

大圣石业：做有故事的背景墙

“我们做石材，不是卖一块冰冷的板子，是做一堵有故事、有底蕴的背景墙。”说这话时，大圣石业创始人吴海南正站在他那个四千多平方米的展厅里，身后是芬迪白、潘多拉、孔雀开屏等热门奢石品种。

在石材圈，讲到背景墙，很多人第一反应就会想到吴海南。从玉石、山水画石，再到现在大火的奢石，近十年一路迭代。他一直认准一个理：石头是冷的，但做出来的背景墙，要有温度。

本报记者 蔡静琦 文/图

►大圣石业背景墙专馆



一条冷门赛道的十年坚守

说起吴海南与石材背景墙的故事，时间还得追溯到2016年。

当时，水头石材市场正热，大板批发是主流生意，利润看得见、周转快。但吴海南没有跟风，他从广东云浮回来，一头扎进了高端背景墙这条细分赛道——当时国内专业化深耕这个领域的企业，屈指可数。

“那时候很多人不理解，觉得背景墙天花板低，做不大。”吴海南回忆。但他有自己的判断：消费升级的趋势下，高端客户要的不是一块板子，而是一面有故事的墙。

近十年过去，市场验证了他的眼光。大圣石业完成了玉石、山水石画、高端奢石的三轮产品迭代，展厅面积超过4000平方米，业务从背

景墙延伸到大板、配套家具，构建起完整的高端定制服务体系。

与行业普遍重资产建厂不同，大圣石业始终坚持轻资产运营——不自建加工厂，所有加工环节全部外发合作，把核心精力聚焦在选料、品控、标准制定与品牌运营上。

“轻资产不是轻品质。”吴海南说，“恰恰相反，因为不建厂，我们才有更多精力死磕品控。”

这份“死磕”近乎固执。行业普遍压缩加工成本、简化流程的时候，大圣石业反其道而行：胶水根据板材特性选用25元/公斤至50元/公斤的优质品类，大板刷胶后必须静置10天以上才能打磨。耗时、耗料、耗人工，但能从根本上降低脱胶、开裂

等售后隐患。

服务边界也划得很清楚：装车之前，品控大圣石业全权负责；装车之后，安装、落地、售后，全部交给专业合作方承接。吴海南不想什么都抓，他只把最擅长的环节做到极致。

面对当下泛滥的低价内卷订单，他的态度很干脆：“就是因为我们有产品、有客户，才有底气对客户说不。”

那些不合理低价的单子，接了看似能赚点小钱，但后续售后成本可能更高，还会透支品牌口碑。不如不接。在吴海南看来，企业品牌价值远高于短期小额收益，做精、做稳、做高端，才是长久之道。

一个石材人的“悟空”梦

如今，石材行业的线上传播，已经高度同质化。大多数账号就是拍拍板材、套套模板，没有记忆点，看完就忘。吴海南不想走这条路。

大圣石业有一幅镇馆之宝——天然形成的齐天大圣石画。

这个“大圣IP”的灵感，就源于那幅天然石画。早在2016年，吴海南就已经完成了全系列商标和logo注册，为IP化运营提前埋下了伏笔。

企业自建内部专业运营团队，由管理层亲自操盘。运营岗位兼顾流量获客与销售转化，不设纯流量岗位，杜绝无效曝光。

谈及合作逻辑，吴海南有一句话让人印象深刻：“我们现在所有人都在做锦上添花，你不优秀，别人也帮助不了你。”

这句话背后，是他对强强联合的清醒认知：唯有自身产品过硬、文化独特、品牌纯粹，才能实现真正的双向赋能。

按照品牌落地规划，明年厦门石材展，大圣石业将展出修复完成的齐天大圣主题石画藏品，同步联动IP形象现场互动。以独家藏品为根基、文化故事为内核、专属IP为抓手，实现线上内容种草、线下实景落地的双向联动。

