

吕真真：以专业科普赋能家装新赛道

■本报记者 蔡静琦 文/图

“石材行业没有捷径，唯有守得住品质、跟得上变化，才能走得长远。”入行 26 载，这是联兴洗衣池品牌创始人吕真真最深刻的从业感悟。近年来，水头石材行业迎来明显转型，传统石材批发业态持续收缩，行业消费群体发生显著转变。以往行业交易多在懂工艺、识材质的从业者之间开展，如今消费主力已变为缺乏石材专业知识的普通家装消费者。行业信息差的存在，使得石材洗衣池选购乱象频发，以次充好、工艺造假等问题屡见不鲜，消费者维权、踩坑现象普遍。

创业这 20 多年来，吕真真始终保持变通与坚守，主动顺应行业发展趋势，从传统石材批发转型深耕整石洗衣池领域，而后人局短视频平台开展行业科普，以多年实战经验填补大众认知空白，在行业变局中站稳了脚跟。

诚信经营铸就口碑

说起与石结缘的故事，吕真真笑称，这是她最正确的选择。2000 年，年仅 19 岁的她就来到闽南建材第一市场卖板材。打工不过 4 年时间，她就迅速掌握了石材销售与服务的各种流程。

2004 年，看准石材市场的发展风口，吕真真与伴侣携手创业，精准入局当时火爆的染色板赛道。凭借优质稳定的货源、实打实的经营理念，门店爆款 655 染色板迅速抢占市场，一度供不应求。彼时她的生意堪称行业标杆，日均销量可达 1500 多平方米，月销量稳定在三四万平方米，长期合作的加工厂十余家，生意常年红火。

早年深耕批发赛道，吕真真对接的大多是深耕行业多年的石材商。这群从业者深谙材质与工艺，产品优劣一眼可辨。也正是在这样的行业环境中，她早早筑牢了品质底线。



在很多人追求产量、以次充好赚钱的年代，吕真真始终坚守原则。生产过程中，但凡带有黑斑、瑕疵的产品，她都会安排专人统一分拣，低价处理，坚决不混装出货、不欺骗客户。那时候大家都懂行，更让我明白，品质藏不了假，诚信不能丢。正是这份纯粹与坚守，让不少 26 年前的老客户，至今仍与她保持稳定合作，成为她创业路上最坚实的底气。

专注整石做好产品

2016 年，染色板市场热度持续回落，销量大幅萎缩，传统石材批发的行业红利逐步消退。扎根市场一线的吕真真敏锐捕捉到行业风向变化，她观察到，市场内装运家用洗衣池、拖把池的物流车辆持续增多，家装民用石材的市场需求正在快速崛起，石材行业的消费重心开始向民用家居赛道转移。

看准行业转型趋势后，吕真真果断跳出传统批发赛道，布局民用整石家居制品领域。2017 年 8 月，她筹建 6000 多平方米标准化生产厂房，仅用一个月完成设备调试、生产线搭建等筹备工

作，同年 9 月正式投产，专注研发生产整石洗衣池、拖把池。

当时国内市场主流产品多为拼接式洗衣池，这类产品制作成本低、出货效率高，但结构稳定性差，普遍存在渗水、开裂、不耐用等问题，售后纠纷频发，主要流向乡镇及农村市场。

与此同时，品质家装项目、高端私人定制市场，对一体整石产品的需求持续攀升。尽管整石工艺生产成本更高、制作周期更长，但耐用性和实用性远超拼接产品，契合家装升级趋势。为此，吕真真建厂之初便确立严苛生产标准，全线采用一体整石工艺，彻底摒弃拼接偷工减料的粗放生产模式，从工艺源头解决渗水、开裂等行业通病。生产选材上，她甄选紫金蓝、安哥拉黑、芝麻白等二三十种高硬度花岗岩原料，依托石材耐磨、耐腐蚀、结构稳定的特性，保障产品长期使用品质。

依托稳定的产品品质，其生产的整石洗衣池逐步打开全国市场，覆盖北京、上海、西安、乌鲁木齐等多地，工程定制、私人建房定制订单持续稳定。

为适配市场精细化需求，吕真真摒弃行业粗放量产模式，精简生产团队、

优化生产流程，采用半自动设备提升开料精度，同时坚守核心手工打磨工序。区别于行业 2 小时快速打蜡速成的降本做法，她坚持单款产品 4 小时精细手工打磨，不依靠打蜡掩盖产品瑕疵，以扎实工艺筑牢产品品质，凭借差异化品质优势站稳细分市场。

