

石头拼颜值 智造赢未来 南安石企闪耀厦门石材展

三月鹭岛,石材汇聚。为期4天的第26届中国厦门国际石材展览会(以下简称“厦门石材展”)16日在厦门国际会展中心拉开帷幕。本届展会以“爱拼 Keep Passion”为主题,展会总面积19.1万平方米,设置八大展区、24个展厅,近2000家参展企业同台亮相,吸引来自全球120个国家和地区的专业客商到场。

作为全球规模最大、产业链最完整、行业影响力最强的石材盛会,厦门石材展不仅是世界石材产业交流合作的重要平台,更是南安石材产业展示转型成果、引领行业趋势的核心舞台。从天然奢石到东方美学,从再生石创新到智能装备升级,南安企业以全新姿态亮相展会,用实际行动走出了一条从资源依赖向设计创新、从粗放加工向智能制造、从国内市场向全球布局的高质量发展之路。本报记者 蔡静琦 文/图



▲展会上,精美的产品吸引了众多外宾的目光。
▶智能化雕刻机正在雕刻微小石工艺品。



奢石热浪 从资源争夺到美学较量

走进本届厦门石材展的核心展区,奢石依旧是具人气、最受关注的品类。作为中国石材产业的核心聚集地,南安的石材企业占据了展会的重要位置,也主导着当下奢石市场的发展风向。利源奢石总经理王华伟在采访中表示,目前很多南安石材企业都在做奢石,从矿山采购到终端设计,奢石已成为行业的核心增长点。

这股奢石热潮背后,有实实在在的数据支撑。作为全球奢石最主要的产地,巴西在2025年出口到中国的奢石总额相比2024年增长了20%,总金额达到2.6亿美元。大量优质、稀缺的奢石资源从巴西源源不断地运往中国,运往南安水头,既体现了中国高端石材消费市场的旺盛需求,也奠定了水头在全球奢石供应链中的枢纽地位。

作为水头最早一批深耕奢石领域的企业,利源奢石早已成为连接海外矿主与国内市场的重要桥梁。每年厦门石材展前夕,从巴西赶来的海外矿主都会集中来到水头,参加利源奢石举办的展前交流聚会,这一活动已经成为行业内不成文的惯例。今年,专程前来的巴西矿主人数超过百人,直接打破了历年纪录,从侧面印证了中国市场、水头市场对巴西奢石资源的强大吸引力。

面对全行业都在拼包矿、抢代理、争资源的同质化竞争,利源奢石选择了一条差异化的发展道路,不再跟风争抢矿山资源,而是把重心放在提升加工品质和空间装饰效果上。企业全新打造的1万多平方米展厅,不再是简单陈列奢石大板,而是将奢石制作成岛台、茶几、背景墙、柜体等成品家具,以实景化、场景化的方式呈现石材在空间中的应用效果,让客户直观感受到奢石从建筑材料到空间主角的转变。

传统石材品种也在本届展会上借助设计与美学重新焕发生机。在3号馆入口位置,龙腾松香玉打造的橙色透光展厅格外醒目,吸引大量客商驻足拍照。龙腾松香玉负责人张小红表示,松香玉作为一个传统石材品种,能够在展会上重新获得关注,核心原因

不在于材质本身,而在于空间运用的提升,以及透光玉石所承载的东方美学正在重新流行。在“天曜雅境”展厅入口处,由松香玉打造的大型屏风,搭配迎客松景观,温润通透、意境典雅,将东方意境与石材质感完美融合,让传统石材展现出全新的魅力。

国际化需求同样在展会现场得到充分体现。英良集团展厅内,白玉雕琢而成的罗马宫殿,工艺精湛、气势恢宏,成为吸睛亮点。近几年,英良集团在海外市场的版图不断扩大,尤其是在中东市场收获颇丰。本届展会上,不少企业都专门设置了中东风格的专属空间,展示雕刻繁复的罗马柱头、微型城堡等特色产品,精准对接海外高端工程与定制市场需求,展现出南安石材企业全球化的视野与布局。

