



乡音聚智 共话磁灶陶瓷产业升级

本报记者 王云霏 张晋福 秦越

千年窑火，薪传不息。作为建陶产业的重要基地，多年来，晋江磁灶镇一直致力于推动产业的转型升级和高质量发展。面对日益激烈的市场竞争和不断变化的消费者需求，磁灶镇深知，只有不断创新和突破，才能保持产业的持续繁荣。

当前，磁灶陶瓷产业发展面临瓶颈。比如，传统的磁灶陶瓷企业往往侧重于B端市场，通过经销商、批发商等渠道销售产品。然而，随着市场竞争的加剧和消费需求的多样化，磁灶陶瓷亟须实现销售模式的转型，更多地直面终端消费者。这一转型过程面临着诸多挑战，如销售渠道的拓展、消费者需求的精准把握、品牌形象的塑造等。

在当前全球化的背景下，磁灶陶瓷在“出海”过程中也面临着一些客观需求和困难，除了技术标准和贸易保护主义的壁垒外，尽管磁灶陶瓷有着悠久的历史 and 卓越的品质，但在国际市场上的品牌知名度仍有待提升。因此，磁灶陶瓷企业需要加强品牌建设和营销，提高品牌在国际市场上的认知度和美誉度。

在世界各地，各行各业都有着磁灶乡贤蓬勃发展的足迹。他们往往身处市场的最前沿，能够第一时间捕捉到市场的最新动态和趋势。这种敏感性使他们能够迅速识别出潜在的市场机遇和挑战，为家乡的建陶产业提供宝贵的市场信息和前瞻性建议；他们对不同地区的经济环境、文化背景、消费习惯等有着深入的了解和独特的见解，这种地域性的多样性使他们能够从多个角度为家乡的建陶产业提供建议。无论是产品开发、市场营销还是品牌建设，乡贤们的建议往往能够结合各地的文化元素和消费偏好，使产品更具市场吸引力和竞争力。

尽管常年在外创业，但这些乡贤始终心系家乡，成为推动磁灶陶瓷产业发展的重要力量。因此，首期《磁灶陶瓷》邀请磁灶镇乡贤各抒己见，他们深入了解当前磁灶建陶产业发展的现状和面临的挑战，并结合自身经验和市场趋势，以丰富的经验和独特的视角，为家乡建陶产业发展献计献策、牵线搭桥，做共谋发展的最佳“代言人”、推介家乡的最响“金话筒”，为磁灶陶瓷的未来发展注入新的活力。

“让更多人了解磁灶陶瓷的历史渊源和文化内涵，增强对磁灶陶瓷品牌的认同感。”“让建筑陶瓷的‘高速公路’与文创产品‘省道’齐头并进，相得益彰。”“行业与企业集中力量，通过资源整合与优化配置，集中力量出海，提升品牌国际影响力。”……磁灶乡亲们品牌建设、销售渠道、品类布局等方面积极建言献策，以实际行动诠释着对家乡的深厚情感，为磁灶建陶产业的进一步发展提供了有益的思路 and 方向。



苏水清



苏俊雄



吴明生



陈新生

●海口晋江商会会长、海口鑫鑫闽兴达实业有限公司董事长苏水清：
讲好“磁灶陶瓷”的品牌故事

磁灶拥有“中国陶瓷重镇”“中国陶瓷名镇·磁灶”等响当当的“国字号”名片，磁灶陶瓷悠久的历史底蕴、扎实的产业基础众所周知。而在新的时代背景下，如何将“磁灶陶瓷”的名片不断擦亮，我认为，讲好品牌故事尤为重要。

以金交椅山窑址为代表的磁灶窑入选世界遗产名录，是世界上唯一一个被列入世遗点的地方窑口，这是磁灶陶瓷的荣耀。如今，“磁灶陶瓷”的地理标志已经启用，建议我们在不断推广区域品牌的同时，充分结合磁灶1500多年的制陶历史，以及其背后丰富的文化底蕴。

从磁灶窑的龙窑设计，到陶瓷产品的制作工艺，从陶瓷品类的丰富多样到规格、釉色的变化，每个细节都蕴含着磁灶陶瓷独一无二的魅力。可以通过讲述这些故事，让更多人了解磁灶陶瓷的历史渊源和文化内涵，增强对磁灶陶瓷品牌的认同感。

