



福建发布第五批12条惠台利民新措施 覆盖产业发展、办税服务、商贸文旅

本报讯(记者 蔡静琦)2日,福建省人民政府新闻办公室召开新闻发布会,发布第五批贯彻落实两岸融合发展示范区建设的惠台利民措施,共三大方面12条,精准赋能台企台商发展、优化涉台服务,深化闽台交流合作。

在支持台企台商发展方面,福建单列1200亩用地指标保障台商投资区建设,对南靖精密机械产业园重点台企给予最高20万元固投奖励,台资水产养殖企业可享最高20%保费优惠。针对莆田工艺美术产业,新人驻台企首年免100㎡租金,参展海峡艺博会可获免费展位及交通补助。同时,供销社系统为台农企提供农资直供、免费销售专区及土壤、茶叶检测服务。

办税服务持续升级,福建开通台胞台企税费智能办税平台,提供188项智能服务,实现46个税种全流程线上办理;依托12366热线设立双语税务咨询专线,并计划至2026年底举办100场“税企面对面”涉台专场活动。

商贸文旅交流再添助力,在台开设沙县小吃台胞可获5000元创业补助,三明每年提供200个免费职业技能培训名额;台湾业者参与南平民宿改造升级,最高可获6万元补贴。厦金“小三通”航线推出5元“退票险”,全额赔付退票手续费;台湾艺人来榕举办符合条件的小型演出,可获演出合同金额40%的奖励,单次最高2万元。

此次新政聚焦台胞台企急难愁盼,从产业扶持到服务优化、交流拓展多维度发力,进一步夯实两岸融合发展基础。

汇金融活水育石材新机 南安石材专场政银保企对接会召开

本报讯(记者 蔡静琦)3日下午,南安市重点产业链“四链”融合石材专场政银保企对接会在水头镇举行,以“汇金融活水 铸产业强链”为主题,搭建政银保精准对接平台,为“世界石都”产业升级注入金融动能。

本次对接会由南安市金融监管支局、市公安局等多部门指导,厦门银行水头支行主办,厦门市及南安市石材外经贸协会组织企业代表参会。会上,南安市金融监管支局详解“四链”融合工作部署,为产业发展划重点;市公安局开展反诈宣传,筑牢企业资金安全防线;中国信保泉州营业部介绍出口信用保险政策,为石材企业出海保驾护航。

厦门银行水头支行针对性推出金融服务方案,其特色产品“石财贷”以高抵押折率、长周期、低利率等优势,已累计为石材企业提供近1.3亿元融资支持。现场座谈环节,企业与金融机构面对面沟通,精准对接融资、风控等需求,实现供需“双向奔赴”。

此次对接会是南安深化“四链”融合、优化营商环境的具体举措,通过政策赋能、金融输血,助力石材产业向智能化、绿色化转型,推动千亿产业集群高质量发展。

固美集团跨省校招揽贤才 深耕云闽两地储备青年力量

本报讯(记者 蔡静琦)近期,固美集团人力资源部开启大规模校园招聘行动,先后奔赴云南、福建两省多所重点高校,为企业高质量发展储备核心青年人才,筑牢人才支撑根基。

此次校招布局兼顾省外优质资源与省内本土优势,行程紧凑且针对性极强。招聘团队首站扎根云南昆明,密集走访了云南大学、昆明理工大学、云南农业大学等六所高校,深度对接西南地区高校的优质毕业生资源,挖掘符合企业发展需求的专业人才。

省外招聘告一段落,团队随即转战福建省内,陆续走进福州大学、福建师范大学、福建农林大学、泉州师范学院等八所院校,覆盖省内多所核心高校,形成“跨省联动、省内深耕”的立体引才格局。

招聘现场,固美集团人力资源部团队与应届毕业生展开面对面深度交流,不仅全面介绍了企业的发展历程、核心业务板块、行业竞争力及未来战略规划,更聚焦毕业生关切岗位设置、薪酬福利体系、职业晋升通道等核心问题进行细致解读。

固美集团相关负责人表示,通过沉浸式的宣讲与互动,既让青年学子清晰感知到固美集团的发展潜力与平台优势,也充分展现了企业重视人才、培育人才的核心理念和良好企业形象。此次校招是固美集团人才战略布局的重要举措,后续企业将持续深化校企合作,搭建人才成长桥梁,实现企业发展与青年人才成长的双向奔赴。

