

# 绿色化·数智化·高端化·全案化

## ——由第二十六届厦门国际石材展看石材行业发展趋势

□ 陈 礼

近日,为期四天的第二十六届厦门国际石材展圆满收官。作为全球规模领先、全产业链覆盖的石材产业顶级盛会,本届展会以“爱拼 KEEP PASSION”为核心主题,汇聚2000余家海内外优质品牌、40多个国家和地区参展商,集中首发59款全产业链新品,全方位释放全球石材产业发展新动向,成为行业研判市场、布局转型的核心参考依据。

### 奢石引领高端市场

本届展会首次打造“寻矿之路”专属展区,汇聚33个国家和地区400多个石材品种,多款全球全新矿种首发亮相,成为石材企业布局原材料端的核心指引。从产业实操层面来看,核心趋势集中在四大方向,直接关系到原材料成本、货源稳定性与产品溢价空间。

一是稀缺高端品种卡位竞争加剧,头部企业抢占高溢价赛道。意大利作为本届主宾国,携58家领军品牌、卡拉拉白系列奢石新品及精细化矿料分级产品亮相;来自巴西及其他南美洲国家代表的众多奢石品种依然夯实高端奢石市场;土耳其、伊朗、欧洲等国的洞石、莱姆石因全球供需偏紧,高端工程与豪宅需求激增,成为贸易端核心高溢价品类,相关企业纷纷锁定稳定货源,规避涨价与断供风险。

二是新兴产区快速崛起,分流中端市场份额,平衡成本压力。东南亚、非洲、大洋洲等新兴产区凭借高性价比特色石材,稳定批量供货能力,成为中小企业与中端工程项目的核心选材方向,有效分流传统欧美产区的产能压力,降低原材料采购成本。

三是绿色矿山成为行业硬性准入标配,环保合规优先布局。在全球环保政策趋严背景下,新建矿山100%执行绿色开采标准,存量矿山加速改造升级,头部企业全面布局尾矿综合利用、废料再生板材项目,既规避环保处罚风险,又实现废料资源化再利用,进一步摊薄原材料开采与加工成本。

四是色系品类精细化规划,贴合市场刚需与溢价需求。低饱和莫兰迪色系、自然原生纹理石材成为主流供货方向,灰色系经典大理石保持主流刚需重量优势,绿色系、暖棕复古色系、洞石色系石材溢价空间持续走高,成为同业摆脱同质化低价竞争的差异化品类。

### 石材加工端全面转向精密化

从本届展会看,石材加工端已全面转向精密化、柔性化、绿色化发展,核心工艺围绕“提升成品率、降低材料损耗、增加产品附加值、满足合规要求”落地,直接决定加工企业产能效率,成本管控与市场竞争力,是

中小加工企业转型升级的核心方向。

例如,现场多家企业展示超薄石材复合板工艺(厚度≤12毫米),当前超薄石材复合板已实现规模化量产,成为行业主流加工方向。很多企业展出的表面处理工艺全面升级迭代,结晶面、纳米防护、哑光柔面、仿古面、超亮面等工艺实现普及化量产,有效提升石材耐磨、抗污、耐候性能,延长产品使用寿命,拓宽室内外多场景应用边界。普通石材通过表面工艺处理,溢价能力可提升30%以上。

此外,展示数量众多、工艺复杂的异形加工、艺术雕刻、水刀拼花工艺随处可见,体现出当前既能承接高端定制订单,也能满足工程端个性化加工需求的成熟技术,将成为加工企业新的利润增长点。

### 美学赋能与功能主义兼顾

本届展会上,人居空间设计展以“石材的感官剧场”为主题,展现了石材在视觉、触觉、氛围营造上的多元价值;设计师将石材从“辅助建材”升级为“空间核心表达元素”,全空间应用、风格化定制、感官化设计、跨界混搭成为趋势。

通过现场展区设计的表达,天然石材在高端住宅设计中完全可以覆盖地面、墙面、橱柜、卫浴、楼梯、艺术装置,实现全屋一体化设计;在商业空间、酒店、会所中,石材通过不同纹理、色彩、工艺的组合,可以打造差异化空间IP;极简、轻奢、复古、自然等风格,均能通过石材的选择与搭配完美呈现。

