

本期话题:新形势下石材产业如何创新求变

从“规模扩张”迈向“价值跃升”



主持人:魏晓芳
嘉宾名片



谭援强 华侨大学
安智能制造研究院院长



李珊珊 南安市姐说
石材有限公司创始人



张荣建 泉州万石汇市
场管理有限公司运营总监



陈玉鹏 南安市弘一石
业有限公司推广部职员



记者手记

以革新之笔 绘发展新篇

眼下,石材产业正经历一场静水深流的变革,但困局之中更见破局之力。一批先行者已率先迈出转型步伐:有的告别粗放扩张,转向“以需定产”;有的聚焦垂直领域,精心打造品牌IP与企业人设;有的将石材融入空间美学,探索更广阔的艺术领域……尽管前路仍然存在多重现实挑战,但石材人以清醒的认知与坚定的行动直面变局。

一个产业的生命力,从来不在规模之大,而在应变之敏、创新之勇、品质之恒。我们有理由相信,秉持创新驱动、坚守价值本源,泉州石材行业必将在破局重构中焕发新的活力,续写更具韧性的产业传奇。(晓芳)

从“无中生有”到“全链成长”再到“集群蝶变”,30多年来,泉州石材人跨越山海,用一块小石头撬动一个大产业,创造了全球四成产量的亮眼成就,闯出了一条独具特色、跨越发展的石材路。然而,当前石材市场进入新时期,需求萎缩、出海风险加剧、消费需求转变,石材人该如何在困局中开辟新航道?本期民企会客厅聚焦“新形势下石材产业如何创新求变”这一话题,邀请多位专家学者及企业代表共同探讨。



泉州石材企业打造的石主题产品展示空间及博物馆(王宇静摄)

需求转变 “有没有”转向“好不好”

主持人:市场环境的复杂多变给石材产业带来怎样的影响?

李珊珊:目前大规模建设的浪潮已经过去,科技与创新才是未来发展的核心驱动力。澳大利亚、欧美等发达国家和地区曾经经历类似阶段——从大建设时期的需求井喷,到市场静默期的阵痛,最终迎来石材企业品牌的崛起。当前,中国石材行业正处于关键转折点,无论大型企业还是中小型企业,都面临前所未有的挑战。行业核心矛盾在于旧模式与新市场需求之间的错位。身处石材行业,我们必须清醒认识到:市场需求并未消失,只是发生了变化。

过去市场关注“有没有”,如今更看重“好不好”,客户提出的需求也更加精准、细致。

张荣建:石材行业的“出海”之路,并没有想象中那么容易。早期海外市场发展较快,许多石材同行都曾从中获得丰厚回报。但如今,从中东到东南亚,若缺乏充足的资金和当地社会资源,石材企业很难真正获利。以意大利为例,当地许多石材企业自动化程度高、历史积淀深厚、拥有自有矿山、基础业务稳定,通过长期经营矿山、逐步出售资源,足以支撑日常运营,因此他们并不急于扩大规模,也不设定短期扩张目标。相比

之下,我们很多石材企业尚不具备这些条件,尽管海外市场相对成熟,但要找到“出海”的切入点,仍需长期深耕。

陈玉鹏:长期以来,石材行业面临资源消耗大、产品附加值低、市场同质化等严峻挑战。在大众认知中,石材也仍停留在粗放发展阶段,价格战是主要竞争手段,技术创新投入不足,产品差异化程度低,渠道依赖性强,缺乏自主性,服务模式也较为单一。但其实,当前的石材行业已发生根本性的变化,近年来不少企业围绕科技、绿色、设计等未来核心板块,开启了一场又一场自我革新。

探路共生 向新向绿向高端

主持人:破局重构是发展的关键,石材产业如何寻求合适的突围之道?

李珊珊:首先,应借鉴国际经验,企业耍理性投资,从“盲目生产”转向“以需定产”。由于市场需求减少,企业要根据订单安排生产,每家石材企业都有自身优势,应进一步明确细分定位,深耕专业领域。其次,要从“拼价格”转向“树品牌”。客户选择石材时,不仅关注产品本身,更看重企业的质量保障与口碑信誉。ESG(环境、社会和治理)已成为企业软实力的重要体现,也是企业穿越行业周期的底气所在,企业应同步加强产品品质与文化建设。再次,石材企业必须拥抱数字化,不会运用互联网工具的企业,终将被市场淘汰。通过直播、电商平台,石材可直接触达终端消费者,也能及时答疑解惑、提供专业建议。最后,作为传统行业,石材产业的发展一定要与品牌相结合,要积极建立企业IP、品

牌和人设。对现代企业而言,信息流同样能创造价值。

谭援强:石材行业转型的路径在于高端化、智能化和绿色化。仔细观察可以发现,不少网红建筑都采用石材建造,但大多数人将其定位为艺术品,而非石材,因此它便具有更高的附加值。石材产业的智能化与绿色化,本质上是高端化服务的,而高端化必须具备可持续发展能力,这正是绿色化的意义所在。泉州南安石材产业虽享有较高知名度,但尚未形成统一的区域品牌。因此,在高端化方面,可从区域品牌建设入手,进一步提升南安石材的全球辨识度,助力其更好走向世界。在智能化方面,我们研究院正在研发新一代线锯切割机,推进机器人加工与多线切割技术在石材领域的深度应用。在绿色化方面,目前已启动石材全产业链碳足迹计算和研究、大理石废粉的再生化处理技

深耕赛道 商业模式常变常新

主持人:石材产业在破局突围过程中还应该注意哪些问题?

