

从“踩坑”到“标准” “水刀108将”用共创照亮小众行业突围路

■本报记者 蔡静琦 文/图

清晨7点30分,志辰水刀主创成员吴小龙的直播间已热闹了半小时。这位水刀行业的“老兵”正耐心解答着屏幕上的技术提问——从设备螺丝拧几圈,到复合板切割如何避免爆裂,每个细节都可能造成数千甚至数万元的损失。

如今,由志辰水刀参与发起的水刀技术中心,已从2023年10位石材企业承包人的“小圈子”,发展成汇聚108位行业高手的平台。该中心不仅编撰出行业技术标准,更推动水刀行业从“师傅带徒弟”的1.0时代,迈向“技术+资源+全行业联动”的3.0新阶段。

从各自踩坑到抱团破局

“自己开厂5年,我曾以为换配件的方式没错,直到设备厂家的人来,指着我拧死的螺丝说‘你这是在加速它的死亡’。”吴小龙的语气里带着后怕。他至今记得那个细节:设备厂家的技术员演示“扭四圈”的标准操作,而自己一直按“拧到底再倒退”的土方来,“这一步之差,就加速了高压舱密封件的损坏。”

这样的“踩坑”经历,几乎是所有水刀从业者的“必修课”。水刀切割虽被称为“万能切割”,能处理石材、金属、复合板等多种材料,但涉及高压设备操作、流程管控、材料特性适配等多个环节,任何一个细节出错都可能造成重大损失。

吴小龙举例,切割一片价值四五千元的复合板,若直接下刀,很容易因内部空鼓被打爆,“但只要提前用小钻头钻个1—2毫米的孔,就能完美避开。这个技巧,是我们十几个老伙计赔了几十张板才试出来的。”

更棘手的是设备标准的“混乱”。不同厂家的高压泵、切割头参



吴小龙在查看水刀切割情况。

数各异,连螺丝的拧紧力度都有差别。吴小龙解释:“有次客户急着赶工程单,切割时爆了3块板,光材料损失就一万多元,工人当场就慌了。”这些痛点,成了2023年那10位发起人聚在一起的原因。

当时,包括吴小龙在内的10个常年承包水刀加工的石材圈“老炮儿”,在一次饭局上聊到各自的损失,越说越激动:“与其各自踩坑,不如把经验凑到一块儿!”就这样,水刀技术中心应运而生。他们效仿《水浒传》,给每位核心成员取了“绰号”,既显江湖气,也暗合“抱团取暖”的深意。吴小龙也得了个“入云龙”的诨号。

一开始,10个人挤在一间办公室里,把各自工厂遇到的问题一条条打在聊天群里:“高压管漏水如何快速排查?”“不同厚度的石材该调多少压力?”很快,群里就收集了几十个问题,对应的解决办法也逐渐清晰。但他们很快发现,“10个人的经验还是太有限”。于是,“108将”的招募计划启动了——只要有5年以上水刀实操经验的从业者,能提供5个行业问题,无论是自己遇到的还是能解决的,就能加入共创群。

“共创的价值,远超吃吃喝喝。”吴

小龙说,群里碎片化的经验被系统整理后,最终形成了《水刀行业技术标准》,小到螺丝的拧动圈数,大到工厂布局的设备摆放间距,都有了明确规范。

如今,这本标准成了行业“宝典”,上线半年就卖出了1000多份。“新建工厂的老板几乎人手一本。”吴小龙笑着说,“以前开厂全靠‘摸石头过河’,现在照着标准走,至少能少走三年弯路。”

从技术共享到生态构建

“零零——”凌晨12点半,志辰水刀的服务热线突然响起。电话那头,一位班组长特别着急地说:“王总,高压泵坏了,明天一早就要交工程单,这可怎么办啊?”志辰水刀创始人王增秋没多问,披上外套就带着技术员往工厂赶,“水刀工程单都是急单,耽误一天可能就丢了客户。”

这样的“紧急救援”,在志辰水刀的服务记录里并不少见。水刀行业的特殊性在于,设备一旦出故障,停工一小时就可能损失数千元,这也倒逼技术中心将“快速响应”刻进基因。除了24小时在线服务,水刀技术中心还推

出了“在线问诊”服务,以及4—5天的实操培训服务,从设备选型到生产方案设计,包教包会。

“很多工人觉得钻孔麻烦,下刀时图快,结果一片板废了,损失比多花的十几分钟工钱高十倍。”吴小龙说。为了让技术落地,他们在3个社群里各有侧重:AC技术教学群普及基础操作,VIP辅导群针对企业主提供定制方案,“108将”共创群则是高手们交换独门“秘籍”的阵地。有次,群里讨论“如何提高复合板切割效率”,一位成员提出“按加工难度补工价”的建议——提前钻孔虽多花15分钟,但能避免数千元损失,老板多给20元工钱,工人就愿意做。这个办法在群里推广后,爆板率直接下降了70%。