同时,设计师更注重石材的功能性与美学平衡,防滑、耐磨、抗污等功能属性与空间质感同步兼顾;轻量化、薄型化石材则解决了高层、小户型的应用局限,让高端石材走进更多日常空间。

本届展会设立石无限产品设计展,以“石境和鸣”为主题,打造石材艺术装置、石材文创产品、石材雕塑展区,推动石材文化与艺术深度融合;企业通过打造石材文化IP、参与艺术展览、联合艺术家创作,进一



步提升品牌格调与行业影响力;

设计师将石材文化与空间文化深度绑定,让石材不再是冰冷的建材,而是有故事、有质感、有温度的空间元素。通过石材的天然纹理、产地文化、工艺历史,赋予空间独特的文化底蕴;石材艺术装置、雕塑、摆件成为空间点睛之笔,平衡空间的实用与美学;同时,设计师借助石材的文化属性,打造具有地域特色、主题鲜明的空间作品,提升设计作品的内涵与辨识度,实现艺术与实用的完美平衡。

### 私宅定制等小众高端市场爆发

从本届展会众多核心企业展位的设计与表达可以看出,高端定制已成为石材行业规避同质化低价竞争,提升整体利润空间的核心赛道,普通石材产品利润持续压缩,而奢石定制、异形石材定制、艺术石材定制等高端业务,利润可达普通业务的3-5倍,是头部企业与优质中小企业的核心布局方向。

私人私宅定制、豪宅精装定制、商业项目专属定制三大核心板块,搭配当下最先进的石材智能化、自动化、精细化的加工设备,实现小批量、高精度、个性化的定制需求。当前,头部企业也正在采用柔性化定制生产线,解决以往定制订单产能不足、成本过高的痛点。

优秀的石材精装头部企业纷纷组建专属定制服务团队,打造从选材、设计、加工到安装、售后的一站式闭环服务,打通定制全流程,提升订单交付能力与客户满

意度;同时搭建标准化定制服务流程,有效缩短定制周期,降低定制成本,推动高端定制从顶级豪宅延伸至中高端住宅市场,进一步扩大目标客户群体。

### 文化赋能品牌,提升额外附加值

从本届展会观察中可以看出,石材行业正从传统资源加工型制造业,向文化创意融合型产业转型升级,文化艺术不再是单纯的形象包装,而是石材企业提升品牌格调、摆脱低端制造标签、挖掘产品额外附加值的核心抓手,尤其适合头部企业与特色品类企业打造差异化竞争力。

同时,石材文化科普与品牌故事打造,成为企业对接高端客户、拓展外贸订单的重要手段,尤其是出口海外的石材产品,融入产地文化与工艺特色,更容易获得海外客户的认可,从而进一步拓宽全球市场渠道,推动产业从“卖材料”向“卖品牌、卖文化、卖价值”转型。

型升级的核心驱动力,是石材行业实现高质量发展的重要手段。

本届展会集中首发多款智能精加工设备,推动行业全面迈入数智化、自动化、柔性化发展新阶段。

智能线锯、数控切割机、五轴联动加工中心、智能磨边、雕刻机械臂等高端设备全面普及,实现了石材切割、打磨、异型加工等全流程自动化,大幅提升加工精度与生产效率,降低人工依赖与人力成本,缓解行业用工难、用工贵的问题;数字化排版、VR选样、智能分拣设备的应用,则进一步优化原材料利用率,减少废料损耗,降低生产成本,原材料损耗率可从传统15%-20%降至5%以内。

环保型加工设备、废水循环系统、无尘加工设备成为行业标配,全面落实环保合规要求,适配绿色生产趋势,设备环保性能已成为企业参与招投标、承接大额订单的核心考核指标。

此外,从本届展会可以看出,行业设备升级正呈现分层趋势,中小型企业逐步淘汰老旧低效设备,引入智能轻量化设备完成基础升级;头部企业搭建数字化智能工厂,实现从矿山开采、加工生产到仓储物流、订单管控的全链条数智化管控,形成核心技术壁垒,行业集中度持续提升,设备落后、产能低下的中小微企业将被逐步淘汰。

