海丝商报
总第759期
2026年10月29日 星期四
商周刊
N4 | 产经
责编:蔡静琦 美编:柯吉 校对:黄艺彬

星空顶、3D裸眼显示屏……

水头石材市场开启新一轮升级浪潮

星空顶长廊、巨型3D裸眼显示屏……国庆过后，盛达奢石商城全新改造效果图对外亮相，迅速在南安水头石材行业引发广泛关注。依托百亩市场扩容规划，项目投入800万元打造室内星空顶，斥资百万元落地水头首块户外3D裸眼显示屏，硬件配套与空间形象迎来全面焕新。

不止盛达奢石商城，福山、滨海两大核心石材商圈内，多家石材市场同步启动升级布局，一批新项目、新规划陆续浮出水面。载体升级浪潮之下，水头石材专业市场的展示形态、营商环境正迎来新一轮迭代。

本报记者 蔡静琦 文/图



◀部分星空顶已呈现。

▲工人正在焊接星空顶。

盛达奢石商城焕新提质 打造沉浸式奢石展厅

在钢架纵横的展厅内，焊花突然亮起，点点银白在半空飞溅。工人系着安全带，站在高空脚手架上，手持焊枪对顶部钢结构节点施焊，灼光一闪一灭，映亮交错的龙骨框架。27日，记者来到盛达奢石商城，看到原本传统平实的市场顶面，正在通过系统化钢结构改造与灯光吊顶升级，逐步蜕变为大面积沉浸式星空天幕体系。

盛达奢石商城招商经理徐玮鸿表示，盛达正在推进三期地块的扩容建设，同时对一、二期原有场馆进行同步升级改造。该市场一、二期此前一经开放便实现满租，市场认可度较高。全新改造效果图发布当日，便吸引了20余组意向石材商户前来咨询洽谈，商户关注度持续走高。

据介绍，本次改造重点围绕空间展示体系打造，核心亮点为全覆盖星空顶与户外3D裸眼显示屏。项目总规划用地规模达100亩，其中投入800万元用于星空顶系统建设，另外投入上百万元打造水头首个户外3D裸眼显示屏。依托星空顶的氛围感以及裸眼3D大屏的数字化展示能力，构建适配轻奢石材、奢石展示的新型场景。

在硬件升级之外，市场的功能定位也贴合当下水头石材产业转型方向。近年来，水头石材业态持续变化，传统大板批发之外，奢石、轻奢大理石、高端定制石材的占比持续提升。这类石材产品对灯光环境、展示场景要求更高，普通简易石材大棚已经难以充分呈现石材天然纹理、色彩质感。市场通过场景化改造，适配轻奢石材的展示需求，为石材商户打造更契合高端产品的展销载体。

“目前来市场咨询的基本上都是做轻奢石材的经销商，或者有独家优势的品种经销商。”徐玮鸿表示，改造完成后的盛达石材城，将成为水头首个全域配套星空顶的石材市场，也是石材行业里独具辨识度的展示空间。

两大商圈联动升级 掀起市场迭代新浪潮

盛达奢石商城的升级，只是水头石材商圈改造的其中一环。作为“世界石都”，水头福山、滨海两大核心石材商圈，近期多家石材市场相继启动升级布局，从场地改造、配套增设、形象重塑等方面持续投入，不断提升水头石材专业市场的硬件标准。

紧邻立信石材城的一处地块，前期相关工作有序推进，现已完成地块硬化以及整体结构方案设计，后续建设落地后的呈现效果，备受行业内客商期待；与南翼石材城相邻的地块上，一个偌大的石材综合体也在拔地而起；康利大板市场近半年改造工程紧锣密鼓推进，拓宽通行通道、更新外立面形象，面貌焕然一新。多个市场改造项目集中落地，形成商圈联动升级的态势。

