

劲钻:石材机械细分领域的行业引领者

■本报记者 蔡静琦 文/图

厦门国际石材展开幕在即,作为展会的主要参展商群体,南安的石材企业个个摩拳擦掌。连日来,劲钻雕刻机创始人马云华,在车间里反复调试即将亮相展会的“一锯一雕”五轴加工中心。

谁也不承想到,这位从销售代理起步,曾被质疑“不懂制造”的创业者,只用6年时间,便把劲钻雕刻机从一家小厂,做到占水头市场份额60%—70%的行业龙头。这一次展会,他带来的不只是一台新设备,更是一次对行业格局的突破——把高端智能装备带进中小石材厂,将为石材雕刻行业带来普惠。从逆势建厂到技术破局,从本土领跑走向全球布局,马云华与劲钻,正用实干为中国制造在石材装备领域开拓新战场。

逆势建厂破质疑 从代理商到引领者

2020年,疫情冲击下的制造业一片低迷,市场观望情绪浓厚,重资产的石材装备行业更是寒气逼人。就在大多数企业选择收缩、保守经营的时候,马云华却做出一个大胆决定:在水头逆势建厂,正式开启劲钻自主研发、自主制造之路。

在此之前,他是一名石材设备代理商,没有深厚的机械制造背景。行业里质疑声不断:一个做销售出身的人,能啃下高端装备制造这块硬骨头吗?面对压力,马云华没有辩解,只认准一条最朴素的道理:只要产品够硬、服务够好,市场一定会认可。

马云华不搞概念、不炒噱头、不赚快钱,坚信“慢就是快”的实业心态,一头扎进产品研发与生产细节里。从结构设计、配件选型,到装配精度、稳定性测试,每一个环节都亲自把关。别人追求出货速度,他追求不出问题;别人比拼低价,他比拼耐



一锯一雕五轴中心正在进行最后调试。

用、省心、好用,让劲钻在低迷市场里逆势生长。

从早期拓荒时的不被看好,到用户口碑相传,从市场追随者,到行业标杆,马云华用6年时间,完成了从代理商到创始人、从门外汉到新领域引领者的蜕变。如今,劲钻雕刻机在国内石材雕刻领域占据水头60%—70%的市场份额,三轴、四轴常规机型年销量突破700台,成为多数石材加工工厂的首选品牌。

品质,是劲钻最硬的底气。为提升设备刚性与稳定性,劲钻将横梁厚度做到远超行业常规标准;整机重量做到行业领先,机身厚重扎实,确保长期高速运行不变形、不抖动。从核心传动部件到电路布线,从机身结构到细节工艺,劲钻坚持不偷工、不减配、不降标,靠真实力赢得用户信任。

6年沉淀,劲钻不仅站稳了国内市场,更迈出了全球化的步伐。近年来,劲钻相继亮相美国、意大利、俄罗斯、迪拜等国际展会,今年继续深耕

意大利、土耳其、印度等核心石材产区,目前海外销售占比已接近20%。

打破高价壁垒 解决传统设备效率痛点

在石材行业,异形加工一直是公认的“痛点领域”。大型水景、艺术浴缸、弧形板材、立体雕花等产品,工序多、装夹繁、周期长、成本高,传统设备很难兼顾效率与精度。

长期以来,行业多依赖机械臂类多轴设备,价格动辄八九十万元,不仅投入门槛极高,还存在刚性不足、稳定性差等问题,让大量中小异形加工厂望而却步,也制约了整个行业的升级速度。

看准这一行业痛点,马云华带领团队潜心攻关两年,推出即将在厦门石材展首发的“一锯一雕”五轴加工中心。这台设备,是专为石材异形加工量身打造的突破性产品,完美解决传统设备“刚性不够、精度不稳、效率不高”的难题。

