

“石头变家具”的反思:退潮之后谁在裸泳?

“UV封釉”“纳米烤漆”……两年前,这些听起来科技感十足的词汇,曾让石材商们热血沸腾。彼时,石材家居如一阵飓风席卷石材圈,从几百平方米的小作坊到上万平方米的大厂,纷纷转型投身这场“石头变家具”的浪潮。

然而短短两年,热潮骤退。曾经挤满展厅的石质餐桌、茶盘,如今在仓库里蒙尘;高峰期时全镇几百家在产的石材家具工厂,如今只剩三五家勉强兼营。这场来去匆匆的产业风暴,究竟为南安石材从业者留下了怎样的警示?

本报记者 蔡静琦 文/图



石材茶盘堆满工厂。

卖场锐减:消失的石材家居贸易商

清晨,水头某石材市场,阳光穿过空旷的展厅,在地板上投下长长的影子。

石材贸易商李小郎正指挥工人搬卸一批石茶盘,这些曾标价三五百元的产品,如今以三五十元的批发价发往各地文创店。

“两年前,市场里有做直播的、有拍视频的,非常热闹。如今,这些人好像‘人间蒸发’了。”他指着隔壁紧锁的玻璃门,那里曾是某个石材家居品牌斥资百万元打造的旗舰店。

作为高端石材的集散地,中闽石材城最鼎盛时,主营或兼营石材家居的商户多达二十余家。其中四家品牌拿下300平方米以上的超大展厅,大理石餐桌搭配金属椅、玉石背景墙配智能灯光的场景,曾吸引全国各地经销商组团考察。然而,经过两年的沉淀,不少家居品牌到期也相继退出市场,剩下的也就几家兼营的贸易商。

退潮的迹象不止于展厅。在水

头镇各个工业区,半数曾转型做石材家具的工厂已改回传统石材加工。一家仍在兼营的工厂老板透露,现在每月家具产量仅一二十件,不及巅峰时的十分之一,“工人从20人减到5人,能维持就不错了”。

配套断层:跟风生产难敌产业集群

“不是我们不努力,是佛山的对手太‘卷’。”从事石材贸易的许进2022年投入100万元引进UV封釉生产线,结果第一批石质餐桌刚下线,就发现佛山同类产品售价比他的成本价还低15%。

在中闽石材城招商总监陈国平看来,产业配套的“短板”是症结所在。“佛山的一条街上就能找齐从五金配件到安装服务的全链条供应商。”他曾带队考察顺德家具产业带,发现当地工厂下单后,特制合页、缓冲滑轨等配件48小时内就能送货上门,而水头的工厂要采购同款配件,得从泉州或中山调货,光物流就要等3天,成本高出20%。

更致命的是设计环节的集体缺位。记者走访水头十余家石材家居工厂发现,样品间里的产品如同复制粘贴:米白色大理石餐桌配金色金属架、黑色乌石茶盘刻着“禅意山水”、浴室台盆造型基本雷同。“客户发张图片来,工厂半个月就能仿出来,整个市场都是同款。”李小郎无奈地说,他去年从云浮收购的2000个滞销茶盘里,有30多个款式几乎一模一样。

这种“依葫芦画瓢”的模式,直接导致产品生命周期缩短。金羽石业总经理毛莉做过统计:水头石材的平均流行周期不超过3个月,而佛山企业通过原创设计,一款餐桌畅销两年以上。“我们卖的是石头,人家卖的是设计溢价。”她指着展厅里一款马尔代夫蓝茶几说,这款产品畅销半年,全靠独家石材品种支撑。

售后服务缺失则成了压垮市场的最后一根稻草。多位经销商反映,石家具安装需要专业工具,水头厂家只负责送货,消费者买回去不会装,装不好只能自认倒霉。佛山企业不仅提供上门安装,还承诺五年质保,石材开裂免费更换。“最后一公里没打通,再

