

陈维奋与水头石材的双向奔赴

从媒体人到石材企业家,陈维奋的二十载创业路,始终围绕着石材产业的信息传播与实体经营双线并行。2004 年从报社离开闯荡上海,他以媒体人的敏锐洞察开创石材商讯平台,又以实业家的笃定深耕外墙石材领域。

2024 年,这位历经行业起伏的跨界者将目光锁定水头,带着亿元级生产基地的积淀与全球化布局的决心,在这座“世界石材之都”开启新征程。在他眼中,水头不仅是石材产业的集聚地,更是产业思维落地的理想土壤,这场双向奔赴,将书写石材行业规范化、国际化的新局面。

本报记者 蔡静琦 文图

从信息传播到实体深耕

“人生就是一场断舍离,但对石材产业的执念,我从未割舍。”谈及二十载创业历程,陈维奋的话语中透着媒体人的通透与实业家的坚守。

2004 年,从报社离职的他带着对信息传播的敏感,奔赴上海闯荡石材行业。与多数从业者直奔核心

心贸易不同,他选择从石材服务行业切入,凭借媒体从业经历积累的资源与视角,在 2005 年创办了《东方石材商讯》。

这份定位石材产业的刊物,很快成为行业信息传播的重要载体。“当时石材行业信息不对称,企业需要一个精准的推广渠道,采购商也需要靠谱的信息来源。”陈维奋回忆,巅峰时期,一家石材客户一年愿意投入 80 万元广告费用。传媒巨头慧聪网曾提出收购邀约,他也不为所动。

2006 年,在媒体平台积累了充足行业资源后,陈维奋创立上海补天石业发展有限公司,聚焦外墙石材领域,实现了从信息传播到实体经营的跨界。媒体经历让他习惯用产业思维看问题,而不是局限于单一企业的得失。他坦言,十几年的石材推广经验,让他对行业趋势、市

场需求的把握远超普通从业者。

2016 年环保整治浪潮来袭,他果断将生产基地迁往南通,上海则保留办公室与展厅,专门服务 4.0 和 5.0 住宅的高端外墙需求。

2017 年,受行业变革与新媒体冲击,《东方石材商讯》停刊。但这段行业媒体生涯早已将产业思维刻进陈维奋的经营基因。石材行业不能只做物理加工,简单切割加工迟早会被市场淘汰。他直言,当前行业多数企业仍停留在粗放式经营阶段,缺乏技术创新与品牌意识,有些企业为了短期效益恶意降价,让产业链各环节都没有利润空间,这是在“作死”。在他看来,有合理利润才能支撑技术研发与产品迭代,而这正是他多年来坚守的经营准则。

2018 年,投资 1 亿元的江苏南通补天石业正式投产,形成以外墙石材为主导的规模化生产格局。

产业高地的双向奔赴

2024 年,陈维奋带着“宇宙金”“镜湖春晓”“芬迪白”等高端石材产品,在水头设立展厅,正式宣告这位跨界企业家与“世界石材之都”的深度绑定。“水头是世界的工厂,更是石材企业的必争之地。”谈及选择水头的原因,陈维奋给出了清晰的产业逻辑。

在他眼中,水头的独特魅力首先源于其无可替代的产业生态。“水头不产石材,却能让石材遍布每个角落,这种镇级市场的产业集聚效应,放眼全国,也是屈指可数。”陈维奋分析,经济形势转变下,产业规模、信息流通、配套服务成为企业竞争的核心要素,而水头恰好具备这些优势:庞

大的产业规模降低了边际成本,一块石头的开票能带动物流、就业、消费等多个环节的联动;全球石材信息在这里交汇,让企业能够快速捕捉市场动态;更重要的是,南安市政府对石材产业的支持力度远超其他地区。

“很多地方发展产业急功近利,遇到问题就‘一刀切’,但南安市政府愿意陪伴产业成长,这种包容让企业能安心布局长远。”除了成熟的产业生态,水头的发展潜力更让陈维奋看到了全球化布局的可能。“我的目标是把公司做成国际化企业,水头就是实现这个目标的重要支点。”