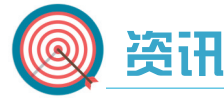
它最大的突破,在于实现自动

换锯片与刀头一体化作业:锯片开粗、刀头精雕一次成型,大型工件不用多次装夹、转运、重新定位,大幅缩短生产周期,降低人工与时间成本。设备可加工高度1.5米以内工件,双头机型Z向有效行程1.5米,覆盖行业主流异形加工需求。搭配龙门式重型机身,劲钻五轴机切削力更强、运行更稳,在重切工况下依然保持高精度。

在技术迭代上,劲钻节奏清晰、步步领先:2024年,五轴单头机型量产上市;2025年,双头五轴机型同步推出;如今,布局50厘米以内小型五轴中心、七轴机器人和一锯一雕,形成大、中、小全尺寸覆盖的产品矩阵。

针对市场反馈,劲钻建立起“一周内快速响应、闭环改进”的机制,在两年技术磨合、六年市场沉淀后,迎来全面爆发。

从逆势建厂到技术领跑,从国内领先到全球拓展,马云华始终坚持初心:只做高质量产品,不辜负每一份信任。



元宵开窑启新程 协进陶瓷六号生产线点火复产

本报讯(记者 蔡静琦)3月3日,位于官桥镇的南安协进建材有限公司六号生产线举行点火仪式。伴随着窑火升腾,企业正式吹响复工复产号角,以满产姿态冲刺虎年“开门红”。

在点火仪式上,协进陶瓷相关负责人与员工代表共同见证生产线点火启动,熊熊窑火寓意着企业产销两旺、稳步攀升的良好势头。作为南安建筑陶瓷行业重点骨干企业,协进陶瓷始创于1993年,专注外墙砖及建筑陶瓷研发、生产与销售,拥有多条全自动数控辊道窑生产线,产品品类丰富、品质稳定,长期服务国内大型工程与品牌房企,市场口碑扎实。

此次六号生产线点火复产,标志着企业新年开工生产步入正轨。公司其余生产线将于近期陆续启动,全面恢复产能,保障市场供应。企业同步发出邀约,欢迎老员工返岗、新员工入职,鼓励以老带新、携手共进,打造安心就业、稳定增收的发展平台;同时面向新老客户敞开合作大门,深化供需对接,共拓空间装饰市场新机遇。

协进陶瓷相关负责人表示,新的一年企业将聚焦品质提升与技术创新,深耕陶瓷主业。全体员工将以马不停蹄的干劲、同心协力、锐意进取,持续提升产品竞争力与品牌影响力,奋力实现订单充足、产能高效、发展提质,为南安建材产业高质量发展添砖加瓦。

弘一双城联动开市 民俗盛宴点燃商户热情

本报讯(记者 蔡静琦)3月3日,正值元宵佳节,弘一轻奢城与弘一机械城携手开启“双城联动·开门大吉”活动,举办了热闹的民俗盛宴和丰富的活动体验环节,为新年商户经营拉开红火序幕。

活动现场精心布置了灯谜长廊,趣味谜面涵盖民俗知识、行业趣闻等内容。商户们驻足思索、相互探讨,猜对谜底即可领取精美礼品,欢声笑语不断。最受瞩目的当数投标与掷金币环节,参与者们摩拳擦掌、踊跃上阵,在欢声笑语中比拼手气,将新春的好运与祝福收入囊中。

“这样的活动太有意义了,既感受到了元宵节的传统氛围,又拉近了商户之间的距离。”现场一位商户表示,双城联动的形式不仅增添了开市的喜庆,更让大家对新一年的经营充满信心。

泉州出台2026年工业园区标准化建设专项行动方案

本报讯(记者 蔡静琦)日前,《泉州市工业园区标准化建设2026年专项行动方案》(以下简称《方案》)正式出台,聚焦要素市场化改革、“人工智能+”、“产城人”融合、工贸一体、招商投产达效、工业倍增、运营服务七大重点,推动工业园区向产业社区升级,赋能新型工业化。

《方案》以要素改革强创新,推进园区要素市场化配置,建强中试基地、概念验证中心等创新平台,强化设计驱动与金融赋能,提升产业核心竞争力。以“人工智能+”赋能转型,布局算力节点与边缘计算,深化大模型、智能体应用,每个县(市、区)至少打造1个“人工智能+制造”标杆园区,加快智改数转与数字园区建设。