好的产品也走不远。”陈国平说。

设计困局:从“卖材料”到“懂用户”的鸿沟

在不少石材仓库里,堆积如山的石茶盘蒙上了青苔。这些长宽二三十厘米的石板,却因无人问津成了“鸡肋”。李小郎去年在这里以一二十元一块的价格,收购了两千多个库存品。

“卖得出去是商品,卖不出去就是烂石头。”他拿起一块表面起泡的茶盘说,早期封釉技术不成熟,积压半年后釉层就会脱落,“厂家为了清库存,从100元降到50元,越降越没人买”。

更深层的问题在于对用户需求的漠视。李小郎发现,茶盘工厂大多用边角料生产,一块大板切割剩下的废料能做5个茶盘,“只算材料成本,不管用户要不要。”这些产品既没考虑排水坡度,也没设计茶杯凹槽,甚至有的茶盘底部不平,放在桌上会摇晃。

“石材人总觉得‘材料好就不愁卖’,这是典型的材料思维。”毛莉在小红书运营着一个石材家居账号,她发现年轻消费者更在意“产品背后的情绪价值”。

为了跳出同质化泥潭,毛莉剑走偏锋:拿下“马尔代夫蓝”石材的独家经营权,每月只放出两颗荒料,让合作工厂限量生产。“物以稀为贵,厂家会更用心设计,消费者也会更珍惜。”这种饥饿营销让她的产品溢价达30%,远超同行10%的平均水平。

“不是石材家具不行了,是低端同质化产品不行了。”陈国平认为,水头的优势在于高端石材资源,应聚焦高附加值领域。

从疯狂到冷静,这场产业阵痛或许正在提醒从业者:当石头褪去价格光环,唯有读懂用户,才能让冰冷的石材真正走进生活。



厦大师生走进东星开展产业实景教学

本报讯(记者 蔡静琦)近日,厦门大学88名师生走进福建省东星石文化艺术博物馆及东星集团产业园区,开展石艺全产业链实景教学。这是自2024年东星集团被厦门大学授予“校外实践教育基地”以来的第5次研学活动,彰显了校企“产教融合、协同创新”的实践成果。

在东星石文化艺术博物馆,师生们从典雅的玉雕作品到造型独特的石材工艺品中,领略了石材的艺术魅力与雕刻文化价值,更深入了解到东星集团通过数字化扫描、3D建模、智能雕刻等技术,让千年石材焕发新生。

在水磨石研发中心,师生们详细了解了无机水磨石从原材料筛选、配比到成品生产的全过程,其“零污染、低能耗”特点及超薄、异形工艺的行业领先成果令人瞩目。作为行业首家通过国家“绿色建材认证”的企业,东星无机水磨石“智能制造”的低碳环保路径吸引了师生关注,他们与研发团队就性能提升、环保工艺改进等问题深入探讨,为产品研发注入新活力,凸显了“产学研用”深度融合的价值。

此次活动是东星与厦大在科研攻关、人才培养、技术转化等领域深度合作的缩影。目前,东星已与清华大学、厦门大学、福建师范大学等多所高校建立战略合作,形成“产学研用”一体化创新体系,助力行业培养复合型人才。

水头镇商会启动2025年“大学生培优计划”

本报讯(记者 蔡静琦)近日,水头镇商会正式启动2025年“大学生培优计划”,报名截止时间为8月19日15时。

自2018年以来,水头镇商会已成功举办多届“大学生培优计划”,每一届都取得了圆满成功,助力众多水头镇学子追求更高的学术目标。今年,该计划延续以往的支持力度,为水头镇辖区内考入全国20强大学及厦门大学的应届大学优秀学生和应届优秀研究生提供每人5000元的奖学金。

据了解,此次奖励对象主要为水头镇本地户籍学生,或南安市水头镇商会会员子女中的应届大学优秀学生和应届优秀研究生。奖励评选以全国20强大学及厦门大学录取通知书为依据,选拔出最优秀的学生给予奖励。

水头镇商会多年来坚持推进“大学生培优计划”,不仅为优秀学生提供了经济支持,更激励着更多学子奋发图强,在社会上形成了良好的教育风尚。此次2025年计划的启动,将继续为水头镇培育优秀人才贡献力量,推动当地教育事业的发展。