随着影响力扩大,技术中心的服务早已超出答疑范畴,迈向“全链条介入”的水刀3.0时代。有客户想开新厂,他们会提前介入,根据加工类型推荐设备型号,根据厂房面积设计生产线布局,甚至连采购渠道都能提供对比方案。

如今,直播更是成了技术普惠的窗口。从今年3月开始,吴小龙连续直播一个多月,最高峰时有56人同时在线,有人问技术细节,有人直接咨询买设备。

“我们只是在做件小事:聚集一帮志同道合的人,为行业解决点实际问题。”吴小龙说。尽管担心过“被薅技术”,但看着“108将”群里每天热闹的讨论,看着越来越多的厂家因为他们的标准少走弯路,他坚信“共创的价值远大于算计”。

如今,水刀技术中心的成员还在增加,《水刀行业技术标准》也在根据新问题不断更新。在吴小龙看来,水刀3.0时代的核心是“让技术流动起来,让资源共享起来”——就像清晨直播间里那束光,不仅照亮了设备的操作细节,也照亮了这个小众行业的突围之路。



全国工商联石材业商会 开展理想信念教育活动

本报讯(记者 蔡静琦)日前,全国工商联石材业商会在贵州省开展了以“感悟先辈精神,汲取奋进力量”为主题的理想信念教育活动。此次活动在第五届二次会长办公会期间举行,40余位商会会长班子成员、理事、民营企业代表及秘书处工作人员参与。

活动采用党建结合会建的形式,不仅是一场理想信念教育,更是新一届商会理事会凝聚力量的关键活动,通过互融共建、深入交流,全面提升商会服务“两个健康”的工作水平。

活动中,一行人先后参观了中华苏维埃国家银行旧址、兴义府试院,并考察石材产业园区。在中华苏维埃国家银行旧址,大家了解到其跟随中央红军长征,作为“马背上的银行”,工作人员身兼数职,为红军战略转移提供重要支撑的历史,深刻体会到革命先辈坚定信念、顽强斗争、一心为民的伟大精神。

在石材产业园区,大家看到石材业在困境中探索转型升级之路,通过技术创新将边角废料转化为高附加值产品,为行业发展带来新契机。

此次教育活动让参与者深受触动与鼓舞,坚定了听党话、跟党走决心。企业家们表示,要学习红军艰苦奋斗、以人民利益为重精神,借鉴“加油文化”,在行业艰难期坚守主业,积极进取。将个人与企业发展融入国家战略,磨砺企业家精神,推动石材业高质量发展,为中国特色社会主义建设贡献力量。

南安女企联 走访慰问困难退伍军人与军烈属

本报讯(记者 蔡静琦)八一建军节期间,南安市女企业家联谊会暨军协积极相应政府号召,联合市退役军人事务局及各乡镇(街道)武装部工作人员,开展走访慰问困难退伍军人与军烈属活动,以实际行动致敬“最可爱的人”。

活动中,女企业家们为49户退伍军人家送去慰问金、慰问品及暖心问候,向为国家奉献青春与热血的他们表达崇高敬意与深切关怀。每到一户,女企业家们都与老兵及其家属促膝长谈,耐心倾听他们的从军故事,细致了解生活需求,用真诚交流传递温暖,以实在帮扶解决困难。

此次走访不仅为困难退伍军人和军烈属送去物质关怀,更通过面对面的情感互动,让“军民鱼水情”在盛夏时节持续升温,彰显了社会力量对国防建设和退役军人的有力支持。

共建研学生态 34家研学基地负责人聚首东星集团



34家研学基地负责人围观石制品。

本报讯(记者 蔡静琦 文/图)3日,福建省中小学生研学实践教育基地——东星石文化艺术博物馆迎来研学盛事,34位福建各地研学基地负责人齐聚,参与2025—2026年度晋江营地与研学基地签约仪式暨“知行相融,共筑新程”主题参访活动,旨在深化合作、整合资源,探索研学实践教育创新路径,共建高质量研学生态。

签约仪式上,晋江营地与各基地负责人签署合作协议,标志着福建研学事业进入资源共享、优势互补的新阶段。此次合作将为学子提供更丰富的实践教育体验。

晋江市中小学生综合实践基地(国家级研学营地)主任董佳毅、副主任颜东明致辞,肯定各基地贡献,强调研学是连接书本与现实的桥梁,需通过匠心设计与协作助力青少年成长,呼吁深化研学内涵,推动行业高质量发展。

参访环节中,东星石文化艺术博物馆的“石文化”魅力成焦点。馆内藏数万件古今石材艺术品,从远古钟乳石到现代石雕,构成立体石文化百科全书。自2017年开展研学以来,已接待超50万名学生,其“以石育人”课程体系将石材历史、工艺与工匠精神转化为教育素材,成为福建研学重要阵地。

