

2.0 石材专场遍地开花 推动行业更快更好出海

■本报记者 蔡静琦 文/图

近日,在锦瀚石材举行的一场外贸交流会上,一场关于“2.0革命”的行业讨论再次拉开序幕。

“水头企业能不能切一些2.0cm的大板?”在去年的一场外贸交流论坛上,一名女外贸员的提问如同投入平静湖面的巨石。台下数十位石材企业代表面面相觑——这个颠覆国内常规1.8cm的“非常规需求”,揭开了行业潜藏的危机——当国际标准早已锁定2.0cm厚度时,国内石材企业却因成本考量,将大板越切越薄。这位女外贸员的诉求,让石材人猛然惊觉:对接国际标准,才是突破国际贸易壁垒的关键。

从单点突破到集群发力

当2.0cm大板的需求投向中国石材从业者时,这场看似简单的尺寸之争,实则是中国石材业与国际市场规则的正面交锋。谁也没有想到,这场对话竟成为改写行业游戏规则起点。

去年底,作为论坛的举办地,中闽万石汇率先开启2.0行动,推出外贸选材中心,展出2.0cm的大板。紧接着,锦瀚石材、星程石材、磊易石材等企业也纷纷加入,推出2.0cm的大板。一些大理石加工厂听闻风声,也开启了2.0加工时代。

日前,记者来到锦瀚石材,一进大门,就看到了一个显眼的指示牌:外贸选材区。走近细看,一片片修裁得整整齐齐的大板摆放在一个个A字架上。放眼望去,与以往的火车架陈列方式形成了鲜明的对比。

“外贸选材对环境、大板的厚度以及大板品质都有很高的要求。”锦瀚石材总经理郑进锦表示,公司始终专注于石材的全球化营销模式,早在2018年就与厦门20多家优质外贸公司合作,所以对外贸的标准有比较深刻的理



星程石材2.0外贸馆

解。他指出,随着石材行业的发展,出海已经成为一个重要的突破口。企业必须适应国际标准,规范尺寸,以满足国外客户的需求。

据悉,锦瀚石材拥有数十个自主矿山品种,主要集中在希腊和土耳其。为配合全面出海战略,锦瀚石材根据不同国家的需求,生产不同工艺的大板,为贸易公司提供多样化的选择。

国际建筑标准始终将2.0cm作为石材基准厚度,而中国供应商为压缩成本,通过“1.8cm策略”培养客户习惯。这种温水煮青蛙式的做法,令中国石材在国际高端市场逐渐失声。“当客户开始主动要求标准厚度时,说明市场正在倒逼我们回归正轨。”中闽万石汇总监张建复盘时坦言。与此同时,他也希望更多的石材人能够一起加入2.0行列,推动石材高质量出海。

除了2.0专卖场的兴起,还有不少工厂开始设立独立的2.0机台,专门切割2.0cm厚度的大板。澳洲洲石材厂

长吴招任介绍,工厂拥有6台线锯。自从去年听说外贸对2.0cm大板的需求后,便开始积极寻找有意向切2.0cm大板的客户。今年开春,就有石材加工户陆续下单,目前2.0cm大板的订单主要以白石加工为主。

尺寸变革背后的价值重塑

石材行业的出海之旅,不仅仅是物理尺寸上的变革,更是价值体系的深刻回归与重塑。

星程石材总经理孙燕鹏一针见血地指出,外贸标准的复杂性远超厚度这一单一指标,2.0cm虽为石材进军国际市场的基础门槛,但真正的挑战在于对出口全链条的深刻理解与精准把控。

石材的物理性能稳定性固然重要,但更关键的是对目标市场包装规范、标识要求乃至木架熏蒸等细节的严格遵循。这些看似琐碎的标准,实则是确保产品安全抵达、客户满意使用的关键环

节,任何疏忽都可能引发不必要的损失与麻烦。

孙燕鹏强调,石材人不应盲目跟风,而应深入调研外贸市场的真实需求,避免陷入无序竞争的漩涡。不同市场对石材产品的需求各异,比如北美市场注重品质,中东市场则更看重性价比。因此,了解目标市场的需求特点,精准推送符合当地需求的产品,是提升出海成功率的关键。