### 石材机械加工全面走向数智化

机械装备智能化、数字化、AI赋能、机器人等高端应用,正在对中国石材机械装备形成强有力的科技加持,是石材产业转

## 上海首次发布家庭装修服务质量公约

### 装修企业不得低价揽客后中途增项加价

家装服务怎么样,质量公约来规范。日前,在上海市装饰装修行业协会主办的“聚力提升·智享宜居——产业融合·行业高质量发展工作推进会”上,《上海市家庭装修服务质量公约(2026版)》(以下简称《公约》)正式发布。这是上海市装饰装修行业协会首次就服务质量发布的《公约》。

《公约》由上海市住房和城乡建设管理委员会指导,在中国建筑装饰协会发布的《中国家装行业自律公约》基础上,结合上海地区行业特色,由上海市装饰装修行业协会和上海市室内装饰行业协会共同发布,旨在进一步加强家装行业

自律,规范经营行为,维护消费者利益,促进行业高质量发展。

《公约》约定的自律准则涵盖了装修中的各个环节,包括营销、设计、报价、合同签署、施工、材料选用、售后服务、行业形象等,对诸多市场痛点,均以“不得”“严禁”的强制性约定予以明确。其中,营销时不得使用“免费装修”“装修款N年返还”“终身免费保修”等不符合商业规律的宣传语误导消费者;报价环节必须明码标价,不得低价揽客,中途增项加价,不得以免费设计为揽客手段,不得以明显低于市场平均水平的低价搞恶性价格竞争;签合同同时,除消费

者有特殊要求,一律应使用政府职能部门联合行业协会制定的《上海市住宅装饰装修施工合同》(示范文本);施工时,严禁破坏承重结构;售后服务不得使用模糊、误导性语言明示或暗示终身免费保修。

据悉,2026年,行业主管部门将指导行业协会围绕《公约》落地,通过推行施工合同示范文本,统一标准依据,开展装修品质专项提升行动,强化企业履约能力等一系列行业治理举措,进一步规范上海家装市场秩序,为行业高质量发展保驾护航。

(王迅)

## 上海涂装协会召开“凝心聚力,积极应对原材料市场变化”骨干企业座谈会

### 共探行业应对原材料市场变化新路径

日前,上海涂装行业协会(以下简称上海涂装协会)组织召开以“凝心聚力,积极应对原材料市场变化”为主题的涂料行业骨干企业座谈会,来自华谊精化、立邦中国、紫荆花涂料、虎门捷、艾仕得涂料、中南建材、海隆赛能、奇想青晨、鳄鱼尼卡、麦加芯彩、瑞泰士化学等十余家企业的高层齐聚一堂,共同探讨行业应对原材料市场变化的新路径。上海市经信委新材料处副处长金叶、徐蕾到会指导。

上海涂装协会秘书长董怡平首先介绍了此次座谈会召开的背景:春节后,国际油价持续高位震荡,上游石化原料价格全面上扬,涂料行业正承受着空前的成本压力与经营考验。在当前原料价格波动的特殊时期,行业内的交流互助与抱团发展尤为重要,为此,上海涂装协会

始终以服务企业、链接资源、助推行业高质量发展为己任,组织召开业内骨干企业座谈会,旨在搭建交流平台,帮助企业直面痛点、互鉴经验,携手应对原材料市场波动,共同维护产业链供应链的稳定。

与会企业代表依次发言,围绕核心业务、产品优势、面临困难及企业诉求进行了系统介绍。在谈及原油及上游原料价格走势与传导影响时,大家从国际油价波动的内在逻辑出发,系统梳理了从原油、石化中间体到树脂、溶剂、助剂等涂料关键原料的价格传导路径,并结合短、中、长期趋势,深入研判成本上涨对企业利润空间、生产安排及市场定价带来的多重影响。

同时,针对原材料价格大幅波动背景下的经营挑战,与会企业代表就采购策略优化展开深入交流,重点探讨了锁价机制

运用与库存风险管理等关键举措;针对订单报价、价格传导及下游协同,与会代表进一步就构建科学合理的定价机制达成共识,通过技术增值、服务升级与价值沟通,推动价格有序传导,倡导理性竞争、避免低价内卷;与下游客户共同分担成本压力,实现互利共赢与可持续发展。

此外,大家也希望政府在企业技术创新、项目改造、转型、新材料新产品推广、低成本融资、出海等方面给予更多的政策支持。

金叶在听取了大家的发言后指出,原料涨价是全行业共同面对的课题,企业唯有向内挖潜、向外协同,以管理提效率、以技术降成本,以稳健抗风险,才能在复杂市场环境中行稳致远。