各基地负责人体验了博物馆特色课程“玉石平安打磨”,从原石到成品的蜕变,让他们深刻感受东星文化传承与动手实践结合的研学理念,为课程设计提供灵感。

东星石文化艺术博物馆馆长黄志强表示,此次签约为福建研学注入新动能,既是信任更是责任,并致感谢各方支持。

吴志樑:莆商闯水头 将灰石做成行业标杆

莆商的团结,是刻在骨子里的生存智慧。在水头这座“中国石材城”,同样活跃着不下千名莆籍石材商,他们大多以家族为单位扎根生长——从一个人探路,到整个家族抱团深耕,吴志樑便是其中一个带头人。

近20年来,这位只身闯水头的莆商,不仅在灰石领域打拼出一片天地,更带动家族20多人陆续投身石材行业。如今,他执掌着水头颇具规模的灰石贸易版图,家族成员也各自成为行业中坚,共同构成了当地石材市场中一股不容忽视的“莆田力量”。

本报记者 蔡静琦 文/图

从“单打独闯”到“家族联赢”

2006年,吴志樑在机缘巧合之下第一次踏上水头的土地。彼时的水头早已是全国石材产业的“心脏”,大理石、花岗岩的切割声日夜不息,而吴志樑口袋里的本钱并不多,只能从贸易起步,也就是石材人常说的“炒货”。他盯上了一款白色大理石——雅士白。

所谓“炒货”,是石材行业最原始的经营模式:从大厂采购,再转手卖给外地的采购商赚取差价。吴志樑每天蹲在在市场里看料、比价,凭着莆田人特有的精明和韧劲,在雅士白的细分领域里摸爬滚打了三年,成功赚到了第一桶金。

2009年,雅士白市场竞争白热化,利润空间被压缩到极致,他意识到

必须换条赛道。这年5月,他把目光投向了土耳其——当时米黄系列石材正风靡市场,可小本经营的他根本挤不进热门品类,反而注意到鲜有人问津的灰石。

“别人都盯着米黄,我偏要做灰石。”这个决定成为改变他命运的关键。但最初的路走得异常艰难,他通过中介联系到塞浦路斯灰的矿山,第一次去的三个柜全是别人挑剩的下等料,几十吨石材在仓库里摆了三四个月才慢慢清完。不服输的他前后三次跟着中介奔赴土耳其矿山,语言不通就靠手势比画,凭借超强的记忆力,硬是把每个矿口的路线记得门儿清。

第三次从矿山回来,吴志樑做了个大胆的决定:甩开中介,自己租了辆车直接找矿主谈。这次他一口气点了几百吨灰石,凭借精准的眼光和公道价格,当年就做到三四千吨的销量。矿主被这个中国商人的勇气打动,后面直接绕开中介,派人到伊斯坦布尔机场接他。到2011年,他经手的塞浦路斯灰已超过一万吨,成了这座矿山在全球最大的采购商。

事业稍稳,吴志樑第一时间想到的是家乡的亲人。2009年到2014年间,他陆续把20多位堂兄弟介绍到水头,手把手教他们看料、跑市场。“莆田人讲究抱团,一个人富不算富,家族一

年切割量达60多万平方米,成了水头灰石加工的标杆企业。“现在不是市场不需要灰石,而是需要更优质、更精细的灰石。”吴志樑对品质的追求近乎苛刻。

在经营上,吴志樑既有老派商人的坚守,又有新派企业家的敏锐。多的时候,他一年要去11趟土耳其矿山,有时甚至春节刚过就出发,“只有亲自盯着开采,才能放心。”但同时,他又早早拥抱线上传播,手机里存着上百个石材行业的微信群,抖音账号更新得比年轻人还勤。

“线上成交难,但曝光不能少。”他坦言刚开始拍短视频时很别扭,总怕被同行笑话,“没人的时候偷偷拍,发出去又反复看有没有人点赞”。但他明白,石材虽然是天然产品,客户还是



吴志樑

起挣钱才踏实。”

2014年,兄弟们各自站稳脚跟后决定分开经营,但约定“有订单互相介绍,遇难题共同解决”。这种既独立又联合的模式,让吴氏家族在水头的石材版图不断扩大,也成了水头灰石市场不可忽视的力量。“看着兄弟们都买车买房,比我自己挣钱还高兴。”吴志樑说这话时,眼里满是自豪。

用品质在细分赛道里做出标杆

分开经营的这一年,吴志樑创立环迪石材,正式从“炒货郎”转型为企业家。这个转变背后,是他对石材行业的深刻洞察:“便宜货走不远,真正能立足的是品质。”

2016年,他不顾家人反对,与朋友在中泰工业区开办第一家工厂,坚持“用白石工艺做灰石”。所谓白石工艺,是加工高档白色大理石时才用的精细流程,从切割到打磨要经过十几道工序,辅料用的都是进口产品,成本比普通灰石加工高20%,但出来的成品平整度、光泽度都远超同行。

“当时很多人说我傻,灰石卖不上价,没必要这么较真。”吴志樑不为所动,他亲自盯在车间。有一次,一批材料因为硬度较高,第一次加工,没有经验,光泽度不够,他当即决定全部返