英良石材自然历史博物馆获赠两件三叠纪化石标本

本报讯(记者 蔡静琦)近日,中国地质大学(武汉)在福建省英良石材自然历史博物馆(以下简称“英良博物馆”)举行化石标本捐赠仪式。该校地球科学学院田力副教授、孙鑫博士向博物馆捐赠了两件三叠纪科学记录最大的腹足动物化石——青岩动物群步氏弓壳螺,为科普教育事业再添砖加瓦。

据悉,青岩动物群是二叠纪末大灭绝后海洋生物复苏的典型代表,其化石记录对研究地球生命演化历程至关重要。此次捐赠的步氏弓壳螺化石,将进一步完善博物馆三叠纪古生物化石展陈体系,为公众近距离了解青岩动物群提供宝贵机会。

捐赠仪式上,英良博物馆执行馆长钮科程代表馆方接受捐赠,并向中国地质大学(武汉)颁发捐赠证书。仪式后,中国地质大学师生在钮科程馆长陪同下,参观了博物馆自然馆、化石矿物修复实验室及全球石材资源中心五号仓库。

此次合作不仅加深了双方友谊,更为推动科普教育事业注入新动力。钮科程表示,未来英良博物馆将继续与高等院校深化合作,共同探索地球科学奥秘,为公众带来更多科学知识及启发。

固美集团年中“复盘”

本报讯(记者 蔡静琦)5日下午,固美集团2025年中工作总结会议于东田铝厂综合楼培训室圆满举行。此次会议聚焦上半年经营成果复盘与下半年工作规划,旨在为企业冲刺全年目标、实现高质量发展奠定基础。

会议开场,全体与会人员参与了《企业员工职务犯罪预防》专题学习。通过典型案例剖析与法律条款解读,强化了员工的合规意识,为廉洁从业筑牢思想防线。

固美集团董事长陈东升在总结讲话中,肯定了集团在复杂市场环境展现的韧性及取得的经营成果。他深入分析当前形势,指出各行业在不确定性中前行,固美必须聚焦管理提升,尤其是加强质量管理、流程管控与风险内控。

会上还提出,深化管理体系建设是固美集团发展的必经之路,全体员工需主动适应变化,管理层应积极引领创新。为此,陈东升鼓励全体员工,积极拥抱人才迭代,保持“空杯心态”,持续学习,杜绝不作为、乱作为和骄傲自满。

以光为媒 力将科技构筑智慧城市新生态

六月的官桥莲湖路,暑气逼人,而福建力将智能科技有限公司(以下简称“力将科技”)的工厂内,热度更胜一筹。流水线上,工人们正专注地将光源组件与金属外壳精准对接,组装好的产品通过传送带有序流转,奔向质检环节。

力将科技总经理苏伟擦了擦额头的汗,指着生产线尽头堆积如山的包装件笑道:“澳大利亚的5万件订单下周就要启运,德国的2万件也得赶在8月初装船,现在全厂都是连轴转的状态。”

本报记者 蔡静琦 文/图



工人们正在力将车间内忙碌组装。

跨界破局 从刹车片到智慧光源的产业跃迁

在力将科技的产品展厅里,一盏看似普通的太阳能路灯,正通过内置传感器实时上传环境数据。很难想象,这家专注于新能源照明的企业,其创始人团队竟来自汽车配件行业。

“2016年在欧洲参加汽配展时,我们发现当地公路两侧的太阳能路灯不仅照明,还能监测车流,这让我眼前一亮。”力将科技创始人柯安源回忆道。彼时他已在东南亚、中东的刹车片市场深耕十余年,目睹了海外智慧城市建设中太阳能技术的广泛应用,心中早已埋下跨界的种子。

2018年,中国光伏产业政策密集出台,分布式光伏补贴、新能源汽车充电桩建设等政策相继落地,柯安源心中的种子终于迎来破土时刻。一次行业峰会上,他遇到了曾在广东上

市公司任职技术总监的苏伟,两人一个熟悉海外市场渠道,一个精通智能控制技术,三个小时的促膝长谈后,决定共同投身智慧照明领域。

“初期技术方案改了几十版,光控制器的算法调试就近千次。”柯安源感慨,跨界之难,探索之路荆棘遍布,直至引入华侨大学的技术外援,组建起9名高级工程师与6名设计师的核心团队,储能效率、智能调控等关键技术堡垒才被逐一攻破。

