

存量的博弈 突围的渴望

南安石材业掀起“包销”潮



弘一大板市场三期内陈列的基本都是“包销”品种。

以“包销”模式叩开高端市场大门

冷翡翠、明茶褐、鎏金白玉、蒙太奇、伯爵白……在南安水头滨海工业区的十字路口,红色立面的中环亚石材格外显眼,这家在前几年异军突起的“新势力”石企,在短短数年时间,将“包销”这一模式做得风生水起,在其市场内部,十几个“包销”品种被分区独立陈列。

随着“包销”品种的不断增多,既有的场地已接近饱和。然而,这场“包销”行动并未就此停止,中环亚还在不断挖掘新品。今年上半年,中环亚还拿下了隔壁中润石材城数千个架子位。

中环亚石材副总经理蔡文俊告诉记者,企业经营的这些品种,基本都是中高端品种,在仓的大板现货就有20多万平方米,另有一部分囤积的荒料分别放置在三个不同的堆场。

蔡文俊坦言,“包销”的核心逻辑在于建立渠道“护城河”,这不仅商业层面的资源锁定,更是产业链重构的关键。通过把控矿山阶段性销售渠道,企业可确保主导产品的定价、品质和供应稳定性。

当然,并不是所有品种都适合“包销”。蔡文俊举例,之前有个同行找到一个绿色品种,矿主提出的要求是20万平方米的年“包销”量。他认为,这种“包销”是有风险的,因为绿色石材原本就属于配色类,即便销往全球也难以做到20多万平方米的销量。但如果“不包销”,又很难在市场上建立起自己的产品优势。做流通货,刚需楼盘寥寥无几,定位百元价位区间,市场可能会迅速被售价更低的瓷砖吞噬。

蔡文俊指出,从近年各地新拍地块来看,新开发的地产项目基本以高端楼盘为主,高端地产对材料品质和设计感要求提升,倒逼材料供应商从“成本竞争”转向“价值竞争”,而“包销”模式通过锁定优质渠道与定制化服务,恰恰契合了轻奢市场对品牌溢价与差异化的需求。

稀缺矿种代理权争夺战升温

在石材行业的高端争夺战中,除了“新势力”石企,老牌石企也在争相抢占稀缺矿种代理权,与新兴“包销”模式共同构筑起行业生态链上游新组合拳。

6月初,石材行业接连传来重磅消息:深耕市场20余年的东升石业正式签约莱姆石亚洲总代理;新景石材则成功拿下镜湖春晓PS矿奢石的亚洲代理权。此前,瑞思石材、天一石材等企业也已先后将玻利维亚蓝、孔雀蓝等稀缺矿种的亚洲总代理权收入囊中。

“包销”的尽头是代理。业内人士指出,这些动作并非偶然,而是头部企业基于市场变革的战略布局——通过新形式垄断优质资源,掌握定价

权与话语权。

弘一石业总经理戴玉音介绍,企业近三年持续扩大“包销”版图,将大理石、洞石、木纹石等多个品类20余种产品纳入麾下。仅洞石系列就涵盖红洞、银灰洞、罗马洞等细分品种。

然而,大规模囤货带来的资金压力也不容小觑,弘一大板市场三期数万平方米的场地几乎被自营品种填满,大板总价值高达数亿元。戴玉音坦言,即便压力巨大,这也是企业抢占市场的必经之路:“谁先掌控优势资源,谁就能优先拿到决胜未来的门票。”

瑞思石业的发展路径印证了这一判断。据瑞思石业总经理程龙透露,企业早在五年前就开始经营玻

利维亚蓝,但直到前年才成功拿下亚洲总代理权,才真正实现该品种的价值跃升。

“总代理不仅是商业身份的象征,更是对产品的全方位保护。”程龙解释,独家代理权让企业得以规范市场价格体系,避免恶性竞争。通过整合高端设计资源、举办全国新品发布会等方式,瑞思石业将玻利维亚蓝打造成奢石领域的明星产品,终端售价较普通石材溢价5-10倍。

如今,头部石企通过锁定稀缺矿种,建立起从矿山开采到终端应用的全产业链壁垒,这种资源垄断与品牌溢价的双重优势,正重塑着石材行业的竞争格局。

设计师资源成为市场决胜关键

在石材行业“包销热”与“代理权争夺战”的浪潮下,一个共识浮出水面:掌控稀缺资源只是起点,如何将产品高效推向市场,才是企业决胜的关键。在高端石材销售体系中,设计师渠道已成为破局的核心战场。