(首席记者 张高青)

## 江西南康多措并举培育壮大现代家具产业集群

从江西南康区有关单位获悉,该区着力培育壮大现代家具产业集群,“南康家具”集体商标品牌价值已突破700亿元,居国家家具行业第一。

早在2024年,南康现代家具产业集群规模就突破2800亿元,居江西全省第1位,目前正全力朝着“国家级家具产业集群”迈进。南康锁定智能家具、高端定制、绿色环保家具等前沿细分市场,吸引具有核心技术、创新设计能力的头部、腰部企业入驻。目前已引进格力、美克、大自然、左右家居等头部企业35个,家具、家电、家装加速融合发展。培育一流优质企业群体,推动企业向智能化、高端化转型。启动培优计划,培育产业新支柱。推进中小企业梯度成长培育工程,为培育发展专精特新企业提供强有力政策保障。

高端引领持续强化。国家工业设计中心、“先锋奖”家具设计大赛、国内外一流设计机构和人才向南康家具产业聚集,与意大利、芬兰、西班牙等国际高校及机构合作,链接江西财经大学、赣南师范大学、江西理工大学、江西环境工程学院等本省本地高校资源,深化校企合作,产学研合作等,让研发设计再飞跃。2024年,新增设计产品1.3万件,专利授权3521件,设计奖补累计超2200万元。持续推进“百馆千店万商”行动,目前正在南京、长沙等国内83个城市布局“南康家具”品牌馆105家,开设连锁专卖店400多家,企业自营

店、加盟店8万多家。持续激发发展活力,成功举办2025年春季采购节、第三届绿色供应链展会、中国(赣州)第十二届家具产业博览会等重大活动。累计组织150家南康家具品牌企业,抱团参加第22届青岛国际家具展、第8届中国·清丰绿色家居博览会等,大力发展会展经济。

大力推动企业数字化改造。目前全区完成企业诊断444家,开展改造服务企业共365家,完成改造企业341家。加快建设现代家具“产业大脑”,以家具产业互联网和敏讯云两个省级工业互联网平台为底座,围绕“产业大脑 共享平台”制定“四大核心体系”建设目标,建成“1 10 N”架构体系的江西现代家具“产业大脑”,构建“五链融合”产业发展新业态。

线上营销规模再扩张。深耕“产业新媒体”营销赛道,打造集体和个体网红IP,加快建设家居电商集聚区、电商村,做大做强线上引流;继续加强与佛山等全国知名家具电商产业带联动,做大做强跨境电商,加速布局海外仓,把南康打造成全国甚至全球家具电商供应链总部基地。深化与阿里、京东、拼多多等合作,打造京东数字经济产业园等平台,在抖音认证企业2.3万个、抖店6000多家,吸引北京、广州、佛山等地一批优质电商企业入驻。大力发展“跨境电商+产业带”模式,2024年网络零售额达421亿元、居全省第一。

线下营销环境再升级。以家具产业博览会为依托,谋划建设国际会展中心,建设展览一体化产业高地;加快南康米兰国际家具城、居然之家智慧型零售等一站式整装家居集采中心建设和运营。“走出去、请进来”再深化,精准打造契合国际潮流的家具精品,由南康家具打入全球市场,把优质资源引进南康。南康家具第三次进驻米兰家具展、马来西亚家具展,抱团参加日本、韩国等国际展会,累计签约海外订单超50亿元。依托赣州国际陆港、综保区、跨境电商综试区、国家进口贸易促进创新示范区“四区融合”发展优势,家具班列覆盖20多个国家100多座城市,带动外贸进出口总额连续多年突破100亿元。

加快水性漆喷涂、柔木技术等新技术、新工艺的推广应用,推进集群“微技改”,大力发展水性漆家具。目前,南康全区已完成“油改水”技改企业超1000家。绿色环保已成为南康家具的核心竞争力,绿色化成为南康家具的新标识,健

康环保的水性漆家具正以行业标杆之势,成为南康家具又一崭新的金字招牌。结合数字共享智造产业园投产契机,探索现代家居产业“共享智造”发展方案,打造集聚制造资源和服务能力于一体的“共享智造”平台。

