

# 艺术砖叩开乡镇市场 中转仓织密扩张网络

不久前,福建省南安市豪联陶瓷有限公司(以下简称“豪联陶瓷”)总经理洪金生在朋友圈分享了一张企业位于湖南中转仓的照片,并配文:“不大的仓库,凝聚着我们在中南地区破局的决心。”简短有力的文字,如同进军号角,正式拉开豪联陶瓷深耕湖南乡镇市场的战略序幕,也标志着品牌区域扩张迈出关键一步。

近年来,豪联陶瓷凭借自主研发的罗马柱艺术砖,以差异化产品强势突围,不仅在福建农村市场站稳脚跟,更成功开拓江西、湖南等中南地区乡镇市场。

本报记者 蔡静琦 文/图



陶瓷厂工作人员正在认真质检。

## 创新工艺让安装更便利

近年来,湖南、江西、广东等地自建房、庭院别墅建设热潮涌动,如雨后春笋般拔地而起。洪金生凭借敏锐的市场洞察力,果断推出罗马柱艺术砖这一匠心之作,迅速在市场中抢占先机。

谈及研发罗马柱艺术砖的初衷,洪金生感慨道:“罗马柱向来是豪宅的标配,其艺术纹理更是高端外墙的点睛之笔。过去,这样的奢华质感只能依赖石材打造,造价不菲。我们研发的罗马柱艺术砖,不仅复刻了石材的质感纹理,更以不到石材一半的价格,让老百姓轻松实现‘豪宅梦’,用高性价比产品点亮乡村建筑美学。”

经过4年多的精心耕耘,豪联陶瓷推出鸿力和威利两大艺术砖品牌。它们在新农村建设的沃土上蓬勃生长,如今两大品牌不仅在福建本土市场家喻户晓,更以燎原之势延伸到了湖南、江西、广东等地乡镇市场,成为乡村建筑装饰领域的标杆品牌。

记者走进豪联陶瓷工厂,一派热火朝天的生产景象映入眼帘。三条生产线满负荷运转,机器轰鸣声不绝于耳。一块块表面雕刻着精美中式花纹的瓷砖,整齐地排列在传送带上,缓缓被送入下一个生产环节。生产线末端,机械臂不知疲倦地快速打包,动作精准且流畅。厂门外,长长

的货车队伍早已排成长龙,司机们翘首期盼,等待着将这些产品送往市场一线。

洪金生介绍,这些正在生产线上流转的,正是罗马柱艺术砖。它们采用独特的模具成型工艺,历经喷釉、烧结等多道工序,最终呈现出与天然石材极为相似的效果。绣石、芝麻系列、莎莉红等常见天然石材品种,都可以被复刻。砖面上,3毫米深度的浮雕栩栩如生,立体感十足,而且无需复杂的二次加工,只需简单切割即可使用。

除了纹理的逼真,简易的安装工序更是这些艺术砖一经推出便深受市场欢迎的关键。据介绍,豪联陶瓷旗下品牌鸿力的二代蜂巢背扣中板,背纹设计成蜂窝状,沟槽内的斜倒钩能与黏结剂互扣互锁,形成牢固的卯榫结构,大大增强了拉拔力和附着力,有效防止脱落。产品安装操作简便,泥工便能轻松驾驭。

此外,豪联陶瓷为产品申请了多项专利,涵盖两三层建筑所需的罗马柱、窗套、文化石、背景墙等,形成了一套完整的建筑装饰产品体系。“我们每年都会开发出几百套模具、模芯,只要客户有需求,什么款式都能做!”洪金生自信满满地说道。在他的带领下,工厂能够提供丰富多样的罗马柱艺术砖,满足不同建筑外观和装修风格的需求。

## 在多地设立直营中转仓

谈及中转仓的设立,洪金生认为这是企业发展的必由之路。

2021年,罗马柱艺术砖赛道尚属蓝海,市场同行不过寥寥三五家。短短数年间,中小陶瓷厂如雨后春笋般涌入,让这个细分市场的竞争开始变得激烈。行业扩张不仅改写了市场格局,更带来了白热化的价格战。自2021年起,豪联陶瓷的产品售价以年均5%-6%的幅度持续下滑,利润空间被进一步挤压,企业发展陷入困局。面对严峻挑战,豪联陶瓷于今年上半年启动了直营中转仓策略。