如今,力将科技已拥有受理或授权发明专利6项,实用新型或外观专利8项,软件著作权超5项。其自主研发的4G物联网市电互补路灯控制器不仅成为行业标杆,更被国内十余家企业争相引进授权。

“这是我们的‘智慧大脑’。”

多杆合一 一根灯杆的多元可能

驱车行驶在南安茂盛路,150根银灰色的智慧灯杆格外惹眼。与传统路灯不同,这些灯杆身兼监控、环境监测、一键报警等多项功能,杆身还嵌着电子屏。

“这是我们的‘多杆合一’方案,最多可集成15种功能。”苏伟指着窗外介绍,这些看似独立的灯杆,实则通过物联网连成一张“光之网络”。

在中控室的大屏上,每根灯杆的运行数据实时跳动:3号杆电压12.3V,7号杆光照强度45000lux……“这是我们自建的物联网平台,从硬件到小程序

全自主研发。”苏伟点开手机端管理系统,界面上“能耗分析”“故障预警”“远程调控”等功能一目了然,“工作人员在办公室就能掌握所有灯杆的状态”。

这种“多杆合一”的巧思,源于对城市痛点的观察。“以前路口到处是监控杆、信号杆、路灯杆,像插满了筷子。”柯安源回忆,团队走访三十多个城市后,设计出模块化方案——灯杆主体不变,功能模块像乐高积木般可自由组合,从监控探头、信息发布屏到应急呼叫器,最多能集成15种功能。这种弹性设计让产品适配

各种场景:江西的社区项目选装了安防摄像头,安徽的产业园则侧重充电桩模块,湖南的景区则增加了气象监测功能。去年仅江西、安徽两地,就有上万套智能控制器投入使用,帮助当地减少杆体重复建设成本近千万元。

“最近在外省的一个智慧社区项目,我们还加了新功能。”苏伟翻出施工照片,画面中的灯杆不仅能感应人流自动调节亮度,还能通过电子屏发布这些货到填海。”柯安源笑着回忆,从刹车片到太阳能灯,变的是产品,不变的是“取之于社会,回馈社会”的初心。

双线布局 从闽南工厂到全球市场

在力将科技仓库的出口专区,印尼、菲律宾、德国的国旗标签贴满货箱。“这个月发往澳洲的5万件是庭院灯,德国的2万件是智能控制器。”苏伟指着装箱清单介绍,海外市场已占据营收的四成,其中印尼是最大出口国,菲律宾紧随其后,泰国、越南等东南亚国家的订单正以每月20%的速度增长。

这份成绩单背后,是二十余年汽配行业积累的渠道优势。2022年,当第一批太阳能灯尝试进入印尼时,柯安源带着样品跑遍雅加达的五金市场,用闽南话与当地华商沟通,最终靠“3年质保”的承诺拿下首单。如今,力将的产品已通过中国建材阿联酋公司的渠道,走进中东的沙漠新城。

国内市场同样亮点纷呈,市政工程、社区建设、景区改造……从南安的乡村道路到产业园区,力将光智能的路灯已点亮多个城市节点。今年启动的厦门、南安智慧社区项目,更是将业务延伸至智慧储能、光伏发电等领域,与公安、交通部门共建城市智慧中枢。

“我们的定价策略是‘一流品质,三流价格’。”苏伟道出市场突围的秘诀。通过车间独立核算、入股供应商锁定原材料成本,同类产品性价比行业平均低15%。这种“性价比魔法”,让深圳一家外贸企业连续三年不间断大宗采购,也让东南亚的小商贩能轻松进货。

在展厅的角落里,一组旧刹车片样品与新路灯形成有趣对比。“2000年创业时,老丈人打趣说这些货到填海。”柯安源笑着回忆,从刹车片到太阳能灯,变的是产品,不变的是“取之于社会,回馈社会”的初心。