在此背景下,南安石材外贸协会执行会长李海军提出了“抱团出海”的战略构想。他认为,石材行业作为一个相对小众的领域,多数企业规模较小,单打独斗难以在国际市场上取得突破。因此,他倡导南安石材企业联合起来,通过协会平台整合资源、跨界合作,共同探索新的盈利点,实现互利共赢。这一战略不仅有助于提升南安石材行业的整体竞争力,也为中小企业走出国门、开拓国际市场提供了宝贵的经验与借鉴。

九牧集团与国际顶奢品牌共登价值榜单

本报讯(记者 李杨瑜)21日,第21届胡润至尚优品发布盛典举行,现场《2025胡润至尚优品——中国高净值人群品质生活报告》同步发布。九牧集团以“科技卫浴 世界九牧”的战略定位,斩获“最青睐的科技卫浴”荣誉,与劳斯莱斯、阿斯顿马丁、宝格丽、汇丰银行等国际顶奢品牌共同入选价值榜单。

据悉,胡润至尚优品被广泛视为面向高净值人群品牌的ISO,其发布的《中国高净值人群品质生活报告》已连续21年揭示中国高端市场消费趋势。

报告针对中国高净值人群展开一对一深度调研,涵盖消费习惯、品牌认知及生活方式变迁,成为中国高净值人群的“消费风向标”。

本次调研共覆盖近1000位千万资产中国高净值人士,主要围绕幸福指数、投资和消费三大核心主题展开。与往年相比,今年的报告更加聚焦高净值人群对精神层面的关注,尤其是在全球不确定性加剧的背景下,如何提升幸福感成为关键议题。

作为家庭幸福感的重要载体,卫浴场景受到越来越多高净值人群的关

注和体验。35年来,九牧集团一直把科技和创新写入企业发展基因,每年的科技研发投入不低于销售额的10%,卫浴行业首创“科技卫浴”战略定位,发布首场科技发布会,研发创新专利超2万项……时至今日,九牧集团行业市场地位跃居“中国第一 世界前三”,智能马桶全球销量第一,品牌价值达1592.25亿元。

同时,九牧将科技创新转化为产品优势。以九牧X90超静音数智马桶为例,全球首创翻转冲刷技术、超静音138分贝、红蓝光健康理疗、全水路杀菌

除菌,重新定义高端智能马桶标准;九牧还与华为全屋智能联合打造智能魔镜柜,其融合美妆护肤、刷牙矫正、健康管理等全场景解决方案,提供了全屋智能互联的新入口。

随着AI技术的发展和运用,九牧集团AI马桶与家用机器人产业园一期建设已启动。接下来,九牧集团将重点研发机器人洗澡机、AI健康马桶、机器人马桶等科技产品,重构卫浴行业的价值场景,为全球高端用户打造更智能、更健康、更绿色、更可持续的科技卫浴场景。

王志敏当选厦门市南安商会会长

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 王建)21日,厦门市南安商会召开第四届第一次会员大会,会议选举产生了商会新一届领导班子成员,王志敏当选会长,郭东宇当选监事长。

“站在新的起点,我深感责任重大。”王志敏表示,未来,他将带领商会积极践行商会办会宗旨、办会理念,保持正确的政治方向,积极发挥平台作用,努力打造一流商会,积极履行社会责任。他承诺,将以持续创建全国“四好”商会、通过“5A”等级评估为目标,创新思路,立足商会发展实际,不断创新商会管理模式和机制,强化服务意识,完善商会运作配套职能,充分调动广大会员积极性,努力打造新时代一流商会。

据了解,厦门市南安商会成立于2009年,在历届领导班子的带领下,在全体会员的共同努力下,为厦门南安两地经济发展、文化交流及社会公益作出突出贡献。该商会先后荣获5A级社会组织、全国“四好”商会、福建省先进基层党组织等一系列荣誉称号。

成都南安商会青年会召开会员大会

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 王建)日前,成都南安商会青年会召开二届二次会员大会,该商会40余人齐聚一堂,共话合作愿景,共绘发展蓝图。

会上,与会人员围绕自身情况、从事行业领域等内容逐一进行介绍,并就推动资源整合、产业对接、市场拓展等议题畅所欲言,为商会青年会与兄弟商会之间交流互动和可持续发展建言献策。