“传统的经销商模式风险虽然低,但动力不足。”洪金生一语道破传统销售模式的痛点。中转仓的设立,尽管需大量囤货,面临人力与财力的双重压力,却能让企业更直接地触达市场。今年上半年,湖南长沙、永州、娄底等地,一座座面积超千平方米、投资数百万元的中转仓拔地而起。这些中转仓如同分布在市场前沿的“补给站”,实现少量多品种备货,让客户提货更加便捷高效,大大提升了豪联陶瓷的

市场响应速度。

中转仓模式成效初显,代理商开拓市场的积极性却有些不足,这成为横亘在豪联陶瓷发展道路上的一道坎。洪金生深知,只有充分调动代理商的积极性,才能让销售网络真正活起来,实现市场的深度渗透。

在积极布局市场的同时,豪联陶瓷也不断夯实着自身的生产根基。三条分工明确的生产线,犹如精密运转的“钢铁巨兽”:一条平板主砖生产线专注生产300mm×600mm、600mm×600mm等规格产品;另外两条生产线产量虽小,却以丰富的产品品类满足多样化市场需求。独特的双路线设计,让180米长的主生产线与两条150米长的生产线相互配合,生产灵活性被彻底激活,为企业在市场竞争中提供了强大的产能保障。

如今,在洪金生的带领下,豪联陶瓷交出了月产值3000万元的亮眼成绩单。成绩背后,八千多万元的库存压力如影随形。对此,洪金生有着清晰的判断:随着中转仓布局工作的逐步推进,库存问题将得到有效缓解。

# 从石头到艺术 国画石开启破界之旅

本报记者 蔡静琦 文/图

一块块朴实无华的天然石材,经由设计师的巧思与匠人的精心雕琢,蜕变为茶盘、花瓶、香盒等艺术美器。在南安石井镇下房村的一处偏僻角落,一个名为“无墨”的工作室深耕国画石多年,成为石材文创领域的新秀企业。

“无墨”品牌创始人王松文来自江西,深耕工业设计领域多年,在汽车、摩托车、手机等产品的外观设计方面造诣颇深。一次偶然的机遇,他邂逅了国画石,从此踏上了全新的艺术创作之路。

## 结缘国画石 专注茶周边

循着弯弯曲曲的石井村道往里走,能看到一处静谧的铁皮厂房,这里便是“无墨”品牌工作室。厂门口一块巨大的国画石荒料上面,几棵绿植随风轻轻晃动着,看起来“松弛感”十足。

一进入厂房,右侧是堆得满满当当的国画石荒料,左侧是成品展厅。展厅内没有明晃晃的灯光,只有一束束恰到好处的射灯,照射在各种茶盘、花器以及香器上,整个空间看起来静谧却又富有艺术感。

展厅深处,王松文正在与同事们探讨着工作。见到有人到访,他缓缓走了出来。在交流中,他分享了他与石材结缘的经历。

2007年,王松文第一次来水头挑选材料,一眼便被一块表面纹理宛如水墨丹青的石头吸引。当时,市场上流行的都是一些色彩均匀、纹路规整的品种。这种纹理复杂、色彩不均的材料并不被看好,销量也极少。但对设计出身的王松文来说,只这一眼,便是惊鸿一瞥。他从此一发不可收拾地爱上了国画石,并踏上了收集国画石的道路。

每一块形态各异的国画石,在他



工作人员正在打包发货。

眼中,都是独一无二的宝贝。他细致地研究其纹理、质地和特性,决定将这些特性发挥到极致。经过近10年的积累与筹备,2017年,“无墨”品牌工作室正式成立。

谈及品牌名字的由来,王松文笑着解释道:“之所以取名‘无墨’,因为国画石就是一款不需要笔墨就有画的神奇材料。”