后续为适配多元化家装趋势，她在 2024 年新增长岩板台面柜品类，进一步完善产品体系。

做科普帮业主避坑

2026 年，水头石材行业转型进一步提速，行业格局彻底重构，传统石材批发商持续缩减，缺乏专业认知的普通家装业主，彻底成为石材家居消费的主力群体。行业长期存在的信息差，让普通消费者难以辨别产品优劣，市场乱象随之滋生：拼接产品冒充一体整石、打蜡抛光掩盖石材瑕疵、劣质石材贴牌售卖等问题屡禁不止，大量消费者在选购过程中遭遇消费陷阱。

深耕行业二十余年，吕真真熟知石材洗衣池的生产工艺、选材标准和行业猫腻。看着普通消费者频频踩坑、花费高价选购劣质产品，她萌生了公开行业知识、助力大众理性消费的想法。为此，她主动转变经营思路，放下经营者身份，入局短视频平台开启公益科普，打破传统石材行业的信息壁垒。

不同于同质化的行业宣传，吕真真的科普内容全部立足实战经验，摒弃空洞的理论讲解，以接地气的讲解、实物对比展示的方式，直观拆解整石与拼接工艺的区别、手工打磨与打蜡速成的差异，详细讲解各类石材的优劣特性，无偿分享实用选购避坑技巧。她希望通过通俗、直白的科普内容，弥补普通业主的专业短板，让消费者无需深入了解行业专业知识，也能清晰辨别产品品质，理性选购耐用、靠谱的石材家居产品。

敢亏更敢闯 “石二代”吕璇璇包矿开新局

■本报记者 蔡静琦 文/图

“做石材，敢赚就要敢亏。”深耕石材市场多年，这是新生代创业者、鑫益盛源石业总经理吕璇璇沉淀出的行业心得。

当下石材行业内卷加剧、货源波动频繁，价格竞争白热化、传统中间商模式弊端凸显，不少从业者陷入跟风低价、利润压缩、货源不稳的经营困境。

作为从小浸润石材行业的厂二代，吕璇璇亲历行业起伏，深谙传统石材贸易的痛点。依托多年行业积累与新生代创新思维，她跳出传统经营思维桎梏，果断转型源头布局，以精准的市场判断力、敢闯敢试的实干魄力，走出了一条包矿控源、自主塑牌的差异化创业之路，为传统石材行业注入年轻活力。

年少入行 承袭家业

“我算是从小在石材堆里长大的，家里的工厂、门店，就是我小时候最熟悉的地方，而且我本身对赚钱也比较感兴趣，看着家里做生意，早就埋下了创业的心思。”吕璇璇笑着说起自己的入行初衷，既直白又真切。

水头作为全国核心石材集散中心，孕育了无数实体石材从业者，吕璇璇的成长与创业，始终与石材行业紧密相连。

十几岁的年纪，当同龄人还在享受轻松的校园生活时，她便跟随父母深耕石材市场，常年往返于石材工厂、现货市场与物流堆场之间。耳濡目染之下，她早早熟悉了石材选材标准、原石行情波动规律、板材加工工艺、市场交易规则等全产业链知识，也彻底摸透了石材行业的底层经营逻辑。相较于半路入行的创业者，她的行业认知扎根于一线、沉淀于实战，没有纸上谈兵的空洞，只有摸爬滚打出来的扎实经验。

长期深耕一线市场，也让她彻底褪去了大众对“厂二代”自带的优越感。她见过行业暴利的红利期，也熬过市场冷清的低谷期，更清楚传统石材经营的痛点与局限：依赖中间商拿货、品类同质化严重、没有核心竞争力、行情波动只能被动承压。也正是看透了行业短板，她心中逐渐萌生了自主创业、重构



经营模式的想法，不再局限于依托家族资源安稳经营，想要靠自己的魄力和思路，打造属于自己的石材实业体系。

2019 年，吕璇璇决定跳出家族现有经营模式，开拓石材贸易新赛道，想要靠自己做出一番事业。她的想法得到了全家人的支持，父亲当即拿出 200 万元作为初始创业资金，成为她创业路上最坚实的后盾。

