

打破传承困局 新福光石材筑牢产业链壁垒

■本报记者 蔡静琦 文/图

在莆田市水头镇,有一个家族的奋斗故事,像他们经手的石材一样,经得起时间的打磨。30年前,父辈白手起家,在花岗岩荒料堆里刨出第一桶金;30年后,兄弟姐妹5人接过接力棒,将一块石头生意做成了两地人的共同信仰。没有争产风波,没有“传男不传女”的老规矩,有的只是五双手各自攥紧产业链上的一环,把“福光”两个字,从花岗岩时代稳稳地刻进了大理石时代。

传承两代人坚守实业初心

20世纪90年代初,水头还是一个遍布花岗岩加工厂房的闽南小镇。福光品牌创始人陈金火,就是在这片热土上,凭着一股务实劲儿,从花岗岩加工起步,逐步搭建起石材全产业链雏形。彼时,行业尚无“风口”一说,只有“把每一块板切好,把每一个客户服务好”的朴素信条。

时代在变,市场在变。当大理石品类成为行业新增长点时,一个现实难题摆在了企业面前:老福光品牌的注册地址和经营范围只适配花岗岩业务,无法直接增项拓展新品类。2012年,“新福光”应运而生。全新品牌并不是对旧品牌的否定,而是家族实业的延续与拓展——老福光深耕父辈打下的花岗岩根基,同步运营成都工程项目资源;新福光聚焦大理石贸易与精加工。两大主体分开运营,血脉相连,那份“老老实实做实业”的经营理念,从未割裂。

在家族代际放权的节奏里,父辈秉持“早历练、早接班”的培养理念。家中弟弟妹妹十六七岁便在工厂里摸爬滚打,大姐陈碧莲因求学深造,婚后照料家庭,是兄弟姐妹中最晚入局企业的一员。

正式加入新福光后,陈碧莲从工厂基层财务岗位干起,每天和数字、单据、成本报表打交道,逐一吃透生产流程、成本管控、厂区运营的每一处细节。从对石材行业一知半解,到精通大板加工、荒料贸易、项目接单的全链路逻辑,陈碧莲用扎实的基层经历,稳稳接住了新旧福光迭代发展的接力棒,也读懂了父辈深耕实业几十年的那份坚守——那不是守旧,是对“把事



新福光独家品种展厅

情做扎实”的执念。

父辈年满60岁逐步放权,新旧福光的运营重心彻底移交给第二代。但传承从不是照搬老路,近两年,家族完成了一次关键的“分家改制”:彻底摒弃过去“大锅饭”的运营模式,在保留核心资产家族共同持股的基础上,各业务板块独立决策、灵活发展。这份变革,既守住了家族根基,也给新福光打开了市场化的发展空间,让老牌企业摆脱了体制的桎梏,轻装上阵。

筑牢生产与源头核心壁垒

很多家族企业的传承困局,多源于“重男轻女、权责模糊、内耗严重”这三座大山,福光家族却走出了一条不一样的路。

五兄弟分工明确、各司其职,分别把控矿山源头、精加工生产、外地工程贸易等关键环节。五人各掌一块业务,既独立运营又资源联动,对内消化内部分歧,对外拧成一股合力。

大妹全权负责成都区域工程项目运营与独立厂房,打通省外园林、工装石材落地渠道;大弟、小弟驻守水头本土,分别把控大板切制、石材精加工工厂,自有厂区完成裁切、造型、打磨全

套加工,生产端自主可控,产能和工艺标准自己说了算;陈碧莲与小妹联合操盘核心贸易板块,手握海外矿山代理资源,负责大理石荒料进口、全国大板批发。

企业还持有数十亩自有工业用地,仅精加工厂区占地就达30亩。老旧花岗岩、水磨石厂房全部完成智能化升级改造,实现从荒料进厂到成品出货全流程自主生产。砍掉中间商加价,工艺品质自主把控,生产端的底盘稳得很。