“85后”陈谦胜的石材全产业链创业路

初入江湖: 敢吃螃蟹的石材新兵

初中毕业的陈谦胜,踏入社会的第一份工作就是开叉车,这一开就是6年。为了谋生,他不仅钻过叉车底,还做过电话客服,什么苦活累活都干过。这段经历,让他练就了吃苦耐劳的韧劲,也培养了对市场需求的敏锐感知。

2010年,石材行业正值黄金期,大理石行情火爆,从业者争相入局分羹。陈谦胜却剑走偏锋,选择了当时并不热门的莱姆石和木化石作为创业起点。

“其实也不算标新立异,是做采购多年的哥哥眼光准,知道这些石材的潜力。”他坦言,当时的选择其实冒着不小的风险——莱姆石虽材质易切割,但规格繁杂,几十个厚度的板材极其占仓储空间,加工费低廉且切割周期不稳定,性价比远不如热门的大理石,自然不受待见。

命运总是眷顾敢闯敢试的人。刚涉足石材贸易不久,陈谦胜就迎来了职业生涯的第一个转折点:成功拿下晋江世茂御龙湾项目。这个被誉为晋江豪宅标杆的项目,外墙及室内装修全部采用木化石石材,且异形工艺占比极高,对石材品质和加工精度要求严苛。

刚起步就能接到这样的大项目,陈谦胜不仅赚了第一桶金,更积累了宝贵的工程经验。凭借过硬的产品质量和高效的执行力,他顺利完成项目交付。木化石的独特质感与精湛工艺,也让他在业内崭露头角。

2014年,陈谦胜注册成立中苏公司,正式开启规范化运营;2017年,公司更名为中投,标志着业务版图的全新扩张。而汇兴这个陈谦胜父亲

创办的花岗岩厂名字,被他巧妙融入企业品牌,成为中投·汇兴,既是对家族产业的传承,更是对初心的坚守。

布局全链: 从贸易商到产业领航者

走进中泰工业区的中投·汇兴生产基地,荒料区、切割区、异形加工区、精装车间各司其职,莱姆石、大理石、花岗岩、人造石等各类石材琳琅满目,从原料加工到成品交付的全流程清晰可见。

“我们几个工厂都聚集在中泰,管理起来效率高,上下游衔接也顺畅。”陈谦胜介绍,经过多年扩张,企业已形成覆盖异形加工、荒料储备、各类石材生产、精装配套的全产业链布局,员工规模达到一百五十人。

这种全链条优势,源于陈谦胜步步为营的战略布局。创业初期,他以石材贸易批发为起点,积累客户资源;随着市场认可度提升,迅速切入工程领域,拿下汤臣·W酒店等高端项目;近年来又紧跟行业趋势,向设计端延伸,形成“贸易+工程+设计”的三维发展模式。

设计推广圈不大,整合起来才能形成合力,0到1的过程很难,但一旦突破,后面的发展会很快。他透露,目前中投·汇兴正全力推进独家石材品种培育,已推出4个独家品种,未来还将通过合包矿口的方式持续扩充,计划打造一个精品独家馆,构建差异化竞争优势。

在产业布局上,陈谦胜既有创业者的魄力,也有对家人的温情。2017年,企业发展需要建设生产基地,在永泉山和中泰两地选址时,他的父亲坚持回村办厂。尽管从商业角度考量有诸多不便,但他还是尊重了父亲的意愿,选择在中泰建厂。2018年,中泰生产基地正式投产,成为企业发展的重要基石。

2019年,葡萄牙总领事专程到访中泰工厂,考察木化石与葡萄牙米黄石材的生产情况。彼时,企业石材的葡萄牙米黄和木化石的进口量达到顶峰,一年进口大几千个货柜,每个货柜