业内人士表示，盛达奢石商城本次改造升级力度大、标准高，具备很强的标杆示范意义。这次升级并非单个市场的孤立更新，其示范效应正持续向外传导，将带动水头更多石材专业市场优化展示空间、补齐配套短板。行业竞争逻辑已经发生深刻转变，当下石材比拼早已不再局限于荒料、大板货源的储备，展销载体品质、数字化展示应用、沉浸式空间体验，逐步成为市场角逐的核心赛道。

南安市石材协会副秘书长陈良梯认为，一批新型现代化市场载体落地后，将为包矿商户、奢石贸易商、石材精加工企业打造更高品质的展销窗口，助力水头石材精准对接设计师、装修公司、终端业主等下游群体，打通产品展示、价值传递的新通道。随着一系列改造项目陆续竣工投用，水头石材市场整体形象与经营环境将实现显著提升。

依托水头石博会的带动效应，水头石材产业正由传统货源集散模式，向集展示贸易、设计对接、高端体验于一体的融合模式转型。业内普遍看好，改造红利逐步释放后，水头石材市场明年有望迎来新的发展契机，持续夯实“世界石都”产业根基，加速石材产业转型升级。

从卖胶水到做“保姆” 他们在工厂里寻找利润

“没办法，现在得自己上。”27日下午，记者在奥都化学的门店见到了刚从石材厂回来的林福义，他灌了口浓茶，嗓子还有些哑，“客户不会调，调错了整批货就废了。我们不去，谁去？”

为了服务好每一个客户，作为奥都化学创始人的林福义亲自蹲在车间里，盯着工人将150升调配好的溶液缓缓注入染色罐，直到色浆在石材表面均匀晕开，呈现出客户想要的那抹“中国红”。

这不是个例，这几乎是当下石材化工行业的缩影：当房地产退潮、石材需求量萎缩时，单纯“开店卖货”的时代正在终结。从矿山到工厂，从防护到调色，一场关于“服务”的深度转型正在发生——石材胶水供应商们发现，只有钻进客户的车间，才能找到生存的利润空间。

从“坐商”到“行商”

林福义给记者算了一笔账。过去行情好时，他在市场开个门店，各类胶水、防护剂堆在门口，客户自己上门提货，“卖一吨赚一吨的钱，根本不用操心客户怎么用。”

但现在，常规品种用的胶水利润薄得像刀片。“卖通货基本没利润，除非量特别大。但这几年需求量萎缩，要很大的量并不现实。”他靠在椅背上，手指敲着桌面，“只有高端定制才有利润空间。客户要特殊颜色、特殊工艺，这种单子才养人。”

高端定制意味着什么？意味着企业必须离开舒适的办公室，钻进声音嘈杂的工厂车间。

“市场总量小了，但客户对品质的要求高了。”林福义说，“以前客户比价格，现在比服务、比效果。你帮他解决了问题，他就离不开你。”

“上周有个客户要做一批染色石材，颜色很难调，我自己在车间蹲了两天。”林福义说，“从配比到温度控制，再到浸泡时间，全程盯着。最后出来的效果，客户直接签单了。”

傍晚六点，林福义的手机再次响起，客户反馈石材染色出现色差，急需到场处置。他抓起车钥匙再度奔赴加工厂。“你看，这就是现在的日常。”他笑了笑，“但没办法，谁让我们选择了这行呢？服务做到位了，客户自然会记住你。”

这种“贴身服务”正在重塑行业生态。过去，化工企业是“坐商”，等客上门；现在，他们是“行商”，甚至成了客户的“编外技术员”。

从“治病”到“防病”

在位于永泉山工业区的德国科能的生产车间里，记者见到了正在跟业务员对接的德国科能总经理黄金玉。

她给记者展示了一张服务清单，密密麻麻的项目，完全超出常人对化工这个行业的认知。

“我们要做好服务的‘最后一公里’。”黄金玉说，“不仅要帮客户调配胶水，更要帮助客户提前预防问题。比如雨季来临前，我们会提醒客户做好防水处理；高温季节前，我们会检查胶水的储存条件。”

