

石材市场换“主色调” 白石成了“香饽饽”

傍晚的阳光洒在南安水头镇蟠龙工业区的主干道上,红绿灯路口处,一栋通体雪白的建筑格外抢眼。玻璃幕墙反射着余晖,正大门上方“凯兴白石馆”的招牌简洁大气;推门而入,上千平方米的展厅内,一块块高端的鱼肚白、雪花白等大块整齐排列。

“这每一片石材,价格都上万元起步,光是场馆装修和首批荒料采购,就投入了数千万元。”凯兴白石馆负责人黄清池在介绍时,语气中满是对产品的信心。

这样“白到发光”的场景,如今在水头镇已非个例。作为全国乃至全球知名的“石材之都”,水头镇承载着全国近70%的石材贸易量。近年来,这里的石材市场正经历一场明显的“色彩变革”。

从老牌石材企业的持续扩张,到新兴商家的争相入局,十余家大小不一的白石专馆相继亮相,小到数百平方米的精品展厅,大到占地数千平方米的沉浸式展馆,再加上各大石材市场内未明确标注“专馆”却以白石为主营的“白石专场”,水头石材市场彻底告别曾经“全民高级灰”的单一格局,全面迈入“白色热潮”的新阶段。 本报记者 蔡静琦 文/图



白石荒料堆成山。

市场风向 从“灰色疲劳”到“白色受捧”

时间拨回到五六年前,水头石材市场的“主色调”还是清一色的灰板。走在当时的澳盛大市场、海西石材城等核心市场内,上千种灰色石材占据了80%以上的展位,从浅灰、中灰到深灰,从哑光灰到亮面灰,不同纹理、不同工艺的灰板被商家们摆在最显眼的位置。

“那时候不管是工程装修还是家装,客户开口就要灰板,觉得‘高级灰’显档次、不易过时。”在水头做了12年石材贸易的李海燕回忆,当时她的卖场里只顺带展示少量白色石材,“基本是客户有需求才会进货”。

这种“全民追灰”的热潮,在疫情到来后悄然发生转变。2020年起,人们对居住环境的需求发生了明显转变

——大家更渴望一个温暖、明亮的家,而非那种精致却冰冷的样板间风格。这一变化,让曾经的装修热门灰板,逐渐沦为市场“避之不及”的材料。

需求的转变,直接反映在石材销量的变化上。弘一石业作为水头较早布局白石领域的企业,其总经理戴玉音对此有着最直观的感受:“疫情期间,很多石材商家都在发愁订单减少,但我们的白石馆不仅没受影响,销量反而比往年增长了30%以上。”

戴玉音解释,早在疫情前,弘一就察觉到消费者对“冷色调”的审美疲劳,提前储备了鱼肚白、雪花白、卡拉拉白等热门白石品种,“当时很多客户因为不能出门,会通过线上看样、视频选板,白色石材在镜头里的呈现效果

更好,加上我们能提供上门测量、设计搭配的一站式服务,订单量自然稳中有升。”也正是凭借这波市场红利,弘一的白石专馆从1个拓展到2个。

捷成石业的“押注”则更为大胆。在其位于永泉山工业区的总部厂区内,数万吨白石荒料整齐堆放在露天场地,覆盖了近半个厂区;室内展厅里白石大板更是满满当当。

“我们很早就开始关注白石采购,现在厂区里的白石荒料储备量,在水头名列前茅。”捷成石业总经理王国际告诉记者,行业内甚至流传着“连意大利矿主都要来捷成挑料”的说法。

疫情过后,这种市场趋势进一步得到巩固。一方面,工程端装修需求受整体经济环境影响持续不振,对价

格敏感的工程客户更倾向于选择低价石材,导致原本主打工程市场的灰板价格一路走低,部分品种甚至出现“以成本价甩卖”的情况;另一方面,家装市场在“改善型需求”的推动下持续火热,尤其是别墅、大平层等高端家装项目,对白色石材的需求激增。

“以前我们的客户里,工程单占比能达到90%,现在反过来了,家装单占比超过50%,而且很多客户会指定要进口白石。”戴玉音说,这种需求结构的变化,让越来越多的石材商家意识到“转型白石”的必要性,不少早期涉足白石贸易的商家在尝到甜头后,纷纷加大投入,扩大规模,为水头白石馆的“遍地开花”奠定了坚实基础。