东典石材总经理洪伟标直言:“当下,同行、装饰公司、甲方都在激烈争夺设计师资源,谁能构建稳固的合作网络,谁就能握住市场的命脉。”

但设计师渠道的打通绝非易事。不同设计师与装饰公司擅长的设计领域各有侧重,唯有精研把握其风格偏好与空间营造专长,针对性推荐适配产品,才能提升合作成功率。洪伟标以产品特性举例:洞石独特的蜂窝状肌理与历史底蕴,天然契合高端商业空间的设计需求;木纹系列流场的线条感,则更适合大型公共空间的氛围塑造。

此外,石材企业还面临设计院合作门槛高的难题。众多石材品种虽然命名新颖,但在专业设计师眼中,这些名称的吸引力远不及空间美学的整体表达。蔡文俊指出,院系设计师往往偏向色彩调性需求,对具体石材品种鲜少提及。另外,很大一部分设计师关注的是材料与空间的整体融合,而非单一品种或者品牌,这使得一些品种需主动出击才能获得应用机会。

为突破困境,东典、里外、中环亚

等石材贸易企业积极探索破局之道。他们派遣专业团队长期扎根设计机构聚集区,摒弃传统推销模式,以“顾问式沟通”与设计师展开对话,通过探讨前沿设计趋势、分享材料应用案例,逐步建立信任纽带。

同时,企业通过挖掘产品特性,链接石材的应用场景。比如,“冷翡翠”以其独特的冰裂纹理,适宜作为空间局部点缀,提升艺术氛围;洞石自带的历史韵味,成为博物馆、高端会所等场所的理想选择;意大利木纹石粗犷的纹理,能够打造极具视觉冲击力的连续背景墙。

当前,部分石企在设计师渠道的深耕已取得显著成效。以中环亚为例,该公司已与30余家设计单位达成战略合作。“真正融入设计圈的标志,是设计师在面临材料难题时,会第一时间想到你,同时你能提供专业解决方案。”蔡文俊表示,企业需从自身优势产品出发,与设计师建立真诚的朋友关系,而非单纯的商业往来。

业内人士指出,无论营销手段如何创新,石材的核心竞争力始终源于其不可复制的天然属性。从独一无二的纹理脉络,到历经千万年形成的物理特性,唯有回归产品本质,以优质材料为根基,企业才能打通设计师渠道,在市场上站稳脚跟。



石材行业的“包销”热潮,恰似资本在钢索的起舞。企业重金囤矿构筑资源壁垒,却难掩渠道开拓困境、品种选择迷茫与资金链紧绷的多重危机。仓库中堆积如山的荒料、矿山旁签下的天价合约,以及设计师交流会上递出的名片,无一不是这个传统行业存量的博弈与对突围的渴望。

这场以争夺发言权的商业角逐,不仅关乎企业存亡,更考验着谁能精准把脉石材开发与人居应用间的律动。未来的行业,必定需要既深谙石材物理特性,又洞悉人居空间美学的跨界者。

头部企业的“包销”实践,是这个行业的试错过程,本质是传统单品类资源的垄断,向全品类产品运营的战略尝试。

在这场“试错”的探索实践中,头部企业有雄厚资本硬实力加持,而新兴企业也可以依靠跨界审美判断软实力,同样获得异军突起的可能。



扬州市泉州商会第三届会员大会举行

本报讯(记者 蔡静琦)16日,扬州市泉州商会第三届会员大会在扬州隆重举行,在扬泉商代表、各界嘉宾及兄弟商会代表数百人出席,南安贤达李胜利高票当选新一届会长。

作为南安在扬州的知名企业家,李胜利深耕当地多年,其企业涉及建材、商贸等领域,为扬州经济发展作出积极贡献。同时,作为南安贤达,他始终心系家乡泉州南安市建设,积极推动扬州与泉州两地的经贸合作。李胜利当选后表示,将秉持“团结、交流、合作、发展”的宗旨,充分发挥平台作用,凝聚会员力量,不断拓展业务领域,为扬州、泉州两地的经济繁荣与社会发展作出更大贡献。