讲好磁灶陶瓷的品牌故事还需要注重创新。在传承传统技艺的基础上，磁灶陶瓷产业不断引入新技术、新工艺，推动产品的升级换代。这种创新精神不仅体现在陶瓷产品的设计上，更体现在品牌营销策略上。希望磁灶陶瓷企业积极运用新媒体平台进行品牌推广，通过线上线下相结合的方式，拓宽销售渠道，提高品牌知名度。

同时，期待政府和行业协会积极组织企业抱团参展，一方面，助力企业展示自身实力和产品优势，有效开拓市场；另一方面，使磁灶陶瓷以更加专业和有序的形象出现在公众面前，提升知名度和美誉度。

●郑州晋江商会会长、郑州闽南石材有限公司董事长苏俊雄：
拓展多元化销售渠道

晋江的陶瓷产品在河南占有一定的市场份额，其中某些中高端的瓷砖产品及具有特色工艺的陶瓷制品卖得相对较好。与其他产地陶瓷相比，晋江陶瓷的优势在于产品质量较为稳定，工艺较为精湛，且在设计上能够紧跟潮流；不足之处在于品牌推广力度相对较弱，市场覆盖面有待进一步

步扩大。

针对晋江天工陶瓷城、海西建材城等建材陶瓷专业市场的发展，建议进一步加强市场的规范化管理，提升服务质量，加大宣传推广力度，吸引更多优质品牌入驻，同时加强与周边产业的协同发展，形成完整的产业链条。

每年年初举办的福建建博会，建议加大线上线下的宣传推广力度，邀请更多知名品牌和行业专家参与，增加特色展区和互动体验环节，提高展会的专业性和吸引力。此外，可以为外地乡贤提供更为便捷的安排，以及更多的交流合作机会，以吸引他们回来参加展会。

在生产方面，晋江陶瓷应注重技术创新和设备更新，提高生产效率和产品质量；在销售上，拓展多元化的销售渠道，加强与经销商和终端客户的合作；在打造品牌方面，加大品牌宣传投入，树立独特的品牌形象和价值，提高品牌知名度和美誉度。

●北京晋江商会会长、北京华唐鑫能源科技有限公司董事长吴明生：
建陶产品与文创产品齐头并进

经历多年的沉淀和积累，晋江家博会已经升级为“福建建博会”，这意味着磁灶围绕陶瓷产业升级，在平台搭建方面的创新和突破。接下来，对于展会的宣传要加大力度，除了召开常规的新闻发布会，还要广泛运用抖音、小红书等自媒体平台进行传播，还要拓展到高速公路等户外广告领域，要尽可能“无死角”地让更多设计院、建筑公司、房地产业主都能了解到展会，从而为展会汇聚人气。

在展会邀约方面，要更加精准、更具针对性，向设计院、房地产公司、建筑公司，以及与建材建筑有关的企事业单位广泛邀约。同时，可以发挥磁灶陶瓷的优势及特点，做一些精巧的伴手礼，比如结合滴水兽、风狮爷等闽南元素的文创产品，让嘉宾可以带回家中摆放、收藏，对磁灶陶瓷留下深刻而美好的印象。或许有一天需要陶瓷产品的时

候，就会自然而然地想到磁灶。

如果将磁灶的建筑陶瓷形容成“高速公路”，磁灶可以借由陶瓷文创产品开辟一条“省道”，两条道路齐头并进，再充分结合电商等营销方式，相得益彰。

在“出海”方面，可以由政府和行业协会牵头，去国外收购或加盟合适的陶瓷品牌，也可以买断国外品牌在中国的使用权，利用国际品牌来提升磁灶陶瓷的产品附加值。

此外，要创新思维，政府、市场和商家三方充分联动，把建陶陶瓷专业市场方面打造成“永不落幕的展销会”。

●杭州市泉州晋江商会会长、浙江晋企实业投资有限公司董事长陈新生：
政府、商协会积极发挥引导作用

目前，磁灶陶瓷的众多品类中，地铺石的市场占有率较为可观。晋江乡亲、磁灶乡亲要为家乡的产业“代言”，比如，在建设本地一些建筑项目时，与知名设计师合作，结合磁灶陶瓷的优势产品，打造标杆、样板，从而更好地进行推广和宣传。