成都南安商会执行会长兼青年会会长洪志扬表示,商会青年会自换届以来,会员们同心同德,互帮互助,圆满完成了各项工作任务,展现了南安青年爱拼敢赢、永不言弃的良好精神风貌。他希望,大家积极响应号召,踊跃参加活动,为商会青年会的更好发展贡献力量。

据了解,成都南安商会成立于2007年,现有会员企业上千家,理事会成员200多人,主要从事卫浴、石材、消防、阀门等行业。10多年来,商会始终坚持政治建会、团结立会、服务兴会、改革强会的宗旨,在商会组织建设当中标杆、走在前、树典型,为成都、南安两地社会经济发展作出了积极贡献。

“满格”电力 助力园区企业“加速跑”

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 傅泓源 文/图)一直以来,南安以“石材之都”“水暖之城”为世人所熟知。但其实南安还有另外一个身份——“对讲机之乡”。

南安目前对讲机产业年产销额上百亿元,拥有130多家生产厂家、800多家经销商,近2万人从事该产业,年产销对讲机5000多万台,占据中国70%以上市场份额,产品远销80多个国家和地区,创造了“全球每3台对讲机就有1台来自南安”的产业奇迹。对讲机产业蓬勃发展的背后,离不开“电搭子”的助攻。在这几十年的发展中,国网南安市供电公司成为南安市对讲机产业的高质量发展输送了澎湃动能。

近日,记者走进南安霞美镇光电信息产业园时看到,福建利豪电子科技有限公司(以下简称“利豪公司”)的各条对讲机线路板生产线正马不停蹄地赶制订单。

“今年公司产量、订单量都实现了大幅增长,当下我们正全力赶制一批发往欧洲的货物。”利豪公司负责人介绍,“供电公司的服务太及时了!有了他们的专业指导,我们心里更踏实,也更有信心完成今年的生产目标。”

前不久,国网南安市供电公司供用电部通过分析利豪公司近半年用电数



国网南安市供电公司走进企业,了解企业用电需求,并开展用电设备检查。

据,结合实时电价政策,为企业量身定制用电方案,并出具个性化能效建议书。“供电公司的专业建议让我们用电更高效,成本更可控!”利豪公司相关负责人连连点赞。

同时,国网南安市供电公司创新打造“园网共建”电力便民服务示范点,成立园区负荷专班,迅速响应企业用电需求。杨坤灿是国网南安市供电公司供用电部市场班副班长,企业一个电话,他马上就到。每个月他都雷

打不动地把园区企业“扫”个遍,实地走访、电话回访。

“经常遇到用户不理解、设备改造协调难的问题,我就多跑现场,像唠家常一样晒案例、讲好处,用通俗易懂的语言消除他们的顾虑,提升客户的用电获得感。”杨坤灿介绍,国网南安市供电公司还推出“电e金服”系列金融产品,“电e证”“电e票”“电e贷”等,帮助企业缓解电费支付压力,盘活资金流。

值得一提的是,国网南安市供电公司通过优化“开门接电”服务,上门为企业提供用电建议,运用智能电表和采集终端实时监测负荷数据,对负荷进行可调节潜力分析,确定聚合方案,推动电网负荷管理更高效、更智能、更绿色。在高压业扩项目上,明确全流程节点,“线上+线下”协同,为重点项目开辟“绿色通道”,实现提前送电。为缩短办电时间,该公司创新推出“配套先行”模式,与用户签订“配套契约书”,同步推进高压业扩报装接入与电网建设,实现“电等客户”。

此外,在服务前端,国网南安市供电公司纪检人员深入园区开展“访企问需”专项行动,通过实地查看用电设备、座谈交流等方式,重点核查供电服务人员是否存在推诿扯皮、违规收费等行为;同时,建立“纪检+网格化”监督机制,通过电话回访、现场核验等方式,确保惠民政策精准落地,推动供电服务质效持续提升。

经济腾飞,电力先行。作为经济社会发展的“先行官”,国网南安市供电公司始终统筹发展和安全,蓄足发展“满格电”,赋能经济“加速跑”,在服务地方经济发展和重大战略部署中当排头、作表率,成为推动南安经济高质量发展的重要“电引擎”。