中国乡土艺术协会闽南文化创意产业工作委员会主任、北京闽创会会长李明灿受邀参会,并在典礼上赠送《合智慧赢未来》墨宝,为大会增添浓墨重彩的一笔。

三位南商获福建省政府表彰

本报讯(记者 李杨瑜)16日,福建省人民政府发布了关于表彰福建省非公有制经济优秀建设者的决定,授予丁明忠等95位非公有制经济人士“福建省非公有制经济优秀建设者”荣誉称号。其中,福建三叶集团有限公司董事长叶维新、福建省汇上科技有限公司执行董事吕博文、福建和润石业有限公司总经理黄庆达三位南商榜上有名。

非公有制经济是社会主义市场经济的重要组成部分和我省经济持续健康发展的重要力量。自第七届世界闽商大会以来,福建全省广大非公有制经济人士坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,牢记习近平总书记殷切嘱托,传承弘扬、创新发展“晋江经验”,涌现出一批坚决拥护中国共产党领导、坚定走中国特色社会主义道路,诚信守法经营,积极回报社会的优秀中国特色社会主义事业建设者,他们在稳增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面作出了重要贡献。

石材护理工职业技能培训在成都落幕



石材护理工技能培训现场

本报讯(记者 蔡静琦)日前,由中国石材协会主办的石材护理工(四级)职业技能评价培训在成都顺利收官。来自全国石材护理领域的30余名从业者通过理论学习与实践操作的深度融合,完成了专业技能的全面提升,为行业高质量发展注入新动能。

本次培训以“标准化教学+实战化考核”为核心,整合行业顶尖资源。中国石材协会石材应用护理专委会专家组与四川省清洁服务行业协会资深讲师组成导师团,包括全国石材护理行业高级技师王炳忠、范师远,以及协会秘书长马英波等权威专家,系统解析石材防护、清洗、研磨、结晶等四大核心技术模块,并针对石材病变修复、色差处理等行业痛点展开专项教学。

培训采用“OMO线上线下融合”教学模式,线上通过数字化平台完成职业道德、安全生产标准及防护剂原理等理论课程学习,线下依托真机实景开展防护施工、研磨处理等全流程实操训练。专家团队通过“案例教学+一对一指导”,帮助学员完成石材结晶层厚度控制、防护剂渗透时间测定等高精度任务,实现从理论认知到技能落地的跨越。培训同步搭建“学-练-考-评”全链条体系,通过模拟考试、实操考核与微信群实时答疑,确保学员技能精准提升。

课程设计紧扣行业需求,不仅涵盖《石材护理技术规范》T/CSBZ 004-2024等最新标准解读,更融入绿色护理、智能研磨等前沿技术应用,推动行业技术规范与人才评价体系双升级。作为响应国家技能型人才培养战略的重要实践,本次培训不仅为行业输送了一批技术骨干,更通过“校企协”三方联动机制,为石材护理产业向高端化、智能化、绿色化转型奠定人才基础。

未来,主办方将持续聚焦前沿领域,开展更多定制化培训项目,助力石材护理行业在建筑装饰、物业管理等领域的深度应用。此次培训标志着石材护理行业从传统经验型向标准化、专业化的转型升级,为推动我国石材应用技术跻身国际领先水平提供了坚实支撑。

福建省石材行业协会召开会长办公会

本报讯(记者 蔡静琦)日前,福建省石材行业协会2025年第一次会长办公会在泉州市洛江区召开。本次会议以“强内功、迎挑战、抓机遇、促出海”为主题,协会会长、监事长、常务副会长、副会长、监事、副秘书长等37位协会成员参加,会议由监事长许荣旗主持。

会上,福建省石材行业协会会

长蔡小郭以“抓机遇——拓新兴市场的探讨”为题作报告,分析了当前国际石材市场的新趋势,强调要把握新兴市场发展的机遇,推动福建石材企业加快布局新兴市场,提升国际竞争力。

随后,泉州华大超硬工具科技有限公司人力资源部经理张建国以“促出海——石材装备走出去的探讨”为

主题,分享了石材装备进出口数据及设备技术创新等优势,希望协会推动石材装备走向全球。

中国电信股份有限公司福建分公司电信高级工程师吴邦毅也做了主题分享。指出数字化转型是行业高质量发展的必由之路,建议企业加快智能化改造,提升生产效率和产品附加值,打造福建石材产业新优势。

省商务厅贸促中心主任叶斌代表商务系统介绍在我省支持企业“出海”的各项政策,以及沙特对外经贸合作的法规、应该规避的风险和问题。他表示,石材产业是福建省传统优势产业,贸促中心将全力支持石材、装备、工具的出海,推动更多企业参与国际经贸合作,助力福建石材品牌走向世界。