

厂区升级设备迭代 南安石企掀起提质增效热潮

■本报记者 蔡静琦 文/图

5日,历经数月升级打造的中瑞圆柱新厂正式开业。走进厂区,道路宽敞整洁,区域标识清晰醒目,原料区、加工区、成品区井然有序,机械设备运转有序,工人规范作业,一改以往石材加工散乱拥挤的旧貌。

今年上半年,南安石材产业迎来一轮集中提质升级热潮,众多企业主动告别粗放经营模式,陆续启动厂区改造、产能整合与设备更新。从生产环境的直观改善,到加工工艺的稳步提升,再到管理模式的持续优化,行业正以一场重实效、接地气的全面升级,朝着更规范、更精细、更高效的方向稳步迈进,也为区域石材产业的持续健康发展探索出一条务实路径。

新厂亮相焕新颜 企业升级各有实招

“中瑞创立十几年来,业务量逐年增长,从一个厂变成了两个厂。由于缺少统一场地规划,生产分布散乱,不利于管理。”中瑞圆柱总经理段富钦坦言,随着业务持续扩张,分散经营带来的调度不畅、成本偏高、品质难统一等问题日益凸显,新厂建设事宜也顺势提上日程。

新厂规划建设过程中,中瑞圆柱坚持“精益化、智能化、高效化”原则,对生产线进行全面重构与优化。企业通过科学划分废料堆放区、加工生产区、成品展示区、仓储物流区,打通各环节衔接壁垒,缩短物料转运距离,减少时间损耗,实现从废料入厂到成品出库的全流程高效流转。

同时,企业同步升级加工设备,引入高精度数控设备与智能控制系统,进一步提升曲面、弧形、异形产品的加工精度与生产效率,满足客户对定制化、高品质产品的需求。

无独有偶,本土老牌石企明超石业也完成老厂改造。今年3月,明超石业正式开启“二次创业”之路,对原有老厂进行全方位升级改造,以设备迭代、空间重构、模式创新为抓手,打造石材加工共享新平台,为行业发展注入新活力。



石材生产车间内,工人正在维护设备。

此次升级改造,明超石业聚焦“硬件顶配、空间优化、资源共享”三大核心,全力夯实产业基础。在设备更新上,企业立足长远发展,凭借自有场地的成本优势,摒弃传统加工设备,全线引入行业最先进的线锯设备,大幅提升石材切割精度与生产效率,为高端石材加工提供技术支持。

空间布局优化是本次改造的一大亮点。明超石业通过重新规划厂区动线、调整功能分区,在有限空间内梳理出数百个标准化架子位,并推出免费开放的重磅举措,面向广大石材加工户公开招商。这一模式直击中小加工户场地不足、经营成本高的痛点,商户无需承担场地租金,即可入驻共享先进设备与配套资源,真正实现“拎包入住、轻装上阵”。

产品定位上,明超石业精准锁定中高端石材赛道,重点经营雪花白优势品种。该品种纹理细腻、质感通透,品相出众,深受高端家装及工程市场青睐,市场需求稳定且附加值高。依托升级后的先进设备,企业可实现雪花白白的规模化、标准化加工,保障产品品质一致性,进一步提升市场竞争力。

“自有场地让我们敢于大手笔投入设备,免费架子位是希望带动更多加工户抱团发展。”明超石业总经理黄明超表示,此次老厂升级不仅是企业

自身的突破,更希望通过共享平台,整合行业资源,降低协作成本,推动区域石材加工水平整体提升。目前,厂区招商工作已全面启动,凭借硬件优势与共享模式,吸引了众多加工户前来咨询洽谈,发展势头强劲。

行业升级成风气 规范智能渐成常态

当前,南安石材行业正掀起一股务实笃行的升级之风,企业不再停留于纸面规划与口号宣传,而是真金白银投入改造,脚踏实地优化提升,从厂区环境、生产流程到设备工艺,均实现肉眼可见的转变。行业内比规范、比品质、比效率的良性竞争氛围日渐浓厚,传统粗放式生产模式正逐步被标准化、精细化运营模式替代。

本轮产业升级不仅体现在本土企业的焕新蜕变,外来优质企业的入驻更为行业注入强劲动能。今年4月从深圳整体搬迁而来的钰丰石业,直接配齐全套智能化设备与数字化流水线,构建起从自动切割、精准磨抛到数据化管控的全流程智能生产体系,加工精度、生产效率与产品一致性大幅提升,为本地企业智能化转型提供了鲜活样本。