与争抢资源到比拼品质,从销售大板到打造场景,从本土审美到国际融合,奢石领域的变化,正是整个南安石材产业转型升级的真实缩影。

设计觉醒 当石头成为空间表达的核心

如果说奢石是本届展会的流量担当,那么设计就是点亮石材价值的关键。越来越多的企业意识到,石材早已不是单纯的建筑辅料,而是空间表达、文化传递、美学呈现的核心载体。从天然石材到再生石材,从东方意境到国际风格,设计正在重新定义石材的价值。

今年恰逢鹏翔实业20周年庆,这家深耕再生石领域的企业,携手知名设计师姜峰,以“当红不让”为主题,用一款红色再生石作为主色调,打造出满堂红火的展厅效果。从极具闽南特色的“出砖入石”再生石大门,到展现材料蜕变历程的“再生”空间,再到艺术感十足的水磨石装置“绽放”,最后落地到贴近日常生活的“共生”场景,一条完整的再生石发展脉络清晰呈现。

鹏翔实业董事长王少芳表示,鹏翔20年专注再生石技术,实现了从骨料研发到美学设计、从基础建材到艺术材料的跨越,这正是中国设计、中国材料的当打之年。在鹏翔实业的展厅里,再生石不再是低端替代材料,而是可以进入高端空间、承载艺术价值的新型材料,为石材行业的绿色发展、可

持续发展提供了可借鉴的样本。设计的力量,同样体现在传统石材的创新表达上。英良集团依靠国际化雕塑工艺打开海外市场,华辉石业通过场景化展示提升产品附加值,越来越多南安石材企业,把设计作为核心竞争力,不再单纯比拼材质、厚度、价格,而是通过设计创新、空间整合、文化赋能,提升产品的附加值与品牌影响力。

当下的石材行业,早已告别“靠天吃饭”的时代。一块普通的石材,经过设计打磨,可以成为空间亮点;一件传统的产品,融入文化元素,可以成为市场爆款。设计觉醒,正在推动南安石材从“制造”走向“创造”,从“卖材料”走向“卖美学、卖空间、卖方案”。

无论是东方意境的现代表达,还是国际风格的本土化落地,抑或是绿色材料的艺术化呈现,本届厦门石材展都传递出一个明确信号:设计,已经成为石材产业高质量发展的核心引擎,而南安企业,正走在设计创新的最前沿。

智造升级 石材机械走向智能普惠

展会B馆的石材机械工具区,始终人头攒动,来自全球各地的海外客商在此驻足参观、拍摄演示、洽谈合作。智能装备、高端机械、数控技术,成为本届展会的硬核亮点,也标志着南安石材产业正从人工加工、粗放生产,全面迈向智能制造、高效生产的新阶段。

劲钻雕刻机带来了3款五轴雕刻设备以及一款七轴雕刻机器人,覆盖大、中、小全场景加工需求。“今年推出的新品‘一锯一雕’五轴雕刻机,能够实现锯片开粗、精细雕刻一次成型,有效解决了石材异形加工难度大、效率低、成本高的行业痛点。”劲钻雕刻机创始人马云华表示,企业此次带来的全系列智能设备,真正实现了从粗加工到精雕刻的一体化作业。

值得关注的是,企业将原本五六十万元的高端五轴设备,价格下调至30多万元区间,让过去高不可攀的智能加工设备,变成中小石材厂都能用得起的普惠装备,以智造普惠推动整个行业升级。

与之相邻的瑞升机械同样吸睛无

数。现场展出的矿山锯片高度达到5.2米,不少海外客商特意站到锯片旁合影比较,成为现场一道独特风景。企业推出的永磁矿山机,更是成为本届展会的出口爆品。

瑞升机械总经理周强表示,现代矿山设备,不能只考虑产品性能和使用周期,更要把操作人员的安全放在第一位。这款永磁矿山机支持远程遥控操作,在提升开采效率的同时,大幅提升安全系数,更加智能、高效、安全,契合全球矿山开采的发展趋势。