经营现状 从“土耳其迷茫”到“多国布局”



市场内白石大板密密麻麻。

白色石材热潮的背后,是水头石材商家采购版图的重大调整。此前,土耳其石材因盛产各类灰色石材,且价格相对亲民,一直是水头商家的核心采购地。

“过去,我们每年都从土耳其进口几十集装箱的爱马仕灰,几乎占了采购量的大半。”有贸易商坦言,如今,这种“依赖土耳其”的采购模式正在被打破。

“现在做土耳其石材,除了白玉兰、奥特曼、白沙、月光米黄等少数几个经典品种外,其他大部分品种都在亏本。”万锦石材总经理黄雅铃吐露

道,今年公司已经减少了70%的土耳其石材采购量,“一方面是灰板价格持续下跌,卖一吨亏一吨;另一方面,土耳其矿山的供货稳定性越来越差,好料根本拿不到”。

一位长期经营灰板的商家更是向记者吐槽:“以前去土耳其矿山,还能挑挑拣拣,选品质好的AB料,现在矿主直接说‘要拿好料,必须搭配差料’,而且好料优先供给大型工程商,我们这些小贸易商根本抢不到。就拿爱马仕灰来说,以前能拿到纹理均匀、无瑕疵的好料,现在要么是纹理杂乱,要么

是有裂缝,根本卖不上价。”

对土耳其材料的“迷茫”,让水头商家纷纷将目光投向全球其他石材产区。意大利作为高端白色石材的“发源地”,自然成为首选——这里出产的鱼肚白、卡拉拉白、雪花白等品种,一直是高端家装市场的“香饽饽”,虽然价格较高,但仍供不应求;纳米比亚、希腊、越南、缅甸等新兴石材产区,则凭借独特的石材品种和性价比优势,逐渐进入水头商家的采购清单。

“我们去年开始从希腊进口鎏金白玉和希腊水晶白,这两个品种底色透白,很受年轻消费者喜欢,市场接受度很高。”金羽石材总经理毛莉说,经过一年的市场沉淀,她已将希腊水晶白做成了行业的“头部品种”,年采购量达到2000吨。

“之所以选择希腊石材,一是因为希腊矿山的品质有保障,经过检测,硬度、光度都能达到高端家装的要求。”毛莉坦言,白石价格区间大,“同一个品种,根据纹理、规格、品质的不同,价格区间从每平方米500多元跨越到1000多元,商家有足够的利润空间;而灰板的价格基本集中在100元—200元/平方米,竞争激烈不说,还很难溢价”。

与毛莉选择“新兴产区”不同,盛安信石材则走了“深耕经典品种”的路线。作为长期经营独家奢石品种的企业,近期,盛安信投入两三千万元购入了一批皇家白玉,并专门为其打造了一个专馆。该公司总经理黄评水介绍,皇家白玉是市场上的“老品种”,已经积累了一定的客户认可度,其材质的光度和硬度都特别高,价格却不及鱼肚白的十分之一,堪称“白石里的通货”,全年销售量可达20多万平方米。

不过,黄评水也坦言,白石赛道虽然看似热闹,但并非“人人都能做”。“现在做白石的门槛确实比以前低了,即便是一两块荒料,矿主也会卖,无非是价格高一点。”他说,这种低门槛吸引了很多“迷茫的贸易商”,他们原本经营灰板或其他品种,因市场不好做,看到白石火热就想“试一试”,“有些人甚至没去过矿山,只通过图片就下单采购,结果拿到的石材品质参差不齐,最后只能低价甩卖,反而打乱了市场价格”。

黄评水给记者算了一笔账:“要把一个白石品种做好,首先要保证荒料储备,至少需要500吨的库存,按每吨1万元计算,光荒料采购就需要500万元;再加上展厅装修、加工设备、人工成本,流动资金,没有两三百万元根本转不起来。”

困境突围 从“量增利减”到“全链条服务”

白石贸易的火热,直接带动了水头石材加工厂的“忙碌”。在水头澳文洲工业区的加工车间里,6台线锯机同时运转,金刚线将一颗颗白石荒料切成大板。

澳文洲厂长吴招任告诉记者,近两个月,工厂接到的白石加工订单“激增”,加工品种也从最初的南斯拉夫白,扩展到鱼肚白、卡拉拉白、皇家白玉、雅柏白等十多个品种。

但订单量的增长,未能给加工厂带来更多的利润。吴招任坦言,现在水头大部分石材工厂都配备了线锯,加工工艺都差不多,在这种情况下,工厂之间的竞争主要集中在价格上,“大家都害怕报价高了,客户就流转到别家工厂去,所以价格不光上不去,反而比以前更低了”。

这种“量增利减”的情况,成了当前白石加工环节的普遍困境。一方面,随着白石品种的增多,加工过程中需要应对的材质差异、工艺要求也越来越复杂,工厂的运营成本在无形中

增加;另一方面,激烈的价格竞争让加工费持续走低,利润空间不断被挤压。对于不少加工厂来说,如何在保证加工质量的前提下,找到新的利润增长点,成为亟待解决的问题。

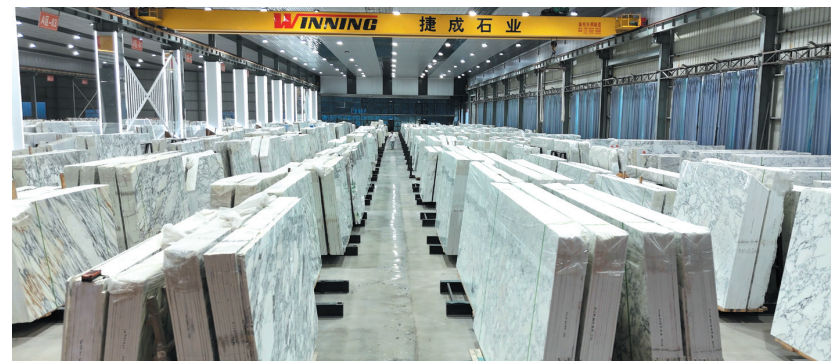
在这样的行业背景下,一些有远见的企业开始探索“差异化竞争”之路。宝强石业今年成立的“白石研究所”,就是其中的代表。走进宝强石业的白石研究所,记者看到这里不仅有荒料区、大板加工区,还有专门的二次加工区等。

“我们的研究所从荒料开采环节就开始介入,会派专业团队去矿山挑选荒料,确保每一块荒料的品质;在加工环节,我们会根据不同品种的白石特性,制定专属的加工工艺,确保品质;在安装环节,我们会模拟客户的实际户型,提前做好铺贴方案,避免安装时出现误差。”宝强石业总经理陈培强介绍,通过全链条的精细化管理,他们独家经营的宝格丽白玉迅速在市场上站稳了脚跟。

陈培强认为,未来白石行业的竞争,不再是拼资源、拼价格,而是拼品质、拼服务、拼落地能力。“随着消费者对居住品质的要求越来越高,他们不仅关注石材的外观,更关注石材的品质、环保性、耐用性,以及整个装修过程的体验。”他说,宝强石业正在打造“从矿山到家居”的全链条服务体系。“我们会为客户提供免费的设计咨询、上门测量、石材养护等服务,让客户买

得放心,用得舒心。只有这样,才能在激烈的竞争中脱颖而出。”

从“全民灰”到“白色热潮”,水头石材市场的这一轮转型,既是消费需求变化的必然结果,也是行业适应市场、寻求突破的主动选择。如今,走在水头的各大石材市场,“白色”已成为最亮眼的色彩,一座座白石馆不仅展示着石材的天然之美,更承载着水头石材人对行业未来的期待。



高端白石整齐排列。



《天然砂岩建筑板材》新国标正式实施

本报讯(记者 蔡静琦)近日,新版《天然砂岩建筑板材》国家标准正式发布并实施。该标准精准聚焦采用粘贴法施工的建筑装饰用天然砂岩板材,明确施工安装后的板材不适用本标准,通过与现有规范的差异化定位,进一步完善了我国天然砂岩板材的标准化体系。