从云浮到水头，从卖板子到讲故事，吴海南用近十年时间，把一块石头做成了一个有“悟空梦”的品牌。

把亿年沉淀变成品牌温度

走进大圣石业的展厅，最抓人眼球的从来不是某款爆款背景墙，而是墙上悬挂的天然石画。

双龙戏珠、孔雀开屏、达摩悟道、齐天大圣——这些不是人工雕刻，而是亿万年地质运动天然形成的图案。吴海南用了数年时间，从全球范围内一点点搜罗，如今珍藏15幅。

“每一块天然石画，都是大自然千万年留下的作品。”他说这话的时候，眼睛是亮的。

这些藏品无人工修饰、独一无二，全球找不到第二幅一模一样的。大圣石业是目前全球天然石画珍藏数量最多的企业主体之一，多

款藏品题材稀缺、寓意深远，甚至具备冲击吉尼斯纪录的潜力。

但吴海南不想让它们只是挂在墙上当摆设。

他为每一幅石画都梳理了专属的文化故事，赋予冰冷的石材以温度和内涵。“我们打造有故事的背景墙。”这句话不是挂在嘴边的slogan，是他每天都在做的事——让板材从装饰建材变成可观赏、可收藏、可传承的艺术资产。

为了让这份石材文化长久落地，他做了一个在很多人看来“太重”的决定：未来要购置土地，自建专属的石画艺术馆和石材文化博物

馆，而不是租个场地凑合。

从卖产品到沉淀文化资产，这是吴海南的长线布局。

企业经营也要传承。1978年出生的吴海南，今年48岁，已经开始逐步将日常经营管理权移交给儿子和外甥。自己只把控战略大方向，专注土地规划、核心人脉布局。“让年轻人去折腾，我负责把品牌的根扎深。”

同时他也敏锐地察觉到市场的变化：当下中产消费在收缩，但高净值客群反而更倾向将现金转化为稀缺实物资产。大圣石业的天然石画和高端奢石，恰好踩在了这个需求点上。

吴良猛：打造园林水景技术高地

坚守加工“第一性原理”

2001年，水头镇石材江湖远没今天热闹。21岁的吴良猛，初中学历，无背景无本金，打工一年积蓄全押——换回一台二手圆盘锯。

“那时候不叫创业，叫求生。”厂房漏雨，机器三天两头修，锯石、开机、搬运、送货全靠自己。早上五点起，晚上十二点收工，站着都能睡着，但机器一响就得醒着。

那台圆盘锯是他唯一的“员工”。切出的第一块板精度粗糙，客户勉强收下；第一百块已能跟大厂媲美；第一万块成了最早的“活招牌”。

赚到钱怎么办？吴良猛的选择在同行看来“不太聪明”——不买房不买车，全“砸回”厂里：扩厂房、改土地、换设备。

“设备是制造业的命根子。以前的手摇切割机跟现在的五轴数控机相比，精度差一个数量级，效率差两个数量级。客户要的是细节，是交付时的踏实感。”

如今智能化设备覆盖率超九成。一块异形石材从图纸到成品，CAD建模、数控切割、水刀精雕、人工打磨，全流程可控可追溯。加工精度从“毫米级”跃升至“丝级”，客户验收时的那句“可以”，背后是无数个日夜的设备迭代。

石材行业的“暴富神话”里，炒料最诱人。低价收废料高价转手，空手套白狼。吴良猛也曾入局，空矿风险爆发，投入打了水漂。

“亏的不是钱，是认知。加工厂老板做矿山贸易，就像厨子搞风投一样——你的专业在厨房，不在K线图。”

这次翻车成了战略转折点。吴良猛彻底收窄边界：不碰矿山，不做荒料

贸易，不追风口——只深耕异形加工这一个赛道。“边界越清晰，内核越强大。”

“有些客户2001年跟我买第一块板，现在还在合作。他们看着我从小作坊做到今天，我看着他们从年轻做到头发花白。这种关系，合同绑不住，是时间磨出来的。”