2025年福建建博会首次提前到3月中旬，与厦门石材展同期举办，这是很重要的突破，对于时间的变更，要加大力度宣传。在展会方面，要邀请更多知名设计师、知名大咖等“自带流量”的重量级嘉宾，还可以定向邀约东南亚、非洲等地建材市场的运营方，加强与晋江建陶企业的交流互动。展会配套活动要尽量设计出亮点，让观展商感受到新意和诚意。

当前，建陶行业发展面临重重压力，政府和商协会应积极发挥作用，助力企业降本增效，带动行业健康发展。在市场竞争中，意大利、西班牙的陶瓷产品可以卖到一平方米几百元，这得益于较高的品牌附加值，政府和商协会可以组织几家头部陶瓷企业，到国外共同收购一家品牌，作为共有品牌来集中运营，企业各自发挥不同品类方面的优势，发挥合力，抱团共赢。

对于陶瓷企业对品类开发的方向上，建议可以考虑古建筑、琉璃瓦等具备艺术性的产品，做精做优，走定制化路线，以避免陷入“价格战”和同质化。

●贵州省晋江商会执行会长、贵州万晋置业有限公司总经理吴淮河：

晋江人就是磁灶陶瓷最好的推销员

目前，贵州陶瓷市场分为三个梯队，第一梯队以蒙娜丽莎、马可波罗、东鹏等广东品牌为主，主要销售对象为整装公司、工程项目及红星美凯龙、居然之家等高端零售卖场；第二梯队是大型批发商，具备产量大、产品多、产销一体化等优势，几乎垄断当地中、低端市场；第三梯队主要经营偏个性化的产品，晋江陶瓷占有量较大，产品以工艺面、



陈和顺

模具面等现代仿古砖为主，虽然整体市场占有率不大，但利润较为可观。晋江陶瓷企业随着这几年的发展，在产品开发、质量保障、品牌推广等各方面都取得了不错的成绩。晋江乡亲、磁灶乡亲遍布全国各地，事实上，晋江人就是磁灶陶瓷最好的推销员，要充分发挥这个优势。

近年来，晋江建陶在现代仿古砖、大规格砖等品类上有很大的进步，许多广东企业过来贴牌生产，但从目前的市场来看，晋江建陶企业与广东企业竞争有一定难度。因此，晋江建陶企业一定要走差异化路线，更加积极地与设计师合作，开发网红产品、小众产品等新赛道。从长远发展考虑，晋江的建材市场应逐步转型为品牌终端招商总部、年轻人电商创业店、个性化产品“网红店”等零售展示店。

●佛山泉州商会会长、晋江市彩霸陶瓷有限公司董事长姚龙潭

行业、企业集中力量“出海”

当前，建陶行业内卷现象显著，加剧了行业产能过剩和洗牌，但同时也推动了企业和技术、产品、价值和服务的正向竞争。为破除内卷，企业需要寻找新思路、新方法，如通过工业大设计系统提升产品特色和价值，同时平衡生产经营成本和产品质量，以满足不同消费者需求。

目前，晋江的外墙砖、地铺石、罗马柱、窑变砖等产品在市场上都具备一定的优势。距离2025年福建建博会开展只剩两个月，建议大力在传统媒体及抖音、小红书等社交媒体上进行宣传，在推介磁灶陶瓷整体优势的基础上，突出福建小砖、窑变砖等特色产品。

在建陶产品“出海”方面，需要行业与企业集中力量，通过资源整合与优化配置，形成强大的市场竞争力。企业应携手合作，共同研发创新，提升产品质量与设计水平，以满足国际市场的需求。集中力量还可以降低出海成本，提升品牌国际影响力。

●佛山泉州商会党支部书记、佛山南翔陶瓷有限公司董事长陈和顺

从工艺和品质两方面提升

近年来，磁灶建陶产业已经告别单一的外墙砖为主导的局面，转为品类齐全、配套完善的重要产区。尤其是地铺石（厚砖）、仿古砖、木纹砖、薄板、中板等产量位居全国前列。

未来，磁灶陶瓷产品要从工艺和品质两方面着手提升，以提高其整体品质和档次。在工艺上，应精益求精，采用先进的生产技术和设备，确保每一道工序都达到高标准；在品质上，要选用优质原材料，严格把控产品质量，注重细节处理，使产品在纹理、色泽、硬度等方面均表现出色，满足消费者对高品质建材的需求。

在办展方面，期待2025年福建建博会能聚集更多优势和创新产品，吸引更多人集聚晋江，共同助推磁灶陶瓷扩大影响力。

