

从工厂群落到产业高地 南安卫浴产业形成破局共识

■本报记者 李杨瑜
通讯员 卢毅鹏 文/图

6日,南安数字化卫浴产业园内,由福建省水暖卫浴阀门行业协会指导、中洁网主办的“中洁会客厅”南安专场正式开播。本次直播以“2026卫浴新风向”为核心,围绕全球供应链集散优势、企业家IP打造与AI营销、南安厨卫展价值等关键议题,集结产区协会代表与行业领军企业家展开深度对话。

当行业步入存量竞争、展会热度分化、全域内卷加剧的当下,这场对话跳出空泛探讨,以40多年产业积淀为底色,将“来南安,会成功”从一句口号内化为全行业的共识,为卫浴产业指明了从“工厂群落”迈向“产业生态高地”的确定性方向。

李良伟

锚定交易根本
筑牢南安产业生态

“展会要有交易,参展的人能带着订单回去,就是最大的成功。”福建省水暖卫浴阀门行业协会秘书长、胜利阀门有限公司总经理李良伟的开场直指核心:大型展会遇冷,区域展会火爆的根本原因在于产业链的支撑,南安拥有完备的五金产业链,企业持续净流入,产业工人同样呈现净流入态势。他坦言,其他省份的企业愿意在南安落地生根,仅潮州在南安就有400多家组装工厂落地南安,这种跨区域企业的集聚效应,正是南安产区区别于其他地方的独特魅力。

产区兴,则企业兴;生态强,则产业强。谈及南安产区的核心优势,李良伟从产业基底切入,南安产区预估产值已超过千亿元,企业数量庞大,供应链体系完善,从配件贸易到终端成品形成完整闭环。他特别强调南安的销售网络遍布全球,这得益于早期一代代南安人“走出去”的开拓精神。在他看来,南安不仅是中国最大的卫浴五金生产基地之一,更是一个“进来就能做生意”的成熟生态圈,这才是产区最不可替代的竞争力。

游国标

找准经营路径
深耕产区制造底气

深耕行业数十年,福建欧联厨卫有限公司董事长游国标既是南安卫浴产业从萌芽到崛起的亲历者,也是当下行业变局中清醒的破局者。面对全行业蔓延的内卷困局,他没有给出投机取巧的捷径,只留下一句通透判断:“破卷没有绝招,谁能坚持到最后,谁就是赢家。”

在他看来,坚持从来不是盲目死扛,而是要先认清行业现实,找到



直播现场

适配自身的经营路径,把属于自己的那本“经”念透,才能平稳穿越周期。这份底气,根植于南安卫浴数十年沉淀的产业基因,他始终感念早年行业“四大家族”的开创性付出,正是这批敢为天下先的先行者埋下产业火种,才让仓苍镇坐拥全国四个中国名牌,为南安筑牢了不可撼动的行业根基。后续数十年间,南安销售大军走遍全国、华侨资源持续链接全球、本土人才梯队不断迭代,层层积淀共同托举起“南安制造”的硬核实力。

站在产业新节点,游国标也向行业发出务实呼吁:经销商无需手握五六个品牌分散精力,聚焦两家长期同行反而更能抱团破局。

李小那

学会做“减法”
借IP链接产业新机

面对当下行业整体承压的现状,泉州申鹭达厨卫科技有限公司总经理李小那的发言,始终带着一份清醒从容的“断舍离”智慧。她坦言,7月市场需求大幅收缩并非个例,而是全行业共同面临的严峻挑战,但她并未陷入焦虑,而是提出了反内卷的核心解法——做减法。

在她看来,过往行业高速增长长期积累的冗余布局,反而容易让企业在存量竞争中迷失方向,唯有在适配自身的环境里聚焦真正核心的事,才能轻装上阵穿越周期。这份“减法”智慧同样延伸到她对展会的判断中。“参展的核心从来不是追求规模光环,而是锚定自身初衷,把落地成交作为最终目标。”李小那表示,南安展的逆势火爆,恰恰是因为它不只依托完备的供