在石材这个“口碑即命脉”的行业，老客户一句推荐胜过10份广告。“有时候遇到欠，想想还有这么多老伙计信你，就觉得不能垮。”

四大板块均衡发力

如今延盛石业业务覆盖别墅外墙、农村自建房、园林水景、墓碑四大板块。看似跨度不小，内核相通：对异形加工精度的极致追求，对石材特性的深刻理解。

但园林水景是吴良猛最引以为傲的“技术高地”。水景石材对防水性、耐候性、美学呈现要求极高——一块叠水石板的弧度误差超过2毫米，水流就会“断线”；一处防水节点处理不到位，后期渗漏维修成本是初装费的数倍。

“水景是‘活’的，石头是‘死’的，让死石头做出活水流，靠的是真功夫。”吴良猛说。从庭院小型叠水到大型景观水系，延盛石业已形成从石材选型、防水工艺设计、数控雕刻成型到现场安装调试的全链条能力。园林水景项目占比逐年提升，已成为企业区别于普通石材加工厂的核心竞争力。

近年，延盛石业战略升级：携手惠安长期合作团队，实现设计、生产、安装一站式服务。这一模式在园林水景领域尤为重要——水景涉及水电隐蔽工程、防水节点、水流动力学，

单靠“卖石头”根本无法交付一个能用的水景。

“以前客户买了料自己找人装，防水没做好，三个月后开始渗，互相扯皮。现在我们从设计阶段就介入，把防水节点、水流路径、石材拼接缝全考虑进去，交付的是一个能正常运行的水景系统，不是一堆石头。”

当然，有自有设计团队或施工队伍的客户，可灵活选择“纯加工”或“加工+安装”，不强推不捆绑。“选项给足，服务做透，让客户自己选。”

更妙的是产能协同——别墅外墙与园林水景加工在工序设备上高度相通，忙时灵活调配，实现“20人干出40人的活”。“内部协同让我们应对订单波动更有弹性，不靠堆人头解决问题。”

价格战是行业顽疾。吴良猛态度鲜明：坚决不做低价和劣质产品。“有些单子价格压太低，要么偷工减料，要么赔本赚吆喝，这两样都不干。”

尤其在园林水景领域，他格外强调“容不得差不多”——防水涂层少刷一遍，短期内看不出问题，一年后渗漏代价巨大；石材拼接缝留多1毫米，水流美感全毁。“水景是面子工程，更是里子工程。表面光鲜，底下烂掉，砸的是自己的招牌。”

面对看重性价比的客户，他坦诚沟通价格与品质的逻辑：为什么这个报价对应这样的选材工艺？低价背后隐藏的风险是什么？“把道理讲清楚，选择权交给客户。信我们的自然选我们，不信的强留不住。”

这种“透明化沟通”在信息不对称的建材市场，反而成了稀缺竞争力。“你真诚，客户感觉得到。短期可能丢单，长期信任才是最大复利。”



资讯

“春蕾计划·圆梦行动”发放2026年助学金惠及12名女大学生

本报讯（记者 蔡静琦）18日，南安市2026年“春蕾计划·圆梦行动”女大学生座谈交流暨助学金发放仪式在华侨大学南安智能制造研究院举办。活动现场为12名女大学生代表发放资助。南安市妇女儿童发展基金为每位学子提供3000元助学金，弘一石业提供每人500元助学金；南安农商银行水头支行送上行李箱等开学爱心礼包。

本次活动由南安市妇联、水头镇人民政府、市慈善总会、南安农商银行主办，南安市弘一石业有限公司承办，多方联动助力困境女大学生圆梦大学。

据悉，“春蕾计划”是妇联帮扶困难学生的公益民生项目。依托“福暖妇儿心”公益项目、南安市妇女儿童发展基金，南安市持续开展助学帮扶，至今已累计资助困难女生223人，发放助学金66.9万元。