李珊珊:危机背后必然有机遇。行业转型必然经历大浪淘沙,部分企业或将退出,但那些敢于自我革新、持续精进、向上攀登的企业,定能脱颖而出。但要注意的是,企业转型过程中切忌盲目跟风扩张或简单复制他人模式,而应不断提升标准,用数据与实力证明自身价值,强化品牌意识。正如意大利石材行业流传的一句话:“石头是永恒的,但商业模式需要常新。”同时,希望广大从业者摒弃“各自为战”的观念,推动产业链协同发展,深耕细分市场,形成真正的集群优势。我相信,未

来能在市场上立足的,一定是集矿山开采、设计加工、品牌运营、安装销售于一体的综合型企业。

谭援强:尽管高端化、智能化、绿色化是明确的发展方向,但仍需警惕现实困难。智能制造并非一蹴而就,当前石材企业普遍面临三大难点:一是成本较高,多数石材企业为中小型企业,资金有限,对投入成本敏感;二是技术复杂度高,市场在人才与技术储备方面仍显不足;三是存在习惯性阻力,多数企业长期扮演“乙方”角色,但在智能化转型中,更需以“供应商”视角主动引领变革。此外,未来新技术、新装备的研发,必须精准对接市场需

求,才能支撑后续迭代升级。若新产品上市后缺乏持续迭代的动力,对企业而言便难有实际价值。

张荣建:基于对海外市场的观察,对于尚未涉足海外的石材企业,首要任务是充分了解市场潜在风险与必要信息,可以借助我们成立的“出海英语俱乐部”,学习同行出海经验,实现抱团“出海”。同时,我们注意到越来越多企业已不再满足于单纯拓客,而是真正开展海外投资。值得注意的是,经过数十年发展,海外的石材市场已高度成熟,“深耕”是未来企业发展的核心主题,无论企业是否出海,唯有扎根本地、理解需求,才能实现真正的破局突围。

彭博报告:

中国人工智能战略 将推动生产力提升

本报讯 彭博社旗下专业研究部门彭博行业研究(Bloomberg Intelligence)2日发布《中国人工智能2026展望》报告,预测中国的人工智能(AI)战略将推动其庞大经济体系的生产力提升。

报告指出,在全球人工智能竞争日益激烈的背景下,中国正专注于全国范围内快速部署人工智能,利用低成本、开源模型实现生产力增长。

报告称,中国包括人工智能在内的技术实力不断增强,预计高科技产业在GDP中的占比将从2023年的14.3%提升至2026年的近19%。中国于2024年推出“人工智能+”行动计划,旨在加速全国范围的人工智能应用,确保其效益惠及整个经济体系。中国已明确多项重点投资领域,包括先进装备、半导体、人工智能、制造业及通信设备,以推动“新质生产力”的发展。

中国庞大的开发者人才储备,结合强大的开源社区,正在加速人工智能产业的迭代与发展。开源模型在中国的普及,与其他地区常见的封闭、自有系统形成鲜明对比。报告认为,这一模式不仅加快中国国内应用,还使中国技术成为新兴市场的高性价比解决方案。

彭博行业研究高级中国科技分析师、《中国人工智能2026展望》报告主要作者罗伯特·李(Robert Lea)表示:“中国务实的‘人工智能+’战略极有可能推动整个经济的生产力提升。与单纯追求人工智能发展不同,中国更注重软件优化和低成本模型,这使其在人工智能的实际应用方面具备良好优势。”(中新)



A股午后回暖跌幅收窄 消费电子逆势走强

本报讯 A股三大股指12月2日集体小幅低开。早盘两市弱势窄幅震荡,午间跌幅略有扩大,午后出现回暖,跌幅明显收窄。

从盘面上看,锂电池产业链领涨,创新药、机器人、光伏、AI应用、半导体、新能源车概念股跌幅居前。两岸融合、医药商业、消费电子题材逆势走强。

截至昨日收盘,上证综指跌0.42%,报3897.71点;科创50指数跌1.24%,报1320.16点;深证成指跌0.68%,报13056.7点;创业板指跌0.69%,报3071.15点。当天沪深两市成交额总额15934亿元,较前一交易日的18740亿元减少2806亿元。

机构观点

中原证券:经过前期的快速波动之后,上周A股市场逐步企稳回升。中长期看,支撑本轮A股上涨的基础并未发生转变。预计上证指数围绕4000点蓄势固守的可能性较大,市场风格再平衡仍将延续,周期与科技有望轮番表现。(澎湃)