据了解,石材建筑施工主要分为干挂法与粘贴法两大方式。其中,干挂施工因安全性能要求高,一直遵循GB/T 32834—2016《干挂饰面石材》标准,该标准已涵盖高要求砂岩板材。新版《天然砂岩建筑板材》标准则专门划定粘贴施工范畴,与GB/T 32834形成互补、无重复覆盖,重点适用于地面、楼梯、踢脚线及室外地面等工程的粘贴施工场景,同时将24米以下墙面粘贴施工的砂岩石材纳入规范范围,为低高度墙面砂岩装饰提供了明确的标准依据。

在石材分类体系上,新版标准进行了针对性调整与完善。一方面,考虑到石英岩品种有限,且新版GB/T 13890已将其归入花岗石类别,本次标准在矿物分类中删除了石英岩类别,避免分类交叉重叠;另一方面,针对市场中常见的黑色带孔洞石材(俗称“黑洞石”),经检测其各项性能符合砂岩类别特征,标准新增“凝灰岩”作为砂岩分类之一,与保留的杂砂岩、石英砂岩共同构成三大砂岩类别。为提升分类标识的便捷性,标准还新增类别代码,以砂岩种类首字母“Q”为基础,分别搭配汉语拼音首字母“Z”“S”“N”,形成两位字母的种类代号,便于行业快速识别与应用。

此外,新版标准结合实际施工场景与行业习惯,对产品分类及等级划分进行优化。在形状分类中,鉴于弧面板多用于柱面装饰且基本采用干挂法施工,不在本标准适用范畴,故删除弧面板分类;在等级分类上,取消原有“优等品、一等品、合格品”的表述,保留“A级、B级、C级”分类方式,更贴合当前行业的实际分类习惯,减少标准执行中的认知偏差。

据悉,国家标准《天然砂岩建筑板材》由全国石材标准化技术委员会(TC460)归口管理,主管部门为中国建筑材料联合会,确保标准制定与行业发展需求紧密衔接。中材人工晶体研究院有限公司、中国石材协会、环球石材(福建)有限公司等单位共同承担主要起草工作,周俊兴、钟文波、苏健等行业专家参与标准编制,为标准的科学性、实用性与前瞻性提供了有力支撑。

点亮银龄心愿 南安新联会到官桥镇开展慰问

本报讯(记者 蔡静琦 通讯员 陈月娜)13日上午,南安市新的社会阶层人士联谊会携手官桥镇共同开展“汇聚新阶力量,点亮银龄心愿”走访慰问活动。

活动中,南安新联会公益志愿者服务团团长陈建发、常务副会长李丽金积极响应,副监事长李锦程所在的南安市腾程建材贸易有限公司、副会长欧阳景明所在的妙春堂中医馆主动认领困难老年人“微心愿”,并精心筹备物资。慰问组深入困难老年人家中,不仅送上定制的“微心愿”礼包,还带去米、面、油等生活必需品。

入户过程中,会员志愿者与老人亲切交谈,细致询问其身体状况与生活难题,认真倾听需求;妙春堂中医馆医护人员同步为老人提供血压测量等健康服务。此次活动既传递了社会对银龄群体的关怀,也彰显了新的社会阶层人士服务民生、回馈社会的责任担当。

传递温暖助梦成长 水头镇商会走访慰问贫困学生

本报讯(记者 蔡静琦 通讯员 陈月娜)近日,水头镇商会组织开展贫困学生走访慰问活动,商会会长黄明经、党支部书记洪继宗、执行会长林飞腾、秘书长潘鹏章等一行,深入辖区多个村居,为贫困学生送去关怀与温暖。

在贫困学生家中,商会成员与学生及家属亲切交流,细致询问其家庭经济状况、学生学习进度及生活中遇到的实际难题,耐心倾听他们的需求与心声;同时,大家鼓励学生们坚定学习信念,正视眼前困难,珍惜学习机会,以积极乐观的心态面对生活,凭借知识改变个人与家庭的命运。

面对商会的爱心帮扶,受助学生纷纷表达感谢,承诺将不负期望,刻苦钻研,用优异成绩回馈社会关爱。

据悉,水头镇商会长期践行社会责任,始终关注教育事业发展与人才培养。此次走访不仅彰显了商会到辖区教育工作的重视,更体现了企业家群体“回馈社会、心系民生”的责任担当。未来,商会将持续投入资源,为水头镇教育事业与公益事业贡献更多力量。