应链体系,更成为内外兼容的产业符号,凭借超快交付时效、全品类覆盖能力,精准匹配了当下企业的真实需求。

在新营销探索上,李小那也践行着同样的务实逻辑,她运营抖音账号,通过分享品牌动态、产品细节与行业资讯,不仅收获了大量工程渠道的精准咨询,更通过企业家IP搭建起私域交流的桥梁,用最真实的老板视角触达客户,弥补了传统渠道无法全面覆盖的遗憾。

郑聪灵

主动变革转型
靠IP把好产品推出去

“与其等着同行颠覆我们,不如先革自己的命!”作为上游供应链企业的代表,南安闽塑卫浴有限公司总经理郑聪灵直言,与其等着被同行颠覆,不如主动往自己身上“扎一刀”,先主动承受转型的阵痛。

这份刀刀向内的魄力,支撑着闽塑阀芯完成了第八代产品迭代,每一次升级都意味着淘汰旧产线、承受短期账面亏损,但在他看来,这些阵痛都是企业在当下和未来站稳脚跟的底气。

行业承压的当下,他始终抱着最朴素的信念——踏踏实实把产品做好是本分,坚持把好产品做下去才是真本事。深耕供应链多年,他早早跳出了“酒香不怕巷子深”的认知误区,懂得做产品和懂得卖产品是两码事。

如今,他也是南安产区最早试水企业家IP的先行者之一。“引流是核心,把流量引进来,我们才有机会走出去。”他特别强调企业家亲自做IP的价值,做这件事既要亲自上阵,还要放下面子。他指出企业家IP的本质是

为产品赋予温度,同时也让企业接受市场更直接的检验与监督。

颜建炜

发力全卫定制
抱团发声拓卫浴新局

“未来市场早已跳出单一产品比拼的维度,进入供应链筛选与整合的全新阶段。南安产区最核心的底气,恰恰是覆盖原材料、全链条配套、产业人才到全球销售网络的全方位优势,早已完成从立足国内到走向世界的跨越。”恒通卫浴副总经理颜建炜是二代接班人,在他的发言中,带着年轻一代从业者独有的敏锐视角与深度思考。

“即便整体行情承压,企业持续推进内部革新,依然收获了市场的正向反馈,这也恰恰印证了恒通多年坚守的理念。”他结合恒通在定制浴室柜赛道的实际进行分享,当下定制浴室柜赛道增长势头明显,不仅订单数量稳步上升,客单价也同步走高。如今,消费者不再满足于选购单一卫浴产品,而是倾向于选择一整套全卫定制系统解决方案,追求卫浴空间的整体性、颜值质感与智能体验,本质上是在选择一种更舒适的生活方式。

谈及企业家IP打造,他坦言自己目前还属于“未出道”的状态,长期以来的理工型思维让他更习惯埋头打磨产品,靠口碑自然传播。但他也清晰地意识到,即便品质过硬,缺少有效传播也会让经销商和消费者难以感知企业的真实实力。他呼吁产区企业集体行动,做产品既要踏实靠谱,更要学会主动发声,把产区的硬核实力传递出去。

微观产业

南安不止于制造

李杨瑜

如果把2026年的卫浴行业浓缩成一个关键词,我认为是——重构。

重构的不只是市场格局,更是产业竞争的底层逻辑。当房地产红利渐行渐远、价格竞争难以为继时,行业开始重新思考:未来,什么样的产区能够持续吸引采购商?什么样的企业能够穿越周期?