目前,补天石业的巴西、非洲事业部已在推进法律程序,矿山布局与

外贸业务同步展开。陈维奋认为,水头作为全球石材贸易的核心枢纽,能为企业的海外业务提供有力支撑,“这里有最专业的石材人才、最完善的贸易渠道,能让我们的海外资源与国内市场高效对接。”

对于南安正在推动的 365 天的石材展会理念,陈维奋给予高度认可,同时也提出了建设性思考:“这个理念很有前瞻性,但关键在于科学规划与合理运营。”他认为,展会不应成为“一湖死水”,而要通过整合全行业智慧,打造有亮点、有深度的展示平台,“要让全世界的人来到这里,能看到石材的未来,感受到震撼的产业力量,这需要政府、企业、行业协会共同

发力。”

回望水头石材产业的发展历程,陈维奋发现了一个有趣的规律——在水头赚到大钱的,都是从水头走出去,又把大都市优秀做法带回来的人。如今,他也成为这个“双向奔赴”故事的新主角。“每个产业的发展都要经历从不规范到规范的过程,水头已经走到了产业升级的关键节点。”

谈及未来,陈维奋充满期待:“水头的滨海城市环境越来越好,产业生态越来越完善,只要行业内企业增强责任感,摒弃短期思维,坚持品质与创新,这片产业高地一定能孕育出更多国际化石材企业。”

王乃勇:用边角料撑起家居美学梦

■本报记者 蔡静琦 文/图

在水头全羽石材 3000 平方米的研发车间内,全羽石材总经理王乃勇正手持一块巴掌大的石材小料细细端详。“你看这天然纹路,做成果盘既耐用又有韵味,比塑料制品更具生活质感。”

年少时便痴迷于琴棋书画的王乃勇,于 2012 年进入家族的石材企业。从事石材贸易期间,他对各类石材艺术品产生了浓厚兴趣,一边打理石材生意,一边寻访民间手艺人、沉淀创作思路。2024 年,王乃勇在水头投资建厂,专注深耕功能型石材工艺品领域。他将行业内常被丢弃的“边角废料”充分利用,研发出七百多款家居好物,产品远销欧美市场。在家具行业中多将陶瓷用于装饰点缀之际,他另辟蹊径,开创了一条独具特色的石材设计创新之路。

七年寻艺

文艺青年的石材“修行”

王乃勇的创业,没有仓促上阵,而是始于一场长达 7 年的“无目的沉淀”。少时热爱琴棋书画的他,骨子里藏着对传统美学的执着,2012 年跟随家族进入石材贸易行业后,看着水头市场上大量形状不规则的石材小料被当作废料丢弃,心里满是可惜:“石材温润坚固,是自然赋予的好材料,不该只局限于建筑装饰。”

2017 年起,他开始不间断地游走在各地,没有预设路线,没有硬性任务,只一心扎进乡村古镇、手工作坊,向民间手艺人取经交流。“那些老手艺最打动人,是既好看又好用,把实用性和美学做到了极致。”这段寻艺之旅,让他摸清了“匠心”的本质,也坚定了做“功能型石材工艺品”的核心方向——不做单纯的摆件,要让石材融入日常。

这位热爱琴棋书画的“文青”,却是个典型的“偏科生”:语文、物理常接近满分,数学却差到两位数加减法都要掰手指,更看不懂满是数据的 CAD 图纸。“刚开始跟工程师沟通,只能让他们用实物模型演示,我靠看和摸来理解工艺。”

为了弥补短板,他每天泡在车间,从切割、打磨等基础工序学起,用笔记下每一个工艺细节,把复杂技术拆解成易懂的逻辑。七年时间里,他不仅摸清了不同石材的“脾气”,更积累了海量设计灵感,为后续的规模化生产埋下了扎实的基础。

功能破局

小石料里的大乾坤

2024 年,王乃勇的创业计划正式落地,形成“水头研发+安溪量产”的布局:水头 3000 平方米车间聚焦打样创新,20 多名工匠每月产出四千件样品;安溪近两万平方米的“石尚花”全封闭厂房里,100 多名工人通过流水线实现标准化生产。“水头负责脑洞大开,安溪负责批量生产,这样才能兼顾创新与效率。”

