴。