

薛延亮:踩准行业节拍转型 带中国奢石打开全球市场

距离9月23日意大利维罗纳石材展开幕不足20天,水头福山工业区的凡希奢石卖场里,薛延亮正对着参展样品清单反复核对。这位操着福州口音的石材商人,指尖划过“荷塘月色”“宝格丽水晶”“孔雀蓝”等品种名称,眼神里满是期待——这是他首次站上全球石材行业的顶级舞台,他要展示的,不仅是十几款精心挑选的优势石材,更是一个中国石材商深耕市场的底气。

谁能想到,如今在奢石领域颇具名气的薛延亮,5年前还是个对奢石一知半解的“门外汉”。2020年初疫情突袭时,他顶着国内出不去、行业前景不明的压力,豪掷4000万元从国外“点”回两百颗奢石荒料,这场看似冒险的押注,最终成了他从山水画转型奢石的关键筹码。从云浮到水头,从玉石、山水画到奢石,这位石材人的每一次转身,都踩准了行业变化的节拍。

本报记者 蔡静琦 文/图

从云浮到水头:三次转型,踩准行业节拍

“你有我也有,这种模式在石材行业很难立住脚。”走进薛延亮的8000平方米奢石卖场,巴西奢石的绚丽光泽、国产山水画的水墨意境扑面而来,50多个品种按色系整齐排列,既有动辄一平方米上万元的高端品种,也有性价比高的亲民款,更有独家经营的小众产品。

聊起经营理念,薛延亮的话直截了当:“没必要舍弃任何品种,每个品类都有市场,关键是调整好比例,就像搭积木,多样才能稳。”

这份通透,来自他早年的“碰壁”经历。2018年,薛延亮带着在云浮做玉石、山水画大理石积累的经验,一头扎进水头中闽石材城,拿下一个抢手摊位专攻山水画石材。起初生意顺风顺水,直到他最后一次砸下三四千万元采购山水画荒料——这批货压在仓库里消化不畅,看着堆积如山的荒料,他意识到:“山水画大理石的市場黄金期过去了,必须转型。”

2019年,奢石在国内市场初露锋芒,薛延亮敏锐地嗅到商机。2020年初,他在福山工业区南翼石材城租下4000平方米场地,正式筹备奢石业务。可计划刚启动,疫情就来了,国内团队出不去,国外资源对接难,身边人都劝他“等等再说”,他却咬着牙做了个大胆决

定:远程整合国外矿山资源,直接“点料”采购。

“当时买料的人少,矿山愿意把好料拿出来,我们运气好,挑到的都是精品。”回忆起那段日子,薛延亮至今觉得庆幸。两百多颗荒料,4000多万元的货款,从确认品种到物流运输,全靠线上沟通,等第一批奢石大板切开时,他悬着的心才落地——石材的纹理和光泽远超预期,一上架就被客户抢订。

如今,五年过去,薛延亮的奢石事业在圈内基本家喻户晓:他拿下了“荷塘月色”“宝格丽水晶”的亚洲总代理,更是“孔雀蓝”的全球独家经营商,这三个巴西品种成了卖场的“镇店之宝”。

更巧的是,随着玉石行业回暖,他八年前库存的几百万元玉石荒料又重新“活”了过来,“当时玉石走下坡路,就把切好的大板全清了。没想到,玉石今又回到了舞台中央,仓库里待切的几百颗玉石荒料又成了香饽饽。”

做玉石三年,做山水画大理石又三年,到如今做奢石第五年,薛延亮的三次转型都踩在了行业变化的节点上。有人问他秘诀,他笑称:“没什么技巧,就是保持敏锐,市场变了就跟着动,心态放稳,着急没用。”



薛延亮

从中国到世界:首战维罗纳,布局全球市场

“维罗纳展不只是拿订单,更是看未来的地方。”提到即将开启的意大利之行,薛延亮打开了话匣子。他特意查过展会资料:这个自1965年创办的展会,是全球石材行业规模最大、国际化程度最高的盛会,2024年吸引了1485家展商,来自54个国家,2025年预计展商超1600家,展览面积达7.5万平方米。

对首次参展的他来说,这场展会的意义远超“卖石材”。“去学习意大利的设计元素,他们做石材几百年,设计理念太值得借鉴了;还要看全球新矿山发布的品种,早一步发现新品,就能早一步抢占市场;更重要的是接触优质客户,国外客户习惯在展会上找材料,这是打开国际市场的好机会。”

为了这次参展,薛延亮筛选样品花了一个多月,最终确定的十几个品种,都是他口中“优势、可控、能长期做”的核心品类。“比如孔雀蓝,全球只有我们有;还有荷塘月色,在国内市场认可度很高,想看看在欧洲的接受度。”

其实,薛延亮布局国际市场早有铺垫。去年他专门成立了出口部,频繁参加国内外展会,接触了不少国外采购商。“沙特的客户需求特别大,他们不找贸易商,直接来水头找源头厂家。”他坦言,中国石材的优势很明

显:品质过硬,价格有竞争力,尤其是奢石领域,国内加工工艺已经不输国外,“意大利市场是进入欧洲的门户,能在那里立足,就能打开全球市场。”

面对当前行业的波动,薛延亮并不焦虑。“当下只是经济周期和产业周期的正常调整,中国市场潜力这么大,迟早会稳定下来。”他现在经营的生意全部现金交易,不碰杠杆,“好做的时候没多赚,不好做的时候也没少赚,企业能稳住,比什么都重要。”

这种“长期主义”不仅体现在生意上,更延伸到健康管理中。自2014年起,他便坚持跑步;2017年首次挑战马拉松;去年更是成功完成伦敦、柏林两场全程马拉松,42.195公里的路程,从未中途放弃。“做企业和跑马拉松本质相通,靠的都是自律与坚持,绝不能急功近利。”

他望着卖场里的石材样品,语气坚定,“意大利的石材产业能延续数百年,我们中国石材同样可以。慢慢来,行业和企业总会越来越好。”谈及未来规划,薛延亮表示将逐步完善工厂配套,为出口业务铺路,但他特别强调“要深耕而非盲投”。“时刻保持‘放空’的学习状态,市场出现新机会时,才能稳稳接住。”

齐喜雷:拒绝内卷练内功,执行力就是竞争力

■本报记者 蔡静琦 文/图

走进位于新鹏飞工业园的求精石业,石材大板整齐立于标志清晰的座位,员工身着统一工作服穿梭其间,智能切割机精准运转,地面洁净得几乎不见粉尘……谁能想到,4个月前这里还是刚搬迁完、亟待整改的新场地。自4月17日启动“6S管理”至今,这家占地万余平方米的石材厂,完成了从“中上水平”到“行业顶尖梯队”的跨越,如今订单排至年底,客户还主动引荐新业务。

这般快速蝶变,离不开决策者的超强执行力。在求精石业总经理齐喜雷看来,企业最大的竞争力就是执行力,想到的能做到,才能在行业寒冬里站稳脚跟。

管理升级

从“规整”到“顶尖”的蜕变

“搬新厂不是简单的场地扩大,而是管理的全面升级。”齐喜雷坦言,推行“6S管理”并非突发奇想。自办厂以来,他对生产管理要求就相当严格,今年搬迁至万余平方米的新厂后,便决定借机再提一档,“大环境不好,客户更看重企业的规范性,我们主动变好,他们都能看得见。”

今年年初,“6S管理”正式启动,第一步便是“刮骨疗毒”:清理厂区堆积的垃圾废料,翻新老旧厂房,改造物料存放区域。齐喜雷特意请来管理顾问,从卫生规范到安全标准逐一制定细则——车间划分明确功能区,货架贴满库位标志,每一片石材都有专属“身份信息”;员工配备三套工作服,按岗位区分穿着;车间内张贴醒目安全标志,杜绝违规操作。

“最难的不是‘干净一天’,而是‘一直干净’。”齐喜雷有个“较真”的规定:工厂物料以白色为主,一旦沾上粉尘或污渍,必须立即清理。为保障执行,他

还建立“商量式处罚”机制:若细节没做到位,先和员工沟通合适的处罚力度,让大家从“被动遵守”变为“主动维护”。

三个月后,效果立竿见影。以前客户问“我的石材在哪”,主管只能回答“大概在某个角落”;如今打开表格,就能精准定位石材存放的“几列几行”,找寻时间大幅缩短。更重要的是,客户来访时,看到干净整洁的厂区、规范的生产流程,下单更放心,“有个做鱼肚白项目的客户,就是因为看到我们的管理,直接把大单交了过来。”

在石材行业摸爬滚打20多年,齐喜雷的“底气”始于一手过硬的手工艺。1999年,他在腾龙机械当学徒,专做石材线条与拼接。当时上海有位老板需要一款超宽台盆面,要求加厚达14厘米,这种极限拼接工艺难度极高,他反复试验后完美交付,“那时候就知道,手艺好才能有饭吃。”

2012年到2024年,齐喜雷两度搬厂,从一千多平方米扩大到五千多平方米,工厂始终靠“无缝拼接”的手工优势,订单量稳居行业前列。但他深知,想做出规模,仅靠手工不够。今年搬新厂后,他果断投入智能设备:引进2台四轴智能切割机,计划增至5台;还专门定制弧板加工机台,“什么都干就没了专业度,机器要精准到边缘磨平在0.2毫米以内,才能做到两片拼起来肉眼看不到缝。”

胶水的选择,更是齐喜雷“死磕”品质的缩影。为避免石材拼接后发黄,他试验十余种胶水,最终选定德国进口款,该胶水经太阳暴晒两年测试,仍能保持稳定。针对白石、玉石、奢石的不同特性,他还调配多种专属颜色的胶水,“每一段石材的纹理都不同,胶水颜色要精准匹配,才能做到‘无缝’的极致。”即便面对普通品种,齐喜雷也坚持用好胶水,“客户找我们做项目,是信任我们的品质,不能因为材料普通就降低标准。”

这份坚持,让齐喜雷收获客户真

心:客户乔迁摆酒席,特意邀请他参加;有一个客户的母亲甚至让儿子给求精石业的施工团队发奖金,并为齐喜雷介绍了不少亲戚的石材订单。

破局前行

以“服务与规范”赢未来

“石材行业体量肯定会萎缩,靠房地产红利时代过去了。”谈及行业现状,齐喜雷很清醒。他知道,目前市场上1700多家石材工厂中,有近千家是“凑钱办厂、打价格战”的类型,“没有核心优势,迟早会被淘汰。”

他的破局之道,是“不内卷、练内功”。客户提出交货期后,生产部立即牵头开会,将需求打印成文件贴在车间,明确各环节时间节点;若遇到机器故障、员工请假等突发情况,提前与客户沟通延期,且延期时长不超过约定时间的10%,如今工厂95%以上订单能如期发货。

管理升级后,工厂的“接单底气”也更足了。去年在老厂时,客户下近两千万的订单,预付30%,看到工厂的规模,却担心工厂跑路;如今新厂规模扩大、管理规范,接单时更有信心。他还计划引入石材行业ERP软件,记

录每批石材的生产进度,在项目完成后三个月,自动提示客户拉走剩余材料——这源于早年的一次教训:曾有客户未及时拉走剩余石材,两三年后回来索要却找不到,引发矛盾,“有了软件,就能避免这类问题,也让客户更放心。”

“再过两年,恶性竞争的企业会被淘汰,行业会进入卷品质、卷服务、卷管理的阶段。”齐喜雷说,他不仅考虑企业效益,也在意员工感受:员工提出“不能在车间抽烟”,他立即设置定点吸烟区;工厂里的“红绿灯”式规范,虽让大家初期觉得“不自在”,但看到安全事故减少、效率提升,也都逐渐认可。

如今,工厂处于忙碌状态,订单已排至年底,远超往年。齐喜雷站在车间里,看着智能机器运转,感慨道:“做企业和做人一样,耐得住性子,把该做的做到位,自然能等到机会。”



齐喜雷



泉州青联大讲堂走进英良

本报讯(记者 蔡静琦)日前,泉州青联大讲堂暨青商移动课堂(第五期)在“世界石都”南安水头拉开帷幕,活动走进英良集团,为泉州青年企业家搭建起共探传统产业转型升级的交流平台。

本次活动由共青团泉州市委、泉州市青年联合会、泉州市青年商会联合主办,共青团南安市委、南安市青年联合会、南安市青年商会及南安青年领军班承办,英良集团协办,吸引了众多青年企业家参与,共同聚焦传统产业变革,探寻高质量发展路径。

活动伊始,青年企业家一行首先参观了福建省英良石材自然历史博物馆。作为全球首家以石材为主题的行业博物馆,馆内珍藏的天外陨石、岩矿化石等“石”物样本,让企业家们直观触摸到石材的历史脉络,深刻感受石文化的独特魅力,以及石材行业在传承中创新的发展轨迹,为后续交流奠定思考基础。

在核心主题分享环节,英良集团董事长刘良围绕《以专业致敬热爱——传统产业转型升级的坚守与思考》展开深度讲解。他从产品、品牌、文化、数字化、产城融合五大升级方向,结合企业管理实践经验,多维度解读石材产业转型升级的路径与方法,为在场企业家提供了极具针对性的行业发展思路。

分享结束后的互动交流环节,气氛热烈。企业家们结合自身经营实践,围绕“传统产业如何突破转型瓶颈”“青年企业家如何平衡传承与创新”等核心问题踊跃提问,其中“中小企业在智能化转型中如何平衡技术投入与成本控制”“如何避免同质化竞争打造差异化品牌”等问题直击行业痛点。刘良凭借深厚的行业积淀与敏锐的商业洞察力,对每个问题都进行了深入浅出的解答,现场思想碰撞不断,为青年企业家带来诸多启发。

此次活动不仅为泉州青年企业家提供了学习交流的优质平台,更让大家对传统产业转型升级有了更清晰的方向。作为中国石材行业领军企业,英良集团表示将持续秉持互利共赢理念,为不同行业企业搭建交流桥梁,助力更多青年企业家把握发展契机,共同为泉州经济高质量发展注入青春动能。

两项人造石试验方法国家标准通过审查

本报讯(记者 蔡静琦)日前,全国石材标准化技术委员会以线上形式成功召开了《合成石材试验方法 第7部分:耐氙灯老化性能的测定》和《树脂型人造石化学成分分析方法》两项国家标准的审查会议。39名标委会委员、专家及代表参会,围绕标准展开深入研讨。

《合成石材试验方法 第7部分:耐氙灯老化性能的测定》旨在解决合成石材室外老化问题,如泛黄、开裂等。该标准通过模拟日光或窗玻璃透射光环境,制定加速老化试验方法。参考ISO、ASTM等国内外标准并结合行业需求,确定了四种老化实验条件,以外观和弯曲强度变化为指标,综合评价人造石耐老化性能,为行业提供关键依据。

《树脂型人造石化学成分分析方法》则规范了树脂型人造石中树脂和无机填料的定性、定量检测方法,涵盖红外光谱、气相色谱等分析技术,基于大量样品调研和实验室比对验证,保障了方法的科学、可操作与可重复性,实验结果准确且精密。

中国石材协会人造石专委会秘书长田静表示,这两项标准的制定与推进,将极大促进我国人造石产业技术进步,提升产品质量,规范市场秩序,助力产业迈向高质量发展新阶段。

利昌新材料第二届台球赛收杆

本报讯(记者 蔡静琦)日前,由福建泉州利昌新材料科技有限公司举办的第二届台球争霸赛落幕。这场赛事不仅为员工搭建了技艺比拼的平台,更展现出利昌人专注拼搏的精神风貌,成为企业文化建设的生动实践。

经过多轮比拼,赛事冠、亚、季军最终揭晓。生产部汪小虎斩获冠军,工程部石化彪获得亚军,工程部徐海峰拿下季军。所有参赛选手均赛出风格与水平,未获名次的选手也展现出良好竞技状态,为赛事增添了诸多精彩瞬间。

利昌新材料相关负责人林艳丽表示,公司始终重视企业文化建设,致力于通过多样化文体活动丰富员工业余生活。此次台球赛的成功举办,不仅增强了团队凝聚力,更营造了积极向上、健康和谐的企业氛围。未来,公司将持续组织各类特色活动,鼓励更多员工参与其中,进一步激发企业活力。