品牌创立之初,他专注于茶周边产品的研发。当时,市面上流行的石茶盘绝大部分都是乌金石,千篇一律的色调和设计款式。独特的国画石茶盘一经推出,便受到了不少茶友的喜爱,很多人也是从国画石茶盘开始认识“无墨”这个品牌。

为了充分挖掘国画石的潜力,王松文带领团队设计了16组国画石主题艺术产品。要做出如此丰富多样的系列并非易事。工作室必须要有丰富的材料储量,才能筛选出意境相似的画面。

“我们的国画石储量有3000吨,

行业内很难找到第二家。”王松文自信满满地说道。不仅如此,“无墨”的每个系列都有外观专利和版权,就算同行模仿,也难以触及精髓。

如今,“无墨”在石材文创圈的名气越来越大,很多茶道爱好者慕名而来,就连八马、天福等知名茶叶品牌也纷纷抛来橄榄枝。今年上半年,八马就向“无墨”订购了四种款式的千余件产品。

## 返璞归真 让材料主导设计

近年来,国画石市场的局限性逐渐显露——其应用领域大多局限于茶周边产品,想要拓展到其他家居领域困难重重。加上年轻消费者更青睐色彩奔放、个性鲜明的材料,“无墨”团队意识到,必须做出改变。

恰在此时,越来越多的源头材料商主动找上门来,带来了种类繁多的新材料。这些材料各具特色,为“无墨”品牌工作室打开了全新的设计思路。

从去年下半年开始,工作室大胆革新,不再用繁复的设计掩盖石材的天然之美,而是反其道而行之,让石头本身的纹理与质感尽情展现。走进“无墨”生产作坊,匠人们正全神贯注地工作。他们秉持“材料主导设计”的理念,选料时用手轻抚其表面,通过触感感受石材的质地;俯身贴近,顺着光线观察纹理的脉络。

“唯有读懂石材的独特‘语言’,设计与材料方能达成浑然天成的境界。”谈及创作理念时,王松文目光中满是热忱。秉承这个设计理念,在“无墨”作品的创作过程中,原本用于修饰的设计线条被精简到极致。相反的,景泰蓝中那一抹抹流动的幽蓝、玻利维亚蓝上如梦幻星河般的纹路、四季绿里层次分明的绿意,都在简约的设计中脱颖而出,成为产品最耀眼的元素。

在品质把控上,“无墨”更是精益求精,不放过任何一个细节。王松文说,今年年初汉荣石材总经理郑荣思带着他们的主营品种鱼肚白找到他,想要开发一些生活器物。鱼肚白因其质地特殊,极容易沾染污渍。为此,“无墨”团队耗费两个多月时间,反复试验数十次,从表面涂层到防护工艺逐一探索,终于找到提升其抗污性能的解决方案,方案既保留了石材温润洁白的质感,又提升了抗污能力。

对于裂缝多的奢石,他们果断摒弃传统封釉处理方式,转而采用食品级化学材料,并研发出独特的抛光工艺。经过处理的奢石,裂纹不再是瑕疵,反而成为独特的纹理。

如今,“无墨”品牌工作室将触角延伸至家居生活的各个角落:造型独特的花器,让鲜花与天然石纹相映成趣;简约大气的烛台,在烛光摇曳间,石纹更显朦胧诗意;还有台灯、香器等产品,每一件都像是从山水画卷中走出,将自然美学融入生活点滴。

## 资讯

### 装饰石材露天矿山新国标11月实施

本报讯 (记者 蔡静琦) 近日,工业和信息化部发布2025年第7号公告,正式批准JC/T 1081-2025《装饰石材露天矿山技术规范》等1128项行业标准,该规范将于2025年11月1日起正式实施,届时将取代JC/T 1081-2008国家标准,为装饰石材露天矿山行业发展带来全新变革与规范。

此次新标准由全国石材标准化技术委员会(SAC/TC460)归口,中国石材协会牵头起草,历经多方努力与研讨制定而成。其内容全面细致,涵盖了装饰石材露天矿山从矿床地质勘查、矿山设计规划,到矿山建设施工以及生产运营等各个环节的具体要求,不仅适用于花岗石、大理石等常见装饰用途的天然石材露天矿山,其他用途露天矿山中的天然石材开采也同样适用。