生产端底气足,上游源头布局更是新福光的王牌。2018年,福光果断拿下土耳其戴安娜灰老矿大中华区(含中国台湾地区)独家代理权。

依托这份独家矿权,新福光制定了差异化的供货策略:国内市场只供应高级A类荒料,保障家装、工装项目品质;中国台湾地区交由第三方代理分销,精简商务应酬、让利合作方,压缩运营成本。同时深度绑定同一矿主,延伸布局提拉米苏洞石、宝格丽金两大品种,形成“灰纹+洞石+金色系”三大优势品类矩阵。坚持只深耕合作老矿、不跟风炒作小众新矿,长久稳定的矿源合作,让下游经销商、工程客户拿货心里踏实。

面对石材行业周期性的涨跌,福光家族始终坚持长期主义:不盲目跟风更换品类,行业低谷时严控库存、优化进料结构,摒弃全品类囤货模式。宁可小幅提升采购成本,也只留存高等级核心荒料,规避库存积压风险。

“每个石材品类都有高峰与低谷,吃透底层经营逻辑,远比追逐风口更长久。”陈碧莲说。让利合作、聚焦主业,把不擅长的环节交给合作伙伴,集中精力攥紧源头矿山与自主生产两大核心优势——这是福光家族在30年风浪中沉淀下来的生存智慧。

历经两代耕耘,新旧福光完成接力,五兄弟分工协作筑牢上下游壁垒。企业依旧延续着父辈低调务实的风格,拒绝过度包装,不炒作个人IP。在他们看来,石材生意不是靠故事撑起来的,是靠一块块板、一个个项目堆出来的。

从父辈开山建厂打下根基,到二代平稳接力、分工革新,新福光以代际传承守住了实业本心,以上下游双向布局构建了行业壁垒。一代人扎根,一代人生长,在水头石材产业迭代的浪潮里,新旧福光的接力故事,还在继续书写。

石材“闺蜜档” 走出行业“慢盈利”之路



陈聪颖(左)和吴梦雅(右)

■本报记者 蔡静琦 文/图

在水头石材市场,当所有人在追逐下一款爆红的奢石花色时,有两个同龄女性选择了一条“逆行”的路。她们是相识多年的闺蜜,也是彼此最信任的创业搭档。一个守在云浮的荒料堆场里挑石头,一个坐在水头的门店里谈客户,隔着几百公里,每天雷打不动通上一两个小时电话。

她们不追风口、不炒概念,把一款看似“过时”的老矿莎安娜,做成了别人很难跨过去的护城河。有人说她们“保守”,她们只是笑着说:“好东西,值得慢慢做。”

36个架子位开局 老友合伙踩准创业节奏

2015年,陈聪颖在水头市场租了个小摊位,只摆得下36个架子位。彼

时,石材市场正刮着“多品类、快周转”的风,大多数商家都在拼命铺货、什么火卖什么。她却做了一个让同行费解的决定——只做老矿莎安娜,一款来自伊朗的米黄色大理石,而且一做就是十余年。

“那时候很多人劝我,说单一品种风险太大,万一行情不好,连回旋的余地都没有。”陈聪颖回忆道。但她看中的是莎安娜作为经典老矿的长期价值:受众稳定、需求刚性,不象网红石材那样来得快去得也快。创业初期,货源要一家家跑、客户要一个个攒,36个架子位的压力远比想象中沉重。她硬是靠着对莎安娜版面、品级的钻研,把架子位慢慢扩充到300多个,生意终于步入正轨。

事业有了起色,投资人、同行抛来的橄榄枝不少,陈聪颖一一婉拒。“如果只是因为利益绑在一起,出了问题谁愿意替你兜底?”在她心里,合伙人必须是能把后背交给对方的人。2022年,她向多年好友吴梦雅发出了邀请。两人同龄,先后入行石材行业,熟悉彼此的脾气,更认同“慢就是快”的经营哲学。

合伙第一年,架子位从300多个扩张到700多个;两年后,展厅加仓库整体规模突破1000个架子位。这样的增速,在石材行业并不算慢,但两人心里清楚,快不是目的,稳才是。