装载了20多吨石材,业务版图延伸至全球。甚至有葡萄牙总统代表团提出到厂意向,足以印证中投在中葡石材贸易中的重要地位。

守正创新: 以诚信与格局行稳致远

“悲观是不存在的,商机一直都有。”面对近年来石材行业工程萎缩、竞争加剧的现状,陈谦胜始终保持乐观的态度。在他看来,行业洗牌并非坏事,同行减少的同时,市场份额也在向优质企业集中,只要每个赛道都布局到位,全力发力,就能在竞争中站稳脚跟。

在企业管理上,陈谦胜有着自己的朴素哲学。他没有复杂的激励机制,却能让员工死心塌地追随——第一个员工至今仍在团队中,管理人员全部内部培养。“想要留住人其实很简单,待人友善、薪资按时、盈利后及时分润,把员工当家人看待。”不仅对员工如此,对待上下游供应商和辅料商,他同样坚守诚信底线:从不拖欠货款,也不贪图小利,大家相互信任,合作才能长久。

多年的创业经历,不仅成就了陈谦胜的事业,更改变了他的人生轨迹。曾经的他脾气暴躁、性格高冷,不善言辞;如今的他沉稳内敛、待人谦和,言谈间透着格局与智慧。接触的人多了,经历的事杂了,不知不觉就变了。与开发商、设计师等不同圈层人士的交流合作,让他的视野不断拓宽,也深刻体会到圈层决定高度的道理。

在财富观上,陈谦胜始终保持清醒。面对朋友推荐的股票投资,他婉言谢绝:我只相信看得见、摸得着的实体经济,石材这个行业虽然辛苦,但脚踏实地做,总能收获。

谈及今天的成就,陈谦胜坦言,再重来一次,自己未必能达到现在的高度,时代造就了机遇。但更重要的是全家人的共同发力:“父亲格局大做引领,哥哥负责海外,我打理国内,一家人拧成一股绳,才有了今天的家业。”

午后的中泰工业区,机器轰鸣中透着井然有序,中投石材总经理陈谦胜穿梭在自家的4个工厂间,裤脚沾着些许石粉,言谈间带着闽南商人特有的爽朗与务实。这位“85后”石材企业家,初中毕业就扛起生活重担,从叉车司机到掌控全产业链的行业老手,用20多年的时间在南安石材江湖闯出一片天地。

他敢啃别人不愿碰的硬骨头,把相对小众的莱姆石做成特色招牌;他守着家族传承的初心,将父亲的小厂发展成覆盖全球的产业矩阵;他信奉踏实做事的准则,在行业波动中稳稳扎根,持续生长。

本报记者 蔡静琦 文/图



董泽南:扎根“世界石都” 链接全球高端市场

南安水头国道324线的车流旁,多米意式空间的玻璃门一推,意大利咖啡机的蒸汽便裹着焦糖香扑面而来。天然石材铺就的墙面如墨色山水自然晕染,展厅的温润质感与办公区的简约格调在此无缝衔接,每一寸空间都流淌着浓郁的意式美学,却又深深扎根于“世界石都”的产业土壤。

这里是斯达南天石材的品牌地标,更是创始人董泽南跨界融合理念的具象表达。这位来自温州的“85后”创业者,带着意大利留学的学术积淀与石材行业的实践经验,用10余年时间带领斯达南天完成从外贸贸易商到高端材料服务商的蝶变,在水头这片石材产业的沃土上,书写“中国智造+意式匠心”的全球化篇章。

本报记者 蔡静琦 文/图



董泽南与他的多米意式空间。

线有序运转,莱姆石、大理石等各类石材经过精细加工,成为兼具实用与美学价值的高端产品。

“工厂是企业的核心竞争力,客户考察工厂,不用听项目经理过多介绍,逛一圈生产线、看一眼品控流程,就知道我们能提供什么样的服务。”董泽南始终坚信,硬核的生产实力是企业立足的根本。为此,他持续加大工业化投入,从引进国际先进加工设备到建立严格的质量管理体系,从优化生产工艺到提升效率,每一个环节都追求精益求精,同时将意大利前沿设计理念融入生产全流程,实现“工业设计基础+意式美学设计”的深度融合。

2021年,斯达南天在水头国道324线旁打造的多米意式空间正式落成,成为企业品牌升级的重要里程碑。这个集展厅、博物馆、办公区于一体的复合空间,彻底打破了传统石材展厅的刻板印象。