这种服务已经超越了简单的售后服务，进化成“战略陪伴”。黄金玉的团队会深入矿山，从开采环节就开始介入——哪块荒料适合做什么工艺，切割时要注意什么，防护剂怎么用才能不返碱……“从矿山到产品，一条龙服务。”

产品线也随之膨胀。从最初单一的防护剂，延伸到各种清洗剂、染色剂、设计辅助材料，品类丰富且针对性极强。针对花岗岩、大理石、人造石的配方都不一样。甚至同一个矿区采出来的石头，因为矿层不同，防护方案也要相应调整。



技术员正在喷洒调色剂。

奢石时代的现场博弈

在广英胶水负责人陈珍娜的办公室里，摆着一台小型光谱仪和几排贴满标签的样品瓶。她拿起一块墨绿色的奢石切片，对着光向记者展示：“你看这纹理，里面含铁量高，普通胶水一粘就发黄。必须调整配方，降低酸性成分。”

“现在跟前两年比差别挺大的。”陈珍娜感慨，“以前客户买胶水，只关心货送到、价格合适；现在客户遇到的石材品类越来越多，奢石、玛瑙、大理石材质不一样，粘接、调色、修复的难点也多。”

她向记者描述了一个典型的工作场景：接到客户电话，说一批奢石出现了粘接问题。她带着技术员和检测设备赶到工厂，现场切割取样、化验材质、调整配方，然后蹲在车间里教工人如何控制涂胶厚度、如何加压、如何养护。

“很多时候不只是送货，我们要带着技术进厂，现场看板材、调方案，教工人怎么用，出了粘接问题及时到场处理。”陈珍娜说。

这种“技术进厂”的模式，正在成为高端市场的标配。陈珍娜的团队现在每月要出具上百份材质检测报告，每份报告都对应着一次配方微调。“奢石不像普通石材，一块板可能几万元，贴坏了谁负责？所以我们必须比客户更懂石头。”

“产品只是基础，技术服务才是现在客户真正需要的。”陈珍娜总结道。

记者观察

存量市场寻新机 技术服务破困局

近年来，房地产调整带来石材需求收缩，行业进入存量竞争阶段，不少石材化工小店在低价内卷中退出市场。危机之下，水头一批配套化工企业没有陷入价格战，而是主动转换赛道，把技术服务、定制方案作为破局支点，在产业转型浪潮中寻得新的生长空间。

这种深度绑定，直观体现在客户黏性上。化工企业通过全链条技术服务锁定的客户，合作周期普遍在3年以上，客单价是传统单纯卖货模式的三到五倍。企业卖的不再是一瓶药剂、一桶胶水，而是适配石材特性的整套工艺解决方案。

夜色渐浓，水头的霓虹灯渐次亮起。作为石材产业的重要一环，石材化工企业的转型，正是水头石材产业由规模扩张向品质价值转型的生动缩影。市场总量收缩的大背景下，比拼货源、拼低价的时代已然落幕，唯有沉下心打通服务“最后一公里”，以技术赋能石材加工全流程，才能筑牢配套产业竞争力，与主产业同频升级、共渡难关。

资讯

福建省启动2027年工业数智化转型项目申报工作

本报讯（记者 蔡静琦）近日，省工信厅下发通知，启动2027年工业数智化转型项目申报工作，依托《福建省全面推进工业数智化赋能九条措施》《福建省工业数智化转型项目实施方案》两份政策文件，引导市场主体投身数字化转型实践，以数字技术赋能工业经济提质升级。

本次申报设置四大支持方向，分别为优秀数字化产品和解决方案项目、工业互联网应用场景创新项目、数字技能培训项目、数字化公共服务平台赋能项目，详细要求可查阅配套申报指南。

通知明确，申报主体为在福建省内依法生产经营的工信企业、高校、科研院所及行业协会等机构，须运营稳定、财务状况良好。申报主体近三年不得存在涉黑涉恶违法记录，未被列入经营异常名录、失信名单，且未发生较大及以上安全生产、环境污染事故。