五部门发布意见: 加强数据要素学科 专业建设

本报讯 据国家发改委网站消息,国家发展改革委、国家数据局、教育部、科技部、中共中央组织部发布《关于加强数据要素学科专业建设和数字人才队伍建设的意见》(以下简称《意见》)。

《意见》旨在加强数据要素学科专业建设和数字人才队伍建设,建立数据领域科技发展和国家战略需求牵引的学科专业设置调整机制和人才培养模式,激活数据要素赋能新质生产力的创新引擎作用,促进数据领域教育链、人才链与产业链、创新链融合发展。

《意见》提出了4方面12项重点举措。一是以国家战略为牵引,健全数据要素学科专业建设、建强核心教学要素。

二是以产业发展为导向,推进数据行业职业教育。包括打造产教融合生态、推动教育改革创新、丰富课程教材资源。

三是以有组织科研为支撑,繁荣数据领域学术研究。包括加强科研组织建设、加快主攻方向研究、夯实科学数据基础。

四是以应用场景为载体,促进数据领域产学研用协同。包括建设典型应用场景、创新协同培养模式、打造科技创新平台。

《意见》要求,国家数据局会同教育部、国家发展改革委、科技部强化组织推进数据要素学科专业建设和数字人才队伍建设,建立常态化工作联系机制,共同营造政产学研协同培养数字人才的良好环境。组织部等部门加强统筹协调,充分发挥行业主管部门等各方作用,形成工作合力。国家数据局负责跟踪监测实施效果,研究开展数字人才指标监测,适时总结经验做法,推广典型案例。各省、自治区、直辖市相关部门要根据工作实际认真组织实施,共同推动各项政策措施落地见效。(中新)

经营主体信用修复将迎来新变化

者认可和和解协议的裁定书就可以申请临时信用修复,暂时屏蔽相关失信信息,解除可能影响重整计划或者和解协议执行的管理措施,为破产重整企业恢复信用、重新开展正常经营、参与市场竞争提供有力支撑。

进一步提升信用修复精细化管理水平,办法将违法失信信息划分为“轻微、一般、严重”三类,按照过罚相当原则,分别设置不同的公示期限和修复条件。

进一步缩短公示期和办理时限。办法将一般行政处罚信息最短公示期由六个月缩短为三个月,进一步为经营主体松绑,激发市场活力。同时,将行政处罚信息和严重违法失信名单信用修复的办理时限由十五个工作日缩短为七个工作日,进一步提升信用修复的效率。

进一步做好协同修复和信息查询披露。办法明确要求市场监管部门应当与相关部门建立健全信用修复协同联动机制,实现国家企业信用信息公示系统及相关信息化系统数据共享,结果互认。同时,强化对第三方社会机构公示行为的监管,建立信用修复领域信息查询披露制度,允许相关机关、公民、法人或者其他组织申请查询相关信用修复记录。

市场监管总局法规司副司长王丹介绍,办法将不同类型经营主体、不同性质违法失信信息的信用修复条件、范围和时限进行整合,作出了专门规定,给社会公众提供更清晰明确的指引。

王丹说,现行《市场监督管理行政处罚信息公开规定》明确“较低数额罚款”的标准由省级以上市场监督管理部门结合

工作实际规定。为加快构建全国统一大市场,结合各方反馈意见和监管实践,综合考虑违法行为情节轻重与罚款数额,办法明确“较低数额罚款”的标准统一规定为“按照从轻或者减轻处罚的裁量阶次,对经营主体处以五千元以下罚款,对相关责任人员处以五千元以下罚款”。

市场监管总局统计,自2021年9月至2025年10月,全国市场监管部门累计修复各类经营主体主体超过4400万户。

荆琼华表示,下一步,市场监管总局将加强与有关部门沟通协调,完善信用修复协同联动机制,实现“一处修复、全网认可”。同时,探索人工智能等技术在信用修复工作中的运用,进一步创新修复方式,提升服务效能。

据新华社电 市场监管总局近日发布了《市场监督管理信用修复管理办法》,将于12月25日起实施。这一办法实施后,经营主体的信用修复机制将发生哪些变化,便民利企有哪些创新举措?市场监管总局2日举行新闻发布会,详解有关信用修复制度机制。

市场监管总局信用监管司副司长荆琼华表示,这一办法以部门规章的形式发布,统一了信用修复规则,增加了便民利企创新举措。

为响应广大经营主体呼声,办法进一步扩大信用修复范围。例如,将抽查检查结果负面信息纳入修复范围,抽查检查结果负面信息涉及双随机检查、食品安全抽检、产品质量抽查等。

企业破产重整前,往往因存在各种不良信用记录,难以顺利开展破产重整。办法将破产重整企业纳入信用修复范围,对破产重整企业信用修复作出规定,破产重整企业持人民法院批准重整计划或