在全羽石材的产品库,七百多种款式的工艺品彻底颠覆了人们对石材的刻板认知:融合木材与五金配件的智能石材手机支架,支持发光、充电、声控等功能;最早设计的纸盒子,采用移动式石材面板,利用石材自重自动下压,连最后一张纸都能轻松抽出,累计销量突破八千件;看似普通的石材浴缸,翻转后可当水果盘、首飾盒,兼具实用与装饰功能;茶盘则拒绝批量生产,全部按需定制,每一件都独一无二。

“工艺品不是简单的石材堆砌,要贴合生活习惯,解决实际需求。”正是这种“功能优先”的理念,让全羽石材在海外

市场快速突围。如今,公司外贸订单占比高达 98%,在澳大利亚、加拿大设有展厅,美国布局两个仓储中心,每次发往美国的集装箱货物,总能快速售罄。

“国外消费者对石材工艺品接受度高,他们有长期使用的传统。”王乃勇笑着回忆,十几年前第一次出国时,他连英语都不会说,硬是死记硬背上千个行业单词,如今虽然还是“一个单词一个单词蹦”,却已能顺畅对接客户需求。

国内市场则处于培育阶段。“中国家庭习惯了陶瓷制品,要让大家接受石材家居,得靠细节打动。”王乃勇承接了不少内地直播平台的小订单,哪怕单品 10 个、20 个都支持定制,慢慢积累起稳定销量。

他算了一笔账:一款工艺品每月能消化七八颗假山料,一年算下来那就不得了了。“如果有几十家企业一起做,既能解决小料浪费问题,还能形成产业集群,这是我想看到的‘星辰大海’。”

守正生长

慢热者的创业智慧

“我不怕谈价格,就怕没创新。”这是王乃勇常挂在嘴边的话。尽管目前市场仍在培育期,利润微薄,但全羽石材每年的研发投入始终超过百万元。“没有利润支撑不了创新,但没有创新就没有未来。”他深知,石材工艺品要在陶瓷、塑料等成熟产品的竞争中立稳脚跟,持续迭代是唯一出路。

在产品升级上,王乃勇坚持“慢工出细活”。以闽南红砖系列为例,从设计到量产历经四次升级:调整尺寸适配现代家居,改进工艺提升光洁度、增加排水等实用功能,优化材质增强耐用性,每一次升级都耗时数月,反复打磨细节。面对 18 万个石材戒指的大



王乃勇

额订单,他也没有盲目扩产,而是选择分批生产,每批 500 个,既保证质量,又降低订单变数带来的风险。

在团队管理和市场响应上,他却追求“快与精”。王乃勇拒绝团队盲目膨胀,安溪工厂 100 多人,水头研发基地 20 多人的规模,都能高效运转,核心在于每个人都职责明确,且懂产品、爱产品。

创业路上并非没有难题。王乃勇坦言,目前水头石材工艺品配套还不够完善,做个包装要跑到深圳、莆田;担心订单变数不敢囤料,也导致成本居高不下。但他有自己的坚持:不做直播,不抢经销商生意,专注研发生产,与渠道商各司其职、互利共赢。

如今的王乃勇,依然保持着寻访手工艺的习惯,只是目的地变成了国内外家居展会和艺术展厅。“石材是有生命的,它承载着自然的印记,也能承载生活的诗意。”他期待有一天,中国家庭的餐桌上、书桌上、浴室里,都能出现石材工艺品的的身影,让更多人感受到石头的温度与美学。



资讯

华侨大学(南安)产教融合基地 入选省级名单

本报讯(记者 蔡静琦)近日,福建省学位委员会办公室公布第四批福建省产教融合研究生联合培养基地名单,由华侨大学(南安)研究院黄国钦教授牵头申报的“华侨大学(南安)产教融合人才联合培养基地”成功入选,这标志着该研究院在深化产教融合、培育应用型拔尖创新人才方面取得实质性突破。