果断止损 掘金矿源

创业初期，吕璇璇主打意大利灰石品类。凭借货源稳定、板相规整、交付靠谱的优势，她快速积累了大批工程与家装客户。在多数同行安于灰石赛道的成熟红利、固守固有品类不愿变动时，吕璇璇始终保持敏锐的市场洞察力，长期跟踪家装审美风向、研判行业供需走势。她清晰预判到行业迭代趋势：市场主流家装风格正向简约、通透、轻奢转变，曾经火爆的深色、灰色系石材适配场景持续缩减，赛道内卷加剧、利润不断压缩，灰石品类的市场红利已然进入消退阶段。

彼时水头多数商户，受固有客源、大量库存束缚，不敢轻易跳出舒适区，只能在萎缩的灰石市场中低价内卷，艰难维持。但自带闽南人敢闯敢拼、果断决绝特质的吕璇璇，不愿被动消耗经营

优势。在她看来，“行情走下坡，硬撑只会持续亏损，及时止损、顺势转型，才能找到新的发展突破口”。秉持这套务实的经营理念，她做出了令一众同行意外的决断：主动清理三分之二的灰石库存，即便直接亏损百余万，也要彻底剥离下行赛道，为全新业务布局铺路。

完成赛道迭代后，吕璇璇全身心布局市场前景广阔的白色系石材，先后试水雪花白、细花白等主流品类。依托扎实的功底和精准的选品眼光，她快速做大细花白业务规模，积累了稳定的工程与零售客群。在深耕白石贸易的过程中，她也精准捕捉到行业新痛点：意大利白石货源波动大、品质参差不齐、供货主动权掌握在他人手中，长期经营风险极高。为彻底破解货源桎梏、筑牢核心竞争力，她将目光瞄准到盛产白石的纳米比亚。凭借股东资源优势，她携手合伙人成功拿下当地一处优质矿口的包矿运营权，正式入局上游源头产业链，彻底摆脱中间商制约，实现原石选材、产能、品质的全方位自主把控。

“纳米比亚白石矿资源虽多，但品相稳定、矿脉优质的矿口可遇不可求。”对于此次布局，吕璇璇坦言十分庆幸。依托承包的优质矿脉，同一矿口成功开采出三款风格、定位截然不同的白石品类，她结合市场需求精准打磨，打造出皇家白玉、芬迪白玉、白雪公主三大核心爆

款。其中，皇家白玉质地坚硬、纹理细腻，适配全屋家装、地面、台面等全场景，单价区间适中、性价比突出，是目前出货量最大、盈利最稳定的主力产品；芬迪白玉自带独特黑水晶大纹理，质感高端大气，精准对标高端私宅定制、商业工程市场；白雪公主纹理温润柔和，主打中高端家装赛道，适配大众装修需求。

凭借独家包矿的源头优势，三款产品实现货源、品质、产能全程可控，差异化的品类布局也让她快速在白石赛道建立起难以复制的市场竞争力。

布局水头 聚力前行

作为全球石材贸易核心，水头是吕璇璇创业的根基，也是她布局市场、拓展生意的核心阵地。2019 年独立创业之初，她便抢先入驻南翼石材城，成为首批商户，后续又拓展澳盛市场点位，两大门店合计拥有六七百个架子位，形成双点位联动、辐射全国的经营格局，进一步拓宽生意渠道。

“做石材贸易，现货就是底气，客户要货，能随时提、随时供，才能留住客户，稳住生意。”吕璇璇深耕行业经营之道，在水头配套了专属加工厂和大型仓储空间，常年保持光板库存七八万平方米、方料库存几千吨，无论是家装零散订单，还是大型工程批量采购，都能快速供货，彻底解决客户等货、缺货的难题，也让自己的生意更具竞争力。

创业之路稳步前行，离不开默契的团队和家人的全力支持。吕璇璇采用三人合伙模式，和表哥、表哥的弟弟携手创业，三人分工明确、彼此信任，分别负责矿山对接、市场运营、客户拓展，表嫂也一同参与日常经营，团队配合默契高效，共同把生意做大做强。

“从创业资金支持，到转型时的鼓励，再到包矿拓局的信任，家人一直是我最强后盾。”吕璇璇坦言，正是有了家庭的支撑和团队的支持，她才能放心大胆地在行业里打拼。从年少管店积累经验，到独立创业、断臂转型，再到海外包矿掌控源头，她跳出了父辈传统加工、终端零售的经营模式，实现了石材生意的跨越式升级。