这个答案,正在南安得到验证。今年以来,从KBC上海厨卫展到中国(南安)厨卫展,CNPV南安卫浴五金展,不同展会呈现出不同价值定位。全国性展会依然是新品发布和品牌展示的重要窗口,而越来越多采购商则把时间留给了产业集群,走进工厂、走近供应链,寻找更高效、更稳定的合作伙伴。展会的价值,也正在从“展示品牌”向“链接产业”转变。

放眼全国,佛山深耕建陶,潮州聚焦卫生陶瓷,中山形成淋浴房产业集群,浙江玉环拥有成熟的水暖配件体系,而南安经过40多年的发展,形成了覆盖阀芯、龙头、五金、浴室柜及配套制造的完整产业链。这种完整,不仅意味着产品丰富,更意味着采购、生产、交付能够在同一片产业生态中快速完成。

值得关注的是,南安的竞争力,早已不只是制造。近年来,南安市以九牧集团为链主,按照“龙头企业+核心零部件企业+小型企业共享协作园”思路,布局“1+13”产业园区,形成总长26.8公里、总面积50平方公里的水暖卫浴阀门千亿产业生态走廊,持续推进,智能制造、跨境电商、直播电商等新业态不断融入产业发展,政府推动的不只是企业扩能,更是在完善产业生态,提升供应链效率,让“南安制造”逐步向“南安智造”“南安品牌”迈进。

6日,在一场行业交流中,行业观察者、中洁网主编黄哲敏提到一个观点令人印象深刻:未来产区竞争,比拼的不再是谁的产量更大,而是谁拥有更完整的产业生态。一个成熟产区,不只是企业数量多,更要具备资源整合能力、快速响应能力和持续创新能力。

这样的判断,与行业龙头的发展方向不谋而合。无论是九牧持续深耕全球化布局和数字化工厂建设,还是箭牌、恒洁围绕智能卫浴和全卫空间解决方案不断升级,抑或惠达加快制造数字化改造、科勒与TOTO持续强化中国本土研发和供应链协同,头部企业几乎都在向同一个方向迈进——从产品竞争走向系统竞争,从制造能力走向综合服务能力。

这正成为南安企业求变的新方向。过去,制造企业更多依靠产品说话;如今,越来越多企业开始拥抱数字营销、企业家IP、AI工具和跨境传播,希望让市场不仅看到产品,更看到品牌价值和企业实力。与此同时,不少企业主动淘汰落后产能,加快技术迭代,坚持用创新应对内卷,用品质赢得市场。

变化背后,折射出的不仅是企业经营理念的转变,更是一座产区的发展共识:靠低价没有未来,靠创新才有出路;靠单打独斗难以突围,靠产业协同才能持续成长。

今天再看南安,人们关注的不只是这里有多少企业、多少产值,而是这里是否拥有持续孕育创新、链接全球市场的能力。对于采购商来说,这里意味着高效交付;对于企业来说,这里意味着完善配套;对于行业来说,这里意味着一种更具韧性的产业生态。

制造业仍然是南安最坚实的底色,但真正支撑它走向未来的,已经不是制造本身,而是不断进化的产业生态、持续求变的企业精神,以及政府、企业、协会共同构建的发展合力。

行业竞争进入深水区,南安没有停留在过去的成绩里,而是在回答一个更重要的问题:未来,中国卫浴产业靠什么赢?或许,答案正如今天的南安——赢在制造,更赢在生态;赢在产品,更赢在持续求变。

资讯

乔东养老进社区开展主题讲座

本报讯(记者 李杨瑜)日前,泉州市乔东养老服务有限公司(简称“乔东养老”)厦门友民社区居家养老服务站携手厦门莲花医院,共同推出“中老年科学膳食与健康养生”主题讲座,把专业医学知识转化为接地气的闽南“养生家常话”,送到了辖区老年居民的心坎上。

本次讲座由厦门莲花医院资深医师主讲,医生结合中老年人的生理特点与常见慢性病现状,围绕《中国居民膳食指南(2022)》中老年专属核心推荐,从平衡膳食、合理营养、疾病预防三个维度展开讲解,把日常饮食中的常见误区拆解成好懂易记的实用内容,为老人们梳理出一套接地气的专属“吃饭经”。针对老人们普遍关心的补钙、喝汤、吃保健品等常见问题,医生逐一给出科学纠偏指导,还现场演示了用手掌大小估算每餐肉类摄入量的“手掌法则”,简单好操作,老人们一听就懂、一学就会。

