

政策转向在即 石材产业迎大考

2026年1月8日,财政部、税务总局联合发布公告,明确自4月1日起取消光伏等产品增值税出口退税,其中33个与石材紧密相关的产品编码赫然在列,涵盖已加工大理石及制品、各类水泥预制构件等主流石材产品。从2024年退税率13%降至9%,到如今直接取消退税,政策调整的背后,是国家推动产业升级,鼓励高附加值产品出海的明确导向,石材行业的传统出口模式正迎来前所未有的变革。

本报记者 蔡静琦 文/图



石材工厂聚焦高附加值石材出口。

政策调整并非突然 33类石材产品被纳入清单

此次新政中,“其他已加工大理石及制品”等33个石材相关产品编码被划入取消增值税出口退税的清单,涉及粗加工板材、石刻、常规石材建材等多个品类。事实上,这一政策调整并非毫无征兆,而是国家产业政策逐步调整的延续。

2024年,国家已率先下调部分非金属矿物制品(含大理石石刻、人造石等)的出口退税率,从13%降至9%,彼时便为石材行业敲响了转型警钟。财政部相关公告显示,此次退税政策调整并非针对石材行业的“一刀切”,而是与光伏、电池等产品统筹规划,核心逻辑指向限制资源型、低附加值初级工业品出口,倒逼产业向高端化、高附加值、绿色化转型。

有业内人士表示,中国石材行业长期以来的“国内开采、简单切割、低价出口”模式,消耗了大量宝贵的矿产资源与能源,对生态环境造成一定压力,企业还仅能赚取微薄的加工费,在国际产业链中处于被动地位,难以形成核心竞争力和品牌溢价。此次取消退税,正是要拿掉低附加值石材出口的价格保护垫,让行业彻底走出依赖退税的舒适区。正如中国石材协会秘书长孙卫星所言,政策的

潜台词十分明确:中国石材不应再做国际市场的“搬运工”“泥瓦匠”,而要向高附加值、高技术含量的品牌化方向发展。

政策落地,将给石材行业带来多层次、全方位的影响,短期阵痛不可避免,但长期来看,将推动行业走向高质量发展。

对于以依赖价格竞争、缺乏品牌与设计优势、出口粗加工板材为主的企业而言,此次政策调整直接触及生存红线。这类企业产品同质化严重,长期依靠出口退税维持薄利,或将因成本上升被迫提价,失去在国际市场的价格优势,订单流失风险加剧。

从行业发展的长期视角来看,此次政策调整有望成为倒逼石材产业转型升级的重要契机。一方面,企业或将逐步摆脱单纯开采、出口荒料和毛板的传统路径,尝试布局异型材、石材家具、工艺品等高附加值产品,助力全行业产品结构逐步优化;另一方面,行业大概率会呈现一定的“两极分化”特征,部分同质化中小企业可能面临生存压力,而那些布局全产业链、具备技术壁垒和品牌溢价能力的头部企业,有望在更趋规范的竞争环境中获得相对优势。

转内销并非易事 企业抱团升级成主流思路

面对退税取消的政策变化,石材出口企业是否转向内销市场,成为行业关注焦点。多位企业负责人与行业协会人士表示,内销市场竞争激烈,玩法迥异,转型难度较大,提升产品附加值成为企业应对挑战的主流思路。

日升石业总经理张子文直言,国内石材市场已进入存量竞争阶段,采购需求量同比持续萎缩,且深耕国内市场的企业已形成成熟的运营模式与渠道优势,出口企业转型内销面临双重难题。“国内市场的消费习惯、渠道布局、结算方式都与国际市场截然不同,不是简单转产就能适配,转型内销需要长期投入和布局,多数中小企业难以承受。”