申报项目要求具备突出的创新性、代表性与可复制推广性，能够为同行业、同区域企业数智化转型提供示范借鉴。同时，申报材料须翔实规范、表述严谨，严格符合法律法规以及申报指南相关要求。南安企业申报日期截至11月20日。

此次项目申报，是福建持续推动工业领域数智化变革、培育新质生产力的重要举措，将进一步挖掘数字化应用典型，打通工业数字化落地路径，助力全省工业产业加快转型升级。

南安市石材协会赴江苏南通考察“取经”

本报讯（记者 蔡静琦）日前，南安市石材协会会长王清安带队赴江苏省南通市开展考察交流活动。

考察组先后走进南通石材园区入驻企业生产车间、产品展厅以及南通外贸中心，实地了解产业园规划布局、招商运营、配套服务、产业链搭建等情况，认真学习当地企业在生产管理、市场开拓、外贸接单、数字化转型等方面的先进经验。

座谈交流中，双方围绕石材内外贸融合发展、异地园区共建、资源互通、市场信息共享等议题深入探讨，积极探索南安水头与南通石材园区联动协作路径，搭建两地石材企业对接平台，携手拓宽合作空间。

此次考察，旨在借鉴长三角石材园区发展经验，对标先进补齐短板。下一步，南安市石材协会将持续推动跨区域产业联动，促进优势互补、资源共享，助力南安石材企业拓宽外贸渠道，加快内外贸一体化发展，持续夯实“世界石都”产业竞争力。

南安市新联会党支部 赴向阳革命历史纪念馆开展主题党日活动

本报讯（记者 蔡静琦）日前，南安市新联会党支部组织党员走进向阳乡向阳革命历史纪念馆，开展红色主题党日活动，重温峥嵘革命岁月，汲取奋进力量。

向阳革命历史纪念馆设有前言、点燃革命火种、开辟交通线、八都山游击队等十多个板块，依托丰富史料、珍贵照片与革命实物，生动还原八都山老区艰苦卓绝的革命斗争历程，完整展现向阳红色历史脉络。

参观现场，党员们认真聆听讲解，驻足凝视历史图文、革命物件，沉浸式回望老区先辈浴血奋战的奋斗征程，深切感悟革命先辈不畏艰险、甘于奉献的崇高品格，接受了一次深刻的党性教育和思想洗礼。

大家纷纷表示，将把此次红色研学的学习成果转化为履职实效，立足新的社会阶层人士职能定位，传承红色基因、凝聚新阶合力，主动担当、积极作为，充分发挥新阶层人才优势，把革命精神融入干事创业全过程，以实干践行时代使命，为南安高质量发展贡献新阶力量。

新鹏飞实业开展管理层专题学习会

本报讯（记者 蔡静琦）日前，南安市新鹏飞实业有限公司组织管理层开展专题学习会，集中研学行动教育李践老师的《管理者三大思维》课程，围绕数据思维、成果思维、内因思维三大核心命题，展开沉浸式学习与交流。

授课结合行业市场变化、项目运营、团队管理、客户服务等真实场景，引导管理层跳出单一事务视角，建立全局意识，学会抓重点、看长远、谋协同，破除管理惯性思维。

学习现场，参会管理人员认真聆听、交流研讨，结合各自分管板块，复盘经营中的难点堵点，对照学习内容找差距、明思路，把理论思考和工厂生产、石材营销、供应链管理等业务紧密结合。大家一致认为，本次学习厘清了管理逻辑，对科学决策、高效带团队、解决一线难题有很强指导意义。

社址:南安市美林街道江北大道广播电视中心大楼14层 邮政编码:362300 印刷:福建日报(泉州)印务有限公司 地址:晋江市梅岭街道梅岭路507号 发行:中国邮政集团有限公司泉州市分公司 全年定价:235元