对比旧版标准,新国标有着显著的优化升级。在矿床地质方面,新标准明确了水文地质或者工程地质类型为中等及以上的大型露天矿山应提交勘探报告,细化了石材矿床地质勘查荒料率统计和试采工作要求,并对一般石材品种矿山最低荒料率指标进行了合理调整。

矿山设计环节,建设规模和服务年限的标准被重新修订,同时融入绿色矿山理念,增加安全距离、相邻矿山共用边界处理等安全要求,公路运输开拓最小底盘宽度也有了明确规定。

在矿山建设和生产要求上,新标准的升级同样明显,增加了矿山排土场的管理内容;推动数字化矿山建设并提出具体要求;优化采矿方法,删除黑火药爆破法、射流法等已淘汰工艺,新增建设矿山安全监控系统要求;在人机协作、远程运维等功能上也有进一步升级。

中国石材协会秘书长孙卫星表示,新国标的实施,将进一步规范装饰石材露天矿山的开采和生产活动,提升资源利用效率,增强矿山安全保障,助力行业绿色可持续发展。石材企业需提前做好准备,积极按照新标准进行调整与升级,以适应行业发展新趋势。

### 链石科技发布新一代智能加工中心

本报讯 (记者 蔡静琦) 20日,由链石科技举办的“产业数字化贡献者联盟·终极一战”活动在官桥落下帷幕。此次活动吸引了一众石材行业知名企业代表出席。这些企业齐聚一堂,聚焦智能制造前沿趋势,见证链石一系列重磅政策与创新产品的发布。

活动现场,链石技术团队首次面向公众展示新一代旗舰机型X500-5五轴智能加工中心的全新功能。该机型在切割类型、加工精度、效率以及面尺寸等方面实现重大突破,无论是多边形基础切割,还是扇形、挖孔等复杂特殊工艺都能轻松驾驭。相较于传统红外线机器,该机占地面积更小,在保障强大功能的同时,兼具轻巧便捷的特性,为企业节省更多空间资源。

围绕新机型,现场展开了深入交流研讨。大家一致认为,新机型在人机协作、远程运维等功能上实现全面升级,为石材加工企业迈向智能化、数字化生产提供有力支撑。

此外,链石在活动中首次发布智能制造流水线。该流水线通过整合数台智能制造CNC和扫描仪,并配备流水线导轨,成功实现从订单管理、智能排产到质量追溯的全链路数字化管控。这一创新举措为石材厂提供可复用的智能化升级模版,助力企业大幅缩短转型周期,降低试错成本,加速行业整体智能化变革进程。

在茶话会环节,与会企业代表就智能制造升级路径、技术协同创新模式以及市场现存痛点等关键问题各抒己见。链石科技董事长杨加强强调:“智能制造不仅是一场技术革命,更是合作生态的深度进化。链石愿与各位伙伴共享资源、共担挑战,为全产业链价值提升持续赋能。”

### 英良石材自然历史博物馆增设2台AED

本报讯 (记者 蔡静琦) 近日,英良集团为英良石材自然历史博物馆增设2台自动体外除颤器(AED),进一步完善公共安全设施,为游客筑牢生命安全防线。

AED素有“救命神器”之称,操作简便,非专业人员经培训后即可在紧急时刻对心搏骤停患者展开有效抢救。

此前,英良集团已在企业配备AED。此次增设两台设备,彰显了企业对生命安全的重视。

为提升景区服务质量与应急救援能力,英良集团还邀请了安海医院主治医师王建胜开展急救知识专项培训。培训过程中,王建胜通过案例视频与图示,详细讲解心肺复苏术、气道异物梗阻处理等急救知识,以及AED的规范使用方法。

此次培训意义重大,英良集团不仅增强了员工的安全防范与自救互救意识,提升景区服务团队应对游客突发状况的急救水平,更以实际行动传播“人人为急救,急救为人人”的理念,带动社会各界关注急救知识普及。