提升产品附加值成为出口企业的必然选择。万石汇负责人张荣建认为,此次政策调整覆盖全行业,而非针对单一企业,整体出口格局不会发生根本性变化,全面提价是企业维持利润的核心手段。但他也坦言,薄板、马赛克等利润微薄的低端产品,可能因提价失去竞争力,被其他国家同类产品替代,这类企业需加快产品迭代。易达建材总经理林则道出了中小出口企业的困境:“我们常年专注薄板出口,退税取消

叠加原材料价格上涨,生存空间被严重压缩,目前正紧急召开高层会议,调整公司战略,试图通过产品升级突围。”

抱团发展与精准升级成为行业共识。南安市石材协会副秘书长陈良梯表示,中国石材企业在沙特、阿联酋等海外市场仍具备核心加工优势,只要企业摒弃低价竞争思维,转而聚焦产品价值竞争,就能倒逼行业整体升级。链石科技创始人杨加强则给出差异化建议:中小企业可聚焦特色复合板、艺术雕刻等细分领域,借助数字化工具实现“小而美”的创新突破;中大型企业应将智能制造作为核心战略,打造数字化工厂,提升快速响应全球市场需求的能力。

“政策变化已是既定事实,被动应对只会被淘汰,唯有主动适应、加速转型才能赢得生机。”汉荣石业总经理郑荣思的观点,代表了多数石材从业者的心态。在这场不可逆的行业变革中,石材企业唯有彻底摆脱传统模式与政策红利依赖,深耕技术创新、产品升级与品牌建设,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟,实现高质量可持续发展。

黄宝茹:以轻资产模式和灵活“补位”应对市场变局

■本报记者 蔡静琦 文/图

岁末年初的南泰石材城依旧繁忙,入驻企业泉俊石材总经理黄宝茹正陪着一批郑州设计师挑选石材。展厅内,近1500个架子位整齐排列,各色大理石与奢石流光溢彩。这是她2025年6月在行业紧缩期逆势拿下的核心阵地。叠加溪石市场和立方市场的架子位,泉俊石材总架子位近两千个。

谁能想到,这位运筹帷幄的女老板,曾经也只是从帮人代发石材艰难起步。2013年,她开始独立门户,靠着和爱人及小叔子组成的创业“铁三角”,从四五十个架子位的小生意起步,熬过资金链断裂的绝境,拿下核心品种包矿权,在白热化竞争中站稳脚跟,于冰冷的石材生意里熬出充满温度的经营哲学。

三人同心

从四五十个架子位到包矿经营的逆袭

在水头,石材行业进阶许多人的成长轨迹,黄宝茹也不例外。十七岁入行,她从最基础的石材代发做起,每天在堆满大板的市场上穿梭,对接物流与客户,枯燥的重复工作不仅练就她识石辨质的火眼金睛,更积累了一批信任她的老客户。

“那时候跑业务全靠腿,客户要什么石料,我就骑电动车在各个市场间穿梭。”黄宝茹回忆,几个交心的装饰公司朋友看她整天风里来雨里去,建议她弄个固定落脚点:“客户挑石料有地方坐,喝茶聊天聊到,订单更容易成了,创业的念头就此萌生。”

2013年11月18日,黄宝茹倾尽积

蓄,在立方市场租下四五十个架子位,创办起自己的小贸易点。创业初期人手紧缺,她身兼老板与员工,白天谈订单、接待客户,晚上核对账目、安排发货。彼时,还在其他行业打拼的丈夫,不忍看她奔波,主动兼职帮忙点料。“他从没接触过石材,却天生有眼光,看料的准头不比老行家差。”黄宝茹笑着说,丈夫的加入,给了她莫大底气。

赶上行业高速发展期,泉俊石材生意迎来爆发式增长。2015年,石材销量翻倍,采购与发货压力陡增。看着妻子分身乏术,丈夫果断放弃老本行,全职投身石材行业,专门负责矿山资源对接与采购。