《食品接触用树脂型合成石英石台面》团体标准通过审查

本报讯（记者 蔡静琦）近日，中国石材协会组织召开《食品接触用树脂型合成石英石台面》团体标准审查会，经专家组严格审议，标准顺利通过审查，填补我国食品接触用石英石领域标准空白。

当前，厨房台面直接接触菜肉、切果蔬等场景增多，国内此前缺乏统一权威的食品接触石英石台面技术依据。该标准由协会人造石委员会牵头制定，契合健康家居需求与绿色建材发展方向，将规范行业竞争、保障消费安全。

标准明确产品分为基础型与抗菌、抗病毒、防霉、除甲醛等特殊功能型，实行清晰标识与溯源管理；严控甲苯、卤代烃等有毒原料，设立 8 项核心食品接触安全指标，执行一票否决制，同时量化特殊功能性能要求，检验判定规则科学严谨。

中国石材协会人造石专委会秘书长田静表示，标准发布后，将为企业生产、市场监管与消费者选购提供权威依据，助力厨房台面健康升级，推动人造石行业高质量发展。

石材外贸结构深度调整 行业加速转型升级

本报讯（记者 蔡静琦）13 日，中国石材协会发布《2025 年中国石材行业进出口贸易分析报告》。报告显示，在全球经济复苏乏力、地缘政治波动加剧的背景下，2025 年我国石材外贸运行总体平稳，呈现“量升价降、结构分化”态势，行业迈入提质升级、优胜劣汰的关键转型期，传统粗放型外贸模式承压加剧。

数据显示，2025 年石材进出口格局分化明显。全年石材进口量 1104.8 万吨，与 2024 年基本持平，进口价值 22.4 亿美元，同比微降 0.88%，印度、土耳其、巴西、意大利依旧是国内高端石材主要进口来源国。出口端量涨价跌特征突出，全年出口石材 798.5 万吨，同比增长 2.2%，货值 42.5 亿美元，同比大幅下滑 15.5%，创下近十年新低，行业低价内卷、利润收缩问题愈发凸显。

目前，我国石材外贸市场集中度偏高。韩国、美国、日本、越南等为主要出口市场，其中韩国占比 19.26% 位居首位。传统核心市场持续萎缩，全年对韩出口量下降 21%，对美出口货值下降 19.4%，老牌市场增长乏力，新兴市场暂未形成有效增量。进口结构同步下沉，低价普通废料、板材进口占比提升，高端石材进口占比回落。

产品同质化、低附加值是行业核心短板。国内出口产品以花岗岩、大理石加工制品等标准化品类为主，三类产品占出口总量超八成，长期依靠“以价换量”抢占市场。同时，高端石材市场被海外品牌占据，国内企业缺乏品牌溢价，高端替代能力不足，盈利空间持续被压缩。

中国石材协会秘书长孙卫星表示，行业需加快市场多元化布局，弱化传统市场依赖；推动产业绿色化、高端化、定制化升级，提升产品深加工与服务附加值；主动对接国际绿色合规标准，优化外贸结构，推动中国石材从规模型“贸易大国”，向质量效益型“产业强国”稳步转型。

市县贸促联动护航 助力南安石材稳健出海

本报讯（记者 蔡静琦）日前，泉州市贸促会副会长喻青松带队走访南安石材协会，调研石材外贸发展、商事纠纷化解等工作，精准对接企业出海需求。

调研组围绕海外参展、跨境纠纷处置、行业维权等议题展开。泉州市贸促会推行“1+11+N”联动新模式，整合海内外经贸与法律资源，为企业开拓国际市场、化解涉外纠纷提供全链条免费服务。

据悉，自 2021 年以来，协会联动多部门设立解纷室与调解委员会，高效处置商事、劳资等各类纠纷，维护行业秩序，为企业合规出海提供法治保障。

下一步，市县贸促会将深化与协会合作，推送优质海外展会资源，强化法律预警与跨境调解，赋能南安石材企业稳外贸、防风险，持续擦亮“世界石都”品牌，推动产业高质量走向国际。

遗失声明

本人崔军伟（身份证号：410426198007106034）名下普通二轮摩托车（车牌号：闽 C2521D）不慎于 2025 年 8 月 1 日在南安市梅山镇遗失。特此登报声明，此车辆后续发生的一切行为与本人无关，将按照相关法律法规处理。

声明人：崔军伟
2026 年 5 月 14 日