在“产城人”融合方面,泉州探索都市工业新路,盘活老旧厂房,提升容积率,打造功能复合的产业社区,完善15分钟生活圈,同步推进低碳园区与绿色建筑建设。推动工贸一体化发展,支持企业建设研发、销售、结算等功能性总部,吸引域外电商回泉入园,做强产业链供应链。

此外,《方案》突出招商投产达效,实施前置招商;推进工业倍增,培育龙头企业与中小企业融通发展;升级园区运营服务,从物业管理转向生态服务,强化人才引进与全周期保障。泉州将以专项行动为抓手,持续提升园区能级,打造产业高质量发展主阵地。

建筑装饰用仿自然面艺术石新国标实施

本报讯(记者 蔡静琦)近日,工信部正式发布一批行业标准,其中《建筑装饰用仿自然面艺术石》(JC/T 2087-2025)(以下简称《标准》)已于3月1日起正式实施。

《标准》替代旧版,覆盖术语定义、分类规格、技术要求、试验与检验、包装储运等全链条规范,适用于以二氧化硅为主要原料、经模具浇筑成型的装饰艺术石产品。

《标准》构建多维度分类体系,按材料分为文化石、柔石、轻石;按工艺分浇筑成型、浇筑后切割成型;按纹理分平面、麻面、自然面;按场景分室内、室外,并统一产品标记规则。

《标准》实现四大升级:一是扩充柔石、轻石品类,适配“限瓷令”与建筑节能需求,完善标准架构;二是大幅提升耐候性,耐人工气候老化时间由300小时提至文化石1000小时、柔石与轻石2000小时,新增耐油污、耐化学腐蚀指标;三是强化安全环保,增设A2级燃烧性能、VOC与甲醛限量、放射性核素限量等关键指标,契合绿色建筑与健康人居要求;四是优化试验方法,删除冗余测试项目,统一试样规范,提升标准可操作性。



黄清池:守一片白石,做品质生意

在石材产业高度集中的水头,大部分石材展厅都想把最抢眼的奢石、背景墙挂满墙面,生怕不够夺人眼球。可走进凯兴石业总经理黄清池的白石馆,最显眼的却是一整面干净利落的留白。

经常有人一进门就忍不住问:“这么好的位置,挂几块奢石背景墙多气派,你怎么空着?”面对这些疑问,黄清池总是淡淡一笑,不多解释。从1998年踏入石材行业,2007年到常州创业,再到2010年扎根水头做海外白石贸易,近30年的行业经历,让他明白了:热闹是别人的,只有稳赚的生意,才是自己的。他不追一阵风的流量,不做昙花一现的爆款,只认准一件事——专注白石石材,做让客户多年后都不后悔的品质。

本报记者 蔡静琦 文/图

被欠账逼出来的转型路

黄清池与石材的缘分,始于1998年。彼时,石材行业正处在快速上升期,酒店、楼盘、办公楼的工程需求不断,他从最基础的加工、批发做起,一步一个脚印熟悉这个行业。凭着肯吃苦、肯钻研,他很快摸清了石材的品种、品质与市场规律。

2007年,黄清池到江苏常州正式创业,主打爵士白、中花白等白色石材,一边做批发,一边承接石材工程。那几年,他的生意做得顺风顺水,至少外人看来是如此。只有他自己知道,工程生意背后的压力有多大。

“工程最大的问题就是欠账。”黄清池说,项目做完了,钱却迟迟回不来,大量资金被压在外面,企业资金链随时都处在紧绷状态。再加上常州气候湿冷,无论是生活环境,还是石材存放、加工,多有不便。

黄清池慢慢意识到,这条路再走下去,只会越走越累。恰在此时,水头的模式让他眼前一亮。作为全国石材贸易中心,水头不仅市场成熟,而且货源稳、品质好、讲诚信。

2010年,黄清池下定决心,关掉常州的生意,举家回到水头,从工程商正式转型为石材贸易商。

刚到手头时,黄清池跟随大流,跟着市场“炒料”,什么品种热门就做什么。可做一段时间后他就发现,普通石材只能拼价格,利润微薄;短期爆红的品种来得快去得更快,跟风最后只会被套牢。没有稳定的主营产品,没有自己的坚守,生意再热闹,也只是浮在表面。

那段时间他反复思考:真正能做一辈子的石材,到底是什么?