“那时候他跑遍全国矿山,经常吃住在矿场,只为拿到品质最稳定的石料。”黄宝茹语气里满是心疼与敬佩。2017年,随着业务扩展到溪石、锦昌两大市场,人手不足的问题愈发突出,小叔子主动加入团队,负责市场管理与库存调度。自此,“自己抓客户与账目、先生管采购、小叔子管市场”的“铁三角”正式形成。

“我们至今没分家,做事格外齐心,一个跑外一个守内,我在中间协调,很多事不用多言,一个眼神就能懂。”黄宝茹说,家族团结是企业穿越风浪的核心底气。

创业之路并非坦途,2018年成了“铁三角”最难熬的关卡。当时企业囤积近万吨塞浦路斯灰,叠加湖南爱马仕灰业务亏损200万元,大量资金沉淀在库存中,现金流彻底断裂。“过年时三人账户加起来只剩3000多元,连一趟远门都不敢出,给孩子买新衣服都要精打细算。”黄宝茹感慨。但困境中三人从未想过放弃。开春后库存石材陆续售出,资金慢慢回笼,企业总算

挺过这场危机。

经历过库存积压的阵痛,黄宝茹深刻意识到“控不住源头,就握不住主动权”。2021年,丈夫无意间寻得一处鱼肚灰矿,其纹理细腻、品质出众,更难得的是同矿能开出三种花色,可“平替”昂贵的巴西、意大利同类石材。黄宝茹当即拍板拿下包矿权,以此为契将溪石、立方的架子位整合为鱼肚灰专馆,按花色制定差异化策略。

她认为,“石材没有好坏,就像养孩子,得顺着天性来。”精准的产品定位让泉俊石材生意越做越旺,直至2025年拿下南泰石材城1500个架子位,实现规模跨越式增长。

守正创新

在行业变局中学会“补位”求生

坐在立方卖场的玻璃办公室里,看着窗外琳琅满目的灰色板材,黄宝茹总会想起早年做塞浦路斯灰的日子:“每天二十车货到市场,高峰时一天运费就上百万元。”那段忙碌的时光,让她练就了在市场变化中灵活调整的本领。

当前,石材行业受大环境影响,传统工程单“时好时坏像天气”。对此黄宝茹早有布局,2025年下半年就启动家装市场拓展,2026年初已初见成效。她深知家装与工程是两条不同赛道:“工程单动辄上万平方米,家装可能只需要一块背景墙,单靠普通大理石根本打不通市场。”

奢石,成了她撬动家装市场的支点。2025年9月,泉俊石材切入奢石赛道,十几种常规品种加新矿冷翡翠上架南泰展厅。黄宝茹介绍,奢石的



黄宝茹

独特纹理与稀缺性,契合了消费升级下人们对高端个性化家居的需求。但奢石推广绝非易事,“单靠市场流量不够,得主动出击”。她选择深耕设计师渠道,参与各类设计周,邀请各地设计师实地挑板。“走设计师渠道就得熬,投入大、见效慢,但熬住了,石头就能卖出附加值。”这是她2026年的核心发力方向。

在经营模式上,黄宝茹有着清醒认知:“企业核心就我们仨,精力有限,加工和贸易不能两头抓。”她果断将加工业务外包给五家专业工厂,集中力量聚焦矿山采购、市场推广与品牌建设。轻资产运营模式,能让泉俊石材在2026年行业利润普遍收窄的背景下,保持了更强的灵活性与抗风险能力。

聊起未来规划,黄宝茹望着展厅里的石材眼神坚定:“天然石材的质感是其他材料替代不了的,需求仍在,但利润变薄是趋势。”她表示,未来将重点打造企业品牌,通过精准定位与优质服务,在有限市场里抢占更大份额。



最高享5万元经费补助 泉州征集2026年第二批“科技副总”需求

本报讯(记者 蔡静琦)日前,泉州市科技局发布通知,正式启动第二批“科技副总”岗位需求征集工作。

申报企业需为泉州注册的独立法人科技型企业,涵盖高新技术企业、专精特新中小企业等类型,且不得为申报人及所属高校科研机构关联企业,意向聘请泉州师范学院教师的企业则另行参与专项申报。