目前,南康正全面实施“南康制造 深圳标准”质量提升实施规划,培养至少20家按照家具类“深圳标准”要求运行的品质标杆企业,引领带动南康家具产品质量提升;推动建立完善“南康家具”产业标准体系,支持相关技术机构和行业协会制定南康家具产业特色的产品、管理和服务类地方标准或团体标准。发展一批品牌企业,加大品牌企业支持力度,提高“南康家具”集体商标的品牌价值和市场竞争能力,依托“百城千店”进一步完善“南康家具”品牌售后服务体系。

(钟瑜 睦明高)

## 资源共享 信息互通 彼此赋能

### 上海市老专家协会城建委召开2026年首期“筑·道”共创交流会

4月16日,由上海市退(离)休高级专家协会城乡建设与建材专业委员会(以下简称上海市老专家协会城建委)、城建委建筑工程与咨询工作委主办,城建委建筑材料工作委、城建委通讯工作委协办的2026年首期“筑·道”共创交流会召开,本着资源共享、信息互通、彼此赋能的宗旨,邀请设计、建材、装饰施工等领域的多家会员企业参与交流。上海市老专家协会城建委顾问委员会主任常德春、常务副主任陈志华参会并讲话;交流会由城建委总干事钱雪峰主持。

交流会上,与会嘉宾纷纷发言,或介绍新产品,或分享好项目,气氛热烈。江苏百恒节能科技有限公司是国内最早生产聚氨酯门窗的企业之一,会上该公司总工程师林广利分享了百恒的特色产品——温格润铝合金聚氨酯(PU)高端节能门窗幕墙;该产品除了节能效果好之外,还具有轻量化设计、视觉设计效果佳、隔音性能优异等特点,被广泛应用于高端住宅、康养、公建等领域建筑项目及国内被动式超低能耗建筑上。林广利介绍,百恒还在积极向智能领域拓展,自主研发了百纳电致变色玻璃,可对建筑幕墙进行“光热智控”,

浙江羽雁节能科技有限公司总经理袁荣生分享了其投身五恒系统技术18年的艰辛探索历程。目前,羽雁公司自主研发的五恒系统技术(恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒静),可有效解决结露问题,具有能耗大幅降低、系统极度简化的特点,为用户提供更舒适、健康、低碳、节能和智能化的生活环境。袁荣生指出,该系统技术覆盖住宅、别墅、会所、康养、办公等18个场景应用,而且每个场景都有标准化设计方案,实现“选场景、调参数、直接用”的高效应用模式。

上海杰筑建筑科技集团有限公司是集建筑工程设计与项目运营为一体的综合性产业集团,是上海市民营勘察设计20强企业之一,该公司董事赵辉在交流中分享介绍,杰筑非常注重技术创新,积极探索建筑新技术、新材料、新工艺的研发与应用,构建了绿色建筑技术中心、建筑信息模型技术中心、智能建筑技术中心,实现“选场景、调参数、直接用”的高效应用模式。

作为一家成立10年、连续10年业务保持增长的EPC项目管理企业,上海景

凌工程设计有限公司究竟有什么样的发展秘诀呢?该公司董事长助理龚白鸣分享了景凌在EPC管理方面的一些心得体会:比如根据工程量和施工难度,制定详细的施工计划,包括施工进度、人员安排、材料采购等,确保每个阶段的工作都按时完成;再比如,公司非常重视文明施工管理,全面做好风险管理、现场管理、环境保护,现场工人培训交底等工作。

陈志华代表城建委通报了协会的相关信息,重点介绍了今年6月将在新疆乌鲁木齐举办的第九届中国-亚欧博览会的有关情况,他认为这是一次企业展示自我的机会,同时他表示,对于有意愿参加该展会的会员企业,城建委将会提供相应帮助。

交流会最后,常德春作总结讲话,他指出,设计、施工、材料“三结合”是城建委成立以来一直秉持的工作宗旨,本次“筑·道”共创交流会就是在此宗旨引领下的一次创新,通过搭建这样一个平台,助力企业绿色环保新产品的推广应用,项目引荐参与、企业间的战略合作。他表示,今后城建委将联合各工作委,不定期开展各种对接交流活动,持续为会员提供实实在在的优质服务。(首席记者 张高青)