一楼展厅里,意大利咖啡机研磨着新鲜咖啡豆,香气与石材的天然肌理相互交织;矿山历史文化展区,通过图文、实物展示,讲述着石材从矿山开采到成品落地的前世今生;设计师合作展区,各

类石材创意作品传递着前沿的空间美学理念;三层的办公区则采用开放式布局,阳光透过落地窗洒在石材桌面上,为团队营造了自由舒适的工作氛围。

“员工是企业创造价值的核心,好的环境能激发创造力,没必要用条条框框束缚他们。”董泽南的管理哲学,在这个充满温度的空间里展现得淋漓尽致。

在董泽南的战略规划中,斯达南天的未来核心竞争力在于“附加值产品化”。当前,他正带领企业加速从“材料购入囤货”的传统模式,向“专业顾问服务”的高端模式转型,通过深度挖掘客户需求,提供从材料选型、设计优化到工程落地全链条解决方案。与此同时,企业规划布局的新总部已进入设计阶段,未来将进一步完善“生产+展示+办公+研发”的产业生态,打造集产业链优势与美学价值于一体的石材产业综合体。

从欧标卫浴产品的精心筛选,到与国内外顶尖设计师团队的深度合作,斯达南天始终聚焦高端客户需求,用专业的建筑语言诠释石材的空间价值。“我们不希望靠个人IP塑造品牌,而是让空间自己说话,让客户在体验中感受到石材的魅力与企业的实力。”董泽南说。

【跨界破局】 从价差贸易向全球服务转型

2008年,怀揣着对异国文化的好奇,董泽南远赴意大利留学,这片孕育了卡拉拉矿山的土地,不仅让他领略了石材的天然之美,更悄然播下了事业的种子。毕业后,他入职当地一家创立于1832年的老牌石材企业,百年企业的匠人传承与成熟的贸易体系,不仅让他摸清了石材行业的核心逻辑,更让他结识了事业生涯的重要伙伴——意大利斯达南天公司的老板。

2012年,带着在意大利积累的行业资源与实践经验,董泽南回国创业,与意大利老板联合在厦门成立斯达南天,正式踏入石材外贸领域。创业初期,企业聚焦荒料与板材批发,这是石材行业最传统的业态模式。“那时候做贸易,说白了就是赚信息差,没什么技术含量。”董泽南坦言,这种重资产、低附加值的模式,让企业发展始终受制于市场波动,转型成为必然选择。

2015年,董泽南率先按下转型“加速键”,精准锚定美国超市场家具市场,主打大理石薄板供应,同时依托意大利资源优势,强势切入奢侈品旗舰店石材专供赛道,成功成为众多国际大牌的石材供应商。这一步跨越,让斯达南天彻底摆脱了对“价差盈利”的依赖,实现了从单纯贸易商到专业服务商的第一次蜕变,也让企业在高端石材领域站稳了脚跟。

2019年,董泽南做出了职业生涯中最关键的决策:扎根南安水头,购置厂房聚焦薄板出口工程单生产。这个选择的背后,是他对全球石材产业链的深刻洞察:“水头作为世界石材产业的核心枢纽,有着最完备的配套资源,小到五金配件,大到加工设备,需要什么都能快速配齐;同时这里也是全球石材的集散地,能把意大利的优质石材引进来,再把加工好的高端产品送出去,形成双向流通的供应链优势。”

为保障出口产品品质,斯达南天在包装上的投入堪称行业标杆——每平方米包装成本高达200元,这一费用甚至超过了不少普通大理石的原材料成本。“很多同行觉得我们太较真,但做远洋生意,包装就是产品品质的最后一道防线。”董泽南解释道,石材运输途中的破损率直接影响客户体验,“客户不会关心运输过程有多艰难,他们要的是开箱即完美的产品,这就是我们坚持高成本包装的原因。”

如今的斯达南天,早已褪去传统贸易商的底色,成长为覆盖加工生产、工程供应、设计服务的海外市场总包材料供应商,业务足迹遍布欧美、中东等全球多个国家和地区,在国际高端石材市场占据了一席之地。

【生态构建】 以意式美学赋能产业升级

走进斯达南天位于水头的生产基地,2万平方米的厂房里,现代化生产