企业成功聘任后,需设立对应岗位,签订三方协议,为“科技副总”提供工作保障,联合开展技术攻关与项目申报,并做好管理评价工作。政策支持方面,派驻企业可获5万元科研经费补助,还能使用科技创新券抵扣服务费用,技术成果转化相关合同可免征增值税,300万元以上横向项目可认定为市级科技计划项目。

各县(市、区)科技主管部门需于3月10日前汇总辖区企业需求报送至市科技局人才科,此项工作还将纳入年度人才工作考评。

助力企业规范研发管理享政策红利 企业研发管理提升沙龙(南安专场)举办

本报讯(记者 蔡静琦 通讯员 尤佳华)近日,由泉州市科技局主办的企业研发管理提升主题沙龙(南安专场),在南安科技人才创新中心举办。本次活动聚焦企业研发费用归集、研发管理痛点破解等问题,旨在切实提升当地企业研发管理规范化水平。

活动特邀福建省火炬创业导师、泉州市科技培训中心智库专家杨斌、任庆阳现场授课。讲师围绕研发费用加计扣除最新政策、研发统计报表核心指标及填报规范展开深度解读,结合行业典型案例拆解实操要点,重点梳理了企业日常填报中的常见易错点,指导企业如何确保研发数据真实准确,精准抢抓政策红利。

此次沙龙搭建起政企沟通、企业间经验交流的优质平台,不仅为企业在研发费用归集、统计填报等实操环节提供了精准指导,更助力企业厘清研发管理工作思路,推动研发管理流程进一步规范。参会企业表示,活动内容贴合实际需求,实用性极强,为后续开展研发工作、享受政策支持筑牢了基础。

多维度保障高质量充分就业 泉州出台十条措施提质赋能促就业

本报讯(记者 蔡静琦)近日,泉州市人社局、财政局等六部门联合印发《2026年“泉就业+N”提质赋能促发展十条措施》(以下简称《措施》),从三大方面推出10条举措,推动就业与经济社会发展协同联动,助力实现高质量充分就业。

《措施》聚焦企业用工与人才引进,支持企业引工返岗,老员工引新达规可获每人1000元补助,外来职工返泉可申交通补助,企业赴外招聘也有专项劳务合作补助;春节期间稳岗生产的规上工业企业,能按500元/人申领稳就业奖补,最高10万元。

《措施》提出,泉州将升级就业服务体系,鼓励高校院所、企业入驻“泉就业”平台,全年计划发布专精特新岗位超5000个、组织招聘活动500场以上;优化高校毕业生就业服务,对专场招聘承办单位给予补贴与资助,组建就业服务队提供一站式指导。

此外,《措施》还从技能培训、新就业形态保障、劳动维权、薪酬指导、重点群体帮扶等方面发力,开展职业技能培训2万人次以上,强化零工人员保障,筑牢就业困难群体就业底线,全方位护航就业市场稳定发展。

南安市惠安泉港台商区商会换届 黄明忠连任会长

本报讯(记者 蔡静琦)13日晚,南安市惠安泉港台商区商会第三届第一次会员大会暨理(监)事会就职典礼在南安五洲大酒店举行,大会顺利完成换届,黄明忠连任会长,同时还选举了监事长、理事长、执行会长、常务副会长、副会长。南安、惠安、泉州、漳州台商区的相关统战部门领导,以及兄弟商协会代表和商会全体会员出席典礼。

该商会自2014年7月成立以来,始终搭建企沟通桥梁,在服务会员、区域协同发展上成效显著。会员以惠安籍居多,在房地产、石材、建材等领域深耕发展,涌现出明旺石材、南山集团等数百家企业,为四地经济高质量发展添力。新一届班子将继续凝聚四地企业力量,续写商会发展与区域协同的新篇章。