她们很快定下了分工:陈聪颖长期驻守云浮荒料厂区,扎根源头亲手挑料;吴梦雅留守水头核心门店,直面工程、家装客户。无论两地事务多繁忙,两人每天固定抽出1至2小时高频沟通,同步货源品级、客户需求、市场价格波动信息,用紧密协作将几百公里的距离消弭于无形。

同为女性创业者,她们身上有一种圈内人戏称的“中年叛逆”:行业追新品,她们死守经典;同行想赚快钱,她们坚持薄利;别人单打独斗,她们选择彼此兜

底。分歧不是没有,但多年友情打底,所有矛盾当场沟通,负面情绪绝不积压,这份默契成了合伙最坚实的底气。

有意思的是,因为外形看着年轻,不少客户初见时会下意识质疑“这么年轻的老板,靠不靠谱?”两人索性统一对外身份,以采购经理、销售经理的身份对接客商,褪去老板标签,用专业度说话。不打造人设、不浮夸包装,这份低调务实,反倒成了收获客户信任的加分项。

深耕单一品类破壁垒 把专业做成护城河

在外行看来,莎安娜不过是一款米黄色大理石,没什么稀奇。真正入行才知道,这款经典石材的经营门槛,远比热门奢石更高。“做我们这行,技术含量非常高。”陈聪颖和吴梦雅异口同声地说。

仅版面花色,莎安娜就能细分出十几种纹路,价格从100元到3000元不等,不同品级适配的装修场景天差地别。核心客群集中在别墅大宅、高端酒店、私人会所等,对品相、展厅环境、服务细节要求严苛。她们特意选址水头核心商圈南翼石材城,展厅常年保持整洁规整,大板陈列讲究品质感,从进门的第一眼就贴合高端客群的审美。

货源策略上,陈聪颖和吴梦雅再次展现出“反常识”的清醒。行业内不少客户会直奔奔赴伊朗矿厂源头采购荒料,看似一手货源利润更高,实则要承担巨额资金占用、超长海运周期、地缘风险等隐患。结合自身节奏,她们选择扎根云浮荒料集散地对接上游供货商——既能近距离亲手挑选每一块荒料品质,又能灵活调控进货量,规避大额资金被套风险。小步快跑,反而跑得更稳。

获客层面,她们摒弃低价内卷,依托个人IP沉淀长期信任。在接待客户

时,根据装修预算、空间风格匹配相应的品级,绝不会强行推销高价板材。“站在客户角度做推荐,短期看是少赚了,长期看是赚了一个回头客。”吴梦雅说。家装设计师、工程方的主动复购和转介绍,成了她们最稳固的客源。

看似入行门槛低的莎安娜,实则暗藏极高壁垒:充足的周转资金、毒辣的选料眼光、精准判断客户需求的能力缺一不可,甚至还要看市场行情和运气。一旦对纹路品级、市场走势判断失误,库存积压、板材滞销的亏损速度远超其他品类。也正因门槛偏高,水头具备稳定供货能力、靠谱货源渠道的莎安娜商家仅有10余家。

莎安娜的行情起伏,向来与矿山产权变更、国际地缘局势深度绑定,价格波动堪比股票。截至目前,这款石材已经走完三轮完整涨跌周期:第一轮上涨周期里头从业者赚得利润离场,后续矿山停矿行情跌落;第二轮中小商家跟风入场,又因矿山产权转换迎来下行。如今市场正处在第三轮周期下行阶段,受地缘冲突、矿山产权变动影响,连续8个月没有新荒料入市,市场价格两极分化、散户报价混乱,反倒凸显出稳定货源的优势。

放眼行业全局,当下火爆的奢石品类正处在发展中期,靠着颜值收获高溢价,但高盈利终究无法长期持续,后续要比拼的是成本控制与市场匹配能力。反观莎安娜作为历经考验的经典老矿,受众需求稳定,只要把控好货源品质,抗周期能力更强。

“不做超前空想,做好手头每件事。”这是两人常挂在嘴边的话。拒绝盲目扩张品类,一心深耕莎安娜赛道,任凭行业风向变化,守住自己的节奏——这或许就是两位“中年叛逆少女”最朴素商业智慧:不追风口的人,反而活成了风口。