作为立足南安石材产业集群的科研与人才培养载体,华侨大学(南安)研究院此次牵头成立的联合培养基地,紧扣区域石材产业发展需求,以“校企协同、知行合一”为核心培养理念。基地将依托华侨大学的学科资源与科研优势,结合南安本地产业实践场景,构建“理论教学+产业实训+课题研究”三位一体的人才培养模式,重点培育契合石材及相关产业发展需求、具备创新思维与实践能力的复合型人才。

据了解,产教融合研究生联合培养基地是福建省深化研究生教育改革、推动教育链与产业链精准对接的重要举措,旨在通过校企协同育人,破解应用型人才培育与产业需求脱节的问题。此次基地成功入选省级名单,不仅是对研究院人才培养模式的认可,更为南安乃至福建石材产业高质量发展注入人才动力。

研究院相关负责人表示,将以此次入选为新起点,进一步完善校企合作机制,加强与本地企业的互动协作,优化人才培养方案,聚焦产业技术难题开展联合攻关,让研究生在参与实际项目中提升专业能力,为地方经济发展输送更多“用得上、留得住”的应用型人才,助力石材产业转型升级。

铭盛企业新国标窑炉投产

本报讯(记者 蔡静琦)近日,铭盛企业一号窑炉完成新国标技术改造升级并正式点火投产。升级后的窑炉在生产能力与产品质量上全面对标行业新标准,将更好满足市场对多样化、高品质建材产品的需求。

此次新投产的窑炉,将重点覆盖多类主流及特色产品工艺。其中包括 900mm×1800mm、750mm×1500mm 等多个规格的数码模具系列,以及数码木纹、胶水干粒、金丝绒等特色工艺。这一升级不仅丰富了企业的产品供给类型,更为其进一步拓展市场份额筑牢基础。

铭盛企业占地面积达 600 余亩,现有 7 条生产线,在职员工 950 余人。企业主营石英砖、生态地铺石、仿古墙地砖、通体大理石等多个品类,凭借稳定的产品品质,先后斩获“工程建设推荐产品”“绿色建材产品”“区域龙头企业”等多项荣誉。其产品体系可全面适配工装、家装、市政等不同应用场景的需求。

近年来,在稳固国内市场的同时,铭盛企业积极布局国际市场。目前产品已出口至美国、新加坡、菲律宾、日本、韩国等多个国家和地区,获得海外客户的广泛认可。

南安女企联 走访泉州芯谷南安分园区

本报讯(记者 蔡静琦)近日,南安市女企业家协会暨拥军协会组织会员企业开展“走进泉州芯谷·聚焦产业新动能”走访活动,一行人深入泉州芯谷南安分园区,实地探访泉州南翼高新区展示中心、泉州三安半导体、联东 U 谷半导体科技产业港及泉州利昌新材料等平台与企业,近距离感受科技创新与产业升级的澎湃动能。

在泉州南翼国家高新区展示中心,女企业家们通过“南翼新篇”“南翼印象”“新区宏图”三大篇章的系统展示,详细了解了南翼高新区的空间布局、产业定位、招商政策及重点项目推进情况,真切体会到区域“一盘棋、一把尺、一张图”的发展理念与奋进姿态。作为分园区核心亮点,泉州芯谷搭建的智慧园区平台,以“规建管服”全生命周期开发运营为主线,让 AI 技术深度融入区域管理的“数智孪生”模式,给走访团留下深刻印象。

在泉州三安半导体,女企业家们通过展厅讲解与实物展示,了解到氮化镓、砷化镓等第三代半导体材料在 5G 通信、新能源汽车等领域的突破性应用,感受百亿级龙头项目的全产业链生态布局;在联东 U 谷半导体科技产业港,“工业园就是产业链”“上下楼就是上下游”的产业生态构建模式,让大家对工业园区标准化建设 2.0 有了直观认知;而利昌新材料从落地到试投产的高效推进,展现了新材料产业的迅猛发展态势。

此次走访让女企业家们对创新驱动、科技赋能、新质生产力有了更深刻的理解。大家纷纷表示,将把所见所闻转化为企业发展思路,加强科技创新,培育新动能,以巾帼力量助力南安高质量发展。