白石的品质是跑出来的

2011年,黄清池做了一个决

定:亲自出国,到矿山点货。希腊、土耳其等白色石材主产区,从此成了他常年奔波的地方。一年下来,他有半年时间在国外。从矿山选料、看展位、挑荒料,到装车、运输、报关,每一个环节他都亲自盯、亲自管。

刚出国那几年,语言不通是最大障碍。为了能和矿主、工人顺畅沟通,黄清池从零开始学英语,不懂就问,不会就记,一点点练,一点点说。没有捷径,全靠笨功夫。

跑矿山的日子并不轻松,环境简陋、时差颠倒、行程紧张,但他心里格外踏实。因为他明白,石材生意的根,就在源头。

那些年,黄清池先后运作希腊爵士白、南斯拉夫白、水晶浅啡、古堡灰等经典品种,靠稳定的矿源和严格的筛选,慢慢积累起一批老客户。也正是在一次次海外选料的过程中,他越来越坚定:白色石材,就是最适合长期深耕的品类。

这些年,市场上奢石品类越来越丰富,品类多、款式新,确实有很高的观赏与装饰价值。但做奢石往往要远赴美洲、非洲等地,战线长、投入大、精力消耗极高,对企业的综合实力要求也更高。在黄清池看来,与其到处铺摊子、追潮流,不如静下心来专注自己深耕多年、更有资源优势、更懂品质把控的白色石材。

“白色石材之所以让我着迷,正在于那份素雅与包容。它不争抢视觉,却能融入各种风格的家装、工装空间,用上十几二十年,依然耐看、不过时。”黄清池告诉记者。

只想让客户不后悔

如今的水头石材市场,从不缺网红产品,这些产品视觉效果突出,深受部分客户喜爱。很多人劝黄清池:“你也摆上奢石,提

高下展厅人气,空着一面墙太可惜。”但他始终有自己的坚持。在他看来,家装是要用十几年甚至几十年的,不同石材有不同的定位与优势。奢石装饰性强,适合追求个性视觉的空间;而白石更偏向经典耐看,适合追求长期舒适、简约大气的家庭环境。

黄清池更清楚,白石看似简单,其实最难做。“白色石材矿也会因矿口不同、开采层位不同,批次不同,导致石质、纹理、密度有差异。想保持稳定的高品质,就要付出更高的成本、更多的时间、更细的耐心。利润空间,远不如跟风做爆款来得快。”

行业里也有人劝他:“标准放宽一点,量大赚钱快,何必这么较真。”黄清池只是摇头:“我不想为了赚钱而赚钱,要做就做对得起良心的品质。”

他的白石馆,不搞花哨陈列,不做夸大宣传,每一块荒料都亲自筛选,每一片大板都严格把关。对客户,他向来实话实说,白石的特点、适用场景、需要注意的地方,都讲得明明白白。

“客户把家里的墙面、地面交给我,是很大的信任。我唯一的想法,就是让他们十年、二十年之后,再看到家里的白石,依然觉得耐看、舒服、不后悔。”黄清池表示。

那面没有挂奢石的空墙,在别人眼里是浪费,在他这里却是态度——不盲目跟风、不贪多求全,专注优势赛道,做长期稳定的生意。

从1998年入行到现在,近30年时光,黄清池从一个年轻的石材从业者,变成了专注白石的长期坚守者。他没有华丽的口号,没有夸张的故事,只守住最朴素的道理:做生意先做人,做石材先做心。对他而言,石材不只是生意,更是长久的信任。留白的墙面,不是空,而是格局;专注的白石,不是普通,而是经典。