与此同时,天新石材也于两个月前



以书为媒,共赴成长 水头镇商会女商读书会成立

本报讯(记者 蔡静琦)日前,南安市水头镇商会女商读书会首场活动启幕,水头镇党委书记黄璟颖为读书会授牌,标志着这一服务女商的常态化成长平台正式成立。

活动现场,水头镇妇联主席李红梅,商会女商委员会主任郑传芳,副秘书长吕雪英、李妙连、吕明楼及女商委员会成员齐聚一堂,共沐书香。郑传芳在致辞中表示,女性企业家在事业、家庭与自我成长中肩负多重角色,读书是沉淀思想、拓宽视野的重要途径。她希望女商读书会成为阅读交流、彼此成就的成长社群,引领女商提升素养,争做新时代自信巾帼,带动全民阅读,助力城镇文化建设。

读书会上,大家共同观看《终身成长》解读视频,围绕固定型思维与成长型思维,结合企业经营、家庭教育、个人成长分享感悟。现场交流真挚热烈,既拓宽认知边界,又增进情感联结,凝聚起女商群体的奋进力量。

据了解,水头镇有着浓厚的阅读氛围,2017年便举办首场樊登读书会,形成爱学习、共成长的文化社群。此次女商读书会的成立,是当地阅读文化的赓续与创新,更聚焦女性企业家成长需求,提供深度赋能。

活动中,李妙连向成员赠送个人著作《淘江传奇》,以文字传递乡情与书香。未来,水头镇商会女商读书会将定期开展主题共读活动,以文化凝心,以书香赋能,助力女商在交流中启迪智慧、在成长中绽放光彩,为水头高质量发展注入巾帼动能。

聚力出海拓市场 水头商会赴澳大利亚考察

本报讯(记者 蔡静琦)近日,南安市水头镇商会组织考察团赴澳大利亚,开展墨尔本、悉尼国际建材展专项考察,以“聚力出海 石赢全球”为主题,高效完成产业对接、市场调研与行业交流,为本土石材企业布局澳大利亚搭建务实合作桥梁。澳大利亚作为亚太重要建材消费市场,绿色建材、高端石材需求旺盛,与水头产业高度契合。此次行程紧凑高效,兼顾市场调研与行业对接。

在墨尔本,考察团走访当地地标建筑,直观了解石材应用场景;深入 YIDL Stone、Attila Stone 等多家石材企业、建材商超及项目工地,与当地业内人士洽谈,了解产品需求、行业标准与竞争格局,达成多项初步合作意向。

在悉尼,考察团重点参观2026澳大利亚悉尼国际建材展。该展会是澳洲规模最大、影响力最强的建筑建材专业展,吸引了超2.5万名行业决策者与采购商。考察团积极推介水头石材优势,对接全球客商,收集前沿市场信息;还走访7家悉尼知名石材工厂,学习先进生产管理、精细化运营与本地化服务经验。

此次考察,考察团精准捕捉市场机遇,对接优质资源,拓宽国际视野,为企业深耕澳大利亚市场筑牢基础。参与企业表示,将加快推进合作落地,提升水头石材国际竞争力。商会方面表示,将持续发挥桥梁纽带作用,组织更多精准高效的海外商贸活动,带领企业抢抓全球化机遇,推动水头石材产业高质量发展,让中国石材品牌更好走向全球。

“算清账,懂经营” 水头阅见读书会第48期圆满举行

本报讯(记者 蔡静琦)近日,北纬38°水头阅见读书会第48期在水头中心大街北纬38°白石空间举行。本次活动由南安市石材外经贸协会、泉州浙江商会联合主办,北纬38°白石空间承办,以“算清账,懂经营”为主题,为石材企业带来一场实用的财税与经营管理干货分享。

活动由南安市石材外经贸协会常务副会长单位、中闽万石汇负责人张荣建主持。厦门市·南安市石材外经贸协会执行会长李海军到场发言,鼓励企业家加强学习、精细管理,以数字化经营提升企业竞争力。现场参会人员逐一进行自我介绍,交流氛围热烈。

本次分享特邀泉州仲亿财税创始人洪惠玲主讲。她深耕财税领域18年,精准聚焦石材行业经营痛点,围绕算清成本账、盘活下等料、管好销售团队三大核心问题,结合真实案例深度解析。

洪惠玲重点讲解盛和塾核算表实操应用,倡导以“附加值”为核心的新型经营理念,推行差异化成本分摊、库存预警管理、单位时间附加值核算等方法,帮助企业告别模糊报表,让老板看得懂、业务会核算,实现经营数据透明化。

本次分享直击石材企业财务管理痛点,从成本核算、库存管控、团队激励到数据复盘,形成完整经营管理闭环,兼具理论性与实操性。与会企业家认真聆听,积极互动,纷纷表示内容接地气、实用性强,为企业降本增效、精细化运营提供了清晰思路。