南安市青年商会 举办青年企业家沙龙会

本报讯(记者 蔡静琦)9日上午,南安市青年商会青年企业家沙龙会举行,20余名青年企业家代表参会。

会上,南安市青年商会会长吴文托总结商会近三年工作成效,表示商会将扎实推进换届筹备,期盼团市委持续指导扶持,呼吁会员凝心聚力共谋发展。南安团市委书记吴则平传达市委常委会(扩大)会议精神,鼓励青年企业家认清市场形势,依托产业优势把握政策机遇,提振经营信心,冲刺全年发展目标,彰显青年企业家责任担当。

现场,企业家结合行业现状交流经营经验,凝聚发展共识。下一步,市青年商会将持续搭建沟通对接平台,引导青年企业家实干奋进,为南安经济高质量发展注入青商动能。

官桥镇联合爱心企业家 走访慰问参战老兵

本报讯(记者 蔡静琦)10日下午,南安市官桥镇协进建材一同走访慰问困难参战老兵沈涌讲,为他送去党和政府的关怀以及社会各界的温暖。

在沈涌讲家中,慰问组与老兵亲切交谈,详细询问他的身体状况、家庭生活及实际困难,认真倾听他讲述当年的战斗经历,感谢他为国防事业作出的贡献。慰问组叮嘱随行人员要用用心情做好退役军人服务保障工作,及时帮助解决急难愁盼问题,切实把党和政府的温暖传递到每一位退役军人心中。

慰问现场,协进建材副董事长杨宝贵代表企业向沈涌讲送上“困难参战老兵家庭教育关爱基金”4.5万元,希望通过这笔关爱基金,帮助老兵家庭缓解实际困难,让下一代能够接受更好的教育。

奥力石业开展消防培训与应急演练



工作人员现场教学灭火器状态辨别方法。

本报讯(记者 蔡静琦 文/图)近日,南安市奥力石业组织全体员工开展消防安全专题培训暨实景应急演练,以“理论授课+实战操作”模式筑牢厂区消防安全防线。

培训会上,安全宣讲员结合石材厂区电气设备、易燃辅料多的行业特点,播放火灾警示视频、解读安全PPT,细致讲解车间、宿舍常见火灾隐患、电气操作规范与易燃物料存放要求。此外,他结合真实事故案例剖析违规作业风险,普及初火扑救、火场自救知识,引导员工摒弃侥幸心理,绷紧安全之弦。

实操演练环节,工作人员现场教学灭火器状态辨别方法,区分压力表红、绿、黄三区代表的设备工况,并示范干粉灭火器“一提、二拔、三握、四压”标准操作流程。全体员工依次站在上风位实操扑灭模拟明火,熟练掌握初期火情处置技巧,补齐“懂理论、不会实操”短板。

此次培训演练紧贴生产实际,让消防技能落地见效。企业负责人表示,后续将常态化开展安全宣教与应急演练,持续排查整治厂区安全隐患,细化安全管理举措,以长效管控守护厂区平安,护航企业稳定高质量发展。

水头镇商会女商学苑揭牌

本报讯(记者 蔡静琦)日前,南安市水头镇商会举办女商学苑揭牌仪式与首场培训沙龙,搭建女企业家学习交流、资源互通平台。

水头镇商会女商委员会主任郑传芳致辞表示,女商学苑将常态化开展经营、财税等专题课程,助力女企业家补齐短板、互通资源、抱团发展。水头镇相关负责人充分肯定本地女企业家对经济发展的贡献,希望学苑精准匹配企业需求,镇党委、政府将持续优化营商环境,全力支持巾帼实业发展。

活动现场举行揭牌仪式,并为特聘讲师刘宗河颁发聘书。随后首场培训开讲,拥有14年审计经验的刘宗河围绕股权结构、企业合规经营结合实例授课。在互动环节中,女商积极咨询财税、股权难题,现场交流氛围热烈。

水头镇商会相关负责人表示,女商学苑的揭牌,标志着商会服务企业女企业家工作迈上了新台阶。后续,商会将持续整合行业资源,丰富培训与对接活动,引导女商互学共进,为水头产业发展注入巾帼动能。