弘一石业总经理戴玉音结合三十载创业经历与公益感悟与学子交流，借石材千锤百炼方成器的道理，鼓励学子正视逆境、坚持求学、传递爱心。活动后大家参观石材工艺展，同学们参与手作体验，感受南安石材文化。

闽南屏山蔡氏宗亲会举办第三届优秀学子颁奖典礼

本报讯（记者 蔡静琦）17日，闽南屏山蔡氏宗亲会第三届优秀学子颁奖典礼在水头举行，共有50名优秀学子受到表彰奖励，发放奖学金7万多元。活动依托宗祠开展拜祖仪式，传承蔡氏耕读传家的优良家风，勉励后辈崇文向学、立志成才。

宗亲会秘书长蔡隆泉主持大会，宗亲会会长蔡胜金发表致辞，寄语获奖学子勤学笃行、立德修身，饮水思源、心怀感恩，学成之后反哺桑梓。

奖学按照985高校、211高校、硕士研究生、本科等次进行，宗亲会班子成员依次为学子颁发奖学金、荣誉证书，佩戴荣誉绶带。学子代表、家长代表先后上台发言，表达感恩与奋进决心。全国人大代表、全国台联常务理事、富丽（香港）国际集团投资有限公司董事局主席蔡培辉莅临现场，为莘莘学子送上殷切勉励。

据了解，屏山蔡氏宗亲会长期热心宗族公益，持续开展奖学助学活动，凝聚宗亲力量，弘扬崇文重教家风，激励蔡氏后辈勤学向上，助力宗族文脉绵延，英才辈出。

石博读书会首期开讲

本报讯（记者 蔡静琦）为丰富水头石材从业者精神文化生活，疏导职场情绪压力，水头石博中心“石博读书会”第一期主题分享活动于18日晚间在石博会展馆服务中心一楼举行。

本次活动特邀国家二级心理咨询师李美莲担任主讲导师，以“下班了，给情绪放个假”为主题，面向广大石材行业从业者开展心理分享交流。当下石材行业日常工作事务繁杂，不少从业者长期背负工作压力，容易产生情绪内耗。活动旨在引导大家在忙碌工作之余，学会舒缓情绪，在喧嚣的生活当中，寻得一段宁静松弛的自我时光。

讲座现场，李美莲结合实操心理学方法，围绕情绪调节、自我放松等内容进行分享，帮助到场观众掌握简单实用的心理调适小技巧，学会和情绪共处。

据了解，石博读书会是水头石博中心打造的文化公益活动平台，后续还将持续推出多元化主题分享，丰富水头产业群体精神文化生活。

巴西塞阿拉州文化代表团到访东星集团

本报讯（记者 蔡静琦）2026年是中国巴西文化年，恰逢福建省与巴西塞阿拉州缔结友好省州关系二十五周年，日前，巴西塞阿拉州文化代表团到访泉州，走进东星集团开展参观交流，以石材为纽带续写中巴民间友好佳话。

东星集团作为国内奢石品类龙头企业，七成奢石原料来自巴西。亿万年前形成的南美原石漂洋过海来到泉州，经过加工打磨，变身独具艺术价值的奢石产品，构筑起两地跨越大洋的产业羁绊。

代表团先后参观东星石文化艺术博物馆与奢石馆。在博物馆内，外宾近距离观赏各类石艺藏品，深入感受中华石文化的深厚底蕴，体会石头跨越国界的人文魅力。奢石馆内，珍稀奢石板纹理天成、质感出众，代表团对石材品质与艺术呈现给予高度评价，感叹一块石板串联起巴西矿产资源与泉州石业产业沃土。

古刺桐港千帆远航，新时代一石连山海。东星集团总裁蔡小郭表示，将充分发挥桥梁作用，立足友好省州交流契机，以石为媒，持续推动泉州与塞阿拉州双向互动，续写万里山海的友好交往故事。