讲座结束后,现场还为到场居民提供免费血压、血糖测量服务,针对每个人的饮食调理、用药注意事项开展一对一答疑。不少长者听完直言,原来日常吃饭藏着这么多学问,以后要改掉过去的老习惯,照着科学方法吃出健康。

本次活动不仅该帮助社区中老年人树立了“会吃、吃对、吃出健康”的科学理念,更搭建起了专业医疗资源直达社区的便民桥梁。乔东养老相关负责人表示,后续他们还将携手合作医院,常态化开展义诊、健康讲堂等系列活动,把更多优质服务送到居民家门口,切实守护辖区“银龄”群体的健康福祉。

风雨同舟显担当 守望相助暖八桂 百色、南宁南安商会在行动

■本报记者 李杨瑜
通讯员 薛文彬 文/图

日前,受今年第10号台风带来的持续强降雨影响,广西多地遭受严重洪涝灾害,南宁、横州、防城港、钦州、贵港等地不同程度受灾。洪水退去后,城区道路、居民家中淤泥堆积,清淤排险、灾后重建和生活物资保障任务十分艰巨。灾情牵动人心,也凝聚起社会各界同舟共济、共克时艰的强大力量。面对灾情,百色南安商会、南宁南安商会积极响应当地工商联、红十字会等部门抗洪救灾工作号召,第一时间组织会员企业开展爱心捐赠,以实际行动传承“一方有难、八方支援”的中华民族传统美德,深化桂桂两地守望相助、携手同行的深厚情谊。

灾情就是命令,责任重于泰山。洪涝灾害发生后,百色南安商会迅速向全体会员发出爱心捐助倡议,号召广大会员企业积极投身抗洪救灾。该商会会长林木金第一时间捐出爱心善款支援灾区,在林木金的带动下,全体会员企业积极响应、踊跃参与,纷纷奉献爱心,汇聚起支援灾区的温暖力量。



百色南安商会满载爱心的救灾物资已运往灾区。

为确保每一笔善款都能够发挥最大效益,百色南安商会坚持统一管理、专款专用,高效统筹采购应急救灾物资,包括大号铁铲、长柄钉耙、扫把、加厚编织袋、劳保手套、手推斗车、清洁拖把等清淤工具,以及洗衣液、洗发水、沐浴露、生活纸巾等生活必需品,精准对接横州市灾区实际需求,切实缓解灾后清淤和群众生活物资紧缺问题。目前,满载爱心的救灾

物资已顺利启程运往横州灾区,全力支持当地开展清淤抢险和灾后民生保障工作,为受灾群众恢复正常生产生活贡献闽商力量。

与此同时,南宁南安商会同样闻“汛”而动,迅速响应防汛救灾倡议。

倡议发出后,广大在桂南安籍乡亲乡贤和会员企业积极响应、踊跃捐资捐物,一笔笔善款、一批批物资、一份份爱心不断汇聚,跨越山海送往受

灾地区,为灾区群众送去温暖和希望。据不完全统计,截至目前,南宁南安商会累计捐款捐物近30万元,其中采购救灾物资价值近7.9万元,部分物资定向捐赠至防城港、贵港等受灾地区,有效缓解了当地生活物资紧缺和抢险救灾资金压力。商会以实际行动诠释了闽桂一家亲、患难见真情的深厚情谊。

“广西是广大在桂南安人的第二故乡,为第二故乡尽一份责任、献一份爱心,是每一位在桂闽商共同的心愿。”南宁南安商会会长苏清全表示,公益事业没有终点,商会将始终坚持回馈社会、服务属地的发展理念,用实际行动践行新时代民营企业家的社会责任,为地方经济社会发展贡献更多力量。

一场洪灾,见证责任担当;一次驰援,彰显闽商情怀。一直以来,百色南安商会和南宁南安商会始终秉承“立足广西、服务属地、回馈社会”的初心使命,把公益慈善作为商会建设的重要内容,持续开展扶贫济困、助学助残、乡村振兴、应急救援等公益活动,以实际行动弘扬新时代闽商精神。