作为南安本土的老牌机械企业,巨轮、巨邦、海恩德等品牌的展厅内同样客商云集,企业的全球代理商纷纷赶到展会现场,协同对接海外订单,拓展全球市场。近几年,出海已经成为南安石材机械企业最主要的增长路径,中国智造的石材设备,凭借稳定的性能、合理的价格、完善的服务,远销中东、东南亚、欧洲、南美等多个地区,在全球石材装备市场占据越来越重要的位置。

在以往的展会上,线锯技术属于企业核心机密,大多遮遮掩掩不愿公开展示。在本届展会上,多家线锯生产企业都将整套设备对外展示,直接亮出各自的技术优势、性能参数,同台竞技、开放竞争。这一变化的背后,是中国石材机械产业实力的整体提升,是企业对自身技术的充分自信,更是南安智造走向全球的底气所在。

从五轴智能设备到七轴机器人,从大型矿山锯片到远程遥控装备,从本土老牌企业到新兴智造品牌,南安石材机械正以智能化、普惠化、全球化的姿态,为石材产业转型升级提供强有力的装备支撑,也让世界看到中国石材智造的真实实力。

资讯

精工智造 创新提质 中国石材机械装备创新发展高峰论坛举行

本报讯(记者 蔡静琦)16日上午,“精工智造·创新提质”2026中国石材机械装备创新发展高峰论坛,在第26届厦门国际石材展B8展厅举办。行业领军企业家、技术专家与企业代表齐聚,共话数字化转型,为石材装备高质量发展凝聚共识。

论坛聚焦技术创新、产业生态、设备研发等方向,围绕石材机械智能化转型展开深度交流,为行业发展注入创新动能。

现场,多位行业大咖带来前沿分享。苏州木岩智建机器人联合创始人程小祥解读免示教、自适应机械臂技术,破解石材加工智能化痛点,实现石板高效打磨与“零门槛”操作。厦门链石网络董事长杨加强以产业视角提出,以数据链接与AI驱动构建产业生态,推动装备智造与全产业链协同。佛山慧谷科技董事长邱建平以AI与柔性生产为主题,结合应用案例展示数智化新可能。泉州华大超硬材料董事长吴建梳理金刚石锯、组合绳锯、抛光机等核心设备现状,研判技术迭代与市场趋势,为企业研发提供方向。

大会还发布中国石材机械装备智能制造创新成果汇报,并宣布“中国石材机械装备智能制造创新发展联盟”成立,杨加强任联盟首任轮值会长。联盟将集聚龙头企业,打破壁垒、资源共享,推动关键技术落地。大会同期还颁发了“2026石材机械装备年度创新产品奖”。

2025年度中国石材行业发展报告发布

本报讯(记者 蔡静琦)16日,中国石材协会正式发布《2025年度中国石材行业发展报告》。报告全面复盘行业发展现状,指出2025年中国石材行业在复杂宏观环境中承压前行,结构优化、转型加速,整体运行呈现规模收缩、质量提升、韧性增强的发展特征。

报告显示,2025年行业面临房地产市场调整、终端需求放缓等多重挑战,行业效益出现阶段性波动。全国规模以上石材企业3614家,较上年减少24家;板材产能7.8亿平方米,同比下降6.7%;主营业务收入2280.77亿元,同比下降20.1%;利润总额114.53亿元,同比降幅达38.84%,行业整体利润率回落至5.02%。亏损面持续扩大,截至2025年年底,规模以上亏损企业达792户,亏损率为21.91%,行业进入深度调整期。

在整体承压背景下,行业结构优化步伐加快,高质量发展特征逐步显现。产区布局加速集聚,湖北、广西、湖南、福建、河南五大花岗岩板材产区的产量占全国94.38%,其中湖北以26386.07万平方米稳居首位,新疆逆势增长10%;福建、湖北、湖南三省的大理石板产量占全国78.1%,福建以10130.75万平方米持续领跑,湖北、湖南产量分别增长9%、8.1%,中西部产区产能释放潜力凸显。