从水头走向世界 “90后”黄子超的岩板突围路



■本报记者 蔡静琦 文/图

当下岩板产业竞争步入深水区,价格战、同质化、渠道内卷成为行业常态,大批传统建材企业在激烈角逐中陷入发展困境。

创优岩板总经理黄子超,一位1992年出生的年轻企业家,正以一种近乎“笨拙”的务实姿态,在风口与内卷并存的市场上稳步突围。没有激进扩张,不玩概念炒作,他从产品、供应链到品牌层层深耕,仅用5年时间,就走出了一条属于新生代石材人的转型之路,也让水头岩板品牌在全国乃至国际市场站稳了脚跟。

【扎根一线】 从“门外汉”到洞悉行业痛点

生于水头、长在安海的黄子超,从小便浸润在浓厚的商贸氛围中。水头作为全国乃至全球知名的石材产业集聚地,汇聚了万千商户与产业链资源,也孕育了一代又一代建材从业者。黄子超的家族父辈涉足船运、服装及人造石领域,积累了扎实的产业基础和商业经验,但他并未选择直接接棒家族生

意,而是执意从零开始,靠自己的脚步丈量行业,摸清市场最真实的肌理。

初入行业的两年,是黄子超沉淀学习的关键时期。没有现成的客户资源,他就一遍遍跑市场、访工地、对接加工厂;不懂行业细节,他就跟着资深从业者学习,从石材纹理甄别、规格核算,到订单对接、物流交付,每一个环节都亲力亲为,一丝不苟。

那段期间,黄子超每天早出晚归,白天穿梭于石材市场与客户现场,梳理各类需求,解决实操问题;晚上伏案整理行业资料,分析市场行情,常常忙碌到深夜。他坦言,这两年虽然没有取得亮眼的盈利成绩,却彻底摸清了石材行业从生产到销售的全链条脉络,也精准锚定了石材行业的发展痛点。

随着行业发展,传统大理石产业逐渐陷入瓶颈:原材料成本持续攀升,行业内卷导致利润空间不断被压缩;同时,传统石材存在运输损耗大、施工难度大、应用场景受限等问题。就在黄子超思考转型方向时,岩板这一新型建材凭借大规格、高强度、耐磨防刮、应用场景多元等优势,迅速走进大众视野,成为建材行业新风口。看准岩板的发展潜力后,黄子超果断决策,于2020年携手合伙人创立创优岩板,正式进军岩板领域。

在企业运营上,黄子超采用夫妻搭档的高效协作模式,他全权负责全国仓储布局、企业整体运营、线上渠道拓展等工作,把控企业发展大方向;妻子专注销售一线,直面客户需求,及时反馈市场动态。两人分工清晰、配合默契,最大限度减少管理内耗,让创优岩板在瞬息万变的市场上,始终保持灵活的应变能力,快速站稳了岩板行业脚跟。

【拒绝内卷】 以研发驱动产品“反向领跑”

岩板行业风口爆发后,大量商家与资本涌入,行业快速迎来同质化内

卷浪潮:花色抄袭、工艺模仿、低价竞争等乱象频发,不少企业为追求短期利益,不惜降低产品品质,陷入“低价低质”的恶性循环。

面对行业乱象,黄子超深知,没有核心产品力,企业终究只能在市场底层挣扎。“跟风走永远只能落后,只有做出自己的特色,守住品质底线,才能掌握市场话语权。”秉持这样的理念,黄子超带领创优岩板彻底转变发展思路,确立“产品为王”的核心战略,将大量资金、精力投入产品研发与工艺升级,把“无限贴近天然石材质感”作为研发核心目标,全力打造差异化产品。

在产品打磨上,黄子超给团队定下严苛标准:全面提升岩板坯底白度,让产品底色更纯净,纹理呈现更自然;突破传统表面工艺局限,丰富光面、哑光等多种质感,提升岩板视觉与触感体验;针对不同市场需求,优化9毫米、12毫米主流厚度岩板生产工艺,提升产品稳定性与成品率,兼顾家装定制与工程批量订单需求。

同时,黄子超紧跟数字化发展趋势,优化企业运营效率。他主导搭建自主库存小程序,将全品类岩板花色、规格、库存数据接入系统,实现库存实时更新、动态管控。客户无需远赴各地仓库,通过手机就能一键查看产品详情,在线选品下单,大幅提升采购效率,优化客户服务体验。

如今,创优岩板已拥有2000余款不同花色、风格的岩板产品,覆盖轻奢、简约、新中式等主流装修风格,凭借优质的产品与高效的服务,从行业追随者逐渐成长为领跑者,在同质化红海中闯出了一条专属发展之路。

【全国布局】 双品牌与仓网构建“护城河”

经过多年深耕,创优岩板完成了从区域性贸易商到全国性岩板供应链