品类升级与技术创新成为行业突围的关键。奢石、再生石、特色石材等高端品类占比提升,南安水头、广东云浮等产业集聚区加快向高端化、智能化转型。智能装备应用加速普及,五轴加工设备、柔性生产线、AI质检系统等在中小企业落地,有效提升加工效率与产品合格率,部分企业通过技术升级实现成本下降15%以上。

行业集中度稳步提升,龙头企业抗风险能力增强。凭借技术、品牌与渠道优势,头部企业数量持续增加,产业整合速度加快。同时,企业加速拓展海外市场,中东、东南亚、欧洲等地区成为重要增长极,出口结构逐步从初级产品向高端板材、定制成品、智能装备多元化转变。

协进陶瓷获“中国绿色建材产品”认证

本报讯(记者 蔡静琦)近日,协进陶瓷顺利通过中国绿色建材产品认证,凭借全生命周期的绿色制造实践,斩获国家层面权威建材认证。

此次认证由国家市场监督管理总局、住房和城乡建设部、工业和信息化部联合推进,是国家统一推行的绿色建材分级认证制度,替代原有的绿色建材评价标识,具备严格的官方公信力。认证由中国建筑科学研究院认证中心等具备资质机构实施,依据国家标准,从节能、减排、安全、可循环等维度进行全维度严苛检测,产品等级分为一至三星级,证书全国认可、可追溯。

作为深耕建筑陶瓷领域30余年的企业,协进陶瓷始终践行绿色低碳发展理念,成果丰硕。企业曾于2012年荣获四部委联合授予的“全国节能先进集体”称号;2017年通过三星级绿色建材评价标识认证;2021年获得“中国绿色产品”认证。此次再获绿色建材产品认证,是对企业环保投入、产品品质与可持续发展路径的持续认可。

南安石材书写产业升级亮眼答卷

蔡静琦

产业观察

历经26年发展,厦门石材展早已超越一场普通展会的范畴,成为全球石材产业链的链接器、行业趋势的风向标、供需对接的主平台。本届展会共有40个国家和地区的300家国际展商参展,意大利、土耳其、伊朗、巴西等八大国家展团集中亮相,全球优质石材资源、先进技术、设计理念、市场渠道在此深度交融。

作为中国石材产业的核心区,南安始终是厦门石材展上的主力军。从奢石运营、大板交易到成品定制、设计服务;从再生石研发、绿色生产到智能装备、全球出口,南安企业以全产业链的姿态亮相展会,全面展现产业转型的扎实成果。如今的南安石材,早已摆脱过去拼资源、拼价格、拼成本的低端竞争模式,转向拼品质、拼设计、拼科技、拼服务、拼品牌的高质量发展模式。

从巴西矿主云集水头,到南安奢

石走向全国;从传统松香玉变身东方美学爆款,到再生石引领绿色建材潮流;从石材机械远销海外,到全球客商齐聚南安,一条清晰的升级之路展现在眼前。南安石材,正从“买全球、卖全球”的贸易枢纽,升级为集“研发、设计、生产、服务、出口”于一体的产业高地。

全球市场的大门,已向南安石材敞开。越来越多的企业走出国门,开拓海外市场、布局全球渠道、建立国际合作关系;越来越多的海外

客商来到南安、来到水头,寻找优质产品、对接优质企业、共谋长远合作。在全球石材产业格局中,南安的话语权越来越重,影响力越来越大。

一场展会,见证一个产业的蜕变。第26届厦门石材展上,南安石材企业用创新、设计、智造与开放,交出了一份高质量发展的亮眼答卷。从拼资源到拼“颜值”,从拼价格到拼智造,从国内市场到全球布局,南安石材正以全新的姿态,在世界石材版图,刻下属于自己的新坐标。